



*Corresponding author:

**Assistant Prof: Muthanna
Muhammad Faihan Al-
Ghanimi**

Ministry of Higher Education
and Scientific Research
Directorate of Media
& government communication
Email:
muthanareport@yahoo.com

Keywords:

Religious Discourse, Iraqi
Television, Attitudes, Youth,
Popular Mobilization Forces

ARTICLE INFO

Article history:

Received 28 Sept 2023
Accepted 16 Oct 2023
Available online 1 Jan 2024



**The Role of Religious Discourse On Iraqi Satellite
Channels in Shaping Youth Attitudes Towards Public
Mobilization Forces (PMF)**

A B S T R A C T

This research aims to ascertain the formation of attitudes among Iraqi youth towards the Popular Mobilization Forces (PMF) by analyzing the role of religious discourse on Iraqi television and its influence on the youth (research sample). This inquiry led to the central research question: What role does religious discourse on Iraqi television play in shaping the attitudes of Iraqi youth towards the PMF? Additionally, it establishes hypotheses derived from priority theory. This research employs a descriptive approach and relies on survey methodology, targeting a sample of 420 participants aged 18 to 30. The sample is evenly distributed across three Iraqi provinces: Baghdad, Basra, and Nineveh, with 140 participants in each province. Before using them for measurement, the researcher conducted validity and reliability tests on the research instruments, which include a questionnaire and a pentad scale. The findings include: Significant differences in patterns of exposure to Iraqi television channels were observed among Iraqi youth in various provinces (research community). Iraqia News Channel ranked first, and Afaq Channel ranked second as the preferred channels among Iraqi youth for following PMF-related topics through their religious discourse. The confidence of Iraqi youth in religious discourse on Iraqi television significantly influences their positive attitudes towards the PMF, as indicated by the (Kappa squared) test. Iraqi youth's responses consistently reflect their agreement on the approaches of religious discourse regarding PMF topics on Iraqi channels, with arithmetic mean values higher than the standard deviations. The research hypotheses and correlational relationships were validated through the T-Test.

© 2024 LARK, College of Art, Wasit University

DOI: <https://doi.org/10.31185/lark.Vol1.Iss52.3310>

دور الخطاب الديني في الفضائيات العراقية بتشكيل اتجاهات الشباب إزاء الحشد الشعبي

أ.م.د/ مثنى محمد فيحان الغانمي/ وزارة التعليم العالي والبحث العلمي/ دائرة الإعلام والاتصال الحكومي

المستخلص:

يرمي هذا البحث الى تحديد طبيعة الاتجاهات المتشكلة لدى الشباب العراقي نحو الحشد الشعبي، استنادا الى دور الخطاب الديني في الفضائيات العراقية وتأثيراته على الشباب (عينة البحث)، ما حدا بالباحث الى صياغة مشكلة بحثه بتساؤل رئيس هو ما طبيعة الدور الذي يمارسه الخطاب الديني في الفضائيات العراقية بتشكيل اتجاهات الشباب العراقي إزاء الحشد الشعبي؟ إضافة الى وضع فروض مستنبطة من نظرية ترتيب الأولويات.

كما يعد هذا البحث وصفا معتمدا على المنهج المسحي من خلال مسح جمهور الشباب الذين حددوا بالفئة العمرية (18-30 سنة)، وقد بلغت عينة البحث ب(420) مبحوثا، توزعوا بالتساوي على ثلاث محافظات هي (بغداد، البصرة، نينوى) بواقع (140) مبحوثا لكل محافظة، وطبق الباحث اختبارا الصدق والثبات على أدوات البحث قبل اعتمادها في القياس، ومن ثم نالت الأدوات تلك الدرجات التي تؤهلها لقياس الظاهرة المدروسة بدلالة معاملات الارتباط، والأدوات هي الاستبانة والمقياس الخماسي، وانتهى البحث الى مجموعة من النتائج هي:

وجود فروق دالة في أنماط التعرض للفضائيات العراقية بين الشباب العراقي في المحافظات العراقية (مجتمع البحث)، كما جاءت قناة العراقية الاخبارية بالمرتبة الأولى وقناة آفاق بالمرتبة الثانية كقنوات مفضلة لدى الشباب العراقي لمتابعة موضوعات الحشد الشعبي عبر خطابها الديني، وتأشير ثقة الشباب العراقي بالخطاب الديني في الفضائيات العراقية بدلالة اختبار (كا²) وانعكاسها على تشكيل الاتجاه الإيجابي لديهم نحو الحشد الشعبي، وتجانس إجابات الشباب العراقي بشأن اتفاق الشباب العراقي على معالجات الخطاب الديني لموضوعات الحشد الشعبي في القنوات العراقية، بدلالة تسجيل المتوسطات الحسابية قيما اعلى من الانحرافات المعيارية، وتحقق الفروض والعلاقات الارتباطية بدلالة اختبار (T-Test).

الكلمات المفتاحية: الخطاب الديني، الفضائيات العراقية، الاتجاهات، الشباب، الحشد الشعبي.

المقدمة:

تستعرض الفضائيات العراقية انماطا من الخطابات المقصودة والمتعددة بتعدد الموضوعات التي تعالجها بالنشرات الإخبارية والبرامج بما يتواءم وطبيعة سياساتها التحريرية والايديولوجية، وليس ببعيد عن الخطاب

الديني وخصوصيته في القنوات التلفزيونية، واستمراج آليات إنتاجه بنظريات التأثير الإعلامية بشكل عام ونظرية ترتيب الأولويات (وضع الاجندة) بشكل خاص (نظرية البحث)، وما تفرضه من ايلاءات دون أخرى على صعيد التناول والمعالجة في الموضوع أو الخبر الواحد، فاكتسب الخطاب الديني أهمية كبيرة في التأثير وإقناع الجمهور بمبررات وبراهين منتجيه وإحداث التغيير في الاتجاه على مستوى الفهم والشعور والسلوك نحو الموضوعات المطروحة في الخطاب، وينطبق ذلك على موضوعات الحشد الشعبي والمسعى الرامي الى تشكيل اتجاهات للشباب نحوها وفق استراتيجية الدور المرسوم للخطاب الديني في القنوات العراقية التي أصبحت فضاءً للمغالبة الخطابية والدعائية والدعوية، ما وضع الخطاب الديني في القنوات الفضائية العراقية موضع التحدي للتأثير في الشباب بالمجتمع العراقي، وتشكيل التصورات والاعتقادات إزاء الحشد الشعبي، وما يتعلق منها بطبيعة الحالة النفسية والقابلية في تبني الأفكار لدى الشباب من الجانب السيكولوجي، وتعدد الفروق المذهبية والعرقية والدينية للمجتمع العراقي من الجانب الاجتماعي.

أولاً: الإطار المنهجي:

1. مشكلة البحث وتساؤلاتها:

شغلت موضوعات الحشد الشعبي أولوية اخبارية في الفضائيات العراقية منذ اعلان فتوى (الجهاد الكفائي) (*) للمرجع الديني السيد علي الحسيني السيستاني، بحزيران من العام 2014، حتى غدت ذات مكانة مائزة في جداول البث اليومي لانساق النشاطات الإعلامية في الفضائيات تلك، فامتلك الخطاب التلفزيوني الذي يتناول أخبار الحشد بُعداً دينياً نتيجة الفتوى الدينية ومعالجتها طبقاً لحدود الاجندات الاخبارية للفضائيات العراقية، ومن ثم صار الحشد الشعبي محل إختلاف في التفسير والوصف باعتماد أحكام ومعايير مزدوجة في تناول موضوعات الحشد الشعبي بالخطاب الديني للفضائيات العراقية وبأساليب تتسق والتعددية الحزبية والمذهبية والإعلامية والسياسية في العراق، الامر الذي دفع الباحث الى التخمين والافتراض بأن هناك اتجاهات واعتقادات غير دقيقة ومحددة لدى الشباب العراقي عن الحشد الشعبي نتيجة التعرض للخطاب الديني في الفضائيات العراقية، فجاء هذا البحث لضبط وتقييم حقيقة الاتجاهات تلك، عن طريق الاختبار والقياس، لذا

(*) (فتوى الجهاد الكفائي): فتوى دينية أطلقتها المرجعية الدينية في النجف الاشرف بالعراق متمثلة بالمرجع الديني آية الله العظمى السيد علي السيستاني، بتاريخ 2014/6/13 لمجابهة التنظيمات الإرهابية (داعش) بعد احتلالها مدينة الموصل وتمدها الى مدن أخرى، وما صاحبها من انهيار للقوات الأمنية، والجهاد الكفائي: هو الجهاد الذي يأتي في إطار الدفاع عن النفس والعرض والمال والدين والوطن، ويتحقق في حال قيام بعض افراد الامة بهذا الجهاد ويسقط عن البقية، أنظر الى: فراس عبد الكريم محمد. (2020). دور المرجعية في حفظ وترشيد العملية السياسية في العراق بعد عام 2003. مجلة قضايا سياسية. العدد 62. السنة الثانية عشر: كلية العلوم السياسية. جامعة النهرين. ص157

حدد الباحث مشكلة بحثه بالتساؤل: ما طبيعة الدور الذي يمارسه الخطاب الديني في الفضاءات العراقية بتشكيل اتجاهات الشباب العراقي إزاء الحشد الشعبي؟ وتفرع عنه تساؤلات عدة هي:

1. ما فروق مديات وانماط تعرض الشباب العراقي للفضائيات العراقية؟
2. ما مبررات تفضيل الشباب العراقي للفضائيات العراقية؟
3. ما دلالة متابعة الشباب العراقي موضوعات الحشد الشعبي في الخطاب الديني للفضائيات العراقية؟
4. ما الفضاءات العراقية التي يتابعها الشباب العراقي لاستقاء شؤون الحشد الشعبي عبر خطابها الديني؟
5. ما الاشكال التلفزيونية التي يهتم الشباب العراقي بمتابعة خطابها الديني المتعلق بالحشد الشعبي؟
6. ما دلالة تقدير ثقة الشباب العراقي بالخطاب الديني المتعلق بقضايا الحشد الشعبي في الفضاءات العراقية؟
7. ما أولوية البراهين والحجج الإيجابية والسلبية لدى الشباب في الخطاب الديني للفضائيات العراقية إزاء الحشد الشعبي؟
8. ما تأثير متغير صحبة الشباب العراقي في متابعتهم اخبار الحشد الشعبي في الخطاب الديني للفضائيات العراقية؟
9. ما انعكاسات تأثير متغير الصحبة في متابعة الشباب العراقي موضوعات الحشد الشعبي من خلال الخطاب الديني للفضائيات العراقية في تعزيز الاتجاهات السلوكية والمعرفية والوجدانية؟
10. ما دلالة اتجاهات الشباب العراقي إزاء معالجات الخطاب الديني لشؤون الحشد الشعبي في الخطاب الديني للفضائيات العراقية؟

2. فروض البحث:

- أ. تعرض الشباب العراقي لموضوعات الحشد الشعبي في الخطاب الديني للفضائيات العراقية يؤدي الى تشكيل اتجاهاتهم الايجابية حيال الحشد.
 - ب. التركيز في تناول موضوعات الحشد الشعبي بالخطاب الديني للفضائيات العراقية منح الموضوعات تلك اولوية في الاهتمام والمتابعة عند الشباب العراقي.
 - ج. توجد فروق احصائية دالة بين استجابات الشباب العراقي تعود لسماتهم الديمغرافية (النوع، العمر، المحافظة) واتجاهاتهم الايجابية ازاء الحشد الشعبي في الخطاب الديني للفضائيات العراقية.
3. أهمية البحث: تنطلق أهمية هذا البحث من الآتي:

أ. محورية الحشد الشعبي بقرينة التأييد الرسمي والشعبي للفتوى الدينية التي دعت الى تشكيل جماهيري وشعبي واسع أقر رسميا فيما بعد بتسمية (الحشد الشعبي) لمواجهة تنظيمات الإرهاب (داعش) في العراق بعد أحداث مدينة الموصل المعروفة بحزيران من العام 2014 .

ب. المساحة الإخبارية التي أولتها الفضائيات العراقية لموضوعات الحشد الشعبي ما جعلتها مادة إعلامية للسوق السياسي والديني والايديولوجي للجمهور (الشباب العراقي).

ج. التصدي لدراسة اتجاهات شريحة الشباب التي تشكل جزءاً كبيراً ومهما من المجتمع العراقي، والتعامل مع بنى نفسية خاصة تتمتع بالتفاعل والرغبة في التغييرات.

4. أهداف البحث: تتحدد أهداف هذا البحث بالآتي:

1. التعرف على مديات وانماط تعرض الشباب العراقي للفضائيات العراقية.
2. التعرف على مديات متابعة الشباب العراقي لموضوعات الحشد الشعبي في الخطاب الديني للفضائيات العراقية.
3. كشف مديات ثقة الشباب العراقي بالخطاب الديني في الفضائيات العراقية نحو الحشد الشعبي.
4. تحديد الفضائيات العراقية التي يولي الشباب العراقي أهمية في متابعة خطابها الديني لاستقاء اخبار الحشد الشعبي.
5. كشف مبررات تفضيل الشباب العراقي متابعة الفضائيات العراقية، والانواع البرمجية التي تستعرض خطابا دينيا يتناول موضوعات الحشد الشعبي.
6. تحديد البراهين والحجج الإيجابية والسلبية في الخطاب الديني للفضائيات العراقية التي تتمتع بالأولوية في اهتمام الشباب العراقي لتشكيل اتجاهاتهم إزاء الحشد الشعبي؟
7. كشف تأثير الصحبة لدى الشباب العراقي اثناء استقاءهم شؤون الحشد الشعبي في الخطاب الديني للفضائيات العراقية على مستوى تعزيز اتجاهاتهم السلوكية والمعرفية والوجدانية.
8. تحديد اتجاهات الشباب العراقي حيال معالجات الخطاب الديني لشؤون الحشد الشعبي للفضائيات العراقية.
5. نوع البحث: يعتبر هذا البحث من البحوث الوصفية التي تعتمد على دراسة الظواهر من خلال جمع البيانات والتوثيق الدقيق حولها بهدف معالجتها عبر توصيفها من جميع جوانبها وابعادها (محفوظ، 2006، صفحة 37)، ما يتوافق مع طبيعة هذا البحث.
6. منهج البحث: أستند هذا البحث الى المنهج المسحي الذي اعتمده الباحث نظرا لمناسبته طبيعة البحث، وتوفيره للباحث المعلومات الوافية والدقيقة عن الظاهرة (محل البحث).

