

دور قناة العراقية في دعم قضايا كبار السن

حسنين كاظم عباس



المستخلص

تهدف الدراسة إلى التعرف على دور قناة العراقية في دعم قضايا المسنين، من خلال الكشف عن دور مشاهدة قناة العراقية في دعم قضايا المسنين ، ودور المشاهدة في مستوى وعي جمهور الناصرية دعم قضايا المسنين في القناة، ودور مشاهدة برامج قناة العراقية العراق في دعم قضايا المسنين في القناة، وكذلك معرفة دور مشاهدة الإعلانات في مستوى الدوافع دعم قضايا المسنين، وفي مستوى القرار دعم قضايا المسنين في القناة، وبيان أي بعد من أبعاد السلوك دعم قضايا المسنين كان دور مشاهدة برامج قناة العراقية العراق أكبر، والكشف عن العلاقة بين مدى مشاهدة برامج قناة العراقية العراق ، والفرق في دور مشاهدة برامج قناة العراقية العراق على السلوك الاستهلاكي حسب معلوماتهم الديموغرافية، واستخدام المنهج الوصفي المسحي في الدراسة بأداة الاستبيان، واعتمدت الدراسة على نظرية الغرس الثقافي، ونظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، ونظرية الاستخدامات والشباعات، الذي يتكون من أربعة مراحل، ويستخدم لتقييم الأداء والتحقق من احتمالية نجاح البرامج وتأثيرها على السلوك دعم قضايا المسنين للمشاهدين. وبرز ما توصلت اليه الدراسة، تلعب مشاهدة برامج قناة العراقية العراق دورا كبيرا على السلوك دعم قضايا المسنين لدى جمهور الناصرية، وكان هذا الدور في المستوى المرتفع، كما تلعب دورا كبيرا في مستوى وعي جمهور الناصرية دعم قضايا المسنين في القناة، وكان هذا الدور في المستوى المرتفع، وكذلك تلعب دورا كبيرا في درجة اهتمام جمهور الناصرية دعم قضايا المسنين في القناة، وكان هذا الدور في المستوى المرتفع، وتلعب دورا كبيرا في مستوى الدوافع دعم قضايا المسنين لدى الجمهور ، وكان هذا الدور في المستوى المرتفع، وتلعب دورا كبيرا في مستوى القرار دعم قضايا المسنين لدى الجمهور ، وكان هذا الدور في المستوى المرتفع، وأهم دور مشاهدة برامج قناة العراقية العراق في بعد الدافع دعم قضايا المسنين وكشفت النتائج عن عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين مدى مشاهدة برامج قناة العراقية العراق والسلوك دعم قضايا المسنين، وعدم وجود فرق ذو دلالة إحصائية في دور مشاهدة برامج قناة العراقية العراق على السلوك دعم قضايا المسنين حسب معلوماتهم الديموغرافية. وقد أوصت الدراسة بضرورة قيام قناة العراقية العراق بأجراء دراسة ميدانية على المجتمع العراقي لمعرفة الاساليب الاعلانية المؤثرة في أفراد المجتمع أكثر من غيرها واتباعها، وكذلك دراسة السوق العراقية دراسة شاملة من جميع الجوانب والقيام بإنتاج اعلانات خاصة موجهة للمجتمع العراقي وعدم اعتمادها على الاعلانات الجاهزة التي تشمل جميع المجتمعات العربية، ويتوجب على قناة العراقية العراق عدم الاقتصار على الاعلانات السطحية عن السلع والخدمات، وتضمينها معلومات تفصيلية ليتمكن المستهلك العراقي تحديد اختياره بشكل أفضل، وأهمية اعتمادها على النظريات والنماذج العلمية الخاصة بإنتاج الاعلانات لتتمكن من تحقيق الهدف من البرامج.

Abstract

The study aims to identify the role of the Al-Iraqiya channel in supporting the issues of the elderly, by revealing the role of watching the Al-Iraqiya channel in supporting the issues of the elderly, the role of watching the level of awareness of the Nasiriyah audience in supporting the issues of the elderly on the channel, and the role of watching the programs of the Al-Iraqiya Iraq channel in supporting the issues of the elderly in channel, as well as knowing the role of watching advertisements in the level of motivation to support the issues of the elderly, and in the level of decision support Issues of the elderly in the channel, and clarifying which dimension of behavior in supporting the issues of the elderly. The role of watching the programs of the Al-Iraqiya Iraq channel was greater, and revealing the relationship between the extent of watching the programs of the Al-Iraqiya Iraq channel, and the difference in the role of watching the programs of the Al-Iraqiya Iraq channel on consumer behavior according to their demographic information, and used The descriptive survey method in the study using a questionnaire tool, and the study relied on the theory of cultural implantation. The theory of media dependence, and the theory of uses and gratifications, which consists of four stages, is used to evaluate performance and verify the probability of success of programs and their impact on behavior supporting elderly issues of viewers. The most prominent findings of the study are that watching the programs of the Al-Iraqiya Iraq channel plays a major role in the behavior of supporting the issues of the elderly among the audience of Nasiriyah, and this role was at a high level Supporting the issues of the elderly on the channel was significant in the level of awareness of the Nasiriyah audience, and this role was at a high level. It also played a major role in the level of interest of the Nasiriyah audience in supporting the issues of the elderly on the channel, and this role was at a high level, and it played a major role in the level of motivation for supporting the issues of the elderly. Among the public, this role was at a high level, and it played a major role in the level of decision-making to support the issues of the elderly The audience, and this role was at a high level, and the most important role of watching the programs of Al-Iraqiya Iraq Channel was in the dimension of motivation to support the issues of the elderly. The results revealed that there was no statistically significant relationship between the extent of watching the programs of the Al-Iraqiya Iraq Channel and the behavior of supporting the issues of the elderly, and there was no statistically significant difference in The role of watching Al-Iraqiyah Iraq TV programs on the behavior of supporting the issues of the elderly according to their demographic information. And it has The study recommended the need for the Al-Iraqiyah Iraq Channel to conduct a field study on Iraqi society to find out

the advertising methods that influence members of society more than others and to follow them, as well as to study the Iraqi market comprehensively from all aspects and produce special advertisements directed to the Iraqi society and not rely on ready-made advertisements that include all societies. Arabic, and the Al-Iraqiya Iraq channel should not be limited to it On superficial advertisements for goods and services, including detailed information so that the Iraqi consumer can better determine his choice, and the importance of relying on scientific theories and models for producing advertisements to be able to achieve the goal of the programs.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي

تشمل الأبعاد والمجالات الرئيسية لحياة كل شخص العيش المستقل والصحة والرعاية في الحياة والتوظيف والترفيه، وهم بحاجة إلى الدعم مع تقدمهم في السن. ترتبط هذه الجوانب الأربعة بشكل شامل بالشيخوخة النشطة ورفاهيتها، في هذا المجال يتم إجراء بحث مكثف من قبل المنظمات الدولية. بالطبع، هذه الفئات ليست خاصة بمكان معين وكبار السن يحتاجون إلى نفس الدعم في هذه المجالات في جميع أنحاء العالم. تعتمد الشيخوخة النشطة والناجحة على مجموعة من العوامل التي يتحكم بها الأفراد والأسر والمجتمع.

يشمل وتشمل هذه العوامل أنماط الحياة الصحية في جميع مراحل الحياة ؛ البيئة المادية البيئة الاجتماعية؛ الدعم الاقتصادي الاجتماعي؛ الخدمات الاجتماعية والصحية - التعليمية ؛ إنه وقت التسلية والترفيه. من الأدوات التي يستخدمها كبار السن حسب ظروفهم الجسدية والعقلية والاجتماعية والاقتصادية وسائل الإعلام، وخاصة قناة العراقية. يقضي كبار السن الكثير من الوقت في مشاهدة برامجها، ويعتبر قناة العراقية صديقهم ورفيقهم في وحدتهم. بالإضافة إلى كونه وسيلة لقضاء وقت الفراغ، يمكن أيضًا استخدام قناة العراقية في المجالات التعليمية والإعلامية في حياة كبار السن. بالنظر إلى الزيادة في السكان المسنين في العراق، فإن السؤال هو ما إذا كان قناة العراقية يمكن أن يكون أداة مناسبة لمواجهة التحديات الناجمة عن هذه الزيادة ومعرفة الاحتياجات يمكن استخدامه لدعم كبار السن. البرامج التلفزيونية ما نوع المحتوى والشكل الذي يجب أن يتم إعداد وتوزيع انتباه المسنين في أي وقت وإلى متى؟ ومع الباب بالنظر إلى أهداف المعلومات والتعليم والترفيه، كيف يمكن اقتراح هذه الأهداف يتم استخدام نماذج التخطيط المناسبة لكبار السن ومقدمي الرعاية والأسر والمسؤولين والمؤسسات المتعلقة بالشيخوخة، وهل يمكن استخدامها في التخطيط والسياسات وسن القوانين؟ هل يمكن أن تلعب البرامج قناة العراقية وقناة

العراقية دوراً في الشيوخة الناجحة والفعالة والمبهجة وتحسين العلاقات بين الأجيال والدور العام للتلفزيون ما هو دعم حياة المسنين في العاصمة ناصرية؟

أهداف الدراسة

أ. الهدف الاصلي: معرفة دور مشاهدة البرامج في قناة العراقية العراق على السلوك دعم قضايا المسنين جمهور الناصرية.

ب. الأهداف الفرعية:

أ. معرفة عن دور مشاهدة البرامج قناة العراقية العراق في مستوى وعي دعم قضايا المسنين جمهور الناصرية

ب. معرفة عن دور مشاهدة البرامج قناة العراقية العراق في درجة اهتمام جمهور الناصرية دعم قضايا المسنين.

ج. معرفة عن دور مشاهدة البرامج قناة العراقية العراق في مستوى الدوافع دعم قضايا المسنين.

د. معرفة عن دور مشاهدة البرامج قناة العراقية العراق في مستوى القرار دعم قضايا المسنين.

هـ. معرفة الفرق في تأثير مشاهدة البرامج قناة العراقية على أبعاد السلوك دعم قضايا المسنين

و. معرفة العلاقة بين مدى مشاهدة البرامج قناة العراقية العراق والسلوك دعم قضايا المسنين لدى جمهور الناصرية.

ز. معرفة الفرق في تأثير مشاهدة برامج قناة العراقية العراق على السلوك دعم قضايا المسنين لدى جمهور الناصرية حسب معلوماتهم الديمغرافية.

اهمية البحث

تكم أهمية الدراسة من خلال أهمية الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام في تغطية النشاطات الإنسانية عموماً، ومنها الحماية، ولما يمثله الإعلام الفضائي من قوة متميزة ومؤثره في الراري العام وجمهورها، كما أنّ هذه الدراسة تعد محاولة لاختبار فرضيات نموذج الإعتماد على وسائل الإعلام، ضمن مجال القنوات الفضائية العراقية؛ لإبراز العلاقة بين هذا الإعتماد وتغطية الفعاليات الإقتصادية العراقية. ويمكن إيجاز أهمية الدراسة في النقاط الآتية:

أ. الإستفادة من الدراسة في تأكيد دور وسائل الإعلام ومساهمتها في تغطية الفعاليات والأنشطة المسنين

ب. الإستفادة من نتائج الدراسة في الارتباط بين الاحتياجات المسنين والفعاليات القنوات العراقية

ج. تشخيص نقاط الضعف والقوة في المعلومات التي تقدمها الفضائيات العراقية فيما يتعلق السكان المسنين العراقية.

أسئلة الدراسة

السؤال الرئيسي

ما هو دور مشاهدة البرامج في قناة العراقية العراق على السلوك دعم قضايا المسنين جمهور الناصرية.؟

فرضيات الدراسة

الفرضية الرئيسية

مشاهدة البرامج في قناة العراقية العراق توجد تأثير على السلوك دعم قضايا المسنين جمهور الناصرية.

التعريف الاجرائية للمصطلحات

تعريف لمتغيرات الدراسة:

مفهوم المسنين: يعرف المسن في قاموس الخدمة الاجتماعية والخدمات الاجتماعية بأنه " الشخص الذي تخطى السن الرسمي للتقاعد. ترى الباحثة ان المفهوم الاجرائي للمسنين في ضوء الدراسة الحالية هو كالاتي:

المسن هو الذي تقدم في العمر ولم يجد احد يهتم به ويحتاج لمن يوفر له الحماية.

ان يكون مقيم داخل اسرته او بإحدى دور الرعاية للمسنين ولم يجد الرعاية والحماية الالزامية له.

المسن المهمل الذي يحتاج للحماية سواء من اسرته او من المنظمات الأهلية، يحتاج للمنظم الاجتماعية للدافع عن حقوقه

- الدور: هو مجموعة من المسؤوليات والأنشطة والصلاحيات الممنوحة لشخص أو فريق، ويمكن أن يكون لهما أدوار متعددة، على سبيل المثال، دور مدير التهيئة ومدير التغيير يمكن أن يقوم بها شخص واحد. **الفصل الثاني: الاطار النظري**

مفهوم التربية الإعلامية

تعرف التربية الإعلامية بانها فهم الجمهور لأليه عمل الاعلام، ومدى تأثيره على حياتنا وطرق تأثيره وطريقه استخدام الاعلام بصوره حكيمة وايجابيه.

