

جامعة ديالى / كلية التربية

مستويات التفضيل والثقة بوسائل الإعلام العراقية بين أوساط الجمهور العراقي  
" دراسة ميدانية على جمهور وسائل الإعلام في مدينة بغداد "

مدرس مساعد  
زينب ليث عباس

## أولاً: - المقدمة:

في ظل التعدد والتنوع على مستوى وسائل الإعلام التي تأسست بعد التغيير السياسي الذي شهده العراق بعد 2003/4/9 أصبح الجمهور امام خيارات متعددة من الصحف والاذاعات والقنوات التلفزيونية الارضية والفضائية، وقد اوجد الواقع الاعلامي الراهن حالة جديدة من العلاقة بين وسائل الاعلام والجمهور على مستوى عادات المقرئية والاستماع والمشاهدة شهدت حالات من الشد والجذب بين الطرفين لاسيما وان وسائل الاعلام استخدمت اساليب متعددة للاقناع والدعاية لغرض تحقيق وتكريس خطابها السياسي والطائفي في بعض الحالات، وقد افرز ذلك الصراع والتناقض في الخطاب الموجه للجمهور الى تزعزع حالة الثقة وتراجعاً في حالة التعرض بين اوساط الجمهور العراقي ازاء بعض القنوات وتعزيزها ازاء قنوات اخرى، وعبر نحو سنوات خمس مضت منذ بداية المرحلة السياسية والاعلامية التي مازال العراق يعيشها وعبر خطابات اعلامية ذات اتجاهات متباينة اصبح الفرز واضحاً بين اوساط الجمهور العراقي بشأن وسائل الاعلام التي اعتاد على التعرض لها وتبلورت لديه افكار جاهزة بشأنها على مستوى عادات المقرئية والتعرض وعلى مستوى الثقة بما تنقله من مضامين وبعض التقييمات العامة الاخرى بشأن العملية الاعلامية برمتها.

## مشكلة البحث:

تتلخص مشكلة البحث هذا في وجود حالة من الغموض والضبابية وعدم الوضوح في العلاقة على مستوى الاستهداف والتلقي بين وسائل الإعلام والجمهور ضمن محاور التعرض والتفضيل والثقة التي يأتي هذا البحث ليشرحها ويقف عندها ويجيب على ابرز التساؤلات بشأنها ومن أهمها:

1. ما مدى مقرئية وعادات الاستماع والمشاهدة بين أوساط الجمهور إزاء وسائل الإعلام العراقية.
2. ما حدود التفضيل والاهتمام بين أوساط الجمهور بوسائل الإعلام العراقية.
3. متى يلجأ الجمهور إلى مقارنة ما يتلقاه عبر وسائل الإعلام مع مصادر أخرى للمعلومات وما حدود تلك المقارنة على مستوى وسائل الإعلام العراقية.
4. ما حدود الثقة التي يتبناها الجمهور العراقي إزاء وسائل الإعلام العراقية وما العوامل التي من شأنها تعزيز الثقة أو إضعافها وما معدلاتها إزاء وسائل الإعلام المفضلة من قبل الجمهور .

5. ما السبل والمقترحات. من وجهة نظر الباحثين، لتعزيز الثقة وتلافي النقص والإخفاق الذي تشهده بعض وسائل الإعلام العراقية.

### اهمية البحث:

يتناول البحث سمة اساسية للخطاب الاعلامي المنقول عبر وسائل الاعلام والمتمثلة بمعايير الدقة والصدق والموضوعية والحيادية والتوازن وهي معايير أساسية للإعلام الهادف، وفي الجهة المقابلة إي على صعيد الجمهور يتناول انعكاس المعايير تلك على مدى الثقة بوسائل الاعلام التي تلتزم وتحترم المعايير المشار إليها، لذا فان الدراسة الميدانية للجمهور الذي يتعرض لوسائل الاعلام تسهم في تزويد المختصين والمراقبين بأحكام وتعميمات عن رأي الجمهور بالأداء الإعلامي ومدى الثقة بما تنقله تلك الوسائل وكل ما يرتبط بذلك من معطيات ومؤشرات

### هدف البحث:

يسعى البحث الى تحديد معدلات الثقة لدى الجمهور العراقي ازاء وسائل الاعلام العراقية الرئيسية فضلا عن تحديد عادات المقرئية والاستماع والمشاهدة لوسائل الاعلام وحدود التفضيل لتلك الوسائل بين أوساط الجمهور العراقي.

### منهج البحث وأدواته:

يعد البحث وصفا من حيث نوعه وهو يستخدم منهج المسح في دراسة جمهور وسائل الاعلام والبحث في سماتهم العامة واتجاهاتهم بشأن موضوع الثقة بوسائل الاعلام بما يسمح بتكميم النتائج والتعبير عن دلالاتها الرقمية وربطها بدلالات معرفية علمية تسهم في بناء تصورات وتعميمات علمية واعلامية، كما استخدم البحث صحيفة الاستبيان بوصفها أداة علمية يمكن بواسطتها بناء مقياس يساعد على تحقيق أهداف البحث وقد أخضعت صحيفة الاستبيان لمعايير الصدق الثبات على وفق الإجراءات العلمية المعتمدة.

### مجالات البحث:

يتخذ البحث من عام 2008 مجالا زمنياً له ومن العراق بشكل عام ومن مدينة بغداد العاصمة بشكل خاص مجالا مكانياً للبحث وجرى اختيارها بوصفاً أنموذجاً لإجراء الدراسة الميدانية لما تتمتع به من سمات على مستوى عدد السكان الكبير والتنوع القومي والطائفي الذي تشهده فضلاً عن كونها المقر الرئيس لاغلب وسائل الاعلام الرئيسية وعاصمة العراق، واخيراً

وعلى مستوى المجال البشري للبحث تم شمول واختيار عينة من جمهور وسائل الاعلام العراقية من سكان مدينة بغداد وبلغ عددهم (400) مبحوث.

### مجتمع البحث وعينته:

يتناول البحث جمهور وسائل الاعلام العراقية من سكان مدينة بغداد بوصفهم يمثلون مجتمع البحث، وقد تم اجراء استبيان تمهيدي لتحديد ابرز وسائل الاعلام العراقية التي تحظى بالجاهلية في مجال الاخبار والبرامج الاخبارية والسياسية وتحقق ذلك من خلال استخدام (25%) من عينة البحث أي بواقع ( 100 ) مبحوث وزعت عليهم الاستمارة التمهيديّة والتي في ضوء نتائجها تم اختيار وسائل الاعلام المشمولة بالبحث وهي ( جريدة الصباح، جريدة الزمان، جريدة المدى، اذاعة جمهورية العراق، اذاعة العهد، اذاعة دجلة، قناة العراقية، قناة الشرقية، قناة الحرية) وقد تم اعتماد معيار في عملية اختيار العينة يتعلق بالهوية الاسلامية الفرعية اذ تم اختيار (50%) من المبحوثين من المسلمين الشيعة و(50%) من المسلمين السنة وذلك لضمان التوازن وإتاحة الفرصة لظهور النتائج بشكل متوازن اذ اننا نفترض ان الثقة بوسائل الاعلام تتأثر بشكل او بآخر على وفق الهوية الإسلامية الفرعية وذلك بسبب الأجنادات التي تحملها وسائل الاعلام العراقية التي قد تكون منحازة الى هذه الهوية او تلك ضمن حدود معينة. وقد تم اختيار عينة عشوائية منتظمة من سكان مدينة بغداد ومن ضمن الوحدات الإدارية ال(10) التي تتألف منها مدينة بغداد تم اختيار (6) أحياء بشكل عشوائي توزعت على الرصافة (مدينة الصدر، الشعب، الكرادة ) وعلى الكرخ (السيدية، الغزالية، شارع حيفا).

