



مجلة الإدارة والاقتصاد Journal of Administration & Economics

Mustansiriyah
University

College of
Administration &
Economics

P-ISSN: 1813 - 6729

E-ISSN: 2707-1359

التحليل العملي واستخدامه في البحوث الاعلامية

محمد رشك كاظم ال عيسى

القسم الاحصاء ، الكلية الادارة والاقتصاد ، الجامعة المستنصرية ، المدينة بغداد والدولة العراق

Email: [first author's email](#), ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-6594-6866>

ياسر خضير عباس

القسم ادارة الاعمال ، الكلية الادارة والاقتصاد ، الجامعة المستنصرية ، المدينة بغداد والدولة العراق

Email: yaserkh2014@gmail.com, ORCID ID:

معلومات البحث

تواريخ البحث:

تاريخ تقديم البحث: 2024 / 2 / 1

تاريخ قبول البحث: 2024/ 6 / 10

عدد صفحات البحث 25 - 35

الكلمات المفتاحية:

التحليل العملي , استخدام , البرامج التلفزيونية الاقتصادية , الشمول المالي , البحوث الاعلامية

المراسلة:

أسم الباحث: ياسر خضير عباس

Email:

yaserkh2014@gmail.com

المستخلص

يعتبر كثير من الباحثين الاعلاميين ان دراسة سلوك البشر هي المشكلة الرئيسية لعلم النفس الاجتماعي , فالسلوك البشري جزءاً هاماً في حياتنا كما يلعب دوراً كبيراً في توجيه السلوك الاجتماعي للفرد في المجتمع والبيئة , إذ ان سلوك يتحدد بفعل تفاعل عدة عوامل أساسية منها العوامل السيكولوجية والعوامل الاجتماعية والثقافية أي أن سلوك الفرد يتأثر بخصائصه وصفاته الشخصية الى جانب البيئات الاجتماعية والثقافية التي يعيش فيها الفرد , وبما ان النشاطات الاعلامية في جانب من جوانبها هي جزء من السلوك الاجتماعي لذلك فإن دراسة هذا السلوك الفردي الاجتماعي يمثل أهمية كبيرة بالنسبة للبحوث والدراسات الاعلامية لما تمثله من وسيلة للتعبير عن التصورات للتأثيرات الاجتماعية والثقافية وعلى الرغم من ان ميدان الاعلام وتكنولوجيا المعلومات وظهور وسائل تواصل جديدة غير تلك الوسائل التقليدية وتعدد الادوار والمهام في الاعلام جعل من الضروري البحث عن أدوات منهجية وعلمية تتلائم مع تلك التغييرات بل اصبحت ضرورة ملحة لدى الباحثون في مجال الاعلام لبلوغ مستوى عال من التحليل وتكوين فرضيات بالغة الاهمية وأصدار الاحكام في مجال قياس سلوك الجمهور أو القارئ على العملية الاتصالية أمر ممكن في الدراسات والبحوث الاعلامية , بعد ظهور التحليل العملي على يد (سيبرمان) واصبح أحد أكثر الطرق الاحصائية متعددة المتغيرات شيوفاً في البحوث الدراسات الاعلامية بصفة خاصة والانسانية بصفة عامة , لما يقدمه هذا الاسلوب الاحصائي من مساعدة للباحثين الاعلاميين في دراسة المتغيرات المختلفة بقصد ارجاعها الى اهم العوامل التي أثرت فيها , فالمعروف ان اي ظاهره اعلامية تنتج عادة من عدة عوامل بحيث تعتبر الظاهرة الاعلامية محصلة نهائية لها جميعاً . لهذا جاء بحثنا هذا للخوض في دور استخدام التحليل العملي في البحوث والدراسات الاعلامية بهدف الحصول على تحليل بالغ الاهمية وصولاً الى نتائج تتوافق مع العوامل المكونة للظاهرة أو المشكلة الاعلامية المراد بحثها أو دراستها وأصدار الاحكام والحدود العلمية والعملية لتلك الظاهرة أو المشكلة , ولتحقيق ذلك قمنا بتحديد الاليات والخطوات التي اتبعناها في دراسة البرامج التلفزيونية الاقتصادية ودورها في الترويج لمفهوم الشمول المالي باستخدام اسلوب التحليل العملي

1. المقدمة

تعتبر الاساليب الاحصائية من اهم الركائز التي يقوم عليها البحث العلمي والادوات العلمية التي يستعين بها الباحثون من أجل تحليل البيانات والمعلومات بهدف الوصول الى نتائج واحكام علمية تساعدهم في دراسة الظواهر أو حل المشكلات التي تواجههم في حقلهم المعرفية . وفي مجال الاعلام الذي اخذت وسائله وادواته تتطور مع ثورة المعلومات والتكنولوجيا التي أصابت وسائل الاتصال الجماهيري وتنوع وتعدد الجمهور الذي اصبح من الصعب دراسته لعدم وجود اساليب رياضية تعمل على قياس ذلك الجمهور لمعرفة اتجاهاته وادواقه فيما تقدمه تلك الوسائل الاعلامية الجديدة , خصوصاً وان تلك الوسائل اصبحت تمتلك أدوات عديدة جعلت منها وسائل متعددة الادوار والمهام تقدم رسائل اتصالية متعددة الوظائف الى جمهور متعدد الاتجاهات والادواق , لهذا

اصبحت من الصعب على الباحث الاعلامي دراسة هكذا وسائل اتصالية باساليب احصائية تقليدية مثل التكرارات والنسب المؤية والاستعانة بالادوات والاساليب الاحصائية الاكثر ملائمة لمعالجة البيانات والمعلومات التي يحصل عليها الباحث من نتاج خلال دراسته او بحثه . لذلك تتحدد مشكلة البحث في مدى استخدام الباحث الاعلامي لاسلوب التحليل العملي في بحوثهم الاعلامية وخصوصا عندما تكون تلك البحوث تتضمن اكثر من عامل او متغير يتطلب البحث او الدراسة , وان الاساليب الاحصائية التقليدية التي كانت تستخدم لم تعد تفي بأهداف تلك البحوث والدراسات الاعلامية , لذلك اعتمدنا في بحثنا هذا على دراسة تطبيقية لاسلوب التحليل العملي في بحثنا الموسوم (دور البرامج التلفزيونية الاقتصادية في تحقيق الشمول المالي) على اعتبار ان هذه الدراسة تتضمن اكثر من عامل او متغير كان له الدور في تلك المشكلة منها على سبيل المثال البرامج التلفزيونية الاقتصادية والمؤسسات المالية والمصرفية وشرائح المجتمع الهشة اقتصاديا وتعدد المنتجات المالية وغيرها من المتغيرات [7] .

