



ISSN: 1999-5601 (Print) 2663-5836 (online)

Lark Journal

Available online at: <https://lark.uowasit.edu.iq>



*Corresponding author:

Dr .Bashar Dawood ALSangri

University: University of

Baghdad

College: College of Mass

Communication

Keywords:

public confidence, Iraqi
satellite channels, refugees in
Turkey

ARTICLE INFO

Article history:

Received 7 Oct 2022

Accepted 25 Dec 2022

Available online 1 Jan 2023

The confidence of the Iraqi public in the Diaspora with Iraqi satellite channels - A field study of a sample of Iraqi refugees in Turkey

ABSTRACT

Iraqi public in the Iraqi satellite channels, and know the general patterns of using these channels, and to identify the sources of information and news that the Iraqi audience outside the country relies on, as well as to reveal the extent to which trust is affected by a number of demographic variables. The research relied on the survey method The field survey, and the questionnaire as a tool for data collection, which were distributed to an intentional sample of Iraqi refugees in Turkey, and the sample size was 200, males and females, The research concluded several results, the most important of which are: The general rate of trust of Iraqis outside the country in Iraqi satellite channels is very low.

© 2023 LARK, College of Art, Wasit University

DOI: <https://doi.org/10.31185/>

ثقة الجمهور العراقي في المهجر بالقنوات الفضائية العراقية دراسة ميدانية لعينة من العراقيين اللاجئين في تركيا

أ.م.د. بشرى داود سبع السنجري/ جامعة بغداد - كلية الإعلام - قسم الصحافة الإذاعية والتلفزيونية

الخلاصة:

يهدف هذا البحث إلى رصد مستويات ثقة الجمهور العراقي في المهجر بالقنوات الفضائية العراقية ومعرفة الأنماط العامة لاستخدام هذه القنوات ، والتعرف على مصادر المعلومات والأخبار التي يعتمد عليها الجمهور العراقي خارج البلاد، فضلا عن الكشف عن مدى تأثير الثقة بعدد من المتغيرات الديموغرافية وقد اعتمد البحث على منهج المسح الميداني ، استخدمت الاستبانة كأداة لجمع المعلومات والتي وزعت على عينة قصديه من العراقيين اللاجئين في تركيا وبلغ حجم العينة 200 من الذكور والإناث . وخلص البحث إلى نتائج عدة أهمها: أن نسبة الثقة العامة للعراقيين خارج البلاد بالقنوات الفضائية العراقية متدنية جدا.

مصطلحات أساسية : ثقة الجمهور، القنوات الفضائية العراقية ،اللاجئين في تركيا

الإطار المنهجي للبحث

أولاً / مشكلة البحث :

1- تكمن إشكالية بحثنا في عدم وجود رؤية واضحة وفهم متكامل لمدى ثقة الجمهور العراقي في المهجر بالقنوات الفضائية العراقية ، سيما وان متغير الثقة يعد عاملا مهمة في تحديد تأثير هذه الوسائل في معارف واتجاهات هذه الشريحة من الجمهور(غالي،2001، ص157- 158)، العراقي الذي غالبا ما يستقي معلوماته وأفكاره من مصادر إعلامية غربية مما يترك تهديدا حقيقيا على الشخصية القومية والهوية الحضارية لهم في ظل بطء اغلب الدول النامية في خلق إستراتيجية وآليات للدفاع والحفاظ على الذاتية الحضارية من الضياع(عبد العزيز، ، 2006، ص7)، لذلك يحاول هذا البحث ضمن تناوله لهذه المشكلة البحثية الإجابة عن التساؤل الرئيس وهو: ما مستوى ثقة الجمهور العراقي في المهجر بالقنوات الفضائية العراقية ؟ ولغرض تغطية مشكلة البحث بأبعادها المختلفة لجأت الباحثة إلى استخدام مبدأ الأسئلة الفرعية والتي جاءت على النحو الآتي :

- 1- ما عادات وأنماط مشاهدة الجمهور العراقي في المهجر للقنوات الفضائية العراقية ؟
- 2- ما المصادر التي تعتمد عليها عينة البحث في الحصول على المعلومات والأخبار ؟
- 3- أسباب اعتماد عينة البحث على هذه المصادر ؟
- 4- ما القنوات التي تفضل عينة البحث مشاهدتها ؟
- 5- أسباب تفضيل عينة البحث لهذه القنوات ؟
- 6- ما أشكال البرامج التي تفضل عينة البحث مشاهدتها ؟
- 7- ما مستوى ثقة عينة البحث بالبرامج التي تقدمها الفضائيات العراقية ؟
- 8- في ضوء نظرية الاعتماد ما نوع تأثير القنوات الفضائية العراقية على عينة البحث ؟

ثانيا / أهمية البحث

يعد هذا البحث جزء من اتجاه بحثي واسع يسعى للكشف عن مستوى ثقة الجمهور بالقنوات الفضائية العراقية وبما تبثه من برامج تؤدي إلى تفاعل الجمهور مع القضايا الوطنية . وإذا كانت أهمية البحث (هي نمط معرفي للوصول إلى حجم تأثير نتائج البحث في الواقع المتعلق بمادة البحث)(غالي، 2001، ص155)، فإن أهمية هذا البحث كموضوع بحثي ينطلق من مفهوم منهجي تعتقد الباحثة انه يسهم كثيرا في معرفة الآليات

التي تساعد القنوات للوصول إلى جمهورها في تركيا ، وتوفيره لقاعدة معلوماتية عن هذا الجمهور مما يمثل مرجعية تسهم في تزويد المؤسسات الإعلامية في العراق بمعلومات تفيدهم في اختيار نوعية البرامج التي يقدمونها للجمهور ولجذب القاعدة العريضة منه . كذلك تأتي أهمية هذا البحث بوصفه الأول من نوعه ، لندرة البحوث والدراسات داعمة لهذا المجال بين الدراسات الإعلامية التي تتناول ثقة الجمهور العراقي في المهجر بالقنوات الفضائية العراقية حيث تعد الثقة المتغير الأكبر في تحديد تأثيرات وسائل الإعلام في معارف الجمهور واتجاهاته وسلوكياته(فخر الدين، 2016 ، ص6)، لذا يشكل البحث إضافة علمية جديدة في المجال الإعلامي .

ثالثا/ أهداف البحث

يسعى هذا البحث إلى تحقيق الأهداف الآتي :

- 1- معرفة الأنماط العامة لاستخدام الفضائيات العراقية من قبل الجمهور العراقي في المهجر.
- 2- معرفة مصادر الأخبار التي يعتمد عليها الجمهور العراقي في المهجر .
- 3- رصد مستويات الثقة في الفضائيات العراقية .
- 4- الكشف عن مدى تأثير الثقة بعدد من المتغيرات مثل النوع والعمر والتعليم وسنوات الإقامة .

رابعا / نوع البحث ومنهجه

يندرج هذا البحث في إطار البحوث الوصفية ، من حيث النوع ، واستخدمت الباحثة منهج المسحي الذي تم اختياره وفق لمقتضيات البحث وأهدافه .

خامسا / عينة البحث

يلجأ الباحث إلى طريقة العينة عندما يكون من الصعب اختيار جميع أفراد المجتمع محل الدراسة (أنجرس، 2004، ص221)، فقد واجهت الباحثة صعوبة في اختيار العينة المناسبة للبحث وذلك لسعة المجتمع ، وعدم تجانس مفرداته وانتشاره بين مناطق متباعدة كاستنبول ومناطق تركية أخرى بعيدة ، مثل (غازي عنتاب وأورفا) ، لذلك لجأت الباحثة إلى اختيار تجمع واحد من مفردات المجتمع المتمثل في تجمع العراقيين بمدينة (اسطنبول منطقة (كولتولش القريبة من منطقة التقسيم) يعود السبب في اختيار هذه المنطقة لتطبيق أداة البحث بوصفها ، أكبر تجمع للعراقيين في مدينة اسطنبول وترجع أصولهم إلى محافظات العراق جميعها فضلا عن انه يضم طبقات متعددة ومستويات عمرية مختلفة ، فهؤلاء يمثلون الجمهور العراقي خير تمثيل ، تم اختيار العينة باستخدام أسلوب العينة القصدية المتاحة ، حيث طبق البحث على 200 مفردة من العراقيين اللاجئين في تركيا ممن يتابعون القنوات التلفزيونية العراقية الفضائية موزعة بالتساوي من حيث متغير الجنس ومختلفة من حيث العمر وسنوات الإقامة ، وبعد توزيع الاستمارات على

المبجوثين ، وجدت الباحثة أن المسترجع والصالح منها 180 استمارة 20 استمارة غير صالحة وغالبيتها تعود لفئة الإناث ، لذا فقد أصبحت العينة مكونة من 180 مبحوثا مثلت 100 من الذكور و 80 من الإناث .^{1*}

سادسا / أداة البحث

قامت الباحثة باستخدام أداة الاستبيان في جمع المعلومات، وهي من أكثر الأساليب شيوعا واستخداما لجمع البيانات المقننة ، وللتأكد من صلاحية الأداة للتطبيق فقد تحققت الباحثة من صدقها وثباتها من خلال عرضها على عدد من الأساتذة الخبراء* في مجال الإعلام والإحصاء .

سابعا /حدود البحث ومجالاته : تمثلت الحدود الأساسية للبحث في عدة مجالات منها : المجال المكاني : يتحدد المجال المكاني للبحث بمدينة اسطنبول التركية وتحديدًا بمنطقة (كولتولش) كما شمل أيضا هذا المجال القنوات الفضائية العراقية عامة التي يصل بثها إلى تركيا. المجال البشري : يتمثل المجال البشري للبحث باللجائين العراقيين في تركيا مدينة اسطنبول تحديدا ، من الذين يتابعون القنوات الفضائية العراقية والذين أعمارهم من 18عام فأكثر . المجال الزماني : تحدد المجال الزماني للبحث بالمدة من 15 / 7 / 2020 إلى 15 / 9 / 2020 وهي المدة التي تزامنت مع تنفيذ إجراءات البحث الميدانية.

