

# The Role of Media in exposing Issues Of Poverty in Iraqi Society (A Field Study)

Lecturer: Rabab Kareem Getan

University of Diyala – College of Fine Arts

## دور وسائل الإعلام في الكشف عن قضايا الفقر في المجتمع العراقي (دراسة ميدانية)

م. رباب كريم كيطان

جامعة ديالى - كلية الفنون الجميلة

### Abstract

All the media means present a large part of information that help us to understand the society and other societies, and also affect the way we build our information for things we never see directly. Among these issues are social issues specially at the Iraqi society such as poverty issues and its sides. The problem has determined by asking a main question, what is the role of media to reveal the poverty issues at the Iraqi society?. The research has divided into three sections; the first sections discusses the methodology framework of the study. The second section highlights on the theoretical framework. The third sections to present the field results. The research includes general results and conclusions, the main important conclusions are:

- 1-The results has showed that the main reason of following for media that discuss poverty issues is to rich their information about the Iraqi society and its issues. The researcher see in that, that the Iraqi individual is afraid of what things are going to.
- 2-The channels satellite have become in the top in collecting poverty information, because they trust in media information. The researcher sees that very logic as a result for using attractive means by and don't need for sound and visual effects.
- 3-The families in need mad the first status between the subjects followed by the research samples.

4-The research results have exposed that most of the research samples contributed and succeeded to reveal the poverty issues.

ملخص الدراسة:

إن وسائل الإعلام بكافة وسائطها تقدم قسماً كبيراً من المعلومات التي تساعدنا في عملية فهم المجتمع او المجتمعات من حولنا ، وهي كذلك تؤثر في الطريقة التي نبنى بها معلوماتنا عن أمور ليس لدينا سبل كافية لاطلاع عليها بشكل مباشر ، ومن بين هذه الأمور قضايا مجتمعية مهمة خصوصاً في المجتمع العراقي ومنها قضايا الفقر بكافة جوانبها، لذا تحددت مشكلة البحث بتساؤل رئيس وهو ( ما دور الإعلام في الكشف عن قضايا الفقر في المجتمع العراقي). وقد قسم البحث على ثلاثة مباحث ، تناول الاول منها الإطار المنهجي للدراسة ، وخصص المبحث الثاني للإطار النظري، و جاء المبحث الثالث لعرض نتائج الدراسة الميدانية ، كما تضمن البحث النتائج العامة والاستنتاجات التي توصل اليها البحث ومن أهمها:

- 1- بينت النتائج ان السبب الرئيس لمتابعة أغلب نماذج البحث لوسائل الإعلام التي تتناول قضايا الفقر ، هو لأثرها معلوماتهم حول المجتمع العراقي وقضاياها . وترى الباحثة في هذه النتيجة خشية الفرد العراقي مما سوف تأول اليه الامر لذلك هو دائماً في ترقب للأحداث .
- 2- تصدرت القنوات الفضائية الوسيلة الأكثر تفضيل لاستقاء المعلومات عن الفقر ، وإن سبب تفضيلهم لها لأنهم يتقون بمعلوماتها . وترى الباحثة في ذلك نتيجة منطقية لما للفضائيات من أساليب جذب ، فضلاً عن أن متابعتها لا تحتاج لمهارات لتأثير الصوت والصورة .
- 3- أحرزت موضوعات الأسر المحتاجة المرتبة الاولى من بين الموضوعات التي يتابعها نماذج البحث .
- 4- كشفت النتائج ان اغلب نماذج البحث يرون أن وسائل الإعلام ساهمت ونجحت في الكشف عن قضايا الفقر.

الكلمات الرئيسية: الإعلام ، قضايا الفقر / Media , Poverty

المقدمة :  
الإعلام سلطة رابعة قادرة على المساهمة في تسليط الضوء على مسألة الفقر والقضايا المتعلقة به ، فان لها من القدرة على تشكيل وتوجيه الرأي العام وصياغة أجندة الاهتمامات للجماهير ودورها المؤثر في صياغة القرارات التي تتعلق بقضايا المجتمع بصفة عامة. لذا وانطلاقاً مما سبق وجدت الباحثة ظاهرة دراسية ملائمة يمكن من خلالها الوقوف على الدور الذي قدمت به وسائل الإعلام العراقية المختلفة ، في التعامل مع مسألة الفقر والقضايا المتعلقة به. وقد قامت الباحثة بتقسيم البحث الى ثلاثة مباحث ، تناول الاول منها الاطار المنهجي للدراسة ، في حين خصص المبحث الثاني للاطار النظري ، و جاء المبحث الثالث لعرض نتائج الدراسة الميدانية ، كما تضمن البحث النتائج العامة والاستنتاجات التي توصلت اليها الباحثة.

المبحث الأول- ( الاطار المنهجي)

أولاً: مشكلة البحث :

لا يمكن تعريف أدوار الإعلام بوسائله المختلفة دون تحديد لمسئولته الاجتماعية والثقافية تجاه الفرد والمجتمع خاصة في مجتمعات الدول النامية والعربية ، فالإعلام والاتصال الجماهيري يؤدي وظائفه بطريقة فعالة عن طريق المشاركة والتفاعل حول القضايا المحورية المختلفة في المجتمع، والتأثير الاجتماعي وتأكيد القيم والمفاهيم المختلفة وترسيخها. وتُعد وسائل الإعلام من ضرورات الحياة في المجتمع الحديث ، اذ اصبح تعامل الانسان معها تعامل يومي ، فهو يتأثر بما تعرضه او تكتبه او تبثه. فوسائل الإعلام بكافة وسائطها تقدم قسماً كبيراً من المعلومات التي تساعدنا في عملية فهم المجتمع او المجتمعات من حولنا، وهي كذلك تؤثر في الطريقة التي نبنى بها معلوماتنا عن أمور ليس لدينا سبل كافية لاطلاع عليها بشكل مباشر ، ومن بين هذه الأمور قضايا مجتمعية مهمة خصوصاً في المجتمع العراقي ومنها قضايا الفقر بكافة جوانبها. إذ يُعد الفقر ظاهرة مركبة تنشأ بسبب عوامل متعددة اقتصادية واجتماعية وثقافية وسياسية ، وبالقدر الذي تعتبر فيه وسائل

ان البحوث والدراسات الإعلامية ، وغيرها من الدراسات تسعى للوصول الى نتائج علمية من اجل الاسهام في تعزيز مسيرة البحث العلمي لاسيما في مجال الاتصال الجماهيري، ويهدف البحث الحالي الى:

- 1-الكشف عن الوسيلة الإعلامية التي يفضل الجمهور في استقاء المعلومات حول قضايا الفقر منها.
- 2- معرفة موضوعات الفقر التي يتابعها الجمهور من خلال وسائل الإعلام .
- 3- التحري عن تقييم الجمهور لمدى نجاح وسائل الإعلام في الكشف عن قضايا الفقر .
- 4- معرفة أساليب معالجة وسائل الإعلام لقضايا الفقر التي يفضلها الجمهور .
- 5- الكشف عن مدى مساهمة وسائل الإعلام في معالجة قضايا الفقر و إيجاد الحلول لها.

رابعاً : نوع البحث ومنهجه :

يُعد هذا البحث من البحوث الوصفية المعنية بدراسة الظواهر المرتبطة بمشكلة البحث حيث تم استخدام المنهج الوصفي (المسحي) للتعرف على الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام في الكشف عن قضايا الفقر.

خامساً: مجتمع البحث وعينته:

#### أ . مجتمع البحث :

يتمثل مجتمع البحث بالجمهور المتابع لقضايا الفقر في وسائل الإعلام ، ونظراً لاتساع مجتمع البحث ، فقد لجأت الباحثة لتطبيق البحث على جمهور مركز مدينة بعقوبة، ولصعوبة حصر هذا المجتمع حصراً شاملاً ، فقد قامت الباحثة بتطبيق نظام العينات ، وجاء اختيار مركز بعقوبة لتطبيق البحث عليه لعدد من الأسباب التالية :

- 1- نتيجة ما شهدته المحافظة من أوضاع امنية غير مستقرة اثرت على الأوضاع الاقتصادية لمجتمع المدينة.
- 2- حالات النزوح والتهجير التي شهدتها المحافظة بعد احداث مدينة الموصل.

#### ب . عينة البحث :

ينطلق البحث الحالي من مشكلة مفادها ان هناك قضايا اجتماعية مهمة موجودة ومتسعة على نطاق واسع من المجتمع العراقي الا وهي قضايا الفقر بكافة جوانبها، وهي بالتأكيد لها من التأثير الواضح على مفاصل الحياة الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والسياسية ، الامر الذي يؤدي الى وجود دور مهم لوسائل الإعلام في الكشف عن هذه الظاهرة. لذا تحددت مشكلة البحث بتساؤل رئيس وهو: ( ما دور الإعلام في الكشف عن قضايا الفقر في المجتمع العراقي ) ، و انبثق عن هذا التساؤل عدد من التساؤلات الفرعية وهي:

- 1- ما الوسيلة التي يفضل الجمهور في استقاء المعلومات حول موضوعات الفقر منها .
- 2- ما موضوعات الفقر المعروضة في وسائل الإعلام الأكثر متابعة من قبل الجمهور .
- 3- ما تقييم الجمهور لنجاح وسائل الإعلام في الكشف عن قضايا الفقر.
- 4- أي من أساليب معالجة وسائل الإعلام لقضايا الفقر يفضلها الجمهور .
- 5- الى أي مدى ساهمت معالجة وسائل الإعلام لقضايا الفقر في إيجاد الحلول لها.