7. مجالات البحث وحدوده :

- أ. المجال المكاني: تحدد هذا المجال في مراكز محافظات (بغداد، البصرة، نينوى) واعتمد الباحث هذا التقسيم كونه يمثل مناطق وسط وجنوب وشمال العراق من حيث الموقع الجغرافي إضافة الى عاصمة العراق، كما تعد هذه المحافظات من الأكثر تعدادا للسكان والتنوع الفكري والثقافي.
- ب. المجال الزمني: تحدد من 2023/1/1 ولغاية 2023/4/30 وهي المدة التي غطت توقيتات تصميم وبناء الاستبانة وتحكيمها من قبل الخبراء وتأشير التعديلات وتوزيعها على المبحوثين (عينة البحث) في الاختبارين القبلي والبعدي وتفريغ البيانات.
- ج. المجال البشري: تحدد هذا المجال بشريحة الشباب العراقي ممن تنحصر أعمارهم بين الفئة العمرية (18 سنة-30 سنة).

8. نظرية البحث (نظرية ترتيب الأولويات: وضع الأجندة):

تفترض هذه النظرية أن لوسائل الاعلام ومنها القنوات الفضائية تأثيرا كبيرا في تحفيز اهتمام الجمهور نحو أحداث وقضايا محددة، إذ أن الفضائيات لن تتمكن من استعراض مجمل الاحداث التي تقع في المجتمع، بل يصار الى عملية الاختيار والتركيز على جزء منها والتحكم بسيقاتها ومجرياتها وفق ما يتناسب والتوجهات السياسية والايولوجية للقناة، وبما يضمن اثاره الاهتمامات لدى الناس (الجمهور) وتجعلهم يفهمونها ويثيرون الاحاديث والنقاشات بشأنها، بمعنى أن القنوات الفضائية تعد مثيرا له القدرة على تشكيل او إعادة تشكيل الاتجاهات حيال احداث تم التركيز عليها دون غيرها، فاحتلت ترتيبا معيناً عند الجمهور وحسب أهميتها. (المزاهرة، 2012، صفحة 332) فنظرية ترتيب الأولويات تهتم بدراسة التأثيرات الناتجة عن تعرض الجمهور لخطابات ومضامين وسائل الاعلام في معالجتها وتناولها للأحداث المرتبة قصديا وتفسيرها بهدف زيادة الوعي والادراك حيالها بما يساهم في تشكيل سلوكيات واتجاهات محددة، وهذا ما ينتهي الى أن عملية وضع الاجندة أو ترتيب أولويات الموضوعات في القنوات الفضائية هي عملية تفاعلية بين الاجندة الإخبارية للقناة والجمهور، ونتائجها تصب في تحقيق المزيد من الفهم والتأثير في الاتجاهات. (الطربيشي والسيد، 2006، صفحة 266)، وكانت المدة من العام 1922 الى العام 1992 قد أسست مراحل تاريخية مهمة في تطور المسار البحثي للنظرية، إذ أجمعت الادبيات على أن الاصول الفكرية لدراسات وضع الاجندة تعود الى ما كتبه الصحفي الأمريكي (Walter Lippmann) في عام 1922 عن دور وسائل الاعلام في كشف وايجاد العلاقة بين تغطيات الاحداث وما ينعكس من معتقدات واتجاهات عند الجمهور. (إبراهيم، 2008، صفحة 184)، وصولا الى ما تم على يدي (ماكومبس وشو) اللذين يعدان من الرواد الأوائل في التنظير واختبار فروض هذه النظرية وتسجيل الحقيقة "ان الجمهور لا يعرف من وسائل

الاعلام الاحداث والقضايا العامة فحسب، بل يعرف أهميتها من موقعها في المواد الإعلامية والاعلامية والاعلامية التي تقدمها الوسائل تلك ومنها القنوات التلفزيونية (عبد الحميد، 2004، صفحة 343) وبناءً على ما تقدم وظف الباحث هذه النظرية لقياس فعاليتها في تشكيل الاتجاهات لدى الشباب العراقي ضمن سياقات تعرضهم لموضوعات الحشد الشعبي في الخطاب الديني للفضائيات العراقية، فضلا عن اشتقاق واستنباط فروض البحث منها.

ثانيا: الإجراءات المنهجية للبحث :

1. مجتمع البحث: مثل مجتمع البحث سكان مراكز محافظات (بغداد، البصرة، نينوى) من الشباب ضمن حدود الفئة العمرية المحددة سلفا.

2. عينة البحث: تعرف العينة انها "جزء من مجتمع البحث الذي يحمل خصائص وصفات هذا المجتمع، وتمثله تمثيلا دقيقا فيما يخص الظاهرة موضوع البحث" (المزهرة، 2014، صفحة 111) وللطبيعة الإجرائية للبحث وتطبيق المنهجية العلمية لتحديد العينة التي تقتضي مسح آراء الشباب العراقي الذي يتعرض للخطاب الديني في الفضائيات العراقية الذي يعالج موضوعات الحشد الشعبي، انتمت عينة هذا البحث الى العينات غير الاحتمالية نمط العينة العمدية لاستهداف شريحة الشباب ضمن الفئة العمرية المحصورة بين (18-30 سنة) بحسب وزارة الشباب والرياضة العراقية(**) وحدد الباحث حجم عينته المناسب ب(420) مبحوثا، على الأساس العلمي "أن العينات غير الاحتمالية توفر مساحة للباحثين في تحديد حجم العينة بالاعتماد على قواعد الحساب التقريبي المعتمد على الخبرات والتجارب، وتتمثل عينة البحوث المسحية لموضوع واحد في المجتمعات المحلية ب(400) مفردة" (دانييل، 2015، صفحة 322)، ولطالما اقتضى تحقيق أهداف هذا البحث في توزيع الاستبانة بأكثر من محافظة عراقية، فقرر الباحث أن يكون التوزيع متساويا على مستوى مركز كل محافظة، وبما يعزز من النتائج العلمية للبحث في سياق المقارنات ودلالات العلاقات الارتباطية، وتحقيقا لذلك تمت إضافة (20) مفردة ليكون الحجم النهائي (420) مبحوثا مقسوما على (3) محافظات، فتكون العينة في كل محافظة بواقع (140) مبحوثا في كل محافظة، واستعمل الباحث في آلية توزيع الاستبانة الطرق العلمية الدقيقة للوصول الى العينة المطلوبة (الشباب العراقي) وتحقيق مستوى عالي من الثقة والصدق في تمثيل العينة للمجتمع، وكما في المعادلة الآتية:

$$3/420 = 140 \text{ مبحوثا في كل محافظة}$$

3. أدوات البحث:

(**) كراس الاستراتيجية الوطنية لتطوع الشباب العراقي. وزارة الشباب والرياضة العراقية. (2017). الاستراتيجية الوطنية للشباب في العراق للأعوام (2016-2026) ص17-6.

أ. استمارة الاستبيان المسحي (Questionnaire Surveys) :

أعتمد الباحث على أداة الاستبانة المسحية في جمع بيانات المبحوثين عن الظاهرة المدروسة (محل البحث) باعتبارها " أداة بحث تتكون من مجموعة تساؤلات مفتوحة ومغلقة يحصل من خلالها الباحث على إجابات المبحوثين، وبحسب آرائهم وقناعاتهم حيال فقرات أو أسئلة الاستبيان" (باتشيرجي، 2015، صفحة 214) وضمت الاستبانة مجموعة من الاسئلة تراوحت بين المفتوحة والمغلقة مع منح مجال للمبحوثين بالتأشير على أكثر من تفضيل في بعضها، بعد أن تم توزيع مبدئي (قبلي) للاستبانة في حدود مجتمع البحث على نسبة (10%) من اجمالي العينة، ومن ثم سجل الباحث المؤشرات حول التساؤلات وفقرات الفروض وجرت معالجتها.

ب. المقياس: هو أداة تقيس المتغيرات النوعية غير الكمية كالخصائص والصفات الداخلية عند الافراد والتي لا يمكن قياسها بشكل مباشر فيصار الى قياس اثارها الظاهرة على سلوك الأشياء او الافراد، ويوظف في البحوث والدراسات الإعلامية لقياس مستويات السمة المراد قياسها في الافراد (الجمهور) (عبد الرؤوف وعيسى، 2017، صفحة 24)، وتبعا لمقتضيات أهداف البحث في قياس اتجاهات الشباب العراقي حيال الحشد الشعبي من خلال الخطاب الديني في الفضائيات العراقية، استعمل الباحث مقياسا خماسيا لاختبار الفروض والاستدلال على الفروق الإحصائية في العلاقات الارتباطية، وتدرجت بدائل المقياس بين (اتفق تماما)، (اتفق)، (محايد)، (لا اتفق)، (لا اتفق تماما)، بهدف التوصل الى النتائج العلمية الدقيقة في كشف وتحديد طبيعة الاتجاه عند الشباب العراقي نحو الحشد الشعبي.

4. اختبارات الصدق والثبات:

أ. اختبار الصدق: يعني مدى قدرة أداة البحث ان تقيس ما وضعت لأجله لقياس السمات التي يرغب الباحث بقياسها (ذو الفقار، 2009، صفحة 80)، واعتمد الباحث على قياس صدق أداة بحثه على طريقة الصدق الظاهري الذي يتمثل بتحكيم الاستبانة من قبل مجموعة

من الأساتذة المحكمين (***) في مجال الاعلام والاجتماع، من خلال تطبيق المعادلة الخاصة باختبار الصدق وكالاتي:

(***) المحكمون

1. أ.د. وسام فاضل راضي: قسم الصحافة الاذاعية والتلفزيونية/ كلية الاعلام/ جامعة بغداد.
2. أ.د. طالب عبد المجيد: قسم الصحافة الاذاعية والتلفزيونية/ كلية الاعلام/ جامعة بغداد.
3. أ.د. رعد جاسم حمزة: قسم الصحافة الاذاعية والتلفزيونية/ كلية الاعلام/ جامعة بغداد

$$92.5 = \frac{74}{80} = 100 \times \text{(مجموع الفقرات المتفق عليها) / (مجموع الفقرات الكلي)}$$

ب. اختبار الثبات: يعني أن تكون النتائج التي تظهرها أداة البحث ثابتة حتى لو أعيد تطبيق الاختبار على العينة نفسها في الظروف نفسها بعد مدة، فعندما لا تتغير النتائج بإعادة تطبيق الأداة ولا تختلف استجابات الباحثين فهذا يعني أن الأداة تتمتع بدرجة ثبات جيدة. (عطية، 2009، صفحة 107) وقد اعتمد الباحث في قياس ثبات الاستبانة والمقياس على طريقة التجزئة النصفية أو ما يعرف بالاختبار المنشطر (Split-half) وتتخلص هذه الطريقة بتقسيم فقرات المقياس أو الاستبانة إلى نصفين على أساس (تسلسل الفقرات الزوجي والفردية) لقياس العلاقات الارتباطية (معامل الارتباط) بين استجابات الباحثين على فقرات الاستبانة والمقياس بطريقة (بيرسون) فبلغ (0,79) وبعد تصحيح معامل الارتباط عن طريق معادلة سيبرمان بروان التصحيحية بلغ ثبات $0.87 \times 100\% = 87.100\%$ وهو معامل ثبات مقبول لاعتماد الاستبانة.

5. تحديد المفاهيم :

أ. الخطاب الديني: رسالة اتصالية ذات طابع ديني إسلامي تعتمد على الأسلوب اللفظي وغير اللفظي تستعرضها الفضائيات العراقية ضمن أنماط برامجية محددة وبقصد لتوجه إلى جمهور كبير ومتنوع للتأثير فيه وإقناعه بطبيعة الأفكار والمعتقدات التي يعتنقها منتج الخطاب وما يليه الفاعل الخطابي من موضوعات خاصة بالحشد الشعبي تخضع لعملية انتقاءها وعرضها لسياسات وإيديولوجيات جهات إنتاجها، وذلك بهدف تشكيل الاتجاهات نحوها، وتتخذ الرسالة تلك (الخطاب الديني) شكل خبر أو تصريح لشخصيات دينية أو خطبة جمعة أو موضوع وتحقيق في البرامج الدينية أو مقابلات مع شخصيات دينية.

ب. القنوات العراقية: القنوات الفضائية العراقية التي يفضل الشباب العراقي متابعة خطابها الديني المتعلق بأخبار وشؤون الحشد الشعبي .

ج. الاتجاهات: حالة نفسية تتمثل بتقييمات الجمهور (الشباب العراقي) للأخبار والاحداث الخاصة بالحشد الشعبي التي تستعرضها الفضائيات العراقية ضمن اجندة خطابها الديني، وتتخذ التقييمات تلك نمطا يتفاوت بين الاتفاق التام والاتفاق والحياد والاتفاق واللاتفاق التام.

د. الشباب: ويقصد بها شريحة الشباب العراقي ضمن الفئة العمرية المحصورة بين (18-30 سنة) ممن يشاهدون الفضائيات العراقية لاستقاء اخبار الحشد الشعبي.

4. أ.د عبد السلام احمد: قسم الصحافة الاذاعية والتلفزيونية/ كلية الاعلام/ جامعة بغداد.