تاسعا / الدراسات السابقة :

أولا : الدراسات العربية

1- دراسة الكعبي (2015) ، حول ثقة الجمهور بمضامين الفضائيات خلال الأزمات / دراسة ميدانية في بغداد بعد احتلال الموصل ، هدفت الدراسة إلى معرفة مستوى ثقة الجمهور بمضامين الفضائيات خلال أزمة الموصل وتوصلت إلى جملة من النتائج منها :

• أن النسبة الأكبر من الجمهور تابعوا أخبار الموصل من الفضائيات ، كما تبين أن نشرات الأخبار كانت الصورة الأفضل لإيصال المعلومات إلى الجمهور ، وقد اظهر البحث وجود علاقة ما بين جنس المبحوثين ومستوى التأثير .

*- استعانت الباحثة في توزيع الاستمارة بفريق عمل يقودهم السيد (نظير خليل كريم) ، باحث متمرس في توزيع استمارات البحث بوصفه باحث يعمل بمركز البحوث والدراسات الإستراتيجية . لاجئ عراقي مقيم في تركيا - اسطنبول منذ ما يقرب عن 20 عاما.

2- دراسة الربيعي (2011) ، حول عادات التلقي لدى المهاجرين العرب للقنوات الفضائية العربية بالتطبيق علي المهاجرين العرب في السويد أنموذجاً ، سعت الدراسة إلى :

تقييم وتحليل عادات تلقي المهاجرين العرب للقنوات الفضائية العربية، من حيث حجم التعرض وأنماطه ، دراسة تأثير المتغيرات الديموغرافية على طبيعة التلقي للقنوات الفضائية العربية.

3- دراسة السيد (2007) ، حول دور القنوات الفضائية في إمداد الجاليات العربية في مصر بالمعلومات السياسية طبقت الدراسة على عينة قوامها 420 مبحوث من أبناء الجاليات العربية في مصر ، وانتهت الدراسة إلي إن أهم القضايا التي تناولتها الأخبار هي القضية العراقية، واحتلت القنوات الفضائية العربية المركز الأول في تفضيل العينة ، يليها الانترنت، ثم الصحف والمجلات .

ثانيا : الدراسات الأجنبية

1- دراسة توكسبري وآخرون، (Tewksbury,et.al,2011) ، حول مصداقية الأخبار المصورة في التلفزيون ومدى تأثير ثقة الجمهور بمصادر هذه الأخبار ومستوى التصديق العام لها . خلصت الدراسة الى ان جزء من عدم الثقة ينشأ بسبب عدم الإلمام العلني بعملية إنتاج الأخبار، وقد يؤدي تصور والافتراض بأن العديد من القصص الإخبارية قد تلوثت. تراجع ثقة الجمهور في الصحافة كمؤسسة اجتماعية ، وشوهد انخفاض الثقة لمنافذ الأخبار التلفزيونية المحلية .

2- دراسة ثورسون وآخرون،(Thorson,et.al,2010) حول المصداقية في السياق: كيف يؤثر السياق على مصداقية الأخبار وثقة الجمهور بالوسيلة . خلصت الدراسة الى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين سياق القصة الإخبارية وثقة الجمهور ، فضلا عن وجود علاقة بين الوسيلة الإعلامية التي تعرض فيها الأخبار ومدى إدراك الجمهور لمصداقية الأخبار.

استخلصت الباحثة من واقع مطالعتها للتراث العلمي من دراسات السابقة أن البحث الحالي يلتقي مع الدراسات السابقة من حيث المنهج والأداة المستخدمة في البحث وهي صحيفة استقصاء بينما اختلف معها في العينة كذلك فان معظم الدراسات تناولت دور وسائل الإعلام وتأثيراتها في الجمهور، في ضوء مدخل نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، وركزت على العلاقات التأثيرية المتبادلة والعلاقة بين الجمهور ووسائل الإعلام ، كذلك اتفق البحث مع بعض الدراسات السابقة أنه تناول جمهور عابر الحدود (المهاجرين أو اللاجئين) وعلاقته بالفضائيات منها ؛ دراسة الربيعي و السيد ، التي تناولت عادات تلقي المهاجرين العرب للقنوات الفضائية العربية ، وهو ما ساعدنا على فهم موضوع البحث والتعمق في تفاصيله كما يمكن تحديد أهم جوانب استفادة الباحثة من الدراسات السابقة في النواحي التالية : البناء المنهجي للبحث سواء من حيث صياغة المشكلة البحثية أو تحديد الجمهور والمناهج الأدوات والعينة و استخلاص النتائج .

خلفية البحث النظرية :

لمقاربة أبعاد مستوى ثقة الجمهور العراقي في المهجر بالقنوات الفضائية العراقية ، بحسب عينة من العراقيين اللاجئين في تركيا ، يستعين البحث بمدخل نظري ، يتمثل في نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام التي تقدم إطاراً تفسيرياً للتفاعل الجدلي بين الإعلام والجمهور المتقبل للرسالة الإعلامية ، بوصفها أساس عملية الاتصال . إذ يتلخص مفهوم النظرية في (أن الجمهور يلجأ إلى وسائل الإعلام لتلبية حاجاته المعرفية، وبلورة مواقفه السلوكية في ظروف معينة، وكلما زادت درجة عدم الاستقرار في المجتمع، زاد تعرض الجمهور لوسائل الإعلام، وأن استخدام الأفراد لوسائل الإعلام لا يتم بمعزل عن تأثير النظام الاجتماعي الذي يعيشون بداخله، والطريقة التي يستخدمون بها وسائل الاتصال، وتزداد قدرة وسائل الإعلام على التأثير عندما تقوم هذه الوسائل بوظيفة نقل المعلومات بشكل مستمر ومكثف، وهذا الاحتمال سوف تزيد قوته في حالة عدم استقرار المجتمع بسبب الصراع والتغيير) (ديفلير، وروكيتش، 1993، ص 414) ، يرى بعض الباحثين أن التساؤل الأساسي لنظرية الاعتماد هو تفسير متى ، ولماذا يعرض الأفراد أنفسهم لوسائل ؟ حيث ينتج عن اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام مجموعة من التأثيرات يمكن تصنيفها على النحو الآتي: (عبد الحميد، 1997، ص361)

1- التأثيرات المعرفية ، 2- التأثيرات الوجدانية 3- التأثيرات السلوكية

اعتماد الجمهور في المهجر على القنوات الفضائية العراقية

بدأ سوق الإعلام العراقي ينشط شيئاً فشيئاً ، بعد أحداث مارس عام 2003، إذ دخل العراقيون مرحلة الفوضى الخلاقة كما يطلق عليها البعض وأنشئت العديد من الفضائيات العراقية لتشكل حزمة جديدة من الإعلام الفضائي الذي يحاكي متطلبات ما بعد الاحتلال الأمريكي للعراق . وإذا أردنا أن نصف تأثير الفضائيات العراقية فإنها تتوزع على النحو الآتي: (المؤمن، 2015، ص6)

- فضائيات شبه رسمية ممولة من الحكومة المركزية متمثلة في شبكة الإعلام العراقية ، منها قناة العراقية التابعة للشبكة ، تتأرجح هذه القناة بين خطاب الحكومة العام وخطاب الأحزاب التي تتكون منها الحكومة 2- الفضائيات التابعة للأحزاب والكيانات و الكتل ورجالات السياسية : وهي لسان حال القوى السياسية الممولة لها والتي تعبر عن خطابها الأيديولوجي والمتمثلة في الفضائيات التالية : بغداد الفيحاء، الزوراء ، صلاح الدين، بلادي، عشتار، الرافدين، آشور، آفاق، المسار، وكردستان ، الوطن، تركمان، السلام، الفرات، الكوفة، بابل ، الرشيد، الرأي، الحدث ، دجله، وسما الموصل وغيرها. 3 - الفضائيات القومية و الدينية : وهي ناطقة باسم الأديان و الطوائف و المذاهب المختلفة مثال(الفرقان ، كربلاء ، الرافدين ، عشتار، آشور)

4- الفضائيات التجارية : الربحية وهي في الغالب تتلقى دعماً خارجياً عربياً ودولياً تتميز بأنها ممتزجة بخبرات وكفاءة عراقية كانت قد تدربت أكاديمياً في الحقبة السابقة تتمثل في (الشرقية، البغدادية، السومرية، الديار، الرشيد) 5- الفضائيات الترفيهية : تهتم هذه الفضائيات بالموسيقى والغناء ، وهدفها التسلية و الترفيه مثل (أغانينا ، وقيثارة ، الحنين). يعزى هذا المشهد الإعلامي في العراق تحديداً ، إلى انعكاس للواقع ، فقد سببت الأحداث الجسام التي عاشها العراق بعد عام 2003 والتي ما زالت مستمرة لحد الآن، معاناة شديدة لأبناء العراق ، جعلت من العراق يتصدر قوائم البلدان التي تصدر اللاجئين للعالم وخاصة الكثيرون الذين اختاروا التوجه إلى تركيا باعتبارها معبراً للهجرة غير الشرعية إلى أوروبا، وبحسب تقرير لمعهد الإحصاء التركي (تويك) نشره في الثاني من شباط 2017، فإن عدد العراقيين في تركيا يبلغ 93 ألفاً وسبعمائة نسمة، وتذكر التقارير الرسمية التركية أن هجرة العراقيين إلى البلاد شهدت ارتفاعاً ملحوظاً منذ الغزو الأميركي للعراق عام 2003 ، ومما تقدم يتطلب من الإعلام العراقي بشكل عام والقنوات الفضائية بشكل خاص إعادة تشكيل العلاقة بين الإعلام والجمهور المتلقي للمادة الإعلامية ، سيما وان الإعلام اليوم يتسم بظهور أنماط جديدة من الاستهلاك الإعلامي كتنوع المضامين والبرامج الإخبارية والسياسية عند الطلب .

