Journal Of the Iraqia University (73-1) June (2025)

ISSN(Print): 1813-4521 OnLine ISSN:2663-7502
Journal Of the Iraqia University
available online at
https://iasj.rdd.edu.iq/journals/journal/view/247

التعرض لاخبار الفساد في القنوات الفضائية وانعكاسها على ثقة الاقتصاديين العراقيين بمؤسسات الدولة

م.د. زيد محمود سلمان
كلية الاعلام الجامعة العراقية
Zaid Mahmoud Salman
Zmsh2000@gmail.com

المستخلص

اهتم هذا البحث بدراسة ظاهرة الفساد في اطار عنوان محدد هو" **اخبار الفساد في التلفزيون وثقة الاقتصاديين العراقيين بمؤسسات الدولة** " بهدف الاجابة عن تساؤل رئيس هو (ما انعكاس تعرض الاقتصاديين العراقيين لاخبار الفساد في القنوات الفضائيةعلى ثقتهم بمؤسسات الدولة؟) وينتمي هذا البحث الى البحوث الوصفية حيث طبق البحث منهج المسح باستخدام الاستبانة والمقياس وخلص البحث إلى مجموعة من النتائج, كان ابرزها: وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين اعتماد الاقتصاديين العراقيين على أخبار الفضائيات العراقية المتعلقة بالفساد وبين ثقتهم بمؤسسات الدولة ، اسهمت الفضائيات العراقية بكشف الغموض المحيط بقضايا الفساد في مؤسسات الدولة لدى الجمهور الاقتصادي.

كلمات مفتاحية: الفساد, الاقتصاد, الثقة, مؤسسات الدولة.

Abstract

This study is concerned with studying the phenomenon of corruption within the framework of a specific title, "News of corruption in television and the confidence of Iraqi economists in the institutions of the state" in order to answer the president's question is (What is the impact of Iraqi economists being exposed to corruption news on satellite channels on their confidence in state institution?) This research belongs to descriptive research where the research applied the survey method using the questionnaire and the scale and concluded this resuresh a set of result the most of wich: There is a negative correlation between statistical significance between the adoption of Iraqi economists on the news of Iraqi satellite related to corruption and their confidence in state institions, Iraqi satellite channels contributed to uncover the ambiguity surrounding corruption issues in the state institutions, the enconomic public **Keywords: corruption, economy, trust, state institutions**

المقدمة:

ان انتشار ظاهرة الفساد باوجهها المتعددة في العراق, شكلت الدافع الرئيس لعمل هذا البحث للوقوف على طبيعة هذه الظاهرة وبحث علاقة عرض تلك الأخبار وتأثيراتها في الجمهور العراقي ولاسيما الجمهور الاقتصادي, وجاء اهتمام البحث بشقه التطبيقي بالجمهور الاقتصادي كون النظام الاقتصادي في العراق مازال بلا هوية, فهو يتأرجح بين النظام الاشتراكي والنظام الرأسمالي دون أن تحسم الدولة أمرها في ذلك, ولعل اسوأ الاثار الناتجة عن ضعف ثقة الاقتصاديين العراقيين بمؤسسات الدولة هو انعكاسها على معظم نواحي الحياة لبقية شرائح المجتمع العراقي ولاسيما المتعلق منها بمشاريع البنى التحتية والتنموية والصحية والاسكان والخدمات فضلا عن متطلبات الحياة اليومية, فالدولة مهما بلغت من قوة الا انها لن تستطيع الاستغناء عن دور القطاع الخاص كونها لا تستطيع تلبية كل احتياجات المجتمع الحياتية ومتطلبات اسواقه الداخلية.وقسم البحث الى ثلاث مباحث تناول الباحث في المبحث الاول الاطار المنهجي وتضمن المبحث الثاني الاطار النظري وكان محتوى المبحث الثالث الاطار التطبيقي

المبحث الاول: منهجية البحث

اولا مشكلة البحث:

اجري هذا البحث للكشف عن العلاقة المحتملة بين تقديم الفضائيات لموضوعات الفساد في اخبارها وما تشكله في معادلة الثقة بين شريحة الاقتصاديين العراقيين, الذين يشكلون عاملا مهما من عوامل الاستقرار المالي والمعيشي والتنموي للمجتمع العراقي, وما بين الدولة متمثلة بمؤسساتها عبر ما تتركه تلك الظاهرة من آثار سلبية على المستوى السياسي، والاجتماعي، والاقتصادي لاسيما بوجود طرف ثالث في هذه المعادلة وهو الإعلام متمثلا بالقنوات التليفزيونية الفضائية وما تؤديه من دور في عملية الكشف عن حجم ظاهرة الفساد وآثارها، والتوعية بضرورة المشاركة الشعبية في تعرية الفساد والمفسدين باعتبارها مسؤولة عن كشف مكامنه في القطاع الحكومي والخاص, وينطلق هذا البحث من تساؤل رئيس هو (ما انعكاس تعرض الاقتصاديين العراقيين لاخبار الفساد في القنوات الفضائيةعلى ثقتهم بمؤسسات الدولة؟).ويتفرع منه الاسئلة الاتية:

١-ما حجم تعرض الاقتصاديين العراقيين لاخبار الاقتصاد في القنوات الفضائية؟

٢-ما دوافع اعتماد الاقتصاديين العراقيين على اخبار الفساد في القنوات الفضائية؟

٣-ما العلاقة اعتماد الاقتصاديين العراقيين على اخبار الفساد في القنوات الفضائية ومستوى ثقتهم بمؤسسات الدولة؟

ثانيا أهمية البحث:

تنطلق أهمية هذا البحث من المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام، ومن طبيعة الدور المؤثر الذي يضطلع به التليفزيون في إطار الرقابة والتوعية للوقوف على حجم ظاهرة الفساد، وآثارها في المجتمع ولمقدرته على إحداث تغيير في مستوى الوعي الجمعي للجمهور بشكل يسهم في مكافحة هذه الظاهرة عبر الرفض الشعبي للفساد والمفسدين.

ثالثا أهداف البحث:

١-التعرف على حجم تعرض الاقتصاديين العراقيين لاخبار الفساد في القنوات الفضائية,

٢-الكشف عن دوافع اعتماد الاقتصاديين العراقيين على اخبار الفساد في القنوات الفضائية.

٣-التقصي عن العلاقة بين اعتماد الاقتصاديين العراقيين على اخبار الفساد في القنوات الفضائية ومستوى ثقتهم بمؤسسات الدولة.

رابعا فروض البحث

: استنبط الباحث فرضياته من فروظ تظرية الاعتماد على وسائل الاعلام وهذه الفرضيات هي:

١-يزداد إعتماد االاقتصاديين العراقيين على أخبار الفضائيات العراقية المتعلقة بموضوعات الفساد مع ازدياد الغموض او نقص المعلومات المرتبطة بتلك الموضوعات.