ويعتبر أسلوب التحليل العملي من اكثر الطرق الاحصائية متعددة المتغيرات التي تساهم في دراسة المتغيرات العديدة التي حدثت في مجال الاعلام , المعروف ان اي ظاهرة الاعلامية او مشكلة تنتج من عدة عوامل ومتغيرات وتعتبر الظاهرة أو المشكلة هي المحصلة النهائية لظهورها ودراستها . لهذا اردنا من خلال هذا البحث تسليط الضوء عن دور استخدام أسلوب التحليل العملي في البحوث الاعلامية واهمية هذا الاستخدام من خلال الامكانيات التي يقدمها من تحليل وتفسير المتغيرات والعوامل المتعددة التي تكون مصاحبة للمشكلة او الظاهرة الاعلامية واطلاق الاحكام عليها وتقديم الحلول العلمية لها . وتطبيقا اخذنا بحثنا الموسوم (دور البرامج التلفزيونية الاقتصادية في الترويج لمفهوم الشمول المالي) الذي استخدمنا فيه اسلوب التحليل العملي . وتأتي اهمية البحث من اهمية استخدام الاسلوب الاحصائي التحليل العملي في الدراسات والبحوث الاعلامية لكونه الاسلوب الرياضي الوحيد الذي يتعامل مع عوامل ومتغيرات متعددة تتطلبها البحوث والدراسات الاعلامية في عصر الرقمنة والاعلام الجديد والوسائل المتعددة الوسائط . اذ يعمل اسلوب التحليل العملي على توفير اداة احصائية تتعامل مع متغيرات وعوامل متعددة والعمل على تحليلها وتدويرها ودرجة تشعبها من خلال ايجاد العلاقات الارتباطية فيما بينها لاصدار الاحكام والاستنتاجات الخاصة بها . وتتحدد مشكلة البحث في مدى استخدام الباحث الاعلامي لاسلوب التحليل العملي في بحوثهم الاعلامية وخصوصا عندما تكون تلك البحوث تتضمن اكثر من عامل او متغير يتطلب البحث او الدراسة , وان الاساليب الاحصائية التقليدية التي كانت تستخدم لم تعد تفي بأهداف تلك البحوث والدراسات الاعلامية , لذلك اعتمدنا في بحثنا هذا على دراسة تطبيقية لاسلوب التحليل العملي في بحثنا الموسوم (دور البرامج التلفزيونية الاقتصادية في تحقيق الشمول المالي) على اعتبار ان هذه الدراسة تتضمن اكثر من عامل او متغير كان له الدور في تلك المشكلة منها على سبيل المثال البرامج التلفزيونية الاقتصادية والمؤسسات المالية والمصرفية وشرائح المجتمع الهشة اقتصاديا وتعدد المنتجات المالية وغيرها من المتغيرات [8] .

وتأتي اهمية البحث من اهمية استخدام الاسلوب الاحصائي التحليل العملي في الدراسات والبحوث الاعلامية لكونه الاسلوب الرياضي الوحيد الذي يتعامل مع عوامل ومتغيرات متعددة تتطلبها البحوث والدراسات الاعلامية في عصر الرقمنة والاعلام الجديد والوسائل المتعددة الوسائط . اذ يعمل اسلوب التحليل العملي على توفير اداة احصائية تتعامل مع متغيرات وعوامل متعددة والعمل على تحليلها وتدويرها ودرجة تشعبها من خلال ايجاد العلاقات الارتباطية فيما بينها لاصدار الاحكام والاستنتاجات الخاصة بها .

2. اهداف البحث

يهدف البحث من الناحية المنهجية الى تشجيع الباحثون الاعلاميون على استخدام اسلوب التحليل العملي في بحوثهم ودراساتهم الاعلامية , ويمكن تحديد اهداف البحث بما يلي :

- 1- استخدام الاسلوب الاحصائي التحليل العملي في بحوثهم ودراساتهم الاعلامية .
- 2- تقليل فرضية انحياز الباحث في اصدار الاحكام والاستنتاجات العلمية الخاصة في بحوثهم الاعلامية
- 3- معرفة دور البرامج التلفزيونية الاقتصادية في الترويج لمفهوم الشمول المالي .
- 4- مساهمة الشمول المالي في تحقيق النمو الاقتصادي والاستقرار عبر زيادة الكثافة المصرفية وتوسيع شبكات الفروع المصرفية التي تؤدي الى تقديم خدمات ومنتجات مالية اخص .

3. الاطار النظرية

1.3. مفهوم التحليل العملي

يعتبر التطور الحاصل في لبرامج المخصصة للتحليل الاحصائي نتيجة لتطور اسلوب التحليل العملي وكثرة استخدام في العلوم الاجتماعية ومنها الاعلام خاصتا بعد تعدد الادوار والمهام والوظائف التي تؤديها وسائل الاتصال للاعلام الرقمي الجديد وظهور مشكلات اعلامية وظواهر اعلامية جديدة تحتاج الى اسلوب احصائي يبحث في تحليل تلك المتغيرات المتعددة ومدى ارتباطها فيما بينها بصورة تصنيفات مستقلة قائمة على اسس نوعية تصنيف تلك المتغيرات يقوم الباحث بفحصها واكتشاف خصائصها المشتركة وفق الاطار النظري والعملية بهدف الوصول الى احكام أو استنتاجات علمية حول تلك الظواهر الاعلامية . المعروف ان اي ظاهرة تنتج من عدة عوامل لذا يعتبر التحليل العملي اداة قوية بيد الباحث تمكّنه من فهم وتحليل البيانات والمعلومات من خلال استخلاص المعاني والانماط وتحويلها الى بيانات مجردة ذات قيمة معرفية , كذلك يستخدم التحليل العملي لفهم العلاقات والاسباب والنتائج بين المتغيرا المختلفة وتحديد القوى والضغوط التي تؤثر على النظام المعرفي في مجال الاعلام وغيره من العلوم . لذلك فان التحليل العملي هو اسلوب احصائي يساعد على دراسة الظواهر بهدف ارجاعها الى العوامل المؤثرة فيها اي (عملية رياضية تستهدف تفسير معاملات الارتباط الموجبة التي لها دلالة احصائية بين مختلف المتغيرات) [7] [4] [1]

2.3. أهداف التحليل العاملي

هناك عدة اهداف يسعى التحليل العاملي الى تحقيقها منها [3] :

- 1- حل مشكلة المتغيرات التفسيرية مثل مشكلة الارتباطات العالية بين المتغيرات المستقلة التي تؤدي الى عدم ثبات قيم معاملاتها الانحدارية المعيارية في تحليل الانحدار .
- 2- اسلوب مفيد في خفض العلاقات المعقدة بين المتغيرات وتحويلها الى صور خطية بسيطة وتكشف العلاقات غير المتوقعة.
- 3- تلخيص عدد المتغيرات التي يمكن ان تفسر الظاهرة او المشكلة .
- 4- الحصول على عوامل جديدة بعدد اقل لتكون محل المجموعة الاصلية من المتغيرات .
- 5- تفسير العلاقات بين عدد كبير من المتغيرات من خلال ابراز مجموعة العناصر الكامنة .
- 6- الكشف عن متغيرات لها دلالة احصائية والتي تتطلب الكثير من عمليات التحليل .