خصائص عينة البحث

توزعت عينة البحث من حيث النوع بين 100 مفردة من الذكور مقابل 80 مفردة من الإناث من مجموع عينة البحث ، وما يتعلق بمتغير العمر فقد شكلت نسبة من تتراوح أعمارهم بين 18 إلى أقل من 30 عاماً نسبة 51.2% من عينة البحث ، ومن تتراوح أعمارهم من 30 إلى أقل من 40 عاماً نسبة 22.6% من عينة البحث ، بينما ظهرت نسبة الأفراد من تتراوح أعمارهم من 40 إلى أقل من 50 عاماً 20%، فيما بلغ عدد الذين أعمارهم من 50 فأكثر 2.2% من مجموع عينة البحث . أما المستوى التعليمي لعينة البحث فقد ظهر الأفراد من حملة المؤهلات الجامعية بنسبة 50%، تلاه في المرتبة الثانية الأفراد حاملي الشهادات العليا من حملة الماجستير والدكتوراه بنسبة 19.4%، وفي المرتبة الثالثة جاء الأفراد من حملة الشهادة الثانوية بنسبة 27.8%، فيما بلغت نسبة حملة الشهادة الابتدائية 2.8% . وتوزعت مدة إقامة أفراد عينة البحث في تركيا بين أقل من عام إلى أكثر من 15 عام ، حيث شكلت نسبة الأفراد ممن بلغت إقامتهم أقل من عام 3.4% وجاءت نسبة الذين تتراوح سنوات الإقامة من عام إلى أقل من 3 سنوات 5.5% أما الذين تراوحت سنوات إقامتهم بين 3 – أقل من 6 سنوات فاحتلوا نسبة 55.5% والذين تراوحت سنوات إقامتهم بين 6 – أقل من 10 سنوات فاحتلوا نسبة 23.8% فيما جاءت نسبة الذين سنوات إقامتهم بين 10 – أقل من 15 سنة 8.4% وبلغت نسبة الذين سنوات إقامتهم أكثر من 15 سنة 3.4% ويعزى سبب ارتفاع نسب من 3- أقل من 6

سنوات ومن 6 – 10 إلى تردي الأوضاع الأمنية في العراق وسيطرة داعش على بعض المناطق العراقية مما أدى إلى لجوء أهالي هذه المناطق إلى تركيا هرباً من الحرب . انظر الجدول (1)

جدول (1) يوضح خصائص عينة البحث

إجمالي العينة		الفئات	المتغيرات
%	التكرار		
55.6	100	ذكور	النوع
44.4	80	إناث	
51.2	92	من 18 إلى أقل من 30 سنة	العمر
26.6	48	من 30 إلى أقل من 40 سنة	
20	36	من 40 إلى أقل من 50 سنة	
2.2	4	من 50 سنة فأكثر	
2.8	5	ابتدائي	مستوى التعليم
27.8	50	ثانوي	
50	90	جامعي	
19.4	35	دراسات عليا	
3.3	6	أقل من عام	عدد سنوات الإقامة
5.5	10	من عام- أقل من 3 سنوات	
55.5	100	من 3- أقل من 6 سنوات	
23.8	43	من 6- أقل من 10 سنوات	

		سنوات	
8.4	15	من 10-أقل من 15 سنة	
3.3	6	أكثر من 15 سنة	
27.8	50	متزوج	الحالة الاجتماعية
57.2	103	أعزب	
11.1	20	أرمل	
3.8	7	مطلق	
صفر	صفر	منفصل	

المطلب الأول : معرفة الأنماط العامة لاستخدام الفضائيات العراقية من قبل الجمهور العراقي في المهجر ترتبط بهذا المطلب الإجابة عن الأسئلة التالية :

1-1 معدلات المشاهدة اليومية للقنوات الفضائية العراقية : تشير نتائج الجدول (2) إلى أن 23.4% من الذكور يقضون أقل من ساعة يوميا لمشاهدة القنوات الفضائية العراقية ، مقابل 9.4% من الإناث (تعرض منخفض) أما الذين يقضون ساعة إلى أقل من 3 ساعات (تعرض متوسط) بلغت نسبتهم 24.5% من الذكور مقابل 13.9% من الإناث ، وبلغ عدد الذين يقضون 3 ساعات فأكثر في مشاهدة القنوات العراقية (تعرض مرتفع) 7.7% من الذكور مقابل 21.1% من الإناث ، ويمكن القول أن مستوى المشاهدة اليومية للقنوات الفضائية العراقية لا يرتقي الى المستوى المطلوب ويظهر ذلك واضحة في نسبة مشاهدة الذكور، ربما يعود ذلك إلى وجود المنافسة الشديدة من قبل الوسائل الإعلامية الالكترونية أو قنوات الفضائية أخرى . وأن مدلولات ارتفاع نسبة المشاهدة عند الإناث يعود إلى تواجد الإناث في المنزل أكثر من الذكور بسبب طبيعة أعمالهن كربات بيوت وانشغال اغلب الذكور بإعمال ومهن خارج المنزل . انظر الجدول (2)

جدول (2) يوضح معدلات مشاهدة عينة البحث للقنوات الفضائية العراقية

معدلات المشاهدة اليومية	ت الذكور %	ت الإناث %
-------------------------	------------	------------

9.4	17	23.4	42	اقل من ساعة منخفض
13.9	25	24.5	44	ساعة إلى اقل من 3 ساعات) (متوسط
21.1	38	7.7	14	3 ساعات فأكثر مرتفع

1-2- فترات المشاهدة المفضلة لدى عينة البحث : يوضح الجدول (3) توزيع إجابات عينة البحث حول أهم الفترات المفضلة لديهم ، لمشاهدة القنوات الفضائية العراقية ، حيث جاءت النتائج البيانات وبالترتيب على النحو الآتي : فترة العصر والمساء من الساعة 3-9 مساءً جاءت بالمرتبة الأولى بنسبة 54.4 % من مجموع عينة البحث ، واحتلت فترة السهرة المرتبة الثانية بنسبة 15.6 بينما احتلت فترة الضحى والظهيرة المرتبة الثالثة بنسبة 13.8 من مجموع عينة البحث ، أما الفقرة ليس هناك وقت محدد فقد احتلت المرتبة الرابعة بنسبة 10.6 فيما احتلت الفترة الصباحية المرتبة الأخيرة في سلم ترتيب الفترات المفضلة لمشاهدة القنوات الفضائية العراقية بنسبة 5.6 % ، ويعود تفسير هذه النتيجة حول أفضلية أوقات المشاهدة هي الفترة المسائية ، ربما ويعود إلى ارتباط المبحوثين بأعمالهم وسلامة وصول بث القناة في المساء بشكل واضح وبدون تشويش . انظر الجدول (3)

جدول (3) يوضح فترات المشاهدة المفضلة لدى عينة البحث

المرتبة	%	التكرار	الفترات المفضلة
الأولى	54.4	98	العصر والمساء
الثانية	15.6	28	السهرة
الثالثة	13.8	25	الضحى والظهيرة

ليس هناك وقت محدد	19	6.10	الرابعة
الصباحية	10	5.6	الأخيرة
المجموع	180	100	المجموع

3-1-1-3 كيفية مشاهدة القنوات الفضائية العراقية (الرفقة والمكان) : أشارت البيانات العامة للجدول رقم (4) أن 61.3% من أفراد العينة يشاهدون القنوات الفضائية العراقية مع الأهل فيما يشاهد 15.5% بمفردهم ، وجاءت نسبة الذين يشاهدون القنوات العراقية حسب الظروف بالمرتبة الثالثة ونسبة 14.4% أما نسبة الذين يشاهدون القنوات العراقية مع الأصدقاء فكانت 8.8% من مجموع عينة البحث . فيما توزعت نسبة مكان المشاهدة على النحو الآتي : 76.7% يفضلون مشاهدة القنوات الفضائية في المنزل ، مقابل صفرا% عند الجيران وبلغت نسبة الذين يشاهدون القنوات في المقهى 0.5% مقابل 1.2% يشاهدون القنوات في المكتب ، وشكلت نسبة من يشاهدون القنوات عبر الشبكة العالمية للمعلومات (الانترنت) 21.6% ، وتدل النتائج أن النسبة الأكبر لأماكن المشاهدة هي في المنزل التي تتجاوز بكثير أماكن المشاهدة الأخرى ، فضلا عن التوافق الكبير بين نسبة المشاهدة في المنزل التي بلغت 76.7% ونسبة المشاهدة بمفردي ومع الأهل التي بلغت 76.6% وهذا يدل على دقة نتائج البحث وصدق إجابات عينة البحث . انظر الجدول (4)

الجدول (4) يوضح كيفية مشاهدة القنوات الفضائية العراقية (الرفقة والمكان) .