5. أ.م.د علي طاهر الحمود: قسم الاجتماع/ كلية الآداب/ جامعة بغداد

هـ. الحشد الشعبي: قوة عسكرية عراقية رسمية تتمتع بالشخصية المعنوية وترتبط بالقائد العام للقوات المسلحة، بموجب قانون هيئة الحشد الشعبي رقم (40) بعد تصويت مجلس النواب العراقي عليه في تاريخ 2016/11/26، وتعد قوة ضاربة إنتمت لها اغلب الطوائف والقوميات والفعاليات العشائرية وخاضت معارك تحرير محافظات ومناطق عدة في العراق بعد سيطرة التنظيمات الإرهابية (داعش) عليها بعد أحداث الموصل عام 2014.

ثالثا: الإطار النظري:

1. مفهوم الخطاب:

بات الخطاب كمفهوم عام محط آراء ووجهات نظر للباحثين واقتراحاتهم بهدف بلورة تصور مناسب لمفردة الخطاب، ما ساهم بإنتاج مفاهيم عديدة للخطاب، حتمت على الباحثين عند الشروع بأية محاولة نظيرية إزاء الخطاب القيام بتحديد دقيق لمفهومه مع مراعاة اتساع حدود المصطلح بدلالاته واستخداماته في حقول معرفية متعددة، إذ يعد (الخطاب) اصطلاحا جديدا ناتجا من مقابلات لغوية معجمية انتهت بمعنى: الكلام، السرد، والخطبة، فورد بمعجم اللغة العربية، جمعا خطابات ومصدر خاطب وخاطبه بالكلام مخاطبة وخطابا، وخطب خطابة: صار خطيباً. (الجواهري، 2011، صفحة 705)، ثم وردت تعريفات الخطاب كمصطلح بأنه "كيان وأسلوب لنشاط اتصالي لغوي، (لفظي وغير لفظي) يتخذه الفرد او الجماعة بهدف الإفصاح عن القضايا وإبراز وتجسيد المعاني والمعلومات بما يقود الى تشكيل اتجاهات واعتقادات فكرية محددة بعينها من خلال جمعه السلوك والاسلوب والمضمون" (خزعل، 2011، صفحة 11) وامتدت فروع الخطاب الى الثقافات والترجمة الغربية، حيث عرف ميشيل فوكو وهو من أكثر المنظرين الغربيين للمصطلح، "أن الخطاب عبارة عن النصوص والاقوال كما تعطي بمجموع كلماتها ونظام بنائها وبنيتها المنطقية او تنظيمها البنائي نظام تعبير مقنن ومضبوط" (وادي، 2017، صفحة 32)، وهذا ما أكدته بعض الادبيات في السياق ذاته أن الخطاب هو المحور في اية عملية اتصالية الهدف منها إحداث رد فعل مطلوب من متلقي الخطاب حيال القضية المطروحة لضمه أساليب وأدوات اقناعية، ما دل ان الخطاب يتجسد بعملية اتصالية متكاملة تعتمد على أسس وقواعد (سيد، 2019، صفحة 339) ومن ثم جعل لوسائل الاعلام دورا فعالا في نقل رسائله (الخطاب) الى الجمهور عبر أيديولوجيا بعينها يحاول الخطيب من خلالها انتاج ما ينسجم وثقافة المخاطب وطبيعة افكاره وبيئته، خصوصا بعدما يكون الهدف من الخطاب عادة هو إيصال رسالة ذات ابعاد أيديولوجية تتضمن دعوات الى تبني او رفض. (بدر وبديوي، 2022، صفحة 456)

2. وظيفة الخطاب وأماطه: تكمن الأهمية الإعلامية للخطاب في القنوات الفضائية من خلال طبيعة الوظيفة التي يؤديها وكالاتي (العاني، 1994، صفحة 17):

أ. الوظيفة الإخبارية: ويكون الهدف منها اخبار او ابلاغ الجمهور بمضامين الخطاب ومحاولة التأثير فيه، من خلال تلبية حاجاته النفسية والاجتماعية والدينية.

ب. الوظيفة الانشائية: وتمثل جوهر مضمون الخطاب حيث يصاغ المضمون بشكل يجعله قادرا على التأثير في المتلقي عبر خلق او إيجاد نسق او فضاء داخل البيئة الاجتماعية للجمهور.

ج. الوظيفة الانتباهية: وهي الوظيفة التي تحمل الفاعل الخطابي مسؤولية بقاء واستدامة الصلة بين طرفي الخطاب اثناء عملية التخاطب بهدف تهيئة أجواء التأثير فيه.

ويُستخلص من ذلك أن الخطاب هو أداة للتعبير ونقل الأحداث والقضايا وما تحويه من ايدولوجيات تسعى الى الهيمنة على مشاعر واتجاهات المتلقين عبر لغة تنسجم والتوجه السياسي أو الديني والعقائدي للقائم بالاتصال او الفاعل الخطابي (p. 131, Delson, Geory A, 2003). اما بخصوص أنماط الخطاب الديني في العراق، فيمكن إيجازها بالآتي: (حسوني وصبر، 2022، صفحة 156):

أ. الخطاب الديني الفصيح: ويتجسد في الخطب المكتوبة كما في خطبة المرجعية الدينية في النجف الاشرف والمجمع الفقهي العراقي والوقف السنّي والشيعي وغيرها من الخطابات الدينية.

ب. الخطاب الديني الذي يمزج بين الفصحى والعامية: ويتجسد في الخطب الفصحى التي تتخللها العاميات.

ج. الخطاب الديني الفصيح المتكلف: ويتجسد في تكلف الخطيب التعقير والتشديق، حيث يتشدد بألوان البديع كالجناس والتورية والطباق.

3. الخطاب الديني التلفزيوني والاتجاهات لدى الشباب :

يتخذ الخطاب الديني وسائل الاعلام المتعددة وسيطا لإيصال الرسائل الدينية للجمهور، ويقصد بذلك الافهام وزيادة درجات الوعي وتدعيم مسارات التنشئة الاجتماعية بصورة مقبولة لدى المجتمع، والمحافظة على قيمه وهويته باعتبار أن الدين هو المحور الأساس والمكون لهوية المنظومة الانسانية، ونقصر الذكر في هذا البحث على ما أنتمى للقنوات الفضائية وامكاناتها التكنولوجية في نقل ومعالجة قضايا الخطاب الديني بقصد التأثير والتبني وإعادة تشكيل المعتقدات والتصورات حيال القضايا والموضوعات تلك. (البشاري، 2018، صفحة 214) ما أدخل الخطاب الديني مرحلة جديدة كانت احدى متطلباتها انتاج خطاب ديني اعلامي او تلفزيوني يلبي احتياجات جمهور المتلقين ويكون قادرا على الاستثارة الوجدانية والسلوكية والعاطفية في الجمهور وبما يتناسب واتجاهات منتج الخطاب العقدي والمذهبية (الرجال، 2020، صفحة

(137)، ومن هذا المدخل أمكن تعريف الخطاب الديني التلفزيوني "بأنه" الخطاب الذي يستخدم القنوات الفضائية لإيصال الموضوعات والرسائل الدينية وفق إيديولوجيا محددة الى جمهور واسع ومتباين الاتجاهات والاعتقادات عبر مميزات التلفزيون الفنية وقدراته في الاقناع والتأثير متخذاً بذلك أشكالاً تلفزيونية متنوعة" (زايد، 2007، صفحة 17)، ما يعني أن الخطاب الديني هو خطاب دينامي محكوم بالأحداث التي تجري في السياق الاجتماعي والثقافي والسياسي والتغيرات المرتبطة بها.

وتكمن أهمية الخطاب الديني في القنوات الفضائية بتدعيم او إعادة تشكيل الاتجاهات عبر ما كشفته نتائج دراسات إعلامية أفادت ان أغلب دوافع الشباب في تشكيل اتجاهاتهم حيال المضامين الدينية التي تقدمها القنوات الفضائية كانت بسبب مساعدة الاخيرة في تشكيل آرائهم عن أمن حياتهم ومصالحهم من خلال رأي الدين فيها. (فاضل، 1997، صفحة 65)، وهذه الحقيقة منحت حيزاً لممارسة الفضائيات تأثيرها في مستويات الإدراك والفهم لدى الشباب باعتبارهم يمثلون المرحلة العمرية الأكثر تأثراً وصلاحيّة للتجاوب مع المتغيرات واستقبالها عبر ما تتمتع به المرحلة تلك من حالة نفسية خاصة تتميز بالحيوية، والاستعداد والقدرة على التعلم (احمد، 2017، الصفحات 433-435)، وربطاً بموضوع الاتجاهات وما تعلق بموضوع البحث، لاقت مضامين الخطاب الديني المتصلة بالحشد الشعبي اهتماماً كبيراً من شريحة الشباب العراقي بشكل واضح من خلال الالتفاف الواسع والتلبية الكبيرة لفتوى الجهاد الكفائي التي أعلنت في خطبة صلاة الجمعة بتاريخ ٢٠١٤/٦/١٣ عن طريق ممثل المرجعية العليا في مدينة كربلاء حيث مثلت هذه الاستجابة ترجمة واقعية لما ورد من تعريف للاتجاهات باعتبارها "حالة من الاستعداد النفسي والعاطفي والعقلي لدى الجمهور تنظم من خلال التجارب او الصور الذهنية، وتكون ذات تأثير توجيهي على استجاباته حيال المتغيرات، والاستعداد يكون اما معمق في الشخصية واما مكتسب (Point.T. , 2016, p. 109)، وهذا يعود الى فاعلية وقدرة القنوات الفضائية في التأثير على جمهور المشاهدين لما تتمتع به القنوات تلك من خصائص ومزايا على مستوى الصورة والحركة والتقنيات التكنولوجية والفنية ما جعلت منها الوسيلة التي ما زالت تحتل مكانتها ضمن سياقات المنافسة مع الاعلام الجديد والرقمي، فضلا عن المساحة التي تفردها القنوات في البلاد العربية للخطاب الديني لا سيما في المناسبات الدينية او الحوادث (نصير، 2006، صفحة 181) ومنها (فتوى الجهاد الكفائي) والبرامج والتغطيات الدينية التي حلت وعالجت ابعاد الفتوى أضحت عوامل تشكيل للتصورات والاتجاهات لدى الجمهور (الشباب العراقي).

4. الحشد الشعبي في الخطاب الديني للفضائيات العراقية:

تنوعت الدوافع التي أدت الى إنشاء وتأسيس قوات الحشد الشعبي بين موجبات عدة ومنها الانهيارات والانسحابات للقطعات العسكرية والأمنية في 10 حزيران من العام 2014، في محافظتي نينوى وصلاح

الدين والتهديدات الامنية التي رافقتها، ف جاء اعلان الفتوى الدينية (الجهاد الكفائي) للمرجعية الدينية في النجف الاشرف بمثابة جدار صد للهجمة الإرهابية على العراق، فإنشاء الحشد الشعبي جاء نتيجة اجتماع الأسباب تلك. (طالب، 2017، الصفحات 40-41)، وبعد إقرار قانون هيئة الحشد الشعبي في البرلمان العراقي في 2016/11/26، اصبح جزءاً من القوات المسلحة العراقية، إذ ساوى القانون بين الحشد الشعبي والقوات المسلحة العراقية من ناحية التشكيل كقيادة وهيأة اركان وصنوف والوية مقاتلة. (حطاب، 2019، صفحة 108) واثناء وبعد خوض الحشد الشعبي المعارك ضد (داعش) في اكثر من محافظة باعتباره جزءاً من القوات الأمنية العراقية، اضحى الحشد الشعبي ارضا خصبا للتناول الإعلامي في الخطابات الدينية والسياسية وغيرها، ومن ثم تباينت حدود ومعايير التناول الإعلامي في الخطاب الديني بالقنوات العراقية للحشد الشعبي بتعدد الفضائيات العراقية والاولويات التي تستند اليها في بناء اجندتها الإعلامية في تقديم الخطاب الديني الخاص بالحشد الشعبي، والاهداف التي تبتغي تحقيقها عبر تثبيت قناعات محددة او تغييرها من منظور أيديولوجي ونفسي واجتماعي لدى الجمهور.

فأنتج الحشد الشعبي من خلال فواعل الخطاب الديني في بعض الفضائيات العراقية على انه مصدر انقسام طائفي على مستقبل العراق، ما أشعل لهيب نقاشات حادة في التلفزيون على صعيد المنابر الدينية وآراء السياسيين والمحللين والبرامج والنشرات الاخبارية، فيما ذهب فريق اخر من الفواعل في مجموعة من الفضائيات العراقية الى انتاج الحشد الشعبي على أنه قوة وطنية رسمية مسلحة، وقوة رديفة للجيش العراقي ساهمت بشكل كبير في تحرير العديد من المحافظات بعد عام 2014 (منصور وعبد الجبار، 2017، صفحة 10)، وهذا الانقسام والتباين في الأدوار للخطاب الديني بالقنوات العراقية في تشكيل اتجاهات الحشد الشعبي عند الشباب العراقي هو جوهر المشكلة وتساؤلاتها التي يسعى البحث الى الإجابة عليها.

رابعا: الإطار التطبيقي (الميداني)/عرض وتحليل البيانات

1. العينة بحسب متغير الجنس:

يوضح الجدول رقم (1) ان عينة البحث من الشباب العراقي في محافظات مجتمع البحث كانت على النحو الاتي:

أ. محافظة بغداد: بلغت عدد الذكور (92) وبنسبة (65%)، فيما بلغن الاناث عدد (48) وبنسبة (34.3%).

ب. محافظة البصرة بلغ الذكور عدد (74) وبنسبة (52.9%)، وبلغن الاناث عدد (66) وبنسبة (47.1%).

