

## تعرض الجمهور العراقي للبرامج الاجتماعية التلفزيونية وعلاقته بمستوى

معرفتهم بالقضايا المجتمعية

أ.م. د. علياء هيجان صكبان

قسم الإعلام / كلية الامام الكاظم

[media.lecturer12@iku.edu.iq](mailto:media.lecturer12@iku.edu.iq)

### مستخلص:

يهدف هذا البحث الى معرفة مستوى تعرض الجمهور العراقي للبرامج الاجتماعية التلفزيونية وعلاقة بمستوى معرفتهم بالقضايا الاجتماعية ، وذلك عن طريق استعمال اداة الاستبانة والتي اشتملت على ثلاث محاور تضمن المحور الاول المتغيرات الديموغرافية والمحور الثاني للتعرض والثالث للمقياس ، وطبقت الباحثة ذلك على عينة قصدية من جمهور مدينه بغداد بلغت (١٢٠) مفردة وبأستعمال منهج المسح ، وتأتي اهمية البحث من قلة الدراسات المتعلقة بالبرامج الاجتماعية ، مما يضيف مصدرا جديدا للباحثين في هذا المجال ، فضلا عن اهمية في قياس تأثير تعرض الجمهور لهذا النوع من البرامج على المستوى المعرفي وتوصل البحث الى نتائج عدة اهمها:

١/ ٨٨% من افراد العينة زادت معرفتهم ببعض القضايا المجتمعية بعد تعرضهم للبرامج الاجتماعية التلفزيونية.

٢/ تفسر البرامج الاجتماعية التلفزيونية لدى ٨٥% القضايا المجتمعية من خلال استضافتها للخبراء والمتخصصين في المجال الاجتماعي .

٣/ تطلع البرامج الاجتماعية التلفزيونية المبحوثين على تفاصيل القضايا ميدانيا وبنسبة ٨٤% منهم .

**الكلمات المفتاحية:** التعرض / الجمهور العراقي / البرامج الاجتماعية / القضايا المجتمعية.

**Title: Iraqi Audience Exposure to Television Social Programs and Its Relationship to Their Knowledge of Societal Issues**

**Asst. Prof. Dr. Aliaa Hijan Saqban**

Department of Media / Al-Imam Al-Kadhim College

[media.lecturer12@iku.edu.iq](mailto:media.lecturer12@iku.edu.iq)

**Abstract:**

This study aims to investigate the level of exposure of the Iraqi audience to television social programs and its relationship to their level of knowledge regarding societal issues. The researcher employed a questionnaire as the primary tool for data collection, comprising three axes: demographic variables, exposure level, and a knowledge scale. The study was conducted on a purposive sample of 120 individuals from the audience in Baghdad City, using the survey methodology.

The significance of this research lies in the scarcity of studies addressing social television programs, thereby providing a new source for scholars in this field. Additionally, it emphasizes the importance of measuring the cognitive impact of audience exposure to such programs.

The research yielded several findings, the most significant of which are:

1. 88% of the sample reported increased awareness of certain societal issues after watching social television programs.
2. 85% indicated that social programs clarify societal issues by hosting experts and specialists in social fields.
3. 84% of the participants stated that these programs inform them about the field details of societal issues.

**Keywords:** Exposure / Iraqi Audience / Social Programs / Societal Issues

#### مقدمة:

تعد وسائل الإعلام مصدرا مهما من مصادر المعلومات اذ تمارس دورا اساسيا في عمليه التوجيه والتنقيف في المجتمعات الحديثة ،لما لها من قدرة من تأثير في جمهور المتلقين ولاسيما القنوات الفضائية التلفزيونية ، وما تقدمه من مضامين عبر برامجها المختلفة ومنها البرامج الاجتماعية والتي اصبحت مصدرا للمعلومات عن القضايا الاجتماعية للجمهور ، فكلما زادت هذه القضايا زاد عناية الجمهور بمتابعتها والتعرف على التفاصيل المتعلقة بقضايا المجتمع وتفسيرها ومن ثم انعكاسها على مستوى معرفتهم بها ، وهو ما نطمح اليه في بحثنا الذي اقتضت موضوعاته ودراسته ان يقسم الى ثلاث مباحث :

ضم المبحث الاول منه الاطار المنهجي للبحث فيما تتاول المبحث الثاني تحديدا لمصطلحات البحث، اما المبحث الثالث فخصص لنتائج البحث الميدانية ، وختم البحث بالاستنتاجات وقائمة المصادر والمراجع .

## المبحث الاول

### الاطار المنهجي للبحث

#### اولاً: مشكلة البحث:

تعد البرامج التلفزيونية الاجتماعية من العوامل المؤثرة في تشكيل معارف الجمهور ازاء مختلف القضايا ، بما تملكه من خصائص تسهم في تزويد الجمهور بالمعلومات والمعارف تجاه مختلف القضايا المجتمعية ، عن طريق استضافتها للخبراء والمتخصصين في مجال الاجتماع لشرح وتفسير القضايا فضلاً عن التغطيات الميدانية للاحداث في البرامج المباشرة ، وتكمن مشكلة البحث في التساؤل الاتي (مامدى تعرض الجمهور العراقي للبرامج الاجتماعية التلفزيونية ، وما علاقته بمستوى معرفته بالقضايا الاجتماعية)

#### ثانياً: اهمية البحث:

تتجسد اهمية البحث في مايلي:

- ١/ تأتي اهمية هذا البحث من اهمية البرامج الاجتماعية التلفزيونية التي تعد جزء من العمل الرقابي والذي يمكنها من ان تصنع رأياً عاماً بين الجمهور .
- ٢/ حالة الاضطراب المجتمعي التي يعيشها المجتمع العراقي في المدة الاخيرة ، وكثرة القضايا المجتمعية التي يحتاج الجمهور الى معرفتها ، والتي اصبحت مادة متاحة لهذا النوع من البرامج .
- ٣/ ندرة الدراسات الإعلامية التي تناولت هذا النوع من البرامج على مستوى علاقة زيادة التعرض بمستوى المعرفة ، مما يشكل مصدراً جديداً للباحثين في هذا المجال .
- ٤/ يأتي البحث في وقت وجود صدى مؤثر من قبل الجمهور تجاه البرامج الاجتماعية وذلك عبر مواقع التواصل الاجتماعي للقناة وبالتالي سهولة قياس مستوى معرفتهم ببعض القضايا.

### ثالثاً: أهداف البحث:

يسعى هذا البحث الى تحقيق:

**الهدف (١) :** التعرف على أبرز المحددات المعرفية بالقضايا المجتمعية الناتجة عن تعرض الجمهور العراقي للبرامج الاجتماعية التلفزيونية .

**الهدف (٢) :** قياس مستوى تعرض الجمهور العراقي للبرامج الاجتماعية التلفزيونية ومستوى معرفتهم بالقضايا المجتمعية .

**الهدف (٣) :** التعرف على دلالة الفروق في مستوى المعرفة بالقضايا المجتمعية تبعا لمتغير (الجنس).

**الهدف (٤) :** التعرف على دلالة الفروق في مستوى المعرفة بالقضايا المجتمعية تبعا لمتغير مستوى الاهتمام بالقضايا المطروحة في البرامج الاجتماعية.

**الهدف (٥) :** التعرف على دلالة الفروق في مستوى المعرفة بالقضايا المجتمعية تبعا لمتغير مدى الاعتماد على البرامج الاجتماعية .