إجمالي العينة		الفئات	المتغيرات
%	التكرار		
15.5	28	بمفردي	الأفراد الذين يشاهد معهم (الرفقة)
61.3	110	مع الأهل	
8.8	16	مع الأصدقاء	
14.4	26	حسب الظروف	

76.7	138	في المنزل	مكان المشاهدة
صفر	صفر	عند الجيران	
0.5	1	في المقهى	
1.2	2	في المكتب	
21.6	39	مكان آخر الانترنت	

المطلب الثاني : معرفة مصادر الأخبار التي يعتمد عليها الجمهور العراقي في المهجر. وفقا لنظرية الاعتماد فان الجمهور يعتمد على وسائل الإعلام ليحقق حاجاته ويحصل على أهداف معينة ويرتبط ذلك بمعرفة مصادر الأخبار التي يعتمد عليها الجمهور العراقي في المهجر الإجابة عن الأسئلة الآتية :

2-1- ما المصادر التي تعتمد عليها عينة البحث في الحصول على المعلومات والأخبار ؟

تشير نتائج الجدول رقم (5) إلى أهم المصادر التي تعتمد عليها عينة البحث في الحصول على المعلومات والأخبار ، وقد حلت القنوات الفضائية بالمرتبة الأولى بنسبة 60 % ، وجاءت مواقع التواصل الاجتماعي بالمرتبة الثانية بنسبة 20.5 % وحلت الإذاعات بالمرتبة الثالثة بنسبة 11.3 % فيما احتلت الأقارب والأصدقاء المرتبة الرابعة بنسبة 5.5 % في حين جاءت الصحف بالمرتبة الأخيرة بنسبة 2.7 % ، وتتفق هذه النتائج مع كثير من الدراسات والبحوث التي بحثت في المصادر التي يعتمد عليها الجمهور في الحصول على المعلومات والأخبار . انظر الجدول (5)

الجدول (5) يوضح المصادر التي تعتمد عليها عينة البحث في الحصول على المعلومات والأخبار

المصادر	التكرار	%
القنوات الفضائية	108	60
الإذاعات	20	11.3
الصحف	5	2.7
مواقع التواصل الاجتماعي	37	20.5
الأقارب والأصدقاء	10	5.5
المجموع	180	100

2-2- ما مستوى اعتماد عينة البحث على القنوات الفضائية العراقية في اكتساب المعلومات والأخبار؟(يمكن اختيار أكثر من بديل) أوزان الوسط المرجح : بدرجة كبيرة × 4 ، متوسطة × 3 ، قليلة × 2 ، لا اعتمد × 1 وهكذا للوصول إلى نسبة مرجحة ودقيقة لكل قناة.

تكشف بيانات الجدول (6) عن تفوقاً كبيراً لقناة العراقية على بقية القنوات الفضائية في درجة اعتماد الجمهور العراقي في تركيا عليها وبنسبة ترجيحية 10.5% تليها قناة الحرة عراق وبنسبة ترجيحية 9.09% أما المرتبة الثالثة فكانت من نصيب قناة الشرقية بنسبة 8.8% واحتلت قناة السومرية المرتبة الرابعة بنسبة ترجيحية 8.2% ، وجاءت النسب الترجيحية للقنوات آفاق ، والفرات والاتجاه والرشيد وهنا بغداد ، متقاربة بفارق بسيط فيما تساوت القناة العهد بالترتيب السادس وبنسبة 3.8% مع قناة القنوات المسار والتغيير وتراوحت النسب الترجيحية للقنوات الأخرى بين 3- إلى 2.7% . مما يدل على حرص الجمهور العراقي في تركيا على مشاهدة قناة العراقية الفضائية لأنها تعطيهم صورة عن واقع الحياة في العراق. أنظر الجدول (6)

الجدول (6) يوضح درجة اعتماد عينة البحث على القنوات الفضائية العراقية في اكتساب المعلومات والأخبار

النسبة %	الوسط المرجح	مجموع الأوزان	لا اعتمد	بدرجة قليلة	بدرجة متوسطة	بدرجة كبيرة	درجة الاعتماد القنوات
%	ن	و	ت	ت	ت	ت	
10.5	63	630	10	10	40	120	العراقية
8.8	53	530	30	30	40	80	الشرقية
8.2	49.4	494	54	16	32	78	السومرية
9.09	54.5	545	34	4	65	77	الحرة عراق
4.5	27.1	271	144	6	5	25	آفاق
4.4	26.7	267	145	8	2	25	الفرات
4.4	26.6	266	146	7	2	25	الاتجاه
3.8	22.8	228	153	3	صفر	24	العهد
4.1	24.6	246	156	2	2	20	الرشيد
4.07	24.4	244	156	4	صفر	20	هنا بغداد

3.8	23.2	232	160	4	صفر	16	المسار
3.8	23	230	162	2	صفر	16	التغيير
2.7	16.2	162	162	صفر	صفر	صفر	دجلة
3.03	18.2	182	179	صفر	1	صفر	الانبار
3	18	180	180	صفر	صفر	صفر	صلاح الدين
3	18	180	180	صفر	صفر	صفر	كربلاء
3	18	180	180	صفر	صفر	صفر	الغدير
3	18	180	180	صفر	صفر	صفر	الأنوار
3	18	180	180	صفر	صفر	صفر	الديار
3	18	180	180	صفر	صفر	صفر	الفيحاء
3.2	19.7	197	172	صفر	7	1	نينوى
3.1	19	190	170	10	صفر	صفر	بلادي

2-3- ما البرامج التي تفضل عينة البحث مشاهدتها في القنوات الفضائية العراقية ؟ (يمكن اختيار أكثر من بديل)

توضح بيانات الجدول رقم (7) ارتفاع نسبة تفضيل المبحوثين للنشرات الإخبارية إذ احتلت المرتبة الأولى بنسبة 88.8 % من مجموع إجابات المبحوثين ، وجاءت البرامج الرياضية بالمرتبة الثانية بنسبة 41.6 % فيما حصلت البرامج الحوارية على المرتبة الثالثة بنسبة 19.4 % أما البرامج الدينية فقد احتلت المرتبة الرابعة بنسبة 11.1 % فيما تساوت المنوعات والدراما بحصولها على الترتيب الخامس وبنسبة 7.2 % ، تشير النتائج إلى أهمية الوظيفة الإخبارية التي تقوم بها هذه القنوات والتي يرى المبحوثين وفق تفضيلهم ، إنها تمثل الوظيفة الرئيسية لربط الجمهور العراقي في المهجر بالوطن الأم ، مما يدل على أن ارتباط التعرض للقنوات العراقية بالوظيفة المعرفية التي تسهم في تشكيل الاتجاهات والآراء إزاء القضايا المختلفة ، وتشير النتائج أيضا إلى أن تراجع وظيفة التسلية والترفيه إذ احتلت المنوعات والدراما مراتب متأخر بين أفضلية البرامج التي تشاهدها عينة البحث . أنظر الجدول (7)

جدول (7) يوضح البرامج التي تفضل عينه البحث مشاهدتها في القنوات الفضائية العراقية

البرامج المفضلة	التكرار	%
النشرات ومواجيز الأنباء	160	88.8
البرامج الدينية	20	11.1
البرامج الرياضية	75	41.6
البرامج الحوارية	35	19.4
منوعات	13	7.2
الدراما	13	7.2
البرامج التعليمية	صفر	صفر

2-4- ما علاقة كثافة مشاهدة النشرات الإخبارية بمشاهدة القنوات الفضائية العراقية ؟ من خلال الإجابة عن

السؤال : كم نشرة أخبار تشاهد يوميا ؟

أوضحت إجابات عينه البحث حول مدى كثافة مشاهدة النشرات الإخبارية ، حيث جاءت المشاهدة المتوسطة

(يشاهدون نشرتين يوميا) في الترتيب الأول بنسبة 41.6 % فيما جاءت المشاهدة المنخفضة في الترتيب

الثاني بنسبة 33.4 % أما المشاهدة العالية فجاءت بالترتيب الثالث بنسبة 25 % ، تدل هذه النتائج وجود قدر

من التوازن بين كثافة مشاهدة القنوات الفضائية العراقية ومشاهدة النشرات الإخبارية في هذه القنوات . أنظر

الجدول رقم (8)

جدول (8) يوضح علاقة كثافة مشاهدة النشرات الإخبارية بمشاهدة القنوات الفضائية العراقية

المدى	التكرار	%
كثافة المشاهدة اليومية		
يشاهدون نشرة واحدة) (منخفض)	60	33.4
يشاهدون نشرتين (متوسط)	75	41.6

25	45	يشاهدون أكثر من نشرتين) (عالي)
%	التكرار	المدى معدلات المشاهدة اليومية للقنوات
32.8	59	اقل من ساعة (منخفض)
38.4	69	ساعة إلى اقل من 3 ساعات (متوسط)
28.8	52	3 ساعات فأكثر (مرتفع)

2-5- ما أسباب اعتماد عينة البحث على قناة فضائية دون أخرى؟ (يمكن اختيار أكثر من بديل) . توضح بيانات الجدول (9) أن أكثر الأسباب التي تدفع المبحوثين إلى الاعتماد على الفضائيات العراقية التي يفضلونها لاسيما القنوات التي حظيت بالترتيبات الثلاثة الأولى وفي مقدمتها العراقية هي قدرة هذه الفضائيات على تعزيز علاقة الجمهور بالوطن إذ احتل هذا السبب على المرتبة الأولى 97.2 % ، إذ يجدها البعض متنفساً للمغتربين ووسيلة لربطهم ببلدهم وتزليل عنهم جزءاً من مرارة الغربة وأشجانها ، واحتلت الفقرة تمثل موقف الرسمي للدولة العراقية المرتبة الثانية بنسبة 83.3 ، ويعزى ذلك إلى أن الجمهور العراقي في الخارج يبقى على تواصل لمتابعة موقف الحكومة العراقية من القضايا والأحداث العالمية ، فيحرص الكثير منهم على متابعة هذه القنوات لتكون وسيلة لإدامة الصلة بينهم وبين وطنهم. أنظر الجدول (9)

جدول (9) يوضح أسباب اعتماد عينة البحث على قناة فضائية دون أخرى

أسباب الاعتماد	التكرار	%
تعزز علاقتي بالوطن	175	97.2
تمثل موقف الرسمي للدولة العراقية	150	83.3
تقدم تغطية فورية للأحداث الجارية	25	13.8