- ج. محافظة نينوى: بلغ عدد الذكور (100) وبنسبة (71.4%)، وبلغن الاناث (40) وبنسبة (28.6%).
- د. مجمل العينة: شكل الذكور فيها عدد تكرارات (266) وبنسبة (63.3%)، والاناث تكراراتهن (154) وبنسبة (36.7%).

الجدول رقم (1) الشباب العراقي طبقا لمتغير الجنس

المحافظة		بغداد		البصرة		نينوى		الإجمالي	
المتغيرات		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
الذكور		92	65.7	74	52.9	100	71.4	266	63.3
الاناث		48	34.3	66	47.1	40	28.6	154	36.7
المجموع		140	100	140	100	140	100	420	100

2. العينة بحسب متغير العمر:

يبين الجدول رقم (2) عينة البحث من الشباب العراقي في محافظات مجتمع البحث بحسب متغير العمر وكالاتي:

- أ. محافظة بغداد: جاءت الفئة العمرية (18-24 سنة) بواقع (77) شابا وشابة وبنسبة (55%)، فيما جاءت الفئة العمرية (25-30 سنة) بواقع (63) شابا وشابة وبنسبة (45%).
- ب. محافظة البصرة: بلغ أصحاب الفئة العمرية (18-24 سنة) عدد (50) شابا وشابة وبنسبة (35.7%)، بينما جاء الشباب من ذوي الفئة العمرية (25-30 سنة) بواقع (90) شابا وشابة وبنسبة (64.3%).
- ج. محافظة نينوى: جاءوا شباب الفئة العمرية (18-24 سنة) بواقع (49) شابا وشابة وبنسبة (35%)، وشباب الفئة العمرية (25-30 سنة) بواقع (91) شابا وشابة وبنسبة (65%).
- د. مجمل العينة: بلغ شباب الفئة العمرية (18-24 سنة) عدد (176) شابا وشابة وبنسبة (42%)، فيما بلغ شباب الفئة العمرية (25-30 سنة) عدد (244) شابا وشابة وبنسبة (58%).

الجدول رقم (2) الشباب العراقي طبقا لمتغير العمر

المحافظة		بغداد		البصرة		نينوى		الإجمالي	
المتغيرات		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%

								المتغيرات
42	176	35	49	35.7	50	55	77	(18-24 سنة)
58	244	65	91	64.3	90	45	63	(25-30 سنة)
100	420	100	140	100	140	100	140	المجموع

3. فروق أنماط تعرض الشباب العراقي للفضائيات العراقية:

يكشف الجدول رقم (3) أنماط التعرض للفضائيات العراقية لدى الشباب العراقي في محافظات مجتمع البحث وكالاتي:

أ. محافظة بغداد: أشار المبحوثون على نمط التعرض (دائماً/ 7 أيام في الأسبوع) بواقع (45) شاباً وشابة وبنسبة (32.1%)، وفيما يخص نمط التعرض (أحياناً/ 3-5 أيام في الأسبوع) أشاروا المبحوثون بواقع (78) شاباً وشابة وبنسبة (55.7%)، أما نمط التعرض (نادراً/ 1-2 يوم في الأسبوع) فكان من أشاروا الى النمط ذلك ببغداد بواقع (17) شاباً وشابة وبنسبة (12.2%).

ب. محافظة البصرة: أشاروا الشباب على النمط (دائماً/ 7 أيام في الأسبوع) بواقع (38) شاباً وشابة وبنسبة (27.1%)، فيما جاء النمط (أحياناً/ 3-5 أيام في الأسبوع) بواقع (90) شاباً وشابة وبنسبة (64.3%)، أما النمط (نادراً/ 1-2 يوم في الأسبوع) فجاء بواقع (12) شاباً وشابة وبنسبة (8.6%).

ج. محافظة نينوى: جاء النمط (دائماً/ 7 أيام في الأسبوع) بواقع (51) شاباً وشابة وبنسبة (36.4%)، فيما جاء النمط (أحياناً/ 3-5 أيام في الأسبوع) بواقع (53) شاباً وشابة وبنسبة (37.9%)، في وقت اشاروا على النمط (نادراً/ 1-2 يوم في الأسبوع) بواقع (36) شاباً وشابة وبنسبة (25.7%).

د. دلالة الاختبار: بعد تطبيق الاختبار (كاي تربيع) لكشف دلالة الفروق بين أنماط تعرض الشباب العراقي في محافظات مجتمع البحث للفضائيات العراقية، تبين أن هناك فروقا تؤكد دلالة الإحصائية لصالح النمط (أحياناً/ 3-5 أيام في الأسبوع) بقيمة كاي تربيع محسوبة بلغت (9.67) وهي اكبر من قيمة كاي الجدولية البالغة (5.99)، ولصالح النمط (نادراً/ 1-2 يوم في الأسبوع) بقيمة كاي محسوبة بلغت (14.8) وهي اكبر من قيمة كاي الجدولية البالغة (5.99).

الجدول رقم (3) دلالة اختبار (كا²) لأنماط تعرض الشباب العراقي للفضائيات العراقية

المحافظة	بغداد	البصرة	نينوى	دلالة اختبار (كا ²)
----------	-------	--------	-------	---------------------------------

انماط التعرض	ك	%	ك	%	ك	%	المحسوبة (كاي)	(كاي) الجدولية
دائما (7 أيام في الأسبوع)	45	32.1	38	27.1	51	36.4	1.89	5.99
أحيانا (3-5 يوم في الأسبوع)	78	55.7	90	64.3	53	37.9	9.67	5.99
نادرا (1-2 يوم في الأسبوع)	17	12.2	12	8.6	36	25.7	14.8	5.99
المجموع	140	100	140	100	140	100	دال بفروق احصائية	
(420)مجمل الشباب الذين سئلوا								

4. مبررات الشباب العراقي في متابعة الفضائيات العراقية :

يكشف الجدول رقم (4) ترتيب مبررات الشباب العراقي في متابعة الفضائيات العراقية وكالاتي:

أ. رتب الفقرات: جاءت الفقرة (تنقل الاحداث بفرورية ومن مكان الحدث) بالمرتبة الاولى كمبرر لتفضيل الشباب ببغداد القنوات العراقية وبواقع (41) وبنسبة (29.3%)، فيما أشار شباب البصرة على ذات الفقرة بواقع (50) وبنسبة (35.7%)، اما في نينوى فجاءت الفقرة بواقع (47) وبنسبة (33.6%)، وفيما يخص الفقرة (تنقل وجهات النظر المتباينة حيال القضية المطروحة) فجاءت عبر تأشير شباب بغداد انها مبرر لتفضيلهم القنوات العراقية فجاءت الفقرة بواقع (37) وبنسبة (26.4%)، اما شباب البصرة فأشاروا بواقع (22) وبنسبة (15.7%)، وبخصوص الشباب في محافظة نينوى فأشاروا بواقع (44) وبنسبة (31.4) وجاءت هذه الفقرة بالمرتبة الثانية، اما الفقرة (تنسجم مع اهتماماتي وتوجهاتي الايديولوجية والسياسية)، فاحتلت المرتبة الثالثة من خلال تأشير شباب بغداد على الفقرة هذه بواقع (30) وبنسبة (21.4%)، فيما أشاروا الشباب في محافظة البصرة على ذات الفقرة بواقع (33) وبنسبة (23.6%)، اما شباب نينوى فأشاروا بواقع (29) وبنسبة (20.7%)، فيما جاءت الفقرة الأخيرة بتكرارات ونسب متفاوتة.

الجدول رقم (4) التوزيع التكراري والرتبي لمبررات تفضيل الشباب العراقي الفضائيات العراقية

رتبة الفقرة	الإجمالي		نينوى		البصرة		بغداد		المحافظة
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
الفقرات									

1	32.9	138	33.6	47	35.7	50	29.3	41	تنقل الاحداث بفرورية ومن مكان الحدث
3	21.9	92	20.7	29	23.6	33	21.4	30	تنسجم مع اهتماماتي وتوجهاتي الايديولوجية والسياسية
2	24.5	103	31.4	44	15.7	22	26.4	37	تنقل وجهات النظر المتباينة حيال القضية المطروحة
4	20.7	87	14.3	20	25	35	22.9	32	تبهمني تغطياتها لإمكاناتها الفنية والتكنولوجية والبشرية
	100	420	100	140	100	140	100	140	المجموع

5. دلالة الفروق في مديات متابعة الشباب العراقي لموضوعات الحشد الشعبي في الخطاب الديني: يكشف الجدول رقم (5) مديات متابعة الشباب العراقي لموضوعات الحشد الشعبي في الخطاب الديني للفضائيات العراقية، وكالاتي:

أ. محافظة بغداد: أشاروا شباب محافظة بغداد على المدى (اتباعها بدرجة كبيرة)، بواقع (75) وبنسبة (53.6%)، فيما أشاروا على المدى (اتباعها بدرجة متوسطة)، بواقع (41) وبنسبة (29.3%)، اما المدى (اتباعها بدرجة ضعيفة) فأشاروا لها بواقع (24) وبنسبة (17.2%).

ب. محافظة البصرة: أشاروا شباب المحافظة على المدى (اتباعها بدرجة كبيرة) بواقع (66) وبنسبة (47.1%)، اما المدى (اتباعها بدرجة متوسطة) فأشاروا لها بواقع (51) وبنسبة (36.4%)، فيما جاء المدى (اتباعها بدرجة ضعيفة) بواقع (23) وبنسبة (16.5%).

ج. محافظة نينوى: جاء المدى (اتباعها بدرجة كبيرة) بواقع (82) وبنسبة (58.6%)، اما المدى (اتباعها بدرجة متوسطة) فجاء بواقع (38) وبنسبة (27.2%)، وأخيرا أشاروا الشباب على المدى (اتباعها بدرجة ضعيفة) بواقع (20) وبنسبة (14.3%).

د. دلالة الاختبار: بعد تطبيق الاختبار (كاي تربيع) بهدف التعرف على فروق الدلالة الإحصائية بين مديات متابعة الشباب العراقي لموضوعات الحشد الشعبي في الفضائيات العراقية، تبين أن هناك فروقا إحصائية

دالة، ما يعني ان الشباب العراقي في محافظات مجتمع البحث يختلفون في متابعتهم وتراوح بين المدييات الكبيرة والضعيفة.

الجدول رقم (5) دلالة اختبار (كا²) لمدييات متابعة الشباب العراقي موضوعات الحشد الشعبي في الخطاب الديني للفضائيات العراقية

دلالة اختبار (كا ²)		نينوى		البصرة		بغداد		المحافظة
(كاي) الجدولية	(كاي) المحسوبة	%	ك	%	ك	%	ك	
15.50	92.91	58.6	82	47.1	66	53.6	75	اتباعها بدرجة كبيرة
		27.2	38	36.4	51	29.3	41	اتباعها بدرجة متوسطة
		14.3	20	16.5	23	17.2	24	اتباعها بدرجة ضعيفة
دال بفروق احصائية		100	140	100	140	100	140	المجموع
(420)مجمل الشباب الذين سنلوا								

6. الفضائيات العراقية المفضلة في متابعة شؤون الحشد الشعبي بالخطاب الديني لدى الشباب العراقي: يكشف الجدول رقم (6) تنوع مستويات التفضيل لدى الشباب العراقي بمتابعتهم القنوات العراقية لاستقاء اخبار الحشد الشعبي عن طريق الخطاب الديني للقنوات تلك، حيث جاءت القناة (العراقية العامة) بالمرتبة الأولى التي يتابع الجمهور من خلال خطابها الديني شؤون الحشد الشعبي بواقع (٦٥) تكرارا، اما في المرتبة الثانية فجاءت قناة (آفاق) بواقع (٦١) تكرارا، وفي المرتبة الثالثة جاءت قناة (الاتجاه) بواقع (٥٤) تكرارا في وقت جاءت القنوات العراقية الأخرى بتكرارات ونسب تفضيل متباينة لدى الشباب العراقي، بما يشير الى مستويات الوعي والفهم لديهم بتفضيل قنوات وخطابها الديني دون أخرى لمتابعة اخبار الحشد الشعبي.

الجدول رقم (6) ترتيب الفضائيات العراقية التي يفضل الشباب العراقي متابعة خطابها الديني المتعلق بشؤون الحشد الشعبي

المحافظة	بغداد	البصرة	نينوى	رتب
----------	-------	--------	-------	-----

القنوات العراقية	المجموع	%	ك	%	ك	%	ك	القنوات المفضلة
4	46	6.4	9	9.3	13	17.1	24	كربلاء
7	36	2.9	4	7.9	11	15	21	الانوار الثانية
3	54	11.4	16	13.6	19	13.6	19	الاتجاه
2	61	15.7	22	15	21	12.9	18	أفاق
8	29	4.3	6	5	7	11.4	16	الجنوبية
5	42	10	14	10.7	15	9.3	13	الفرات
1	65	27.2	38	11.4	16	7.9	11	العراقية الإخبارية
6	40	11.4	16	12.1	17	5	7	العهد
9	24	6.4	9	6.4	9	4.3	6	النجباء
10	23	4.3	6	8.6	12	3.5	5	الغدِير
		100	140	100	140	100	140	المجموع
(420) مجمل الشباب الذين سئلوا								

7. الفروق في انواع برامج الفضائيات العراقية التي يتابع الشباب العراقي خطابها الديني لاستقاء اخبار الحشد الشعبي

يبين الجدول رقم (7) أنواع البرامج التي يتابع الشباب العراقي خطابها الديني في الفضائيات العراقية وكالاتي:

1. محافظة بغداد: أشاروا شباب محافظة بغداد بواقع (23) شابا وبنسبة (16.4%) انهم يتابعون شؤون الحشد الشعبي في البرامج التلفزيونية عبر (اخبار الحشد التي تقدم في نشرات الاخبار بطابع الديني)، فيما أشاروا الى متابعتهم البرامج الدينية بواقع (24) شابا وبنسبة (17.2%)، فيما يتابع شباب المحافظة وبواقع (45) وبنسبة (32.2%) شؤون الحشد عن طريق (برامج المقابلات الخاصة)، ووردت إشارة الشباب بمتابعتهم برامج (التحقيقات الميدانية التي تعالج موضوعات الحشد) بواقع

(48) وبنسبة (34.2%)، وبذلك تنصدر برامج التحقيقات المراتب بالنسبة لشباب محافظة بغداد، ما يدل على الرغبة في التعرف على قضايا الحشد بشكل واقعي وميداني.