يشير هويس (1998) الى ان التربية الإعلامية تشمل القدرة على الوصول الى المعلومات والقدرة على تحليل الرسائل وتقويمها وايصالها. في حين عرفها المجلس الدولي للتعليم والتلفزيون عام (1973): بانها دراسة وتدريب وتعلم الطرق الحديثة للاتصال والتعبير باعتبارها جزءا من نظام محدد ومستقل في نظريه التدريس وممارستها، ووجه اخر لاستخدام هذه الطرق كمساعدات للتدريس والتعلم في مجالات اخرى للمعرفة مثل الرياضيات والعلوم والجغرافيا.

ان مفهوم التربية الإعلامية منذ ظهوره وتبني وظائفه واهدافه وعملياته بين الناس في مختلف المراحل العمرية يعكس العلاقة العكسية بين عناصره او ما تسمى علاقه (الضد) وتجنب السلبيات ومقاومه الاضرار، حيث شملت التربية الإعلامية عدت تعاريف لتعدد وجهات النظر والتطور الاعلامي.

عرفها مؤتمر (فيينا، 1999) هي التعامل مع جميع رسائل الاعلام الاتصالية (كلمات صور ثابتة ومتحركة، رسوم) التي تقدمها تقنيات المعلومات والاتصالات المختلفة، حيث تمكن الافراد من فهم الرسائل الإعلامية ونتاجها واختيار الوسائل المناسبة للتعبير عن رسائلهم الخاصة.

اهداف التربية الإعلامية

ان التربية الاعلامية مجال حديث للدراسة يركز على تطبيق المعرفة، وايضا يهتم بتوجيه الجمهور لفهم وتحليل الرسالة الإعلامية.

تخلق التربية الإعلامية تكاملا غير مسبوق بين ما يتعلمه الطالب وما يحتاجه في الحياه اليومية، فالتربية الإعلامية لديها القدرة على نقل الطالب من التلقي السلبي الى التلقي الايجابي وتساعده على فهم القضايا الحياتية المختلفة. بهذا تكون التربية الإعلامية ساعدت على غرس المبادئ الأساسية للأعلام في نفوس الطلبة، عن طريق تزويدهم بالمشاركة الحيوية والخبرات

الفعالة للتعامل مع وسائل الاعلام التقليدية والرقمية، ايضا لها دور في مساعده الطالب على استكشاف شكل الاعلام ومحتواه.

نتيجة لتنوع معايير التربية الإعلامية ونظرياتها تعددت اهداف التربية الإعلامية وارتبطت مفاهيم اخرى: منها: الثقافة الإعلامية وتركيزا على المضامين والمعلومات التي يتلقاها طلاب الجامعات، الوعي الاعلامي، قد تجتمع التربية الإعلامية والمفاهيم التي ترتبط بها على ضرورة اكساب الجمهور المتلقي الفهم الناقد، التحليل، الاستنتاج والاختيار لكل ما يتفق مع مبادئ الفرد وقيمه والابتعاد عما يخالفه. سواء كان ذلك على المستوى المقروء والمسموع او المرئي او المكتوب.

كما ان التربية الاعلامية ليس هدفها فقط النظر الى وسائل الأعلام بمنظور واحد، بل تشجع وجهات النظر المختلفة، فجوهرها يركز على وقاية النشء والشباب من التأثيرات السلبية الناتجة من تعرضهم لوسائل الاعلام، ذلك يتم من خلال ارشادهم الى الانتقائية في التعرض للمضامين الإعلامية، وادراك المحددات الأساسية التي تحكم وسائل الاعلام.

حاول (Percival) اختزال الهدف من التربية الإعلامية من خلال نشر تعريف الاعلام للواقع وتقويم ادوات شاملة للطلبة لمساعدتهم على تطوير قدراتهم الذاتية ليصبحوا اشخاصا كبار ناضجين مسؤولين.

يمكن تحديد اهداف التربية الإعلامية في الاتي:

1. المحافظة على الهوية الثقافية ودعم مقومات الثقافة الوطنية والمحلية.
2. تمكين افراد المجتمع من فهم حركه النظم الإعلامية واهدافها واساليب تحقيق هذه الاهداف، واكسابهم مهارات استخدام الوسائل التي تعمل في اطار هذه النظم وعلاقه النظم، وعلاقة النظم الإعلامية بالنظم الاجتماعية الاخرى.
3. ملاحظه التطورات السريعة والمتلاحقة في تكنولوجيا الاتصال وبناء الشبكات والمجتمعات الافتراضية، والاستفادة منها بشكل جيد سواء كان للفرد او المجتمع.
4. تنمية المهارات التحليلية الناقدة للرسائل الإعلامية، بهدف تقوية قدرات الطلاب وخاصة الجامعيين كأفراد مستقلين ومستخدمين فاعلين لوسائل الاعلام.
5. التعبير عن الراي بكل موضوعيه وحرية دون قيود.
6. الاختيار الواعي للمحتوى الاعلامي والوسائل الإعلامية.

7. استخدام التقنيات الجديدة من اجهزه الحاسوب لمعالجه وانتاج المعلومات.

8. خلق تفكير ابداعي نقدي لدى كل فرد.

فقد اشار (سعد الدين) وهو احد الباحثين في مجال التربية الإعلامية لعدد من الاهداف

منها:

6. من خلال ما تقدمه الوسائل الإعلامية تمكن من تنميه نوع من المواقف او الحس

النقدي للطلاب.

7. التعرف على القضايا الراهنة في كاهه الميادين الفكرية والسياسية والاقتصادية

والاجتماعية والعلمية.

8. جعل الطلاب قادرين على التعبير عن آرائهم وانفسهم عن طريق اي وسيله اعلام.

وقد وصف لين (2011) اهداف التربية الإعلامية لشباب الجامعات الى:

• تشجيع الطلاب على تجربه ادوات الاعلام الرقمي.

• المساعد على فهم المصطلحات الإعلامية والوعي بالتطورات التكنولوجية.

• فهم طبيعة البيئة الإعلامية، وتشجيع الطلاب على التعرف على احدث تكنولوجيا الاعلام

وخدماته.

وجاء في مؤتمر فينا (1999) عددا من اهداف التربية الإعلامية والمبادئ التي يجب

السعي الى تحقيقها عن طريق تعليم افراد المجتمع وهي:

9. التعرف بمصادر النصوص الإعلامية ومقاصدها.

10. فهم مضمون الرسالة الإعلامية وتفسير وتحديد القيم التي تحملها.

11. تحليل وتقديم ونقد المحتوى الاعلامي.

12. توصيل الرسائل للجمهور المستهدف، وايضا اختيار وسائل الاعلام المناسبة للتعبير

عن الراي.

13. التواصل مع الاعلام او المحاولة لذلك الاتصال بهدف التلقي والانتاج.

وعلى الصعيد الاسلامي والعربي كانت محاوله ل (طالب عبد الجبار دوله 2009) بإضافة القيم الإسلامية ضمن اهداف التربية الإعلامية، كما رأى (مجيب عبد الله 2013) ان التربية الإعلامية ليست مجرد هدف يمكن اضافته كباقي الاهداف، انما تعتبر فلسفه كامنة في جوهر التربية العامة في المجتمع الاسلامي حيث تحكم جميع الاهداف ولا تتجاوز معها او بعدها هدفا اضافيا. في حين طالب (طلال الخيري 2009) بان يضاف الى اهداف التربية الإعلامية في المجتمعات الإسلامية: تحقيق الاعتزاز بالعقيدة، تنميه القيم الإسلامية، تنميه روح التسامح والتعايش الايجابي مع الاخرين.

على الرغم من تنوع الاهداف التي تهدف التربية الإعلامية لتحقيقها الا انه يمكن ان تكون مشتركة من بعيد في بعدين اساسيين: يتمثل البعد الاول في علاقه الفرد بالمضامين الإعلامية اختيارا واستهلاكا ومشاركه وتقييما، حيث يعتبر هذا البعد من اهم ما تقوم عليه التربية الإعلامية كاس لتحقيق اهدافها، اما البعد الثاني يتمثل في تفعيل العلاقة بشكل جيد بين النظام الاعلامي والنظام التربوي، بغية من اشترك الاعلام في العملية التربوية هذا من جانب ومن جانب اخر استغلال تقنيات الاعلام في العملية التربوية.

قناة العراقية

هي قناة موجهة لجمهورية العراق انطلق بث هذه القناة رسمياً في ١٧ شباط فبراير ٢٠١٩، متخذة من المحتوى الإعلامي الموجهة قوأمًا لبرامجها، وهي تقدم هذه البرامج للعائلة العراقية بكافة أفرادها، حيث شملت برامجها الجانب السياسي والكوميدي والترفيهي والمسابقات، ومن أبرز برمجها الكوميديا الاجتماعية كومه "دي"، وبرنامج "سهرية" مع الفنان حاتم العراقي والبرنامج الحواري الثقافي الفني "النهر الثالث" مع الفنانة آلاء الحسين، وبرنامج التوك شو "الليلة ويه دعدوش" مع الفنان إحسان دعوش والبرنامج الكوميدي المنوع "بث نكات". وبرنامج المرأة العراقية بيت " بيوتي" وبرنامج المرأة "خاص جداً وغيرها من البرامج.

نشأة قناة العراقية

لا بد أن نتعرف أولاً على مجموعة التي تنتمي لها قناة العراقية والتي تعني مركز إذاعة الشرق الأوسط، مركز تلفزيون الشرق الأوسط وهي شركة تلفزيونية عربية سعودية يمتلكها رجل الأعمال السعودي الوليد بن طلال، تقوم ببث قنوات تلفزيونية منوعة ترفيهية وغير ترفيهية، مقرها الرئيسي يتواجد حالياً في مدينة دبي في دولة الإمارات العربية المتحدة وتحديداً في مدينة دبي للإعلام وهي تحتوى على مجموعة القنوات التالية:

لمحة عامة عن وضع الإعلان لشبكات العراقيه

بدأت شبكة أو ما تعرف بمركز تلفزيون الشرق الاوسط ببيت ارسالها في 18 ايلول عام 1991، من مدينة لندن ولمدة ستة ساعات يومياً، وتعد قناة الشرق الاوسط أقدم القنوات الفضائية العربية، وتعود ملكية الشبكة إلى المستثمر السعودي وليد الابراهيم، بتمويل من مجموعة آرا الدولية السعودية، المملوكة للشيخ وليد بن ابراهيم الابراهيم والشيخ صالح كامل صاحب شركة دلة البركة في جدة.

ولا بد من الإشارة إلى أن قنوات العراقيه اثارت الكثير من الجدل والغموض حول دوافعها وأهدافها، والغايات التي تعمل لتحقيقها، من خلال نوعية البرامج والمسلسلات التي تعرضها، وحتى الأخبار التي تنتقى وتذاع فيها بطريقة درامية غير معتادة، ونوعية الافلام التي تذييعها والتي تجاوزت الخطوط الحمراء، لاسيما الاعلانات التي تتخلل تلك البرامج بشكل عام، وبينت دراسة أجريت على القناة بهدف الاجابة على سؤالين هما هل لهذه القنوات اتجاه فكري وسياسي محدد؟ وهل هناك توجه لمحاربة التدين ومظاهره في برامج هذه القنوات؟، وبعد أن رصدت الدراسة بشكل عشوائي 8 ساعات من بث القناة تبين أن معظم برامجها امريكية الصنع والمنشأ، وتهدف إلى تلميع المجتمع الامريكي، ونشر القيم الأمريكية في المجتمعات العربية والاسلامية، وبينت الدراسة نفسها، أن القنوات تدعو إلى الانحلال والانفلات عن القيم والمعتقدات الدينية، وانها تسوق لإثارة الشهوات الجنسية من خلال اعلاناتها التجارية.¹

واشارت الدراسات إلى أن اعلانات قنوات العراقيه تعبر عن واقع حياة افتراضي للجمهور العربي، فالإعلانات جميعها متفائلة وتشير إلى الفرح والمسرات، بينما واقع حياة الجمهور العربي توترت وصراعات سياسية يومية، وتقدم الاعلانات حياة سعيدة بالحصول على البشارة الناعمة، في ظروف بعيدة عن المشاكل والاضطرابات التي تعاني منها الشعوب العربية، منها مشكلة البطالة وانخفاض القدرة الشرائية، وتركز اعلانات هذه القنوات على قضايا الجندر.²

النظريات المعتمدة

اعتمد البحث على النظريات الاتية:

نظرية الغرس الثقافي

تعد نظرية الغرس الثقافي احدى نظريات التأثير المعتدل لوسائل الاتصال، وقد نشأت في الولايات المتحدة الأمريكية، وقدمت تصوراً للأفكار الخاصة بعمليات بناء المعنى وتشكيل حقائق التعلم والحقائق الاجتماعية عن طريق الملاحظة، من خلال التأكيد على قدرات وسائل الإعلام في

