

اتجاهات جمهور الموصل نحو اعتماد المصادر الاخبارية - دراسة ميدانية

م.م. محمد سمير علي

البريد الالكتروني: mohameed.s.ali@uomosul.edu.iq

رقم الجوال: +9647512009237

قسم الإعلام
كلية الآداب
جامعة الموصل
نينوى
العراق

الملخص

تؤدي وسائل الاعلام دورا مهما في تزويد الجمهور بالمعلومات والاخبار عن مختلف القضايا التي تمس حياتهم مسا مباشرا، ويتعامل الجمهور مع هذه الوسائل كونها تمثل له مصدرا مهما من مصادر الحصول على المعلومات، لاسيما بعد التطور الهائل الذي حصل في مجال التكنولوجيا الحديثة ووسائل الاعلام والاتصال، لذا ارتأى الباحث الى دراسة اعتماد الجمهور في مدينة الموصل واتجاهه نحو المصادر الاخبارية المتنوعة والتي تشمل (الصحافة، والاذاعة، والقنوات التلفزيونية، والانترنت).

اذ اختص البحث هذا بدراسة ميدانية شملت مدينة الموصل واخذ عينة منها بطريقة عشوائية بلغت (٢٥٠) مجرور، بهدف التعرف على المصادر الاخبارية التي يستعين بها الجمهور الموصل في استقاء الاخبار سواء أكانت محلية او عراقية، وتحديد أي من هذه المصادر لها الاولوية في اهتمام الجمهور، ومعرفة الاسباب والدوافع التي ادت الى تفضيل الجمهور في الموصل الى الاعتماد على مصدر معين دون غيره.

ويعد هذا البحث من البحوث الوصفية، وقد اعتمد الباحث على المنهج المسحي انسجاماً مع مقتضيات البحث وطبيعته الاجرائية وكونه اكثر المناهج ملائمة للدراسات الوصفية، كما اعتمد على الاستبانة كأداة لبحرته، ومن اهم النتائج التي توصل اليها حصول مواقع التواصل الاجتماعي على المرتبة الاولى من بين الوسائل الاخرى للاعتماد عليها من الجمهور كمصدر للمعلومات اذ بلغت نسبتها (٥٤.٤%)، اما القنوات التلفزيونية فحصلت على المرتبة الثانية، تلتها في ذلك الاذاعات، اذ حصلت على المرتبة الثالثة، وفي المرتبة الاخيرة جاءت الصحف ونسبة ضئيلة جدا بلغت (٠.٨%).

© ٢٠٠٩ - ٢٠٢١ كلية الآداب | جامعة تكريت

الكلمات المفتاحية:

- الاخبار
- جمهور الموصل
- المصادر الاخبارية
- الاتجاهات

معلومات المقالة:

تاريخ المقالة:

قدمت: ٢٠٢١/٠٦/٠١

قبلت: ٢٠٢١/٠٧/١٥

نشرت: ٢٠٢١/٠٧/٢٧

المبحث الاول: الإطار المنهجي للبحث:**أولاً: أهمية البحث:**

تؤدي وسائل الاعلام اليوم أهمية كبيرة في التأثير على اتجاهات الجمهور وتحديد مواقفه آراء مختلف القضايا التي تدور حوله, كما تؤثر في عملية انتقاءه للمصادر الاخبارية المتعددة وفي اعتماده على الوسائل الاعلامية للحصول على الاخبار خاصة فيما يخص الشأن المحلي, لذا تتلخص أهمية البحث هذا في كون ان هذا البحث يعد جديد واول بحث اذ لم يسبقه بحث من قبل يهدف الى التعرف على اتجاهات جمهور مدينة الموصل في اعتمادهم على المصادر الاخبارية المتعددة والمتنوعة للحصول على الاخبار والمعلومات فيما يخص الشأن المحلي بالدرجة الاساس, فمن الضرورة القيام بمثل هكذا بحوث تخص جمهور وسائل الاعلام لكي تنتفع منها المؤسسات الاعلامية ما دام الجمهور هو الاساس الذي يقوم عليه عمل تلك المؤسسات.

ثانياً: مشكلة البحث:

تعرف مشكلة الدراسة بأنها "عبارة عن رد على موقف غامض أو موقف يعترضه الشك أو ظاهرة تحتاج الى تفسير، أو هي قضية تم الاختلاف حولها وتباينت وجهات النظر بشأنها وتقتضي اجراء عملية البحث حولها" (المشهداني، ٢٠٢٠، ص ٧٩).

ولما كانت أهمية المصادر الاخبارية بالنسبة للجمهور والتي بدورها تؤثر في اعتماد الجمهور على هذه المصادر المتعددة في الحصول على الاخبار فيما يخص الشأن المحلي، فإن مشكلة البحث هذا تتبلور في التساؤل الرئيس الاتي (على أي المصادر الاخبارية اعتمد الجمهور الموصل في الحصول على الاخبار فيما يخص الشأن المحلي؟)، ويتبلور من هذا التساؤل الرئيس تساؤلات فرعية اخرى:

١. ما أكثر مصدر اخباري اعتمد عليها الجمهور الموصل في الحصول على الاخبار؟
٢. ماهي الصحف والاذاعات والقنوات التلفزيونية والوسائل الالكترونية التي اعتمد عليها الجمهور الموصل في الحصول على المعلومات؟
٣. ماهي اسباب اعتماد الجمهور الموصل على مصدر معين دون غيره؟
٤. هل اغنت هذه المصادر الجمهور بالمعلومات والاخبار؟

ثالثاً: أهداف البحث:

لكل نشاط هدف، والبحث العلمي نشاط هادف ومقصود، لذا يهدف عذا البحث الى التعرف على المصادر الاخبارية التي يعتدها الجمهور الموصل في الحصول على الاخبار والمعلومات فيما يخص الشأن المحلي، وتتلخص اهداف البحث هذا فيما يلي:

١. معرفة المصادر الاخبارية التي يستعين بها الجمهور الموصل في استقاء الاخبار سواء أكانت محلية او عراقية.
٢. تحديد أي من هذه المصادر لها الاولوية في اهتمام الجمهور.