ثانياً: أهمية البحث :

تشهد المنطقة العربية اليوم مرحلة استثنائية تكتنفها تحديات جسام على كافة الأصعدة ، فقد اسفرت الصراعات المسلحة عن كلفة إنسانية ضخمة ، وحالات لجوء ونزوح بأعداد غير مسبوقه داخل المنطقة وخارجها ، الامر الذي ساهم في ظهور العديد من القضايا المجتمعية السلبية ، ومنها تدني مستويات المعيشة ونوعية حياة المواطنين وغيرها من الظواهر المجتمعية. ونظراً لما تمثله وسائل الإعلام في الكشف عن القضايا المجتمعية وايصال صوت الجمهور الى الحكومة ، لذا تأتي أهمية هذا البحث للتعرف على الدور الذي تلعبه تلك الوسائل في الكشف عن قضايا الفقر كما تتجسد أهمية هذا البحث في الاتي:-

1. أهمية اكااديمية تتمثل في المعرفة التي سيضيفها هذا البحث الى المكتبات العلمية .
  2. أهمية مهنية تتجسد في المؤشرات التي يخرج بها البحث وإمكانية استثمارها من قبل المعنين في معالجة قضايا الفقر.
- ثالثاً: اهداف الدراسة :

- 1- **العينة القصدية** : طبقت الباحثة هذا العينة بهدف اجراء البحث على الذين يتابعون قضايا الفقر في وسائل الإعلام .
- 2- **الوسط الحسابي** : استخدم لاستخراج الوسط الحسابي لكل فقرة من فقرات المقياس
- 3- **معامل ألفا - كرونباخ للاتساق الداخلي**: استخدم في التعرف على نسبة الثبات.
- تاسعاً: الدراسات السابقة :
- قامت الباحثة بمراجعة للأدبيات والمراجع العلمية التي لها علاقة بموضوع الدراسة ، وتتبع ما هو موجود من الدراسات السابقة في المكتبات العلمية ، وقد وجدت الباحثة عدد من الدراسات الإعلامية العراقية والعربية ، ودراسات أخرى اجتماعية واقتصادية تناولت قضايا الفقر من جوانب مختلفة ، لكن الباحثة لم تجد أي دراسة عراقية إعلامية متخصصة لها مقارنة بحثية لموضوع الدراسة الحالية لا من حيث المنهجية ولا من حيث الإجراءات وفيما يلي الدراسات السابقة التي حصلت عليها الباحثة :
- فيما يخص الدراسات المحلية لم تجد الباحثة دراسة إعلامية تتعلق بدور وسائل الإعلام في الكشف عن قضايا الفقر ، ولكنها وجدت دراسة اجتماعية تطرقت الى موضوع الفقر في العراق وهي :
- **دراسة : محمد المهاجر (1997) : بعنوان " الفقر في العراق قبل وبعد حرب الخليج "** ، هدفت هذه الدراسة الى التعرف على أوضاع الفقراء وخصائصهم ، فضلاً عن التعرف على أسباب وزيادة الفقر في المجتمع قبل غزو العراق وبعده ، وقد استخدم الباحث في الدراسة المنهج التاريخي المقارن ، كما استخدم كلا من الاستبانة والسجلات كأداتين للدراسة ، اما اهم الاستنتاجات التي خرج بها الباحث من الدراسة فهي :
- 1- اكدت الدراسة ان الفقر ازداد وبمعدلات مرتفعة عام (1993) في الريف والحضر.
- 2- اكدت الدراسة ان هذه الزيادة استمرت بالارتفاع اذ اصبح الفقراء يشكلون ( 83.5 % ) من نسبة سكان الريف في العراق.
- 3- توصلت الدراسة الى ان اهم أسباب الفقر في العراق هي تدهور التطور الاقتصادي خاصة في مجال استخراج النفط وتصديره.
- فيما يخص عينة البحث وبعد اجراء عدد من المقابلات من قبل الباحثة مع عدد من المختصين والاطلاع على البحوث الإعلامية التي تتعلق بالقضايا الاجتماعية ، وكيفية اختيار العينة ، اعتمدت الباحثة على اختيار العينة على وفق طريقتين وهما :
- 2- **العينة العرضية ( عينة الصدفة)**: حيث اجرت الباحثة توزيع الاستبيان على الجمهور الذي تنطبق عليه الظاهرة البحثية عن طريق الصدفة .
- سادساً: أدوات جمع البيانات :
- يعتمد الباحث في اختيار أدوات بحثه بحسب اهداف البحوث والمنهج المستخدم ، وبالنظر لطبيعة اهداف هذا البحث ومنهجه فقد وجدت الباحثة ان افضل أداة لتحقيقها هي استمارة الاستبيان . عليه قامت الباحثة بتصميم استمارة استبيان ضمت مجموعة من التساؤلات ، كذلك قامت الباحثة ، بأعداد مقياس يضم مجموعة من العبارات التي تقيس دور وسائل الإعلام في الكشف عن قضايا الفقر في المجتمع العراقي.
- سابعاً: الصدق والثبات :
- 1- **الصدق**: اعتمدت الباحثة على اختبار صدق الاستبانة على الصدق الظاهري او ما يسمى صدق المحكمين ، اذ قامت الباحثة بعرض فقرات الاستبانة على مجموعة من الخبراء المحكمين المتخصصين في مجال التخصص<sup>(1)</sup> للتعرف على مدى صدق ودقة الاستمارة وصلاحياتها للتطبيق على البحث الحالي. وقد اجرت الباحثة بعض التعديلات على الاداتين، و بناء على آراء المحكمين وموافقهم على الفقرات ، وكانت نسبة اتفاق الخبراء على فقرات الاداتين (84%) وهي نسبة جيدة ومقبولة في البحوث العلمية وتعتبر عن الصدق .
- 2- **الثبات** : تم حساب ثبات أداة البحث من قبل الباحثة بطريقة معامل ألفا - كرونباخ للاتساق الداخلي، وتعتمد هذه الطريقة على اتساق أداء الفرد من فقرة الى أخرى ، ولاستخراج الثبات وفق هذه الطريقة ، تم استخدام جميع استمارات البحث البالغ عددها (75) استمارة، ثم استخدمت معادلة (ألفا) عليها ، وقد بلغ معامل الثبات ( 0.82% ) وهو معامل ثبات يشير الى التجانس والاتساق الداخلي .
- ثامناً : الاساليب الاحصائية المستخدمة في البحث :
- 1- **التكرارات البسيطة والنسبة المئوية** : استخدمت لاستخراج التكرارات والنسب المئوية للنتائج.

(1) راجع ملاحق البحث.

النظري لهذه الدراسات خصوصاً فيما يتعلق بمتغيرات البحث وتكوين رؤية من قبل الباحثة عن الاجراءات المنهجية ، فضلاً عن مساعدة الباحثة في اعداد استمارة الاستبيان والمقياس. احدى عشر : التعريفات الإجرائية لمتغيرات البحث :

**1- قضايا الفقر :** هي الحالات التي تنطرق الى الحرمان المادي وتتعاكس سماتها بانخفاض الاحتياجات الاساسية للإنسان ومنها حالات العوز الشديد والبطالة والإسكان والمعاناة من نقص الخدمات الأساسية كالصحة والتعليم والحرمان من ابسط الحقوق الإنسانية .

**2- الدور :** الوظيفة التي تؤديها وسائل الإعلام في الكشف عن قضايا الفقر في المجتمع .

المبحث الثاني- ( الاطار النظري )

ولاً : مفهوم الفقر:

يختلف مفهوم الفقر ( POVERTY ) باختلاف البلدان والثقافات والازمنة ولا يوجد اتفاق دولي حول تعريف الفقر نظراً لتداخل العوامل الاقتصادية والاجتماعية والسياسية التي تشكل ذلك التعريف وتؤثر عليه ، الا انه هناك اتفاق بوجود ارتباط بين الفقر واشباع الحاجات الأساسية المادية او غير المادية ، وقد ورد تعريفه في قاموس علم الاجتماع على أنه مستوى معيشي منخفض بالاحتياجات الصحية والمعنوية المتصلة بالاحترام الذاتي للفرد أو مجموعة من الأفراد (محمد، 1997: ص 342). كما عرف الفقر بأنه حالة من الحرمان المادي تنعكس سماته بانخفاض الاحتياجات الأساسية من الغذاء وما يرتبط من تدني الحالة الصحية والتعليمية وتدني المتطلبات السكنية عن مستواها الملائم ( النجفي، 1999:ص12). والفقر عند (ثاونسند) هو: الافراد والعائلات والمجموعات من السكان ، التي يمكن ان يطلق عليها فقيرة عندما تعاني من نقص الموارد للحصول على أنواع التغذية والمشاركة في الأنشطة ، والحصول على الظروف الملائمة من الحياة والاحتياجات الأساسية اللازمة للاستهلاك الافراد والمجتمعات التي ترتبط بها معيشتهم . (الضبع، 2009:ص155). وينظر إلى مصطلح الفقر ، نظرة نسبية بفعل ارتباطه بمستوى المعيشة العام في المجتمع وبتوزيع الثروة ونسق المكانة والتوقعات الاجتماعية، بينما يعرف خط الفقر ، على أنه الحالة التي يكون الفرد فيها عاجزاً عن الوفاء بتوفير متطلبات الغذاء والملبس والمأوى الضروري لنفسه. (محمد، 1997: ص 342). وبهذا فإن مفهوم الفقر يشير إلى غياب أو عدم ملكية الأصول أو حيازة الموارد أو

4- اشارت الدراسة الى ان هناك اسباباً أخرى للفقر تعود للتضخم والتفاوت في توزيع الدخل والنمو السكاني.