### رابعاً: مجتمع البحث وعينته:

طبقت الباحثة هذا البحث على عينة قصدية (عمدية) قوامها (١٢٠) مفردة من جمهور مدينة بغداد ممن يتابعون البرامج الاجتماعية التلفزيونية .

وتوصلت الباحثة الى هذا الرقم من خلال سؤال استطلاعي ضمنته في مقدمة الاستبانة وهو (هل تتابع البرامج الاجتماعية نعم /كلا) اذا كانت اجابتم بنعم اترك الاستمارة ، واصبح المبحوثون اللذين اجابو بنعم هم حجم العينة الكلية، واختارت الباحثة مدينة بغداد للتفاوت الكبير بين المستويات التعليمية والحضرية والاجتماعية فيها مقارنة بالمدن الاخرى .

### خامساً: منهج واداة البحث:

ينتمي البحث الى البحوث الوصفية ، وفي اطارها استخدمت الباحثة منهج المسح واداة الاستبانة

حيث عمدت في جمع المعلومات من المبحوثين على تصميم استمارة استبيان ضمت ثلاثة محاور ضم المحور الاول المتغيرات الديموغرافية وضم المحور الثاني اسئلة التعرض، بينما شمل المحور الثالث عبارات المقياس.

#### سادساً: مجالات البحث :

أ/ المجال الزمني: يتمثل في مدة توزيع الاستبانة على الجمهور واجابتهم عليها بين ٢٠٢٥/١/١٢ و ٢٩ / ١ / ٢٠٢٥.

ب/ المجال الموضوعي : حددت الباحثة موضوع البحث في (العلاقة بين تعرض الجمهور العراقي للبرامج الاجتماعية وبين مستوى معرفته بالقضايا المجتمعية)

ج/ المجال البشري : ويتمثل بجمهور مدينة بغداد .

#### سابعاً: فروض البحث:

الفرضية (١) : توجد علاقة بين تعرض الجمهور العراقي للبرامج الاجتماعية والتلفزيونية ومستوى معرفتهم بالقضايا المجتمعية .

الفرضية (٢) : لا توجد فروق دالة إحصائية عند مستوى (0.05) في مستوى المعرفة بالقضايا المجتمعية تبعاً لمتغير (الجنس) .

الفرضية (٣) : لا يوجد فرق ذو دلالة إحصائية عند مستوى (0.05) في مستوى المعرفة بالقضايا المجتمعية تبعاً لمتغير مستوى الاهتمام بالقضايا المطروحة في البرامج الاجتماعية .

الفرضية (٤) : لا يوجد فرق ذو دلالة إحصائية عند مستوى (0.05) في مستوى المعرفة بالقضايا المجتمعية تبعاً لمتغير مدى الاعتماد على البرامج الاجتماعية.

#### ثامناً: صدق وثبات الاداة:

أ/ اختبار الصدق :

يقصد بصدق الاداة هو مدى صلاحية الاداة لقياس ما اعدت لقياسه (حنان بشتة ، ٢٠٢٠، ص١١٧) واستخرجت الباحثة الصدق الظاهري من خلال عرض

الاستبانة على مجموعة من الخبراء والمحكمين في مجال الإعلام في الجامعات العراقية \* وافر المحكمون صلاحية الاستبانة على نحو عام بعد اجراء بعض التعديلات التي اقترحوها وجاءت نسبة الاتفاق على مفرداتها بنسبة ٩٠,٧% وهي نسبة عالية ومقبولة .

### الإجراءات الإحصائية لتحليل الفقرات :

#### - علاقة درجة الفقرة بالدرجة الكلية للمقياس (صدق الفقرة Item Validity) :

الغرض من استعمال معامل ارتباط بيرسون Person Correlation لاستخراج العلاقة الارتباطية بين درجة كل فقرة من فقرات المقياس والدرجة الكلية له وتفترض هذه الطريقة ان الدرجة الكلية للفرد تعدّ محكاً لصدق الاختبار ، لذا تحذف الفقرة عندما يكون معامل ارتباطها بالدرجة الكلية واطناً (الزوبعي وآخرين، ١٩٨١، ص ٤٣).

ولتحقيق ذلك استعملت الباحثة معامل ارتباط بيرسون Pearson لاستخراج العلاقة الارتباطية بين درجة كل فقرة من فقرات مقياس المعرفة بالقضايا المجتمعية والدرجة الكلية ل (١٢٠) استمارة ، وقد تبين أن جمع القيم في الجدول أدناه ارتباطها بالدرجة الكلية دال احصائياً كونها أعلى من قيمة الارتباط الجدولية البالغة (٠,٢٠) عند مستوى (٠,٠٥) ودرجة حرية (١١٨) والجدول ( ١ ) يوضح ذلك .

### جدول ( ١ )

صدق فقرات مقياس المعرفة بالقضايا المجتمعية باستعمال أسلوب علاقة درجة الفقرة بالدرجة الكلية

الفقرة	معامل الارتباط	الدالة	الفقرة	معامل الارتباط	الدالة	الفقرة	معامل الارتباط	الدالة
1	0.58	دالة	٦	0.67	دالة	١١	0.64	دالة
2	0.72	دالة	٧	0.27	دالة	١٢	0.36	دالة

دالة	0.59	١٣	دالة	0.59	٨	دالة	0.35	3
دالة	0.60	١٤	دالة	0.58	٩	دالة	0.59	4
			دالة	0.34	١٠	دالة	0.61	٥

ثانياً/ ثبات الاداة:

### مؤشرات ثبات المقياس :

يقصد بمفهوم ثبات درجات الاختبارات مدى خلوها من الأخطاء غير المنتظمة<sup>(١)</sup> التي تشوب القياس ، فدرجات الاختبار تكون ثابتة إذا كان الاختبار يقيس سمة معينة قياساً متسقاً في الظروف المتباينة التي قد تؤدي إلى أخطاء القياس ، فالثبات بهذا المعنى يعني الاتساق أو الدقة في القياس (علام، ٢٠٠٠، ص ١٣١) .

أستعملت الباحثة طريقة الفا كرونباخ للاتساق الداخلي كوسيلة في التحقق من ثبات مقياس المعرفة بالقضايا المجتمعية ، وقد بلغ معامل ثبات المقياس (٠,٧٤) .

## المبحث الثاني

### ( تحديد مصطلحات البحث )

#### اولاً : مفهوم التعرض :

يعرف التعرض لوسائل الاتصال انه ((معرفة الافراد بالاخبار التي تنقلها وسائل الاتصال الجماهيري ،اذ ان استقبال الجمهور لوسائل الاتصال الجماهيري

(١) الأخطاء غير المنتظمة هي الأخطاء التي ترجع إلى عوامل بعضها يتعلق بالاختبار ، مثل عدم وضوح مفرداته وغموض تعليماته ، وعدم تحديد محكات تصحيح مفرداته ، وبعضها الآخر يتعلق بالظروف البيئية مثل الإضاءة والتهوية والوضوء ، وبعضها الآخر يتعلق بالأفراد المختبرين مثل قلة دافعيتهم وشعورهم بالتعب والملل ، وحالتهم المزاجية والصحية وقت إجراء الاختبار (علام، ٢٠٠٠، ص ١٣١) .