تشكيل معارف الأفراد والتأثير في استيعابهم للحقائق التي تحيط بهم، خاصة الأفراد الذين يتعرضون لوسائل الإعلام بكثافة كبيرة. وكان السبب الرئيسي لظهور النظرية لمواجهة موجات الجرائم والعنف والاعتقالات التي اجتاحت الولايات المتحدة الأمريكية في ستينيات القرن العشرين، بعد أن ربط أفراد المجتمع الأمريكي ظهور تلك الموجات مع الانتشار الواسع للتلفزيون، ما حدا بالباحثين اجراء الدراسات العديدة للكشف عن العلاقة بين مشاهدة التلفزيون وارتفاع معدلات السلوك العدواني لدى الأفراد.³

مفهوم الغرس الثقافي

الغرس هو ما تفعله الثقافة بنا، والثقافة هي الوسيط الذي تعيش فيه الانسانية وتتعلم من خلاله، والغرس الثقافي هي العملية التي تهتم باكتساب المعرفة أو السلوك عن طريق الوسيط الثقافي الذي يعيش فيه الانسان، وتقوم البيئة الثقافية بعملية التشكيل والاكساب والبناء للمفاهيم أو الرموز الثقافية في المجتمع، واحتلت تكنولوجيا الاتصال ووسائل الإعلام مكاناً بارزاً في عالمنا الثقافي المعاصر بأدواته وتأثيراته، وقد سعت المجتمعات التي تريد التطور والتقدم إلى مناقشة القضايا الثقافية الجماهيرية وغرس المعاني وتدني الذوق والافكار التي تسهم في تدعيم الوضع القائم و سيطرة أصحاب المصالح على توجيه الثقافة الجماهيرية بما يتفق مع مصالحهم، لاسيما في مراحل التغير العقائدي والفكري، وكذلك اختبار فروض هذه النظرية في مجال انتشار المعاني والأفكار الغريبة عن المجتمع، وتدعيم التغيير لمصلحة الثقافات الخارجية.⁴

وتحدث عملية الغرس عبر النقل المكثف للصور الرمزية للأحداث، فتتكون الثقافة التي هي عبارة عن وعاء من الصور الذهنية والرموز التي تنظم المواقف والعلاقات الاجتماعية، وتتضمن عملية الغرس عنصرين أساسيين هما: التعلم العرضي غير المقصود، ومهارات الاستدلال المعرفي، فأن اهتمام المشاهد بما يراه في القنوات التلفزيونية إلى تعلم قيم التلفزيون وحقائقه، وتصبح برامج التلفزيون مصدراً لمعلوماته عن الواقع الاجتماعي.

فروض نظرية الغرس الثقافي

ما يلي فروض نظرية الغرس الثقافي⁵:

- أ. يحدث الغرس عن طريق التلفزيون نتيجة التعرض والاستعمال غير الانتقائي.
- ب. يزيد حدوث الغرس لدى المتلقين الذين يعتقدون بأن الدراما التلفزيونية واقعية، وتسعى إلى تقديم حقائق واقعية وليست خيالية.

ج. يقدم التلفزيون عالماً متمثالاً من الصور الرمزية الموحدة عن المجتمع، والرسائل الموحدة، المشابهة للواقع الحقيقي.

د. الأفراد الذين يتعرضون لبرامج التلفزيون بدرجة كثيفة هم أكثر استعداداً لتبني معتقدات عن الواقع الاجتماعي تتطابق مع الانماط الثقافية والأفكار والصور الذهنية التي تقدمها برامج التلفزيون عن الواقع الفعلي للمجتمع.

النماذج المفسرة لعملية الغرس

أ. نموذج هوكنز وبنجري: وجد الباحثان أن العلاقة بين التلفزيون وبناء الواقع الاجتماعي علاقة متبادلة، وأن التلفزيون يمكنه أن يعلم عن الواقع وفق عنصرين، العنصر الأول هو التعلم الذي يشمل القدرات والمهارات الشخصية واستراتيجيات التركيز والاندماج في المشاهدة. أما العنصر الثاني فهو البناء الذي يتضمن الخبرة الشخصية والمكونات الاجتماعية مثل الأسرة والأصدقاء والرفاق والجماعات.

ب. نموذج بوتتر: ويرى هذا النموذج أن عملية الغرس تضم أربعة عمليات فرعية

1. التعلم: وهي العلاقة بين التعرض للتلفزيون وإدراك العالم التلفزيوني.

2. البناء: وهي علاقة إدراك العالم التلفزيوني والعالم الحقيقي.

3. التعميم: وهي العلاقة بين المستويين الأول والثاني عن الموضوع نفسه والتي تستعمل كأداة لمعتقدات الأفراد حول العالم الكلي.

4. الغرس: وهي العلاقة بين قياسات العالم الحقيقي وبين مشاهدة التلفزيون.⁶

نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام

تعود نشأة نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام إلى سبعينيات القرن العشرين، وقائمة على أساس وجود علاقة قوية بين وسائل الإعلام والجمهور والنظام الاجتماعي، أي أن استخدام وسائل الإعلام لا يحدث بمعزل عن المجتمع، أو بمعزل عن تأثيراته، لكن قدرة وسائل الإعلام التأثيرية تزداد كلما نقلت المعلومات بشكل متميز ومكثف، وتعتبر هذه النظرية من نظريات التأثير المعتدل،⁷ ويهدف نموذج الاعتماد إلى تفسير متى؟ ولماذا يتعرض الأفراد لوسائل الإعلام؟ وتأثيرات هذا التعرض على معتقداتهم وسلوكهم تفسيراً للطرق التي يستعمل بها الجمهور وسائل الإعلام لتحقيق أهدافهم.⁸

ركائز نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام

تستند علاقة الاعتماد على وسائل الإعلام إلى ركيزتين أساسيتين هما⁹:

- أ. الأهداف: لكي تتحقق للأفراد والمنظمات والجماعات أهدافهم الاجتماعية والشخصية، فعليهم الاعتماد على موارد يسيطر عليها جماعات أو أشخاص أو منظمات أخرى والعكس صحيح.
- ب. المصادر: تسعى الجماعات والأفراد، والمنظمات إلى مصادر مختلفة لتحقيق أهدافهم، وتعتبر وسائل الإعلام نظام معلومات يسعى اليه أفراد المجتمع والمنظمات لبلوغ أهدافهم.

فروض نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام

تقوم النظرية على الفروض الآتية¹⁰:

- أ. تختلف درجة استقرار النظام الاجتماعي وتوازنه نتيجة التغيرات المستمرة، وتزداد أو تقل الحاجة للمعلومات وفقاً لهذه التغيرات، فتزداد الحاجة للمعلومات عند عدم استقرار المجتمع، ويعتمد الأفراد بشكل أكبر على وسائل الإعلام في حالة عدم الاستقرار.
- ب. يزداد اعتماد أفراد المجتمع على النظام الإعلامي في حالة اشباع هذا النظام لحاجاتهم، وتقل درجة الاعتماد على النظام الإعلامي عندما تتوفر مصادر أخرى بديلة للمعلومات.
- ج. يختلف اعتماد أفراد المجتمع على وسائل الإعلام نتيجة اختلاف أهدافهم ومصالحهم وحاجاتهم الفردية.

علاقة الاعتماد بين الأفراد ونظم وسائل الاعلام

ينشئ الأفراد علاقات اعتماد على وسائل الإعلام وتوجههم أهدافهم في ذلك، وبعض هذه الأهداف توصلهم إلى مصادر تسيطر عليها وسائل الاتصال الجماهيرية، فيتأثرون بدوافع النمو والبقاء في مراحلهم العمرية المختلفة لتحقيق ثلاثة أهداف رئيسية هي الفهم الذي يشمل المعرفة من أجل التعلم، الذي يساعدهم على معرفة أشياء عن البيئة المحيطة بهم، والهدف الثاني هو التوجيه الذي يتضمن توجيه ذاتي مثل المشاركة السياسية، واتخاذ القرارات، وللحصول على دلالات كيفية التعامل مع مواقف جديدة، اما الهدف الرئيسي الثالث فهو التسلية والتي يطلق عليها التسلية المنعزلة مثل الترفيه والتسلية الاجتماعية والاستتارة والاسترخاء.¹¹

نظرية الاستخدامات والاشباعات

ترجع أصول ونشأة هذه النظرية إلى بداية اهتمام الباحثين بالاشباعات التي تقدمها وسائل الإعلام الجماهيرية للمتلقين، وعلى الرغم من أن البحوث قد اهتمت في بداية الأمر بالتأثيرات قصيرة المدى لوسائل الإعلام من المنظور التاريخي، لكنها بدأت في أربعينيات القرن العشرين بالدمج بين علم الاجتماع والاعلام، وتركيزها على اختلافات تأثير مضمون وسائل الإعلام على المتلقين.¹²

فروض نظرية الاستخدامات والاشباعات

تتلخص فروض نظرية الاستخدامات والاشباعات بما يلي¹³:

- أ. يعتبر جمهور وسائل الإعلام جمهوراً نشطاً، يمتلك دوافع وأهداف وحاجات يتوجه من خلالها إلى استعمال وسيلة معينة لاشباعها سواء كانت وسيلة اعلامية أو غيرها.
- ب. ينتقي الجمهور الوسيلة الإعلامية التي يتوقع حصوله منها ما يشبع رغباته.
- ج. للعوامل النفسية والاجتماعية تأثير في تحديد كيفية استعمال الجمهور لوسائل الإعلام، وتحدد نوعية الوسائل كذلك.
- د. إنَّ التأثيرات التي تخلفها وسائل الإعلام في البنية الاجتماعية والسياسية والثقافية والاقتصادية للمجتمعات والأفراد، تختلف من مجتمع لآخر، ومن فرد لآخر، حسب المرجعيات الاجتماعية السائدة في المجتمعات.
- هـ. إنَّ اختلاف خصائص وسائل الإعلام تكون عاملاً تنافسياً بينها، وقد تكون عامل جذب للأفراد، ويعتمد ذلك على الحالات النفسية والظروف الاجتماعية المحيطة بكل فرد، وقد تتنافس وسائل الإعلام مع مصادر غير اعلامية لإشباع حاجات الجمهور.

أهداف نظرية الاستخدامات والاشباعات

تهدف النظرية إلى تحقيق ثلاثة أهداف رئيسية¹⁴:

- أ. التعرف على كيفية استعمال الأفراد لوسائل الإعلام، لكون الفرد هو من يقوم بانتقاء الوسيلة الإعلامية والبرامج التي يتعرض لها وفقاً لتوقعاته وحاجاته.
- ب. شرح دوافع الاستعمال والتفاعل الناتج عنه.

ج. فهم العملية الاتصالية من خلال التأكيد على نتائج استخدام وسائل الاتصال.

الفصل الثالث: منهجية الدراسة

في هذا الفصل، سوف ندرس طريقة البحث. يتم تحديد المجتمع والعينة الإحصائية ويذكر عدد المجتمع الإحصائي والعينة، كما سيتم ذكر طريقة أخذ العينات.

تم تقديم تفسيرات حول أداة جمع البيانات والتحقق من صحتها وموثوقيتها، وكتبت العلاقة بين أسئلة الاستبيان والفرضيات، وأخيراً نتحدث عن الأساليب والاختبارات الإحصائية المستخدمة في الفصل الرابع.

منهج البحث

يعد منهج الدراسة الطريقة التي تتبع للكشف عن الحقائق بواسطة استخدام مجموعة من القواعد العامة ترتبط بتجميع البيانات وتحليلها حتى يصل الباحث إلى نتائج ملموسة وبما أن المعرفة العلمية معقدة، لذا كان من الواجب على العلماء والباحثين أن يتبعوا المناهج لتسهيل الدراسة والإلمام بحيثيات الموضوع المدروس وظهور هذه المناهج ساهم بقدر كبير في الدراسات النفسية والاجتماعية وحتى الدراسات التطبيقية.

ويندرج هذا البحث من ضمن البحوث الوصفية، إذ استخدم الباحث المنهج الوصفي المسحي؛ لكونه من أكثر المناهج ملاءمة لمثل هذا النوع من البحوث، ويهدف هذا النوع من الدراسات إلى جمع المعلومات اللازمة لإعطاء وصف لأبعاد أو متغيرات الظاهرة المدروسة، عن طريق تحديد ماهية الأشياء، وتتفاوت درجة الوصف المطلوبة من دراسة لأخرى وفقاً لهدف الدراسة وتساؤلاتها، فالباحث الذي يستخدم المنهج الكمي مثلاً لمجرد محاولة تحديد حجم جمهور الإذاعة في مدينة من المدن قد لا يحتاج سوى معرفة نسبة شريحة أولئك الجمهور من العدد الإجمالي، وهذه مهمة يسيرة مقارنة بباحث آخر يريد أن يعطي وصفاً لخصائص أولئك الجمهور بالتفصيل؛ بمعنى أن يوفر ملفاً شاملاً وفقاً لمتغيرات محددة مثل الجنس، والعمر، والحالة الاجتماعية، وساعات الاستماع، والبرامج المفضلة... إلخ، كما ويعد المنهج الوصفي المسحي من أبرز المناهج المستخدمة في البحوث العلمية للحصول على البيانات وتحليلها وتفسيرها عن طريق تصميم الباحث استمارة الاستبانة كأداة لمعرفة دور قناة العراقية في دعم قضايا المسنين كما استخدم الباحث المنهج المسحي باعتباره أفضل المناهج ملائمة للدراسات الوصفية في مجال الدراسات الإعلامية، لكونه أسلوب مناسب لجمع البيانات يتم عن طريقه الحصول على المعلومات مباشرة من الأفراد الذين يتم اختيارهم ليكونوا بمثابة أساس للوصول إلى استنتاجات عن المجتمع البحثي موضع البحث.