٢-تتأثر ثقة وجدانيا الاقتصاديين العراقيين بمؤسسات الدولة كلما زاد اعتمادهم على اخبار الفساد في القنوات الفضائية.

٣-كلما زاد اعتماد الاقتصاديين العراقيين على اخبار الفساد عبر القنوات الفضائية كلما ادى ذلك إلى اتخاذ خطوات سلوكية وقرارات عملية.

خامسا منهج البحث: استخدم الباحث المنهج المسحي و يعد هذا المنهج من المناهج المهمة التي يعتمد عليها الباحثين من اجل تحقيق الاهداف.

سادسا ادوات البحث:

١-**الاستبانة:** استخدم الباحث اداة الاستبانة لمعرفة المتغيرات الديمغرافية وتحقيق نتائج تحقق اهداف البحث.

٢-**المقياس :** صمم الباحث مقياس ثلاثي لفرضيات مستنبطة من نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام وفق الطرق العلمية المتبعة.

سابعا مجالات البحث:

١-**المجال المكاني** :جرى تحديده بالاتحادات العامة ذات العلاقة بمجال العمل الاقتصادي التي تحظى باعتراف الحكومة وتمارس عملها في بغداد بشكل رسمي حصراً وهي : اتحاد الغرف التجارية العراقية، واتحاد الصناعات العراقية، واتحاد المقاولين العراقيين، علماً أن تلك الاتحادات تضم أعضاء من جميع محافظات العراق. وتمثل بأعضاء الاتحادات المذكورة أعلاه ممن يملكون هويات الانتساب الرسمية لها، من الفئات العليا التي تبدأ من الأولى أو الممتازة وتنتهي بالفئة الثالثة، وهي التي تكون مؤهلة للعمل مع مؤسسات الدولة ودوائرها.

٢-**المجال الزماني** : للفترة من ٢٠١٩/٥/٤- ٢٠١٩/٦/٤ وهي فترة توزيع الاستبانة

ثامنا مجتمع البحث

: اختار الباحث مجتمع بحثه من الاقتصاديين العراقيين المشتركين في اتحاد الغرف التجارية العراقية، واتحاد الصناعات العراقية، واتحاد المقاولين العراقيين، علماً أن تلك الاتحادات تضم أعضاء من جميع محافظات العراق.

تاسعا عينة البحث

: تمثلت عينة البحث ب(٤٠٠) مبحوثا من بين الاتحادات المذكورة وزعت الاستبانة والمقياس عليهم بطريقة العينة بالصدفة .

المبحث الثاني: القنوات الفضائية واثرها على ثقة الجمهور بمؤسسات الدولة

تتأثر استعدادات الجمهور للثقة نحو مؤسسات الدولة عبر قدرة تلك المؤسسات على تحديد تصرفاتها بشكل يتوافق مع الاتجاهات والقيم التي يؤمن بها الجمهور، لاسيما المتعلقة بواجبات الحكومة تجاه مواطنيها[١]، ومن ثمَ فإن مستويات أعلى من الثقة يمكن أن تتحقق كلما زادت نسبة التوافق بين قيم الجمهور والقيم السائدة في مؤسسات الدولة، والتي يسهم التلفزيون بتعزيزها أو تقليلها عبر ما يعرضه من برامج وأخبار تتعلق بتلك المؤسسات. وهكذا نجد أن الثقة بين المواطن وبين مؤسسات الدولة من جهة وبين وسائل الإعلام من جهة أخرى ترتبط بشكل طردي مع تصوراته عنهما، لأن الأفراد يسعون بشكل انتقائي للمعلومات وذلك لتأكيد الأفكار السابقة لديهم بالفعل[٢] من جهة أخرى فإن مستويات الرضا التي يشعر بها المواطنون تجاه حكوماتهم قد تكون ناتجة عن انعكاس ثقتهم بالأداء الوظيفي الذي تقدمه الحكومات لمواطنيها او العكس، لذلك فإن مستوى رضا المواطن عن الأداء المهني لمؤسسات الدولة يعد معيارا لقياس ثقته بالحكومة[٣]. ولذلك فان العلاقة بين متغيري الثقة بمؤسسات الدولة و بين الجمهور يمكن تفسيرها عبر العلاقة الطردية بينهما وبين متغير ثالث هو الشفافية[*] المتاحة امام الرأي العام عبر الاعلام، فكلما زادت الشفافية لدى مؤسسات الدولة زادت ثقة الجمهور بها[٤]وتختلف وجهات نظر الباحثين حول دور وسائل الإعلام الجماهيرية الحرة في تشكيل مستوى الثقة العام بمؤسسات الدولة حسب مستواها الطبقي بين رأيين، الأول يرى أن الثقة بمؤسسات الدولة لا تختلف باختلاف مستوى تلك المؤسسات سواء كانت مؤسسات بمستويات عليا أم مؤسسات بمستويات دنيا، والرأي الثاني يرى أن مستوى الثقة السائد بين الجمهور حول مؤسسات الدولة الدنيا لا يمكن تعميمه على المؤسسات ذات المستويات الأعلى في الدولة[٥].لذلك فإن لوسائل الإعلام المقدرة على تعزيز مستويات الثقة بالسياسيين، لمن استطاع أن يثبت للجمهور أنه أهل لتلك الثقة من البداية فقط[٦]. غير أن ذلك لا يمنع من استخدام وسائل الإعلام في عملية بناء الثقة لمؤسسات عامة أو خاصة كالمؤسسات الحزبية على سبيل المثال، عبر تقديم الجوانب الايجابية منها للراي العام[٧]، ولكن تبقى مسألة الثقة رهينة بعوامل اقتصادية وسياسية وذاتية تحددها قدرة المؤسسة أو النظام على تقديم أداء أفضل بالمقارنة مع غيرها من المؤسسات[٨] إن رؤية الأفراد لمنجزات حكومية كواقع ملموس على الأرض ولا سيما مشاريع التنمية الوطنية تؤدي دورا كبير في إيجاد شعور من الثقة بين المواطن ومؤسسات الدولة ولا سيما الحكومية منها، بينما تقوم القنوات التلفزيونية بتعزيز ذلك الشعور عبر تغطية تلك المشاريع سواء بنشرات الأخبار أو البرامج الأخرى[٩]وتجدر الاشارة هنا إلى إن دراسات متخصصة وجدت أن الحريات الإعلامية المبالغ فيها ولا سيما في مواقع التواصل الاجتماعي والفضائيات التي تعرض مخرجات تلك المواقع، يكون له تأثير عكسي على ثقة الجمهور بمؤسسات الدولة ما لم تصاحب تلك الحريات مستويات ثقافة سياسية صحيحة في المجتمع [١٠]، فضلا عن أن التعرض لخطاب تلفزيوني غير حيادي (سلبي) قد يؤدي إلى إضعاف الثقة بأعضاء البرلمان والسياسيين من مسؤولي الدولة والحكومة سواء أكان ذلك الخطاب معتمدا على حقائق ام تلفيقات، مع احتمالية أن يتضائل ذلك الشعور السلبي تجاههم مع مرور الوقت إن لم يجرِ تعزيز ذلك الخطاب عبر التلفزيون، لكون ذاكرة الجمهور غالبا ما تكون قصيرة المدى[١١]. أما ملكية وسائل الإعلام فإن نتائج الدراسات الإعلامية التي أُجريت في الدول ذات الانظمة الديمقراطية تشير إلى أن ثقة الجمهور بوسائل الإعلام التابعة للدولة أكبر من تلك المملوكة للقطاع الخاص، على الرغم من أن الأخيرة أكثر انتقادا للحكومة، كون الثقة بوسائل الإعلام الحكومية منعكسة عن ثقة مواطني تلك الدول بانظمتها الديمقراطية، غير أن أسباب تلك الثقة في الديمقراطيات الأوربية تختلف عن أسبابها في الديمقراطيات الناشئة ومنها الافريقية على سبيل المثال؛ ففي افريقيا يحدث ذلك بسبب التحيز المفضوح لمالكي القنوات الخاصة لاتجاهاتهم وارائهم ومصالحهم الخاصة بما يؤدي الى نفور الجمهور منها، فضلا عن انخفاض مستوى جودة المنتج الإعلامي الخاص بالمقارنة مع جودة المنتج الإعلامي الحكومي الذي يحظى بدعم مالي اكبر, بالإضافة الى طبيعة الثقافة السياسية السائدة في أفريقيا التي تختلف عنها في أوربا وهو ما ينعكس على اختلاف معايير الثقة لدى شعوب القارتين[١٢] إن الاعلام عندما يبادر بأخذ دوره الرقابي الرائد ويسلط تركيزه على الجوانب المظلمة في المجتمع لا سيما في الشؤون المحلية، فإنه سيفضح الكثير من التلاعب والفساد حتى في السلك القضائي او المسؤلين الحكومين المرتشين عبر الرقابة الإعلامية التي يمارسها على مؤسسات الدولة، حتى في الدول التي يكفل لها القانون هامشا من الحرية الإعلامية رغم انتهاجها نظما غير ديمقراطية كالصين على سبيل المثال. وهكذا يظهر الدور الرقابي للأعلام بأنه لا يقتصر على فضح قضايا الفساد في مؤسسات الدولة؛ بل إنه وفي ظل زيادة متابعته لتطبيق