اما الدراسات العربية في تخصصات الإعلام والتي تطرقت الى دور الإعلام وعلاقته بقضايا الفقر ، وجدت الباحثة الدراسات الآتية :

- **دراسة حنفي حيدر امين ( 2009 ) :** بعنوان " دور الصحافة المصرية في معالجة قضايا الفقر والفقراء في صعيد مصر " ، وقد هدفت الدراسة الى رصد وتحليل دور الصحافة المصرية في معالجة قضايا الفقراء في صعيد مصر ، والتعرف على اتجاهات الصحف في معالجتها لقضايا الفقراء في صعيد مصر وسمات واهداف تلك المعالجة ، والكشف عن اهم القضايا التي تحظى باهتمام اكبر من جانب الصحف المصرية ، وتوصلت الدراسة الى عدة نتائج اهمها ضعف المضمون الصحفي المنشور عن قضايا الفقر والفقراء في صعيد مصر في الصحف المصرية .

- **دراسة علي منعم القضاة ( 2013 ) :** بعنوان " معالجة الصحافة البحرينية اليومية لقضايا الفقر - دراسة تحليلية " ، هدفت هذه الدراسة الى محاولة التعرف على المدى الذي غطت به الصحافة البحرينية اليومية ( صحيفة الأيام أنموذجاً) مسألة الفقر والقضايا المتعلقة به ، وهل تبدي الصحافة اليومية اهتماماً كافياً بمشكلات الفقر ، والغلاء ، وارتفاع الأسعار ، او تخصص زاوية او حيزاً للكتابة عن الفقراء ومشكلاتهم واحتياجاتهم ، وكذلك رصد اهم القضايا التي تناولتها الصحافة اليومية ، من خلال تحليل مضمون صحيفة الأيام لمسألة الفقرة في فترة الدراسة .وقد اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي باستخدام أسلوب تحليل المضمون ، وتوصلت الدراسة الى عدد من النتائج منها ان التغطية الصحفية التي تتحدث عن التوظيف والبطالة احتلت المرتبة الأولى لاهتمام الأيام ، وان الصحافة البحرينية أبدت اهتماماً كبيراً بمسألة الفقر واعطتها أولوية.

- **أوجه الشبه والاختلاف بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة :** اختلفت الدراسات السابقة مع الدراسة الحالية في طرحها للإشكاليات البحثية التي تطرقت اليها ، اذ لم تبحث جل الدراسات في دور وسائل الإعلام في الكشف عن قضايا الفقر خصوصاً في المجتمع العراقي . وقد تشابهت بعض من الدراسات السابقة التي طرحت من قبل الباحثة مع الدراسة الحالية في المنهج المستخدم وبعض ادوات جمع البيانات والطرق الإحصائية لاستخراج البيانات. اما عن درجة افادة الباحثة من الاطلاع على الدراسات السابقة ، فقد تجسدت في التعرف على الاطار

وتحليل الفقر وتحديد العوامل المساهمة في انتشاره وبينما ترى فئة أخرى من العلماء ضرورة التركيز على المفهوم النسبي للفقراء في إطار السياسات الاقتصادية للدولة.

#### ويتم تصنيف كيفية قياس الفقر إلى اتجاهين:

- **اتجاه الرفاهية:** الذي يعتمد فيه على معايير مالية في قياس درجة أو مستوى الرفاهية مثل: الدخل، الإنفاق الاستهلاكي، وهو الاتجاه السائد في أدبيات الفقر، وهذا النوع من الاتجاهات يتعرض له بعض الشرائح وخاصة في المجتمعات الغربية التي تعيش فيما يسمى بالبلدان المتطورة والتي يتمتع افرادها بالمنجزات الحضارية الحديثة كالأجهزة المتطورة والحديثة وبعض وسائل الترفيه المتنوعة التي تفتقر إليها بعض الشرائح وذلك اطلق عليه اسم فقر الرفاهية. ( حمزة ، 2002 ، ص 24 ).

- **اتجاه غير الرفاهية:** يركز هذا الاتجاه على دراسة المؤشرات الاجتماعية للرفاهية مثل: التغذية والصحة والتعليم، مركزا بذلك على محاور أساسية تعني مثلا: بسوء التغذية، غياب الرعاية الصحية، أو الأمية وهذا باعتبارها نتائج مباشرة للفقر. وعلى الرغم من بقاء الدخل الفردي المؤشر الأكثر انتشارا لقياس الفقر إلا أنه تزايدت أهمية مؤشرات الرفاهية الاجتماعية كالصحة والتعليم، حيث لوحظ تنامي هذا الاتجاه في دول العالم النامي منذ منتصف السبعينات، أي ارتفاع الدخل الفردي في بعض الدول دون حدوث تقدم في بعض مجالات الرفاهية الاجتماعية، مما يعني عدم وجود تلازم بين زيادة الدخل الفرد وتحقيق زيادة في مجالات الرفاهية الاجتماعية. (باتر، 2003 : ص 89). ومن هذا كله نجد أن الفقر ظاهرة اجتماعية متعددة الأبعاد حيث نميز بين نوعين من الفقر:

- **فقر الدخل:** الذي يشير إلى عدم كفاية الموارد لضمان وتأمين الحد الأدنى لمستوى المعيشة المناسب اجتماعيا.

- **فقر القدرة:** الذي يشير إلى تدني مستوى قدرات الإنسان إلى حد يمنعه من المشاركة في عملية التنمية. ان المفهوم المبسط للفقر يعتبر الفرد او الاسرة التي تعيش ضمن اطار الفقر اذا كان الداخل المتأتي له غير كاف للحصول على ادنى مستوى من الضروريات للمحافظة على نشاطات حياته وحيويتها(الرفاعي ، 2007 : ص 470 ). وفيما يتعلق بأسباب الفقر في المجتمعات العربية ومنها المجتمع العراقي ، فان هناك العديد من الدراسات التي تطرقت الى أسباب الفقر وانواعه ومن ضمنها

الثروة المتاحة المادية منها وغير المادية، ففي حالة عدم القدرة على إشباع الحاجات البيولوجية كالأكل والملبس والسكن بصورة كلية يدرج هذا ضمن الفقر المطلق، بينما إذا كان النقص في مستوى إشباع الحاجات الأساسية وتدني مستوى المعيشة ونوعية الحياة وخصائص وقدرات الأفراد والجماعات داخل المجتمع ضمن ما يسمى بالفقر النسبي. فضلا عن هذا فان الفقر ظاهرة متعددة الأبعاد تبرز في المجتمعات على مستويات مختلفة وفي صور أشكال متباينة تعكس وضعية البناء الاجتماعي (المجتمع)، وهناك ثلاث معاني للفقر متميزة (2) وهي:

**المعنى الأول: الفقر الاجتماعي:** وهو يتجاوز عدم المساواة الاقتصادية الناتجة عن نقص الدخل والممتلكات وانخفاض مستوى المعيشة ليشمل بشكل أوسع عدم المساواة الاجتماعية والدونية والانتكالية والشعور بالنقص والاستغلال.

**المعنى الثاني: العوز والحاجة:** ويشير إلى فئة من الأفراد غير القادرين على تأكيد وجودهم على المستوى التقليدي العادي الذي يعتبر أدنى مستوى دون أي مساعدات خارجية، كما يحدد نموذجا للعلاقات الاجتماعية التي تشير إلى من هم المحتاجين والمعوزين الذي يطلبون المساعدة.

**المعنى الثالث: الفقر الأخلاقي:** يحدد مكانه في نسق القيم في المجتمع أو في أحد جماعته الفرعية (كالأسرة، جماعة الرفاق) ، ويدل هذا المعنى إلى رفض أو قبول الفقر أخلاقيا وإلى المكانة التي يشغلها الفقير وتعيقه عن التمتع ، والجدير بالإشارة هنا ، أن الفقر لا ينحصر معناه فقط كما تحدده الرؤية الاقتصادية في عجز الإنسان عن تلبية حاجاته البيولوجية الأساسية ، وإنما يعني أيضا عجز البناء الاجتماعي عن توفير مستلزمات الإنسان المادية والمعنوية وتأثير ذلك على عمليات الاندماج والعلاقات الاجتماعية وتكوين شخصية الفرد في المجتمع وتشكيل قيمته وثقافته فضلا عن تحديد مكانته ودوره السياسي والاجتماعي والاقتصادي. ويعتمد تحليل وفهم الفقر كظاهرة اجتماعية على تحليل كيفية لظاهرتين أساسيتين أولهما عملية التفاوت في توزيع الدخل وإعادة توزيعه على الفئات الاجتماعية وثانيهما قضية التفاوت الطبقي والتميز المعيشي، وتشير الظاهرة الأولى إلى تباين واضح بين العلماء في رؤية

(راجع: محمد سليمان الضبعان، "ظاهرة الفقر"، موقع<sup>2</sup>

المخاطر التي يتعرض لها المجتمع ، واشكال الفساد الإداري والاجتماعي للقيام برده ومحاسبة المسؤولين عنه ، فضلا عن اطلاع المجتمع على مجريات الاحداث الداخلية والخارجية ( أبو عرجة ، تيسير، 2013: ص27).