عن طريق قراءة الصحف او الاستماع الى الراديو او مشاهدة التلفاز يعرف بالتعرض ((احمد زكريا ،بدوي ١٩٨٥،ص١٥٤ .

ويعني ايضا ((هو تعرض الجمهور لتلك الوسائل الإعلامية وتأثره بها ، وقد يكون هذا التأثير بوعي منه فيكون مقصودا او غير مقصود ويختلف الافراد بعضهم عن بعض الاخر بسبب الفروق في مدى تعرضهم للوسائل الإعلامية )) .

وهذا التعرض ليس عفويا او اعتباطيا بل يحتاج الى مهارات اتصال كالقراءة والكتابة في حالة المطبوعات ،والسمع في الاذاعة والنظر والسمع في التلفزيون .  
وتقصد الباحثة بالتعرض في هذا البحث (هو تعرض الجمهور العراقي للبرامج الاجتماعية التلفزيونية ،ومدى تأثيره بالقضايا المجتمعية من حيث زيادة مستوى معرفتهم بها ) .

### ثانيا : مفهوم الجمهور :

يختلف مفهوم الجمهور عن العديد من المفاهيم المتشابهة التي يصعب على الباحثين التمييز بينها ،فلفظ الجمهور ترجمة للمصطلحين الانكليزيين ( public ) (audience) فمصطلح (public) يشير الى المجموع العام للافراد او الشعب في مجتمع ما ،اما مصطلح (audience) فأشار الى الافراد اللذين يسمعون او يقرأون او يشاهدون وسائل الإعلام ، فالفرد جزء من المصطلح الاول ، بينما يلزم ان يكون من المصطلح الثاني اذا شاهد او قرأوا ستمع لوسيلة من وسائل الإعلام .(الحارثي ،١٩٨٩، ص١٦٥)

الا ان الدراسات الحديثة في الاتصال الجماهيري تستعمل مصطلح (mass) الذي يعني الحشد الذي تتباين افراده في السمات والذي يأخذ من مفهوم (audience) التفاعل والمشاركة والايجابية .(عبد الحميد ،١٩٨٧، ص٢٥) .  
ونعني بالجمهور في هذا البحث (مجموعة الافراد المتعرضين للبرامج الاجتماعية التلفزيونية في مدينه بغداد والتي تتجاوز اعمارهم ال١٨ عاما) .

### ثالثا: البرامج الاجتماعية التلفزيونية:

البرنامج التلفزيوني هو شكل فني يشغل مساحة زمنية محددة وله اسم ثابت ويقدم في مواعيد محددة. (علياء هيجان، ٢٠٢١، ص ١٥) .

اما البرامج الاجتماعية ( فهي البرامج التي تعالج المشاكل الاجتماعية والبرامج التربوية الموجهة للشباب او الاطفال او المرأة وغيرها من البرامج الصحية والامنية والخدمية) (عاطف حميدي، ٢٠٠٤، ص ١٨٤).

وهناك الإعلام الاجتماعي الذي يستهدف جماعة او مجتمعا معينا بقصد توصيل الاخبار والمعلومات والحقائق من اجل احداث التأثير في سلوك هؤلاء الافراد والجماعات ذات العلاقة فهو اعلام ذات صلة وثيقة بالمجتمع .(سناء محمد الجبور، ٢٠١٤، ص ١٢).

وتقوم البرامج الاجتماعية على مبدأ المشاركة الجماهيرية سواء من خلال مشاركة الجمهور عبر الهاتف او داخل الاستوديو او مواقع التواصل الاجتماعي او من خلال المقابلات الميدانية. (ابراهيم عزيز، ٢٠١٢، ص ١٩٧).

اما التعريف الاجرائي للبرامج الاجتماعية لهذا البحث (فهي البرامج التي تعني بالموضوعات التي تخص الفرد والمجتمع سواء كانت موجهة لشريحة منه كالطلبة او الشباب او المرأة او الطفل او لجميع الشرائح والتي تقدم من خلال القنوات التلفزيونية الفضائية).

### رابعا : المعرفة :

عرفت المعرفة على انها ((كل العمليات العقلية عند الفرد من ادراك وتعلم وتفكير وحكم يصدره الفرد وهو يتفاعل مع عالمه الخاص (مؤيد سعيد، ٢٠٠٢، ص ١٨٤).

كما عرفت على انها مزيج من الخبرة والقيم والمعلومات السابقة والرؤى التي تقدم واطار التقييم والمعلومات الجديدة. (نجم عبود نجم ، ٢٠٠٨، ص ٢٥\_٢٦).

اما التعريف الاجرائي للمعرفة وفق سياق البحث فتعني (محصلة الفهم والادراك للمعلومات المتعلقة بالقضايا المجتمعية والتي يحصل عليها الجمهور العراقي من تعرضه للبرامج الاجتماعية التلفزيونية).

### خامسا : القضايا المجتمعية :

ان تعريف القضية المجتمعية ليس بالامر اليسير نظرا لاختلاف علماء الاجتماع قديما وحديثا في ايجاد التعريف الانسب لها ، وهذا يرجع الى التباين في وجهات المجتمع وطبيعته وظواهره ، واختلاف اتجاهاتهم الفكرية والايولوجية والمدارس التي ينتمون اليها ، فمنهم من عرفها بانها (فعل اجتماعي يمارسه جموع من البشر او يعرضون له او يعانون منه او من نتائج ) ، ومنهم من يعرفها (بأنها النظم الاجتماعية والقواعد والاتجاهات العامة التي يشترك في اتباعها افراد المجتمع ويتخذون منها اساسا لتنظيم حياتهم العامة ) (طالب القرشي ، ٢٠١٢).

وتعد القضية الاجتماعية انحراف عن الوضع المثالي فهي تشكل تهديدا للمجتمع ولها عواقب وخيمة وهي مسؤولية اجتماعية تتطلب نهج اجتماعي لحلها . (نوال علي المسيري ، ٢٠١٢ ، ص ١٤)

اما التعريف الاجرائي للقضايا المجتمعية لهذا البحث (فهو مجمل القضايا التي يكون لها تأثير سلبي على الافراد او على المجتمع سواء في الجانب الاقتصادي او الاجتماعي او الامني او السياسي او الخدمي والمقدمة من خلال البرامج الاجتماعية في القنوات الفضائية .

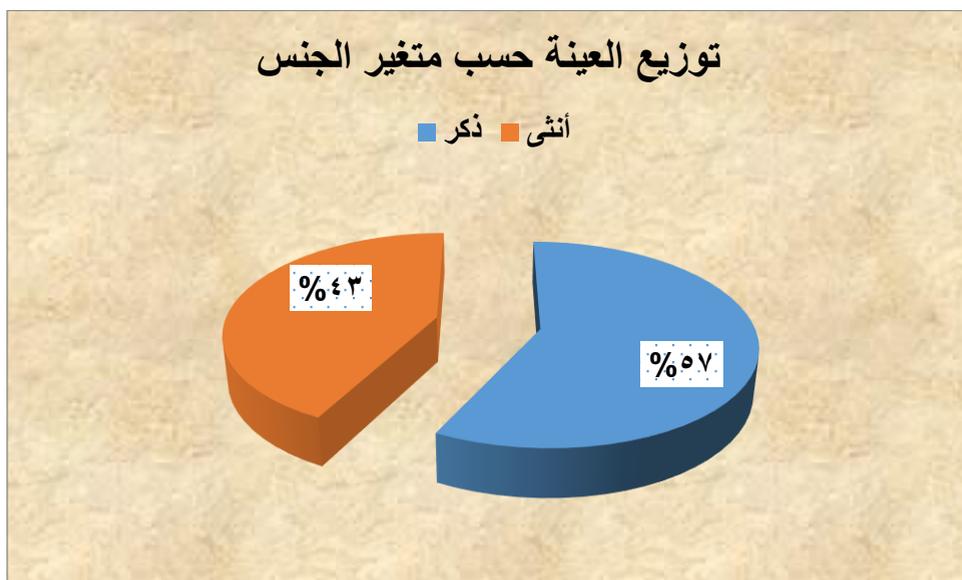
المبحث الثالث : نتائج الدراسة الميدانية

جدول (٢)