٣. معرفة وتحديد الاسباب والدوافع المؤدية الى تفضيل الجمهور الموصل الى هذا الوسيلة أو ذاك في استقاء الاخبار.

رابعاً: منهج البحث واداته:

يعرف المنهج بأنه "الوسيلة التي يمكننا عن طريقها الوصول إلى الحقيقة أو مجموعة الحقائق في أي موقف من المواقف ومحاولة اختبارها للتأكد من صلاحيتها في مواقف أخرى" (جاعد، ٢٠٠٤، ص ٦٢).

ويعد هذا البحث من البحوث الوصفية التي تهدف الى "دراسة الاوضاع الراهنة للظواهر من حيث خصائصها، وأشكالها، وعلاقتها، والعوامل المؤثرة في ذلك" (عليان وغنيم، ٢٠٠٠، ص ٤٢). وقد اعتمد الباحث على المنهج المسحي انسجاماً مع مقتضيات البحث وطبيعته الاجرائية وكونه أكثر المناهج ملائمة للدراسات الوصفية، كما اعتمد على الاستبانة كأداة لبحثه.

خامساً: اجراءات البحث:

قام الباحث باختيار جمهور مدينة الموصل كمجتمع لبحثه واختار موضوع اعتماد هذا الجمهور على المصادر الاخبارية المتعددة للحصول على المعلومات والاخبار فيما يخص لشأن الموصل المحلي، واعتمد الباحث على العينة العشوائية في اختيار عينة بحثه، ونظراً لطبيعة مجتمع وعينة الدراسة، فقد ارتأى الباحث استخدام استمارة الاستبيان أداة للبحث للحصول على معلومات دقيقة وصحيحة من نسبة عالية من أفراد العينة، اذ قام بتوزيع (٢٧٧) استمارة استبيان، وتم ارجاع (٢٥٠) استمارة، وقد وزعت استمارة البحث على المبحوثين المتعلمين وترك الباحث لهم الفرصة للإجابة، أما بخصوص الافراد غير المتعلمين (الاميين) والذين بلغ عددهم (٤) في العينة فقد كان الباحث يتولى قراءة السؤال على كل فرد منهم وتدوين الاجابة التي يدلون بها.

سادساً: اختبار الصدق والثبات:

يقصد باختبار الصدق "الكشف عن مدى صحة أو صلاحية أداة الدراسة لقياس ما هو مراد قياسه، أو الكشف عن صلاحية أداة الدراسة لتحقيق أهدافها ما يؤدي إلى ارتفاع مصداقية النتائج، وشعور الباحث بالثقة فيما توصل إليه من نتائج، بحيث يستطيع معها تعميم نتائجه (عبد الحميد، ١٩٩٣، ص ٢٢١).

وقد اختار الباحث الصدق الظاهري من بين أنواع الصدق باعتباره أفضل طريقة لقياس الصدق، وذلك بعرض استمارة التحليل على مجموعة من الخبراء^(١) لتحكيمها، وقد اخذ الباحث توصيات وملحوظات المحكمين وجعلها نظر الاعتبار، وتم تعديل الاستمارة بناءً على ذلك، بحيث أصبحت تتفق مع أهداف وتساؤلات الدراسة.

وقد تحقق الصدق ظاهرياً بعد عرض الاستمارة على المحكمين، وكانت نسبة اتفاق الخبراء على فقرات الاستمارة (٩٣.٦٪).

كما ويقصد باختبار الثبات "التأكد من درجة الاتساق العالية لها بما يتيح قياس ما تقيسه من ظاهرات ومتغيرات بدرجة عالية من الدقة والحصول على نتائج متطابقة او متشابهة إذا تكرر

استخدامها أكثر من مرة في جمع نفس المعلومات او في قياس نفس الظواهر" (حسين، ٢٠٠٦، ص ٣١٠).

واعتمد الباحث على اسلوب اعادة الاختبار أي تطبيق اداة البحث على نفس المبحوثين بعد فترة زمنية من اجراء التطبيق الاول، وبتطبيق معادلة هولستي:

2 (ت)

الثبات = —

ن 1 + ن 2

توصل الباحث الى نسبة ثبات بلغت (٠.٨٣) أي (٨٣٪).

سابعاً: دراسات سابقة:

١. دراسة دحام علي حسين العبيدي (٢٠٠٥): هدفت هذه الدراسة الى معرفة الوسائل الاعلامية التي يستعين بها الجمهور العراقي في استقاء الاخبار سواء أكانت داخلية أم خارجية، وتحديد أي من هذه الوسائل لها الاولوية في إهتمام الجمهور، ومعرفة وتحديد الاسباب والدوافع المؤدية الى تفضيل الجمهور العراقي هذه الوسيلة أو تلك في استقاء الاخبار، ومن اهم نتائج هذه الدراسة حصول التلفزيون على المركز الاول بين مصادر الاخبار التي يستعين بها الجمهور العراقي في استقاء الاخبار، وبخاصة المحطات التلفزيونية غير العراقية، وتبوء الاذاعة المرتبة الثانية بين المصادر التي يستعين بها الجمهور العراقي في استقاء الاخبار، و حلت الصحافة في المرتبة الثالثة بين المصادر التي يستعين بها الجمهور العراقي.

تختلف هذه الدراسة عن دراستنا في كونها اعتمدت على جمهور مدينة بغداد، بينما دراستنا اعتمدت على جمهور مدينة الموصل كمجتمع للدراسة، في حين تتشابه الدراستين في كونهما اعتمدا على المنهج الوصفي المسحي واستخدما استمارة الاستبانة كأداة للدراسة.