3.3. انواع التحليل العاملي

يقسم التحليل العاملي الى نوعين [5] :

- النوع الاول التحليل العاملي الاستكشافي Exploratory Factor Analysis ويستخدم هذا الاسلوب عندما يريد الباحث اكتشاف العوامل التي يمكن ان تصنف اليها المتغيرات على اعتبار ان هذه العوامل فئات من تلك المتغيرات و اي تكون فيها العلاقات بين المتغيرات والعوامل الكامنة غير معروفة.
- النوع الثاني التحليل العاملي التوكيدي Confirmatory Factor Analysis يستخدم هذا النوع لاختبار الفرضيات المتعلقة بوجود ام عدم وجود علاقة بين المتغيرات والعوامل الكاملة , ويمكن الاستفادة منة ايضا في تقييم قدرة نموذج العوامل على التعبير عن مجموعة البيانات الفعلية والمقارنة بين عدة نماذج للعوامل .

4.3. شروط استخدام التحليل العاملي [2]

- 1- التوزيع الطبيعي للمتغيرات
- 2- يجب ان تكون العينة كبيرة وممثلة لمجتمع البحث وغير متحيزة .
- 3- عدم استخدام متغيرات غير مستقلة والمتغيرات التي لا تتميز ببساطة التحليل العاملي .
- 4- يعتمد تفسير العوامل على عدد المتغيرات المشبعة احصائيا ويكون عددها عادة ثلاثة متغيرات
- 5- العوامل الناتجة من التحليل العاملي يجب ان تكون متغيرات واقعية يستطيع الباحث تفسيرها في ضوء الاطار النظري أو العملي تؤكد وجود عوامل في الواقع

5.3. اهمية العوامل وكيفية البدء بالتحليل العاملي

العوامل هي متغيرا ناتجة من التحليل العاملي يمكن قياسها بشكل مباشر والتي تختلف عن المتغيرات الافتراضية او الكامنة التي تشتق من متغيرات تقاس بشكل مباشر [9] , اي ان العوامل تنبع من داخل مجموعة من العلاقات بين المتغيرات وهذا مهم في عملية البدء بالتحليل العاملي اذ يقوم اولا بحساب الارتباطات بين المتغيرات للحصول على مصفوفة الارتباطات التي نقوم بتحليلها عامليا بهدف الوصول الى اقل عدد ممكن من العوامل التي تعبر عن اكبر قدر ممكن من التباين بين هذه المتغيرات . ومثال ذلك لو فرضنا ان معامل الارتباط بين المتغير X1 والمتغير X2 يساوي (0.7) وان معامل الارتباط بين المتغير X2 والمتغير X3 يساوي ايضا (0.7) هذا لايعني بالضرورة ان هناك علاقة تساوي (0.7) بين المتغير X1 والمتغير X3 .

6.3. محكات كايزر Kaiser Criterion لتحديد عدد العوامل المستخرجة

تحدد عدد عوامل التي يتم انتاجها في الدراسة العملية من المشكلات التي تواجه الباحثون , لذا بالامكان استخلاص العوامل من المصفوفة الارتباطية الاخيرة بواقع صفري من الامور الممكنة بحيث ان عدد العوامل يصبح مساوي لعدد المتغيرات التي بدأنا فيها ويعتبر محك كايزر الذي اقترحه جوتمان Guttman من اشهر المحكات التي يمكن استخدامها لهذا الغرض وفكرته تعتمد على حجم التباين الذي يعبر عنه العامل من اجل ان يكون العامل فئة تصنيفية اي جذرة الكامن اكبر او مساوي على الاقل لحجم التباين الاصيل للمتغير , لذلك يتطلب هذا المحك مراجعة الجذر الكامن للعوامل الناتجة وقبول العوامل التي جذرها الكامن اكبر من واحد صحيح بشرط ان يكون قد وضع العامل في الخلايا القطرية واحد صحيح .

7.3. التدوير Rotation

بعد التوصل الى العوامل وتشبعاتها تاتي عملية تدوير العوامل الى مكان اخر يساعد الباحث في تفسيرها , ان الهدف الاساسي من تدوير العوامل هي التوصل الى تشكيلة مناسبة للعوامل يمكن تفسيرها منطقيا وهناك نوعان من التدوير :

- التدوير المتعامد Orthogonal Rotation الذي تدار العوامل معا مع الاحتفاظ بالتعامد بينهما وتكون قيمة معاملات الارتباط تساوي صفر [9].

- التدوير المائل Oblique Rotation وتدار به العوامل دون الاحتفاظ بالتعامد وتترك لتتخذ الميل الملائم لها .

ان الهدف الرئيسي من التدوير العوامل هو تقديم حل رياضي للبناء البسيط ممكن حسابا عن طريق عدة طرق رياضية لعل اشهرها طريقة الفاريماكس Varimax لكاييزر والتي يميل معظم الباحثون في مجال الاعلام الى استخدامها لانها تقدم افضل الحلول التي تستوفي خصائص البناء البسيط . تدوير العوامل له اهمية كبيرة في توزيع التباين بين العوامل وتساعد الباحث على تفسير العوامل بصورة منطقية وتجميع المتغيرات المتشابهة في عامل واحد وكذلك تحديد العوامل التي يكون ارتباطها مع المتغيرات الاصلية وموزعة بطريقة يسهل تفسيرها .

8.3. طرق التحليل العاملي

هناك عدة طرق للتحليل العاملي منها [5] :

- 1- طريقة المكونات الاساسية Principal Components وهي نا اكثر الطرق شيوعا واستخداما نظرا لدقة نتائجها .

- 2- الطريقة القطرية Diagonal Method وهي طريقة سهلة يمكن استخدامها اذا كان لدينا عدد قليل من المتغيرات تؤدي الى استخلاص اكبر عدد ممكن من العوامل , وتسمى بالقطرية كونها تستخدم القيم القطرية في المصفوفة الارتباطية .
- 3- الطريقة المركزية Centroid Method هذه الطريقة لا تستخلص الا قدرا محددًا من التباين الارتباطي وتحدد قيم الشبوع في المصفوفة الارتباطية وفق تقديرات غير دقيقة .
- 4- الطريقة المركزية باستخدام متوسط الارتباطات Averoid Method لا توفر هذه الطريقة نفس الدقة التي نحصل عليها من الطريقة المركزية السابقة الا انها مناسبة عند وجود عدد كبير من المتغيرات وفي حالة عدم توفر برنامج لاجراء المعالجات الاحصائية .