13.8	25	تتناول القضايا بصراحة وجرأة كبيرة
1.6	3	تقديم تحليلات منطقية دقيقة فيها أكثر من وجهة نظر لجميع جوانب الأحداث
13.3	24	لديها شبكة مراسلين في مواقع الأحداث
11.1	20	أخبارها تتفق مع توجهاتي السياسية
2.7	5	تتحرى الصدق في جميع المعلومات
101	2	تنسم بالموضوعية والتوازن في عرض الآراء والاتجاهات
صفر	صفر	التركيز على مفاهيم السيادة الوطنية وتجسيد المصالح العليا والدفاع عن قضايا العراق الأساسية

المطلب الثالث : رصد مستويات ثقة عينة البحث في الفضائيات العراقية . ويتحقق هذا المطلب من خلال الإجابة عن التساؤلات الآتية :

3-1- ما هو تقييمك للفضائيات العراقية من حيث تغطية الأخبار بشكل كامل ، وبدقة، وحيادية ومن حيث التبعية والمسؤولية الاجتماعية ، التنوير، الغموض، والتزييف؟

يمثل الجدول (10) تقييم أفراد عينة البحث للقنوات الفضائية العراقية من خلال أبعاد الثقة التي حددتها الباحثة استنادا لما جاء في أدبيات البحث ونظرية الاعتماد والدراسات السابقة ، حيث نجد في بعد الحياد حصلت الفقرة (تمتاز تغطيتها للأحداث بالتوازن والتعددية) على نسبة معارضة أو عدم موافقة عالية جدا بلغت 95.5% وجاءت في الترتيب الأول ضمن بعد الحياد، فيما احتلت الفقرة (تناول الآراء والتعليقات كافة) الترتيب الثاني بنسبة 92.7% أما الفقرة(تمتاز بالموضوعية وعدم التحيز) فقد حصلت على نسبة

معارضة أو عدم موافقة بلغت 91.6 % وهي في الترتيب الثالث . أما البعد الثاني الاكتمال فقد كانت اكبر نسبة لصالح عدم الموافقة ، فقد حصلت الفقرة (التنوع في عرض القصص الصحفية) على الترتيب الأول بنسبة 98.3 % ، أما البعد الثالث التبعية ، فقد عارض المبحوثين فقرة (استقلالية القنوات عن الاهتمامات والمصالح الفئوية ، استقلالية القنوات عن الأحزاب والمنظمات الأخرى) بالإجماع حيث بلغت نسبتهم 100 % كما وافق 91.6 % من المبحوثين على الفقرة يؤثر التمويل الخارجي في أساليب تغطيتها للأحداث و89.4 % على الفقرة تؤثر تبعية الفضائيات العراقية للأحزاب في أسلوب تغطيتها بشكل سلبي ضمن بعد التبعية ، فيما حصلت الفقرة التأكيد من المصادر ومدى مصداقيتها ضمن بعد الأخلاقيات والمسؤولية الاجتماعية على نسبة معارضة عالية بلغت 98.8 % مقابل صفرا % لصالح موافق ونسبة 1.1 % محايد ، أما في البعد الخامس (التنوير) فقد حصلت الفقرة (تقديم الحقائق والمعلومات حول الأحداث والقضايا التي تهم جمهور اللاجئين) على نسبة معارضة 100% أما الفقرة مراعاة اهتمامات الجمهور في المهجر وتلبية حاجاته حصلت على نسبة معارضة 90.5 % . يقرر كثير من الباحثين بأن التلفزيون يؤثر على معنويات الأفراد بالسلب أو الإيجاب ، ويلاحظ أن اغتراب الفرد يزداد حين لا يجد معلومات معبرة عن نفسه ، وهذا ما يفسر سبب حصول الفقرة (تقديم الحقائق والمعلومات حول الأحداث والقضايا التي تهم جمهور اللاجئين) على نسبة معارضة 100% لان القنوات العراقية لا تلبى حاجات الجمهور في المهجر ولا تراعي اهتماماته . وقد حصلت الفقرة (تحريف المعلومات وإنقاصها) ضمن بعد التزييف على نسبة موافقة بلغت 67.2 % مقابل 20 % معارض الفقرة ، وفي بعد الغموض حصلت الفقرة (التحليل والتفسير غير المنطقي والتعليق الخاطئ المقصود للأحداث) على الترتيب الأول بنسبة 60.5 لصالح موافق و 25.5 % محايد و 13.8 معارض ، فيما حصلت الفقرة (تسبب تغطيتها للأحداث في إرباك فهم الجمهور للحدث) على نسبة 38.3 لصالح الموافقة وبذلك احتلت الترتيب الثاني أما الفقرة (الافتقار إلى معلومات كافية لفهم معنى حدث) فقد حصلت على نسبة 54.4 % محايد مقابل 37.7 % معارض . أن نسبة الغموض تزداد حين تقع أحداث غير متوقعة وحين تقدم وسائل الإعلام معلومات غير متكاملة أو معلومات متضاربة بشأن هذه الأحداث ، في هذه الحالة يتولد الإحساس بالغموض لدى أعضاء الجمهور ، ويوصف الغموض ضمن التأثيرات المعرفية السلبية لوسائل الإعلام . أنظر الجدول (10)

جدول (10) يوضح تقييم عينة البحث لأداء القنوات الفضائية العراقية

معارض		محايد		موافق		العبارات	الرقم	الأبعاد
%	ت	%	ت	%	ت			
91.6	165	8.3	15	صفر	صفر	تمتاز بالموضوعية وعدم التحيز	-1	الحياد
92.7	167	7.2	13	صفر	صفر	تناول الآراء والتعليقات كافة	-2	
95.5	172	4.4	8	صفر	صفر	تمتاز تغطيتها للأحداث بالتوازن والتعددية	-3	
93.3	168	6.6	12	صفر	صفر	الدقة في نقل الألفاظ والتعبير والأحكام والأسماء	-1	الاكتمال
98.3	177	1.6	3	صفر	صفر	التنوع في عرض القصص الصحفية	-2	
89.4	161	10.5	19	صفر	صفر	نشر الحقائق سلبية كانت أم ايجابية	-3	
100	180	صفر	صفر	صفر	صفر	استقلالية القنوات عن الاهتمامات والمصالح الفئوية	-1	التبعية
100	180	صفر	صفر	صفر	صفر	استقلالية القنوات عن الأحزاب والمنظمات الأخرى	-2	
71.1	128	6.6	12	22.2	40	استقلالية القنوات عن الحكومة	-3	
5.5	10	2.7	5	91.6	165	يؤثر التمويل الخارجي في أساليب تغطيتها	-4	

						للأحداث		
5	9	5.5	10	89.4	161	تؤثر تبعية الفضائيات العراقية للأحزاب في أسلوب تغطيتها بشكل سلبي	-5	
92.2	166	7.7	14	صفر	صفر	تتصف بالأمانة وتراعي مسؤولياتها اتجاه المجتمع	-1	الأخلاقيات والمسؤولية الاجتماعية
93.8	169	6.1	11	صفر	صفر	الابتعاد عن القضايا التي تعمق الفرقة في المجتمع	-2	
91.1	164	8.8	16	صفر	صفر	الابتعاد عن الإثارة في عرض صور الضحايا والعناوين	-3	
98.8	178	1.1	2	صفر	صفر	التأكد من المصادر ومدى مصداقيتها	-4	
58.3	105	11.1	20	30.5	55	عدم استخدام ألفاظ السب والقذف	-5	
90.5	163	صفر	صفر	9.4	17	مراعاة اهتمامات الجمهور في المهجر وتلبية حاجاته	-1	التنوير
84.4	152	1.1	2	14.4	26	الفصل بين الآراء والتعليقات حول الأحداث	-2	
100	180	صفر	صفر	صفر	صفر	تقديم الحقائق والمعلومات حول الأحداث والقضايا التي	-3	

						تهم جمهور اللاجئين	
43.8	79	37.2	67	18.8	34	تجعل المشاهد أكثر وعيا وإدراكا لما يجري في وطنه الأم من خلال إمداد الجمهور بالمعلومات الصادقة أثناء الأزمات	-4
76.3	136	32.7	59	42.7	77	الوضوح سواء من حيث اللغة أو الأسلوب أو الأفكار	-5
20.5	37	12.2	22	67.2	121	تحريف المعلومات وإنقاصها	-1
46.6	84	3.3	6	50	90	قلب الحقائق	-2
75	135	7.7	14	17.2	31	التشويش على المعلومات	-3
49.4	89	2.7	5	47.7	86	الانتقائية في تغطية الأحداث	-4
1.6	3	48.8	88	52.7	95	التضخيم والتهويل في نقل الأحداث	-5
37.7	68	54.4	98	7.7	14	الافتقار إلى معلومات كافية لفهم معنى حدث	-1
23.8	43	37.7	68	38.3	69	تسبب تغطيتها للأحداث في إرباك فهم الجمهور للحدث	-2
13.8	25	25.5	46	60.5	109	التحليل والتفسير غير المنطقي والتعليق الخاطئ المقصود	-3