٢. دراسة صباح ناهي فجر الخزاعي (١٩٩٩): هدفت هذه الدراسة للتعرف على خصائص وعادات الجمهور العراقي في التعرض لوسائل الاعلام (الصحافة المكتوبة، والاذاعة، والتلفاز) من حيث متغير (الجنس، والعمر، وملكية أجهزة الاتصال، والحالة الاجتماعية، والمستوى العلمي، والتحصيل الدراسي). وقد أعتمد الباحث مدينة بغداد كمجال مكاني لتطبيق الدراسة، ومن اهم النتائج التي توصلت اليها احتل التلفزيون المرتبة الاولى من اولويات تعرض جمهور العينة لوسائل الاعلام، وحل الاستماع الى الراديو في المرتبة الثانية من اولويات تعرض الجمهور لوسائل الاعلام، وجاءت قراء الصحيفة في المرتبة الثالثة من اولويات تعرض الجمهور لوسائل الاعلام.

تختلف هذه الدراسة عن دراستنا في كونها اعتمدت على جمهور مدينة بغداد، بينما دراستنا اعتمدت على جمهور مدينة الموصل كمجتمع للدراسة، في حين تتشابه الدراستين في كونهما اعتمدا على المنهج الوصفي المسحي واستخدما استمارة الاستبانة كأداة للدراسة.

المبحث الثاني: الإطار النظري للبحث:**أولاً: مفهوم الخبر لغة واصطلاحاً:**

في اللغة العربية ورد ذكر الخبر بمعنى ما ينقل ويحدث به قولاً أو كتابة، وهو "ما يحمل الصدق والكذب لذاته"، ويعرف الخبر لغوياً "كل قول أفدت به مستمعه مالم يكن عنده"، وقد ورد ذكر الخبر في القرآن الكريم في مواقع عدة فذكر في قوله تعالى: ﴿ إِذْ قَالَ مُوسَىٰ لِأَهْلِهِ إِنِّي آنَسْتُ نَارًا سَاءَ تَكْوِينُهَا خَبِيرٌ أَوْ آتِيكُمْ بِشَهَابٍ مِّنَ السَّمَاءِ لَعَلَّكُمْ تَصْطَلُونَ ۗ ﴾ (سورة النمل: الآية: ٧).

اما تعريف الخبر اصطلاحاً فهناك العديد من التعريفات للخبر قدمها باحثون اجتهدوا في هذا المجال وحاولوا وضع مفهوم للخبر يعكس نظرهم للخبر.

ويعرف روبرت هيلارد الخبر بأنه "هو كل حادثه تجذب انتباه الناس او تؤثر فيهم او هو كل شيء جدير بان يبيث من وسائل الإعلام الى المشاهدين أو المستمعين من قطة فوق شجرة الى اندلاع حرب" (فوزي، ٢٠٠٣، ص ١٤٩).

ويعرف الدكتور فاروق ابو زيد الخبر بأنه "تقرير يصف في دقة وموضوعية حادثة أو واقعة او فكرة صحيحة تمس مصالح أكبر عدد من القراء وهي تثير اهتمامهم بقدر ما تسهم في تنمية المجتمع وترقيته" (ابو زيد، ١٩٨١، ص ٤٤).

اما الخبر الصحفي كما يراه جلال الدين الحمامصي على انه "كل خبر يرى رئيس التحرير او رئيس قسم الاخبار في الصحيفة بأنه جدير بان يجمع ويطلع وينشر على الناس لحكمة اساسية هي ان الخبر في مفهومه يجمع أكبر جمع من الناس ويرون في مادته اما فائدة ذاتية او تكليفاً بواجب معين الى اخر او توجيهها ما لأداء عمل اساسي ويتحتم على الصحافة كأداة من ادوات الاعلام ان تؤديه نحوهم" (إبراهيم، ٢٠١٩، ص ٤٩).

في حين ان الخبر الاداعي يرتبط بظهور ونشأة الاداعة وتطورها وتقوم الاداعات على اختلاف انواعها بنقل الاحداث من موقعها مباشرة او تسجيلها لتذيعها في وقت لاحق وتقديم الاخبار الهامة من خلال مواجير الانباء بهدف اخبار الجمهور، ويتحتم على كاتب الخبر الاداعي ان يكتبه بعبارات سلسة خالية من أي الفاظ معقدة ويمتاز بجمل قصيرة كي لا يمل السامع (مام، ٢٠١٦، ص ٥٥).

اما الخبر التلفزيوني فهو اساس نشرات الاخبار في المحطات الفضائية وعنصرها الاول والخبر التلفزيوني "هو خبر مصور ينشأ في موقع الحدث وتتوالى اطقم التصوير الاخبارية (المصور، المندوب، مسجل الصوت، موزع الاضاءة) الى نقله وتسجيله على افلام او شرائط، ويتكون الخبر التلفزيوني من مجموعة من اللقطات المصورة واحدة تلو الاخرى مرتبطة معا" (العمر، ٢٠١٥، ص ٥٤).

وبعد ظهور الانترنت ومنصات التواصل الالكترونية والمدونات ظهر ما يسمى بالخبر الالكتروني الذي يحتاج الى محرر ناجح، فهو يختلف عن الخبر الصحفي والاداعي والتلفزيوني، فالمحرر الناجح هو القادر على ان يهذب النص الاخباري ليبقي على ما هو ممتع ومهم، فتحرير

الخبر الالكتروني يبدأ باختصار المعلومات ث الكلمات والعبارات وهذه عملية تحتاج الى محرر لديه مهارة لغوية عالية وذوق فني وحسي صحفي بطبائع جمهور الاخبار كون جمهور الخبر الالكتروني اوسع واشمل من جمهور الخبر الصحفي والاذاعي والتلفزيوني (عبد الحميد، ٢٠١٣، ص٨٣).