9.3 مفاهيم عاملية

- اسلوب التحليل العاملي يتضمن عدة مفاهيم يجب الوقف عندها لمعرفتها وهي [1] :
- 1- الجذر الكامن Eigen Value وهو يقيس حجم التباينات في كل المتغيرات التي تحسب على عامل واحد وقيمة الجذر الكامن هي قياس حجم التباين المستخدم لاهداف المقارنة وفقا لمحك كايزر يتم قبول العامل عندما تكون قيمة Eigen اكبر من واحد ويهمل اذا كان اقل من واحد .
 - 2- الاشتراكات Communalities وهي مجموع مربع احتمالات العامل اذ ان لكل عامل متغير يساهم باحجام مختلفة في كل عامل من العوامل ومجموع المربعات هذه الاسهامات او التشبعات في العوامل هي قيمة الاشتراكات .
 - 3- استخلاص العوامل Extraction وهي استخلاص اكبر قدر ممكن من التباين الكلي للمتغيرات وهذا يشكل العامل الاول واختيار مجموع المتغيرات التي تفسر اكبر قدر ممكن من التباين المتبقي بعد استخلاص العامل الاول وهذا يشكل العامل الثاني .
 - 4- التشبع Loading وهو درجة ارتباط كل متغير مع عامل معين فاذا كان تشبع عامل معين اكبر من (0.3) فان المتغير الذي له علاقة به يساهم في وصفه , اما تشبعات العوامل التي تكون اقل من (0.3) فانها تهمل .

10.3 خطوات التحليل العاملي

- 1- القيام بعمل ارتباط لكل المتغيرات من خلال عمل مصفوفة ارتباطية [5] .
- 2- جمع الارتباطات لكل عمود .
- 3- جمع مجموع ارتباطات الاعمدة .
- 4- استخراج الجذر التربيعي لمجموع ارتباطات الاعمدة .
- 5- تقسيم نتائج كل عمود على الجذر التربيعي ونحصل على التشبع العمود الاول وهكذا لبقية الاعمدة
- 6- نضرب تشبع الاختيار الاول في نفسه ونضعه في الخلية القطرية (1,1) وهكذا للاختيار الثاني والثالث.... الخ بحيث ان الخلايا القطرية تشير الى الارتباط بين المتغير ونفسه .
- 7- طرح المصفوفة الارتباطية الناتجة مع المصفوفة الاصلية لنحصل على مصفوفة جديدة .
- 8- ايجاد الجذر الكامن من خلال جمع المربعات والتشبعات على العامل ونسبة التباين التي تمثل كم اخذت المصفوفة من التباين .
- 9- تدوير العوامل الذي يؤدي الى اعادة توزيع الجذر الكامن والتباين أو التشبعات ويمكن استخدام التدوير المائل مع الظواهر المتداخلة (الغير مستقلة) والتدوير المتعامد مع الظواهر غير المتداخلة (المستقلة) .

4. الجانب التطبيقي

هذه الدراسة من الدراسات التي تعتمد المنهج المسحي الذي يعد جهدا علميا منظما يعتمد على جمع الحقائق والبيانات وتحليل المعلومات وتفسيرها واكتشاف العلاقات بين العوامل والمتغيرات المؤثرة بمشكلة البحث استخدم الباحث العديد من الوسائل الاحصائية التي تتلائم وطبيعة اهداف بحثنا , اذ بعد جمع البيانات وادخالها الى الحاسب الالي ومعالجتها باستخدام برنامج (SPSS) وعلى النحو التالي :

- التحليل العاملي
- طريقة الكمونات الاساسية Principia Components Method
- الجذر الكامن Eigen Value
- التشبع Loading
- التدوير Rotation
- اختبار كايزر – ماير – اوكلن (Kaiser Meyer Olkim (KMO)
- طريقة Varimax

1.4 مجتمع البحث

يتمثل مجتمع البحث جميع الكادر التدريسي للاقسام العلمية المالية والمصرفية في الجامعات الحكومية لمدينة بغداد وبعبارة قوامها (60) مفردة وتم تحديد العينة في ضوء العينات في الدراسات والبحوث الاعلامية

2.4 تعريف المصطلحات

- 1- التحليل العاملي : طريقة احصائية تستخدم لوصف التباين بين المتغيرات الملاحظة والمترابطة من حيث عدد قليل من المتغيرات التي يمكن ملاحظتها والتي تسمى العوامل . اي هو اسلوب احصائي يستهدف تفسير معاملات الارتباطات الموجبة التي لها دلالة احصائية بين مختلف المتغيرات .

- 2- **استخدام** : الاستخدام في اللغة هو سؤال الخدمة او اتخاذ الخادم يقال (استخدمت اذا سالة بخدمة او اتخذت خادما) واستخدم هو اسم مصدره استخدم اي استخدم القلم اي استعمل القلم .
- 3- **البحوث الاعلامية** : نوع من انواع البحوث التي تركز بشكل اساس على دراسة العلاقات التي ترتبط بين كل من وسائل الاتصال الاعلامي والجمهور المستهدف أو بين الوسائل الاتصالية نفسها للحصول على المعلومات التي تربط تلك الوسائل .
- لبيان الخطوات التي ايتبعها الباحث الاعلامي في استخدام الاسلوب الاحصائي التحليل العاملي في معالجة البيانات التي يتم جمعها من دراستهم لظاهرة او مشكلة اعلامية سوف نتطرق الى مثال تطبيقي لبحث اجريناه حول (دور البرامج التلفزيونية الاقتصادية في الترويج لمفهوم الشمول المالي) (2) . لمعرفة ما هي الخطوات او الكيفية التي استخدمنا فيها الاسلوب الاحصائي التحليل العاملي في معالجة البيانات والمعلومات التي حصلنا عليها بهدف الوصول الى احكام او تصورات حول .
- 3.4. تطبيق البحث.**

بداية قمنا بتقسيم البحث الى ثلاثة محاور رئيسية وهي :

- محور البيانات العامة لمجتمع البحث.
- محور البرامج التلفزيونية الاقتصادية .
- الشمول المالي .

ومن ثم قمنا بالخطوات التالية :

اولا – وصف البيانات / للقيام بدراسة اي ظاهرة او مشكلة اعلامية يجب على الباحث الاعلامي ان يقوم اولاً بجمع البيانات حول مشكلة البحث او الظاهرة التي يروم دراستها وذلك لكون تلك البيانات هي المادة الاساسية التي يعتمد عليها الباحث الاعلامي في دراسته الميدانية وجرت العادة بان يقوم الباحث بجمع تلك المعلومات او البيانات بعدة طرق علمية ومنهجية منها استمارة الاستبانة او اجراء المقابلات او عن طريق المراسلات وغيرها من الطرق الكفيلة بحصول الباحث على البيانات وفي مثالنا التطبيقي استخدمنا الاستبانة التي قسمت الى ثلاثة محاور الدراسة واختيار الاسئلة المفتوحة والمغلقة وكذلك وضعنا مقياس المناسب بعد عرضة على مجموعة من المحكمين والخبراء في مجال الاختصاص لغرض اعتمادها وشملت الدراسة الجامعات الحكومية في مدينة بغداد حصراً وهي الجامعات (بغداد , المستنصرية , العراقية) واجراء حصر شامل لجميع الكادر التدريسي لاقسام المالية والمصرفية .