### ثانياً:- مقومات الإعلام الجدير بثقة الجمهور:

يتطلب الإعلام الناجح توفر مجموعة من العناصر والشروط التي من شأنها تعزيز العلاقة بين الوسيلة والجمهور تتعلق بالمعالجة والتناول الإخباري للقضايا والموضوعات المختلفة والاهتمام بمضمون الرسائل الإعلامية التي يسعى الصحفيون والمراسلون إلى أبرزها إثناء أدائهم لعملهم وأبرزها:

1. **الصدق والصحة:-** وهي من السمات المهمة الواجب توفرها في الرسالة الاتصالية ويقصد بها ان تكون وقائع واحداث ما ينقل عبر الوسيلة الاعلامية صحيحاً وحقيقياً، وقع بالفعل غير ملفق او مختلق وآلا تحول المضمون الى مجرد إشاعة، فاذا كان الحدث المراد تغطيته غير موثوق بصحته يجعل الوسيلة الاعلامية عرضة للتكذيب وفقدان المصداقية وبالتالي

يفقد الجمهور ثقته بها<sup>(1)</sup>، كما يعد الصدق اهم المعايير والقيم جميعاً وهو الأساس الذي يبنى عليه الموضوع الصحفي بل العمل الاعلامي كله، ومستويات الصدق التي ينبغي ان تتوفر في الصحفي او المراسل هي صدق الاقوال وصدق الافعال والصدق الذاتي:

أ. صدق الافعال: وتمثل الجانب الظاهري للعمل الصحفي.

ب. صدق الاقوال: ويعني ان الصحفي لا يقول الا الصدق.

ج. الصدق الذاتي: أي الصدق في الغايات والنيات وهو أعلى درجات الايمان بالعمل الصحفي. ويرى الباحث الأمريكي ويستلي (westly) ان تحذف المعلومة بالكامل اذا لم يتم التأكد من صحتها، او لم يكن هناك وقت للتأكد منها<sup>(2)</sup>، واما الصحة فهي عملية التأكد من صحة المعلومة من اجل الحصول على سبق صحفي<sup>(3)</sup>.

2. **الدقة:** - ونعني بها ان يذكر الخبر الحقيقة الكاملة للحدث او الواقعة من دون حذف وكذلك

نقل تفاصيله من قبل المراسل او الوسيلة التي يعمل بها، بكل أمانه ووضوح ودقة دون حذف او انتقاص قد يخل بسياق الواقعة او الحادثة، كما أنها تعني عدم المبالغة في عرض وقائع القصة الخبرية من اجل عدم تشويه الحقائق وضمان عدم تضليل الجمهور<sup>(4)</sup>.

وتعد الدقة عامل مكمل لصدق الخبر فقد يكون الخبر صحيحا ولكن لاتراع الدقة في اذاعته بالطريقة التي تحفظ صحته ويكون نتيجة ذلك اما سوء فهم او فقدان الخبر قيمته عند البث<sup>(5)</sup>، وتتطلب الدقة التحقق (لاكبر درجة ممكنة) وعرض جميع الحقائق اللازمة لفهم حدث او موضوع معين، حتى ولو كانت بعض الحقائق تتعارض مع معتقدات وأحاسيس جهة البث او الموظفين لديها<sup>(6)</sup>، ولهذا فان الدقة تتطلب التحقق من الحدث (الى أقصى حد ممكن) وعرض كل الوقائع المناسبة والضرورية لفهم الحدث او القضية المعنية، حتى وان كانت الوقائع متعارضة مع معتقدات الصحفي او المذيع وأحاسيسه الخاصة<sup>(7)</sup>.

3. **الموضوعية:** - في كل المجتمعات وبلا استثناء يرفع الصحفيون عادة شعار الموضوعية<sup>(8)</sup>

والحرص على التأكيد من حين لآخر على التجرد والبعد عن الهوى او الانحياز لرأى دون اخر، انطلاقا من مبدأ الاخلاق الصحفية وميثاق الشرف الاعلامي، وأمانة الكلمة وغيرها من التعبيرات المثالية والاخلاقية التي تتردد كثيرا في وسائل الاعلام ويتخذها البعض منطلقا لوصف العملية الاعلامية برمتها على اساس انها "التعبير الموضوعي عن عقليه الجماهير وروحها وميولها"<sup>(9)</sup>. فالموضوعية بأبعادها المختلفة تشمل: (الحياد، وفصل الخبر عن الرأي، والتوازن في عرض وجهات النظر، وتقديم الحقائق، وتوضيح مصادر المعلومات أي الإسناد)<sup>(10)</sup>، ويقصد بالموضوعية في التغطية الإخبارية، التجرد والبعد عن الميل والهوى في

انتقاء وعرض القصص الإخبارية، وإعطاء صورة متوازنة ومتكاملة عن الحقيقة بلا هدر أو تشويه وذلك انطلاقاً من مسلمة مؤداها ان الخبر هو ملك القارئ والمستمع والمشاهد، في حين ان الرأي هو ملك لصاحبه يصوغه كيف يشاء فاذا اقم الرأي او العاطفة على الخبر اهدرت الحقيقة وانتفتت الموضوعية<sup>(11)</sup>. وبما ان الموضوعية هي جهد واعى من الصحفي بعدم التاثر بأحكامه الشخصية او تحيزاته الدينية او السياسييه او العشائريه فان ذلك يعني عدم اقحام أي دخيل على الخبر بما في ذلك الذات أي عدم تحريف الخبر بالحذف او الاضافه<sup>(12)</sup> اذ يراد بها ان يكون الخبر مجردا وغير متحيز لأية جهة تورده الحقائق والوقائع كما هي من دون تحريف او تلوين، مع الحرص الشديد على تحقيق مبداء الموازنه والحياد في عرض الآراء والاحداث وان تكون بعيدة كل البعد عن ميول واتجاهات وذاتية المحرر او المؤسسة الاعلامية، ويعد عنصر الموضوعية والحياد من اهم الركائز التي تقدم الدليل المادي على نزاهة الوسيلة الاعلامية وصدقها وقوتها التاثيرية على جمهورها<sup>(13)</sup>.

ان تحقيق الموضوعية بشكل مطلق في العمل الاعلامي يعد ضربا من الخيال وان التحريف المتعمد وغير المتعمد الذي يمكن ان تتعرض له المضامين الخبرية أمر وارد<sup>(14)</sup> واذا كان البحث عن الموضوعية المثالية في التغطية الإخبارية ومعالجة قضايا المجتمع مستحيلا على النحو السابق، فان للقضية وجهاً آخر. وذلك ان نقل الحقيقة المجردة - مع استحالة ذلك - دون تفسير في ضوء تباين المستويات الثقافية للجمهور قد يشوه أحيانا الحقيقة ذاتها من خلال تقديم إخبار ناقصة وغير مفهومة، واذا كان القول باهمية تفسير الأخبار مهمه مطلوبة لفهم هذه الأخبار واذا كان ثمة احتمالات ومخاطر من اختلاط الحقيقة بالرأي خلال التفسير، ألا ان من الاهمية وضع الحقائق في السياق الذي يعطيها معناها بوصفها مهمة من مهام الاعلام والتي اصبحت الحاجة اليها ملحة في كافة الانظمة وبالذات مجتمعات العالم الثالث.

والموضوعية قد تتحقق في ضوء عدد من الاشتراطات منها:

- أ. التوازن: وهو الحرص على أيراد الآراء المتعارضة كافة في الموضوع الذي يتم تناوله كما يتطلب التوازن أو عدم التحيز عرض جميع وجهات النظر والتفسيرات الرئيسة للحدث بصرف النظر عن كون المراسل أو المحرر أو الجمهور لا يؤيد وجهة النظر هذه<sup>(15)</sup>.
- ب. الإسناد: ويعني نسب كل رأي أو معلومة في الموضوع إلى مصدر حي أو غير حي.
- ج. عدم خلط الرأي بالخبر: ويعني التفريق بين الخبر والرأي إذ أن الطريقة التي يقدم بها الخبر تعكس موقفا معينا يتم الالتزام به. إذ إن ليس هناك وسيلة إعلام في العالم لاتتأثر تغطيتها الإخبارية بموقف سياسي أو آخر<sup>(16)</sup>.