ثانياً: المصادر الاخبارية:

تتعدد مصادر الاخبار وتتنوع لتشمل الكثير من المصادر الاخبارية ومنها (العبد، ٢٠٠٧، ص٤٥):

١. **المخبر الصحفي:** وهو الشخص الذي يزود الوسيلة الاعلامية بالأحداث والوقائع من مكان الحدث عن طريق التصوير والكتابة، وتختلف الشروط التي تطلبها الوسيلة من المخبر، غير أن اهم ميزة هي درايته وتعرفه على العادات والتقاليد والقيم الاجتماعية والثقافية بالمنطقة التي يقوم فيها بالعمل.

٢. **المراسل الدائم:** وهو الذي يمثل الوسيلة في إحدى العواصم والدول، والذي يتميز كذلك في معرفته بالدول التي يقيم بها، حيث يمثل القناة ويجعل لها ثقل إعلامي بالمنطقة، ويتيح إمكانيات أفضل للحصول على السبق الإعلامي الذي يدر أرباح على القناة، ويسمح بانتشار وقوة للقناة.

٣. **وكالات الأنباء:** تعتبر من المصادر التقليدية في العمل الاخباري، وهي وسيلة إعلام غير مباشرة تقدم خدماتها للقنوات التلفزيونية، وتمثل وسيلة للسيطرة على الاخبار العالمية، ظهرت لتدعم سيطرة الدول الكبرى، ونتيجة للتطور الهائل في وسائل الإعلام، وكثافة الأحداث، وارتفاع تكاليف المراسلين، وقلة الإمكانيات كلها عوامل ساهمت في الاعتماد المتزايد على خدمات وكالة الأنباء.

٤. **المواطنون أو شهود العيان:** يعد المواطن أحد مصادر الخبر بحكم قربه من الاحداث ومعايشتها أحياناً، ورغم تحفظات المختصين على هذا المصدر لعدة أسباب كعدم فهم كيفية استخدامه مهنيا وعدم تحديد هوية المصدر بالدقة الإعلامية المطلوبة، فقد ازداد الاهتمام من مختلف القنوات الإخبارية في ظل انتشار وتنامي مواقع التواصل الاجتماعي، وتطور وسائل نقل للأحداث عن طريق الهواتف المحمولة الذكية التي تقدم خدمات عديدة في التصوير والتسجيل، من أجل اشراك الجمهور في صناعة الخبر، وتبرز أهمية هذا المصدر في أماكن التوتر والأزمات، والاحداث المفاجئة وغير المتوقعة.

وتعد المصادر التي سبق ذكرها مصادر معلومات للوسائل الاعلامية، اما المصادر

الاخبارية التي يستقي الجمهور منها معلوماته فهي:

١. **الاذاعات والقنوات التلفازية:** تعد محطات الاذاعة والتلفزيون المحلية والاجنبية مصدر من مصادر المعلومات للجمهور، اذ ان لكل دولة اذاعاتها المسموعة والمرئية التي تنقل عبرها اخبار الاحداث في البلد والتعليقات عليها مما جعلها مصدراً مهماً لوسائل الاعلام في البلدان الاخرى عن تلك الدول، وبخاصة تلك المحطات التي تخضع للإشراف الحكومي المباشر حيث تعبر هذه المحطات عن الاتجاهات الرسمية لتلك الدول (إبراهيم، ٢٠٠١، ص٣٣).

٢. **الصحف:** كما وتكون الصحف والمجلات في الكثير من الاحيان مصدراً مهماً للأخبار تأخذ عنها وسائل الاعلام الاخرى خاصة عندما تنفرد هذه الصحف والمجلات بنشر خبر مهم أو وثيقة خطيرة تحصل عليها عن طريق مصادرها الخاصة، وكذلك عندما تنفرد بإجراء لقاء أو حديث صحفي مع الزعماء والشخصيات المهمة، كما ان الكثير من هذه الصحف تكون تابعة لجهات سياسية أو اجتماعية وتكون ناطقة باسمها وبالتالي تكون مصدراً لمعرفة نشاطات واخبار هذه الجهات أو المنظمات، وقد اصبحت بعض الصحف والمجلات العالمية الشهيرة مثل النيويورك تايمز والواشنطن بوست والجارديان واللوموند مصدراً مهماً للأخبار وذلك لما تمتلكه من ملاك صحفي كبير وانتشار مراسليها في العديد من الدول ومواقع الاحداث (ابو زيد، ١٩٩٨، ص ١٧٨).

٣. **الإنترنت:** وتعد شبكة الانترنت إحدى افضل الطرق لتداول المعلومات في العالم كما انها تعد من اسرع الوسائل لتبادل المعلومات حيث انها تربط بين الملايين من شبكات الكمبيوتر المنتشرة في انحاء العالم، وقد حقق ذلك ما يسمى اليوم بمجتمع المعلومات وقد أصبحت شبكة المعلومات (الإنترنت) بفضل انتشارها الواسع من ناحية وغازرة المعلومات التي تحتويها من ناحية اخرى اهم مصادر الاخبار للصحافة ووسائل الاعلام (ياسين، ٢٠٠١، ص ١٢)، وكذلك اصبحت مواقع التواصل الاجتماعي مصدر مهم ورئيس للمعلومات بحكم انتشارها وسهولة استخدامها وتعدد مصادر معلوماتها.