ثانياً – محور البيانات العامة لمجتمع العينة / يعتبر مجتمع البحث الركيزة الاساسية في الدراسات والبحوث الاعلامية بل في جميع الدراسات والبحوث وذلك لما يمثله من جمهور حقيقي معني بمشكلة البحث او الدراسة , لذا يجب على الباحث الاعلامي تحديد المجتمع والعينة الماخوذة منه التي تمثل ذلك المجتمع او الجماعة المطلوب دراستها واخضاعها للبحث لان الجماعات تختلف بصفاتها ومميزاتها التي تتسم بها , لذا على الباحث عندما يقوم بتصميم استمارة الاستبانة او المقياس يجب ان يراعي طبيعة وصفات تلك الجماعات او العينة المطلوب دراستها . مجتمع دراستنا كان يمثل الجامعات الحكومية في مدينة بغداد لهذا تم اختيار عينة البحث من اساتذت تلك الجامعات وهم يمثلون جميع التدريسيين بواقع (60) مفردة وكما مبين في الجدول (1) .

جدول (1) البيانات العامة لمجتمع البحث

No	University	Sex		Certificate		Scientific Title				Sum
		Male	Female	MSc	PhD	Asst. Inst	Inst.	Asst.Prof.	Prof.	
1	Baghdad	13	6	4	15	0	6	13	0	19
2	Mustansiyyah	10	10	8	12	5	8	7	0	20
3	Iraqia	14	7	7	14	5	8	8	0	21
Total		37	23	19	41	10	22	28	0	60
Percentage		61%	39%	32%	68%	18%	36%	46%	0%	100%

ثالثاً – محور البرامج التلفزيونية الاقتصادية / عادة ما تكون هناك عدة مؤثرات بكل متغيرات البحث توصف بالعوامل Component حيث تدخل في التحليل العاملي كمؤثرات في متغيرات البحث التي تعطي عادة احكام حقيقية لمشكلة البحث وتجنب التحيز لاحد تلك العوامل , لذلك على الباحث ان يحدد العوامل باستعمال برنامج (SPSS) واخيار المكونات الرئيسية لها (PCA) للحل وطريقة Varimax للحصول على النتائج والاحكام الحقيقية والقريبة من تحليل مشكلة البحث , اذ يتم اولاً ترميز تلك العوامل وبما ان البحث يدور حول دور البرامج التلفزيونية الاقتصادية فان المتغيرات المؤثرة كانت مايلي /

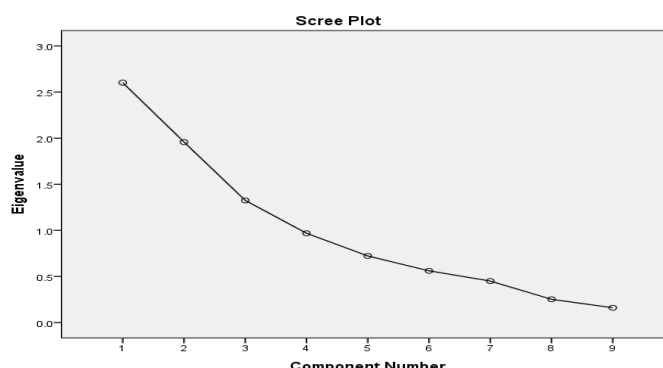
- التعرض للبرامج التلفزيونية الاقتصادية ويرمز لها VAR1 .
- معدل المشاهدة للبرامج التلفزيونية الاقتصادية ويرمز لها VAR2 .
- المدة الزمنية لمشاهدة البرامج التلفزيونية الاقتصادية ويرمز لها VAR3 .
- الوقت المفضل لمشاهدة البرامج التلفزيونية الاقتصادية ويرمز لها VAR4 .
- المعلومات التي تقدمها البرامج التلفزيونية الاقتصادية التي تساعد في فهم الشمول المالي ويرمز لها VAR5 .
- مساهمة البرامج التلفزيونية الاقتصادية في زيادة الثقة بالقطاع المصرفي ويرمز لها VAR6 .

- مساهمة البرامج التلفزيونية الاقتصادية في معرفة الخدمات المالية المناسبة ويرمز لها VAR7.
 - تعتبر البرامج التلفزيونية الاقتصادية مصدر ثقة للمنتجات المالية التي تقدمها المصارف ويرمز لها VAR8.
 - المعلومات التي تقدمها البرامج التلفزيونية الاقتصادية مضللة عن مفهوم الشمول المالي ويرمز لها VAR9.
- بعد ان يتم تحديد العوامل من قبل الباحث يعمل على اختبار الارتباط فيما بينها باستعمال مقياس (كايزر-ماير-اوكلن KMO) وان الحد الأدنى لمقياس KMO هو (0.5) لمعرفة ان حجم العينة كافي وان العوامل التي نحصل عليها من التحليل العاملي يمكن الاعتماد عليها , اذ كلما اقتربت قيمها من الواحد صحيح دلت على كفايتها واطهرت النتائج ان قيمة KMO هي (0.561) وهو اكبر من (0.5) مما يعني امكانية اعتماد العوامل . كما يجب اجراء اختبار Bartlett test لمعرفة مدى الارتباط بين العوامل وان مصفوفة الارتباط غير احادية وذلك عند مستوى (0.5) ودرجة حرية (36) والتي تساوي (P-Value=0,000) وهي اقل من (0.5) وكما مبين في الجدول (2) .

جدول (2) التباين الكلي المفسر للبرامج التلفزيونية الاقتصادية

Components	Initial Eigen Values			Rotation Sums Squared		
	Eigen Value	Percentage of Variance of each factor	Cumulative Value	Eigen Value	Percentage of Variance of each factor	Cumulative rate of variance
VAR 1	2.601	28.905	28.905	2.272	25.248	25.248
VAR 2	1.958	21.753	50.658	2.134	23.715	48.863
VAR3	1.325	14.718	65.376	1.477	16.413	65.376
VAR 4	0.969	10.764	76.140			
VAR 5	0.723	8.029	84.169			
VAR 6	0.561	6.236	90.407			
VAR 7	0.450	5.001	95.408			
VAR 8	0.252	2.805	98.214			
VAR 9	0.161	1.786	100.000			