4. **المسؤولية:** - وهي إحدى السمات التي تعطي الجمهور الحق في أن يعرف الأحداث التي لها أهمية عامة أو مصلحة عامة، وهي المهمة الأولى بالنسبة لوسائل الإعلام ، كما ان هدف توزيع الأخبار ونشرها وبنها هو تنوير الرأي العام لغرض خدمة الرفاهية العامة، وبالتالي فان الصحفيين الذين يستخدمون وضعهم المهني بوصفهم ممثلين للجمهور لأغراض شخصية أو أنانية او لدوافع اخرى غير جديرة بالمهنة يخرقون هذه الثقة التي منحهم إياها الجمهور (17) وعلى الصحفيين في جميع الأوقات ان يظهروا الاحترام اللائق لكرامة الناس الذين يخاطبونهم ويحترموا خصوصياتهم وحقوقهم ومصالحهم، وذلك أثناء عمليه اعداد البرامج وانتاجها وهم في ذلك عليهم مراعاة ماياتي (18):
- أ. على وسائل الإعلام إلا تنشر أو تذيع أو تبث اتهامات غير رسميه تؤثر في سمعة او كرامة شخص دون إعطائه فرصه الرد.
- ب. على وسائل الإعلام أن لا تحاول انتهاك حق الشخص في الاحتفاظ بحياته الخاصة بعيداً عن الأخبار.
- ج. أن من واجب وسائل الإعلام إن تجري التصحيحات اللازمة والكاملة فوراً لأية أخطاء قد ترتكبها.
- د. الصحفيون مسؤولون أمام الجمهور عن تقاريرهم، والجمهور يجب تشجيعه على أن يجهر بشكواه ضد وسائل الإعلام بالحوار المفتوح مع المشاهدين ويجب تشجيعه على ذلك.

### ثالثاً: - تحليل النتائج:

في سياق تحليل المؤشرات الكمية المستقاة من اجابات المبحوثين المستخلصة من استمارات الاستبيان جرى تقسيم الجداول على وفق مجموعة من المحاور العامة والتفصيلية في سياق من التنظيم والتبويب تسهيلا لعملية التحليل والتفسير للبيانات والمؤشرات المستخلصة.

#### أولاً. السمات العامة للمبحوثين:

توزعت السمات العامة للمبحوثين على محاور عدة، اذ بلغ عدد الذكور منهم ( 58%) والاناث (42%) اما على مستوى قومياتهم كان (92%) من العرب و(6%) من الكورد و(2%) من التركمان (انظر جدول رقم 1)

جدول رقم (1) يوضح المبحوثين حسب متغير الجنس والقومية

القوميات	الذكور	%	الاناث	%	المجموع	%
عربي	205	51	165	41	370	92
كردي	20	5	5	1	25	6
تركماني	5	2	-	-	5	2
المجموع	230	58	170	42	400	100

وعلى صعيد التوزيع الجغرافي للمبحوثين ضمن الحدود الادارية لمدينة بغداد كان ( 53%) منهم ضمن قاطع الرصافة بواقع ( 19%) منهم في مدينة الصدر و ( 16%) منهم في مدينة الشعب و(18%) من الاخرين في حي الكرادة. وفي الجهة المقابلة وضمن قاطع الكرخ كان هناك (47%) توزعوا على احياء مختارة وبواقع حي الغزالية بنسبة ( 15%) وحي السيدية بنسبة (16%) وشارع حيفا بنسبة(16%) (انظر جدول رقم 2)

جدول رقم (2) يوضح توزيع المبحوثين حسب احياء بغداد

احياء بغداد	العدد	النسبة المئوية	احياء بغداد	العدد	النسبة المئوية
مدينة الصدر	75	19	الغزالية	62	15
الشعب	65	16	السيدية	65	16
الكرادة	70	18	حيفا	63	16
مجموع الرصافة	210	53	مجموع الكرخ	190	47

وفي سياق التساؤل بشأن الهوية الاسلامية الفرعية للمبحوثين والتي وردت في البحث بهدف ايجاد التوازن في الرأي المستند الى المنطلقات الفكرية المتنوعة والربط بينها وبين مستويات الثقة مع وسائل الاعلام التي يتناولها البحث، وقد توزع المبحوثون ضمن هذا المحور الى مسلم شيعي بنسبة (50%) ومسلم سني بنسبة (50%) ( انظر جدول رقم 3)

جدول رقم (3) يوضح الهوية الإسلامية الفرعية للمبحوثين

الهوية الإسلامية الفرعية	العدد	النسبة المئوية
مسلم شيعي	200	50
مسلم سني	200	50
المجموع	400	100



## ثانياً. التعرض لوسائل الاعلام:

في سياق التعرض لوسائل الاعلام ضمن مستوى مقروئية الصحف والاستماع للاذاعات والمشاهدة للمحطات التلفزيونية العراقية بين اوساط الجمهور جاءت اجابات المبحوثين على النحو الاتي:

1. **المقروئية:** اشارت محصلة اجابات المبحوثين بشأن التساؤل عن مدى مقروئية الصحف اليومية العراقية الرئيسية الى ان الغالبية بواقع ( 55%) من المبحوثين يقرأون الصحف (احياناً) وهو مؤشر على تراجع القراءة المنتظمة للصحافة العراقية، وتوزع ذلك المعدل على الصحف الرئيسية بواقع (جريدة المدى 25%) و(جريدة الزمان 13%) و(جريدة الصباح 17%) وفي سياق اخر اشار ( 38%) من المبحوثين الى انهم (دائماً) ما يقرأون الصحف العراقية الرئيسية وتوزع ذلك المؤشر على الصحف بواقع (جريدة الصباح 24%) و(جريدة الزمان 14%) وفي ما تقدم اشارة واضحة الى تفوق جريدة الصباح من حيث المقروئية على مستوى القراءة المنتظمة (دائماً). واخيراً اشار ( 7%) من الاخرين الى انهم نادراً ما يقرأون الصحف العراقية وواقع (جريدة الزمان 4%) و(جريدة الصباح 2%) و(جريدة المدى 1%). (انظر جدول رقم 4).

جدول رقم (4) يوضح مقروئية الصحف العراقية الرئيسية

الصحف	دائماً	%	احياناً	%	نادراً	%	المجموع	%
جريدة الزمان	55	14	53	13	16	4	124	31
جريدة الصباح	95	24	67	17	10	2	172	43
جريدة المدى	.	.	100	25	4	1	104	26
المجموع	150	38	220	55	30	7	400	100

2. **التعرض للاذاعات:** اظهرت البيانات المستخلصة من استمارة الاستبيان ان ( 64%) من المبحوثين عبروا عن رأيهم بشأن الاستماع للاذاعات مشيرين الى انهم (احياناً) ما يستمعون للاذاعات الرئيسية وهي اشارة الى شيوع الاستماع غير المنتظم بين اوساط الجمهور العراقي، وفي هذا الصدد اشار (30%) من مستمعي (اذاعة جمهورية العراق) الى انهم (احياناً) ما يستمعون فضلاً عن ان ( 24%) من المبحوثين الذين يستمعون الى (اذاعة دجلة) اشاروا الى المستوى نفسه من الاستماع (احياناً) واشار ( 10%) من مستمعي (اذاعة العهد) الى انهم (احياناً) ما يستمعون. وضمن المستوى الثاني من شدة التعرض اشار ( 23%) من المستمعين الى انهم (دائماً) ما يستمعون للاذاعات وهي نسبة متدنية تشير الى ضعف