2. محافظة البصرة: أشاروا شباب محافظة البصرة بمتابعتهم شؤون الحشد الشعبي عن طريق (اخبار الحشد الشعبي في النشرات ذات الطابع الديني) بواقع (47) وبنسبة (33.6%) ووردت إشارة الشباب الى متابعتهم (البرامج الدينية) بواقع (52) شابا وبنسبة (37.1%)، فيما يتابع بواقع (19) شابا وبنسبة (13.6%) (برامج المقابلات الخاصة)، واما من أشاروا الى متابعتهم شؤون الحشد الشعبي عن طريق (التحقيقات الميدانية التي تعالج موضوعات الحشد) فجاءوا بواقع (22) شابا وبنسبة (15.7%)، ونلاحظ ان الشباب الذين أشاروا الى متابعتهم موضوعات الحشد الشعبي عن طريق البرامج الدينية مثلوا النسبة الأكبر ما يدل على تأثر الشباب في محافظة البصرة بمضامين البرامج ومعالجتها لقضايا الحشد.

3. محافظة نينوى: أشاروا شباب محافظة نينوى لمتابعتهم اخبار الحشد عن طريق (اخبار النشرات الخاصة بالحشد الشعبي ذات الطابع الديني) بواقع (39) شابا وبنسبة (27.9%)، فيما أشاروا الى متابعتهم اخبار الحشد عن طريق (البرامج الدينية) بواقع (43) شابا وبنسبة (30.7%)، وفيما جاءت متابعتهم لبرامج المقابلات الخاصة) بواقع (31) شابا وبنسبة (22.1%)، اما بالنسبة لبرامج (التحقيقات الميدانية التي تعالج قضايا الحشد) فجاءت بواقع (27) شابا وبنسبة (3.19%)، وتشير هذه النتيجة الى تصدر نمط (البرامج الدينية) في متابعة الشباب العراقي لأخبار الحشد الشعبي، ويفسر الباحث هذه النتيجة لطبيعة الظروف والتحديات الاستثنائية التي مرت بها المحافظة إبان احتلال داعش لها عام 2014، وصدور فتوى الجهاد الكفائي من المرجعية الدينية ما خلق مناخا نفسيا ووجدانيا حيال البرامج الدينية التي تعالج موضوعات الحشد من زوايا مختلفة.

د. دلالة الاختبار: بعد تطبيق الاختبار (كاي تربيع) بهدف التعرف على فروق الدلالة الإحصائية بين أنواع البرامج في الفضائيات العراقية التي يتابعها الشباب العراقي خطابها الديني للتعرف على شؤون الحشد الشعبي، تبين أن هناك فروقا إحصائية دالة، ما يعني ان الشباب العراقي في محافظات مجتمع البحث تتنوع متابعتهم البرامجية في سياق الخطاب الديني لموضوعات الحشد الشعبي.

الجدول رقم(7) دلالة اختبار (كا²) للأنواع البرامجية في الفضائيات العراقية التي يتابع الشباب العراقي من خلال خطابها الديني قضايا الحشد الشعبي

المحافظة	بغداد	البصرة	نينوى	دلالة اختبار (كا ²)
----------	-------	--------	-------	----------------------------------

أنواع البرامج							
ك	%	ك	%	ك	%	ك	ك
المحسوبة (كاي)	الجدولية (كاي)						
23	16.4	47	33.6	39	27.9	8.22	5.99
24	17.2	52	37.1	43	30.7	10.66	5.99
45	32.2	19	13.6	31	22.1	10.69	5.99
48	34.2	22	15.7	27	19.3	11.77	5.99
140	100	140	100	140	100	دال بفروق احصائية	
(420) مجمل الشباب الذين سئلوا							

8. فروق تقديرات ثقة الشباب العراقي بالخطاب الديني للحشد الشعبي في الفضائيات العراقية:

يكشف الجدول رقم (8) دلالة الاختبار (ك²) لحساب تقديرات ثقة الشباب العراقي حيال قضايا الحشد

الشعبي في الخطاب الديني للفضائيات العراقية وكالاتي:

أ. محافظة بغداد: أشاروا شباب محافظة بغداد بواقع (73) شابا وبنسبة (52.1%) الى خيار (أثق

كثيرا)، وأشاروا بواقع (64) شابا وبنسبة (45.7%) الى خيار (أثق قليلا)، فيما أشاروا بواقع (3)

شباب وبنسبة (2.2%) الى خيار (لا أثق)، وتدل هذه النتيجة الى تمتع الخطاب الديني الذي يعالج

قضايا الحشد الشعبي في الفضائيات العراقية بثقة الشباب العراقي وبشكل عال نسبيا.

ب. محافظة البصرة: أشر شباب محافظة البصرة بواقع (89) شابا وبنسبة (63.6%) الى خيار (أثق

كثيرا) فيما أشاروا بواقع (44) شابا وبنسبة (31.4%) الى خيار (أثق قليلا) وأخيرا أشاروا بواقع

(7) شباب وبنسبة (5%) الى خيار (لا أثق)، وتشير هذه النتيجة الى ثقة شباب البصرة بالخطاب

الديني في معالجته قضايا الحشد الشعبي بالفضائيات العراقية وبنسب متفاوتة عنها لدى شباب

محافظة بغداد.

ج. محافظة نينوى: أشاروا شباب محافظة نينوى بواقع (40) شابا وبنسبة (28.6%) الى خيار (اثق كثيرا) فيما أشاروا الشباب بواقع (79) شابا وبنسبة (56.4%) الى خيار (اثق قليلا) وأشاروا بواقع (21) شابا وبنسبة (15%) الى خيار (لا اثق) وتشير هذه النتيجة الى تراجع دلالة ثقة الشباب في محافظة نينوى بالخطاب الديني الخاص بالحشد الشعبي في الفضائيات العراقية الى صالح خيار (اثق قليلا) وهي اعلى نسبة اشرها الشباب.

د. دلالة الاختبار: بعد تطبيق الاختبار (كاي تربيع) بهدف التعرف على فروق دلالة الإحصائية لتقديرات ثقة الشباب العراقي حيال الخطاب الديني لموضوعات الحشد الشعبي في الفضائيات العراقية، ومقارنتها بين قيمة (كاي) المحسوبة والجدولية، اتضح أن هناك فروقا إحصائية دالة، ما يعني ان معدل ثقة الشباب العراقي بمضامين الحشد الشعبي من خلال الخطاب الديني في الفضائيات العراقي غير مستقر.

الجدول رقم (8) دلالة اختبار (كا²) لتقديرات ثقة الشباب العراقي بالخطاب الديني إزاء الحشد الشعبي في الفضائيات العراقية

المحافظة		بغداد		البصرة		نينوى		دلالة اختبار (كا ²)	
تقديرات الثقة		ك	%	ك	%	ك	%	(كاي) المحسوبة	(كاي) الجدولية
أثق كثيرا		73	52.1	89	63.6	40	28.6	18.5	5.99
أثق قليلا		64	45.7	44	31.4	79	56.4	9.89	5.99
لا أثق		3	2.2	7	5	21	15	17.2	5.99
المجموع		140	100	140	100	140	100	دال بفروق احصائية	
(420) مجمل الشباب الذين سئلوا									

9. فروق المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية في اتجاهات الشباب العراقي إزاء الخطاب الديني لموضوعات الحشد الشعبي:

يكشف الجدول رقم (9) فروق المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية في حساب اتجاهات الشباب العراقي إزاء الخطاب الديني لموضوعات الحشد الشعبي في الفضائيات العراقية، وكالاتي:

أ. محافظة بغداد: أشاروا شباب محافظة بغداد بواقع (133) شابا وشابة وبنسبة (95%) الى اتجاهاتهم الإيجابية حيال موضوعات الحشد الشعبي التي يعالجها الخطاب الديني في الفضائيات العراقية، فيما أشاروا بواقع (7) شباب وبنسبة (5%) الى اتجاهاتهم السلبية حيال ذات الموضوعات.

ب. محافظة البصرة: كشفوا شباب محافظة البصرة بواقع (125) شابا وشابة وبنسبة (89.3%) عن اتجاهاتهم الإيجابية حيال تناول الخطاب الديني في الفضائيات العراقية موضوعات الحشد الشعبي، فيما أشاروا بواقع (15) شابا وشابة وبنسبة (10.7%) الى اتجاهاتهم السلبية حيال الموضوعات ذاتها.

ج. محافظة نينوى: أفصحوا شباب محافظة نينوى بواقع (91) شابا وشابة وبنسبة (65%) عن اتجاهاتهم الإيجابية عن موضوعات الحشد الشعبي التي يتناولها الخطاب الديني في القنوات العراقية، في وقت أشاروا بواقع (49) شابا وشابة وبنسبة (35%) الى اتجاهاتهم السلبية عن موضوعات الحشد في الخطاب الديني للقنوات العراقية.

د. دلالة المتوسطات والانحرافات: بعد أن خضعت مجمل العينة لمعطيات التساؤل عن اتجاهاتها حيال موضوعات الحشد الشعبي التي يتناولها الخطاب الديني في الفضائيات العراقية، وتأشير نسب الاتجاهات الإيجابية والاتجاهات السلبية، تبين أن قيم المتوسطات الحسابية أكبر من قيم الانحرافات المعيارية وهذا يدل أن العينة (الشباب العراقي) تتجه نحو التجانس إزاء الظاهرة الخاضعة للقياس والاختبار، ما يثبت ان نسب الاتجاهات الإيجابية حيال موضوعات الحشد الشعبي في الخطاب الديني للقنوات العراقية كانت اكبر من نسب الاتجاهات السلبية حيال ذات الظاهرة على مستوى مجتمع البحث.

الجدول رقم (9) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاتجاهات الشباب العراقي حيال الخطاب الديني المتعلق بالحشد الشعبي في الفضائيات العراقية

الاتجاه	بغداد		البصرة		نينوى		المجموع	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	اتجاه الشباب
	ك	%	ك	%	ك	%				
إيجابي	133	95	125	89.3	91	65	349	116.3	22.3	

سلبى	7	5	15	10.7	49	35	71	23.6	22.3	إيجابي
(420) مجمل الشباب الذين سئلوا										

10. الحجج والبراهين الإيجابية في الخطاب الديني للفضائيات العراقية إزاء الحشد الشعبي وموقف الشباب العراقي نحوها:

يبين الجدول رقم (10) التوزيعات التكرارية والرتب التي حازتها الحجج والبراهين الإيجابية في الخطاب الديني للفضائيات العراقية حيال الحشد الشعبي لدى الشباب العراقي في مجتمع البحث وكالاتي:

أ. محافظة بغداد: بلغ الشباب في محافظة بغداد ممن يتبنى ملامح و فقرات من الاتجاه الإيجابي (133) شابا وشابة من مجمل عينة المحافظة وكما مؤشر في الجدول السابق رقم (10) وقد احتلت لديهم فقرة (قوة وعزيمة مقاتلي الحشد الشعبي والالتزام بالأوامر العسكرية) المرتبة الأولى بواقع (44) شابا وشابة وبنسبة (33.1%)، فيما حازت الفقرة (ولاء الحشد الشعبي للعراق) على المرتبة الثانية بواقع (37) شابا وشابة وبنسبة (27.8%)، وجاءت الفقرة (التزام مقاتلي الحشد الشعبي بالوصايا الشرعية للمرجعية) بالمرتبة الثالثة بواقع (24) شابا وشابة وبنسبة (18%)، فيما احتلت الفقرات والملاح المتبقية مراتب ونسب ادنى.

ب. محافظة البصرة: بلغ الشباب في محافظة البصرة ممن يتبنى ملامح إيجابية بعينها (125) شابا وشابة، إذ حازت لديهم فقرة (ولاء الحشد الشعبي للعراق) المرتبة الأولى بواقع (36) شابا وشابة وبنسبة (28.8%)، فيما جاءت الفقرة (التزام مقاتلي الحشد الشعبي بالوصايا الشرعية للمرجعية) بالمرتبة الثانية بواقع (28) شابا وشابة وبنسبة (22.4%)، أما في المرتبة الثالثة فجاءت الفقرة (قوة وعزيمة مقاتلي الحشد الشعبي والالتزام بالأوامر العسكرية) بواقع (26) شابا وشابة وبنسبة (20.8%)، وباقي الفقرات جاءت بنسب متدنية.

ج. محافظة نينوى: بلغ الشباب في محافظة نينوى ممن يتبنى اتجاهها إيجابيا (91) شابا وشابة من مجمل عينة المحافظة، وقد حازت لديهم فقرة (قوة وعزيمة مقاتلي الحشد الشعبي والالتزام بالأوامر العسكرية) المرتبة الأولى بواقع (38) شابا وشابة وبنسبة (41.8%)، وجاءت فقرة (ولاء الحشد الشعبي للعراق) بالمرتبة الثانية بواقع (24) شابا وشابة وبنسبة (26.4%)، وجاءت بالمرتبة الثالثة الفقرة (التزام مقاتلي الحشد الشعبي بالوصايا الشرعية للمرجعية) بواقع (17) شابا وشابة وبنسبة (18.7%)، واحتلت باقي الفقرات مراتب أدنى.