### 3- الدور التعليمي والتربوي :

في هذا الدور نجد ان اقرب إيضاح له هو قول شرام ( Schramm ) حول أهمية الدور التعليمي لوسائل الإعلام ، بكونها تستطيع ان تعاون معاونة كبيرة في جميع أنماط التعليم والتدريب ، فقد اثبتت فاعليتها في ظروف عديدة مختلفة في داخل المدارس وخارجها ، وأثبتت قدرتها على التكفل بقدر كبير من مهمة التعليم ( شرام ، 1970: ص187) .

### 4- الدور الترابطي :

في هذا الدور يتم الترابط بواسطة وسائل الاتصال داخل المجتمع على مستويات واشكال مختلفة ، حيث تتحقق المشاركة بين اطراف المجتمع ويتقاسم الناس الهموم المشتركة ، ويتعرفون من خلال الصحف والوسائل الإعلامية والالكترونية على ما يحدث داخل المجتمع للجماعات والافراد وما يتم طرحه من الآراء والمشكلات التي تتطلب البحث والمناقشة واتخاذ المواقف اتجاهها . ( أبو عرجة، تيسير، 2013: ص27 ) .

### 5- الدور التنموي :

تضطلع وسائل الإعلام عموما والاتصال الجماهيري خصوصا ، بوظيفة هامة تتمثل في قضايا التنمية ، وخاصة في الدول النامية التي تتطلع لمحاربة التخلف والفقر وتحقيق النهوض الاقتصادي والتغيير النوعي.

### 6- دور التنشئة الاجتماعية :

ان التنشئة الاجتماعية تعني عملية اكساب الفرد الخصائص الأساسية للمجتمع الذي يعيش فيه ممثلة في القيم والاتجاهات والأعراف السائدة في مجتمعه ومعايير السلوك الاجتماعي المرغوب في هذا المجتمع ، وهي عملية مستمرة عبر زمن متصل تبدأ من اللحظات الأولى من حياة الفرد الى وفاته ( درويش ، زين العابدين ، 1999: ص 68 ) .

المبحث الثالث ( الاطار الميداني)

المحور الأول : البيانات العامة :

### 1- النوع : من خلال المحاور التي تم اعتمادها في استمارة الاستبيان

ومنها المعلومات العامة عن الباحثين ، أظهرت النتائج التي عكستها طريقة اختيار العينة (القصديّة ، الصدفة ) ، والتي تم فيها توزيع استمارات الاستبيان على ( 75 ) مبحوثاً في مدينة بعقوبة ، اذ

الدراسات التي تقوم بها وزارة التخطيط العراقية<sup>(3)</sup>، فضلا عن الدراسات التي تقوم بها بعض المنظمات والمجتمعات والمؤسسات الحكومية ومنها هيئة النزاهة العراقية كما في دراسة الباحث ( حسن طبرة ) (4) المعنونة – دور الفساد في تعميق مظاهر الفقر والمنشورة في مجلة النزاهة والشفافية للبحوث والدراسات ، العدد السادس ، 2017 ، والتي تطرق فيها الى أسباب الفقر في العراق وعدد عدد من الأسباب ، منها ( انتشار الجهل والامية ، بروز ظاهرة التهجير الطائفي ، نقشي ظاهرة الفساد الإداري والمالي ، عدم المساواة في الرواتب والمعاشات ، تركيز الحكومة على النواحي الأمنية والعسكرية .

ثانيا: دور وسائل الإعلام وقضايا الفقر :

تؤكد العديد من الدراسات على أن وسائل الإعلام المقروء والمسموعة والمرئية ، تلعب دورا مركزيا في تشكيل الوعي لدي الجمهور العام سواء في إطار تزويده بالمعلومات الصحيحة أو في تشكيل اتجاهاته ومواقفه تجاه قضايا وتحديات العصر ، وأبضا في تحديد الأولويات الاقتصادية والاجتماعية والبيئية، و لا شك ان للإعلام أهمية في مختلف المجتمعات حتى اصبح لايمكن ان نتصور ان نعيش بدون وسائل الإعلام ، وفيما يلي نستعرض الباحثة اهم أدوار وسائل الإعلام في المجتمع انطلاقاً من الإمكانيات التي تمتلكها هذه الوسائل :

### 1- دور تكوين الآراء والاتجاهات:

يسعى الإعلام إلى التأثير على اتجاهات الجمهور، لمعرفة مدى قبولهم أو رفضهم أو حيادهم للرسالة التي استقبلوها، وهذه الاستجابة تمثل دليلاً على المواقف التي اتخذها الجمهور في قضية ما. والاتجاهات تخدم أربعة أغراض هي: وظيفة التكييف مع البيئة، وظيفة الدفاع عن النفس، وظيفة التعبير عن القيم، ووظيفة المعرفة. (الكامل، فرج، 1985: ص 98-99). وفي هذا المجال تعمل وسائل الإعلام على تكوين الاتجاهات من خلال اهتمامها بالحوار ونشر الآراء والاستعانة بأصحاب الفكر لأثراء النقاشات ، خاصة بالقضايا التي تمس شرائح كثيرة في المجتمع.

### 2- الدور الرقابي :

يتمثل هذا الدور في وظيفة الرقابة التي تضطلع بها وسائل الإعلام والاتصال بالمسؤولية الملقاة على عاتقها لمساعدة الحكومات على كشف

(3) راجع دراسة استراتيجيّة تخفيف الفقر في العراق (2018-2022) ، اللجنة العليا لاستراتيجية التخفيف من الفقر ، وزارة التخطيط العراقية ، كانون الثاني ، 2018 .

(4) راجع دراسة حسن طبرة : دور الفساد في تعميق مظاهر الفقر في العراق ، مجلة النزاهة والشفافية للبحوث والدراسات ، العدد السادس ، 2017.

مبحثاً هم من فئة التحصيل العلمي (متوسطة) اذ بلغت نسبتهم (20%) من النسبة الكلية للعينة المبحوثة، اما فئة التحصيل (اعدادية) فقد بلغ عددهم (23) مبحثاً وبنسبة (30.66%) ، بينما وجدت الباحثة ومن خلال نتائج الاستمارات ان عدد فئة التحصيل (بكالوريوس) يبلغ (22) مبحثاً ، وبنسبة مقدارها (29.34%) ، وقد بلغ عدد النماذج من فئة الشهادات العليا (8) وبنسبة (10.66%) . انظر الجدول رقم (3) الذي يبين عدد النماذج حسب متغير مستوى التحصيل.

جدول (3) عدد النماذج حسب متغير مستوى التحصيل

النسبة المئوية %	التكرار	مستوى التحصيل
9.34	7	يقرأ ويكتب
20%	15	متوسطة
30.66	23	اعدادية
29.34	22	بكالوريوس
10.66%	8	شهادة عليا
100%	75	المجموع

#### 4- المهنة او العمل :

وفيما يخص فقرة المهنة او العمل ضمن تحصيل البيانات العامة لنماذج الدراسة فقد أظهرت نتائج الاستمارات بان نسبة الموظفين هي (29.34%) وبواقع (22) مبحث ، وان عدد المتقاعدين (9) وبلغت نسبتهم (12%) ، اما عدد الكسبة فهم (8) مبحث وبنسبة (10.66%) ، كما أظهرت نتائج الاستمارات فيما يخص هذه الفقرة ايضاً بان عدد من يمتنون مهنة (فلاح) هم (2) مبحث وبنسبة مقدارها (2.66%) ، بينما بلغ عدد الطلاب (16) وبنسبة مقدارها (21.34%) ، وفئة الاعمال الحرة (6) مبحث وبنسبة مقدارها (8%) ، وتبين ان هناك (3) ضمن فئة عاطل عن العمل وبنسبة (4%) ، و (8) ربة بيت وبنسبة مقدارها (10.66%) . انظر جدول رقم (4).

جدول (4) عدد المبحوثين حسب متغير المهنة او العمل

النسبة المئوية %	التكرار	المهنة او العمل
29.34%	22	موظف
12%	9	متقاعد

بلغ عدد الذكور (44) ومن الاناث (31) ، وبذلك بلغت نسبة الذكور (58.66%) (بينما بلغت نسبة الاناث (41.34%) ، انظر جدول رقم (1) .

جدول (1) يبين عدد المبحوثين حسب متغير النوع

النسبة المئوية %	التكرار	النوع
58.66%	44	ذكر
41.34%	31	انثى
100%	75	المجموع

2- العمر : كشفت عملية توزيع استمارات الاستبيان على نماذج الدراسة ايضاً ، عن واقع توزيع الاستمارات على (11) نموذجاً من الفئة العمرية (18-24) وبنسبة مئوية (14.66%) و (19) نموذجاً من الفئة العمرية (25-34) وبنسبة وصلت الى (25.34%) ، و (18) نموذجاً من الفئة العمرية (35-44) وبنسبة (24%) ، بينما بلغ عدد النماذج (15) من الفئة العمرية (45-54) وبنسبة بلغ مقدارها (20%) ، اما عدد النماذج من الفئة (55-64) ، فقد بلغ (8) مبحث وبنسبة (10.66%) ، وقد بلغ عدد النماذج (4) من الفئة العمرية (65 فأكثر) وبنسبة مئوية مقدارها (5.34%) . انظر الجدول رقم (2).