القوانين استطاع الغاء قرارات قضائية ظالمة، وهناك مثال جيد على ذلك عندما اتهمت سيدة اعمال صينية بالتربّح غير المشروع عن طريق مشاريع حكومية وحكمت عليها المحكمة بالاعدام وفقا للقانون الصيني؛ ولكن وسائل الاعلام استطاعت أن تسلط الضوء على هذه القضية؛ التي تبيّن وجود منافسين آخرين مرتبطين بالسلطة هم من وقف خلف إصدار ذلك الحكم؛ لامتناع تلك السيدة عن دفع الرشى لهم، فتحولت القضية الى قضية رأي عام انتهى بالغاء الحكم الصادر بحقها[١٣] إن قدرة وسائل الاعلام على نقد الأداء الوظيفي للحكومة بشكل مهني ومستقل يتوقع منه أن يكّون علاقة ثقة ايجابية مع الجمهور ويعمل في الوقت نفسه على تقويض الثقة بمؤسسات النظام الحكومية بل بنظام الحكم نفسه[١٤]، وقد أدركت بعض الحكومات الاستبدادية ذلك، وحتى لا تصل الى درجة يفقد بها الجمهور ثقته بها، فقد اعطت بعض وسائل الاعلام هامشا من الحرية طمعا بان يعود ذلك عليها بالفائدة التي يمكن أن تؤمن الدعم الشعبي لها عبر تحويل انتباه الاراء المضادة للنظام أو المعترضة عليه باتجاه بعض المؤسسات الحكومية الفاسدة، بما يشكل متنفسا للغضب وتقليلا للاحباط وربما اسهم ذلك في ارتفاع نسبي لثقة الجمهور بتلك الانظمة وتعد بعض البرامج الساخرة (الخاضعة للرقابة) مثالا على ذلك [١٥]إن قرار ثقة الجمهور بمؤسسات الدولة – التي تعد الحكومة أحدها– من حيث منحها أو حجبها عن السياسيين قد تبدأ من المراحل الاولى التي يتعرف بها الجمهور على السياسي وما يتركه في أذهانهم من صور تعمل الظروف على ترسيخها أو تغييرها ، ولعل أجواء المناظرات السياسية إبان الانتخابات العامة هي الفترة التي يبدأ الجمهور فيها بتحديد خياراته واتخاذ قراراته ولا يمكن إغفال دور التلفزيون في تغطيته لتلك الاحداث اعتمادا على اسلوبه في التغطية، ففي الوقت الذي ينبغي فيه أن تكون التغطية موضوعية وتركز على البرامج الحكومية للمرشحين كما جرت عليه العادة في انتخابات القارة الأوربية نجد أن الأسلوب المفضل في الولايات المتحدة هو نموذج (سباق الخيل) الذي يظهر السياسيين وكأنهم خيول تعدو في مضمار السباق بغية تحقيق المركز الاول[١٦]، وغالبا ما يرافق تلك التغطيات تصرفات متباينة في درجة الكياسة من قبل السياسيين، أو تعرضهم لاسئلة ومناقشات خشنة تخرج بعضهم عن طوره المعتاد أو تؤكد أطواره الغريبة ، وهو ما قد يثير سخرية أو ازدراء الجمهور أحيانا كما حصل في تغطية انتخابات (ترامب، كلنتون٢٠١٦) والتي ركزت على الجوانب السلبية والعيوب الشخصية للمرشحين أكثر من الاهتمام بالجانب الموضوعي للبرنامج الحكومي لهما، وهو ما قد يؤثر بشكل سلبي على مستوى ثقة الجمهور بالساسة و قد تدفعهم إلى التخلي عن قرارت مسبقة اتجاههم أحيانا، ولكن يبقى قرار الناخب بوضع ورقتة الانتخابية في الصندوق يوم الانتخابات محكوما بعدة عوامل، غير تلك التي تنتج عن وسائل الإعلام، بما يأتي بنتائج قد تشكل مفاجئة على مستوى العالم، كما حصل مع دونالد ترامب الذي فاز بالانتخابات على الرغم من كل الفضائح الاخلاقية والانتقادات التي وجهت له عبر كبريات وسائل الاعلام من الصحف والقنوات التلفزيونية الامريكية، فكانت ضربة قاسية لتلك الوسائل التي لم تنفع كل تحذراتها للجمهور من انتخابه كرئيس للولايات المتحدة الامريكية، بشكل عده مختصون بانه سابقة تاريخية في علاقة الإعلام بالحياة السياسية في الولايات المتحدة التي غالبا ما كانت نتائج انتخاباتها تاتي متوافقة مع اتجاهات الدعاية التي توفرها كبرى وسائل الاعلام الامريكية لدعم احد المرشحين. وهي حالة جديرة بالبحث والتحليل.