مجتمع الدراسة

يجب على الباحث أن يحدد مجتمع الدراسة بعد انتهائه من تحديد مشكلتها، وذلك لأن مجتمع الدراسة يمثل مصدر المعلومات، وهو مجموعة كبيرة ومحددة من الأفراد أو العناصر التي تمتلك صفة مشتركة واحدة أو أكثر، وتحدد هذه الصفة بواسطة معايير أخذ العينة التي وضعها الباحث، ويمثل مجتمع الدراسة التركيز الرئيسي للبحث العلمي، وهو المجتمع الاحصائي الذي تجري عليه الدراسة، ويشمل جميع مفردات الدراسة ويرتبط ارتباطاً وثيقاً بمشكلة البحث، ويعد المجموعة الكلية من العناصر التي يعتمد الباحث عليها في تعميم النتائج ذات العلاقة بالمشكلة محل البحث.¹⁵

وتكون مجتمع هذه الدراسة مجتمع البحث في هذه الدراسة، نظراً إلى موضوع البحث هو «جمهور الناصرية». فهذه الميزة هي الميزة أو الصفة المشتركة لمجتمع البحث، ولكن توجد لكل من جمهور الناصرية وجهات نظر مختلفة حول دور مشاهدة برامج قناة العراقية على السلوك دعم قضايا المسنين بحيث دفع هذا الأمر الباحث لدراسة هذه الفروق في البحث الحاضر.

عينة الدراسة

تعرف عينة الدراسة بأنها ذلك الجزء من المجتمع الذي يجري اختيارها وفقاً لقواعد وطرق علمية محددة، لتمثل مجتمع الدراسة تمثيلاً وافياً،¹⁶ وتكونت العينة من (397) فرداً من مختلف أفضية الناصرية طبقاً لقانون كوكران.¹⁷

فعينة البحث في هذه الدراسة هي «بعض من جمهور»؛ وتم اختيارهم بالطريقة العشوائية الطبقية.¹⁸ وفي هذه الطريقة قمنا أولاً بتصنيف أفراد المجتمع إلى فئات مختلفة (مثل الرجال والنساء) وبعد من كل طبقة، إختارنا عينة الأشخاص بشكل عشوائي بطريقة بسيطة بمعنى أن يتمتع فيه جميع أفراد المجتمع من فرص متساوية للاختيار؛ ويتم اختيار كل فرد بصورة مستقلة عن الآخرين. وقد سعى الباحث الى اختيار العينة وفقاً للعدد المحدد من قبل قانون كوكران. إن قانون كوكران لاختيار العينة يكون على الشرح التالي:

$$n = \frac{\frac{z^2 pq}{d^2}}{1 + \frac{1}{N} \left[\frac{z^2 pq}{d^2} - 1 \right]}$$

حيث:

- تبلغ قيمة z عند مستوى ثقة 95%، 96.1.

- d هو مقدار الخطأ المسموح به، والذي يعتبر عادةً بمقدار يساوي 0.05.

- N هو حجم المجتمع.

- Pq هي حالة تجانس الأشخاص في المجتمع؛ فكلما زادت درجة التجانس بين أفراد المجتمع، كان حجم العينة الذي نحتاجه أصغر. لكن إذا لم تكن لدينا معلومات عن حالة المجتمع، فسناًخذ p و q قيمة تعادل 0.5.

حسب الصيغة أعلاه فالعدد المحدد هو 384. وعلى هذا الأساس تم توزيع الاستبيان الكترونياً على ما يقرب من 400 مواطن من جمهور الناصرية وحصل الباحث على 397 عدد منها تمت دراستها في البحث الحاضر.

متغيرات البحث

سيتم في هذا القسم من الدراسة شرح متغيرات الاستبيان والرموز المستخدمة لها في البحث ومن ثم بعد تحليلها سنتم دراسة أسئلة البحث واختبار فرضياتها. فقد تشكل استبيان هذا البحث من ثلاثة محاور على الشرح التالي:

- المحور الأول: المعلومات الديمغرافية التي تشتمل على دراسة الجنس، العمر، المهنة، التحصيل الدراسي، مكان السكن، الحالة الاجتماعية ومعدل الدخل.
 - المحور الثاني: أنماط مشاهدة قناة العراقية العراق وقد تكوّن هذا المحور من 5 فقرات.
 - المحور الثالث: السلوك دعم قضايا المسنين لجمهور قناة العراقية. فقد تشكل هذا المحور من الاستبيان حسب النموذج التصوري المختار للبحث من أربعة أبعاد على الشرح التالي:
 - مستوى وعي الجمهور دعم قضايا المسنين ؛ وجاء هذا البعد في الاستبيان في 8 فقرات.
 - درجة اهتمام الجمهور دعم قضايا المسنين ؛ وجاء هذا البعد في الاستبيان في 10 فقرات.
 - الدافع دعم قضايا المسنين ؛ وجاء هذا البعد في الاستبيان في 8 فقرات.
 - القرار دعم قضايا المسنين ؛ واشتمل هذا البعد على 9 فقرات في الاستبيان.
- في البداية ستتم دراسة المحور الأول.

المحور الأول: استعرضت المتغيرات الديمغرافية

التي نظرا إلى أهداف البحث ستتم دراستها في البحث الحاضر في الجدول التالي.

جدول رقم المتغيرات الديمغرافية

الرقم	المتغير	مقياس المتغير	رمز المتغير
1	الجنس	Nominal - إسمي	SEX
2	العمر	Ordinal - ترتيبية	AGE
3	المهنة	Nominal - إسمي	GOB
4	التحصيل الدراسي	Ordinal - ترتيبية	EDU
5	مكان السكن	Nominal - إسمي	LIVING
6	الحالة الاجتماعية	Nominal - إسمي	SOCIAL
7	معدل الدخل	Ordinal - ترتيبية	INCOME

سيتم تحليل وتفسير وضعية هذه المتغيرات للعينة في الفصل الرابع. وفي نهاية فصل الرابع، تؤخذ هذه المتغيرات بعين الاعتبار بصفقتها «المتغيرات المعدلة» للوصول إلى إجابة هذا

السؤال وهو ما هو الفرق في دور مشاهدة برامج قناة العراقية العراق على السلوك دعم قضايا المسنين لدى جمهور الناصرية حسب معلوماتهم الديمغرافية؟

المحور الثاني: أنماط المشاهدة

تكوّن هذا المحور من محاور الاستبيان من 5 فقرات تتعلق بأنماط مشاهدة برامج قناة العراقية العرا. واستعرضت هذه الفقرات في الجدول التالي:

جدول محاور الاستبيان

رمز الفقرة	مقياس الفقرة	الفقرة	المحور
M2_1	Ordinal- ترتيبي	أتابع برامج قناة العراقية العراق	انماط المشاهدة
M2_2	Ordinal- ترتيبي	معدل مشاهدة برامج قناة العراقية اليومي	
M2_3	Ordinal- ترتيبي	الفترة الزمنية التي تشاهد فيها برامج قناة العراقية	
M2_4	Ordinal- ترتيبي	أشاهد الإعلانات في قناة العراقية	
M2_5	Nominal- إسمي	أشاهد الإعلانات في قناة العراقية برفقة	

يتعلق القسم التالي الذي ستم دراسته بالسلوك دعم قضايا المسنين ؛ الذي يحتوي على أربعة أبعاد هي «مستوى وعي الجمهور دعم قضايا المسنين»، «درجة اهتمام الجمهور دعم قضايا المسنين»، «الدافع دعم قضايا المسنين» و «القرار دعم قضايا المسنين»

المحور الثالث: السلوك دعم قضايا المسنين

رمز الفقرة	مقياس الفقرة	الفقرة	المؤشر
M3_1	Ordinal- ترتيبي	إنّ تكرار عرض البرنامج دعم قضايا المسنين يؤثر على مستوى وعي بها	مستوى وعي الجمهور دعم قضايا المسنين
M3_2	Ordinal- ترتيبي	إنّ التركيز على دعم قضايا المسنين يؤثر في مستوى وعي بالقضايا الصحيه المسنين	

M3_3	Ordinal- ترتيبى	انّ استخدام المشاهير المسنين للسلعة أو الخدمة المعروضة في الاعلان يؤثر في مستوى وعيى بها	
M3_4	Ordinal- ترتيبى	(انّ استخدامات الرسومات الفوتوغرافية لدعم قضايا المسنين عنها يؤثر في مستوى وعيى بها	
M3_5	Ordinal- ترتيبى	تضمن البرامج قصص مؤثرة وعاطفية ترتبط المسنين عنها يؤثر في مستوى وعيى بها	
M3_6	Ordinal- ترتيبى	مقارنة الاعلان و البرامج دعم قضايا المسنين فى المعلن عنها مع حقايق والخدمات المتوفرة في الواقع يؤثر في مستوى وعيى بها	
M3_7	Ordinal- ترتيبى	كلما كان البرامج جذاباً يزيد وعيى بالقضايا المسنين قضايا المسنين عنها	
M3_8	Ordinal- ترتيبى	عندما تتوافق قضايا المسنين المعروضة في الاعلان او البرنامج قضايا المسنين مع ثقافتى يزيد وعيى بها	
M4_1	Ordinal- ترتيبى	تأكيد المسنين في البرنامج يثير اهتمامى بها	درجة اهتمام الجمهور دعم قضايا المسنين
M4_2	Ordinal- ترتيبى	تحقق المنافع المسنين في البرنامج يثير اهتمامى بها	
M4_3	Ordinal- ترتيبى	تضمن الاعلان او البرنامج لخدمة ما بعد البيع في الاعلان مع المحوريت المسنين يثير اهتمامى بها	
M4_4	Ordinal- ترتيبى	عرض شهادة جودة السلعة أو الخدمة في دعم قضايا المسنين يثير اهتمامى بها	
M4_5	Ordinal- ترتيبى	استخدام شهادة المسنين للسلعة أو الخدمة في البرنامج يثير اهتمامى بها	
M4_6	Ordinal- ترتيبى	عرض سهولة استخدام و حمايه المسنين في البرنامج يثير اهتمامى بها	
M4_7	Ordinal- ترتيبى	تحديد اماكن في دعم قضايا المسنين يثير اهتمامى بها	

دور قناة العراقية في دعم قضايا كبار السن

M4_8	Ordinal- ترتيبى	عندما تتوافق السلعة أو الخدمة المعروضة في البرنامج مع احتياجاتى فى المسنين يزداد اهتمامى بها	
M4_9	Ordinal- ترتيبى	اهتم البرنامج أو الخدمة المعروضة شعرت بأنها فى دعم قضايا المسنين	
M4_10	Ordinal- ترتيبى	اهتم بمشاهدته البرنامج المعروضة فى الاعلان إذا شعرت بأنها حمايه فى دعم قضايا المسنين	
M5_1	Ordinal- ترتيبى	يدفعنى الاعلان و البرنامج لجمايه دعم قضايا المسنين المعلن عنها لتقليد أصدقائى	الدافع الشرائى دعم قضايا المسنين
M5_2	Ordinal- ترتيبى	يدفعنى الاعلان او البرنامج لشراء السلعة أو الخدمة المعلن للمسنين	
M5_3	Ordinal- ترتيبى	يدفعنى الاعلان للحمايه دعم قضايا المسنين عنها	
M5_4	Ordinal- ترتيبى	يدفعنى القناه دعم قضايا المسنين عنها عندما اشعر بأنها تعزز مكانتى الاجتماعيه	
M5_5	Ordinal- ترتيبى	يدفعنى الاعلان او البرنامج قناة العراقية فى دعم قضايا المسنين لشراء السلعة أو الخدمة المعلن عنها	
M5_6	Ordinal- ترتيبى	يدفعنى الاعلان دعم قضايا المسنين عنها عندما اشعر بانها توفر لى الراحة النفسية	
M5_7	Ordinal- ترتيبى	يدفعنى دور قناة العراقية فى دعم قضايا المسنين عنها لتلبية طموحاتى	
M5_8	Ordinal- ترتيبى	يدفعنى الاعلان فى دعم قضايا المسنين اذا جعلت حياتى أسهل	
M6_1	Ordinal- ترتيبى	اتخذ قرارى بشراء السلعة أو الخدمة المعلن عنها فى الاعلان أو عدم شرائها بناء على فى دعم قضايا المسنين	دعم المسنين القرارى قضايا
M6_2	Ordinal- ترتيبى	اتخذ السلعة أو الخدمة المعلن عنها عندما توفر لى أفضل من فى دعم قضايا المسنين	

M6_3	Ordinal- ترتيبى	اتخذ قرارى بشراء أو عدم الشراء السلع والخدمات المعروضة في الاعلان بعد مقارنة حمايه او عدم حمايه دعم قضايا المسنين
M6_4	Ordinal- ترتيبى	اقرر شراء السلعة المعلن عنها إذا وفر الاعلان لي معلومات كافية في دعم قضايا المسنين
M6_5	Ordinal- ترتيبى	اقرر شراء السلعة المعلن عنها إذا وفر الاعلان لي معلومات كافية في دعم قضايا المسنين
M6_6	Ordinal- ترتيبى	يعتمد قرار في دعم قضايا المسنين للسلع والخدمات المعلن عنها على مدى ثقتي بالعلامة التجارية للقناه
M6_7	Ordinal- ترتيبى	اتخذ قرار في دعم قضايا المسنين عنها عندما اطمأن بأن قرارى صحيحاً بالاعتماد على المعلومات التي يقدمها البرنامج لي
M6_8	Ordinal- ترتيبى	اقرر في دعم قضايا المسنين بناء على نصيحة الاصدقاء أو العائلة
M6_9	Ordinal- ترتيبى	اقرر شراء السلعة أو الخدمة المعلن عنها عندما يتوفر مال فائض لدي

واختار الباحث لكل فقرة من الاستبانة خيارات ليكرت الخماسي التالية لكي يقوم بتحليل وتفسير البيانات المرتبطة بدور مشاهدة برامج قناة العراقية على السلوك دعم قضايا المسنين لدى جمهور الناصرية.