توزيع العينة حسب متغير الجنس

الجنس	العدد	النسبة
ذكر	69	57.5
أنثى	51	42.5
المجموع	١٢٠	%100

من نتائج الجدول (٢) يتبين ان توزيع الاستبانة كان بشكل اكثر توازنا ما بين الاناث والذكور حيث جاءت النسب بشكل مقارب للذكور % ٥٧,٥ مقابل % ٤٢,٢ للإناث وهذا يفيدنا في معرفة العلاقات الارتباطية مع المقياس.

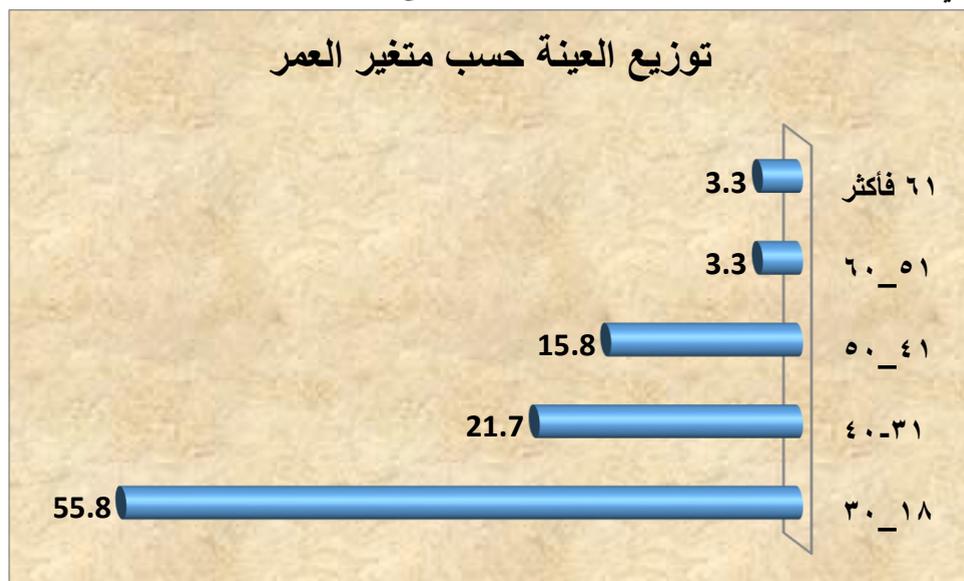


جدول (٣)

توزيع العينة حسب متغير العمر

العمر	العدد	النسبة
18_30	67	55.8
31-40	26	21.7
41_50	19	15.8
51_60	4	3.3
61 فأكثر	4	3.3
المجموع	١٢٠	%100

من جدول رقم (٣) اعلاه يتبين ان اغلب المبحوثين تراوحت اعمارهم ما بين ١٨ الى ٣٠ سنة وبنسبة ٥٥,٨% وهذا يعني ان اغلب المبحوثين من فئة الشباب والتي هي اكثر تأثرا بالقضايا المجتمعية ويحتاجون الى المعرفة بها .

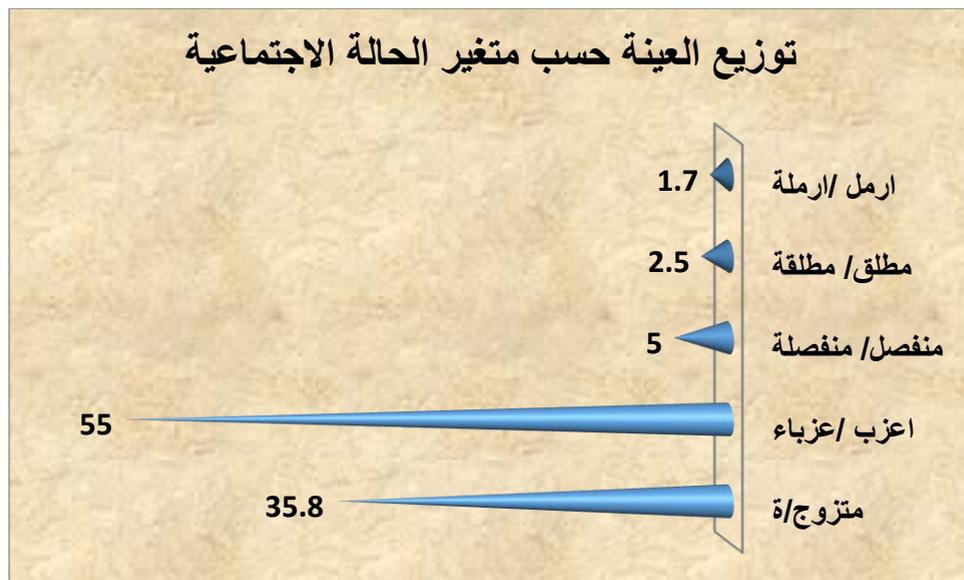


جدول (٤)

### توزيع العينة حسب متغير الحالة الاجتماعية

النسبة	العدد	الحالة الاجتماعية
35.8	43	متزوج/ة
55	66	اعزب /عزباء
5	6	منفصل / منفصلة
2.5	3	مطلق / مطلقة
1.7	2	ارمل / ارملة
%100	١٢٠	المجموع

يبين جدول (٤) ان الحالة الاجتماعية لاغلب المبحوثين كانت لفئة (المتزوجين) وبنسبة مئوية بلغت ٣٥,٨% وتكرار بلغ ٤٣ تكرارا من مجموع ١٢٠ مبحوثا، بينما جاءت الفئات الاخرى بنسب متقاربة مع بعض .