المبحث الثالث: الاطار العملي

تمهيد : للوصول الى النتائج المطلوبة وزع الباحث استبانة استطلاعية على مجموعة من افراد العينة للوصول الى معرفة البرامج والاخبار التي يفضلها المبحوثين وكذلك مدى مستوى الانتباه لديهم في ما يتعلق باخبار الفساد في القنوات الفضائية.

المحور الاول المتغيرات الديمغرافية:

١-**النوع :** حصلت فئة (الذكور) على المرتبة الاولى بعدد (٣٢٤) مبحوث وبنسبة (٨١٪) ونالت فئة (الاناث) المرتبة الثانية بعدد (٧٦) مبحوثا وبنسبة (١٩٪)، انظر جدول (١)**: جدول (١) يبين افراد العينة حسب النوع**

النوع	التكرار	النسبة	المرتبة
ذكر	٣٢٤	٨١٪	الاولى
انثى	٧٦	١٩٪	الثانية
المجموع	٤٠٠	١٠٠٪	

نستشف من الجدول اعلاه ان الذكور هم اكثر اهتماما وارتباطا بالجانب الاقتصادي من الاناث.

٢-العمر: جاءت فئة (٤٥فما فوق) بالمرتبة الاولى بعدد تكرارات (٢١٨) مبحوثا وبنسبة (٥٤,٥٪) ونالت فئة (٣٦-٤٥) على المرتبة الثانية بعدد (١٠٢) تكرارا وبنسبة (٢٥,٥٪) وجاءت فئة (٢٦-٣٥) بالمرتبة الثالثة بعدد تكرارت (٤٦) وبنسبة (١١,٥٪) وحصلت فئة (١٨-٢٥) على المرتبة الاخيرة بعدد (٣٤) تكرارا وبنسبة (٨,٥٪) ، انظر جدول (٢)**:جدول (٢) يبين توزيع افراد العينة حسب العمر**

العمر	التكرار	النسبة	المرتبة
١٨-٢٥	٣٤	٨,٥٪	الرابعة
٢٦-٣٥	٤٦	١١,٥٪	الثالثة
٣٦-٤٥	١٠٢	٢٥,٥٪	الثانية
٤٥ فما فوق	٢١٨	٥٤,٥٪	الاولى
المجموع	٤٠٠	١٠٠٪	

يتضح من الجدول (٢) ان فئة كبار العمر هم يمثلون الاغلبية في مجال النشاط الاقتصادي وذلك بسبب امتلاكهم للخبرات التي تمكنهم من السير في هذا المجال بشكل افضل من الفئات الاخرى.

٣-**المهنة:** حصلت فئة (تاجر) على المرتبة الاولى بعدد تكرارات (١٥٢) وبنسبة (٣٨٪) وحلت فئة (مقاول) على المرتبة الثانية بعدد (١٤١) تكرارا وبنسبة (٣٥,٢٥٪) وجاءت فئة (صناعي) بالمرتبة الثالثة بعدد تكرارات (١٠٧) وبنسبة (٢٦,٧٥٪) ، انظر جدول (٣):

جدول (٣) يبين توزيع افراد العينة بحسب المهنة

صنف المهنة	التكرار	النسبة	المرتبة
تاجر	١٥٢	٣٨٪	الاولى
مقاول	١٤١	٣٥,٢٥٪	الثانية
صناعي	١٠٧	٢٦,٧٥٪	الثالثة
المجموع	٤٠٠	١٠٠٪	

٤- **التحصيل الدراسي:** ان نتائج هذه الفئات هي: حصلت فئة (بكلوريوس) على المرتبة الاولى بعدد (٢٣٩) تكرارا وبنسبة (٥٩,٧٥٪) وجاءت فئة (اعدادية) بالمرتبة الثانية بعدد (٧٦) مبحوثا وبنسبة (١٩٪) ونالت فئة (شهادة عليا) على المرتبة الثالثة بعدد تكرارات (٥٢) وبنسبة (١٣٪) وحلت فئة (متوسطة) بالمرتبة الاخيرة بعدد (٣٣) تكرارا وبنسبة (٨,٢٥٪)، انظر جدول (٤)**جدول (٤) يبين توزيع المبحوثين حسب التحصيل الدراسي**

التحصيل الدراسي	التكرار	النسبة	المرتبة
متوسطة	٣٣	٨,٢٥٪	الرابعة
اعدادية	٧٦	١٩٪	الثانية
بكلوريوس	٢٣٩	٥٩,٧٥٪	الاولى
شهادة عليا	٥٢	١٣٪	الثالثة
المجموع	٤٠٠	١٠٠٪	

نستنتج من الجدول اعلاه ان غالبية المبحوثين هم من ذوي التعليم الجيد ويعود السبب في ذلك نتيجة ان المجال الاقتصادي يحتاج الى فئة مثقفة حاصلة على شهادات علمية تمكنها من متابعة العمل ضمن هذا المجال بشكل سليم.

المحور الثاني حجم التعرض:

١- **مستوى المتابعة** : نالت فئة (دائما) على المرتبة الاولى بعدد تكرارات (١٩٣) وبنسبة (٤٨,٢٥٪) وجاءت فئة (احيانا) على مرتبة الثانية بعدد (١٦١) تكرارا وبنسبة (٤٠,٢٥٪) وحلت فئة (نادرا) بالمرتبة الثالة بعدد (٤٦) تكرارا وبنسبة (١١,٥٪)، انظر جدول (٥):

جدول (٥) يبين مستوى متابعة المبحوثين لاخبار الفساد في القنوات الفضائية

مستوى المتابعة	التكرار	النسبة	المرتبة

دائما	١٩٣	٪٤٨,٢٥	الاولى
احيانا	١٦١	٪٤٠,٢٥	الثانية
نادرا	٤٦	٪١١,٥	الثالثة
المجموع	٤٠٠	٪١٠٠	

نستشف من الجدول السابق ان معظم المبحوثين وبنسبة (٨٨,٥٪) يتابعون اخبار الفساد في القنوات الفضائية وهذا يدل على ان مستوى المتابعة عالي.