لا	اتفق قليلاً	اتفق بدرجة متوسطة	اتفق	اتفق جداً
----	-------------	-------------------	------	-----------

فقد استخدمنا في تفسير النتائج الحاصلة من مقياس ليكرت إضافة إلى التكرارات والنسبة المئوية، المتوسط الحسابي والانحراف المعياري. وعلى رغم من أن المعطيات والبيانات الحاصلة

من مقياس ليكرت هي مقاييس ترتيبية (Ordinal Scales) ومنطقيا لايمكن محاسبة المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لها ولكن الكثير من علماء الاجتماع يتعاملون مع البيانات الحاصلة من مقياس ليكرت كالبيانات النسبية (Ratio Scales) لأن ما يهمهم هو كشف اتجاهات إجابات المستجيبين.¹⁹ واستخدم المتوسط الحسابي لمعرفة متوسط إجابات أفراد عينة الدراسة على فقرات الاستبيان ولأن المدى للمتوسط الحسابي من 5-1 مستويات فلذا يتم تحليل وتفسير حجه وفقاً للجدول التالي:

جدول المتوسط الحسابي

مقياس ليكرت	1	2	3	4	5
مستوى المتوسط الحسابي	من 1 إلى 1.80	من 1.81 إلى 2.6	من 2.61 إلى 3.40	من 3.41 إلى 4.20	من 4.21 إلى 5
التفسير	منخفض جداً	منخفض	إلى حد ما	مرتفع	مرتفع جداً

يشير الانحراف المعياري أيضاً إلى مدى التشتت المطلق بين أوساطها الحسابية؛ لأن له وحدة قياس المتغيرات. نظراً إلى أننا اخترنا مستوى تغيير السلوك في مقياس ليكرت الخماسي 8.0 فلذا سيتم تحليل وتفسير الانحراف المعياري في المستويات الثلاثة التالية:

جدول الانحراف المعياري

الانحراف المعياري لمقياس ليكرت	1	2	3
المستوى	أقل من 0.8	من 0.81 إلى 1.6	أكثر من 1.6
التفسير	الخلاف القليل بين آراء المستجيبين	الخلاف إلى حد ما بين آراء المستجيبين	الخلاف الشديد بين آراء المستجيبين

1. اختبار صدق الاستبانة (Validity)

الهدف من صدق الاستبانة هو معرفة ميزان دقة واتقان أداة الدراسة تناسباً مع أهداف الدراسة؛ وهذا يعني أن أداة البحث (في هذه الدراسة هي فقرات الاستبانة) تقوم بقياس ما يسعى الباحث إلى إجابته؛ فكلما كان ميزان صدق الاختبار أو صدق التحليل والبحث أعلى كانت النتيجة أقرب إلى الواقعية. وأكثر الأساليب المعروفة لاختبار صدق الاستبانة هي المراجعة إلى من لهم المعرفة حول موضوع الدراسة من المختصين.

والمحكمون الأكاديميون حسب اللقب العلمي في هذه الدراسة:

2. ثبات استمارة الاستبانة:

يقصد بالثبات اختبار ثبات أداة جمع المعلومات والبيانات للتأكد من درجة الاتساق العالية لها بما يتيح قياس ما تقيسه من ظواهر ومتغيرات بدرجة عالية من الدقة، والحصول على نتائج متطابقة أو متشابهة إذا تكرر استخدامها أكثر من مرة في جمع المعلومات نفسها أو في قياس الظواهر والمتغيرات، سواءً من المبحوثين أنفسهم أو من مبحوثين آخرين، وسواءً استخدمها باحث واحد أو باحثين عدة في أوقات أو ظروف مختلفة.

ويمكن حساب الثبات بطرائق عديدة: الثبات بطريقة التجزئة النصفية: تقوم فكرة التجزئة النصفية على أساس قسمة فقرات المقياس إلى نصفين متجانسين. معامل ألفا (للاتساق الداخلي: إنَّ معامل ألفا يزودنا بتقدير جيد في أغلب المواقف وتعتمد هذه الطريقة على اتساق أداء الفرد من فقرة إلى أخرى. و هذا المعامل من أحد أهم طرق تقييم ثبات استمارة الاستبانة. فعادةً القيم الإيجابية الأعلى من 6.0 تؤخذ بعين الاعتبار مناسبة وإن كانت هذه القيم أقل من 6.0 فهي مبينة للتباين وعدم التجانس الكثير فلذا يجب تغيير الاستبانة واستبدالها. فلهذا الغرض قد تمَّ في البداية اختبار بدائي بتوزيع الاستبيان بين 40 شخصاً ليتمَّ محاسبة ميزان ثبات استمارة الاستبانة في مؤشراتها المختلفة. استخرج في الجدول التالي معامل ألفا كرونباخ باستخدام برنامج SPSS:

جدول معامل ألفا كرونباخ

قيمة ألفا كرونباخ	طريقة الاستخراج	المؤشر
638.0	(M3_1, M3_2, M3_3, COMPUTE Awareness =mean M3_4, M3_5, M3_6, M3_7, M3_8)	مستوى وعي الجمهور دعم قضايا المسنين
634.0	(M4_1, M4_2, M4_3, COMPUTE Attention =mean M4_4, M4_5, M4_6, M4_7, M4_8, M4_9, M4_10)	درجة اهتمام الجمهور دعم قضايا المسنين
626.0	(M5_1, M5_2, M5_3, COMPUTE Motivation =mean M5_4, M5_5, M5_6, M5_7, M5_8)	الدافع دعم قضايا المسنين
610.0	(M6_1, M6_2, M6_3, COMPUTE Decision =mean M6_4, M6_5, M6_6, M6_7, M6_8, M6_9)	القرار دعم قضايا المسنين

659.0	(Awareness, COMPUTE Consumption=mean Attention, Motivation, Decision)	السلوك دعم قضايا المسنين
-------	---	-----------------------------------

يظهر من الجدول أعلاه أنّ جميع معاملات ألفا كرونباخ للمؤشرات أعلاه تكون أعلى من 6.0 وهذا يدل على ثبات أداة الدراسة وثقة نتائج البحث. وقد منحت درجة الأهمية لبعض الفقرات لأهميتها في تقييم صلاحية المؤشرات؛ ففي صياغة مؤشر مستوى وعي الجمهور دعم قضايا المسنين منحت فقرة M3_3 الدرجة الـ4، وفي صياغة مؤشر درجة اهتمام الجمهور دعم قضايا المسنين منحت فقرة M4_10 الدرجة الـ5، وفي صياغة مؤشر الدافع دعم قضايا المسنين منحت فقرة M5_3 الدرجة الـ4، وفي صياغة مؤشر القرار دعم قضايا المسنين منحت فقرة M6_8 الدرجة الـ4.

الفصل الرابع: الإطار العملي

نتائج الاستبيان

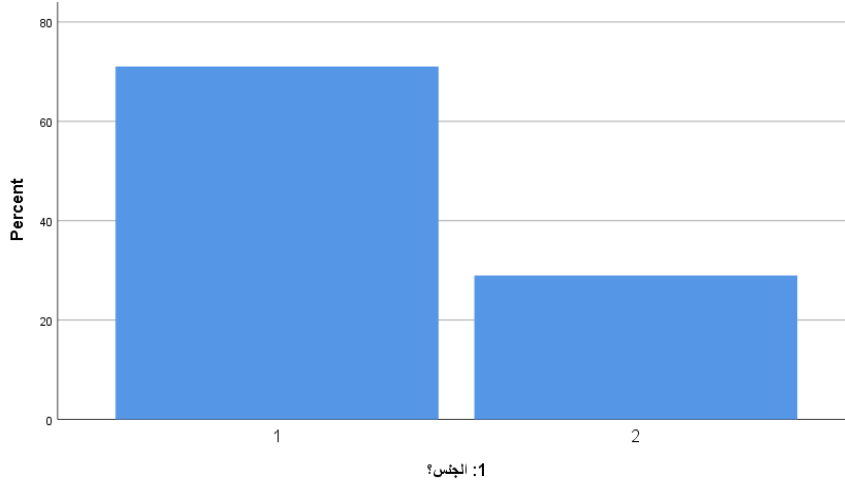
المحور الأول: المعلومات الديمغرافية للعينة:

1. جنس العينة المشاركة في الاستبيان المبين في الجدول رقم (1)

جدول 1 يبين جنس العينة

النسبة	التكرار	الفقرة	ت
0.71	282	ذكر	1
0.29	115	انثى	2
397	397	المجموع	

يبين الجدول أعلاه أن اغلب المبحوثين هم من جنس (ذكر) بنسبة تقدر بـ 71% في حين أن جنس (الإناث) قد قدرت نسبتهم بـ 29%، وهذا يبين أن الذكور هم الأكثر مشاركة في الاستبيان بفارق كبير عن الإناث وكما هو موضح بالرسم البياني (1)



رسم بياني 1 يوضح نسبة المشاركين من الذكور والاناث

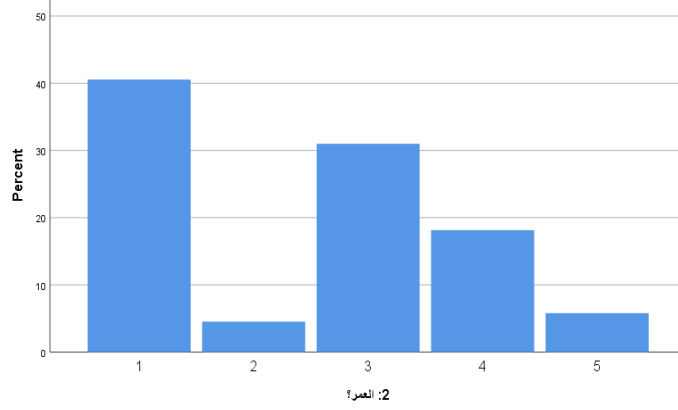
2. عمر العينة المشاركة في الاستبيان المبين في الجدول رقم (2)

جدول 2 يبين عمر العينة

الترتيب	الفئة	التكرار	النسبة	التكرار التراكمي النسبي
1	65-60	184	3.37	6.40
2	71-66	132	2.34	1.45
3	77-72	56	3.17	1.76
4	77سنة فأكثر	25	1.11	2.94
المجموع		397	0.100	

يبين الجدول أعلاه اعمار العينة (60-65) عام الأعلى مشاركة بنسبة تقدر بـ 3.37 % في حين بلغت الاعمار (66-71) عام نسبة قدرت بـ 2.34%، وبلغت الاعمار (72-77) عام نسبة قدرت بـ 3.17%، وبلغت الاعمار (77 فأكثر) عام نسبة قدرت بـ 1.11%، وكما هو موضح بالرسم البياني (2)

دورقناة العراقية في دعم قضايا كبار السن



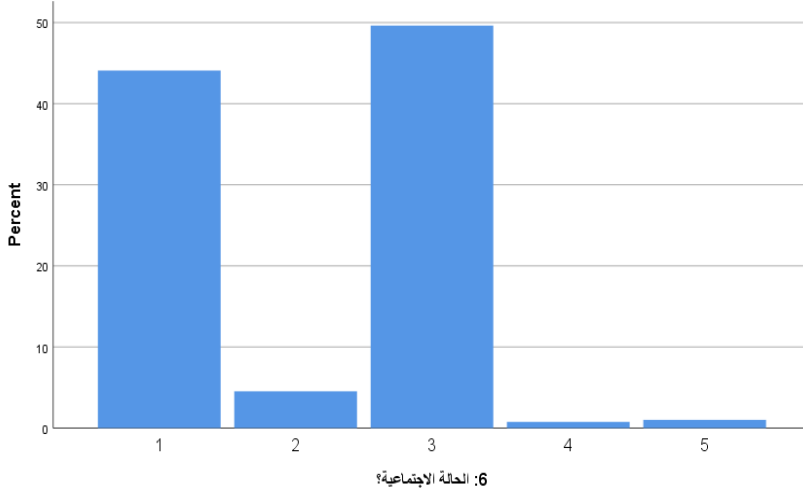
رسم بياني 2 يوضح اعمار المشاركين

3. الحالة الاجتماعية للعينة المشاركة في الاستبيان المبين في الجدول رقم (6)