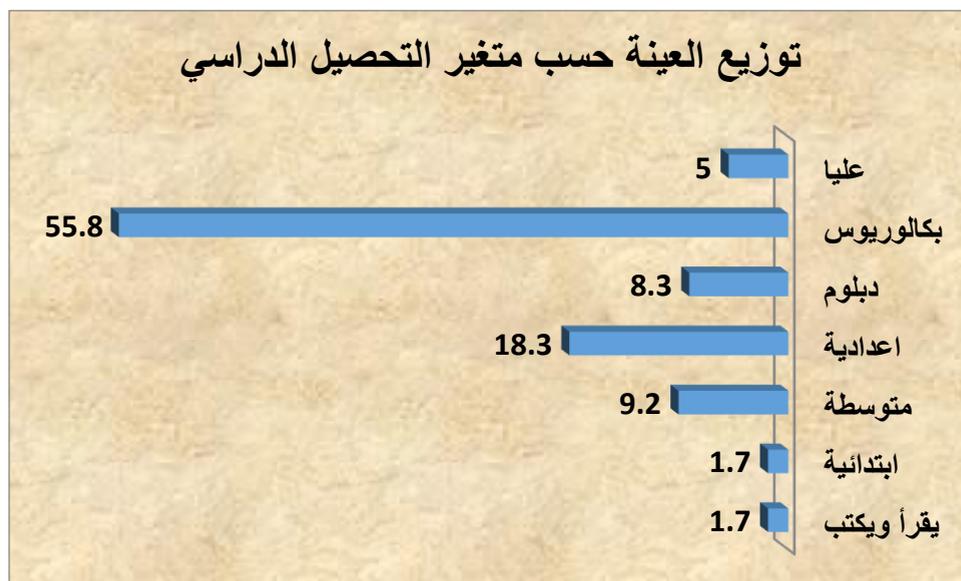


### جدول (٥)

### توزيع العينة حسب متغير التحصيل الدراسي

التحصيل الدراسي	العدد	النسبة
يقرأ ويكتب	2	1.7
ابتدائية	2	1.7
متوسطة	11	9.2
اعدادية	22	18.3
دبلوم	10	8.3
بكالوريوس	67	55.8
عليا	6	5
المجموع	١٢٠	%100

يتضح من جدول (٥) ان اغلب المبحوثين من حملة شهادة البكالوريوس وبنسبة ٥٥,٨% وبتكرار بلغ ٦٧ مبحوثاً من مجموع ١٢٠، وهذا يدل ان اغلب المبحوثين لديهم ثقافة ومستوى وعي بالقضايا المجتمعية التي تطرح في البرامج التلفزيونية وبالتالي تأثيرها على مستواهم المعرفي .

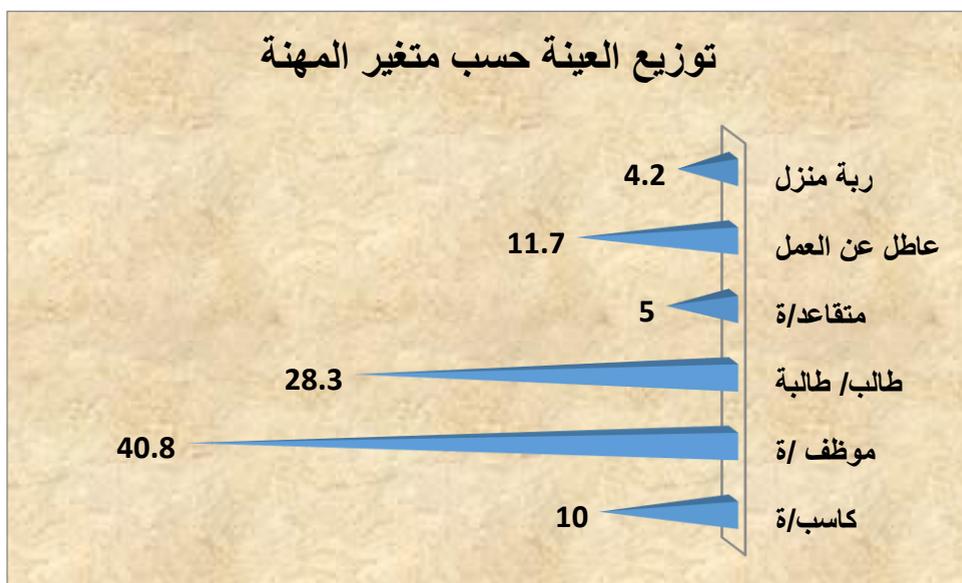


جدول (٦)

### توزيع العينة حسب متغير المهنة

المهنة	العدد	النسبة
كاسب/ة	12	10
موظف /ة	49	40.8
طالب / طالبة	34	28.3
متقاعدة/ة	6	5
عاطل عن العمل	14	11.7
ربة منزل	5	4.2
المجموع	١٢٠	%100

من جدول (٦) يتضح ان اغلب المبحوثين من الموظفين وبنسبة ٤٠,٨% وبتكرار بلغ ٤٩ مبحوثا من مجموع ١٢٠ وهذا يفيد الباحثة في فهمهم لعبارات المقياس واجاباتهم على اسئلة الاستبانة ولكونهم اكثر تطلعا على القضايا المجتمعية بحكم مجالات عملهم .



جدول (٧)

مامدى تعرضك للبرامج الاجتماعية في القنوات الفضائية يوميا

البدائل	التكرار	النسبة %	قيمة كاي المحسوبة	درجة الحرية	قيمة كاي الجدولية	الدلالة
اقل من ساعة	77	64.2	٦٤,٩٥	2	5.99	دال
ساعة الى ٣ ساعات	38	31.7				
3 ساعات فأكثر	5	4.2				
المجموع	120					

من الجدول ( ٧ ) يتبين أن هناك فرق دال احصائيا في مامدى تعرضك للبرامج الاجتماعية في القنوات الفضائية يوميا وذلك لان قيمة مربع كاي المحسوبة أعلى من الجدولية ولصالح اقل من ساعة،وهذه نتيجة لأن اغلب المبحوثين من الموظفين ليس لديهم الوقت الكافي في متابعة القضايا المجتمعية لوقت اطول.

### جدول (٨)

#### عبراي وسيلة تتابع الراجح الاجتماعية التلفزيونية

البدائل	التكرار	النسبة %	قيمة كاي المحسوبة	درجة الحرية	قيمة كاي الجدولية	الدلالة
التلفاز	41	34.2	١٢,٠٣	1	3.84	دال
موقع القناة على مواقع التواصل الاجتماعي	79	65.8				
المجموع	120					

من الجدول ( ٨ ) يتبين أن هناك فرق دال احصائيا في عبراي وسيلة تتابع البرامج الاجتماعية التلفزيونية وذلك لان قيمة مربع كاي المحسوبة أعلى من الجدولية

ولصالح موقع القناة على مواقع التواصل الاجتماعي، وترجح الباحثة ان السبب في لك يعود الى ان هذه المواقع لاتتقيد الجمهور بمكان او زمان محدد وبالتالي سهولة التعرض لها مقارنة بالتلفاز .

### جدول (٩)

ماتبيعة القضايا التي تحرص على متابعتها في البرامج الاجتماعية التلفزيونية

البدايل	التكرار	النسبة %	قيمة كاي المحسوبة	درجة الحرية	قيمة كاي الجدولية	الدالة
قضايا الصحة والبيئة	7	5.8	١٢,٩٣	7	14.07	غير دال
قضايا امنية	16	13.3				
قضايا العنف الاسري	16	13.3				
قضايا التربية والتعليم	18	15				
قضايا الشباب	12	10				
قضايا المرأة والطفل	24	20				
القضايا القانونية	10	8.3				
الخدمات العامة	17	14.2				
المجموع	120					

من الجدول ( ٩ ) يتبين أنه ليس هناك فرق دال احصائيا في ماتبيعة القضايا التي تحرص على متابعتها في البرامج الاجتماعية التلفزيونية وذلك لان قيمة مربع كاي المحسوبة أقل من الجدولية مما يعني ان الفرق غير موجود في مجتمع الدراسة ، وهذا يدل ان الجمهور يحرص على متابعة كل الفئات الموجودة بشكل متوازن عدا

قضايا المرأة بشكل أكبر ولكون تمثيل الإناث بالاستبانة كان أكبر من الذكور وكما هو موضح في الجدول الثاني .