٢-**عدد الايام التي يتابع فيها المبحوثين اخبار الفساد في القنوات الفضائية:** كانت نتائج فئات عدد ايام المشاهدة كالتالي: نالت فئة يوميا على المرتبة الاولى بعدد تكرارات (٢٠١) وبنسبة (٥٠,٢٥٪) وحصلت فئة (من ٣ايام اواكثر) على المرتبة الثانة بعدد (١٦٧) تكرارا وبنسبة (٤١,٧٥٪) وحلت فئة (من ١-٢ يوم) على المرتبة الاخيرة بعدد تكرارات (٣٢) وبنسبة (٨٪)، انظر جدول (٦):

جدول (٦) يبين عدد الايام التي يشاهد فيها المبحثوين اخبار الفساد في القنوات الفضائية

عدد الايام	التكرار	النسبة	المرتبة
يوميا	٢٠١	٪٥٠,٢٥	الاولى
من ١-٢ يوم	٣٢	٪٨	الثالثة
من ٣ ايام او اكثر	١٦٧	٪٤١,٧٥	الثانية
المجموع	٤٠٠	٪١٠٠	

يتضح لنا من الجدول اعلاه ان المبحوثين يشاهدون اخبار الفساد في القنوات الفضائية بشكل كثيف اذ ان اغلب المبحوثين يشاهدون اخبار الفساد بشكل يومي.

٣-**عدد ساعات المشاهدة:** جاءت فئة (ساعة واحدة) بالمرتبة الاولى بعدد (٢٤١) تكرارا وبنسبة (٦٠,٢٥٪) وحصلت فئة (من ٢-٣ ساعة) على المرتبة الثانية بعدد (٩٧) تكرارا وبنسبة (٢٤,٢٥٪) ونالت فئة (اكثر من ٣ ساعات) على المرتبة الثالثة بعدد تكرارات (٦٢) وبنسبة (١٥,٥٥)، انظر جدول (٧)**جدول (٧) يبين توزيع افراد العينة حسب عدد شاهدة المتابعة**

عدد الساعات	التكرار	النسبة	المرتبة
ساعة واحدة	٢٤١	٪٦٠,٢٥	الاولى
من ٢-٣ ساعة	٩٧	٪٢٤,٢٥	الثانية
اكثر من ثلاث ساعات	٦٢	٪١٥,٥	الثالثة
المجموع	٤٠٠	٪١٠٠	

نستشف من الجدول السابق ان غالبية المبحوثين يتابعون اخبار الفساد لمدة ساعة واحدة وهذه نتيجة طبيعية كون ان معظم القنوات الفضائية تعرض نشرة اقتصادية اثناء نشرة الاخبار الرئيسة او منفصلة وان مدة هذه النشرة لا تزيد عن ساعة زمنية في الغالب.

المحور الثالث دوافع اعتماد المبحوثين على اخبار الفساد في القنوات الفضائية:

١-القنوات التي يفضلها المبحوثين في متابعة اخبار الفساد: نالت فئة (محلية) على المرتبة الاولى بعدد (٢٩٨) تكرارا وبنسبة (٧٤,٥٪) وجاءت فئة (عربية) على المرتبة الثانية بعدد تكرارات (٨٦) وبنسبة (٢١,٥٪) وحلت فئة (دولية) بالمرتبة الثالثة بعدد (١٦) تكرارا وبنسبة (٤٪)، انظر جدول (٨):**جدول (٨) يبين القنوات التي يفضلها المبحوثين لمتابعة اخبار الفساد**

نوع القناة	التكرار	النسبة	المرتبة
محلية	٢٩٨	٪٧٤,٥	الاولى
عربية	٨٦	٪٢١,٥	الثانية
دولية	١٦	٪٤	الثالثة
المجموع	٤٠٠	٪١٠٠	

نستنتج من الجدول اعلاه ان المبحوثين يفضلون القنوات المحلية على الفئات الاخرى وذلك بسبب ان هذه القنوات تنشر الاخبار التي تتعلق بالوضع الاقتصادي المحلي والذي يؤثر بشكل رئيس على الوضع الاقتصادي للمبحوثين.

٢-**اسباب التفضيل** : اظهرت نتائج اسباب التفضيل ان فئة (التعرف على الاوضاع الجارية) حصلت على المرتبة الاولى بعدد (٢٤٣) مبحوثا وبنسبة (٦٠,٧٥٪) ونالت فئة (زيادة المعرفة والتثقيف على المرتبة الثانية بعدد تكرارات (١١٩) وبنسبة (٢٩,٧٥٪) وحلت فئة (للترفيه) على المرتبة الاخيرة بعدد (٣٨) تكرارا وبنسبة (٩,٥٪)، انظر جدول (٩): **جدول (٩) يبين اسباب تفضيل المبحوثين للقنوات في متابعة اخبار الفساد**

اسباب التفضيل	التكرار	النسبة	المرتبة
التعرف على الاوضاع الجارية	٢٤٣	٦٠,٧٥٪	الاولى
زيادة المعرفة والتثقيف	١١٩	٢٩,٧٥٪	الثانية
للترفيه	٣٨	٩,٥٪	الثالثة
المجموع	٤٠٠	١٠٠٪	

يتضح من الجدول السابق ان السبب الرئيس لمعظم المبحوثين هو متابعة الاوضاع الجارية كونها المؤثر الاساس على اوضاع السوق التجاري والاقتصادي.

المحور الرابع العلاقة بين اعتماد المبحوثين على اخبار الفساد في القنوات الفضائية ومستوى ثقتهم بمؤسسات الدولة (المقياس):