- اذ يمثل العمود الاول العوامل وهي عدد المتغيرات الداخلة في البحث , اما العمود الثاني فانه يمثل قيم الجذر الكامن الاولية Initial Eigen Values, اي كل العوامل التي ستبقى جذورها الكاملة اكبر من واحد وتتألف من :
- الجذر الكامن وهي قيم الجذر لكل عامل ومجموعها يمثل عدد المتغيرات في الدراسة اي ($2.601+1.958+...=9$) اذ توجد ثلاثة عوامل فقط كانت قيمها اكبر من واحد صحيح تؤثر في دور البرامج التلفزيونية الاقتصادية في الترويج لمفهوم الشمول المالي واستبعاد العوامل التي تكون قيم جذورها الكامنة اقل من واحد صحيح .
 - نسبة التباين لكل عامل وتحسب (نسبة التباين=مجموع الجذور الكامنة / عدد المتغيرات)*100 لذا اعلى نسبة تباين بلغت (28.905%) للعامل الاول و (21.753%) للعامل الثاني و(14.718%) للعامل الثالث .
 - نسبة التباين التراكمي وهي نسبة تباين المجموع وتمثل تفسير من التباين الكلي (65.376%) .
- اما العمود الثالث فانه يمثل المربعات بعد تدوير الجذور Rotation Sums Squared وهي نفس الحقول في العمود الثاني ولكن يتم استخلاص النتائج بعد تدويرها وتوزيعها بطريقة متكافئة وقد حصلت على (65.376%) من التباين الحاصل بين العوامل , ومن خلال قيم الجذور الكاملة المقابلة للعوامل يتضح بان العامل الاول بيده بالظهور ويتلاشى بعد العامل الثالث وكما مبين في الشكل (1) .



شكل (1) قيم الجذور الكاملة لعوامل البرامج التلفزيونية الاقتصادية

- للحصول على تشعب كل متغير وعلى اي عامل تم تدوير مصفوفة العوامل الثلاثة فقط التي ظهرت لدينا والتي تم استخلاصها , وكمت مبين في الجدول (3) .

جدول (3) مصفوفة العوامل الخاصة بالبرامج التلفزيونية الاقتصادية
Rotated Component Matrix^a

	Component		
	1	2	3
VAR00001	.894	.133	.161
VAR00002	.856		.167
VAR00003	.693		-.113
VAR00007	.194	.799	.105
VAR00006	-.127	.747	.167
VAR00005	.362	.722	
VAR00009	-.267	.613	-.365
VAR00008		.131	.819
VAR00004			.754

ومن خلال الجدول (3) نحصل على نتائج التحليل والتي تقودنا الى الاحكام التي يمكن الحصول عليها بعيدا عن تحيز الباحث وهي :

- المرتبة الاولى حصل عليها العامل الاول (التعرض للبرامج التلفزيونية الاقتصادية) من التباين الكلي بقيمة بلغت (28.905%) وبتفسير المتغير VAR2 بتشبع مقدارة (0.856) والمتغير VAR3 بتشبع مقدارة (0.693) والذي يدل ان زيادة التعرض للبرامج التلفزيونية الاقتصادية نتيجو زيادة معدل المشاهدة والمدة الزمنية لتلك المشاهدة).
- المرتبة الثانية حصل عليها العامل الثاني (معدل المشاهدة للبرامج التلفزيونية الاقتصادية) بقيمة بلغت (21.753%) من التباين الكلي وبتفسير المتغير VAR7 بتشبع مقدارة (0.799) والمتغير VAR6 بتشبع مقدارة (0.747) والمتغير VAR5 بتشبع مقدارة (0.722) والذي يدل على ان (معدل المشاهدة للبرامج التلفزيونية الاقتصادية يسهم في معرفة الخدمات المالية المناسبة وزيادة الثقة بالقطاع المصرفي وفهم مفهوم الشمول المالي).
- المرتبة الثالثة حصل عليها العامل الثالث (المدة الزمنية لمشاهدة البرامج التلفزيونية الاقتصادية) بقيمة بلغت (718.14%) من التباين الكلي وبتفسير المتغير VAR8 بتشبع مقدارة (0.819) والمتغير VAR4 بتشبع مقدارة (0.754) , والذي يدل على ان (المدة الزمنية لمشاهدة البرامج التلفزيونية الاقتصادية لها علاقة قوية بالوقت المفضل لمشاهدة تلك البرامج والذي يؤدي الى زيادة الثقة بالمنتجات المالية التي تقدمها المصارف).
- رابعاً - محور مفهوم الشمول المالي / امكانية وصول الافراد او المؤسسات الى الخدمات او المنتجات المالية التي تقدمها المؤسسات المالية والمصرفية ذات الجودة العالية وفي ظل بيئة قانونية وتنظيمية مناسبة جعل من البرامج التلفزيونية الاقتصادية ان تكون الركيزة الاساسية في جهود وخطط تلك المؤسسات المالية لتحسين الاداء وتحقيق الاستقرار المالي والتنقيف والتوعية المالية والمصرفية , لذا يجب دراسة متغير الشمول المالي مما يجعل الباحث ان يبحث في جميع المتغيرات التي تؤثر على مفهوم الشمول المالي ووفق تلك المتغيرات وباستعمال برنامج SPSS تم اختيار المكونات الرئيسية لها PCA للحل والحصول على النتائج والاحكام الحقيقية والقريبة من تحليل مشكلة البحث عن طريق Varimax ويمكن حصر المتغيرات المؤثرة في مفهوم الشمول المالي بما يلي /
- الشمول المالي يساهم في النمو الاقتصادي والاستقرار ويرمز لها VAR1.
- تطوير المؤسسات المالية ويرمز لها VAR2.
- الشمول المالي يسهم في تقديم منتجات مالية أرخص ويرمز لها VAR3.
- الاهتمام بالشرائح الهشة اقتصاديا ويرمز لها VAR4.
- رفع المستوى المعاشي للشرائح الهشة اقتصاديا ويرمز لها VAR5.
- خفض معدلات الفقر ويرمز لها VAR6.
- تزويد المشاهدين بالمعلومات المالية والمصرفية ويرمز لها VAR7.
- زيادة الوعي والتنقيف المالي لدى المشاهدين ويرمز لها VAR8.
- اتخاذ القرارات المالية السليمة من قبل الشرائح الهشة اقتصاديا ويرمز لها VAR9.
- زيادة الوعي باستخدام اجهزة الدفع الالكتروني ATM ويرمز لها VAR10.
- زيادة الكثافة المصرفية ويرمز لها AVR11.

بعد ان تم تحديد العوامل المؤثرة في مفهوم الشمول المالي والذي يعتبر المتغير التابع في البحث نقوم باختبار الارتباطات فيما بين مجموعة المتغيرات للحصول على متغيرات جديدة باستخدام التحليل العاملي بغية الوصول الى المتغيرات الحقيقية التي تؤثر على مفهوم الشمول المالي وعلاقتها بالبرامج التلفزيونية الاقتصادية . ولمعرفة حجم العينة وكفايتها والعلاقات الارتباطية بين الجزئيات نستعمل مقياس (كايزر-ماير -اوكلن KMO) على اعتبار ان الحد الادنى للمقياس هو (0.5) وكلما اقتربت قيمته من الواحد يعطي دلالة على كفاية العينة وان العوامل التي نحصل عليها من التحليل العاملي يمكن الاعتماد عليها , اذ قيمة (KMO)

من التحليل تساوي (0.576) وهي اكبر من (0.5) مما يعني اعتماد تلك العوامل , وبعد اجراء اختبار Bartlett test لمعرفة مدى الارتباط بين تلك العوامل عند مستوى معنوي (0.5) ودرجة حرية (55) تساوي (P-Value=0.000) وهي اقل من (0.5) وهذا يدل على وجود ارتباط بعض العوامل وان المصفوفة الارتباطية غير احادية وكما مبين في الجدول (4) .