جدول 3 يبين الحالة الاجتماعية للعينة

النسبة	التكرار	الفقرة	ت
7.10	22	أعزب/عزباء	1
8.17	95	متزوج/ متزوجة	2
3.29	102	مطلق/ مطلقة	3
3.42	178	أرمل/ أرملة	4
0.100	397	المجموع	

يظهر لنا من خلال الجدول ان المشاركين بالاستبيان من المتزوجين نسبتهم الأعلى حيث بلغت 17.8%، وقد احتل العازبين بنسبة 10.7% والمطلقين فنسبتهم 3.29%، و الارامل بنسبة 42.3%، وكما هو موضح بالرسم البياني (6)



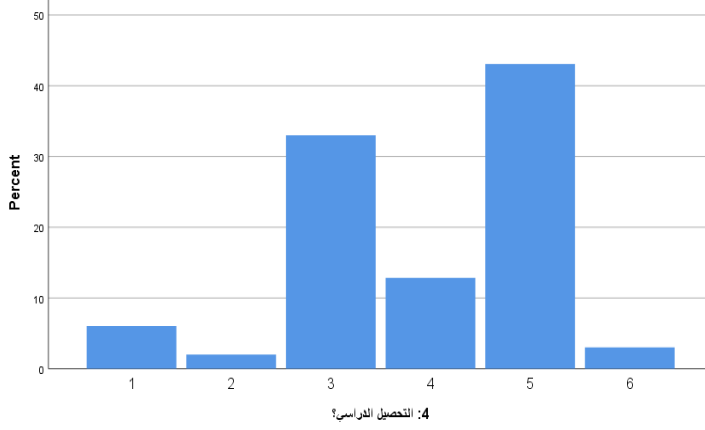
4. التحصيل الدراسي للعيينة المشاركة في الاستبيان المبين في الجدول رقم (4)

جدول 4 يبين التحصيل الدراسي للعيينة

النسبة	التكرار	الفقرة	ت
7.42	156	امي	
2.18	85	يقرأ ويكتب/ تقرأ وتكتب	1
9.20	50	موهل اقل من متوسطة	2
7.14	62	موهل متوسط	3
6.3	43	موهل جامى	4
0.100	397	المجموع	

يظهر لنا من خلال الجدول اعلاه ان المشاركين في الاستبيان الذين تحصيلهم العلمي امي نسبتهم الأعلى حيث بلغت 7.42%، وهي شهادة جامعية أولية تبين لنا ان الشباب لديهم مستوى من التعليم يعطيهم القابلية على استيعاب المفاهيم وادراكها، وقد احتل المرتبة الثانية الحاصلين على شهادة يقرأ ويكتب/ تقرأ وتكتب بنسبة 47% اما الحاصلين على شهادة يقرأ ويكتب/ تقرأ وتكتب فنسبتهم 41%، موهل متوسط لشهادة عليا فنسبتهم 33%، وجاء بعدها في المرتبة الأخيرة بنسبة مشاركة هي الأقل من الحاصلين على شهادة موهل جامى بنسبة 6.3%. وكما هو موضح بالرسم البياني (4)

دورقناة العراقية في دعم قضايا كبار السن



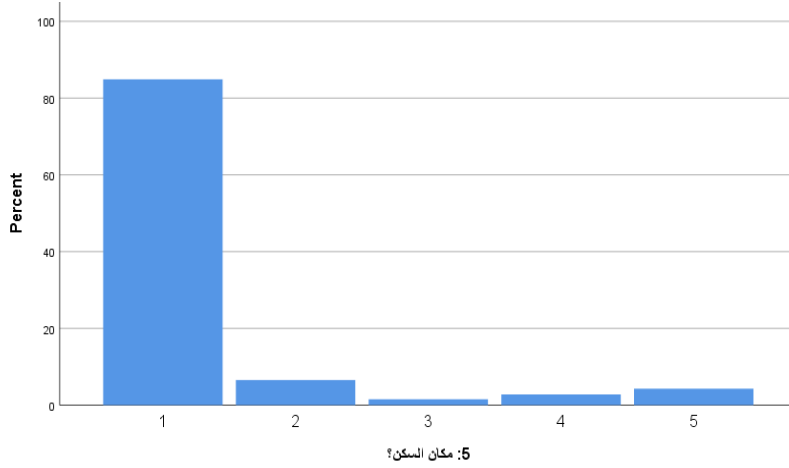
رسم بياني 4 يوضح التفاوت بالتحصيل الدراسي للمشاركين بالاستبيان

2. مكان سكن العينة المشاركة في الاستبيان المبين في الجدول رقم (5)

جدول 5 يبين محل سكن العينة

النسبة	التكرار	الفقرة	ت
9.84	265	محافظة	1
5.6	57	قضاء	2
5.1	16	ناحية	3
8.2	22	قرية	4
3.4	37	أخرى	5
0.100	397	المجموع	

يظهر لنا من الجدول اعلاه ان الذين يسكنون محافظة نسبتهم الأعلى حيث بلغت 9.84%، وقد احتل المرتبة الثانية الساكنين في الاقضية بنسبة 5.6% والذين يسكنون أماكن اخرى فنسبتهم 3.4%، ومن يسكنون القرى فنسبتهم 8.2%، وجاء في المرتبة الأخيرة سكان النواحي بنسبة 5.1%، وكما هو موضح بالرسم البياني (5)



رسم بياني 5 يوضح محال سكنى المشاركين

المحور الثاني: أنماط المشاهدة

1. إجابة السؤال (تابع برامج قناة العراقية) المبين في الجدول رقم (8)

جدول 6 يبين متابعة العينة لقناة العراقية

الترار	النسبة	الترار	الفقرة	ت
3.1	3.1	5	كثيراً جداً	1
5.65	2.64	255	كثيراً	2
9.90	4.25	101	متوسط	3
0.97	0.6	24	قليلاً	4
0.100	0.3	12	قليلاً جداً	5
	0.100	397	المجموع	

يظهر لنا من الجدول اعلاه ان الذين يتابعون قناة العراقية كثيراً نسبتهم الأعلى حيث بلغت 64.2%، وقد احتل المرتبة الثانية المتابعين للقناة بمقدار متوسط بنسبة 25.4% والذين يتابعون القناة قليلاً فنسبتهم 6%، ومن يتابعونها قليلاً جداً فنسبتهم 3%، وجاء في المرتبة الأخيرة المتابعين لها كثيراً جداً بنسبة 1.3%.

2. إجابة السؤال (معدل مشاهدة برامج قناة العراقية) المبين في الجدول رقم (9)

جدول 7 يبين مشاهدة برامج قناة العراقية

دورقناة العراقية في دعم قضايا كبار السن

ت	الفقرة	التكرار	النسبة	التكرار التراكمي النسبي
1	اقل من ساعة	36	1.9	1.9
2	ساعة واحدة	37	3.9	4.18
3	أكثر من ساعة واول من ساعتين	66	6.16	0.35
4	ساعتين واول من 3 ساعات	252	5.63	5.98
5	أكثر من ثلاث ساعات	6	5.1	0.100
	المجموع	397	0.100	

يظهر لنا من خلال الجدول اعلاه ان الذين يشاهدون برامج قناة العراقية لساعتين واول من 3 ساعات نسبتهم الأعلى حيث بلغت 63.5%، وقد احتل المرتبة الثانية الذين يشاهدون برامجها اكثر من ساعة واول من ساعتين بنسبة 16.6% والذين يشاهدون برامجها لساعة واحدة فنسبتهم 9.3%، ومن يشاهدون برامجها لاول من ساعة فنسبتهم 9.1%، وجاء في المرتبة الأخيرة المشاهدين لبرامج قناة العراقية لاكثر من ثلاث ساعات بنسبة 1.5%.

3. إجابة السؤال (الفترة الزمنية التي تشاهد فيها برامج قناة العراقية) المبين في الجدول رقم (10)

جدول 8 يبين الفترة الزمنية لمشاهدة برامج قناة العراقية

ت	الفقرة	التكرار	النسبة	التكرار التراكمي النسبي
1	الفترة الصباحية (7-11 صباحا)	37	3.9	3.9

1.13	8.3	15	فترة الظهر (12-ما قبل 3 مساء)	2
9.23	8.10	43	فترة المساء المبكر (3-إلى ما قبل 8 مساء)	3
1.49	2.25	100	فترة السهرة (8-إلى ما قبل 12 مساء)	4
0.100	9.50	202	فترة السهرة (بعد منتصف الليل)	5
	0.100	397	المجموع	

يظهر لنا الجدول اعلاه ان مشاهدي برامج قناة العراقية في فترة السهرة (بعد منتصف الليل) نسبتهم الأعلى حيث بلغت 9.50%، وقد احتل المرتبة الثانية من يشاهد برامجها في فترة السهرة (8-إلى ما قبل 12 مساء) بنسبة 2.25% والذين يشاهدون برامجها في فترة المساء المبكر (3-إلى ما قبل 8 مساء) فنسبتهم 8.10%، ومن يشاهدون برامجها في الفترة الصباحية (7-11 صباحا) فنسبتهم 3.9%، وجاء في المرتبة الأخيرة من يشاهدون برامجها في فترة الظهر (12-ما قبل 3 مساء) بنسبة 8.3%.

1. إجابة السؤال (اشاهد الاعلانات في قناة العراقية برفقة) المبين في الجدول رقم (12)

2. جدول 9 يبين الرفقة للمشاهدين للاعلانات على قناة العراقية

التركيبة النسبية	النسبة	التكرار	الفقرة	ت
0.3	0.3	12	زوجتي	1
-	-	-	ابنائي	2
-	-	-	زوجتي وابنائي معا	3
3.4	3.1	5	اصدقائي	4
0.100	7.95	380	بمفردي	5
	0.100	397	المجموع	

يظهر لنا من الجدول اعلاه ان المشاهدي للإعلانات في قناة العراقية بمفردهم نسبتهم الأعلى حيث بلغت 95.7%، وقد احتل المرتبة الثانية من يشاهدون الاعلانات برفقة زوجاتهم فقط بنسبة 3% وجاء في المرتبة الأخيرة من يشاهدون اعلاناتها مع اصدقائهم بنسبة 1.3%.

دراسة أسئلة البحث واختبار الفرضيات

بعد دراسة المؤشرات وفقراتها سيتم في هذا القسم دراسة أسئلة البحث واختبار الفرضيات. وسنبدأ بدراسة السؤال الرئيسي واختبار فرضيته ومن ثم سنتطرق إلى دراسة الأسئلة الفرعية واختبار فرضياتها. وفي ما يلي سيتم دراسة السؤال الرئيسي واختبار فرضيته:

وللإجابة على السؤال الرئيسي يجب دراسة دور قناة العراقية في أبعاده الأربعة وهي «درجة وعي قناة العراقية» (Awareness)، «درجة اهتمام قناة العراقية» (Attention)، «الدافع قناة العراقية» (Motivation) و «القرار قناة العراقية» (Decision) ؛ فلذا في الواقع يتم الحصول على الإجابة على السؤال الرئيسي من خلال الإجابة على الأسئلة الفرعية واختبار فرضياتها. وعلى هذا الأساس سنكمل البحث نظرا إلى الشرح التالي بدراسة الأسئلة الفرعية و فرضياتها.

السؤال الرئيسي: ما هو دور مشاهدة البرامج في قناة العراقية العراق على السلوك دعم قضايا المسنين جمهور الناصرية؟

الفرضية الرئيسية: تلعب مشاهدة برامج قناة العراقية العراق دورا كبيرا على السلوك دعم قضايا المسنين جمهور الناصرية.

وكما ذكرنا سابقا سيتم الحصول على مؤشر «دعم قضايا المسنين» بتركيب أبعاده الأربعة وهي «مستوى وعي»، «درجة اهتمام»، «الدافع دعم» و«القرار دعم». وقد تم استخراج مؤشر «دعم قضايا المسنين» بتركيب المتوسط الحسابي لكل من أبعاده على النحو التالي:

COMPUTE Consumption =mean (Awareness, Attention, Motivation, Decision)

استعرضت حالة مؤشر «دعم قضايا المسنين» حسب وجهات نظر أفراد العينة في الجدول التالي:

وجهات نظر عينة الدراسة			
المؤشر	التكرار	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
دعم قضايا المسنين	397	3.98	0.181

المصدر: من إعداد الباحث باستخدام برنامج SPSS

كما يتبين من خلال استعراض النتائج في الجدول أعلاه أنّ حسب الجدول التفسيري للمتوسط الحسابي لمقياس ليكرت الخماسي فيكون هذا المؤشر حسب وجهات نظر الباحثين في المستوى المرتفع. وتشير قيمة الانحراف المعياري (0/181) إلى الخلاف القليل بين آراء المستجيبين في الإجابات على أبعاد هذا المؤشر.

من أجل معرفة هل بالإمكان تعميم النتائج على مجتمع البحث تم استخدام اختبار One-Sample T Test لمحاكاة «مجال الثقة (Confidence Interval)» للمتوسط الحسابي لمجتمع البحث عند مستوى ثقة 95% والوصول إلى معرفة إجابة هذا السؤال وهو هل يمكن تعميم النتائج على مجتمع البحث أم لا؟

فلذا تعرف فرضيات الاختبار الإحصائي على النحو التالي:

الفرضية الصفرية: لا تلعب مشاهدة البرامج قناة العراقية العراق دورا كبيرا حسب وجهات نظر أفراد مجتمع البحث على السلوك دعم قضايا المسنين الناصرية.