١-**الاثر المعرفي** : يزداد إعتماد االاقتصاديين العراقيين على أخبار الفضائيات العراقية المتعلقة بموضوعات الفساد مع ازدياد الغموض ونقص المعلومات المرتبطة بتلك الموضوعات.توزعت اجابات المبحوثين بشأن هذه الفرضية ولتحقيقها سوف نختبر تسع فرضيات فرعية وهي فقرات المحور وقد بلغت قيمة الوسط الحسابي لهذا المحور (٢,٤٤) وهي اكبر من قيمة الوسط الفرضي والبالغ (٢) وهذا يعني بأن اجابات العينة في هذا الفرض يتجه نحو الاتفاق، وبانحراف معياري مقداره (٠,٣٦٨) ، وظهرت النتائج كما في الجدول (١٠):**الفقرة (١)** : تسهم الاخبار المتعلقة بالفساد والتي تأخذ حيزا واضحا في نشرات الاخبار للفضائيات في تعزيز الوعي حول تلك المواضيع.**الفقرة (٢)** : تهتم الفضائيات بإثارة موضوعات الفساد اكثر من بقية وسائل الاعلام الاخرى التقليدية الاخرى.**الفقرة (٣)** : إن الفضائيات تتفوق في مهنيتها على مواقع التواصل الاجتماعي في إثارة موضوعات الفساد وكشف غموضها، على الرغم من كثرة عرض المواقع لتلك الموضوعات.**الفقرة (٤)** : تسهم القنوات الفضائية من خلال تغطيتها لاخبار الفساد في زيادة اهتمامي بتلك الاخبار.**الفقرة (٥)** : تسهم القنوات الفضائية من خلال طرحها لموضوعات الفساد في تصحيح معلوماتي ازاء تلك المعلومات.**الفقرة (٦)** : تتيح القنوات الفضائية من خلال الأساليب الإقناعية التي تستخدمها، التعدّدية في الآراء ومن وجهات نظر مختلفة ازاء موضوعات الفساد التي تنشرها.**الفقرة (٧)** : تسهم تعدد النقاشات ضمن اخبار الفساد التي تنشرها القنوات الفضائية في زيادة المعرفة واختلاف الآراء تجاه تلك الاخبار.**الفقرة (٨)** : ان تناقض المعلومات ضمن اخبار الفساد التي تقدمها القنوات الفضائية تسهم في تشتيت ادراكي وتقلل من اهتماتي بتلك الاخبار.**الفقرة (٩)** : يسهم أسلوب تقديم اخبار الفساد ضمن القنوات الفضائية في زيادة إدراكي للقضايا المختلفة من خلال اللغة، والإلقاء الجيّد .**جدول (١٠) اجابات أفراد العينة المبحوثة حول فقرات الاثر المعرفي**

ت	الفقرات		لا اتفق	محايد	اتفق	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف	الاهمية النسبية	اتجاه الاجابة
١	الفقرة (١)	ت	٣٤	١٥٢	٢١٤	٢,٤٥	٠,٦٤٧	٢٦,٤٠٨	٤	اتفق
		%	٨,٥	٣٨	٥٣,٥					
٢	الفقرة (٢)	ت	٥٤	١١٧	٢٢٩	٢,٤٤	٠,٧١٩	٢٩,٤٦٧	٨	اتفق
		%	١٣,٥	٢٩,٢	٥٧,٣					
٣	الفقرة (٣)	ت	٤٠	١٢٨	٢٣٢	٢,٤٨	٠,٦٧١	٠٥٦,٢٧	٧	اتفق
		%	١٠	٣٢	٥٨					
٤	الفقرة (٤)	ت	٣٥	١٤٩	٢١٦	٢,٤٥	٠,٦٥١	٥٧١,٢٦	٥	اتفق

		%	٨,٨	٣٧,٢	٥٤					
٥	الفقرة (٥)	ت	٣٥	١٨٠	١٨٥	٢,٣٨	٠,٦٤١	٢٦,٩٣٣	٦	اتفق
		%	٨,٨	٤٥	٤٦,٢					
٦	الفقرة (٦)	ت	٦٤	١٣٠	٢٠٦	٢,٣٦	٠,٧٤٢	٣١,٤٤١	١١	اتفق
		%	١٦	٣٢,٥	٥١,٥					
٧	الفقرة (٧)	ت	٥٣	١٣١	٢١٦	٢,٤١	٠,٧١٣	٢٩,٥٨٥	٩	اتفق
		%	١٣,٣	٣٢,٧	٥٤					
٨	الفقرة (٨)	ت	٥٣	١٧٧	١٧٠	٢,٢٩	٠,٦٨٨	٣٠,٠٤٤	١٠	محايد
		%	١٣,٣	٤٤,٢	٤٢,٥					
٩	الفقرة (٩)	ت	١٦	١١٣	٢٧١	٢,٦٤	٠,٥٥٨	٢١,١٣٦	١	اتفق
		%	٤	٢٨,٢	٦٧,٨					
الوسط العام						٢,٤٤	٠,٣٦٨			

٢- **الاثر الوجداني:** تتأثر ثقة وجدانيا الاقتصاديين العراقيين بمؤسسات الدولة كلما زاد اعتمادهم على اخبار الفساد في القنوات الفضائية.

توزعت اجابات المبحوثين بشأن هذه الفرضية ولتحقيقها سوف نختبر تسع فرضيات فرعية وهي فقرات المحور وقد بلغت قيمة الوسط الحسابي لهذا المحور (٢,٤٣) وهي اكبر من قيمة الوسط الفرضي والبالغ (٢) وهذا يعني بأن اجابات العينة في هذا الفرض يتجه نحو الاتفاق، وبانحراف معياري مقداره (٠,٣٨٣) ، وظهرت النتائج كما في الجدول (١١):**الفقرة (١)** الاستمالات العاطفيّة المستخدمة ضمن اخبار الفساد المنشورة في القنوات الفضائية تزيد من رغبتي في متابعتها.**الفقرة (٢)** تسهم الاستمالات العقليّة التي تستخدمها القنوات الفضائية عند عرضها لاخبار الفساد في زيادة شعوري بالرضا لانها تعطي مصداقية اكثر.**الفقرة (٣)** شعوري بالرغبة في الدّخول ضمن نقاشات حول العديد من القضايا يزداد من خلال متابعتي لاخبار الفساد في القنوات الفضائية.**الفقرة (٤)** الاستمالات العاطفيّة المستخدمة ضمن القنوات الفضائية عند طرحها لاخبار الفساد تسهم في تقلّيل من رغبتي في متابعتها.**الفقرة (٥)** تسهم الأساليب الإقناعية المستخدمة في القنوات الفضائية ضمن تناولها لاخبار الفساد في زيادة الشعور بضرورة تغيير بعض المفاهيم.**الفقرة (٦)** إنَّ أساليب التّقديم لاخبار الفساد في القنوات الفضائية تزيد من اهتمامي في متابعة تلك الاخبار. **الفقرة (٧)** إن عرض الفضائيات لاخبار الفساد وفضح المفسدين لم يسهم بفقدان شعوري بالثقة في مؤسسات الدولة.**الفقرة (٨)** إن الفضائيات حريصة على استضافة متخصصين لمناقشة موضوعات الفساد التي تعرضها في نشرات االخبار.**الفقرة (٩)** إن عرض الفضائيات لاخبار تتعمق بموضوعات الفساد لا تخلو من مقاصد ابتزاز واسقاط سياسي يشعرني بالنفور وعدم الرغبة في متابعة تلك الاخبار.**جدول (١١) احابات افراد العينة على فقرات الاثر الوجداني**