ثالثاً: اتجاهات الجمهور:

تعد الاتجاهات من الامور المهمة في حياتنا اليومية لما لها من دور رئيس في توجيه سلوكيات الافراد في المجتمعات كافة، ولما لها دور رئيس ايضا في الكشف عن موقف افراد الجمهور من العادات والتقاليد والقيم السائدة في المجتمع، وطالما ان الاتجاهات لها اهمية كبيرة في حياة الافراد، فقد نالت اهتمام الكثير من علماء النفس والفلاسفة واستخدمت من قبل الكثير منهم واولهم الفيلسوف الانكليزي (هربرت سبنسر) في كتابه (المبادئ الأولى) في عام ١٨٦٢، والذي قال فيه "ان وصولنا الى احكام صحيحة في مسائل مثيرة لكثير من الجدل، يعتمد الى حد كبير على اتجاهنا الذهني ونحن نصغي الى هذا الجدل او نشارك فيه" (سويف، ١٩٨٣، ص ٣٣٤). فمن الضرورة فهم وتحديد معنى الاتجاهات عن طريق اهم التعريفات لاهم العلماء وكبار الفلاسفة ومنهم (جوردن البورت) عام ١٩٣٣ والذي عرف الاتجاه على انه "حالة من الاستعداد العقلي والعصبي التي تنتظم او تتكون اثناء التجربة والخبرة والتي تسبب تأثيراً موجهاً او دينامياً على استجابات الفرد لكل الموضوعات والمواقف التي ترتبط بهذا الاتجاه" (سميس، ١٩٩٢، ص ٧٤). إذ عرف (شرام) الاتجاه "انه حالة مفترضة من الاستعداد للاستجابة بطريقة تقييمية تؤيد او تعارض موقفاً معيناً"، في حين يرى (توماس) إن الاتجاه النفسي "هو موقف الفرد تجاه احدي القيم الاجتماعية او المعايير العامة السائدة في البيئة الخارجية للفرد" (الزوبعي، ٢٠٠٨، ص ١٢٣). ومن خلال ما تم عرضه من تعريفات يتوصل الباحث الى التعريف الاجرائي الاتي، اذ يعرف الباحث الاتجاه على انه (حصيلة ما يدور داخل الفرد من مواقف وافكار ازاء موضوع وقضية

من القضايا او القيم والعادات والتقاليد السائدة في البيئة المحيطة به والتي قد تظهر في سلوكياته وتصرفاته العامة).

وبما ان المصادر الاخبارية تؤدي دورا مهما في تحديد اتجاهات الجمهور نحوها، فان هذه المصادر والمتمثلة بـ (وسائل الاعلام المختلفة) تقوم بعرض المواد الاخبارية والمعلومات حول مدى واسع من الموضوعات، الا أن الناس ليس لديهم الوقت أو الطاقة لتكوين اتجاهات ومعتقدات حول كل شيء إذ عليهم اختيار عدد من الموضوعات التي تنشرها وتبثها هذه المصادر ليهتموا بها (العبيدي، ٢٠٠٥، ص ١١٣).

رابعاً: مكونات الاتجاه:

تتكون الاتجاهات من عدد من المكونات وهي (المطيري، ٢٠٠٦، ص ٦٨):

١. المكون المعرفي: والذي يضم مجموعة من الافكار او المعلومات التي يعرفها الفرد عن الشيء موضوع الاتجاه.

٢. المكون العاطفي: والذي يمثل استجابة الفرد وعواطفه نحو موضوع الاتجاه وقد تكون هذه الاستجابة ايجابية او قد تكون سلبية.

٣. المكون السلوكي: وهذا المكون يشمل اساليب الفرد السلوكية ازاء موضوع الاتجاه قد تكون هذه الاساليب سلبية او ايجابية.

٤. المكون الادراكي: وهذا المكون يضم مجموع العناصر التي تساعد الفرد على إدراك المثير الخارجي، وهذا الإدراك إما أن يكون اجتماعيا او يكون حسيا.

خامساً: خصائص الاتجاه:

ويمكن تحديد الخصائص التي تتميز بها الاتجاهات كما يأتي (طاقة، ١٩٨٩، ص ٣٥):

١. الاتجاهات المكتسبة: وهي الاتجاهات التي تميز بانها تكون متعلمة، فهي ليست اتجاهات متوارثة وانما تكتسب من التجارب الشخصية في الحياة اليومية، او من الظروف التي يمر بها الافراد.

٢. الاتجاهات الثابتة: وتكون هذه الاتجاهات ثابتة نتيجة ارتباطها بالموروثات التي يتوارثها الفرد من العادات والتقاليد والقيم التي يتلقاها من الاهد نتيجة التنشئة الاجتماعية، الا ان ثبات هذه الاتجاهات تكون نسبية اذ سرعان ما يمكن تغييرها، اذ ان ثباتها ليس مطلق.

٣. الاتجاهات المتكيفة: وهي الاتجاهات التي تتكيف مع الظروف والاضاع، اذ يعمل الفرد على تكيف اتجاهه مع ما هو موجود بغض النظر عن توافق اتجاهه من عدمه مع ما هو موجود فعلا. (وتعد الاتجاهات التي تتشكل لدى الجمهور ازاء مصادر الاخبار المتنوعة من هذا النوع من الاتجاهات، لان الفرد كيف اتجاهه ازاء مصدر ما لأنه يرى فيه المعلومات الاساسية عن مختلف القضايا والموضوعات المهمة).

٤. الاتجاهات التي تتشكل في وقت سابق عبر مراحل وخبرات شخصية مختلفة، فهي ليست وليدة اللحظة.

المبحث الثالث: الدراسة الميدانية:

قام الباحث بتوزيع استمارة الاستبيان بطريقة عشوائية على جمهور مدينة الموصل لغرض معرفة توجههم نحو الاعتماد على المصادر الاخبارية، اذ قام بتوزيع (٢٧٧) استمارة وتم اعادة (٢٥٠) استمارة.