جدول (2) يبين عدد النماذج حسب متغير العمر

النسبة المئوية %	التكرار	العمر (سنة)
14.66%	11	24-18
25.34%	19	34-25
24%	18	44-35
20%	15	54-45
10.66%	8	64-55
5.34%	4	65 فأكثر
100%	75	المجموع

#### 3- مستوى التحصيل:

أظهرت نتائج توزيع الاستمارات على عينة البحث وفيما له علاقة بمستوى التحصيل الدراسي لنماذج الدراسة ان (7) من النماذج هم من فئة (يقرأ ويكتب) وبنسبة مقدارها (9.34%) ، بينما تبين ان (15)

من(1-2)	8	(%10.66)
ساعة		
اقل من	2	(%2.66)
ساعة		
المجموع	75	%100

س2: هل تتابع وسائل الإعلام التي تتناول قضايا الفقر؟.

أظهرت نتائج إجابات نماذج الدراسة ان النسبة الأكبر منهم يتابع وسائل الإعلام التي تتناول قضايا الفقر ، اذ اشر على خيار (دائماً) ما عدده ( 42 ) مبحوثاً وبنسبة مئوية بلغت (56%) ، وبذلك حل هذا الخيار بالمرتبة الأولى ، بينما اكد (26) مبحوثاً وبنسبة مقدارها (34.66%) انهم (احياناً ) يتابعون وسائل الإعلام تتناول قضايا الفقر ، وبذلك جاء هذا الخيار في المرتبة الثانية ، وقد اشر (5) من النماذج على خيار نادراً وهو يمثل نسبة (6.66%) من مجموع إجابات نماذج الدراسة ، بينما لم يؤشر سوى (2) مبحوث وبنسبة بلغت ( 2.66 % ) ، بكونهم لا يتابعون وسائل الإعلام التي تتناول قضايا الفقر وقد حل هذا الخيار في المرتبة الأخيرة .انظر الى الجدول رقم (6) .

جدول (6) نسبة عدد المبحوثين حسب متابعتهم لوسائل الإعلام

التي تتناول قضايا الفقر

النسبة المئوية	التكرار	متابعة وسائل الإعلام
(%56)	42	دائماً
(%34.66)	26	احياناً
(%6.66)	5	نادراً
(% 2.66)	2	لا اتابع
%100	75	المجموع

س3: ماهي المدة التي تفضلها لمتابعة وسائل الإعلام التي تعالج قضايا الفقر؟.

بينت النتائج ان (15) مبحوثاً يفضلون متابعة وسائل الإعلام التي تعرض قضايا الفقر في المدة (7-10) صباحاً ، وهو ما يمثل نسبة

كاسب	8	%10.66
فلاح	2	%2.66
طالب	16	%21.34
اعمال حرة	6	%8
عاطل	3	%4
ربة بيت	8	%10.66
المجموع	75	%100

المحور الثاني : أنماط التعرض :

فيما يخص هذا المحور فقد ظهرت نتائج هذا المحور من خلال الأسئلة التي تم توجيهها الى المبحوثين وحسب فقرات استمارات الاستبيان وكما يأتي :

س1: كم عدد ساعات متابعة وسائل الإعلام؟ .

تبين من نتائج البحث بان النسبة الأكبر من المبحوثين يقضون اكثر من ثلاث ساعات في متابعة وسائل الإعلام وقد بلغ عددهم (40) مبحوث وهو ما يمثل نسبته (53.34%) من مجموع المبحوثين ، الامر الذي يؤشر على ان النسبة الأكبر يقضون اكثر من (3) ساعات في متابعة وسائل الإعلام المختلفة ، بينما بلغ عدد الذين يتابعون وسائل الإعلام من (2-3) ساعة (25) مبحوث ، وبنسبة مقدارها (33.34%) وبلغ عدد الذين يتابعون هذه الوسائل بمعدل (2-1) ساعة (8) وهو يمثل نسبة ( 10.66%) ، وقد ظهرت النسبة الأقل في متابعة وسائل الإعلام (اقل من ساعة ) و بعدد (2) مبحوث وهو ما يمثل ( 2.66%) ، النسبة الأقل في نتائج أنماط التعرض وفيما له علاقة بعدد ساعات متابعة وسائل الإعلام المختلفة .انظر جدول رقم (5) .

جدول(5) عدد المبحوثين نسبة الى عدد ساعات متابعة

وسائل الإعلام

النسبة المئوية	التكرار	عدد الساعات
(%53.34)	40	اكثر من ثلاث ساعات
(%33.34)	25	من (2-3) ساعات

أظهرت نتائج إجابات المبحوثين وفيما له علاقة بأسباب مشاهدة وسائل الإعلام التي تتناول قضايا الفقر بان عدد (23) من المبحوثين والذي يمثل نسبة (30.66%) هو للاطلاع على الأوضاع الجارية ، بينما أجاب ما نسبته (40%) وهو يمثل عدد (30) من المبحوثين ، والذين اجابوا عن سؤال (لزيادة معلوماتي عن المجتمع) ، وقد أجاب (17) مبحث عن سبب متابعتهم وسائل الإعلام التي تتناول قضايا الفقر ، من اجل المشاركة الاجتماعية ، وهو مايمثل نسبة (22.66%) ، بينما ذكر (5) من المبحوثين وهم يمثلون نسبة (6.66%) ، امور أخرى مثل ، لمشاهدة القصص التي تتناول قضايا الفقراء ، او المناطق التي يتواجدون فيها ، او طرق معيشتهم ، او من اجل مساعدتهم والوصول الى البعض منهم .جدول رقم (8) .

#### جدول (8) أسباب متابعة وسائل الإعلام التي تتناول قضايا

##### الفقر

النسبة المئوية	التكرار	أسباب متابعة وسائل الإعلام
30.66%	23	الاطلاع على الأوضاع الجارية
40%	30	زيادة المعلومات عن المجتمع
22%	17	المشاركة الاجتماعية
66.66%	5	أمور أخرى
100%	75	المجموع

س5: ماهي الوسيلة الإعلامية التي تفضلها في استقاء المعلومات حول قضايا الفقر:

فيما يتعلق بسؤال نماذج الدراسة عن الوسيلة الإعلامية التي يفضلونها في استقاء المعلومات حول قضايا الفقر ، فقد ظهر ان (33.34%) من بين النماذج ، وهو ما يمثل (25) مبحثاً ، بان الوسيلة التي يفضلونها هي القنوات الفضائية ، وبالتالي حصلت هذه الفقرة على

(20%) من مجموع عدد النماذج الذين تم توجيه استمارات الاستبيان لهم ، وعدد (17) مبحثاً ، وبنسبة (22.66%) يفضلون المدة من (1-10) ظهراً ، بينما يفضل (7) مبحث متابعة وسائل الإعلام التي تتطرق الى قضايا الفقر للمدة من (1-4) ظهراً وبنسبة مقدارها (9.34%) ، امام عدد النماذج الذين اجابوا بانهم يفضلون المدة (4-7) مساءً لمتابعة وسائل الإعلام التي تعالج قضايا الفقر فقد بلغ عددهم (9) وبنسبة بلغ مقدارها (12%) ، اما من يفضلون متابعة وسائل الإعلام التي تتعرض الى قضايا الفقر للمدة من (7-10) مساءً فقد بلغ عددهم (21) ، وهي النسبة الأكبر من بين فترات متابعة وسائل الإعلام الخاصة بقضايا الفقر ، اذ تبلغ نسبتهم (28%) ، وقد احتلت هذه النسبة المرتبة الأولى من بين مراتب المدة المفضلة لدى المبحوثين، بينما جاءت في المرتبة الأخيرة في عدد المتابعين الذين يفضلون المدة من (1-10) ليلاً اذ بلغ عددهم (6) وبنسبة (8%) من بين عدد النماذج .انظر جدول رقم (7).

#### جدول (7) المدة التي يفضلها في وسائل الإعلام التي تعرض

##### قضايا الفقر

النسبة المئوية	التكرار	المدة
20%	15	(10-7) صباحاً
22.66%	17	(1-10) ظهراً
9.34%	7	(4-1) ظهراً
12%	9	(7-4) مساءً
28%	21	(10-7)
8%	6	(1-10) ليلاً
100%	75	المجموع

س4: ما أسباب متابعة وسائل الإعلام التي تتناول قضايا الفقر .؟

### جدول (10) أسباب تفضيل الوسيلة الإعلامية من قبل المبحوثين

النسبة المئوية	التكرار	الاسباب
40%	30	لانني اثق بمعلوماتها
33.34%	25	لانها اكثر حيادية ومصداقية
26.66%	20	لطريقة العرض فيها
100%	75	المجموع

س 7 : ماهي موضوعات الفقر التي تقوم بمتابعتها في وسائل الإعلام.