ت	الفقرات		لا اتفق	محايد	اتفق	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف	الاهمية النسبية	اتجاه الاجابة
١	**الفقرة (١)**	ت	٤	١٠٢	٢٩٤	٢,٩٩	٠,٦٥٣	٢١,٨٣٩	٢	اتفق
		%	١	٢٥,٥	٧٣,٥					
٢	**الفقرة (٢)**	ت	--	١٣٨	٢٦٢	٢,٦٦	٠,٤٧٦	١٧,٨٧٥	١	اتفق
		%	---	٣٤,٥	٦٥,٥					
٣	**الفقرة (٣)**	ت	٣٦	١٤٩	٢١٥	٢,٤٥	٠,٦٥٤	٢٦,٦٩٤	٥	اتفق
		%	٩	٣٧,٣	٥٣,٧					
٤	**الفقرة (٤)**	ت	٦٨	١٩٨	١٣٤	٢,٣٣	٠,٧٤٩	٣٢,١٤٦	٩	محايد

		%	١٧	٤٩,٥	٣٣,٥					
٥	الفقرة (٥)	ت	٣٨	٦١	٣٠١	٢,٦٦	٠,٦٤٤	٢٤,٢٤٨	٣	اتفق
		%	٩,٥	١٥,٣	٧٥,٢					
6	الفقرة (٦)	ت	٣٤	١٢١	٢٤٥	٢,٥٣	٠,٦٤٨	٢٥,٦١٣	٤	اتفق
		%	٨,٥	٣٠,٣	٦١,٢					
7	الفقرة (٧)	ت	٢١٣	١٥٢	٣٥	٢,٢٩	٠,٦١٩	٢٧,٠٣١	٦	لا اتفق
		%	٥٣,٢	٣٨,٨	٨,٨					
8	الفقرة (٨)	ت	١٣٢	١٣٨	١٣٠	٢,٠٢	٠,٨٢٢	٤٠,٦٩٣	١١	محايد
		%	٣٣	٣٤,٥	٣٢,٥					
٩	الفقرة (٩)	ت	٩٥	١٥٥	١٥٠	٢,١٣	٠,٧٦٨	٣٦,٠٥٦	١٠	محايد
		%	٢٣,٨	٣٨,٧	٣٧,٥					
الوسط العام						٢,٤٣	٠,٣٨٣			

٣- **الاثر السلوكي:** كلما زاد اعتماد الاقتصاديين العراقيين على اخبار الفساد عبر القنوات الفضائية كلما ادى ذلك إلى اتخاذ خطوات سلوكية وقرارات عملية.توزعت اجابات المبحوثين بشأن هذه الفرضية ولتحقيقها سوف نختبر تسع فرضيات فرعية وهي فقرات المحور وقد بلغت قيمة الوسط الحسابي لهذا المحور (٢,٤٢) وهي اكبر من قيمة الوسط الفرضي والبالغ (٢) وهذا يعني بأن اجابات العينة في هذا الفرض يتجه نحو الاتفاق، وبانحراف معياري مقداره (٠,٣٥٢) ، وظهرت النتائج كما في الجدول (١٢):**الفقرة(١)** : تحفزني اخبار الفساد في القنوات الفضائية على المشاركة في النقاشات والوقوف ضد هذه الظاهرة.**الفقرة (٢)** : تسهم القنوات الفضائية من خلال تغطيتها لاخبار الفساد في تشكيل وتبني مواقف مؤيدة لها.**الفقرة (٣)** : تؤدي الأساليب الإقناعية المستخدمة في القنوات الفضائية عند تقديمها لاخبار الفساد إلى ضعف ثقتي وعزوفي عن التعامل مع مؤسسات الدولة.**الفقرة (٤)** : المناقشات التي تتضمنها موضوعات الفساد المقدمة عبر القنوات الفضائية تسهم في تشكيل آراء وتبنّي اتجاهات معينة تتعلق بتلك الموضوعات.**الفقرة (٥)** : يسهم تبني القناة لاتجاه معين ضمن طرحها لموضوعات الفساد في اضعاف ثقتي فيها والعزوف عن متابعتها في المستقبل.**الفقرة (٦)** : تزيد أساليب التقديم القنوات الفضائية لموضوعات الفساد من مستوى مشاركتي في التعامل مع مؤسسات الدولة وزيادة ثقتي فيها.**الفقرة (٧)** : تؤدي القنوات الفضائية عبر تقديمها لاخبار الفساد دورًا رقابيًّا من خلال استخدامها للاستمالات العقليّة التي تسهم في زيادة او انخفاض ثقتي بالمؤسّسات المختلفة.**الفقرة (٨)** : الصورة التي ترسمها القنوات الفضائية تجاه شخصيات او مؤسسات من خلال طرحها لاخبار الفساد تسهم في عدم تأييدي لتلك الشخصيات والمؤسسات وفقدان الثقة بهم.**الفقرة (٩)** : تسهم القنوات الفضائية من خلال تبنيها لمواقف معينة ضمن طرحها لاخبار الفساد في زيادة مستوى اللامبالاة داخلي.**جدول (١٢) يبين اجابات افراد العينة على الاثر السلوكي**

ت	الفقرات		لا اتفق	محايد	اتفق	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف	الاهمية النسبية	اتجاه الاجابة
١	الفقرة (١)	ت	٧١	١٨١	١٤٨	٢,١٨	٠,٧٠٨	٣٢,٤٧٧	٩	محايد
		%	١٧,٨	٤٥,٢	٣٧					
٢	الفقرة (٢)	ت	٤٤	١٥٢	٢٠٤	٢,٤١	٠,٦٥٥	٢٧,٥٩٣	٤	اتفق
		%	١١	٣٨	٥١					
٣	الفقرة (٣)	ت	٣٦	١٥٦	٢٠٨	٢,٣	٠,٦٢٢	٢٧,٠٤٣	٢	اتفق

		%	٩	٣٩	٥٢					
٤	الفقرة (٤)	ت	٧٢	٧٨	٢٥٠	٢,٤٥	٠,٧٧١	٣١,٤٩٦	٧	اتفق
		%	١٨	١٩,٥	٦٢,٥					
٥	الفقرة (٥)	ت	١٥	١٨٦	١٩٩	٢,٤٥	٠,٥٧٧	٢٣,٥٥١	١	اتفق
		%	٣,٨	٤٦,٥	٤٩,٧					
٦	الفقرة (٦)	ت	٧٢	١٣٤	١٩٤	٢,١٦	٠,٧	٣٢,٤٠٧	٨	محايد
		%	١٨	٣٣,٥	٤٨,٥					
٧	الفقرة (٧)	ت	٣٧	١٣١	٢٣٢	٢,٣٨	٠,٦٤٩	٢٧,٢٦٩	٣	اتفق
		%	٩,٣	٣٢,٧	٥٨					
٨	الفقرة (٨)	ت	٦٢	٩٦	٢٤٢	٢,٤٥	٠,٧٤٤	٣٠,٣٨٧	٦	اتفق
		%	١٥,٥	٢٤	٦٠,٥					
٩	الفقرة (٩)	ت	١٠٦	١٤٦	١٤٨	٢,١١	٠,٧٨٨	٣٧,٣٤٦	١١	محايد
		%	٢٦,٥	٣٦,٥	٣٧					
الوسط العام						٢,٢٧	٠,٣٥٢			

الاستنتاجات:

١-تعد الفضائيات وسيلة مهمة من وسائل الاعلام الرقابية التي يعتمد عليها الاقتصاديون العراقيون لكشف الغموض الذي يحيط بقضايا الفساد على الرغم من منافسة مواقع التواصل الاجتماعي لها.