جدول (4) التباين الكلي المفسر لمفهوم الشمول المالي وعلاقته بالبرامج التلفزيونية الاقتصادية

Components	Initial Eigen Values			Rotation Sums Squared		
	Eigen Value	Percentage of Variance of each factor	Cumulative Value	Eigen Value	Percentage of Variance of each factor	Cumulative rate of variance
VAR 1	2.633	23.940	23.940	2.092	19.016	19.016
VAR 2	1.485	13.503	37.443	1.771	16.103	35.119
VAR3	1.334	12.130	49.573	1.590	14.455	49.573
VAR 4	0.997	9.060	58.633			
VAR 5	0.964	8.763	67.396			
VAR 6	0.872	7.926	75.322			
VAR 7	0.811	7.372	82.694			
VAR 8	0.691	6.278	88.973			
VAR 9	0.498	4.528	93.501			
VAR10	0.392	3.560	97.501			
VAR11	0.323	2.939	100.000			

اذ يمثل العمود الاول العوامل وهي المتغيرات الداخلة في البحث , اما العمود الثاني فانه يمثل قيم الجذور الاولية Initial Eigen Value للعوامل التي ستبقى جذورها الكامنة اكبر من واحد ويتألف من :

- الجذر الكامن وهو قيم الجذر لكل عامل ومجموعها يمثل عدد المتغيرات الخاضعة للدراسة ($2.633+1.485....=11$) اذ توجد ثلاثة عوامل فقط كانت اكبر من واحد صحيح تؤثر في مفهوم الشمول المالي وعلاقته بالبرامج التلفزيونية الاقتصادية واهمال العوامل التي تكون قيم جذورها الكامنة اقل من واحد صحيح .

- نسبة التباين لكل عامل ويمكن حسابها وفق المعادلة التالية :

$$\text{نسبة التباين} = (\text{مجموع الجذور الكامنة} / \text{عدد المتغيرات}) * 100$$

وكانت اعلى نسب للتباين بلغت (23.940%) حصل عليها العامل الاول و (13.503%) حصل عليها العامل الثاني واخيرا

(12.130%) حصل عليها العامل الثالث .

- نسبة التباين التراكمي وهي نسبة تباين المتجمع المساعد والتي تقدر التباين الكلي والبالغ (49.573%) .

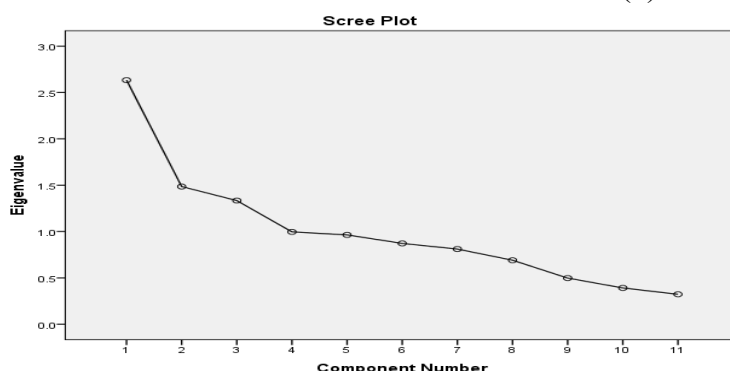
اما العمود الثالث فانه يمثل مجموع المربعات بعد تدوير الجذور Rotation Sums Squared وهي نفس الحقول في

العمود الثاني ولكن يمكننا استخلاص النتائج بعد تدوير العوامل وتوزيعها بطريقة متكافئة لشرح تلك العوامل المستخلصة وقد

حصلت على (49.573%) من التباين الحاصا بين العوامل .ومن خلال قيم الجذور الكاملة المقابلة للعوامل المؤثرة في مفهوم

الشمول المالي وعلاقتها بالبرامج التلفزيونية الاقتصادية اذ تبدا بالظهور مع العامل الاول وتتناشى بعد العامل الثالث لان قيمها اقل

من واحد صحيح وكما مبين في الشكل (2) .



شكل (2) قيم الجذور الكاملة لعوامل مفهوم الشمول المالي وعلاقته بالبرامج التلفزيونية الاقتصادية

بعد تدوير مصفوفة العوامل التي تم استخلاصها من النتائج يظهر لنا تشبع لكل متغير علا اي عامل , اي قمية معامل الارتباط

البسيط بين العوامل والمتغيرات الخاصة بالدراسة وكما مبين في الجدول (5) .

جدول (5) مصفوفة العوامل الخاصة بمفهوم الشمول المالي وعلاقتها بالبرامج التلفزيونية الاقتصادية

	Component		
	1	2	3
VAR00011	.742		.164
VAR00003	.735	.290	-.263
VAR00007	.642		
VAR00009	.499		.456
VAR00006	.443	.427	.263
VAR00005		.737	-.212
VAR00001		.647	.369
VAR00002		.518	
VAR00004	.155	.400	
VAR00010	.249	-.111	.763
VAR00008	-.216	.307	.668

- ومن خلال الجدول (5) يتضح لنا النتائج التي حصلنا عليها من التحليل وكذلك العلاقات الارتباطية بعد التدوير بان:
- المرتبة الاولى حصل عليها العمل الاول (الشمول المالي يساهم في النمو الاقتصادي والاستقرار) بقيمة بلغت (23.940%) من التباين الكلي والذي يضم بعض المتغيرات التي ارتبطت معه لتفسير ذلك العامل وهي المتغير VAR11 بتشبع مقدارة (0.742) والمتغير VAR3 بتشبع مقدارة (0.735) والمتغير VAR7 بتشبع مقدارة (0.642) والذي يدل عللا ان (الشمول المالي يساهم في النمو الاقتصادي والاستقرار من خلال توسيع شبكات الفروع المصرفية وتقديم منتجات مالية أرخص تراعي مصلحة المشاهدين للبرامج التلفزيونية الاقتصادية التي تزودهم بالمعلومات المالية وتعدد الخدمات والمنتجات المالية) بقيمة بلغت
 - المرتبة الثانية حصل عليها العامل الثاني (تطوير المؤسسات المالية والمصرفية وتعدد الخدمات والمنتجات المالية) بقيمة بلغت (13.503%) من التباين الكلي والذي يضم بعض المتغيرات التي ارتبطت معه لتفسير ذلك العامل وهي المتغير VAR5 بتشبع مقدارة (0.737) والمتغير VAR1 بتشبع مقدارة (0.647) وهذا يدل على ان (رفع المستوى المعاشي للشرائح الهشة اقتصاديا والاستقرار والنمو الاقتصادي لا يتحقق الا بتطوير المؤسسات المالية وتعدد منتجاتها المالية).
 - المرتبة الثالثة حصل عليها العامل الثالث (الشمول المالي يساهم في تقديم منتجات مالي أرخص) بقيمة بلغت (12.130%) من التباين الكلي والذي يضم بعض المتغيرا التي ارتبطت معه لتفسير ذلك العامل وهي المتغير VAR10 بتشبع مقدارة (0.763) والمتغير VAR8 بتشبع مقدارة (0.668) وهذا يدل على ان (الشمول المالي يقدم منتجات مالية أرخص تراعي مصلحة مشاهدي البرامج التلفزيونية الاقتصادية التي تعمل بدورها بزيادة الوعي المالي والتثقيف على استخدام أدوات الدفع الالكتروني ATM).