جدول (١) يبين توزيع العينة حسب متغير العمر

العمر	العدد	النسبة
١٨ الى ٢٥	٤٥	%١٨
٢٥ الى ٤٠	١٢١	%٤٨.٤
أكثر من ٤٠	٨٤	%٣٣.٦
المجموع	٢٥٠	%١٠٠

بين لنا جدول (١) ان الفئة العمرية (٢٥-٤٠) جاءت في المرتبة الاولى بواقع (١٢١) مبحوث وبنسبة بلغت (%٤٨.٤)، في حين جاءت الفئة (أكثر من ٤٠) في المرتبة الثانية بواقع (٨٤) مبحوث وبنسبة (%٣٣.٦)، اما الفئة (٢٥-١٨) فجاءت في المرتبة الثالثة بواقع (٤٥) مبحوث، وبنسبة (%١٨).

جدول (٢) يبين توزيع العينة حسب متغير الجنس

الجنس	العدد	النسبة
ذكر	١٤٣	%٥٧.٢
انثى	١٠٧	%٤٢.٨
المجموع	٢٥٠	%١٠٠

يتبين لنا من خلال النتائج اعلاه ان نسبة الذكور في العينة اعلى من نسبة الاناث، اذ جاء الذكور في المرتبة الاولى وبواقع (١٤٣) مبحوث، وبنسبة (%٥٧.٢)، اما الاناث في المرتبة الثانية بواقع (١٠٧) مبحوث، وبنسبة بلغت (%٤٢.٨).

جدول (٣) يبين توزيع العينة حسب متغير المستوى التعليمي

المستوى التعليمي	العدد	النسبة المئوية
امي	٤	%١.٦
يقراً ويكتب	١١	%٤.٤
ابتدائي	٢٤	%٩.٦
ثانوي	٦٧	%٢٦.٨
جامعي فأعلى	١٤٤	%٥٧.٦
المجموع	٢٥٠	%١٠٠

يتبين لنا من خلال النتائج اعلاه ان نسبة العينة الذين مستواهم التعليمي (جامعي فأكثر) جاءت في المرتبة الاولى بواقع (١٤٤) مبحوث، وبنسبة (%٥٧.٦)، في حين مستوى (الثانوي) جاء في المرتبة الثانية بواقع (٦٧) مبحوث وبنسبة (%٢٦.٨)، اما المستوى التعليمي (ابتدائي) فجاءت نسبتهم في المرتبة الثالثة بواقع (٢٤) مبحوث وبنسبة (%٩.٦)، بينما نسبة العينة من

المستوى (يقرأ ويكتب) فجاءت في المرتبة الرابعة بواقع (١١) وبنسبة بلغت (٤.٤٪)، اما في المرتبة الاخيرة فجاء مستوى (امي) بواقع (٤) مبحوث، وبنسبة (١.٦٪).

جدول (٤) يبين المصادر الاخبارية التي اعتمد عليها الجمهور

النسبة المئوية	العدد	المصدر
٠.٨٪	٢	الصحف
١٤٪	٣٥	الاذاعات
٣٠.٨٪	٧٧	القنوات التلفزيونية
٥٤.٤٪	١٣٦	الوسائل الالكترونية
١٠٠٪	٢٥٠	المجموع

يتضح لنا من خلال النتائج اعلاه ان مصدر (الوسائل الالكترونية) جاء في المرتبة الاولى من بين المصادر الاخبارية الاخرى التي يعتمد عليها جمهور مدينة الموصل في الحصول على الاخبار، اذ بلغت نسبته (٥٤.٤٪) وبواقع (١٣٦) مبحوث، في حين جاء في المرتبة الثانية مصدر (القنوات التلفزيونية) بنسبة (٣٠.٨٪) وبواقع (٧٧) مبحوث، اما مصدر (الاذاعات) فجاء في المرتبة الثالثة وبنسبة بلغت (١٤٪) وبواقع (٣٥) مبحوث، اما في المرتبة الاخيرة فجاء مصدر (الصحافة) وبنسبة (٠.٨٪) وبواقع (٢) مبحوث.

جدول (٥) يبين انواع الصحف التي يعتمد عليها الجمهور

النسبة المئوية	العدد	الصحف
١٠٠٪	٢	الصحف الموصلية
٠٪	٠	الصحف العراقية الاخرى
١٠٠٪	٢	المجموع

يتضح لنا ان نسبة الجمهور في الموصل الذي يعتمد على الصحف كمصدر للحصول على الاخبار يعتمد على (الصحف الموصلية)، اذ بلغت نسبته (١٠٠٪) وبواقع (٢) مبحوث، في حين ان الصحف العراقية الاخرى لا يعتمد عليها الجمهور، اذ بلغت نسبتها (٠٪). ويتبين لنا من خلال النتائج ايضا ان اهم الصحف المحلية التي يعتمد عليها الجمهور هي صحيفة (المدينة الاقتصادية) اذ جاءت في المرتبة الاولى بواقع (٢) مبحوث، وبنسبة ١٠٠٪.

جدول (٦) يبين اسباب اعتماد الجمهور على الصحف

السبب	اوافق	النسبة	محايد	النسبة	لا اوافق	النسبة
تغنيك الصحف بالأخبار والمعلومات	٢	١٠٠٪				
لأنها تزودني بتفاصيل أكثر حول الاخبار	٢	١٠٠٪				
لأنها تساعدني على تكوين رأي حول القضايا المطروحة			١	٥٠٪	١	٥٠٪
لأنها تقدم تحليلات معمقة وتساعدني في فهم خلفيات الاحداث					٢	١٠٠٪

يتضح لنا من خلال النتائج اعلاه ان نسبة الاتفاق على (تغنيك الصحف بالأخبار والمعلومات) كسبب لاعتماد الجمهور على الصحف كانت أكثر، اذ بلغت (١٠٠٪) وبواقع (٢) مبحوث، وكذلك بالنسبة للسبب (تزودني الصحف بتفاصيل أكثر حول الاخبار) ايضا بلغت نسبة

الاتفاق عليه (١٠٠٪) وبواقع (٢) مبحوث، اما السبب (نقدم تحليلات معمقة وتساعدني على فهم خلفيات الاحداث) فكانت نسبة عدم الاتفاق عليه أكثر، اذ بلغت (١٠٠٪) وبواقع (٢) مبحوث.