2-3- ما مقدار ثقة المبحوثين بالقنوات الفضائية العراقية كمصادر لاكتساب المعلومات والأخبار؟
 وتم حساب إجمالي الأوزان بالوسط المرجح بوصفه أدق المقاييس وخاصة قياس الثقة ، الذي يعطي الوزن الدقيق والنسبي لكل متغير في الترتيبات المرجحة ، وقد تباين الترتيب قليلاً بين مشاهدي الفضائيات العراقية من اللاجئين العراقيين في تركيا وحسب المتغيرات الديموغرافية حيث جاءت النتائج على النحو الآتي :
 أن المعدل العام لثقة عينة البحث بالقنوات الفضائية العراقية منخفض جدا ، حيث شكلت نتائج مستوى الثقة الكبيرة والمتوسطة لأفراد عينة البحث كافة صفرا % أما مستوى الثقة قليلا فجاء بنسب منخفضة ولبعض الفئات فيما سجلت نسب لا أثق ارتفاعا ملحوظا وللنات كافة حيث جاءت كالآتي :
 حسب الجنس : تكشف البيانات عن ارتفاع نسبة عدم الثقة بالقنوات الفضائية العراقية لدى الذكور حيث يبلغ المؤشر العام لعدم الثقة في القنوات الفضائية 50 نقطة بين الذكور ، بزيادة ثماني نقاط عن الإناث ، وبنسبة ترجيحية 12.7 % للذكور و 10.09 % للإناث وهذا يدل على وجود تفاوت بسيط في نسبة عدم ثقة الجمهور العراقي في تركيا من حيث الجنس .
 حسب العمر : ترتفع نسبة عدم الثقة لدى الأفراد فئة العمر من 18 إلى أقل من 30 سنة بنسبة 39.4 % وبنسبة ترجيحية 9.6 % أما الأفراد فئة العمر من 30 إلى أقل من 40 سنة و من 40 إلى أقل من 50 سنة فهناك تقارب في نسب عدم الثقة حيث بلغت النسبة 5.5 % لكل منهما وبنسب ترجيحية بلغت 6.3 %
 حسب التعليم : تنخفض مستوى الثقة بالقنوات الفضائية العراقية بين الحاصلين على التعليم الابتدائي حيث ذكر جميع أفراد هذه الفئة أنهم لا يتقون بالقنوات الفضائية العراقية بمجموع أوزان 5 بنسبة ترجيحية 0.3 % فيما لوحظ من إجابات العينة تشابه نسبة نتائج الثقة بالنسبة لأفراد من أصحاب التعليم الجامعي والدراسات العليا جاءت نسبة أثق قليلا 6.6 % ولا أثق 43.3 % للجامعي و 12.7 % والدراسات العليا مع ملاحظة الفارق في عدد المبحوثين من كل فئة حسب سنوات الإقامة : تشير بيانات الجدول إلى انه كلما تزداد سنوات الإقامة ترتفع نسبة من يتقون قليلا بين الفئة من 3- أقل من 6 سنوات بلغت 10 % والفئة من 10- أقل من 15 سنة بلغت 4.4 % فيما ذكر أفراد الفئة أكثر من 15 سنة جميعا أنهم يتقون قليلا بالقنوات الفضائية العراقية حيث شكلت نسبتهم 3.3 % بمجموع تكرارهم البالغ 6 من أفراد عينة البحث .

حسب الحالة الاجتماعية : أوضحت بيانات الجدول ارتفاع نسبة عدم الثقة بين العزاب حيث بلغت 31.6 % وتلها فئة المتزوجين بنسبة 13.8 فيما بلغت فئة الأرمل بالترتيب الثالث بنسبة 8.8 % أما الفئة مطلق فجاءت بالترتيب الرابع بنسبة 3.3 % . أنظر الجدول (11)

الجدول (11) يوضح مستويات ثقة عينة البحث بالقنوات الفضائية العراقية حسب المتغيرات الديموغرافية

النسبة %	الوسط المرجح	مجموع الأوزان	لا أتق بها		أتق بدرجة قليلة		أتق بدرجة متوسطة		أتق بدرجة كبيرة		التفاصيل	النوع
			%	ت	%	ت	%	ت	%	ت		
12.7	16.5	165	27.7	50	19.4	35	8.3	15	صفر	صفر	1 ذكور	-
10.09	13.1	131	23.3	42	13.8	25	7.2	13	صفر	صفر	2 إناث	-
9.6	12.5	125	39.4	71	5	9	6.6	12	صفر	صفر	1 من 18 إلى أقل من 30 سنة	-
6.3	8.3	83	5.5	10	17.7	32	1.6	3	صفر	صفر	2 من 30 إلى أقل من 40 سنة	-
0.5	6.7	67	5.5	10	11.6	21	2.7	5	صفر	صفر	3 من 40 إلى أقل من 50 سنة	-

1.2	0.6	6	1.1	2	1.1	2	صفر	صفر	صفر	صفر	من 50 سنة فأكثر	4	
							صفر	صفر	صفر	صفر	ابتدائي	1	التعليم
0.3	0.5	5	2.7	5	صفر	صفر	صفر	صفر	صفر	صفر	ثانوي	2	
4.5	5.9	59	22.7	41	5	9	صفر	صفر	صفر	صفر	جامعي	3	
7.8	10.2	102	43.3	78	6.6	1	صفر	صفر	صفر	صفر	دراسات عليا	4	
3.6	4.7	47	12.7	23	5.5	1	صفر	صفر	صفر	صفر	أقل من عام	1	
0.8	1.1	11	0.5	1	2.7	5	صفر	صفر	صفر	صفر	من عام- أقل من 3 سنوات	2	سنوات الإقامة
0.7	1	10	3.8	7	1.6	3	صفر	صفر	صفر	صفر	من 3- أقل من 6 سنوات	3	
11.5	15	150	36.6	66	10	1	8.8	16	صفر	صفر	من 6- أقل من 10 سنوات	4	
3.5	4.6	46	22.2	40	1.6	3	صفر	صفر	صفر	صفر	من 3- أقل من 6 سنوات	3	

إذ أشار إلى ذلك 167 من أفراد العينة وبنسبة 92.7 % ، ويليها (عدم استقلالية القنوات الفضائية وتبعيتها الأحزاب والمنظمات أو جهات خارجية الأخرى) ، إذ أشار إلى ذلك ما نسبته 91.6 % من أفراد العينة ويمكن ترتيب الفقرات كما جاءت في إجابات أفراد العينة على النحو الآتي: عدم الاعتقاد بصحة ما ينشره أو يبيث 88.8

الخطاب إعلامي عراقي غارق في تبعية الحزب و الكتلة و المذهب و الطائفة 87.7 %
عدم استقلالية المحررين الذين قد يكونون خاضعين لتأثير انتمائهم للأحزاب 87.7
لا يوجد خطاب إعلامي عراقي موحد متناعم منسجم مع الذات العراقية بشكل عام واللاجئين بشكل خاص
81.1 % ، الخطاب الإعلامي لهذه الفضائيات يذكي الصراع السياسي الملتهب على الساحة العراقية 80.5 %
، فقدت القنوات الفضائية العراقية الفرصة لتكون بمثابة المراقب على السلطة السياسية 75 % ، عدم تمكنها من نقل الصورة الحية والمجسدة لمعاناة الشعب العراقي 42.7 % ، لم تستطع الارتقاء بمستوى ارتباطنا وتواصلنا مع الوطن 42.7 % ، غياب الدقة والمعالجة الموضوعية والمتزنة للأحداث 13.8 % ، والمبالغة الواضحة في عرض القضايا والأحداث 11.1 % ، لا تساعدهم في التواصل مع المسؤولين داخل العراق صفرا % ، لا تهتم بالقيم التي تحث على الولاء للوطن صفرا % . وجاءت نتائج من يقف على الحياد مع العبارات المحددة ضمن أسباب عدم ثقة الجمهور العراقي من اللاجئين في تركيا بالترتيب الآتي : عدم تمكنها من نقل الصورة الحية والمجسدة لمعاناة الشعب العراقي 36.1 % ، وفقدت القنوات الفضائية العراقية الفرصة لتكون بمثابة المراقب على السلطة السياسية 11.1 % ،

عدم تمكنها من نقل واقع حياة المغترب العراقي 7.2 % ، عدم استقلالية المحررين الذين قد يكونون خاضعين لتأثير أيديولوجية انتمائهم للأحزاب 6.6 % ، فيما تراوحت نسبة باقي العبارات بين 1.1 % والصفير % . وجاءت نتائج من يعارض العبارات المحددة ضمن أسباب عدم ثقة الجمهور العراقي من اللاجئين في تركيا بشكل منخفض حيث حصلت العبارة (الخطاب الإعلامي لهذه الفضائيات يذكي الصراع السياسي الملتهب على الساحة العراقية) على أكبر نسبة بلغت 4.4 % وتراوحت باقي العبارات بين النسب 3 والصفير % . فيما ارتفعت نسبة من لا رأي له للعبارات التالية : لا تتمتع بحرية كاملة في طرح الموضوعات والآراء 100 % ، لا تهتم بالقيم التي تحث على الولاء للوطن 99.4 % ، لا تساعدهم في التواصل مع المسؤولين داخل العراق 90 % ، والمبالغة الواضحة في عرض القضايا والأحداث 86.6 % ، لم تستطع الارتقاء بمستوى ارتباطنا وتواصلنا مع الوطن 55 % .