### جدول (١٠)

مأمستوى اهتمامك للقضايا المطروحة في البرامج الاجتماعية

البدائل	التكرار	النسبة %	قيمة كاي المحسوبة	درجة الحرية	قيمة كاي الجدولية	الدلالة
مرتفع	20	16.7	٧٩,٨٠	2	5.99	دال
متوسط	86	71.7				
منخفض	14	11.7				
المجموع	120					

من الجدول ( ١٠ ) يتبين أن هناك فرق دال احصائيا في مأمستوى اهتمامك للقضايا المطروحة في البرامج الاجتماعية وذلك لان قيمة مربع كاي المحسوبة أعلى من الجدولية ولصالح متوسط .

### جدول (١١)

مأمدى اعتمادك على البرامج الاجتماعية في زيادة معرفتك بالقضايا المجتمعية

البدائل	التكرار	النسبة %	قيمة كاي المحسوبة	درجة الحرية	قيمة كاي الجدولية	الدلالة
بدرجة كبيرة	30	25	٢٧,٩٥	2	5.99	دال
بدرجة متوسطة	67	55.8				
بدرجة قليلة	23	19.2				
المجموع	120					

من الجدول ( ١١ ) يتبين أن هناك فرق دال احصائيا في مامدى اعتمادك على البرامج الاجتماعية في زيادة معرفتك بالقضايا المجتمعية وذلك لان قيمة مربع كاي المحسوبة أعلى من الجدولية ولصالح بدرجة متوسطة .

### أهداف البحث وفرضياته

الهدف (١) : التعرف على أبرز المحددات المعرفية بالقضايا المجتمعية الناتجة عن تعرض الجمهور العراقي للبرامج الاجتماعية التلفزيونية .

لتحقيق هذا الهدف تم اعتماد مؤشر الاهمية النسبية لاجابات افراد عينة البحث على كل فقرة من فقرات مقياس المحددات المعرفية بالقضايا المجتمعية الناتجة عن تعرض الجمهور العراقي للبرامج الاجتماعية التلفزيونية بعد التطبيق على عينة البحث البالغة (١٢٠) فرد من العاملين في القنوات التلفزيونية العراقية ، والجدول ( ) يوضح ذلك:

### جدول ( ١٢ )

الايوساط المرجحة والاوزان المئوية لفقرات مقياس المحددات المعرفية بالقضايا المجتمعية الناتجة عن تعرض الجمهور العراقي للبرامج الاجتماعية التلفزيونية

الرتبة	الوزن المنوي	الانحراف المعياري	الوسط المرجح	النسبة	التكرار	البدائل	الفقرة	تسلسل الفقرة في المقياس
٩	81	0.62	2.43	6.7	8	لا اتفق	تعرفني بالقضايا المجتمعية اولا بأول	1
				44.2	53	محايد		
				49.2	59	اتفق		
٣	85	0.61	2.55	5.8	7	لا اتفق	تفسرلي القضايا المجتمعية من خلال استضافتها للخبراء والمختصين	2
				33.3	40	محايد		
				60.8	73	اتفق		
١٣	77.33	0.73	2.32	15.8	19	لا اتفق	عدم معرفتي ببعض القضايا سببه تجاهل البرامج	3
				36.7	44	محايد		
				47.5	57	اتفق		

							الاجتماعية التلفزيونية لها.	
٦	82.67	0.63	2.48	7.5	9	لا اتفق	تعرفني باسبابا القضايا المجتمعية المطروحة	4
				36.7	44	محايد		
				55.8	67	اتفق		
11	79	0.7	2.37	12.5	15	لا اتفق	تعرفني بالحلول الازمة لمعالجة تلك القضايا	5
				38.3	46	محايد		
				49.2	59	اتفق		
4	84.33	0.61	2.53	5.8	7	لا اتفق	تسهم البرامج الاجتماعية التلفزيونية بمعرفتي بالقوانين الخاصة بكل قضية	6
				35	42	محايد		
				59.2	71	اتفق		
12	77.67	0.73	2.33	15	18	لا اتفق	لا تقدم معلومات كافية عن القضايا المجتمعية التي يتم طرحها.	7
				36.7	44	محايد		
				48.3	58	اتفق		
1	88	0.61	2.64	6.7	8	لا اتفق	تزيد من معرفتي ببعض القضايا المجتمعية	8
				22.5	27	محايد		
				70.8	85	اتفق		
2	85.33	0.62	2.56	6.7	8	لا اتفق	تعرفني بالموقف الحكومي والشعبي ازاء بعض القضايا	9
				30.8	37	محايد		
				62.5	75	اتفق		
14	69.33	0.78	2.08	26.7	32	لا اتفق	لا تعتمد مصادر موثوقة في تقديم المعلومات عن القضية.	١٠
				38.3	46	محايد		
				35	42	اتفق		
7	82.67	0.69	2.48	10.8	13	لا اتفق	تكشف لي جوانب معينة وتهمل جوانب اخرى من القضية .	١١
				30	36	محايد		
				59.2	71	اتفق		
5	84	0.69	2.52	10.8	13	لا اتفق	تطلعني على تفاصيل القضايا ميدانيا	١٢
				26.7	32	محايد		
				62.5	75	اتفق		
8	81.67	0.7	2.45	11.7	14	لا اتفق		١٣

				31.7	38	محايد	تقدم لي معلومات عن القضية مسندة الى مصادر وموثوقة ورسمية	
				56.7	68	اتفق		
				10	12	لا اتفق	تكشف لي بعض الغموض عن بعض القضايا .	
10	80.67	0.67	2.42	38.3	46	محايد		١٤
				51.7	62	اتفق		

من الجدول أعلاه يتبين أن الفقرات (تزيد من معرفتي ببعض القضايا المجتمعية ، تعرفني بالموقف الحكومي والشعبي ازاء بعض القضايا ، تفسر لي القضايا المجتمعية من خلال استضافتها للخبراء والمختصين ، تسهم البرامج الاجتماعية التلفزيونية بمعرفتي بالقوانين الخاصة بكل قضية ، تطلعي على تفاصيل القضايا ميدانيا) جاءت بالمراتب الخمسة الاولى بحسب أعلى الاوزان المئوية .

الهدف (٢) : قياس مستوى تعرض الجمهور العراقي للبرامج الاجتماعية التلفزيونية ومستوى معرفتهم بالقضايا المجتمعية .

ولتحقيق هذا الهدف قامت الباحثة بصياغة الفرضية الصفرية الآتية :

الفرضية (١) : توجد علاقة بين تعرض الجمهور العراقي للبرامج الاجتماعية التلفزيونية ومستوى معرفتهم بالقضايا المجتمعية .

للتحقق من هذه الفرضية تم تطبيق المقياس على أفراد عينة البحث البالغ عددهم (١٢٠) فرد ، وقد أظهرت النتائج أن متوسط درجاتهم على المقياس بلغ (٣٣,٢٠) درجة وبانحراف معياري مقداره (٤,٦٦) درجة ، وعند موازنة هذا المتوسط مع المتوسط الفرضي<sup>(٢)</sup> للمقياس والبالغ (٢٨) درجة ، وباستعمال الاختبار التائي (t-test) لعينة واحدة تبين أن الفرق دال إحصائياً ولصالح المتوسط الحسابي ، إذ كانت القيمة التائية المحسوبة أعلى من القيمة التائية الجدولية والبالغة (1.96) بدرجة حرية (١١٩) ومستوى دلالة (0.05) والجدول (١٣) يوضح ذلك .