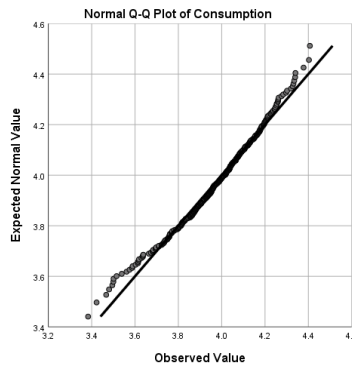
الفرضية البديلة: تلعب مشاهدة البرامج قناة العراقية العراق دورا كبيرا حسب وجهات نظر أفراد مجتمع البحث على السلوك دعم قضايا المسنين الناصرية

لدراسة الفرضية أعلاه يتم في البداية اختبار تي على النحو التالي. فلذا اختبار الفرضية يكون على النحو التالي:

$$H_0: \mu = 1$$

$$H_1: \mu \neq 1$$

سبب اختيارنا قيمة العتبة بما يعادل 81.1 هو أنّ حسب الجدول التفسيري للمتوسط الحسابي حد الأدنى لقيمة التأثير تعادل 8.1. نظراً إلى مبرهنات النهاية المركزية، إنّ للمتوسط الحسابي لعينة البحث توزيعاً طبيعياً، على شرط أن يكون حجم العينة كبيراً بما فيه الكفاية ويوجد هذا الشرط لهذا الاختبار. وقد استخدم مخطط Q-Q التالي لدراسة التوزيع الطبيعي للمتوسط الحسابي.



الشكل رقم (8): مخطط Q-Q للتوزيع الطبيعي لمؤشر السلوك دعم قضايا المسنين

كما يتبين من الشكل أعلاه أنّ نقط مؤشر «السلوك دعم قضايا المسنين» تقريبا موزعة على نقط التوزيع الطبيعي (الخط المستقيم) ومتطابقة عليه ولهذا يمكن أن نعتبر توزيع مؤشر «السلوك دعم قضايا المسنين» توزيعا طبيعيا. فلذا لاختبار الفرضية أعلاه يتم استخدام اختبار One-Sample T Test. واستعرضت نتائج هذا الاختبار باستخدام برنامج SPSS في الجدول التالي:

قيمة الاختبار = 1/81				المؤشر
مجال الثقة للمتوسط الحسابي لمجتمع البحث عند مستوى ثقة 95%		القيمة الاحتمالية	اختبار t	
الحد الأعلى	الحد الأدنى			
99.3	96.3	000.0	012.238	السلوك دعم قضايا المسنين

المصدر: من إعداد الباحث باستخدام برنامج SPSS

كما يتضح من الجدول أعلاه فإنّ القيمة الاحتمالية للمتوسط الحسابي أقل من 0/05؛ وهذا الأمر مبين لصحة الاختبار. وهذا يدل على أنّ عند مستوى ثقة 95% مؤشر «السلوك دعم قضايا المسنين» لجميع أفراد مجتمع البحث يكون في المستوى المرتفع؛ ولذا يمكن القول بأنّ مؤشر «السلوك دعم قضايا المسنين» حسب وجهات نظر جميع أفراد مجتمع البحث يكون في المستوى المرتفع. كذلك يقدر مستوى الثقة المناسب للمتوسط الحسابي لمجتمع البحث عند مستوى ثقة 95% من 3/96 إلى 3/99.

ولذا حسب وجهات نظر أفراد مجتمع البحث يتم قبول الفرضية الرئيسية ويمكن القول بأنّ:

«تلعب مشاهدة البرامج قناة العراقية العراق دورا كبيرا حسب وجهات نظر أفراد مجتمع البحث على السلوك دعم قضايا المسنين الناصرية». وكان هذا الدور في المستوى المرتفع.

وفي ما يلي سيتم اختبار ودراسة الأسئلة الفرعية وفرضياتها.

السؤال الفرعي الأول: ما هو دور مشاهدة البرامج قناة العراقية العراق في مستوى وعي دعم قضايا المسنين جمهور الناصرية؟

فرضية السؤال الفرعي الأول: مشاهدة البرامج في قناة العراقية العراق توجد تأثير في مستوى وعي جمهور الناصرية دعم قضايا المسنين المعروضة؟

ولإجابة على هذا السؤال فقد تمت صياغة مؤشر «مستوى وعي الجمهور دعم قضايا المسنين المعروضة في القناة» بتركيب المتوسط الحسابي لفقراته على النحو التالي:

$$(M3_1, M3_2, M3_3, M3_4, M3_5, COMPUTE Awareness = mean M3_6, M3_7, M3_8)$$

استعرضت حالة مؤشر «مستوى وعي الجمهور دعم قضايا المسنين المعروضة في القناة» حسب وجهات نظر عينة الدراسة في الجدول التالي:

وجهات نظر عينة الدراسة			
الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	التكرار	المؤشر
0.373	3.89	397	مستوى وعي الجمهور دعم قضايا المسنين المعروضة في القناة

المصدر: من إعداد الباحث باستخدام برنامج SPSS

كما يتبين من خلال استعراض النتائج في الجدول أعلاه أنّ حسب الجدول التفسيري للمتوسط الحسابي لمقياس ليكرت الخماسي فيكون مؤشر «مستوى وعي الجمهور دعم قضايا المسنين» حسب وجهات نظر المبحوثين في المستوى المرتفع. وتشير قيمة الانحراف المعياري (0/373) إلى الخلاف القليل بين آراء المستجيبين في الإجابات على فقرات هذا المؤشر.

من أجل معرفة هل بالإمكان تعميم النتائج على مجتمع البحث تم استخدام اختبار One-Sample T Test لمحاكاة «مجال الثقة» (Confidence Interval) للمتوسط الحسابي لمجتمع البحث عند مستوى ثقة 95% والوصول إلى معرفة إجابة هذا السؤال وهو هل يمكن تعميم النتائج على مجتمع البحث أم لا؟

ولذا تعرف فرضيات الاختبار الإحصائي على النحو التالي:

الفرضية الصفرية: مشاهدة البرامج في قناة العراقية العراق لا توجد تأثير في مستوى وعي جمهور الناصرية دعم قضايا المسنين المعروضة.

الفرضية البديلة: مشاهدة البرامج في قناة العراقية العراق توجد تأثير في مستوى وعي جمهور الناصرية دعم قضايا المسنين المعروضة.

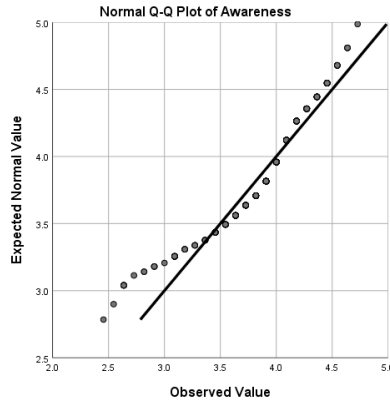
لدراسة الفرضية أعلاه يتم في البداية اختبار تي على النحو التالي. فلذا اختبار الفرضية يكون على النحو التالي:

$$81.H0: \mu = 1$$

$$81.H1: \mu \neq 1$$

سبب اختيارنا قيمة العتبة بما يعادل 81.1 هو أنّ حسب الجدول التفسيري للمتوسط الحسابي حد الأدنى لقيمة التأثير تعادل 8.1.

نظراً إلى مبرهنات النهاية المركزية، إنّ للمتوسط الحسابي لعينة البحث توزيعاً طبيعياً، على شرط أن يكون حجم العينة كبيراً بما فيه الكفاية ويوجد هذا الشرط لهذا الاختبار. وقد استخدم مخطط Q-Q التالي لدراسة التوزيع الطبيعي للمتوسط الحسابي.



الشكل رقم(9): مخطط Q-Q للتوزيع الطبيعي لمؤشر مستوى وعي الجمهور دعم قضايا

المسنين

كما يتبين من الشكل أعلاه أنّ نقط مؤشر «مستوى وعي الجمهور دعم قضايا المسنين» تقريباً موزعة على نقط التوزيع الطبيعي (الخط المستقيم) ومتطابقة عليه ولهذا يمكن أن نعتبر توزيع مؤشر «مستوى وعي الجمهور دعم قضايا المسنين» توزيعاً طبيعياً. فلذا لاختبار الفرضية أعلاه يتم استخدام اختبار One-Sample T Test باستخدام برنامج SPSS. واستعرضت نتائج هذا البرنامج في الجدول التالي:

قيمة الاختبار = 1/81				المؤشر
مجال الثقة للمتوسط الحسابي لمجتمع البحث عند مستوى ثقة 95%		القيمة الاحتمالية	اختبار t	
الحد الأعلى	الحد الأدنى			
92.3	85.3	000.0	937.110	مستوى وعي الجمهور دعم قضايا المسنين

المصدر: من إعداد الباحث باستخدام برنامج SPSS

كما يظهر لنا من خلال الجدول أعلاه فإنّ القيمة الاحتمالية للمتوسط الحسابي أقل من 0/05؛ وهذا الأمر مبين لصحة الاختبار. وهذا يدل على أنّ عند مستوى ثقة 95% مؤشر «مستوى وعي الجمهور دعم قضايا المسنين» لجميع أفراد مجتمع البحث يكون في المستوى المرتفع؛ ولذا يمكن القول بأنّ مؤشر «مستوى وعي الجمهور دعم قضايا المسنين» حسب وجهات نظر جميع أفراد مجتمع البحث يكون في المستوى المرتفع. كذلك يقدر مستوى الثقة المناسب للمتوسط الحسابي لمجتمع البحث عند مستوى ثقة 95% من 3/85 إلى 3/92.

وعلى هذا الأساس حسب وجهات نظر أفراد مجتمع البحث يتم قبول فرضية البحث ويمكن القول بأنّ:

«مشاهدة البرامج في قناة العراقية العراق توجد تأثير في مستوى وعي جمهور الناصرية دعم قضايا المسنين المعروضة». وكان هذا الدور في المستوى المرتفع.

الخاتمة

أ. النتائج

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة دور قناة العراقية في دعم قضايا المسنين في المجتمع العراقي وهي دراسة مسحية لجمهور الناصرية. فقد تكونت عينة الدراسة من (397) مستجيب (282) من الذكور، و (115) من الإناث. ولتحقيق أهداف الدراسة تم استخدام الاستبانة لاستخراج البيانات المطلوبة كما استخدم البرنامج الإحصائي spss لاستخراج النتائج حسب المنهج الوصفي المسحي المستخدم في هذه الدراسة. قد عولجت عبارات فقرات الاستبانة وخصص لها رمز مستقل وتم تصنيف الرموز نظراً إلى فقرات الاستبانة وفي ضمن أهداف البحث المحددة؛ وقد توصلنا إلى النتائج التالية:

1. أظهرت النتائج بأنّ عند مستوى ثقة 95% مؤشر «السلوك دعم قضايا المسنين» لجميع أفراد مجتمع البحث يكون في المستوى المرتفع؛ ولذا يمكن القول بأنّ مؤشر «السلوك دعم قضايا المسنين» حسب وجهات نظر جميع أفراد مجتمع البحث يكون في المستوى المرتفع. كذلك يقدر مستوى الثقة المناسب للمتوسط الحسابي لمجتمع البحث عند مستوى ثقة 95% من 3/96 إلى 3/99. وعلى هذا الأساس يمكن القول بأنّ:

«تلعب مشاهدة برامج قناة العراقية العراق دورا كبيرا على السلوك دعم قضايا المسنين لدى جمهور الناصرية». وكان هذا الدور في المستوى المرتفع.

2. أظهرت النتائج بأنّ أن عند مستوى ثقة 95% مؤشر «مستوى وعي الجمهور دعم قضايا المسنين» لجميع أفراد مجتمع البحث يكون في المستوى المرتفع؛ ولذا يمكن القول بأنّ مؤشر «مستوى وعي الجمهور دعم قضايا المسنين» حسب وجهات نظر جميع أفراد مجتمع البحث يكون في المستوى المرتفع. كذلك يقدر مستوى الثقة المناسب للمتوسط الحسابي لمجتمع البحث عند مستوى ثقة 95% من 3/85 إلى 3/92. وعلى هذا الأساس يمكن القول بأنّ:

«تلعب مشاهدة برامج قناة العراقية العراق دورا كبيرا في مستوى وعي جمهور الناصرية دعم قضايا المسنين في القناة». وكان هذا الدور في المستوى المرتفع.

3. توصلت النتائج بأنّ عند مستوى ثقة 95% مؤشر «درجة اهتمام الجمهور دعم قضايا المسنين» لجميع أفراد مجتمع البحث يكون في المستوى «المرتفع»؛ ولذا يمكن القول بأنّ مؤشر «درجة اهتمام الجمهور دعم قضايا المسنين» حسب وجهات نظر جميع أفراد مجتمع البحث يكون في المستوى «المرتفع». كذلك يقدر مستوى الثقة المناسب للمتوسط الحسابي لمجتمع البحث عند مستوى ثقة 95% من 3/97 إلى 4/03. ولذا يمكن القول بأنّ:

«تلعب مشاهدة برامج قناة العراقية العراق دورا كبيرا في درجة اهتمام جمهور الناصرية دعم قضايا المسنين في القناة». وكان هذا الدور في المستوى المرتفع.