حسب ما جاء في النتائج أعلاه أن كل فضائية عراقية أصبحت ذراعاً إعلامية لكيان أو حزب سياسي ووسيلة لتأكيد حضورها والدور المناط بها اتجاه مالكيها ، فالقناة (العراقية) على سبيل المثال والتي حصلت على

أعلى نسبة مشاهدة وفق ما جاء بنتائج بحثنا والدراسات السابقة ، تتأرجح بين خطاب الحكومة العام وخطاب الأحزاب التي تتكون منها الحكومة ، علماً أن منصب المدير العام فيها يخضع للمحاصصة لا للتخصص و التحصيل الإعلامي الأكاديمي لذا نرى برامجها تتبع ولاءات مديرها العام وللأساسة أو للكتلة أو الحزب أو المذهب الذي ينتمي له وربما لجهات خارجية لذلك يغلب على برامجها طابع الحياد تجاه الوطن في أحيان كثيرة أو التجاهل أو السكوت عما يجري بالبلد ، هذه الصورة تنعكس على اغلب القنوات العراقية .. وبالنتيجة نرصد انعدام الثقة بهذا الخطاب لأنه بعيد عن الوطن و المواطن يتعايش على الفتن و الطائفية و غارق في تبعية الحزب و الكتلة و المذهب و الطائفة وهذا ما أدى إلى قطع جسور الثقة والتواصل بين الجمهور العراقي في المهجر والقنوات الفضائية العراقية . أنظر الجدول (12)

جدول (12) يوضح أسباب عدم ثقة عينة البحث بالقنوات الفضائية العراقية

الموقف		موافق		محايد		معارض		لا رأي لي	
الأسباب		ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
فقدت القنوات الفضائية العراقية الفرصة لتكون بمثابة المراقب على السلطة السياسية		135	75	20	11.1	صفر	صفر	25	13.8
عدم استقلالية المحررين الذين قد يكونون خاضعين لتأثير أيديولوجية انتمائهم للأحزاب		158	87.7	12	6.6	صفر	صفر	10	5.5
عدم تمكنها من نقل واقع حياة المغترب العراقي		167	92.7	13	7.2	صفر	صفر	صفر	صفر
عدم تمكنها من نقل الصورة الحية والمجسدة لمعاناة الشعب العراقي		77	42.7	65	36.1	4	2.2	34	18.8
غياب الدقة والمعالجة		25	13.8	5	2.7	6	3.3	144	80

								الموضوعية والمرتزة للأحداث
13.8	25	4.4	8	1.1	2	80.5	145	الخطاب الإعلامي لهذه الفضائيات يذكي الصراع السياسي الملتهب على الساحة العراقية
13.8	25	3.8	7	1.1	2	81.1	146	لا يوجد خطاب إعلامي عراقي موحد متناغم منسجم مع الذات العراقية بشكل عام واللاجئين بشكل خاص
10.5	19	1.6	3	صفر	صفر	87.7	158	الخطاب إعلامي عراقي غارق في تبعية الحزب و الكتلة و المذهب و الطائفة
86.6	156	1.1	2	1.1	2	11.1	20	والمبالغة الواضحة في عرض القضايا والأحداث
55	99	2.2	4	صفر	صفر	42.7	77	لم تستطع الارتقاء بمستوى ارتباطنا وتواصلنا مع الوطن
8.8	16	2.2	4	صفر	صفر	88.8	160	عدم الاعتقاد بصحة ما ينشره أو يبث
7.2	13	1.1	2	صفر	صفر	91.6	165	عدم استقلالية القنوات الفضائية وتبعيتها الأحزاب والمنظمات أو جهات خارجية الأخرى
90	162	صفر	صفر	صفر	صفر	صفر	صفر	لا تساعدهم في التواصل مع المسؤولين في

								العراق
99.4	179	صفر	صفر	0.5	1	صفر	صفر	لا تهتم بالقيم التي تحت على الولاء للوطن
100	180	صفر	صفر	صفر	صفر	صفر	صفر	لا تتمتع بحرية كاملة في طرح الموضوعات والآراء

3-4- ما تأثير اعتماد عينة البحث على القنوات الفضائية العراقية ؟ تم إعطاء أوزاناً ترجيحية للجمل بحيث يكون الخيار الأول $4 \times$ ، والثاني $3 \times$ الثالث $2 \times$ والرابع $1 \times$ للوصول إلى إجمالي الوزن المرجح لكل جملة ولمعرفة رتب التأثيرات .

توضح بيانات الجدول (13) ترتيب عينة البحث للتأثيرات المحتملة نتيجة الاعتماد على القنوات الفضائية العراقية . وحسب نظرية الاعتماد فقد تم تبويب التأثيرات إلى (معرفية، وجدانية ، وسلوكية) وعلى وفق إجابات عينة البحث فقد احتلت التأثيرات العاطفية أو الوجدانية المرتبة الأولى، مما يؤكد أن المبحوثين تدفعهم أسباباً ودوافع وجدانية لمشاهدة الفضائيات العراقية ، فقد احتلت الترتيبات الثلاثة الأولى ، حيث جاء (الحنين إلى الوطن والأهل) في الترتيب الأول بوزن مرجح بلغ 694 ، تليه الفقرة (تكرس حالة التوتر والحزن من خلال عرض صور ضحايا الإرهاب والدمار) بوزن 658 وجاءت الفقرة (تؤثر القنوات على معنويات المشاهدين وتولد حالة الاغتراب) بالترتيب الثالث وبوزن بلغ 632 . وتدلل هذه النتائج إلى إن الحنين إلى الوطن والأهل والتاريخ دفع الجمهور العراقي في المهجر إلى البحث عن القنوات التي تشبع شوقه إلى ما تركه خلفه عندما أجبرته الظروف القسرية أو الاختيارية على البحث عن ملاذ بعيد عن الوطن، وحيث أن القنوات الأجنبية في البلد الذي هو فيه لا تشبع حاجته الوجدانية ، فيلجئ إلى الأقمار التي تتدفق عبرها الفضائيات العراقية ، والتي صاروا ينظرون إليها نظرة انتقائية حسب ما توفره كل قناة من إشباع لما يريد أن يراه أو أن يطلع عليه أو يرغب في متابعته. ويلاحظ من نتائج البحث أن القنوات تؤثر على معنويات المشاهدين وتولد حالة الاغتراب لدى الفرد يزداد هذا التأثير حين لا يجد المشاهد معلومات تعبر عن ذاته وثقافته وانتماءاته العرقية والدينية والسياسية لذلك يتولد شعور بالإحباط والإحساس بأن هذه القنوات لا تمثل الجمهور العراقي في الخارج . أما التأثيرات السلوكية فقد جاءت بالترتيب الرابع للفقرة (تولد إرباك لفهم الجمهور للحدث) بوزن مرجح بلغ 344 فيما حصلت التأثيرات المعرفية على المرتبة الخامسة للفقرة (لا

تساهم في فهم الأزمات وتفاصيل ما يجري داخل العراق) بوزن مرجح بلغ 270 . ويعود سبب هذا التراجع في التأثيرات المعرفية إلى ؛ الإحساس بعدم الفهم والإرباك والغموض حين تقدم القنوات الفضائية العراقية المعلومات بشأن الأحداث الجارية فتكون غير متكاملة أو معلومات متضاربة فيحدث الغموض نتيجة نقص المعلومات أو عدم كفايتها لفهم معاني الأحداث أو تحديد التفسيرات الممكنة والصحيحة لها ، فالجمهور العراقي في المهجر غالبا ما يفتقر إلى المعلومات الكافية لفهم طبيعة الأحداث وخلفياتها ، أو تقديم التفسير الصحيح من بين تفسيرات عديدة تقدمها القنوات الفضائية الأخرى . وتبين من نتائج البحث عدم وجود علاقة بين نسبة مشاهدة عينة البحث للقنوات الفضائية العراقية وبين ثقة العينة بهذه القنوات وتعزى هذه النتائج إلى أن معظم عينة البحث لا تشاهد القنوات الفضائية العراقية للحصول على معلومات يمكن الوثوق بها ، بل أصبحوا يتوجهون إليها بهدف معرفة أحوال البلد وأنها تربطهم بالوطن من ناحية اللغة والمكان (صور الأماكن) والناس أي بدافع الحنين للوطن الأم . أنظر جدول (13)

جدول (13) يوضح تأثير اعتماد عينة البحث على القنوات الفضائيات العراقية

الدرجة التأثير	غالبا	أحيانا	نادرا	لا تأثير	الإجمالي المرجح	الترتيب
التأثير المعرفي						
لا تساهم في فهم الأزمات وتفاصيل ما يجري داخل العراق	25	5	5	145	270	5
تقديم الحقائق والمعلومات حول الأحداث والقضايا التي	صفر	1	1	178	180	8

						تهم جمهور اللاجئين
6	195	172	2	5	1	إشباع فضولي المعرفي عن تداعيات الأحداث والقضايا الجارية في العراق والمنطقة العربية
التأثير الوجداني						
1	694	3	4	9	164	الحنين إلى الوطن والأهل
2	658	13	6	11	150	تكرس حالة التوتر والحزن من خلال عرض صور ضحايا الإرهاب والدمار

3	632	25	3	7	145	تؤثر القنوات على معنويات المشاهدين وتولد حالة الاغتراب
التأثير السلوكي						
8	180	180	صفر	صفر	صفر	تجعلني أمتلك اتجاهات عدائية في تعامل مع العراقيين من الطوائف الأخرى
7	190	170	صفر	10	صفر	تجعلني أكثر وعيا وإدراكا بضرورة العودة إلى الوطن
4	344	120	1	14	45	تولد إرباك لفهم الجمهور للحدث

الخاتمة

أولاً : النتائج العامة

نتائج المطلب الأول : معرفة الأنماط العامة لاستخدام الفضائيات العراقية من قبل الجمهور العراقي في المهجر .

• أن مستوى المشاهدة اليومية للقنوات الفضائية العراقية متوسط ، حيث بلغت نسبة الذين يقضون ساعة إلى اقل من 3 ساعات (تعرض متوسط) 24.5% من الذكور مقابل 13.9% من الإناث ، ويعزى ذلك إلى وجود المنافسة الشديدة من قبل الوسائل الإعلامية الالكترونية أو قنوات الفضائية أخرى. 2 - أوضحت نتائج البحث أن النسبة الأكبر من الجمهور العراقي مازال يحافظ على نمط المشاهدة الجماعية .

نتائج المطلب الثاني : معرفة مصادر المعلومات والأخبار التي يعتمد عليها الجمهور العراقي في المهجر .

• حلت القنوات الفضائية بالمرتبة الأولى بنسبة 60 % ، وجاءت مواقع التواصل الاجتماعي بالمرتبة الثانية بنسبة 20.5 % ، وتتفق هذه النتائج مع كثير من الدراسات والبحوث التي تدل على رغبة اللاجئين العراقيين في تركيا للعودة الرمزية إلى الوطن الأم المتمثلة بالرغبة في الاطلاع اليومي على المتغيرات وتطورات الأحداث في ارض الوطن مما يحقق التواصل الدائم معه. 2-كشفت نتائج البحث عن تفوقاً كبيراً لقناة العراقية على بقية القنوات الفضائية في درجة اعتماد الجمهور العراقي في تركيا عليها وبنسبة ترجيحية 10.5% . 2-ارتفاع نسبة تفضيل المبحوثين للنشرات الإخبارية إذ احتلت المرتبة الأولى وجاءت البرامج الرياضية بالمرتبة الثانية ، تدل هذه النتائج إلى أهمية الوظيفة الإخبارية التي تقوم بها هذه القنوات والتي يرى المبحوثين وفق تفضيلاتهم أنها تمثل الوظيفة الرئيسية لربط الجمهور العراقي في المهجر بالوطن الأم .