التعرض اليومي المنتظم وهي جاءت بواقع ( 15% من مستمعي اذاعة العهد ) و ( 5% من مستمعي اذاعة جمهورية العراق ) و ( 3% من مستمعي اذاعة دجلة). واخيراً وضمن مستوى (نادراً) اشار ( 13%) من المبحوثين الى انهم يستمعون الى الاذاعات العراقية ضمن ذلك المستوى وهي اشارة الى الاستماع غير المنتظم وغير المباشر والذي جاء بواقع ( 8% من مستمعي اذاعة دجلة) و (5% من مستمعي اذاعة العهد). (انظر جدول رقم 5)

جدول رقم (5) يوضح مدى التعرض للاذاعات العراقية الرئيسية

الاذاعات	دائماً	%	احياناً	%	نادراً	%	المجموع	%
اذاعة جمهورية العراق	19	5	119	30	-	-	138	35
اذاعة العهد	61	15	39	10	20	5	120	30
اذاعة دجلة	12	3	98	24	32	8	142	35
المجموع	92	23	256	64	52	13	400	100

3. التعرض للقنوات التلفزيونية: اظهرت المؤشرات الكمية المستقاة من جداول التحليل الى ان (59%) من المبحوثين (دائماً) ما يشاهدون القنوات التلفزيونية وهي اشارة الى تفوق التلفزيون على الوسائل الاعلامية الاخرى من حيث استقطاب الجمهور فضلاً عن دلالة المشاهدة المنتظمة لتلك النسبة المئوية والتي جاءت بوصفها حصيلة الاجابات ( 27% من مشاهدي قناة العراقية) و ( 22% من مشاهدي قناة الشرقية) و ( 10% من مشاهدي قناة الحرية) وهي اشارة الى ان اغلب جمهور (العراقية) يشاهدها بانتظام عالي وعلى صعيد المشاهدة ضمن مستوى (احياناً) اشار الى ذلك ( 29%) من المبحوثين والتي جاءت بواقع (14% من مشاهدي قناة الشرقية) و (11% من مشاهدي الحرية) و (4% من مشاهدي قناة العراقية). واخيراً اشار (12%) من المبحوثين الى انهم (نادراً) ما يشاهدون القنوات التلفزيونية العراقية وبواقع (6% من مشاهدي قناة الشرقية) و (4% من مشاهدي قناة العراقية) و (2% من مشاهدي قناة الحرية). (انظر جدول رقم 6)

جدول رقم(6) يوضح مدى مشاهدة القنوات التلفزيونية العراقية الرئيسية

القنوات	دائماً	%	احياناً	%	نادراً	%	المجموع	%
قناة العراقية	108	27	17	4	13	4	138	35
قناة الشرقية	88	22	55	14	25	6	168	42
قناة الحرية	42	10	43	11	9	2	94	23
المجموع	238	59	115	29	47	12	400	100

## ثالثاً. مستويات التفضيل لوسائل الإعلام العراقية:

عبر المبحوثون عن وجهات نظر متعددة بشأن وسائل الاعلام العراقية المفضلة بالنسبة لهم، وفي سياق سلم واحد للتفضيل بين وسائل الاعلام كافة (صحافة ، اذاعة ، تلفزيون) جاءت النتائج على وفق الاتي:

1. وسائل الإعلام المفضلة: توزعت اختيارات المبحوثين بشأن وسائل الاعلام المفضلة لديهم على خيارات عدة وجاءت القنوات التلفزيونية على قمة الخيارات ومن ثم المحطات الاذاعية واخيراً الصحف وهي اشارة الى تفوق التلفزيون على الاذاعة وتفوق الاذاعة على الصحافة من حيث التعرض الجماهيرية، وتفصيلاً جاءت قناة العراقية بالمرتبة الاولى من حيث تفضيلات الجمهور في التعرض بواقع ( 21%) تلتها قناة الشرقية بالمرتبة الثانية وبواقع (19%) وفي المرتبة الثالثة كانت قناة الحرية بواقع ( 12%) ورابعاً اذاعة العهد بواقع (11%) وخامساً اذاعة دجلة بمعدل ( 10%) وجريدة الصباح سادساً بمعدل ( 9%) وسابعاً جريدة الزمان وبواقع (7%) وثامناً اذاعة جمهورية العراق بمعدل ( 6%) وبرغم وضوح سلم التفضيل للوسائل الاعلامية اعلاه الا ان الفوارق لم تكن شاسعة بين قناة تلفزيونية واخرى وهي دلالة على تقارب مستويات التفضيل بالنسبة للجمهور. (انظر جدول رقم 7)

جدول رقم (7) يوضح وسائل الاعلام العراقية المفضلة بالنسبة للجمهور العراقي

المرتبة	النسبة المئوية	العدد	وسائل الاعلام
1	21	83	قناة العراقية
2	19	75	قناة الشرقية
3	12	46	قناة الحرية
4	11	44	اذاعة العهد
5	10	42	اذاعة دجلة
6	9	35	جريدة الصباح
7	7	29	جريدة الزمان
8	6	26	اذاعة جمهورية العراق
9	5	20	جريدة المدى
	100	400	المجموع

2. مزايا وسائل الاعلام المفضلة: كانت وراء عملية التفضيل للوسائل الاعلامية اسباب ومبررات شتى جعلت من بعض الوسائل تتفوق على نظيراتها بالنسبة لتقديرات الجمهور من المشاهدين والمستمعين والقراء وفي سياق مجموعة من المحاور التي طرحها الاستبيان:

- أ. لأنها موضوعية في تناول الأحداث: أشار جميع المبحوثين إلى أنهم (يتفقون تماماً) على أهمية هذا المتغير في عملية التفضيل.
- ب. لأنها حيادية في تناول الأحداث: أشار (8%) من المبحوثين الى انهم (يتفقون تماماً) كما اشار (3%) الى انهم (يمكن إن يتفقوا أو لايتفقوا) مع ذلك الرأي.
- ج. لأنها غير منحازة في تناول الأحداث: أشار (9%) من المبحوثين إلى أنهم (يتفقون تماماً) مع هذا الرأي بينما أشار (8%) منهم إلى أنهم (يتفقون إلى حد ما) مع ذلك الرأي وأشار (8%) منهم إلى أنهم (يمكن إن يتفقوا أو لا يتفقوا) مع ذلك الرأي بينما أشار (2%) إلى أنهم (لايتفقون تماماً) مع ذلك الرأي.
- د. لأنها دقيقة في تناول الأحداث: أشار في هذا الصدد (9%) من المبحوثين مؤكدين على أنهم (يتفقون تماماً) مع ذلك الرأي بينما أشار على العكس من ذلك (7%) منهم وقالوا أنهم (لايتفقون تماماً) مع الرأي ذاته.
- هـ. لأنها مستقلة في تمويلها: أشار (13%) من المبحوثين إلى أنهم (يتفقون تماماً) مع ذلك الرأي بينما أشار (4%) من الآخرين إلى أنهم (لايتفقون تماماً) مع الرأي ذاته. (انظر جدول رقم 8)

جدول رقم (8) رأي الجمهور بمزايا وسائل الإعلام العراقية المفضلة من قبل الجمهور

الجمهور	اتفق تماماً	اتفق إلى حد ما	لا اتفق تماماً	لا اتفق إلى حد ما	يمكن إن اتفق أو لا اتفق	اتفق تماماً	اتفق إلى حد ما	لا اتفق تماماً	لا اتفق إلى حد ما	المجموع	%
لأنها موضوعية في تناول الأحداث	55	14	.	.	.	.	.	.	.	55	14
لأنها حيادية في تناول الأحداث	32	8	.	.	14	3	.	.	.	46	11
لأنه دقيقة في تناول الأحداث	37	9	14	4	.	.	.	.	.	80	20
لأنها غير منحازة في تناول الأحداث	35	9	34	8	32	8	.	.	.	119	30
لأنها مستقلة في تمويلها	52	13	17	4	11	3	.	.	.	100	25
المجموع	210	52	65	16	57	15	16	4	52	400	100