جدول (٧) يبين انواع الاذاعات التي يعتمد عليها الجمهور

النسبة المئوية	العدد	الاذاعات
١٠٠٪	٣٥	الاذاعات الموصلية
٠٪	٠	الاذاعات العراقية الاخرى
٠٪	٠	الاذاعات العربية
٠٪	٠	الاذاعات الاجنبية الناطقة بالعربية
١٠٠٪	٣٥	المجموع

تضح لنا من خلال الجدول اعلاه ان الجمهور يعتمد على (الاذاعات الموصلية) كمصدر للأخبار عن الشأن المحلي بنسبة (١٠٠)، وبواقع (٣٥) مبحوث، اما الاذاعات العراقية والعربية والاجنبية الناطقة باللغة العربية فبلغت نسبة الاعتماد عليها (٠٪)، ويمكن ارجاع السبب في ذلك الى قلة تناول الشأن المحلي في الموصل بهذه الاذاعات، فالمستمع يلجأ للإذاعات المحلية كونها متخصصة بتناول الشأن المحلي في الموصل بصورة تفصيلية.

جدول (٨) يبين انواع الاذاعات الموصلية التي يعتمد عليها الجمهور

النسبة المئوية	العدد	الاذاعات الموصلية
٦٢.٩٪	٢٢	راديو الغد
٣٧.١٪	١٣	إذاعة One FM
١٠٠٪	٣٥	المجموع

يتبين لنا من خلال الجدول اعلاه ان نسبة الذين يعتمد على (راديو الغد) جاءت في المرتبة الاولى اذ بلغت نسبتهم (٦٢.٩٪) وبواقع (٢٢) مبحوث، في حين جاءت (إذاعة One FM) في المرتبة الثانية، اذ بلغ نسبة الاعتماد عليها (٣٧.١٪) وبواقع (١٣) مبحوث.

جدول (٩) يبين سبب اعتماد الجمهور على الاذاعات

السبب	اوافق	النسبة	محايد	النسبة	لا اوافق	النسبة
تغنيك الاذاعات بالمعلومات والاخبار	٣٥	١٠٠٪				
انها الوسيلة المتاحة لي			١٩	٥٤.٣٪	١٦	٤٥.٧٪
نقدم تحليلات معمقة وتفاصيل أكثر	٦	١٧.١٪	٢٩	٨٢.٩٪		

يتبين لنا من خلال الجدول اعلاه ان نسبة الاتفاق على (تغنيك الاذاعات بالمعلومات والاخبار) كسبب لاعتماد الجمهور على الاذاعات جاءت (١٠٠٪)، وبواقع (٣٥) مبحوث.

جدول (١٠) يبين انواع القنوات التلفزيونية التي يعتمد عليها الجمهور

النسبة المئوية	العدد	القنوات
٦٣.٧٪	٤٩	القنوات الموصلية
٣٦.٣٪	٢٨	القنوات العراقية
٠٪	٠	القنوات العربية
٠٪	٠	القنوات الاجنبية الناطقة بالعربية

المجموع	٧٧	%١٠٠
---------	----	------

يتضح لنا من خلال الجدول اعلاه ان الجمهور يعتمد على (القنوات الموصلية) كمصدر للأخبار عن الشأن المحلي بنسبة (٦٣.٧%) وبواقع (٤٩) مبحوث، في حين ان (القنوات العراقية) جاءت في المرتبة الثانية من بين المصادر وبنسبة بلغت (٣٦.٣%) وبواقع (٢٨) مبحوث، بينما لم تحصل (القنوات العربية) و(القنوات الاجنبية الناطقة بالعربية) على اية نسبة، ويمكن ارجاع السبب في ذلك الى عدن اهتمام هذه القنوات بالشأن المحلي الموصلية.

اما اهم القنوات الموصلية التي يعتمد عليها الجمهور في الحصول على المعلومات هي (قناة الموصلية) اذ جاءت في المرتبة الاولى بواقع (٤٩) مبحوث وبنسبة (١٠٠%)، ويعزو الباحث السبب في ذلك الى كون قناة الموصلية هي القناة الوحيدة في الموصل قبل فتح قناة (نينوى الان) التي افتتحت قبل فترة وجيزة.

جدول (١١) يبين القنوات العراقية التي يعتمد عليها الجمهور

القنوات العراقية	العدد	النسبة المئوية
قناة الشرقية	٢٤	%٨٥.٧
قناة العراقية	٤	%١٤.٣
المجموع	٢٨	%١٠٠

يتضح لنا من خلال النتائج اعلاه الى ان افراد الجمهور اعتمد على (قناة الشرقية) في المرتبة الاولى من بين القنوات العراقية، وبنسبة بلغت (%٨٥.٧)، وبواقع (٢٤) مبحوثا، اما (قناة العراقية) فجاءت في المرتبة الثانية، وبنسبة بلغت (١٤.٣%)، وبواقع (٤) مبحوثا.