(٢) تم استخراج المتوسط الفرضي المقياس وذلك من خلال جمع أوزان بدائل المقياس الخمسة وقسمتها على عددها ثم ضرب الناتج في عدد فقرات المقياس والبالغة (14) فقرة.

### جدول ( ١٣ )

الاختبار التائي للفرق بين متوسط العينة والمتوسط الفرضي لمقياس تعرض الجمهور العراقي للبرامج الاجتماعية التلفزيونية ومستوى معرفتهم بالقضايا المجتمعية

حجم العينة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الفرضي	القيمة التائية المحسوبة	القيمة التائية الجدولية	درجة الحرية
١٢٠	٣٣,٢٠	٤,٦٦	٢٨	١٢,٢٢	1.96	119

تشير نتيجة الجدول ( ١٣ ) الى أنه توجد علاقة بين تعرض الجمهور العراقي للبرامج الاجتماعية التلفزيونية ومستوى معرفتهم بالقضايا المجتمعية ، لذا ترفض الفرضية الصفرية وتقبل البديلة .

الهدف (٣) : التعرف على دلالة الفروق في مستوى المعرفة بالقضايا المجتمعية تبعاً لمتغير (الجنس).

ولتحقيق هذا الهدف تم بصياغة الفرضية الصفرية الآتية:

الفرضية (٢) : لا توجد فروق دالة إحصائية عند مستوى (0.05) في مستوى المعرفة بالقضايا المجتمعية تبعاً لمتغير (الجنس) : ولتحقيق هذه الفرضية تم باستعمال الاختبار التائي (t-test) لعينتين مستقلتين ، والجدول ( ١٤ ) يوضح ذلك :

### جدول (١٤)

الاختبار التائي لعينتين مستقلتين لتعرف الفروق في مستوى المعرفة  
بالقضايا المجتمعية تبعا لمتغير (الجنس)

العينة	الجنس	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	التائية المحسوبة	التائية الجدولية	الدلالة
120	ذكر	69	32.77	4.18	1.18	1.96	غير دال
	أنثى	51	33.78	5.23			

ويبين من الجدول (١٤) انه ليس هناك فرق في مستوى المعرفة بالقضايا المجتمعية حسب متغير الجنس ، وذلك لان القيمة التائية المحسوبة أقل من القيمة التائية الجدولية البالغة (1.96) عند مستوى (0.05) ودرجة حرية (118) لذا تقبل الفرضية الصفرية وترفض البديلة.

الهدف (٤) : التعرف على دلالة الفروق في مستوى المعرفة بالقضايا المجتمعية تبعا لمتغير مستوى الاهتمام بالقضايا المطروحة في البرامج الاجتماعية.  
الفرضية (٣) : لا يوجد فرق ذو دلالة أحصائية عند مستوى (0.05) في مستوى المعرفة بالقضايا المجتمعية تبعا لمتغير مستوى الاهتمام بالقضايا المطروحة في البرامج الاجتماعية : ولتحقيق هذه الفرضية تم أستعمال تحليل التباين الاحادي One Way Anova ، والجدولين ( ١٦ و ١٥ ) يوضحان ذلك .

### جدول ( ١٥ )

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمقياس مستوى المعرفة بالقضايا المجتمعية تبعا لمتغير مستوى الاهتمام بالقضايا المطروحة في البرامج الاجتماعية

مستوى الاهتمام	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
مرتفع	20	35.70	2.74
متوسط	86	33.43	4.20
منخفض	14	28.21	6.02

4.66	33.20	١٢٠	الكلي
------	-------	-----	-------

جدول ( ١٦ )

تحليل التباين الاحادي للكشف عن دلالة الفروق في مستوى المعرفة بالقضايا المجتمعية تبعا لمتغير مستوى الاهتمام بالقضايا المطروحة في البرامج الاجتماعية

الدالة Sig	القيمة الفائية F	متوسط المربعات M.S	درجة الحرية D.F	مجموع المربعات s.of.s	مصدر التباين s.of.v
		238.781	2	477.561	بين المجموعات
دال	13.24	18.031	117	2109.639	داخل المجموعات
			119	2587.200	الكلي

وتشير النتيجة أعلاه الى أن هناك فرق دال احصائيا في مستوى المعرفة بالقضايا المجتمعية تبعا لمتغير مستوى الاهتمام بالقضايا المطروحة في البرامج الاجتماعية ، إذ بلغت القيمة الفائية المحسوبة (١٣,٢٤) وهي أعلى من القيمة الفائية الجدولية والبالغة (٣) عند مستوى (0.05) ودرجة حرية (٢-117) لذا ترفض الفرضية الصفرية وتقبل البديلة.

ولمعرفة الفروق في مستوى المعرفة بالقضايا المجتمعية تبعا لمستويات الاهتمام المختلفة بالقضايا المطروحة في البرامج الاجتماعية تم أستعمال اختبار شيفيه للمقارنات البعدية ، والجدول ( ١٧ ) يوضح ذلك :

جدول ( ١٧ )

قيم الفروق بين الاوساط وقيم شيفيه الدرجة لتعرف الفروق في مستوى المعرفة بالقضايا المجتمعية تبعا لمستويات الاهتمام المختلفة بالقضايا المطروحة في

البرامج الاجتماعية

المقارنات	العدد	المتوسط الحسابي	الفرق بين الوسطين	قيمة شيفيه الدرجة	الدلالة
مرتفع	20	35.70	2.27	2.58	غير دال عند 0.05
متوسط	86	33.43			
مرتفع	20	35.70	7.48	3.62	دال عند 0.05 لصالح مرتفع
منخفض	14	28.21			
متوسط	86	33.43	5.21	3	دال عند 0.05 لصالح متوسط
منخفض	14	28.21			

ويشير الجدول اعلاه أن هناك فرق دال احصائيا في مستوى المعرفة بالقضايا المجتمعية تبعا لمتغير عدد سنوات العمل الإعلامي المختلفة بين (مرتفع ومنخفض) ولصالح (مرتفع) ، وبين (متوسط ومنخفض) ولصالح (متوسط) .

الهدف (٥) : التعرف على دلالة الفروق في مستوى المعرفة بالقضايا المجتمعية تبعا لمتغير مدى الاعتماد على البرامج الاجتماعية .

الفرضية (٤) : لا يوجد فرق ذو دلالة احصائية عند مستوى (0.05) في مستوى المعرفة بالقضايا المجتمعية تبعا لمتغير مدى الاعتماد على البرامج الاجتماعية :

ولتحقيق هذه الفرضية تم أستعمال تحليل التباين الاحادي One Way Anova ،  
والجدولين ( ١٨ و ١٩ ) يوضحان ذلك .