أظهرت نتائج البحث وفيما يتعلق بسؤال عن موضوعات الفقر التي يقوم بمتابعتها في وسائل الإعلام فقد اختلفت الإجابات تبعاً لنوع الموضوع ، اذ يجد (21) منهم وبنسبة (28%) انهم يتابعون موضوعات الاسر المحتاجة ، بينما يتابع (8) مبحوثاً وبنسبة (10.66%) ، موضوعات الرواتب والدخل الشهري ، اما موضوعات الوظائف والبطالة ، فقد أجاب (13) مبحوثاً على انهم من متابعي هذا الموضوع ، وهم يمثلون نسبة (17.34%) ، ويجد (15) مبحوثاً ان موضوع الإسكان والوحدات السكنية هو الموضوع الأكثر متابعة من قبلهم ، وهم يمثلون نسبة (20%) ، اما عن غلاء الأسعار فان نسبة (13.33%) من بين نسب المبحوثين وبعده (10) مبحوثاً يجدون ان هذا الموضوع هو من بين المواضيع التي يتابعونها ، بينما جاء في المرتبة الأخيرة من مراتب الموضوعات التي يتابعها المبحوثون فيما يخص قضايا الفقر ، موضوعات نقص خدمات التعليم ونقص في الخدمات الصحية وبنسبة (5.33%) على التوالي ، أي بواقع (4) مبحوث لكل فقرة من فقرات السؤال الذي يتعلق بمواضيع قضايا الفقر المطروحة من قبل وسائل الإعلام .انظر جدول رقم (11) .

جدول(11) موضوعات الفقر التي يتابعها المبحوثين في وسائل

الإعلام

الموضوعات	التكرار	النسبة المئوية
-----------	---------	----------------

المرتبة الأولى ، وجاءت مواقع الانترنت بالمرتبة الثانية من بين وسائل الإعلام المفضلة لديهم ، اذا فضلها (17) مبحوثاً، وهو ما يمثل نسبة (22.34%) من بين العدد الكلي ، وتلتها وسائل اعلام أخرى وينسب متفاوتة منها تفضيلهم للجرائد بنسبة (16%) ، و المجلات بنسبة (13.34%) ، ، بينما أجاب (6) نماذج بكونهم يفضلون الدعايات والملصقات المطبوعة ، وقد مثلت هذه الإجابة ما نسبته (8%) ، وبالتالي احتلت المرتبة الخامسة من بين تسلسل إجابات المبحوثين ، فيما أجاب (5) من عدد النماذج على انهم يفضلون المحطات الاذاعية ، وهم يمثلون (5.66%). انظر جدول رقم (9) .

جدول (9) الوسيلة الإعلامية المفضلة لدى المبحوثين في استقاء

المعلومات حول قضايا الفقر

الوسيلة الإعلامية	التكرار	النسبة المئوية
القنوات الفضائية	25	33.34%
المحطات الاذاعية	5	6.66%
الجرائد	12	16%
المجلات	10	13.34%
مواقع الانترنت	17	22.66%
الدعايات والملصقات المطبوعة	6	8%
المجموع	75	100%

س6: اذا كنت تتابع وسيلة محددة تفضلها ، بين أسباب تفضيلك لتلك الوسيلة الإعلامية .

من خلال إجابات المبحوثين على سؤال هذه الفقرة ، تبين ان (30) مبحوثاً منهم يتقون بالمعلومات التي تعالجها وسائل الإعلام التي يتابعونها ، وهم يمثلون ما نسبته (40%) ، بينما أجاب (25) منهم على انهم يرون هذه الوسائل اكثر حيادية ومصداقية ، وبنسبة مقدارها (33.34%) ، على ان (20) مبحوثاً من مجموع النماذج الكلية والبالغ عددهم (75) مبحوث ، يرون بان طريقة العرض ، هي من بين أسباب تفضيلهم لوسيلة إعلامية عن أخرى ، وهم يشكلون ما نسبته (26.66%) من عدد النماذج .انظر جدول (10) .

الاسر المحتاجة	21	%28
الرواتب والدخل الشهري	8	%10.66
الوظائف والبطالة	13	%17.34
الإسكان والوحدات السكنية	15	%20
غلاء الأسعار	10	%13.33
نقص في خدمات التعليم	4	%5.33
نقص في الخدمات الصحية	4	%5.33
<b>المجموع</b>	<b>75</b>	<b>%100</b>

س8: ما هو تقييمك لنجاح وسائل الإعلام في الكشف عن قضايا الفقر.

وفيما يخص تقييم وسائل الإعلام ومدى نجاحها في الكشف عن قضايا الفقر ، فيجد (37) من المبحوثين ، وهم يمثلون نسبة (49.34%) انها ناجحة وبالتالي جاءت هذه الإجابة بالدرجة الأولى ، بين وجد (20) مبحوثاً منهم انها غير ناجحة وبنسبة (26.66%) وبالتالي جاءت الإجابة على هذه الفقرة بالمرتبة الثانية ، على ان (18) مبحوثاً يرون انها كانت ناجحة لحد ما ، وهم يمثلون ما نسبته (24%) من بين النسبة الكلية لعدد المبحوثين .انظر جدول رقم (12).

جدول(12) تقييم النماذج لمدى نجاح وسائل الإعلام في الكشف عن قضايا الفقر

التقييم	التكرار	النسبة المئوية
ناجحة	37	%49.34
ناجحة لحد ما	18	%24
غير ناجحة	20	%26.66
<b>المجموع</b>	<b>75</b>	<b>%100</b>

اللقاءات المنوعة ، وبنفس النسبة من عدد المبحوثين يفضلون (القصة) كوسيلة لمعالجة قضايا الفقر. اما عن بقية الأساليب فيجد (10) مبحوثاً وبنسبة مقدارها (13.34%) انهم يفضلون التقرير ، و(6) مبحوثاً وبنسبة (8%) ، انهم يفضلون أسلوب الكاريكاتير ، وتساوت نسب تفضيلهم لأساليب وسائل الإعلام ومنها ( النشرات الإخبارية ،ملصقات مطبوعة، المقالات الخيرية)، وبنسبة

س9. ماهي الاساليب التي تفضلها في معالجة وسائل الإعلام لقضايا الفقر .

أظهرت نتائج البحث ان الأساليب التي يفضلونها في معالجة وسائل الإعلام لقضايا الفقر مختلفة بالنسبة لتفضيلهم، اذا جاءت بالمرتبة الأولى البرامج ، وهذا ما أجاب عنه (20) مبحوثاً وهم يمثلون (26.66%) ، بينما يجد 12 مبحوثاً وبنسبة (16%) ، بانهم يفضلون (6.66%) لكل أسلوب من الأساليب المذكورة ، وهذا ما بينه الجدول رقم (13).

جدول(13) الأساليب المفضلة لدى النماذج في معالجة قضايا الفقر من قبل وسائل الإعلام

الأساليب	التكرار	النسبة المئوية
البرامج	20	%26.66
نشرة اخبارية	5	%6.66

لقاءات متنوعة	12	16%
ملصقات مطبوعة	5	6.66%
مقالة خبرية	5	6.66%
كاريكاتير	6	8%
تقرير اخباري	10	13.34%
قصة خبرية	12	16%
المجموع	75	100%

- وبذلك جاء هذا الموقف بالمرتبة الثانية ضمن مواقف المبحوثين تجاه هذه الفقرة.

- لم تسهم ابدأ: لم يتفق (10) مبحوثاً وبنسبة مئوية وصلت ( 13.34%) على ان وسائل الإعلام قد ساهمت في الكشف عن قضايا الفقر ، وبذلك جاء هذا الموقف بالمرتبة الثالثة ( الاخيرة ) ضمن مواقف المبحوثين تجاه هذه الفقرة.

#### جدول (14) رأي الجمهور في مساهمة وسائل الإعلام في الكشف عن قضايا الفقر

س10: هل ساهمت برأيك وسائل الإعلام في الكشف عن قضايا الفقر؟.

وفيما له علاقة بهذا السؤال فقد ظهرت للباحثة النتائج التالية وعلى وفق نوع الإجابة :

- ساهمت بشكل كبير: يتفق (45) مبحوثاً وبنسبة مئوية وصلت (60%) على ان وسائل الإعلام قد ساهمت في الكشف عن قضايا الفقر ، وبذلك جاء هذا الموقف بالمرتبة الأولى ضمن مواقف المبحوثين تجاه هذه الفقرة.

- ساهمت لحد ما : يرى (20) مبحوثاً وبنسبة مئوية بلغت (26.66%)، بان وسائل الإعلام قد ساهمت الى حد ما في الكشف عن قضايا الفقر،

المجموع		لم تسهم ابدأ		ساهمت لحد ما		ساهمت بشكل كبير		الفقرة
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
100%	75	13.34%	10	26.66%	20	60%	45	هل ساهمت برأيك وسائل الإعلام في الكشف عن قضايا الفقر؟.

- اتفق لحد ما : يتفق لحد ما ما عدده (18) مبحوثاً وبنسبة مئوية بلغت (24%)، على ان المعلومات التي تقدمها وسائل الإعلام عن قضايا الفقر كانت كافية ، وبذلك جاء هذا الموقف بالمرتبة الثانية ضمن مواقف المبحوثين تجاه هذه الفقرة .

ج- لا اتفق : يجد ( 15 ) من بين المبحوثين ، أي ما يشكل نسبة ( 20%) ، من النسبة الكلية منهم ، بانهم لا يتفقون على ان المعلومات التي تقدمها وسائل الإعلام عن قضايا الفقر ، هي كافية للتعرف عليهم ، وقد جاء هذا الموقف بالمرتبة الثالثة .