## رابعاً. المقارنة مع وسائل الإعلام الأخرى:

يلجأ الجمهور في اوقات كثيرة الى مقارنة ما يتلقاه من اخبار ومعلومات من وسائل الاعلام المفضلة لديه مع مصادر اخرى للمعلومات لغرض التحقق والتأكد، وجاءت النتائج على وفق الاتي:

1. المقارنة على مستوى قراء الصحف: اظهرت النتائج بشأن المقارنة مع وسائل الاعلام الاخرى ان (45%) من القراء (كثيراً ما يقارنون) ما يقرأونه في الصحف العراقية مع مصادر اخرى لغرض التحقق والتأكد وهي دلالة تفيد بقصور في حالة الثقة ربما او نقص المعلومات وغموضها بالنسبة للقارئ في ما يقرأه في الصحف العراقية، وتوزعت تلك النسبة على الصحف على وفق الاتي ( 27% من قراء جريدة الزمان) و ( 12% من قراء جريدة الصباح) و(6% من قراء جريدة المدى). وعلى صعيد اخر اشار ( 36%) من المبحوثين الى انهم (قليلاً ما يقارنون) و(16%) منهم الى انهم (يمكن ان يقارنوا او لا يقارنوا) كما اشار (2%) من المبحوثين الى انهم (لا يقارنون الا قليلاً) واخيراً اشار (1%) منهم الى انهم (لا يقارنون ابداً). (انظر جدول رقم 9)

جدول رقم (9) يوضح مدى مقارنة ما يقرأه المبحوثون في الصحف مع مصادر اخرى للمعلومات

الصحف	أقارن كثيراً ما	أقارن قليلاً ما	يمكن ان أقارن او لا أقارن	لا أقارن الا قليلاً	لا أقارن أبداً	المجموع	%
جريدة الزمان	110	27	18	12	3	198	49
جريدة الصباح	50	12	5	42	11	112	28
جريدة المدى	23	6	13	9	2	90	23
المجموع	183	45	36	63	16	400	100

2. المقارنة على مستوى مستمعي الإذاعة: اظهرت المؤشرات المستقاة من جداول التحليل بشأن مستمعي الاذاعات العراقية ان اللجوء للمقارنة اسلوب غير معتاد بالنسبة لهم، اذ اشار (27%) من المبحوثين انهم (يمكن ان يقارنوا او لا يقارنوا) بينما اشار (25%) الى انهم (لا يقارنون ابداً) وضمن هذا السياق افاد ( 6%) من مستمعي اذاعة جمهورية العراق بالشيء ذاته. وفي الجانب الاخر اشار (28%) من المبحوثين الى انهم (قليلاً ما يقارنون) واخيراً اشار (6%) من المبحوثين الى انهم (كثيراً ما يقارنون) وهي نسبة متدنية قياساً بالوسائل الاعلامية الاخرى التي ترتفع معها مؤشرات ومعدلات المقارنة، وفي ذلك السياق اشار (3%) من مستمعي اذاعة العهد الى انهم (كثيراً ما يقارنون) مقابل ( 2%) من مستمعي اذاعة دجلة فضلاً عن (1%) من مستمعي اذاعة جمهورية العراق. (انظر جدول رقم 10).

جدول رقم (10) يوضح مدى مقارنة ما يسمعه المبحوثون عبر الإذاعات مع مصادر أخرى للمعلومات

الإذاعات	أقارن كثيراً ما	أقارن قليلاً ما	لا أقارن كثيراً ما	لا أقارن أبداً	المجموع	%
إذاعة جمهورية العراق	2	1	29	7	50	12
إذاعة العهد	14	3	32	8	26	7
إذاعة بجلة	9	2	51	13	31	8
المجموع	183	6	112	28	107	27

3. المقارنة على مستوى مشاهدي التلفزيون: جاءت معدلات المقارنة بالنسبة لمشاهدي القنوات التلفزيونية منخفضة وغير منتظمة على الاغلب، إذ اشار ( 48%) من المبحوثين الى انهم (قليلاً ما يقارنون) وتجسد ذلك في اجابات المبحوثين بواقع (19%) من مشاهدي قناة الحرية و (19%) من مشاهدي قناة العراقية و (10%) من مشاهدي قناة الشرقية وفي المرتبة الثانية اشار ( 25%) من المبحوثين الى انهم (كثيراً ما يقارنون) وتجسدت تلك المواقف في اجابات المبحوثين التي توزعت بواقع ( 14%) لمشاهدي قناة الشرقية و (8%) من مشاهدي قناة الحرية و (3%) من مشاهدي قناة العراقية، وتقيد المؤشرات تلك الى ان مشاهدي الشرقية هم الاغلب من حيث اعتماد اسلوب المقارنة بين ما يشاهدوه في قناتهم المفضلة مع وسائل الاعلام الاخرى. (انظر جدول رقم 11).

جدول رقم (11) يوضح مدى مقارنة ما يشاهده المبحوثون عبر المحطات التلفزيونية مع مصادر أخرى للمعلومات

القنوات	كثيراً ما أقارن	أقارن قليلاً ما	لا أقارن كثيراً ما	لا أقارن أبداً	المجموع	%
قناة العراقية	15	3	74	19	74	19
قناة الشرقية	55	14	40	10	106	27
قناة الحرية	32	8	76	19	131	32
المجموع	102	25	190	48	3	1

خامساً. الثقة بوسائل الاعلام العراقية:

توزعت ثقة الجمهور بوسائل الاعلام العراقية الرئيسية على مستويات عدة، وعبر المبحوثون عن مدى الثقة بوسائل الاعلام المفضلة بالنسبة لهم على وفق الاتي:

1. **الثقة بالصحف العراقية:** اظهرت المؤشرات الكمية المستقاة من جداول التحليل ان ( 18% ) من المبحوثين عبروا عن الثقة بمستوى (اثق جداً) بالصحف العراقية وكان اعلى مستوى للثقة هو ماسجلته جريدة الصباح بواقع ( 7% ) وضمن مستوى اخر اشار ( 29% ) من المبحوثين الى ان ثقتهم بالصحف العراقية هي ضمن مستوى (اثق الى حد ما) وكان اعلى معدل للثقة ضمن هذا المستوى ماسجله قراء جريدة الصباح بواقع ( 14% )، وضمن مستوى اخر اشار ( 45% ) من المبحوثين الى انهم (يمكن ان يثقوا او لا يثقوا) بالصحف العراقية وهي حالة قد لا تمثل دلالة معنوية واضحة بشأن حالة الثقة العليا او عدمها، واثار ( 7% ) من المبحوثين الى انهم (لا يثقون جداً) بالصحف العراقية. (انظر جدول رقم 12).

جدول رقم (12) يوضح مدى ثقة ما يتلقاه المبحوثون في الصحف العراقية الرئيسية من اخبار ومعلومات

الصحف	ثقة 1	ثقة 2	ثقة 3	لا يثقون ان يثقوا او	ثقة 4	ثقة 5	المجموع	%
جريدة الصباح	26	7	55	14	55	14	136	35
جريدة الزمان	21	5	28	7	15	4	78	19
جريدة المدى	23	6	32	8	110	27	186	46
المجموع	70	18	115	29	180	45	400	100

2. **الثقة بالاذاعات العراقية:** اظهرت النتائج بشأن الاذاعات العراقية الى ان النسبة الاكبر من الجمهور (يثقون جداً) بالاذاعات العراقية، اذ عبر عن ذلك ( 38% ) من الجمهور، وجاءت النسبة الاكبر بشأن هذا المستوى في سياق ما عبر عنه جمهور اذاعة جمهورية العراق الذين بلغ معدل اجاباتهم بشأن هذا المحور ( 19% ) وفي جانب اخر اشار ( 37% ) من الجمهور الى انهم (يثقون الى حد ما) بالاذاعات، وكانت النسبة الاكبر من تلك الاجابة قد جاءت من جمهور اذاعة العهد بواقع ( 29% ) وعلى النقيض من ذلك اشار ( 8% ) من الجمهور الى انهم (لا يثقون ابداً) بالاذاعات العراقية، بينما عبر ( 6% ) من المبحوثين عن انهم (لا يثقون الى حد ما) بما تقدمه الاذاعات العراقية. (انظر جدول رقم 13).