### جدول (١٨)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمقياس مستوى المعرفة بالقضايا  
المجتمعية تبعا لمتغير مدى الاعتماد على البرامج الاجتماعية

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	مدى الاعتماد
2.52	35.67	30	بدرجة كبيرة
4.02	33.58	67	بدرجة متوسطة
5.69	28.87	23	بدرجة قليلة
4.66	33.20	١٢٠	الكلي

### جدول ( ١٩ )

تحليل التباين الاحادي للكشف عن دلالة الفروق في مستوى المعرفة بالقضايا  
المجتمعية تبعا لمتغير مدى الاعتماد على البرامج الاجتماعية

الدالة Sig	القيمة الفائنية F	متوسط المربعات M.S	درجة الحرية D.F	مجموع المربعات s.of.s	مصدر التباين s.of.v
		311.813	2	623.626	بين المجموعات
دال	18.58	16.783	117	1963.574	داخل المجموعات
			119	2587.200	الكلي

وتشير النتيجة أعلاه الى أن هناك فرق دال احصائيا في مستوى المعرفة  
بالقضايا المجتمعية تبعا لمتغير مدى الاعتماد على البرامج الاجتماعية ، إذ بلغت  
القيمة الفائنية المحسوبة (١٨,٥٨) وهي أعلى من القيمة الفائنية الجدولية والبالغة (٣)

مجلة إيثي لي للعلاقات العامة /السنة الرابعة/ المجلد الخامس/العدد العاشر/كانون الأول/رجب/٢٠٢٥-١٤٤٧هـ  
عند مستوى (0.05) ودرجة حرية (٢-117) لذا ترفض الفرضية الصفرية وتقبل البديلة.

ولمعرفة الفروق في مستوى المعرفة بالقضايا المجتمعية تبعا لمستويات الاعتماد المختلفة على البرامج الاجتماعية تم أستعمال اختبار شيفيه للمقارنات البعدية ، والجدول ( ٢٠ ) يوضح ذلك :

### جدول ( ٢٠ )

قيم الفروق بين الاوساط وقيم شيفيه الحرجة لتعرف الفروق في مستوى المعرفة بالقضايا المجتمعية تبعا لمستويات الاعتماد المختلفة على البرامج الاجتماعية

المقارنات	العدد	المتوسط الحسابي	الفرق بين الوسطين	قيمة شيفيه الحرجة	الدالة
بدرجة كبيرة بدرجة متوسطة	30	35.67	2.08	2.20	غير دال عند 0.05
	67	33.58			
بدرجة كبيرة بدرجة قليلة	30	35.67	6.80	2.78	دال عند 0.05 لصالح بدرجة كبيرة
	23	28.87			
بدرجة متوسطة بدرجة قليلة	67	33.58	4.71	2.43	دال عند 0.05 لصالح بدرجة متوسطة
	23	28.87			

ويشير الجدول اعلاه أن هناك فرق دال احصائيا في مستوى المعرفة بالقضايا المجتمعية تبعا لمتغير عدد سنوات العمل الإعلامي المختلفة بين (بدرجة كبيرة وبدرجة قليلة) ولصالح (بدرجة كبيرة) ، وبين (بدرجة متوسطة وبدرجة قليلة) ولصالح (بدرجة متوسطة) .

## الاستنتاجات

١. ٨٨% من افراد العينة زادت معرفتهم ببعض القضايا المجتمعية بعد تعرضهم للبرامج الاجتماعية التلفزيونية.
٢. ٨٥,٣٣ من افراد العينة تعرفوا على المواقف الشعبية والحكومية ازاء بعض القضايا المجتمعية من تعرضهم للبرامج الاجتماعية .
٣. ٦,٩% من المبحوثين يرون ان البرامج الاجتماعية التلفزيونية لاتعتمد على مصادر موثوقة في تقديم المعلومات عن تلك القضايا.
٤. تقسر البرامج الاجتماعية التلفزيونية لدى ٨٥% القضايا المجتمعية من خلال استضافتها للخبراء والمتخصصين في المجال الاجتماعي
٥. تسهم البرامج الاجتماعية التلفزيونية بمعرفة المبحوثين بالقوانين الخاصة بكل قضية وبنسبة ٨٤,٣٣ منهم.
٦. عدم معرفة ٧٧,٣٣ من المبحوثين ببعض القضايا المجتمعية سببه تجاهل البرامج الاجتماعية التلفزيونية لها .
٧. تطلع البرامج الاجتماعية التلفزيونية المبحوثين على تفاصيل القضايا ميدانيا وبنسبة ٨٤% منهم .

## مصادر

١. الزوبعي، إبراهيم عبد الجليل وآخرين، الاختبارات والمقاييس النفسية، وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، الموصل، ١٩٨١.
٢. علام، صلاح الدين محمود، (القياس والتقويم التربوي والنفسي . أساسياته وتطبيقاته وتوجيهاته المعاصرة، دار الفكر العربي، القاهرة، ٢٠٠٠.
٣. حنان بشته، الصدق والثبات في البحوث الاجتماعية ، دراسات عي علوم الانسان والمجتمع ، ٢٠٢٠.
٤. احمد زكي البدوي ،معجم مصطلحات الإعلام ، القاهرة ، دار الكتاب المصري ، ١٩٨٥.
٥. ساعد خضر الحارثي ،الإعلام وسيلة ورسالة ،ترجمة لجون ميرال ،السعودية ،دار المريخ ، ١٩٨٩.
٦. محمد عبد الحميد ، دراسة الجمهور في بحوث الإعلام ،لبنان ،دار الفكر ، ١٩٩٧.
٧. علياء هيجان صكبان ، اعداد البرامج وتقديمها ،بغداد،مكتبة التواصل للنشر ، ٢٠٢١،
٨. عاطف حمدي ، العمل الاذاعي والتلفزيوني (مفاتيح النجاح واسرار الابداع ( ، ابو ظبي، ٢٠٠٤.
٩. سناء محمد جبور ، الإعلام الاجتماعي ، دار اسامة للنشر والتوزيع ، عمان ، ٢٠١٤ ،
١٠. ابراهيم عزيز ، تكنولوجيا الاتصال الحديثة وتأثيراتها الاجتماعية والثقافية ، الجزائر ،دار الكتاب الحديث ،. ٢٠١٢ .
١١. مؤيد سعيد السالم ، تنظيم المنظمات . دراسة تطوير الفكر خلال مائة عام ، دار الكتاب الحديث ،عمان ، ٢٠٠٢.

١٢. نجم عبود نجم ، إدارة المعرفة بالمفاهيم . الاستراتيجيات والعمليات ، دار الوراق للنشر والتوزيع ، عمان ، ٢٠٠٨ .

١٣. طالب عبد الكريم القريشي ، مقالة بعنوان (الظاهرة الاجتماعية عند اميل دوركايم، تحليل اجتماعي) ، مجلة الدراسات الاسلامية المعاصرة ، العدد ٦ ، ٢٠١٢ .

١٤. نوال علي المسيري ، المشكلات الاجتماعية والقضايا المجتمعية المعاصرة ، الرياض ، مكتبة الرشد ، ٢٠١٢ .

\*المحكمون وهم كل من :

١. أ.د. وسام فاضل راضي / قسم الصحافة الاذاعية / كلية الإعلام / جامعة بغداد .

٢. أ.د. رعد جاسم الكعبي / قسم الصحافة الاذاعية والتلفزيونية / كلية الإعلام / جامعة بغداد .

٣. أ.م.د. ليلى علي جمعة / قسم الإعلام / كلية الامام الكاظم (ع) .

\*\* تم احتساب الصدق وفق المعادلة الآتية : عدد الفئات التي اتفق عليها

المحكمون × ١٠٠

عدد الفئات الكلية

$$٩٠,٧ = ١٠٠ \times$$

$$٧٨/٨٦$$