س11. هل ترى بان المعلومات التي تقدمها وسائل الإعلام عن قضايا الفقر كانت كافية للتعرف عليها؟.

تبين للباحثة من خلال النتائج المتحصلة من إجابات المبحوثين مايلي :

- اتفق : يتفق (42) مبحوثاً وبنسبة مئوية وصلت (56%) على ان المعلومات التي تقدمها وسائل الإعلام عن قضايا الفقر كافة للتعرف عليها ، وبذلك جاء هذا الموقف بالمرتبة الأولى ضمن مواقف المبحوثين تجاه هذه الفقرة .

#### جدول (15) رأي الجمهور في كفاية المعلومات التي تقدمها وسائل الإعلام عن قضايا الفقر

المجموع		لم تسهم ابداً		اتفق لحد ما		اتفق		الفقرة
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
100	75	20	15	24	18	56	42	هل ترى بان المعلومات التي تقدمها وسائل الإعلام عن قضايا الفقر كانت كافية للتعرف عليها؟

المستمر لقضايا الفقر تؤدي الى جعلهم يهتمون بتلك القضايا ، وبذلك جاء هذا الموقف بالمرتبة الثانية ضمن مواقف الباحثين تجاه هذه الفقرة.

ج- لا اتفق : لم يتفق (5) مبحوثاً وبنسبة مئوية وصلت ( 6.66%) على ان تغطية وسائل الإعلام المستمر لقضايا الفقر تؤدي الى جعلهم يهتمون بتلك القضايا ، ، وبذلك جاء هذا الموقف بالمرتبة الثالثة ( الاخيرة ) ضمن مواقف الباحثين تجاه هذه الفقرة. وقد بلغ الوسط الحسابي لهذه الفقرة (2.6) .

س3- تجعلني وسائل الإعلام أفهم قضايا الفقر بصورة منطقية وبعيداً عن العاطفة.

أ- اتفق : يتفق (47) مبحوثاً وبنسبة مئوية وصلت (62.66%) على ان وسائل الإعلام تجعلهم يفهمون قضايا الفقر بصورة منطقية وبعيداً عن العاطفة ، وبذلك جاء هذا الموقف بالمرتبة الاولى ضمن مواقف الباحثين تجاه هذه الفقرة.

ب- محايد : لم يحدد (13) مبحوثاً وبنسبة مئوية بلغت (16%) موقفهم سواء بالاتفاق او عدم الاتفاق على ان وسائل الإعلام تجعلهم يفهمون قضايا الفقر بصورة منطقية وبعيداً عن العاطفة ، وبذلك جاء هذا الموقف بالمرتبة الثانية ضمن مواقف الباحثين تجاه هذه الفقرة .

ج- لا اتفق : لم يتفق (15) مبحوثاً وبنسبة مئوية وصلت ( 20%) على ان وسائل الإعلام تجعلهم يفهمون قضايا الفقر بصورة منطقية وبعيداً عن العاطفة ، وبذلك جاء هذا الموقف بالمرتبة الثالثة ( الاخيرة ) ضمن مواقف الباحثين تجاه هذه الفقرة. وقد بلغ الوسط الحسابي لهذه الفقرة (2.4) .

س 4- تتيح لي وسائل الإعلام ادراك اوليات قضايا الفقر.

المحور الثالث : مقياس دور وسائل الإعلام في الكشف عن قضايا الفقر  
س1- تكفيني المعلومات التي اطلع عليها في وسائل الإعلام للتعرف على قضايا الفقر.(انظر جدول 16)

أ- اتفق : يتفق (45) مبحوثاً وبنسبة مئوية وصلت (60%) على كفاية المعلومات التي يطلعون عليها في وسائل الإعلام عن قضايا الفقر وبذلك جاء هذا الموقف بالمرتبة الاولى ضمن مواقف الباحثين تجاه هذه الفقرة .

ب- محايد : لم يحدد (20) مبحوثاً وبنسبة مئوية بلغت (26.66%) موقفهم سواء بالاتفاق او عدم الاتفاق على كفاية المعلومات التي يطلعون عليها في وسائل الإعلام عن قضايا الفقر وبذلك جاء هذا الموقف بالمرتبة الثانية ضمن مواقف الباحثين تجاه هذه الفقرة . وقد بلغ الوسط الحسابي لهذه الفقرة (2.7) .

ج- لا اتفق : لم يتفق (10) مبحوثاً وبنسبة مئوية وصلت ( 13.33%) على كفاية المعلومات التي يطلعون عليها في وسائل الإعلام عن قضايا الفقر ، وبذلك جاء هذا الموقف بالمرتبة الثالثة ( الاخيرة ) ضمن مواقف الباحثين تجاه هذه الفقرة. وقد بلغ الوسط الحسابي لهذه الفقرة (2.6) .

س2- تؤدي تغطية وسائل الإعلام المستمرة لقضايا الفقر الى جعلني اهتم بتلك القضايا.

أ- اتفق : يتفق (53) مبحوثاً وبنسبة مئوية وصلت (70%) على ان تغطية وسائل الإعلام المستمر لقضايا الفقر تؤدي الى جعلهم يهتمون بتلك القضايا ، وبذلك جاء هذا الموقف بالمرتبة الاولى ضمن مواقف الباحثين تجاه هذه الفقرة .

ب- محايد : لم يحدد (17) مبحوثاً وبنسبة مئوية بلغت (22.66%) موقفهم سواء بالاتفاق او عدم الاتفاق على ان تغطية وسائل الإعلام

جاء هذا الموقف بالمرتبة الثالثة (الاخيرة) ضمن مواقف المبحوثين تجاه هذه الفقرة. وقد بلغ الوسط الحسابي لهذه الفقرة (2).

س7- تتأثر موافقي تجاه قضايا الفقر بناء على المناقشات التي تجري في وسائل الإعلام لتلك القضايا.

أ- **اتفق** : يتفق (42) مبحوثاً وبنسبة مئوية وصلت (56%) على ان مواقفهم اتجاه قضايا الفقر تتأثر بناء على المناقشات التي تجري في وسائل الإعلام لتلك القضايا ، وبذلك جاء هذا الموقف بالمرتبة الاولى ضمن مواقف المبحوثين تجاه هذه الفقرة.

ب- **محايد** : لم يحدد (12) مبحوثاً وبنسبة مئوية بلغت (16%) موقفهم سواء بالاتفاق او عدم الاتفاق على ان مواقفهم اتجاه قضايا الفقر تتأثر بناء على المناقشات التي تجري في وسائل الإعلام لتلك القضايا ، وبذلك جاء هذا الموقف بالمرتبة الثانية ضمن مواقف المبحوثين تجاه هذه الفقرة .

ج- **لا اتفق** : لم يتفق (21) مبحوثاً وبنسبة مئوية وصلت (28%) على ان مواقفهم اتجاه قضايا الفقر تتأثر بناء على المناقشات التي تجري في وسائل الإعلام لتلك القضايا ، وبذلك جاء هذا الموقف بالمرتبة الثالثة (الاخيرة) ضمن مواقف المبحوثين تجاه هذه الفقرة. وقد بلغ الوسط الحسابي لهذه الفقرة (2.2).

س8- تسهم وسائل الإعلام في تشكيل الآراء الاجتماعية إزاء قضايا الفقر.

أ- **اتفق** : يتفق (55) مبحوثاً وبنسبة مئوية وصلت (73.33%) على ان وسائل الإعلام تسهم في تشكيل الآراء الاجتماعية إزاء قضايا الفقر ، وبذلك جاء هذا الموقف بالمرتبة الاولى ضمن مواقف المبحوثين تجاه هذه الفقرة.

ب- **محايد** : لم يحدد (5) مبحوثاً وبنسبة مئوية بلغت (6.66%) موقفهم سواء بالاتفاق او عدم الاتفاق على ان وسائل الإعلام تسهم في تشكيل الآراء الاجتماعية إزاء قضايا الفقر ، وبذلك جاء هذا الموقف بالمرتبة الثانية ضمن مواقف المبحوثين تجاه هذه الفقرة .

ج- **لا اتفق** : لم يتفق (15) مبحوثاً وبنسبة مئوية وصلت (20%) على ان وسائل الإعلام تسهم في تشكيل الآراء الاجتماعية إزاء قضايا الفقر ، وبذلك جاء هذا الموقف بالمرتبة الثالثة (الاخيرة) ضمن مواقف المبحوثين تجاه هذه الفقرة. وقد بلغ الوسط الحسابي لهذه الفقرة (2.5).

أ- **اتفق** : يتفق (39) مبحوثاً وبنسبة مئوية وصلت (52%) على ان وسائل الإعلام تتيح لهم ادراك اوليات قضايا الفقر ، وبذلك جاء هذا الموقف بالمرتبة الاولى ضمن مواقف المبحوثين تجاه هذه الفقرة.

ب- **محايد** : لم يحدد (20) مبحوثاً وبنسبة مئوية بلغت (26.66%) موقفهم سواء بالاتفاق او عدم الاتفاق على ان وسائل الإعلام تتيح لهم ادراك اوليات قضايا الفقر ، وبذلك جاء هذا الموقف بالمرتبة الثانية ضمن مواقف المبحوثين تجاه هذه الفقرة .