٢- هناك مشاكل حقيقية يعاني منها الجمهور الاقتصادي مع مؤسسات الدولة ناتج عن ضعف الثقة في التعامل المشترك.

٣- ان شعور ثقة شريحة الاقتصاديين العراقيين بمؤسسات الدولة هو أمر مهم يجب ان لا تسقطه الحكومة من حساباتها وبنفس الوقت تؤدي الفضائيات العراقية دورا مهما في تقوية هذا الشعور او اضعافه بين مؤسسات الدولة وبين الاقتصاديين العراقيين.

التوصيات:

١- زيادة الدور الرقابي الذي تؤديه القنوات الفضائية على نشاطات المؤسسات الحكومية وذلك من خلال حث هيئة الاعلام تلك القنوات على تأدية هذا الدور الرقابي.

٢- تنظيم دورات وندوات تثقيفية عن طرق تقديم اخبار الفساد بما يتناسب والمعايير المهنية والاخلاقية للاعلام.

❖ **The references**:

1- Gay, C.,"Spirals of Trust? The Effect of Descriptive Representation on the Relationship Between Citizens and Their Government." American Journal of Political Science 46 (4), 2002.

2- Lester, D., & Yang, B. (2009). Two sources of human irrationality: cognitive dissonance and brain dysfunction. Journal of Socio-Economics,2009.

3- Christensen, T., and P. Lagreid, "Trust in Government: The Relative Importance of Service Satisfaction, Political Factors, and Demography ",2005.

4- Yang, K., and M. Holzer, "The Performance-Trust Link: Implications for Performance Measurement." Public Administration Review 66 (1),2006.

5- Chen, Jie, Bruce Dickson, "Allies of the State: Democratic Support and Regime Support Among China's Private Entrepreneurs." China Quarterly 2008.

6- Miller, Joanne M., and Jon A. Krosnick, "News Media Impact on the Ingredients of Presidential Evaluations." American Journal of Political Science (44), 2000.

7- Miller, A. , Political issues and trust in government, 1964-1970. The American Political Science Review, Vol.68,(3), 1974, Retrieved from http://dx.doi.org/10.2307/1959140.

8- Catterberg, G. , Evaluations, referents of support, and political action in new democracies. International Journal of Comparative Sociology, ,2003.
9- Devra C. Moehler and Naunihal Singh,Whose News Do You Trust? Explaining Trust in Private versus Public Media in Africa, University of Utah Stable, Political Research Quarterly, Vol. 64, No. 2, 2011.
10- Mutz, D., & Reeves, B. , The new videomalaise: Effects of television incivilty on political trust. The American Political Science Review, Vol. 99(1), 2005.
11- (1)Liebman, Benjamin, "Watchdog or Demagogue? The Media in the Chinese Legal System." Columbia Law Review 105, no. 1,2005.
12- Hu, Zhengrong,"The Post-WTO Restructuring of the Chinese Media Industries and the Consequences of Capitalization." Javnost/The Public, No.20, 2003.
13- Li, Lianjiang. 2004. "Political Trust in Rural China." Modern China No.30, 2004

هوامش البحث

(1)Gay, C. , "Spirals of Trust? The Effect of Descriptive Representation on the Relationship Between Citizens and Their Government." American Journal of Political Science 46 (4), 2002, p. 212.
(2)Lester, D., & Yang, B. (2009). Two sources of human irrationality: cognitive dissonance and brain dysfunction. Journal of Socio-Economics,2009, p. 165.
(3)Christensen, T., and P. Lagreid, "Trust in Government: The Relative Importance of Service Satisfaction, Political Factors, and Demography ",2005, p. 497.
* تاريخ www.nazaha.iq الشفافية: هي الية الكشف والاعلان من جانب الدولة عن انشطتها كافة في التخطيط والتنفيذ, موقع هيئة النزاهة, الزيارة في ٢٠٢٠/١/٨ الساعة ٢ بعد الظهر.
(4)Yang, K., and M. Holzer, "The Performance-Trust Link: Implications for Performance Measurement." Public Administration Review 66 (1),2006, p. 30
(5)Chen, Jie, Bruce Dickson, "Allies of the State: Democratic Support and Regime Support Among China's Private Entrepreneurs." China Quarterly 2008, p.780 .
(6)Miller, Joanne M., and Jon A. Krosnick, "News Media Impact on the Ingredients of Presidential Evaluations." American Journal of Political Science (44), 2000, p.200.
(7)Miller, A. , Political issues and trust in government, 1964-1970. The American Political Science Review, Vol.68,(3), 1974, p. 951-957. Retrieved from http://dx.doi.org/10.2307/1959140.
(8)Catterberg, G. , Evaluations, referents of support, and political action in new democracies. International Journal of Comparative Sociology, ,2003, p.18.
(9)Devra C. Moehler and Naunihal Singh,Whose News Do You Trust? Explaining Trust in Private versus Public Media in Africa, University of Utah Stable, Political Research Quarterly, Vol. 64, No. 2, 2011, p. 280.
(10)Devra C. Moehler and Naunihal Singh,Op.cit,p.290.
(11)Mutz, D., & Reeves, B. , The new videomalaise: Effects of television incivilty on political trust. The American Political Science Review, Vol. 99(1), 2005,p. 10.
(12)Devra C. Moehler and Naunihal Singh,Op. cit, p. 344.
(13)Liebman, Benjamin, "Watchdog or Demagogue? The Media in the Chinese Legal System." Columbia Law Review 105, no. 1,2005, p. 132
(14)Hu, Zhengrong,"The Post-WTO Restructuring of the Chinese Media Industries and the Consequences of Capitalization." Javnost/The Public, No.20, 2003, p.27
(15)Li, Lianjiang. 2004. "Political Trust in Rural China." Modern China No.30, 2004, p.235.
(16)Mutz, Diana C., and Byron Reeves, Op. cit, pp. 12-15.