4. بيّنت النتائج بأنّ عند مستوى ثقة 95% مؤشر «الدافع دعم قضايا المسنين» لجميع أفراد مجتمع البحث يكون في المستوى «المرتفع»؛ فلذا يمكن القول بأنّ مؤشر «الدافع دعم قضايا المسنين» حسب وجهات نظر جميع أفراد المجتمع البحث يكون في المستوى «المرتفع»؛ كذلك يقدر مستوى الثقة المناسب للمتوسط الحسابي عند مستوى ثقة 95% من 3/97 إلى 4/05. فعلى هذا الأساس يمكن القول بأنّ: «تلعب مشاهدة برامج قناة العراقية العراق دورا كبيرا في مستوى الدوافع دعم قضايا المسنين لدى جمهور الناصرية». وكان هذا الدور في المستوى المرتفع.

5. جاءت النتائج بأنّ عند مستوى ثقة 95% مؤشر «القرار دعم قضايا المسنين» لجميع أفراد مجتمع البحث يكون في المستوى «المرتفع»؛ ولذا يمكن القول بأنّ مؤشر «القرار دعم قضايا المسنين» حسب وجهات نظر جميع أفراد مجتمع البحث يكون في المستوى «المرتفع». كذلك يقدر مستوى الثقة المناسب للمتوسط الحسابي لمجتمع البحث عند مستوى ثقة 95% من 3/98 إلى 4/04. ولذا يمكن القول بأنّ: «تلعب مشاهدة برامج قناة العراقية دورا كبيرا في مستوى القرار دعم قضايا المسنين لدى جمهور الناصرية». وكان هذا الدور في المستوى المرتفع.

6. أهم دور مشاهدة برامج قناة العراقية في بعد الدافع دعم قضايا المسنين وأقل أهمية لهذا الدور في بعد مستوى وعي الجمهور دعم قضايا المسنين

7. كشفت النتائج عن عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين مدى مشاهدة إعلانات برامج قناة العراقية والسلوك دعم قضايا المسنين لدى جمهور الناصرية.

8. كشفت النتائج عن عدم وجود فرق ذو دلالة إحصائية في دور مشاهدة إعلانات برامج قناة العراقية على السلوك دعم قضايا المسنين لدى جمهور الناصرية حسب معلوماتهم الديموغرافية.

ب. التوصيات

بناءً على النتائج يوصي الباحث بما يلي:

1. ضرورة قيام قناة العراقية بإجراء دراسة ميدانية على المجتمع العراقي لمعرفة الاساليب المؤثرة في أفراد المجتمع أكثر من غيرها واتباعها.

2. على قناة العراقية دراسة العراق دراسة شاملة من جميع الجوانب والقيام بانتاج برنامج خاصة دعم قضايا المسنين موجهة للمجتمع العراقي وعدم اعتمادها على برنامج دعم قضايا المسنين الجاهزة التي تشمل جميع المجتمعات العربية.

3. يتوجب على قناة العراقية عدم الاقتصار على البرنامج السطحية عند دعم قضايا المسنين، وتضمينها معلومات تفصيلية ليتمكن المسنين العراقي تحديد اختياره بشكل أفضل.

4. تقديم البرامج الإرشادية للمسنين التي تعمل على تنمية قدرتهم على مواجهة ما يتعرضون له من مشكلات من خلال تدعيم و تقوية صلابتهم النفسية من خلال مؤسسات الصحة النفسية والإرشاد النفسي الحكومية وغير الحكومية.

5. التصدي من قبل الوزارات المعنية ومؤسسات المجتمع المدني والأسر لمشكلات المسنين وتوفير الحلول العملية الملائمة لها.
6. ضرورة إقامة نوادي للمسنين، وإعداد برامج ترفيهية للترفيه عنهم ولتوفير الرعاية لهم.
7. توفير الخدمات الصحية اللازمة لرعاية المسنين.
8. اهتمام وسائل الإعلام وخاصة الراديو والتلفاز بتقديم برامج تهدف إلى التوعية بمشاكل وهموم المسنين، وكيفية توفير حاجاتهم وحل مشكلاتهم، مع توفير برامج تهدف لنشر ثقافة الاهتمام بالمسنين.
9. التأكيد على أهمية مشاركة المنظمات الأهلية في المجتمع في تقديم أوجه الرعاية المطلوبة لفئة المسنين، مع ضرورة العمل على تكوين جمعية أصدقاء المسنين من أجل تبني قضاياهم ومشكلاتهم والكشف عن طاقاتهم، والعمل على حل مشكلاتهم، وتوفير فرص العمل.

المصادر و المراجع

القرآن الكريم

الكتب العربية

1. البدوي، محمد علي. (2006م). دراسات سوسيو اعلامية. بيروت: دار النهضة العربية للنشر والتوزيع.
2. بن عبدالله، السنبل عبدالعزيز. (2015م). المشروعات التعليمية الذاتية لمعلمي الكبار في المملكة العربية السعودية. الرياض: دار جامعة الملك سعود للنشر.
3. تشوربر، ديباك. (د.ت). جسد لايشيخ وعقل لا يحده زمن، الدليل الثوري لمكافحة الشيخوخة، والتقدم في السن. ترجمة رجا أبوشقار. بيروت: دار العلم للملايين.
4. الجفيري، محمد. (2015م). اعداد وتقديم البرامج التلفزيونية والاذاعية. الميامة: دار صناع الابداع للنشر والتوزيع.
5. الجويلي، عزام محمد. (2015م). الإعلام الاجتماعي. عمان: دار غيداء للنشر والتوزيع.

6. حجاب، محمد منير. (2003م). الموسوعة الإعلامية. القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.
7. حدادي، وليد. (2019م). الإعلام والنخبة المثقفة في عصر الميديا. القاهرة: مركز الكتاب الاكاديمي.
8. الحديثي، عبد القادر صالح. (2015م). دراسة في البرامج الحوارية لإذاعة BBC العربية. عمان: دار غيداء للنشر والتوزيع.
9. حديدي، منى. (2002م). الإعلان. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
10. حسن، زينب محمد حامد. (2018م). فتاوى الفضائيات: تأثيرها على الجمهور. القاهرة: العربي للنشر والتوزيع.
11. الحسن، عيسى محمود. (2010م). الترويج التجاري للسلع والخدمات. عمان: دار زهران للنشر والتوزيع.
12. الزعبي، علي فلاح. (2019م). الاعلان الفعال منظور تطبيقي متكامل. عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.
13. زهير، حمام محمد. (2014م). تحليل المحتوى في بحوث الإعلام. عمان: دار أمواج للنشر والتوزيع.
14. الزيدي، طه أحمد وآخرون. (2012م). دراسات في تأثير في تأثير القنوات الفضائية على المجتمع وفتاته. بغداد: دار الفجر للنشر والتوزيع.
15. السامرائي، احسان رمضان. (2019م). الفضائيات الاخبارية- دورها في توجيه الرأي العام سياسيا. القاهرة: العربي للنشر والتوزيع.
16. سحاري، مصطفى. (2017م). السيادة الوطنية في ظل التدفق الإعلامي الدولي- الجزائر انموذجا. عمان: دار غيداء للنشر والتوزيع.
17. السماسيري، محمود يوسف. (2008م). فلسفات الإعلام المعاصرة في ضوء المنظور الاسلامي. الولايات المتحدة: المعهد العالمي للفكر الاسلامي.

18. صافي، مرشد عبد. (2017م). الإعلام الاذاعي والتلفزيوني. عمان: دار الجنادرية للنشر والتوزيع.
19. الصيرفي، محمد عبد الفتاح. (2013م). الاعلان؛ أنواعه مبادئه طرق اعداده. عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.
20. عبد الحميد، صلاح. (2014م). القصة الاخبارية في نشرات الأخبار الفضائية. القاهرة: مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع.
21. عبد الظاهر، حمدي. (2020م). القنوات الفضائية المتخصصة. القاهرة: دار ضمة للنشر والتوزيع.
22. عبد اللطيف، محمد خليفة. (1997م). دراسات في سيكولوجية المسنين. القاهرة: دار غريب للطباعة و النشر و التوزيع.
23. عبد الله، منتهى عبد الحسن. (2016م). الاعلان والمرأة- التأثير على السلوك الشرائي للمرأة. القاهرة: العربي للنشر والتوزيع.
24. عبيد، مصطفى فؤاد. (2022م).. مهارات البحث العلمي. أنقرة: مركز البحوث والدراسات متعدد التخصصات.
25. العتابي، جبر مجيد حميد. (1991م). طرق البحث الاجتماعي. الموصل: دار الكتب للطباعة والنشر.
26. العززي، وديع. (2015م). التقنيات الحديثة للانتاج التلفزيوني والعمل في القنوات الفضائية. عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.
27. عطية، طاهر موسى. (1993م). فن الاعلان وتخطيط الحملات الاعلانية. القاهرة: دار النهضة العربية.
28. العلاق، بشير. (2019م). الابداع والابتكار في الاعلان-مدخل تطبيقي. عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.
29. عواطف، عبد الرحمن. (2003م). الإعلام العربي وقضايا العولمة. القاهرة: العربي للنشر والتوزيع.

المصادر الأجنبية

1. Bendixen, M. T. (1993). "Advertising Effect and effectiveness". *European Journal Marketing* 127 (90): 66–98.
2. Bogost, Ian. (2007). *Persuasive Games: The Expressive Power of Videogames*. Cambridge, MA: MIT Press.
3. Ganesh, Naga. (2020). "Aida Model – A Panacea for Promoting Products". *International Journal of Recent Technology and Engineering (IJRTE)*, 8 (5): 87–144.
4. Garibi, Sahar and Otgers. (2012). "Explain the Effectiveness of Advertising Using the AIDA Model". *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business* 4(2): 76–133.
5. Irina, Alina. (2013). "the AIDA Model for Advergaming". *The USV Annals of Economics and Public Administration*. 17(13): 133–176.
6. Malik Aqdas & Others. (2015). "Uses and Gratifications of digital photo sharing on Facebook". *Telematics and Informatics*.
7. Pescetta, M. (2011). *Teaching Digital Citizenship in a Global Academy*. P. hD, Graduate School of Computer and Information Sciences, Nova Southeastern University.
8. Potter, W. J, Riddle, K. (2007). "A content analysis of the media effects literature". *Journalism & Mass of Communication Quarterly* 84 (1): 90–104.
9. Ribble, M, Bailey. G. (2011). *Digital Citizenship in Schools*. ISTE: International Society for Technology in Education.
10. Ribble, M. (2014). "Digital Citizenship: Using Technology Appropriately". Retrieved March 08, 2017.

11. Snyder, S. E. (2016). "Teachers' perceptions of digital citizenship development in middle school students using social media and global collaborative projects". Ph. D. Thesis, College of Education, Walden University.
12. Strasburger, victor, C, Jone, Wilson. (2002). *Media New*, Australia: Wads Worth Group.
13. Vrana, R. (2014). "Digital Literacy as a Prerequisite for Achieving Good Academic Performance". *Communications in Computer and Information Science* 1(492): 223-267.

-
1. مشابهة، «تأثير الاعلان في قنوات العراقيه الفضائية على السلوك الاستهلاكي للمشاهدين في الاردن: دراسة مسحية»: ص16
 2. الراوي، «التنميط الجندي للاعلانات في قناة العراقيه مصر»: ص209
 3. الكريطي، وسائل الإعلام وبناء المجتمع الديمقراطي: دراسة في دور التلفزيون: صص70-71
 4. قادر واخرون، رؤى أكاديمية لقضايا الإعلام: ص18
 5. الكريطي، وسائل الإعلام وبناء المجتمع الديمقراطي: دراسة في دور التلفزيون: صص73-74
 6. الخصاونة، «استخدام المرأة في الاعلانات التلفزيونية: التلفزيون الاردني وقناة رؤيا انموذجا»: صص15-16
 7. نوري ونجاح، المعرفة السياسية في الاذاعات الدولية الموجهة: صص33-34
 8. حدادي، الإعلام والنخبة المثقفة في عصر الميديا: صص11-12
 9. نوري ونجاح، المعرفة السياسية في الاذاعات الدولية الموجهة: ص34
 10. حجاب، الموسوعة الإعلامية: صص2530-2531
 11. حجاب، الموسوعة الإعلامية: صص2530-2531
 12. مشابهة، نظريات الاعلام: ص79
 13. حدادي، الإعلام والنخبة المثقفة في عصر الميديا: ص15
 14. علي، «نظرية الاستخدامات والاشباع وتطبيقاتها على الاعلام الجديد: مدخل نظري»: ص510
 15. عبيد، مهارات البحث العلمي: ص85
 16. العتاي، طرق البحث الاجتماعي: ص76
 17. القريني، البحث النوعي: الاستراتيجيات والتحليل والبيانات: ص99

18. Stratified Simple Random Sampling

19. Cramer, *Fundamental Statistics for Social Research: Step-by-Step*: P 25