ج- **لا اتفق** : لم يتفق (16) مبحوثاً وبنسبة مئوية وصلت (21.33%) على ان وسائل الإعلام تتيح لهم ادراك اوليات قضايا الفقر، وبذلك جاء هذا الموقف بالمرتبة الثالثة (الاخيرة) ضمن مواقف المبحوثين تجاه هذه الفقرة. وقد بلغ الوسط الحسابي لهذه الفقرة (2.3).

س5- تعتمد مناقشاتي لقضايا الفقر على ما تعرضه وسائل الإعلام.

أ- **اتفق** : يتفق (60) مبحوثاً وبنسبة مئوية وصلت (80%) على ان مناقشاتهم لقضايا الفقر تعتمد على ما تعرضه وسائل الإعلام ، وبذلك جاء هذا الموقف بالمرتبة الاولى ضمن مواقف المبحوثين تجاه هذه الفقرة.

ب- **محايد** : لم يحدد (10) مبحوثاً وبنسبة مئوية بلغت (13.33%) موقفهم سواء بالاتفاق او عدم الاتفاق على ان مناقشاتهم لقضايا الفقر تعتمد على ما تعرضه وسائل الإعلام ، وبذلك جاء هذا الموقف بالمرتبة الثانية ضمن مواقف المبحوثين تجاه هذه الفقرة .

ج- **لا اتفق** : لم يتفق (5) مبحوثاً وبنسبة مئوية وصلت (6.66%) على ان مناقشاتهم لقضايا الفقر تعتمد على ما تعرضه وسائل الإعلام ، وبذلك جاء هذا الموقف بالمرتبة الثالثة (الاخيرة) ضمن مواقف المبحوثين تجاه هذه الفقرة. وقد بلغ الوسط الحسابي لهذه الفقرة (2.7).

س6- تسهم وسائل الإعلام بتغيير قناعاتي اتجاه قضايا الفقر.

أ- **اتفق** : يتفق (35) مبحوثاً وبنسبة مئوية وصلت (46.66%) على ان وسائل الإعلام أسهمت في تغيير قناعاتهم اتجاه قضايا الفقر ، وبذلك جاء هذا الموقف بالمرتبة الاولى ضمن مواقف المبحوثين تجاه هذه الفقرة.

ب- **محايد** : لم يحدد (10) مبحوثاً وبنسبة مئوية بلغت (13.33%) موقفهم سواء بالاتفاق او عدم الاتفاق على ان وسائل الإعلام أسهمت في تغيير قناعاتهم اتجاه قضايا الفقر ، وبذلك جاء هذا الموقف بالمرتبة الثانية ضمن مواقف المبحوثين تجاه هذه الفقرة .

ج- **لا اتفق** : لم يتفق (30) مبحوثاً وبنسبة مئوية وصلت (40%) على ان وسائل الإعلام أسهمت في تغيير قناعاتهم اتجاه قضايا الفقر، وبذلك

جدول (16) رأي الجمهور في دور وسائل الإعلام في الكشف عن قضايا

الوسط الحسابي	المجموع		لا اتفق		محايد		اتفق		الفقرة
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
2.7	100%	75	13.33%	10	26.66%	20	60%	45	تكفيني المعلومات التي اطلع عليها في وسائل الإعلام للتعرف على قضايا الفقر
2.6	100%	75	6.66%	5	22.66%	17	70.66%	53	تؤدي تغطية وسائل الإعلام المستمرة لقضايا الفقر الى جعلي اهتم بتلك القضايا
2.4	100%	75	20%	15	16%	13	62.66%	47	تجعلني وسائل الإعلام افهم قضايا الفقر بصورة منطقية وبعيداً عن العاطفة
2.3	100%	75	21.33%	16	26.66%	20	52%	39	تتيح لي وسائل الإعلام ادراك اوليات قضايا الفقر
2.7	100%	75	6.66%	5	13.33%	10	80%	60	تعتمد مناقشاتي لقضايا الفقر على ماتعرضه وسائل الإعلام
2	100%	75	40%	30	13.33%	10	46.66%	35	تسهم وسائل الإعلام بتغيير قناعاتي اتجاه قضايا الفقر
2.2	100%	75	28%	21	16%	12	56%	42	موافقي تجاه قضايا الفقر تتأثر بناءً على المناقشات التي تجري في وسائل الإعلام لتلك القضايا
2.5	100%	75	20%	15	6.66%	5	73%	55	تسهم وسائل الإعلام في تشكيل الآراء الاجتماعية إزاء قضايا الفقر

1- اظهرت النتائج ان معظم المبحوثين يقضون ثلاث ساعات يومياً في

متابعة وسائل الإعلام المتعددة . وترى الباحثة انها نسبة طبيعية اذا ما

اجتمعت متابعة المبحوث للتلفزيون والصحف والانترنت والاذاعة .

النتائج العامة والاستنتاجات

توصل الباحثة الى عدد من النتائج العامة والاستنتاجات يمكن اجمالها

فيما يأتي :-

- 2- كشفت النتائج ان النسبة الاكبر من المبحوثين دائما يتابعون وسائل الإعلام التي تتناول موضوعات الفقر، والتوقيت الذي يفضلونه لمتابعتها هو السابعة ليلاً .
- 3- بينت النتائج ان السبب الرئيسي لمتابعة اغلب المبحوثين لوسائل الإعلام التي تتناول قضايا الفقر ، هو لأثرها معلوماتهم حول المجتمع العراقي وقضاياها . وترى الباحثة في هذه النتيجة خشية الفرد العراقي مما سوف تأول اليه الامر لذلك هو دائما في ترقب للأحداث .
- 4- تصدرت القنوات الفضائية الوسيلة الاكثر تفضيل لاستقاء المعلومات عن الفقر ، وان سبب تفضيلهم لها لانهم يتقون بمعلوماتها . وترى الباحثة في ذلك نتيجة منطقية لما للفضائيات من اساليب جذب ، فضلاً عن ان متابعتها لا تحتاج لمهارات لتأثير الصوت والصورة .
- 5- احرزت موضوعات الاسر المحتاجة المرتبة الاولى من بين الموضوعات التي يتابعها المبحوثون .
- 6- كشفت النتائج ان اغلب المبحوثين يرون ان وسائل الإعلام ساهمت ونجحت في الكشف عن قضايا الفقر.
- 7- بينت النتائج ان البرامج التي تعالج قضايا الفقر هي الاسلوب المفضل لدى معظم المبحوثين ، كونها تغنيهم بمعلومات كافية عن قضايا الفقر . وترى الباحثة في ذلك نتيجة للتقنيات التفاعلية التي باتت تستخدم البرامج في تقديم الموضوعات .
- 8- اظهرت النتائج ان هناك دور كبير لوسائل الإعلام في الكشف عن قضايا الفقر ، اذ تراوحت الاوساط الحسابية لإجابات المبحوثين حول فقرات المقياس بين (2الى 7، 2) وهي جميعها اكبر من الوسط الحسابي الفرضي البالغ (2) وبالتالي فإن اتجاه اجابات المبحوثين يشير لوجود ذلك الدور.
- المصادر:
- أبو عرجة، تيسير ،"الاتصال وقضايا المجتمع"، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2013 .
- باتر محمد علي وردم، "العولمة ومستقبل الأرض" ، الأهلية للنشر والتوزيع، عمان، 2003.
- حمزة ،كريم محمد ، " الفقر ، تطور مؤشرات الاطار المفاهيمي ، الفقر والغنى في الوطن العربية " ، بيت الحكمة ، بغداد ، 2002 .
- درويش، زين العابدين ، " علم النفس الاجتماعي - أسسه وتطبيقاته" ، دار الفكر العربي للطباعة والنشر، الطبعة الأولى، القاهرة، مصر، 1999.
- الرفاعي ، محمد عبدالله ،"معلومات بيانات قياس الفقر " ، المؤتمر الاحصائي العربي الأول ، عمان ،الأردن ، 2007.
- شرام ، وليبور، " أجهزة الإعلام والتنمية الوطنية" ، تر: محمد فتحي، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، مصر، 1970 .
- الضبع ، عبد الرؤى ،" المشكلات الاجتماعية ( دراسات سوسيولوجية )" ، مصر ، الدار العالمية للنشر والتوزيع، 2009 .
- عاطف غيث محمد، "قاموس علم الاجتماع"، الهيئة المصرية العامة للكتاب، مصر، 1997.
- الكامل، فرج ،"تأثير وسائل الاتصال – الأسس النفسية والاجتماعية"، دار الفكر العربي للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 1985.
- المهاجر، محمد كاظم ، " الفقر في العراق قبل وبعد حرب الخليج " ، الاسكوا ، نيويورك ، 1997 .
- النجفي ،سالم توفيق ، " المتضمنات الاقتصادية للأمن الغذائي والفقر في الوطن العربي" ، بغداد ، بيت الحكمة للنشر ، 1999 .
- المحكمين حسب قدم اللقب العلمي :
- ا.د.ابراهيم نعمة محمود (فنون سمعية ومرئية \ كلية الفنون الجميلة – ديالى).
- ا.د.جليل وداي حمود ( اعلام \ كلية الفنون الجميلة – ديالى).
- أ.م.د. نيمير قاسم خلف ( تصميم \ كلية الفنون الجميلة – ديالى).
- أ.م. فاضل محمود خضير ( إذاعة و تلفزيون \ كلية الفنون الجميلة – ديالى).
- م.د. احمد عبد الستار ( اعلام \ كلية الفنون الجميلة – ديالى).