جدول رقم (13) يوضح مدى ثقة ما يتلقاه المبحوثون عبر الاذاعات العراقية الرئيسية من اخبار ومعلومات

الإذاعات	ثقة 1	ثقة 2	ثقة 3	ثقة 4	ثقة 5	ثقة 6	ثقة 7	ثقة 8	ثقة 9	ثقة 10	المجموع
إذاعة جمهورية العراق	75	19	9	2	.	.	.	.	.	.	96
إذاعة العهد	60	15	115	29	6	24	.	.	.	.	210
إذاعة دجلة	17	4	21	6	5	21	.	.	.	.	94
المجموع	152	38	145	37	11	45	.	.	.	.	400

3. الثقة بالقنوات التلفزيونية العراقية: اظهرت النتائج بشأن حالة الثقة بالقنوات التلفزيونية العراقية الى ان النسبة الاكبر من المبحوثين (44%) سجلوا موقفهم في سياق (اثق الى حد ما) وهي حالة من الثقة لكنها ليست ضمن المستوى المرتفع وكان اغلب المبحوثين الذين اجابوا ضمن هذا المستوى من مشاهدي قناة الحرية وبقوة (21%)، وفي المرتبة الثانية اشار (36%) من المبحوثين الى انهم (يتقون جداً) وكانت اغلب الاجابات بهذا الشأن قد جاءت من مشاهدي قناتي العراقية والحرية وبقوة (15%) لكل منها وفي الجانب الاخر اشار (12%) من المبحوثين الى انهم (لا يتقون جداً) بالقنوات التلفزيونية العراقية، بينما عبر (6%) من المبحوثين الى انهم (لا يتقون احياناً) بالقنوات التلفزيونية العراقية. ( انظر جدول رقم 14)

جدول رقم (14) يوضح مدى ثقة ما يتلقاه المبحوثون عبر القنوات التلفزيونية العراقية الرئيسية من أخبار ومعلومات

القنوات	ثقة 1	ثقة 2	ثقة 3	ثقة 4	ثقة 5	ثقة 6	ثقة 7	ثقة 8	ثقة 9	ثقة 10	المجموع
قناة الشرقية	24	6	40	10	10	2	.	.	.	.	85
قناة العراقية	61	15	53	13	.	.	.	.	.	.	152
قناة الحرية	60	15	82	21	.	.	.	.	.	.	163
المجموع	145	36	175	44	10	2	.	.	.	.	400

4. الثقة بوسائل الإعلام حسب اتجاهها الإيديولوجي: تتنوع وسائل الاعلام العراقية من حيث اتجاهاتها الفكرية وارتباطاتها الادارية الى وسائل (حكومية، حزبية، علمانية، اسلامية) وازاء تلك الانماط تباينت مستويات الثقة بالوسائل الاعلامية بالنسبة للجمهور على وفق المحاور الاتية:



أ. وسائل الاعلام الحكومية وشبه الحكومية جديرة بالثقة: اشار (22%) من المبحوثين الى انهم (يتفقون تماماً) مع تلك الفكرة بينما اشار (12%) منهم الى متغير (يتفقون الى حد ما) كما اشار (1%) منهم الى مستوى (لا اتفق الى حد ما).

ب. وسائل الإعلام الدينية جديرة بالثقة: في هذا السياق اشار (11%) من المبحوثين إلى انهم (يتفقون تماماً) مع تلك الفكرة بينما اشار ( 2%) إلى أنهم (يتفقون إلى حد ما) فضلاً عن اشارة (1%) الى انهم (لا يتفقون الى حد ما) مع تلك الفكرة كما اشار (2%) الى انهم (لا يتفقون تماماً).

ج. وسائل الاعلام الحزبية جديرة بالثقة: اشار (3%) من المبحوثين الى انهم (يتفقون تماماً) مع الفكرة بينما اشار (4%) الى انهم (يتفقون الى حد ما) بينما اشار ( 2%) الى انهم (لا يتفقون الى حد ما).

د. وسائل الاعلام الليبرالية جديرة بالثقة: اشار (9%) من المبحوثين الى انهم (يتفقون تماماً) مع تلك الفكرة بينما اشار (5%) الى انهم (يتفقون الى حد ما) بينما اشار (2%) الى انهم (لا يتفقون الى حد ما) مع تلك الفكرة.

هـ. وسائل الاعلام التجارية . الاهلية . جديرة بالثقة: اشار (2%) من المبحوثين الى انهم (يتفقون تماماً) مع ذلك الاتجاه بينما عبر (5%) منهم عن انهم (لا يتفقون الى حد ما) بينما اشار (11%) الى انهم (يمكن ان يتفقوا او لا يتفقوا) مع تلك الفكرة. ومن المعطيات السابقة يمكن تاثير تراجع حالة الثقة بوسائل الاعلام ذات الاتجاهات الايديولوجية والادارية المختلفة. (انظر جدول رقم 15).

جدول رقم(15) مدى الثقة بوسائل الإعلام العراقية حسب اتجاهها الايديولوجي وارتباطها الاداري

مصدر الثقة	اتفق تماماً	%	اتفق الى حد ما	%	لا اتفق الى حد ما	%	لا اتفق تماماً	%	المجموع	%
وسائل الاعلام التجارية_ الاهلية جديرة بالثقة	7	2	.	.	20	5	.	.	72	18
وسائل الاعلام الدينية جديرة بالثقة	45	11	10	2	5	1	7	2	73	18
وسائل الاعلام العلمانية الليبرالية جديرة بالثقة	37	9	20	5	7	2	.	.	71	18
وسائل الاعلام الحزبية جديرة بالثقة	11	3	15	4	10	2	5	1	41	10
وسائل الاعلام الحكومية وشبه الحكومية جديرة بالثقة	88	22	45	12	5	1	.	.	143	36

5. سبل تعزيز الثقة بوسائل الاعلام: في سياق استعراض السبل الكفيلة بتعزيز الثقة بوسائل الاعلام العراقية على وفق وجهة نظر المبحوثين كانت هناك مجموعة من الافكار على وفق المحاور الاتية:

- أ. عندما تكون صادقة ودقيقة في نقل الاحداث: اشار (14%) من المبحوثين الى انهم (يتفقون تماماً) مع تلك الفكرة بينما اشار (3%) من الاخرين الى انهم (يتفقون الى حد ما) بينما اشار (6%) منهم الى انهم (يمكن ان يتفقوا او لا يتفقوا) مع تلك الفكرة.
- ب. عندما تكون مستقلة وغير موالية لجهة محددة: اشار (9%) من المبحوثين الى انهم (يتفقون تماماً) مع الفكرة بينما اشار (6%) من الاخرين الى انهم (يمكن ان يتفقوا او لا يتفقوا) مع الفكرة تلك.
- ج. عندما تكون موضوعية وغير منحازة لطرف ما: اشار (2%) من المبحوثين الى انهم (يتفقون تماماً) مع الفكرة بينما اشار (2%) من المبحوثين الى انهم (يتفقون الى حد ما) مع الفكرة.
- د. عندما تكون متوازنة وتعرض وجهات النظر كافة: اشار (11%) من المبحوثين الى انهم (يتفقون تماماً) بينما اشار (1%) منهم الى انهم (يتفقون الى حد ما)
- هـ. عندما لا تكون متعصبة لطائفة او قومية محددة: اشار (5%) من المبحوثين الى انهم (يتفقون تماماً) مع الفكرة بينما اشار (8%) من الاخرين الى انهم (يمكن ان يتفقوا او لا يتفقوا)
- و. عندما تنقل الحقيقة كاملة ولا تحرف في المضامين: اشار (7%) من المبحوثين الى انهم (يتفقون تماماً) مع ذلك الراي بينما اشار (2%) الى انهم (يتفقون الى حد ما) بينما اشار (9%) الى انهم (يمكن ان يتفقوا او لا يتفقوا)
- ز. عندما لا تكون انتقائية في تغطية وتناول الاحداث: اشار (2%) من المبحوثين الى انهم (يتفقون تماماً) مع ذلك الراي بينما اشار (3%) الى انهم (يمكن ان يتفقوا او لا يتفقوا) مع ذلك الراي. (انظر جدول رقم 16)

جدول رقم (16) يوضح سبل تعزيز الثقة بوسائل الاعلام العراقية

سبل الثقة	اتفق تماماً	%	اتفق إلى حد ما	%	لا اتفق إلى حد ما	%	لا اتفق تماماً	%	المجموع	%
عندما تكون صادقة ودقيقة في نقل الأحداث	55	14	11	3	23	6	.	.	89	23
عندما تكون مستقلة وغير موالية لجهة محددة	35	9	.	.	25	6	.	.	60	15
عندما تكون موضوعية وغير منحازة لطرف ما	10	2	9	2	32	8	.	.	51	12
عندما تكون متوازنة وتعرض وجهات النظر كافة	45	11	6	1	.	.	.	.	51	13
عندما لا تكون متعصبة لطائفة أو قومية محددة	20	5	6	1	34	8	.	.	60	14
عندما تنقل الحقائق كاملة ولا تحرف في المضامين	25	7	8	2	35	9	.	.	68	18
عندما لاتكون انتقائية في تغطية وتناول الأحداث وفق أجندات خاصة	10	2	.	.	11	3	.	.	21	5
المجموع	200	50	40	10	160	40	.	.	400	100

6. اجراءات اعادة الثقة بوسائل الاعلام: في سياق المقترحات الكفيلة باعادة الهيبة والثقة بعمل

وسائل الاعلام العراقية تم ايراد مجموعة من الافكار القانونية والادارية والاخلاقية وهي:

أ. اعادة عمل وزارة الاعلام للاشراف والمراقبة: اشار (25%) من المبحوثين الى انهم (يتقنون تماماً) بفعالية الفكرة وفائدتها لتحقيق الثقة بوسائل الاعلام بينما اشار (4%) منهم الى انهم (لا يتقنون تماماً).

ب. تفعيل العقوبات القانونية على الممارسات الاعلامية السلبية: اشار ازاء الفكرة تلك (10%)

من المبحوثين وأشاروا إلى أنهم (يتقنون تماماً) مع اهميتها ودورها في اعادة الثقة.

ج. استصدار قوانين ومواثيق للشرف الاعلامي: اشار (11%) من المبحوثين الى انهم (يتقنون

تماماً) اشار اخرون وضمن المعدل ذاته الى انهم (يمكن ان يتقنوا او لا يتقنوا) بالفكرة.

د. مطالبة وسائل الاعلام بالكشف عن تمويلها: اشار (2%) من المبحوثين الى انهم (يتقنون

تماماً) مع الفكرة لتعزيز عمل وسائل الاعلام كما اشار (2%) من المبحوثين الى انهم

(يتقنوا الى حد ما) بينما اشار (13%) من الاخرين الى انهم (لا يتقنون الى حد ما) مع تلك

الاجراءات.

هـ. تولي هيئة الاتصالات الحكومية تمويل وسائل الاعلام المستقلة اثناء الفترة الانتقالية:  
 اشار (4%) من المبحوثين الى انهم (يمكن ان يتفقوا او لا يتفقوا) بالفكرة لتعزيز مكانة وسائل الاعلام العراقية بينما اشار (1%) من الاخرين الى انهم (يتفقون تماماً) مع الفكرة.  
 و. الزام وسائل الاعلام باتخاذ العراق مقراً رئيساً لعملها: اشار (2%) من المبحوثين الى انهم (يتفقون تماماً) مع تلك الفكرة بينما اشار (2%) الى انهم (لا يتفقون تماماً) مع تلك الفكرة.  
 ز. اعادة تاهيل العاملين في وسائل الاعلام من الناحيتين المهنية والثقافية: اشار (1%) من المبحوثين الى انهم (يتفقون تماماً) معها واشار (2%) الى انهم (يتفقون الى حد ما). (انظر جدول رقم 17)

جدول رقم (17) يوضح الإجراءات الكفيلة بإعادة الثقة بوسائل الإعلام العراقية من وجهة نظر

## المبحوثين

الإجراءات	تفق تماماً	%	4 يتفق	%	3 يتفق	%	لا يتفق تماماً	%	المجموع	%
إعادة عمل وزارة الإعلام للإشراف والمراقبة	101	25	3	1	.	.	17	4	121	30
تفعيل العقوبات القانونية بشأن الممارسات الإعلامية السلبية	42	10	15	3	2	1	.	.	59	15
استصدار قوانين ومواثيق للشرف الإعلامي	46	11	17	4	11	3	.	.	74	19
مطالبة وسائل الإعلام بالكشف عن مصادر تمويلها	8	2	9	2	55	13	.	.	72	18
تولي هيئة الاتصالات الحكومية تمويل وسائل الإعلام المستقلة	5	1	17	4	.	.	.	.	22	5
إلزام وسائل الإعلام بان تتخذ من العراق مقراً رئيساً لعملها	7	2	6	1	7	2	8	2	28	7
إعادة تاهيل العاملين في وسائل الإعلام من الناحيتين المهنية والثقافية	6	1	7	2	11	3	.	.	24	6
المجموع	215	54	74	18	86	22	25	6	400	100

7. أهمية اصدار قوانين لتنظيم العمل الاعلامي: في تساؤل بشأن مدى اهمية قيام الدولة باصدار قوانين تنظم العمل الاعلامي في العراق اشار (43%) من المبحوثين الى انه (محتمل جداً) ان تقود تلك القوانين الى تنظيم العمل بينما اشار (29%) الى انه (من غير المحتمل الى حد ما) ان تقود تلك القرارات الى تفعيل دور وسائل الاعلام وتعزيز مكانتها، واشار (15%) منهم الى (من غير المحتمل) ان تقود تلك القوانين الى تعزيز مكانة وسائل الاعلام وتعزيز دورها واخيراً اشار (13%) منهم الى انه (من المحتمل الى حد ما) ان تنجح تلك الفكرة. (انظر جدول رقم 18)

جدول رقم (18) يوضح رأي المبحوثين بشأن إمكانية وأهمية إصدار قوانين تنظم العمل الإعلامي في المستقبل القريب

المبحوثون	محتمل جدا	محتمل إلى حد ما	غير محتمل إلى حد ما	غير محتمل جدا	المجموع
العدد	172	55	115	58	400
النسبة المئوية	43	13	29	15	100

8. مدى الفخر بوسائل الاعلام العراقية: في ضوء المعطيات السابقة يبرز التساؤل عن مدى فخر الجمهور بوسائل الاعلام العراقية اذ اشار بالمرتبة الاولى (38%) من الجمهور الى انهم (يفتخرون الى حد ما) بوسائل الاعلام العراقية وكانت اعلى نسبة ضمن هذا المستوى قد سجلته اذاعة العهد بواقع (9%) وفي المرتبة الثانية اشار (26%) الى انهم (فخرون جداً) بوسائل الاعلام العراقية وكانت اعلى نسبة ضمن هذا المستوى قد سجلتها جريدة الصباح وقناة العراقية بواقع (6%) لكل منهما اما على الجانب الاخر فقد اشار (24%) من المبحوثين الى انهم (ليسوا فخورين جداً) بوسائل الاعلام العراقية وكانت اعلى نسبة ضمن ذلك المستوى قد سجلتها جريدة الزمان بواقع (7%). (انظر جدول رقم 19).