5. الاستنتاجات

1. استخدام الاسلوب الاحصائي (التحليل العاملي) يعطي للباحث الاعلامي فرصة للتحليل وايجاد علاقات ارتباطية بين متغيرات الدراسة او البحث بهدف الوصول الى احكام علمية صحيحة .
2. تقليل او انعدام فرضية تحيز الباحث الاعلامي لاحدى العوامل او المتغيرا الخاصة بالدراسة او البحث .
3. عدد الادوار والمهام والوظائف لوسائل الاعلام الجديد تجعل عملية دراستها بحاجة الى اسلوب احصائي مثل التحليل العاملي يلبي طموحات الباحث الاعلامي في الوصول الى نتائج واحكام منطقية واقعية وصحيحة تعالج مشكلة البحث او الظاهرة الاعلامية.
4. دلت نتائج البحث ان التعرض للبرامج التلفزيونية الاقتصادية تساهم وبشكلا كبير في الترويج لمفهوم الشمول المالي
5. اظهرت نتائج البحث ان مفهوم الشمول المالي يساهم في تحقيق النمو الاقتصادي والاستقرار عبر توسيع شبكات الفروع المصرفية والكثافة المصرفية التي تؤدي الى تقديم منتجات مالية ارخص .

6. المصادر

- [1] احمد ابو فايد , (2016)، "التحليل العاملي : مفهوم , اهدافه , شروطه , انواعه , خطواته , مثال تطبيقي لكيفية استخراج التحليل العاملي بنظام SPSS"، جامعة الأزهر , غزة ,
- [2] النعيمي، محمد عبد العال , (2020)، "طرق الاحصاء المتقدم متعدد المتغيرات في البحث العلمي" , دار وائل للنشر والتوزيع, عمان.
- [3] حجاج غانم , (2013)، "التحليل العاملي نظرياً وعلمياً في العلوم الانسانية التربوية" , دار المناهل.
- [4] محمد بن غني , (2011)، "استخدام التحليل العاملي للمتغيرات" , رسالة ماجستير غير منشورة جامعة العقيد الحاج خضر كلية العلوم الاحصائية , الجزائر.
- [5] محمد بوزيان تغيرة , (2012)، "التحليل العاملي الاستكشاف والتوكيدي مفاهمها ومناهجها بتوظيف حزمة ال SPSS وليزرل LISREL" , دار المسيرة للطباعة والنشر.
- [6] محمد نصر الدين رضوان، (2018)، "التحليل العاملي الاستكشافي والتوكيدي في الدراسات النفسية" , دار الفكر العربي.

-
- [7] Al Essa, M. R. K. (2020). The Role of the Economic TV Programs (Shows) in Promoting Financial Inclusion. *Utopía y praxis latinoamericana: revista internacional de filosofía iberoamericana y teoría social*, (1), 50-64.
- [8] Costell,A.B,Osborne,J.(2005).Best Practices in Exptoratory Factor Analysis :four recommendations for getting the most from your analysis ,Practical Assessment Research and Evaluation .
- [9] CGAP and Arab Monetary Fund (2017),’’Financial Inclusion Measurement in the Arab Word ‘’, working paper,January ,2019.



**Journal of Administration
& Economics**

**Mustansiriya
University**

**College of
Administration &
Economics**

P-ISSN: 1813 - 6729

E- ISSN: 2707-1359

Factor Analysis and its Use in Media Research

Mohammed Rashak Kadhim Al-Essa

Dep. of Statistics, College of Administration & Economics, Mustansiriya University, Baghdad, Iraq.

Email: [first author's email](#), ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-6594-6866>

YASIR KHUDHAIR ABBAS

Dep. of Business Management, College of Administration & Economics, Mustansiriya University, Baghdad, Iraq.

Email: yaserkh2014@gmail.com, ORCID ID: <https://orcid.org/>

Article Information

Article History:

Received: 1 / 2 / 2024

Accepted : 10 / 6 / 2024

Available Online: 25/7/2024

Page no : 25 – 35

Keywords:

Factor Analsis , Use
Economic T.V.(Show) ,
Financial Inclusion , Media
Research ,

Abstract

Many media researchers consider the study of human behaviour to be the main problem of social psychology. Human behaviour is essential in our lives and plays a major role in directing the individual's social behaviour in society and the environment. Because the interaction of several factors determines behaviour, essential factors include psychological, social, and cultural factors, meaning that an individual's behaviour is affected by their personal characteristics and traits, in addition to evidence, the social and cultural environment in which the individual lives. Since media activities, in one aspect, are part of social behaviour. Studying this individual social behaviour represents great importance for media research and studies because it represents a means of expressing perceptions of social and cultural influences, even though the field of media and information technology and the emergence of new means of communication are different from those means, traditionalism and the diversity of roles and tasks in the media made it necessary to search for methodological and scientific tools that are compatible with these changes. Instead, they have become, There is an urgent need for researchers in the media field to achieve a high level of analysis, form fundamental hypotheses, and make judgments. Measuring the behaviour of the audience or those in charge of the communication process is possible in media studies and research after the emergence of factor analysis (Sieberman). It has become one of the most common multivariate statistical methods in research, media studies, and the humanities. In general, this statistical method assists media researchers in studying various variables to attribute them to the most critical factors affecting them. It is known that any media phenomenon usually results from several factors, so it is considered the final result. This is why our research explored factor analysis in media research and studies to obtain significant analysis reasons—reaching results compatible with the apparent constituent factors or media problem to be researched or studied and issuing scientific judgments and solutions. And the process of that phenomenon or problem. To achieve this, we identified the mechanisms and steps we followed in studying economic television programs and their role in promoting financial inclusion using the factor analysis method

Correspondence:

Researcher name:

YASIR KHUDHAIR ABBAS

Email:

yaserkh2014@gmail.com