الجدول رقم (10) التوزيع التكراري للبراهين والحجج الايجابية في الخطاب الديني للفضائيات العراقية إزاء الحشد الشعبي من وجهة نظر الجمهور

الرتب	النسبة الكلية	نينوى		البصرة		بغداد		المحافظة حجج وبراهين الاتجاه الإيجابي
		%	ك	%	ك	%	ك	
1	31	41.8	38	20.8	26	33.1	44	قوة وعزيمة مقاتلي الحشد الشعبي والالتزام بالأوامر العسكرية
2	27.7	26.4	24	28.8	36	27.8	37	ولاء الحشد الشعبي للعراق
3	19.7	18.7	17	22.4	28	18	24	التزام مقاتلي الحشد الشعبي بالوصايا الشرعية للمرجعية
4	13	7.7	7	16	20	13.6	18	المشاريع الخدمية والإنسانية التي يقدمها الحشد الشعبي في مختلف المدن
5	8,6	5.4	5	12	15	7.5	10	العراقية تصريحات قيادات الحشد الشعبي إزاء الانتصارات العسكرية
		100	91	100	125	100	133	المجموع
(349) مجموع الشباب الذين سئلوا عن اتجاههم الإيجابي								

11. الحجج والبراهين السلبية في الخطاب الديني للفضائيات العراقية إزاء الحشد الشعبي وموقف الشباب العراقي نحوها:

يبين الجدول رقم (11) التوزيعات التكرارية والرتب التي حازتها الحجج والبراهين السلبية في الخطاب الديني للفضائيات العراقية حيال الحشد الشعبي لدى الشباب العراقي في مجتمع البحث وكالاتي:

أ. محافظة بغداد: بلغ العدد الإجمالي للشباب في محافظة بغداد الذين كشفوا عن اتجاهاتهم السلبية حيال موضوعات الحشد الشعبي في الخطاب الديني للفضائيات العراقية، (21) شابا وشابة، وتوزعت اتجاهاتهم على الفقرة (قيادات الحشد الشعبي لديهم اجندات سياسية بعينها) بواقع بواقع (9) شباب

وبنسبة (24.9%) وحلت بالمرتبة الأولى، فيما جاءت الفقرة (شخصيات جدلية تدعي الانتماء للحشد الشعبي) بالمرتبة الثانية بواقع (6) شباب وبنسبة (28.6%)، فيما حلت باقي الفقرات بمراتب أدنى.

ب. محافظة البصرة: بلغ العدد الإجمالي للشباب في محافظة البصرة ممن كشفوا عن اتجاهاتهم السلبية نحو الحشد الشعبي (23) شابا وشابة، وتوزعت اتجاهاتهم على الفقرات الآتية: حيث حلت الفقرة (قيادات الحشد الشعبي لديهم اجندات سياسية بعينها) بالمرتبة الأولى بواقع (10) شباب وبنسبة (43.5%)، فيما جاءت الفقرة (شخصيات جدلية تدعي الانتماء للحشد الشعبي) بالمرتبة الثانية بواقع (4) شباب وبنسبة (17.4%)، وحلت باقي الفقرات بمراتب أدنى.

ج. محافظة نينوى: بلغ العدد الإجمالي للشباب في محافظة نينوى ممن ادلى بالاتجاه السلبي حيال الحشد الشعبي (27) شابا وشابة، وتوزعت اتجاهاتهم على الفقرات كالتالي: جاءت الفقرة (شخصيات جدلية تدعي الانتماء للحشد الشعبي) بالمرتبة الأولى بواقع (9) شباب وبنسبة (33.3%)، وحلت الفقرة (قيادات الحشد الشعبي لديهم اجندات سياسية بعينها) بالمرتبة الثانية بواقع (7) شباب وبنسبة (26%)، وجاءت باقي الفقرات بنسبة ومراتب أدنى.

الجدول رقم (11) التوزيع التكراري للبراهين والحجج السلبية في الخطاب الديني للفضائيات العراقية إزاء الحشد الشعبي من وجهة نظر الجمهور

الرتب	النسبة الكلية	نينوى		البصرة		بغداد		المحافظة حجج وبراهين الاتجاه السلبي
		%	ك	%	ك	%	ك	
1	36.7	26	7	43.5	10	42.9	9	قيادات الحشد الشعبي لديهم اجندات سياسية بعينها
2	26.7	33.3	9	17.4	4	28.6	6	شخصيات جدلية تدعي الانتماء للحشد الشعبي
3	21.1	22.2	6	26.1	6	14.3	3	الحشد الشعبي انحرف عن هدفه الأساس
4	9.9	11.1	3	8.7	2	9.5	2	الحشد الشعبي مؤسسة غير متخصصة بالعلوم العسكرية

5	5.6	7.4	2	4.3	1	4.7	1	الحشد الشعبي يتعامل بتمييز وفق مبررات طائفية
		100	27	100	23	100	21	المجموع
(71) مجموع الشباب الذين سئلوا عن اتجاههم السلبي								

12. متابعة الشباب العراقي بالصحة لموضوعات الحشد الشعبي في الخطاب الديني للفضائيات العراقية: يكشف الجدول رقم (12) توزيع الشباب العراقي في مجتمع البحث لمتغير صحة مشاهدتهم موضوعات الحشد الشعبي في الخطاب الديني للفضائيات العراقية، وكالاتي:

أ. محافظة بغداد: أشاروا الشباب في محافظة بغداد بـ(نعم) أنهم يشاهدون موضوعات الحشد التي يتناولها الخطاب الديني للفضائيات العراقية بالصحة او الرفقة وواقع (128) شابا وشابة وبنسبة (91.4%)، فيما أشاروا بـ(لا) أنهم لا يشاهدون بالصحة او الرفقة موضوعات الحشد الشعبي.

ب. محافظة البصرة: أشاروا الشباب في محافظة البصرة بـ(نعم) أنهم يشاهدون موضوعات الحشد الشعبي في الخطاب الديني للفضائيات العراقية بالصحة وواقع (111) شابا وشابة وبنسبة (79.3%)، فيما أشاروا بـ(لا) أنهم لا يرغبون برفقة احد عند مشاهدة موضوعات الحشد الشعبي في الفضائيات العراقية، واقع (29) شابا وشابة وبنسبة (20.7%).

ج. محافظة نينوى: أشاروا الشباب في نينوى بـ(نعم) أنهم يشاهدون موضوعات الحشد الشعبي في الخطاب الديني للفضائيات العراقية بالصحة وواقع (98) شابا وشابة وبنسبة (70%)، فيما أشاروا بـ(لا) أنهم لا يرغبون برفقة أحد عند مشاهدة موضوعات الحشد الشعبي في الفضائيات العراقية، واقع (42) شابا وشابة وبنسبة (30%).

د. قراءة في النتيجة: تشير نتائج الجدول (12) ان الشباب في محافظة بغداد العاصمة يتمتعون بنسب مشاهدة اعلى لموضوعات الحشد بالصحة والرفقة مع الاخرين، ومن ثم تلى ذلك الشباب في محافظة البصرة واخير الشباب في محافظة نينوى.

الجدول رقم (12) التوزيع التكراري لمتغير صحة مشاهدة الشباب العراقي موضوعات الحشد الشعبي في الخطاب الديني للفضائيات العراقية

الإجمالي		نينوى		البصرة		بغداد		المحافظة متغير
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	

صحبة المشاهدة								
80.2	337	70	98	79.3	111	91.4	128	نعم
19.8	83	30	42	20.7	29	8.6	12	لا
100	420	100	140	100	140	100	140	المجموع

13. أولوية الشباب العراقي بالصحبة اثناء متابعة موضوعات الحشد الشعبي بالخطاب الديني للفضائيات العراقية:

يكشف الجدول رقم (13) التوزيع التكراري والرتبي لأفضلية الصحبة بمشاهدة الشباب العراقي موضوعات الحشد الشعبي في الخطاب الديني للفضائيات العراقية وكالاتي:

أ. محافظة بغداد: أشاروا الشباب في محافظة بغداد الى أفضلية مشاهدة موضوعات الحشد الشعبي في الخطاب الديني للفضائيات العراقي مع (افراد الاسرة) بواقع (45) شابا وشابة وبنسبة (35.2%)، فيما أشاروا الى افضلية الصحبة مع (الأصدقاء) بواقع (60) شابا وشابة وبنسبة (46.9%)، في وقت كشفوا عن افضلية الصحبة مع (زملاء العمل) بواقع (23) شابا وشابة وبنسبة (17.9%).

ب. محافظة البصرة: أشاروا الشباب في محافظة البصرة الى افضلية الصحبة بمشاهدة المضامين التي تعالج الحشد الشعبي في الخطاب الديني لدى الفضائيات العراقية مع (افراد الاسرة) بواقع (33) شابا وشابة وبنسبة (29.7%)، فيما أشاروا الى الأفضلية بالصحبة مع (الأصدقاء) بواقع (71) شابا وشابة وبنسبة (64.5%)، وأشاروا بواقع (7) شباب وبنسبة (6.3%) الى افضليتهم المشاهدة مع (زملاء العمل).

ج. محافظة نينوى: كشفوا الشباب في محافظة نينوى عن افضليتهم بمشاهدة موضوعات الحشد الشعبي في الخطاب الديني بالقنوات العراقية على أن الأفضلية بالمشاهدة بصحبة (افراد الاسرة) بواقع (24) شابا وشابة وبنسبة (24.5%)، فيما أشاروا بواقع (45) شابا وشابة وبنسبة (46%) يفضلون المشاهدة مع (الأصدقاء)، وبينوا ان افضلية مشاهدتهم لموضوعات الحشد الشعبي مع (زملاء العمل) جاءت بواقع (22) شابا وشابة وبنسبة (22.5%).

د. قراءة في النتيجة: يتضح من خلال مؤشرات الجدول رقم (13) ان افضلية الصحبة لدى الشباب بمشاهدة موضوعات الحشد في الخطاب الديني للقنوات العراقية، كانت لصالح (الأفضلية بالصحبة مع الأصدقاء) وجاءت بالمرتبة الأولى على مستوى الشباب (عينة البحث) الذي أشاروا انهم يؤيدون المشاهدة بالصحبة كما في الجدول السابق رقم (12)، فيما جاءت الأفضلية (مع افراد الاسرة) بالمرتبة الثانية، وجاءت الأفضلية مع (زملاء العمل) بالمرتبة الثالثة، وتشير هذه النتيجة الى طبيعة التركيبة النفسية والاجتماعية

لدى الشباب العراقي وتفضيل التواصل مع الأصدقاء والصحة وابتعادهم نوعاً ما عن أسرهم في مشاهدة المضامين التلفزيونية ومنها مضامين الحشد الشعبي، ويرى الباحث في ذلك مجموعة تعليقات ومنها، فئة العمر التي ينتمون إليها الشباب (عينة البحث) تعد حاکمة باتجاه حيوية المرحلة واشباع احتياجاتهم المعرفية وغيرها، وأسباب بيئية وأسرية ضاغطة تجعلهم يميلون إلى تفضيل الرفقة والصحة بمشاهدة المضامين والموضوعات التي تتناولها القنوات بصورة عامة ومنها العراقية.

الجدول رقم (13) التوزيع التكراري والرتبي لأفضلية الصحة بمشاهدة الشباب العراقي موضوعات الحشد الشعبي في الخطاب الديني للفضائيات العراقية

رتبة أفضلية الصحة بالمشاهدة	نينوى		البصرة		بغداد		المحافظة
	%	ك	%	ك	%	ك	
2	24.5	24	29.7	33	35.2	45	مع أفراد اسرتي
1	46	45	64	71	46.9	60	مع أصدقائي
3	22.5	22	6.3	7	17.9	23	مع زملاء العمل
	100	98	100	111	100	128	المجموع
(337) مجموع الشباب الذين سئلوا							

14. انعكاسات متابعة الشباب العراقي بالصحة للخطاب الديني في الفضائيات العراقية على اتجاهاتهم إزاء موضوعات الحشد الشعبي:

يكشف الجدول رقم (14) الانعكاسات لدى الشباب العراقي (عينة البحث) على اتجاهاتهم بسبب مشاهدتهم مضامين الخطاب الديني التي تعالج موضوعات الحشد الشعبي في القنوات العراقية عبر أنشطتها الإعلامية والاعلامية، حيث استقر رأي الباحث على فقرة واحدة لكل من الاتجاهات السلوكية والمعرفية والوجدانية، وذلك بعد ان طبق الباحث دراسة استطلاعية ونيل الفقرات الثلاث تلك اعلى التكرارات ما دفع الباحث الى تفضيلها وتثبيتها كنموذج ومؤشر عن فعالية كل اتجاه وكالاتي:

أ. محافظة بغداد: فيما يخص (الاتجاه السلوكي) حيث أشاروا شباب محافظة بغداد الى انهم (يشاركون الاخرين في مناقشة الأفكار والموضوعات الخاصة بالحشد الشعبي) بواقع (61) شاباً وشابة وبنسبة

(47.7%)، وفيما يخص (الاتجاه المعرفي) فقد أشاروا (38) شابا وشابة وبنسبة (29.7%) الى ان الصحبة اثناء مشاهدة مضامين الحشد تعمل على (اغناء الجوانب المعرفية لديهم حول الفتوى الجهادية والعمليات الأمنية وقانون الحشد)، واما (الاتجاه الوجداني) فقد بين الشباب ان مشاهدة موضوعات الحشد في الخطاب الديني للفضائيات العراقية بالصحبة يثير لديهم (الشعور بالحميمية والاعجاب بمقاتلي الحشد الشعبي) بواقع (29) شابا وشابة وبنسبة (22.6%).