جدول رقم (19) يوضح مدى فخر المبحوثين بوسائل الاعلام العراقية

وسائل الاعلام	المرتبة الاولى	المرتبة الثانية	المرتبة الثالثة	المرتبة الرابعة	المجموع
	العدد	النسبة المئوية	العدد	النسبة المئوية	العدد
جريدة الزمان	6	1%	21	5%	10
جريدة الصباح	25	6%	12	3%	37
جريدة المدى	6	1%	7	2%	26
اذاعة جمهورية العراق	5	1%	11	3%	36
اذاعة العهد	14	3%	33	9%	59
اذاعة دجلة	8	2%	6	1%	29
قناة العراقية	25	6%	10	2%	43
قناة الشرقية	3	1%	35	9%	64
قناة الحرية	9	2%	20	5%	44
المجموع	101	26%	155	38%	400

- رابعاً. الاستنتاجات: في ضوء النتائج العامة التي تمخض عنها البحث والمؤشرات الكمية المستخلصة من جداول التحليل يمكن استنباط مجموعة من الاستنتاجات وعلى وفق الآتي:
1. تراجع القراءة المنتظمة بين اوساط الجمهور في العراق اذ اشار غالبية المبحوثين الى انهم (احياناً) ما يقرأون الصحف وتفوقت جريدة المدى ضمن ذلك المستوى من القراءة بينما تصدرت جريدة الصباح سلم التفضيل بالنسبة للصحف العراقية التي جاءت ضمن مستوى القراءة المنتظمة (دائماً).
  2. تراجع معدلات الاستماع المنتظم من قبل الجمهور العراقي ازاء الاذاعات المحلية اذ ان غالبية المبحوثين كانوا يتعرضون للاذاعات ضمن مستوى (احياناً) وكانت اذاعة جمهورية العراق قد احتلت الصدارة في الاستماع ضمن ذلك المستوى، كما تصدرت اذاعة العهد سلم التفضيل بين الاذاعات العراقية ضمن مستوى التعرض المنتظم (دائماً).
  3. ارتفاع مستوى التعرض والمشاهدة بين اوساط الجمهور ازاء المحطات التلفزيونية العراقية اذ ان غالبية الجمهور عبرت عن المشاهدة المنتظمة (دائماً) وكانت قناة العراقية هي المتصدرة ضمن ذلك المستوى بينما تصدرت قناة الحرية الخيارات المفضلة بالنسبة للجمهور ضمن مستوى المشاهدة غير المنتظمة (احياناً).
  4. التأكيد على ان التفضيل لبعض وسائل الاعلام العراقية يرتبط دائماً باسباب موضوعية وكان ابرزها ما عبر عنه المبحوثون بالوصف انهم يفضلونها بشكل اساسي عندما تكون (موضوعية في تناول الاحداث).
  5. لجوء قراء الصحف العراقية بشكل دائم ومستمر للمقارنة بين مايتلقوه من اخبار ومعلومات في صحفهم المفضلة مع وسائل الاعلام الاخرى بينما لم يعتمد جمهور الاذاعات والمحطات التلفزيونية الاسلوب ذاته وبالشدة ذاتها وانهم (احياناً ما يقارنون) مايتلقوه عبر الاذاعات مع وسائل الاعلام الاخرى، وفيما تقدم دلالة على حالة من الثقة الاكبر في المعلومات المستقاة عبر الاذاعة والتلفزيون قياساً بالصحف بين اوساط الجمهور العراقي.

6. ارتفاع معدلات الثقة بين اوساط الجمهور العراقي بالمعلومات والافكار المنقولة عبر جريدة الصباح واذاعة جمهورية العراق وقناة الحرية بينما تتراجع الثقة بجريدة الزمان واذاعة دجلة وقناة الشرقية.
7. ارتباط اسباب تفضيل الجمهور العراقي لبعض وسائل الاعلام العراقية بشكل اساس بالسياسات القائمة على ما يوصف بان (عملها يتسم بالوطنية والشعور العالي بالمسؤولية) و(الالتزام بوظيفة السلطة الرابعة).
8. ارتفاع معدلات الثقة بوسائل الاعلام الحكومية والدينية مقابل تراجع معدلات الثقة بوسائل الإعلام الحزبية والتجارية.
9. التأكيد من قبل المبحوثين على اهمية (اعادة العمل بوزارة الاعلام) لغرض الاشراف والمراقبة على عمل وسائل الاعلام العراقية والعالمية فضلاً عن التاكيد على اهمية (تفعيل العقوبات القانونية على الممارسات الاعلامية السلبية) في سبيل تطوير مكانة وسائل الاعلام العراقية واعداد الهيئة لها.
10. التعبير عن الفخر من قبل الجمهور العراقي بوجود وسائل الاعلام العراقية الحالية لاسيما الشعور بالفخر بالنسبة لصحيفة الصباح وقناة العراقية واذاعة العهد.

## هوامش البحث ومصادره:

- (1) قيس فؤاد أساسيات التحرير الإعلامي ، القاهرة 1987 ، ص14
- (2) قيس عوض، فنون الاتصال، دار الفكر العربي، القاهرة، 1995، ص134.
- (3) ليلى العقاد: مدخل إلى التلفزيون، دمشق، 1989، ص92.
- (4) محمود فهمي، معايير التحرير الإخباري القاهرة، 1998، ص137.
- (5) إبراهيم إمام، دراسات في فن الصحفي، مكتبة الانجلو المصرية، القاهرة، 1972، ص115.
- (6) دراسة بعنوان (التوازن في التغطية) جريدة المؤتمر، بغداد، العدد 981، في 2005/12/5.
- (7) روبرت وريس وباتريك ميرلو : مراقبة الإعلام لتعزيز الانتخابات الديمقراطية ، ترجمة: نور الأسعد، المعهد الوطني للشؤون الدولية، بيروت، لبنان، 2002، ص96.
- (8) سامي عزيز : أ صحافه مسؤوليه وسلطة ، مؤسسه دار التعاون للطبع والنشر ، القاهرة، 1981، ص17.
- (9) إبراهيم أمام: الإعلام والاتصال الجماهيري، مكتبة الانجلو المصرية، القاهرة، 1981، ص11.
- (10) سليمان صالح : إشكاليه الموضوعية في وسائل الإعلام، المجلة المصرية لبحوث الراى العام، العدد الثالث، أيلول، القاهرة، 2001، ص135.
- (11) عبد الكريم الجاسم، معايير الإعلام في القرن العشرين، بيروت، 1993، ص66.
- (12) ليلى العقاد: مصدر سابق، ص92.
- (13) عبد الدائم مصطفى، لغة الصحافة، دمشق، 2001، ص55.
- (14) عبد الفتاح عبد النبي، الصحافة المعاصرة، بيروت، 1998، ص71.
- (15) عبد الدائم مصطفى ،مصدر سابق ،ص 87.
- (16) جون مارتين ، انجو جروفنر شودري : نظم الإعلام المقارنه، ترجمة علي درويش ، الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة، 1991، ص99.
- (17) حسن عماد مكاوي: أخلاقيات العمل الإعلامي، الدار المصرية اللبنانية القاهرة، 2002، ص143-144.
- (18) محمد المحجوب: أخلاقيات العمل الصحفي، دار الشروق، عمان، 2000، ص6.