نتائج المطلب الثالث : رصد مستويات ثقة عينة البحث في الفضائيات العراقية .

• أوضحت نتائج البحث أن القنوات العراقية لا تلبي حاجات الجمهور في المهجر ولا تراعي اهتماماته، بحسب تقييم عينة البحث لأداء هذه القنوات حيث حصلت الفقرة (تقديم الحقائق والمعلومات حول الأحداث والقضايا التي تهتم جمهور اللاجئين) على نسبة معارضة 100% ، فيما حصلت الفقرة (تحريف المعلومات وإنقاصها) ضمن بعد التزييف على نسبة موافقة بلغت 67.2 % .

• أن المعدل العام لثقة عينة البحث بالقنوات الفضائية العراقية منخفض جداً ، حيث شكلت نتائج مستوى الثقة الكبيرة والمتوسطة لأفراد عينة البحث كافة صفراً % أما مستوى الثقة قليلاً فجاء بنسب منخفضة ولبعض الفئات فيما سجلت نسب لا أثق فيها ارتفاعاً ملحوظاً وللغئات كافة .

● أوضحت نتائج البحث ، أن أسباب عدم الثقة بالقنوات الفضائية العراقية يعود الى : (عدم تمكنها من نقل واقع حياة المغترب العراقي) حصلت على المرتبة الأولى ، ويليهما (عدم استقلالية القنوات الفضائية وتبعيتها الأحزاب والمنظمات أو جهات خارجية الأخرى) ، وحسب ما جاء في النتائج أن كل فضائية عراقية أصبحت ذراعاً إعلامية لكيان أو حزب سياسي ووسيلته لتأكد حضورها والدور المناط بها اتجاه مالكاها .

● وكشفت النتائج عن للتأثيرات المحتملة نتيجة الاعتماد عينة البحث على القنوات الفضائية العراقية وحسب نظرية الاعتماد فقد تم تبويب التأثيرات إلى (معرفية، وجدانية ، وسلوكية) وعلى وفق ما جاء بإجابات عينة البحث فقد احتلت التأثيرات العاطفية أو الوجدانية المرتبة الأولى ، مما يؤكد أن المبحوثين تدفعهم أسباباً ودوافع وجدانية لمشاهدة الفضائيات العراقية ، فقد احتلت الترتيبات الثلاثة الأولى ، وتعزى هذه النتائج إلى إن الحنين إلى الوطن والأهل دفع الجمهور العراقي في المهجر إلى البحث عن القنوات التي تشبع شوقه إلى ما تركه خلفه عندما أجبرته الظروف القسرية أو الاختيارية على البحث عن ملاذ بعيد عن الوطن، وحيث أن القنوات الأجنبية في البلد الذي هو فيه لا تشبع حاجته الوجدانية ، فيلجئ إلى الأقمار التي تتدفق عبرها الفضائيات العراقية ، فيما حصلت التأثيرات المعرفية على المرتبة الخامس ، ويعود سبب هذا التراجع في التأثيرات المعرفية إلى ؛ الإحساس بعدم الفهم والإرباك والغموض حين تقدم القنوات الفضائية العراقية المعلومات بشأن الأحداث الجارية فتكون غير متكاملة أو معلومات متضاربة فيحدث الغموض نتيجة نقص المعلومات أو عدم كفايتها لفهم معاني الأحداث أو تحديد التفسيرات الممكنة والصحيحة لها ، فالجمهور العراقي في المهجر غالبا ما يفتقر إلى المعلومات الكافية لفهم طبيعة الأحداث وخلفياتها ، أو تقديم التفسير الصحيح من بين تفسيرات عديدة تقدمها القنوات الفضائية الأخرى .

التوصيات :

تأسيسا على ما خرج به البحث من نتائج يمكن صياغة عدد من التوصيات ومنها :

1- ضرورة اهتمام القائمين على الاتصال بزيادة فاعلية القنوات الفضائية العراقية ، وتوسيع انتشار الرسالة الاعلامية من خلال الافادة من الامكانات والكفاءات العراقية المتمثلة بالخبرات الأكاديمية المتخصصة في مجال الاعلام ، لتطوير البرامج مع الحرص على أن تكون هذه البرامج مواكبة الاهتمامات اللاجئين العراقيين .

- 2- تعزيز محتوى البرامج الاخبارية بمصادر المعلومات الخاصة لجعل من القناة مصدراً لاستقاء أهم واخر الاخبار الوطنية ، ويمكن إن تؤدي وزارة الخارجية دوراً بارزاً في دعم تعزيز هذه البرامج من خلال تزويدها بالتصريحات أو القرارات التي تتعلق بأوضاع العراقيين المغتربين في الخارج، وبذلك تحقق مبدأ الاختيار الافضل والذي ينسجم مع اهتمامات جمهورها.
- 3- الحرص الدائم على إن يكون مضمون البرامج في القنوات الفضائية العراقية نابعاً من معايشة واقعية لحياة المغترب العراقي ، ومعبرا عن اماله وتشبع احتياجاته، ويتم ذلك من خلال اجراء الدراسات الميدانية لدراسة احتياجات الجمهور في المهجر اهتماماته وما يفضله من البرامج .
- 4- تطوير البرامج الحوارية والاستمرار في تقويمها وايجاد الصيغ الكفيلة لاعداد المحاور الجيد الذي تتوفر فيه السمات التقديم والتعليق اليومي على الأحداث العالمية الذي يمثل وجهة نظر العراق من القضايا العالمية ومستجداتها، ليسهم في تكوين رأي عام مساند للقضايا الوطنية والقومية لدى الجمهور خارج العراق .
- 5- ان الجمهور العراقي في المهجر ووفقا لنتائج البحث غالبا ما يفتقر إلى المعلومات الكافية لفهم طبيعة الأحداث وخلفياتها ، لذا يتطلب من القنوات الفضائية العراقية وتقديم الحقائق والمعلومات حول الأحداث والقضايا وتقديم التفسير الصحيح بشأن الأحداث الجارية لازالة الغموض والارباك الذي يحدث لعدم كفاية المعلومات لفهم معاني الأحداث أو تحديد التفسيرات الممكنة والصحيحة لها ، من بين تفسيرات عديدة تقدمها القنوات الفضائية الأخرى .
- 6- التأكيد على ضرورة التزام القنوات العراقية بعرض الرأي الاخر في اطار من الموضوعية، وتقديم الرؤية العراقية المتكاملة في مختلف المجالات وفتح قنوات الحوار الدائم مع الجمهور . لإتاحة فرصة التفاعل وتبادل للآراء ووجهات النظر كافة مما يسهم في تعزيز ثقة الجمهور بتلك القنوات.

هوامش البحث

- 1- احمد غالي، أصول المنهجية الأكاديمية ، مصر، دار المحروسة، 2001 ، ص157- 158
- 2- عزة عبد العزيز ، مصداقية الإعلام العربي (المفاهيم - والمعايير) ط1 ، القاهرة : العربي للنشر والتوزيع ، 2006 ، ص7
- 3- احمد غالي ، مصدر سابق ، ص155
- 4- أريج محمد فخر الدين ، مصداقية الإعلان التلفزيوني في الفضائيات العربية وعلاقته بالاتجاهات الشرائية ، رسالة ماجستير ، جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، 2016 ، ص6 .

- 5- مورييس أنجرس ، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية ، الجزائر: دار القصبه للنشر ، 2004 ، ص221 ،
- 6- رعد جاسم الكعبي ، ثقة الجمهور بمضامين الفضائيات خلال الأزمات / دراسة ميدانية في بغداد بعد احتلال الموصل ، مجلة الباحث الإعلامي ، العدد 27 ، 2015 .
- 7- محمد عبيد الربيعي ، عادات التلقي لدى المهاجرين العرب للقنوات الفضائية العربية ، رسالة دكتوراه ، كلية الآداب والتربية. الأكاديمية العربية المفتوحة ، الدنمارك ، 2011.
- 8- محمد هلال محمد السيد ، دور القنوات الفضائية في إمداد الجاليات العربية في مصر بالمعلومات السياسية - رسالة دكتوراه جامعة القاهرة: ، كلية الإعلام ، قسم الإذاعة والتلفزيون جامعة القاهرة، 2007.
- 9- David Tewksbury, Jakob Jensen, & Kevin Coe, Video News Releases and the Public: The Impact of Source Labeling on the Perceived Credibility of Television News, Journal of Communication, 61, International Communication Association, (2011) 328–348.
- 10- Kjerstin Thorson, Emily Vraga & Brian Ekdalem, Credibility in Context: How Uncivil Online Commentary Affects News Credibility, Journal Mass Communication and Society Volume 13, 2010, Pages 289-313, Published online: 02 Jun 2010, <https://doi.org>
- 11- ميليفين ل ديفلير، وساندرا بول روكيتش، نظريات وسائل الإعلام. ترجمة كمال عبد الرؤوف، القاهرة، الدار الدولية للنشر والتوزيع ، 1993 ، ص414.
- 12- محمد عبد الحميد ، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير ، القاهرة : عالم الكتب ، 1997 ، ص361
- 13- أ.د. إقبال المؤمن ، تقاطع الخطاب الإعلامي العراقي – المشكلة أم الحل :
- <http://www.alnoor.se/article.asp>