ب. محافظة البصرة: أشاروا الشباب في محافظة البصرة بخصوص (الاتجاه السلوكي) الى ان مشاهدة الصحبة لموضوعات الحشد تقود الى (مشاركتهم الاخرين في مناقشة الأفكار والموضوعات الخاصة بالحشد الشعبي) بواقع (55) شابا وشابة وبنسبة (49.5%)، وفيما يخص (الاتجاه المعرفي) فقد أشاروا الى انهم يميلون للصحبة (لإغناء الجوانب المعرفية لدي حول الفتوى الجهادية والعمليات الأمنية وقانون الحشد) بواقع (45) شابا وشابة وبنسبة (40.5%)، وبشأن (الاتجاه الوجداني) أشاروا شباب محافظة البصرة وبواقع (11) شابا وشابة وبنسبة (10%) ان اخبار الحشد الشعبي في الخطاب الديني تقود الى (الشعور بالحميمية والاعجاب بمقاتلي الحشد الشعبي).

ج. محافظة نينوى: كشفوا الشباب في محافظة نينوى فيما يتعلق بـ(الاتجاه السلوكي) أنهم (يشاركون الاخرين في مناقشة الأفكار والموضوعات الخاصة بالحشد الشعبي) عند مشاهدتهم اخبار الحشد في الخطاب الديني في الفضائيات العراقية وبواقع (41) شابا وشابة وبنسبة (41.8%)، واما (الاتجاه المعرفي) فقد أشاروا الشباب وبواقع (34) وبنسبة (34.7%) ان مشاهدة الصحبة تساعد على (إغناء الجوانب المعرفية لديهم حول الفتوى الجهادية والعمليات الأمنية وقانون الحشد)، وما يتعلق بـ(الاتجاه الوجداني) كشفوا الشباب بواقع (23) وبنسبة (23.5%) انهم (يشعرون بالحميمية والاعجاب بمقاتلي الحشد الشعبي) من خلال مشاهدتهم مضامين الحشد الشعبي بالخطاب الديني في الفضائيات العراقية.

د. قراءة في النتيجة: تبين من خلال معطيات الجدول رقم (14) ان (الاتجاه السلوكي) سجل النسبة الأعلى مقارنة بالاتجاهين (المعرفي والوجداني) على مستوى محافظات (مجتمع البحث)، وهذا يرجع الى مجموع مبررات منها، طبيعة الفئة العمرية لعينة البحث (الشباب) وسرعة تأثرها بمضامين الوسائل الاعلام، قوة الرسائل التي قدمها الخطاب الديني عبر القنوات، واقعية وقرب محتوى الرسائل من واقع الشباب العراقي، فضلا عن التقنيات الفنية والتكنولوجية التي رافقت عمليات انتاج الخطاب الديني، ومن ثم جاء (الاتجاه المعرفي) بنسبة (34.7%)، واخير جاء (الاتجاه الوجداني) بنسبة (18.7%).

الجدول رقم (14) انعكاسات متابعة موضوعات الحشد الشعبي في الخطاب الديني للفضائيات العراقية على اتجاهات الشباب العراقي

الإجمالي		نينوى		البصرة		بغداد		المحافظة الفقرات	نمط الاتجاه
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
46.6	157	41.8	41	49.5	55	47.7	61	مشاركة الاخرين في مناقشة الأفكار والموضوعات الخاصة بالحشد الشعبي	الاتجاه السلوكي
34.7	117	34.7	34	40.5	45	29.7	38	اغناء الجوانب المعرفية لدي حول الفتوى الجهادية والعمليات الأمنية وقانون الحشد	الاتجاه المعرفي
18.7	63	23.5	23	10	11	22.6	29	الشعور بالحميمية والاعجاب بمقاتلي الحشد الشعبي	الاتجاه الوجداني
100	337	100	98	100	111	100	128		المجموع

15. اتجاهات الشباب العراقي إزاء معالجات الخطاب الديني شؤون الحشد الشعبي في القنوات العراقية: يبين الجدول رقم (15) الاتجاهات لدى الشباب العراقي (عينة البحث) حيال أولويات اخبار وموضوعات الحشد الشعبي في الخطاب الديني للقنوات العراقية، حيث يتضح ان الخطاب الديني في القنوات العراقية قد تباينت أولوياته في تناول الحشد سعياً منه في بناء الاعتقادات والاتجاهات التي رمى الفاعل الخطابى الى ترسيخها لدى الجمهور (الشباب) ومديات الاتفاق من عدمه لدى الشباب على الأولويات تلك في تناول، وقد

اكتفى الباحث بعرض المراتب الأولى والاعلى من حيث التكرارات والنسب المئوية وعلى مستوى المحافظات الثلاث، وكالاتي:

أ. محافظة بغداد: أشاروا الشباب في محافظة بغداد بـ(اتفق) على أن (الحشد الشعبي يتمتع بقيادة امنية مهنية) بواقع (24) شابا وشابة وبنسبة (17.2%) من مجمل عينة شباب محافظة بغداد وهي اعلى نسبة سجلها الاتجاه الإيجابي، فيما كشفوا الشباب عن اتجاهاتهم السلبي بـ(لا اتفق) على الفقرة (يعاني الحشد انقسامات بدواع سياسية) بواقع (15) شاب وشابة وبنسبة (10.7%)، وحصلت باقي الفقرات بالاتجاهين (اتفق، لا اتفق) على نسب متفاوتة،

ب. محافظة البصرة: حصلت الفقرة (يتمتع الحشد الشعبي بقيادة امنية مهنية) على اعلى التكرارات بواقع (41) شابا وشابة وبنسبة (29.3%) أشاروا بـ(اتفق) على معالجات الخطاب الديني في الفضائيات العراقية للحشد الشعبي، فيما حصلت الفقرة (تطغى على الحشد الشعبي السمة الطائفية) بأعلى التكرارات بالإشارة على (لا اتفق) بواقع (12) شابا وشابة وبنسبة (8.6%)

ج. محافظة نينوى: أشاروا الشباب في محافظة نينوى الى (اتفق) على الفقرة (لشهداء الحشد وعوائلهم الفضل بدحر الإرهاب) بأعلى التكرارات بواقع (25) شابا وشابة وبنسبة (17.9%)، فيما أشاروا بذات الوقت على (لا اتفق) للفقرة (تطغى على الحشد الشعبي السمة الطائفية) بأعلى التكرارات بواقع (18) شابا وشابة وبنسبة (12.9%)

د. قراءة في النتيجة: يتضح أن الخطاب الديني ومن خلال منتجيه والفواعل الخطابية قد ركزوا على مجموعة أفكار او صور لتصديرها وترسيخها في اذهان الجمهور عبر الفضائيات العراقية، ومن المؤكد أن اتفاق شباب محافظتي (بغداد والبصرة) على أن الحشد الشعبي يتمتع بقيادة امنية مهنية لم تكن نتيجة عشوائية بل نتيجة الأولوية التي عمل على تقديمها الفاعل الخطابى وفق السياسات والاستراتيجيات التي تعتمدها القنوات العراقية في انتاج موضوعات الحشد الشعبي ومن ثم تأثر الشباب العراقي بضامين الخطاب الديني، وذات الامر فيما يخص عدم الاتفاق بين شباب محافظتي (البصرة ونيوى) على ان الحشد تطغى عليه السمة الطائفية، ومن ثم يمكن القول ان الخطاب الديني تمكن من التأثير في خلق وعي واتجاه بعينه لدى الشباب العراقي حيال فقرات محددة تناولها بقصدية ضمن سياقات وانماط إعلامية متنوعة.

الجدول رقم (15) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاتجاهات الشباب العراقي حيال معالجات الخطاب الديني للحشد الشعبي في الفضائيات العراقية

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	نينوى			البصرة			بغداد			المحافظة
		%	ك	الاتجاه	%	ك	الاتجاه	%	ك	الاتجاه	
12.7	27	11.4	16	اتفق	29.3	41	اتفق	17.2	24	اتفق	يتمتع الحشد الشعبي بقيادة امنية مهنية
4	6.6	7.9	11	لا اتفق	2.2	3	لا اتفق	4.3	6	لا اتفق	
3.2	13.6	7.1	10	اتفق	11.5	16	اتفق	10.7	14	اتفق	ينساق الحشد بأوامر القائد العام للقوات المسلحة
5.5	6.6	8.6	12	لا اتفق	0.7	1	لا اتفق	5	8	لا اتفق	
1.5	9.3	5.7	8	اتفق	7.9	11	اتفق	6.4	9	اتفق	تطغى على الحشد الشعبي
3	14.6	12.9	18	لا اتفق	8.6	12	لا اتفق	10	14	لا اتفق	السمة الطائفية
7.7	18.6	17.9	25	اتفق	7.1	10	اتفق	15	21	اتفق	لشهداء الحشد وعوائلهم
0.57	1.6	1.4	2	لا اتفق	0.7	1	لا اتفق	1.4	2	لا اتفق	الفضل ببحر الإرهاب
1.7	16	10.7	15	اتفق	12.8	18	اتفق	10.7	15	اتفق	تشكل الحشد الشعبي من فصائل مسلحة
1.1	6.6	5.7	8	لا اتفق	4.3	6	لا اتفق	4.3	6	لا اتفق	

3	9.6	9.3	13	اتفق	6.4	9	اتفق	5	6	اتفق	يعاني الحشد انقسامات
6	9.3	1.4	2	لا اتفق	8.5	12	لا اتفق	10	15	لا اتفق	بدواعي سياسية
		100		140	100		140	100		140	المجموع والنسبة

2. قياس دلالة الفروض :

الفرض الأول: تعرض الشباب العراقي لموضوعات الحشد الشعبي في الخطاب الديني للفضائيات العراقية أثر في مشاعرهم واتجاهاتهم بصورة ايجابية حيال الحشد

يكشف الجدول رقم (16) نتائج اختبار (T-Test) الخاصة بدلالة الفرض الأول واتجاهات الشباب العراقي نحو الحشد الشعبي، حيث اثبتت النتائج أن الوسط الحسابي بلغ (84) وهو أكبر من قيمة الوسط الفرضي البالغ (15) ما يعني أن إجابات المبحوثين تتجه نحو الموافقة وأن الفرض متحقق بدلالة القيمة التائية المحسوبة التي بلغت (5.88) وهي أكبر من القيمة التائية الجدولية البالغة (1.96)، وهذا يؤكد فاعلية التأثير في اتجاهات ومشاعر الشباب العراقي عن طريق الخطاب الديني الذي يعالج موضوعات الحشد الشعبي في الفضائيات العراقية.

الجدول رقم (16) اختبار (T-Test) لدلالة الفرض الأول واتجاهات الشباب العراقي نحو الحشد الشعبي

الدلالة	القيمة التائية الجدولية	درجة الحرية	الوسط الفرضي	القيمة التائية المحسوبة	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي
دال	1.96	419	15	5.88	58.5	84

الفرض الثاني: التركيز في تناول موضوعات الحشد الشعبي بالخطاب الديني للفضائيات العراقية منح الموضوعات تلك اولوية في الاهتمام والمتابعة عند الشباب العراقي
يكشف الجدول رقم (17) نتائج اختبار (T-Test) الخاصة بدلالة الفرض الثاني واولويات اهتمام والمتابعة لدى الشباب العراقي نحو موضوعات الحشد الشعبي، حيث اثبتت النتائج أن الوسط الحسابي بلغ (84) وهو أكبر من قيمة الوسط الفرضي البالغ (15) وكلما بلغت قيمة الوسط الحسابي اكبر من قيمة الوسط الفرضي

كلما اتجهت إجابات المبحوثين (عينة البحث) نحو التجانس او الموافقة، وأن الفرض متحقق بدلالة القيمة التائية المحسوبة التي بلغت (6.34) وهي أكبر من القيمة التائية الجدولية البالغة (1.96)، وهذا يؤكد فاعلية الخطاب الديني في الفضائيات العراقية بخلق أولوية الاهتمام لدى الشباب العراقي بمتابعة موضوعات الحشد الشعبي ومن ثم تشكيل الاتجاهات والتصورات الخاصة بهم.

الجدول رقم (17) اختبار (T-Test) لدلالة الفرض الثاني واولويات اهتمام الشباب العراقي لموضوعات الحشد الشعبي بالخطاب الديني في الفضائيات العراقية

الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	القيمة التائية المحسوبة	الوسط الفرضي	درجة الحرية	القيمة التائية الجدولية	الدلالة
84	54.3	6.34	15	419	1.96	دال

الفرض الثالث: توجد فروق احصائية دالة بين استجابات الشباب العراقي تعود لسماتهم الديمغرافية (النوع، العمر، المحافظة) واتجاهاتهم الايجابية ازاء الحشد الشعبي في الخطاب الديني للفضائيات العراقية يكشف الجدول رقم (18) دلالة اختبار (T-Test) للعلاقات الارتباطية بين المتغيرات الديمغرافية للشباب العراقي واتجاهاتهم الإيجابية نحو موضوعات الحشد الشعبي في الخطاب الديني للفضائيات العراقية، وكالاتي:

1. النوع: مثل الذكور عدد (266) شابا من المحافظات (بغداد، البصرة، نينوى) بمتوسط حسابي (88.6) وانحراف معياري (77.3)، والاناث في ذات المحافظات مثلن (154) شابة بمتوسط حسابي (51.3) وانحراف معياري (45.4)، وبعد تطبيق الاختبار التائي ظهرت قيمة (ت) المحسوبة (5.69) اكبر من قيمة (ت) الجدولية (1.96) ما يدل أن المتغير الديمغرافي للشباب العراقي كان فعلا ومؤثرا في عملية تشكيل الاتجاهات والاعتقادات لديهم نحو موضوعات الحشد الشعبي التي يتناولها الخطاب الديني في الفضائيات العراقية.

2. العمر: جاءوا الشباب (عينة البحث) من ذوي الفئة العمرية (18-24 سنة) من المحافظات (مجتمع البحث) بواقع (176) شابا وشابة بمتوسط حسابي (58.6)، وانحراف معياري (52)، واما الشباب من ذوي الفئة العمرية (25-30 سنة) بواقع (244) شابا وشابة بمتوسط حسابي (81.3) وانحراف معياري (71.3) وبعد تطبيق الاختبار التائي ظهرت أن قيمة (ت) المحسوبة (7.14) وهي أكبر من قيمة (ت) الجدولية (1.96) ما يدل ان المتغير الديمغرافي (العمر) له دور مؤثر في تشكيل الاتجاهات الإيجابية لدى الشباب إزاء الحشد الشعبي.

3. المحافظة: بعد أن بين الباحث اعتماده التقسيم المتساوي لعينته على محافظات بغداد والبصرة ونيوى في الإطار المنهجي للبحث فان عينة بغداد هي (140) شابا وشابة وكذلك محافظة البصرة (140) شابا وشابة ومحافظة نينوى (140) شابا وشابة وان العينة الاجمالية تبلغ (420) شابا وشابة وبمتوسط حسابي واحد (70) وبانحرافات معيارية متباينة حيث بلغ الانحراف المعياري لشباب محافظة بغداد (31.1) ولشباب محافظة البصرة (5.6) ولشباب محافظة نينوى (42.4) وبدرجات دلالة تائية أكبر من القيمة التائية الجدولية (1.96) ما يدل على ان متغير (المحافظة) كان له مساحة تأثير واضحة في بناء الاعتقادات والاتجاهات في الشباب عن الحشد الشعبي بالخطاب الديني للفضائيات العراقية، وبالمجمل فان الفرض يعد فرضا دالا احصائيا بدلالة الاختبار التائي ومؤشرات قيم (ت) المحسوبة مقارنة بقيم (ت) الجدولية.

الجدول رقم (18) اختبار (T-Test) لدلالة العلاقات الارتباطية بين المتغيرات الديمغرافية للشباب العراقي واتجاهاتهم الإيجابية نحو الحشد الشعبي

المتغيرات	العينة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة T المحسوبة	قيمة T الجدولية	الدلالة
النوع	الذكور	88.6	77.3	5.69	1.96	دال
	الاناث	51.3	45.4			
العمر	24-18 سنة	58.6	52	7.14	1.96	دال
	30-25 سنة	81.3	71.3			
المحافظة	بغداد	70	31.1	18	1.96	دال
	البصرة	70	5.6			
	نينوى	70	42.4			

الاستنتاجات:

1. بعد تأشير الشباب العراقي على متابعة موضوعات الحشد الشعبي في الخطاب الديني للفضائيات وانهم يثقون بمضامين بالخطاب الديني المتعلق بالحشد الشعبي وفق الجدولين (5، 8) وبدلالة اختبار

(كا²)، يعني ان دور الخطاب الديني في القنوات العراقية كان مؤثرا لمتابعة الشباب العراقي لدرجة ثقتهم بالمضامين التي تعالج الحشد الشعبي.

2. تركيز متابعة الشباب العراقي لأنواع البرامج التي تعالج اخبار الحشد في الخطاب الديني التلفزيوني بين (التحقيقات الميدانية التي تتناول موضوعات الحشد الشعبي، البرامج الدينية) دون الأنماط الأخرى وعلى مستوى المحافظات الثلاث، يشير الى نجاح الخطط الفنية والبرامجية التي توليها الفضائيات العراقية لبرامج بعينها دون أخرى وتضمنها معالجات اخبار وشؤون الحشد الشعبي في خطابها الديني الذي تستعرضه بهدف التأثير بالجمهور.
3. تأشير الشباب العراقي بالاتجاه الإيجابي (اتفق) حيال مجموعة معالجات بعينها للحشد الشعبي في الخطاب الديني ما خلق حالة وعي جمعي واتجاهات إيجابية مشتركة بين شباب محافظات (مجتمع البحث) ومنها الاتجاه (بالاتفاق) على القيادة الأمنية المهنية للحشد، وعدم اتسامه بالطائفية.
4. تحقيق فروض البحث والعلاقات الارتباطية بما يؤكد الدور الفاعل للخطاب الديني في الفضائيات العراقية بتشكيل الاتجاهات لدى الشباب العراقي إزاء الحشد الشعبي.

التوصيات:

1. تفعيل عمل لجنتي الأوقاف والشعائر الدينية والثقافة والسياحة والاعلام النيابيتين مع الجهات التنفيذية الرسمية والمعنية في توحيد الخطاب الإعلامي ومراقبة المحتوى الديني على وجه الخصوص من خلال عقد المؤتمرات والندوات والورش لبيان خطورة التعامل مع الموضوعات الدينية كونها ذات محورية في التأثير على حياة ومصالح الجمهور.
2. مبادرة القنوات العراقية في إعداد وثيقة عمل صحفي موحدة لرسم حدود الاساليب والآليات في المعالجة التلفزيونية للخطاب الديني للموضوعات العامة ذات الطابع الديني في العراق بهدف توحيد الشعب العراقي ونبذ محاولات الفرقة والخطاب الديني الطائفي.

العربية المصادر:

- (1) ابي نصر إسماعيل بن حماد الجواهري. (2001). تاج اللغة وصحاح العربية. تحقيق. محمد تامر وأنس محمد الشامي وزكريا جابر أحمد. القاهرة: دار الحديث.
- (2) احمد زايد. (2007). صور من الخطاب الديني المعاصر. القاهرة: دار العين للنشر.
- (3) أروى خالد هاشم العاني. (1994). الخطاب الدعائي الإسرائيلي الموجه ضد العراق. رسالة ماجستير: بغداد. كلية الآداب. قسم الاعلام.

- 4) اميرة محمد سيد. (2019). تحليل الخطاب الإعلامي مدخل نظري. مجلة علوم الانسان والمجتمع. المجلد (٨). العدد (٣). الدمام. جامعة الامام فيصل بن عبد الرحمن: كلية الآداب.
- 5) انول باتشيرجي. (2015). بحوث العلوم الاجتماعية المبادئ والمناهج والممارسات. ترجمة. خالد بن ناصر ال حيان. عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.
- 6) بسيوني إبراهيم. (2008). دراسات في الاعلام وتكنولوجيا الاتصال والرأي العام. القاهرة: عالم الكتب.
- 7) بو علي نصير. (2006) الخطاب الديني ووسائل الاعلام. الجزائر. مجلة الصراط. العدد 13. جامعة الأمير عبد القادر. كلية العلوم الإسلامية.
- 8) جعفر ظفير حسوني وعادل ماضي صبر. (2022). الخطاب الديني في ضوء الاستعمال اللغوي. مجلة الأستاذ للعلوم الإنسانية والاجتماعية. المجلد (61). العدد (2). كلية التربية ابن رشد للعلوم الإنسانية: جامعة بغداد.
- 9) جليل وادي. (2017). الخطاب الإعلامي وإدارة الازمات السياسية الدولية. الامارات العربية المتحدة: دار الكتاب الجامعي.
- 10) جواد كاظم خطاب. (2019). توظيف الحشد الشعبي في المدرك السياسي العراقي. مجلة حمورابي. العدد 29. السنة السابعة: مركز حمورابي للبحوث والدراسات الاستراتيجية.
- 11) جودة محفوظ. (2006). أساليب البحث العلمي. عمان: دار زهران للنشر والتوزيع.
- 12) جوني دانييل. (2015). اساسيات اختيار العينة في البحوث العلمية. ترجمة طارق عطية ومحمد بن إبراهيم. الرياض: مكتبة الملك فهد الوطنية.
- 13) خليدة البشاري. (2018). الخطاب الديني التلفزيوني في القنوات الفضائية ودوره في نشر اللغة العربية. الجزائر: المجلة الجزائرية للاتصال. جامعة الجزائر 3.
- 14) ريناد منصور وفالح عبد الجبار. (2017). الحشد الشعبي ومستقبل العراق. بيروت: مؤسسة كارنيغي للسلام الدولي.
- 15) شيماء ذو الفقار. (2009). مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
- 16) طارق عبد الرؤوف وايهاب عيسى. (2017). المقاييس والاختبارات، التصميم، الاعداد، التنظيم. القاهرة: المجموعة العربية للتدريب والنشر.
- 17) عبد النبي خزعل. (2011). الخطاب الديني الفضائي سماته وانعكاساته على شرائح المجتمع. مجلة الباحث الإعلامي. العدد 13: كلية الاعلام. جامعة بغداد.
- 18) ليث بدر يوسف. حاتم بديوي عبيد. (2022). الخطاب الديني للمواقع الإلكترونية في الصحافة العراقية. بحث منشور في مجلة الآداب. المجلد(3) العدد 141: جامعة بابل. كلية الآداب. قسم الاعلام.
- 19) محسن علي عطية. (2009). البحث العلمي في التربية مناهجه وادواته ووسائله الإحصائية. عمان: دار المناهج للنشر والتوزيع.
- 20) محمد عبد الحميد. (2004). نظريات الاعلام واتجاهات التأثير. القاهرة: عالم الكتب للنشر والتوزيع والطباعة.
- 21) مرفت الطربيشي وعبد العزيز السيد. (2006). نظريات الاتصال. القاهرة: دار النهضة العربية.
- 22) منال هلال المزاهرة. (2012). نظريات الاتصال. عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع.

(23) _____ (2014). مناهج البحث الإعلامي. عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.

(24) نجلاء إسماعيل أحمد. (2017). الاعلام الديني والتعددية الثقافية. عمان: دار المعتز للنشر والتوزيع.

foreign sources :

1. Delson, Geory (2003). General Esicenhower .Vol.40. Ideolog and Discourse .Argumentation and Advocacy

2. Point.T. (2016). Effective Communication. Barriers .Retrieved on .March 2022

1. Mohamed Tamer, Anas Mohammed Al-Shami and Zakaria Jaber Ahmed. (2001). Abi Nasr Ismail bin Hammad Al-Jawahiri. The Crown of Language and right Arabic meanings. Cairo: Dar Al-Hadith.

2. Ahmed Zayed. (2007). Images from Contemporary Religious Discourse. Cairo: Al Ain Publishing House.

3. Arwa Khaled Hashem Al-Ani. (1994). Israeli propaganda discourse directed against Iraq. Master's Thesis: Baghdad. college of Arts. Media Department.

4. Amira Mohamed Sayed. (2019). Media discourse analysis theoretical approach. Journal of Human and Society Sciences. Volume 8. Number (3). Dammam. Imam Faisal bin Abdul-Rahman University: College of Arts.

5. Anol Pascherigi. (2015). Social Science Research Principles, Approaches, and Practices. Translated by. Khalid bin Nasser Al Hayyan. Amman: Dar Al-Yazuri Scientific Publishing and Distribution.

6. Bassiouni Ibrahim. (2008). Studies in Media, Communication Technology and Public Opinion. Cairo: Alem Alkutob.

7. Bu Ali Naseer. (2006) Religious Discourse and the Media. Algeria. Al-Sirat Magazine. Issue 13. Prince Abdul Qader University. College of Islamic Sciences.

8. Jaafar Zafir Hassouni and Adel Madi Sabr. (2022). Religious discourse in linguistic usage. Alustath Journal for Human and Social Sciences. Volume (61). Issue (2). Ibn Al-Rushd College of Education for Human Sciences: University of Baghdad.

9. Jalil Wadi. (2017). Media discourse and management of international political crises. United Arab Emirates: University Book House.

10. Jawad Kazem Hattab. (2019). Employing the Popular Mobilization Forces in the Iraqi Political Perception. Hammurabi Magazine. Issue 29. Seventh Year: Hammurabi Center for Research and Strategic Studies.
11. Jawda Mahfoodh . (2006). Methods of Scientific Research. Amman: Dar Zahran for Publishing and Distribution.
12. Johnny Daniel. (2015). The basics of sample selection in scientific research. Translated by Tariq Attia and Muhammad ibn Ibrahim. Riyadh: King Fahd National Library.
13. Khalida Al-Bashari. (2018). Television religious discourse in satellite channels and its role in spreading the Arabic language. Algeria: Algerian Journal of Communication. University of Algiers 3.
14. Renad Mansour and Faleh Abdul-Jabbar. (2017). The Popular Mobilization Forces and the Future of Iraq. Beirut: Carnegie Endowment for International Peace.
15. Shaima Zulfiqar. (2009). Research Methods and Statistical Uses in Media Studies. Cairo: Egyptian Lebanese House.
16. Tarek Abdel Raouf and Ihab Issa. (2017). Metrics and tests, design, preparation, organization. Cairo: Arab Group for Training and Publishing.
17. Abd al-Nabi Khaz'al. (2011). Space religious discourse: its features and repercussions on segments of society. Media Researcher Magazine. Issue 13: college of Media. University of Baghdad.
18. Laith Badr Youssef. Hatem Bedaiwi Obeid. (2022). Religious Discourse of Websites in the Iraqi Press. Research published in the Journal of Literature. Volume (3) Issue 141: University of Babylon. Faculty of Arts. Media Department.
19. Mohsen Ali Attia. (2009). Scientific research in education: its methods, tools and statistical means. Amman: Dar Al-Minhaj for Publishing and Distribution.
20. Mohamed Abdel Hamid. (2004). Media theories and influence trends. Cairo: Alem Alkotob for Publishing, Distribution and Printing.
21. Mervat Tarbishi and Abdul Aziz Al-Sayed. (2006). Communication theories. Cairo: Dar Al-Nahda Al-Arabiya.
22. Manal Hilal Al-Mazahera. (2012). Communication theories. Amman: Dar Al-Masirah for Publishing and Distribution.

23. Media Research Methods (2014). Amman: Dar Al-Masirah for Publishing, Distribution and Printing.

24. Najla Ismail Ahmed. (2017). Religious Media and Multiculturalism. Amman: Dar Al-Moataz for Publishing and Distribution.

1. Delson, Geory (2003). General Esicenhower .Vol.40. Ideolog and Discourse .Argumentation and Advocacy

2. Point.T. (2016). Effective Communication. Barriers .Retrieved on .March 2022