جدول (١٢) يبين اسباب اعتماد الجمهور على القنوات التلفزيونية

السبب	اوافق	النسبة	محايد	النسبة	لا اوافق	النسبة
تغنيك القنوات التلفزيونية بالمعلومات والاخبار	٧١	%٩٢.٣	٦	%٧.٧		
انها الوسيلة القريبة للمشاهد	١١	%١٤.٣	٤٢	%٥٤.٥	٢٤	%٣١.٢
لأنها تقدم تحليلات معمقة وتفاصيل أكثر	٥٨	%٧٥.٣	١٩	%٢٤.٧		
لأنها أكثر مصداقية من وسائل الاعلام الاخرى			١٥	%١٩.٤	٦٢	%٨٠.٦

يبين لنا الجدول اعلاه ان نسبة الاتفاق على (تغنيك القنوات التلفزيونية بالمعلومات والاخبار) كسبب لاعتماد الجمهور على القنوات التلفزيونية، حصلت على المرتبة الاولى بنسبة بلغت (%٩٢.٣)، وبواقع (٧١) مبحوث، وكذلك كانت نسبة الاتفاق عالية على (لأنها تقدم تحليلات معمقة وتفاصيل أكثر) كسبب للاعتماد ايضا، اذ بلغت نسبته (%٧٥.٣)، وبواقع (٥٨) مبحوث، بينما كانت نسبة عدم الاتفاق عالية على (لأنها أكثر مصداقية من وسائل الاعلام الاخرى)، اذ بلغت (%٨٠.٦)، وبواقع (٦٢) مبحوثا.

جدول (١٣) يبين انواع الوسائل الالكترونية التي يعتمد عليها الجمهور

الوسائل الالكترونية	العدد	النسبة المئوية
وسائل التواصل الاجتماعي	١٣٦	%١٠٠
الانترنت	٠	%٠

المجموع	١٣٦	%١٠٠
---------	-----	------

يبين لنا الجدول اعلاه ان الجمهور يعتمد على (وسائل التواصل الاجتماعي) للحصول على المعلومات والاعخبار، اذ جاءت نسبتها (%١٠٠)، وبواقع (١٣٦) مبحوثا، اما مصدر (الانترنت) والذي يشمل (المواقع الالكترونية على الويب الخاص بالوسائل الاعلامية) جاءت نسبته (%٠). ويمكن عزو السبب في ذلك الى كثر استخدام الجمهور لوسائل التواصل الاجتماعي وكونها الوسائل الاقرب لهم من مواقع الويب.

جدول (١٤) اهم مواقع التواصل الاجتماعي التي يعتمد عليها الجمهور

المواقع	العدد	النسبة
فيسبوك	٨٣	%٦١
انستغرام	٤٦	%٣٣.٨
تيليجرام	٧	%٥.٢
المجموع	١٣٦	%١٠٠

تبين النتائج اعلاه الى حصول موقع (الفيسبوك) على المرتبة الاولى من بين وسائل التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات والاعخبار للجمهور، اذ بلغت نسبته (%٦١) وبواقع (٨٣) مبحوث، في حين حصل موقع (انستغرام) على المرتبة الثانية، وبنسبة بلغت (%٣٣.٨)، وبواقع (٤٦) مبحوث، بينما حصل موقع (تيليجرام) على المرتبة الثالثة، بنسبة بلغت (%٥.٢) وبواقع (٧) مبحوث.

جدول (١٥) اسباب الاعتماد على الوسائل الالكترونية في الحصول على الاخبار

الاسباب	اوافق	النسبة	محايد	النسبة	لا اوافق	النسبة
تغنيك الوسائل الالكترونية بالمعلومات والاعخبار	١٣٦	%١٠٠				
تمكني من فهم الاحداث لما تحتويه من تفاصيل	٨٧	%٦٣.٩	٤٩	%٣٦.١		
انها الوسيلة المتاحة لي	١٣٦	%١٠٠				
تمكني من الاطلاع على الاخبار من أكثر من مصدر في نفس الوقت	١٣٥	%٩٩.٢	١	%٠.٨		

يتبين لنا من خلال النتائج اعلاه ان نسبة الاتفاق عالية جدا على (تغنيك الوسائل الالكترونية بالمعلومات والاعخبار) كسبب من اسباب الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي، اذ بلغت نسبته (%١٠٠) وبواقع (١٣٦) مبحوث، وكذلك جاء الاتفاق على (تمكني من فهم الاحداث لما تحتويه من تفاصيل) كسبب من اسباب الاعتماد، اذ بلغت نسبة الاتفاق عليه (%٦٣.٩)، وبواقع (٨٧) مبحوث، وجاءت نسبة الاتفاق (%١٠٠) وبواقع (١٣٦) مبحوثا على سبب الاعتماد (انها الوسيلة المتاحة لي)، اما سبب (تمكني من الاطلاع على الاخبار من أكثر من مصدر في نفس الوقت) فجاءت نسبة الاتفاق عليه عالية جدا، اذ بلغت النسبة (%٩٩.٢)، وبواقع (١٣٥) مبحوث.

النتائج والاستنتاجات:

١. حصول الوسائل الالكترونية ومن بينها وسائل التواصل الاجتماعي على المرتبة الاولى من بين المصادر الاخبارية الاخرى التي يعتمد عليها الجمهور في الحصول على المعلومات، اذ بلغت نسبتها (٥٤.٤%)، ويمكن عزو السبب في ذلك الى كون وسائل التواصل الاجتماعي هي الوسيلة المتاحة للجمهور، اضافة الى تعدد مصادر المعلومات، إذا جاءت نسبة الاتفاق عالية على هذين السببين من قبل افراد العينة بلغت ما يقارب (١٠٠%).
٢. حصول القنوات التلفازية على المرتبة الثانية كمصدر للأخبار والمعلومات بالنسبة للجمهور، اذ بلغت نسبتها (٣٠.٨%)، ومن اهم القنوات التي يعتمد عليها الجمهور للحصول على المعلومات هي قناة (الموصلية) المحلية، وقناة (الشرقية)، اما القنوات العربية فلم تحصل على اية نسبة.
٣. حصول الاذاعات على المرتبة الثالثة من بين مصادر المعلومات الاخرى، اذ بلغت نسبتها (١٤%)، ومن اهم الاذاعات التي يعتمد عليها الجمهور هي الاذاعات المحلية فقط واهمها (راديو الغد، اذاعة One FM)، اما الاذاعات العراقية فلم تحصل على اية نسبة.
٤. جاءت الصحف بالمرتبة الاخيرة وبنسبة ضئيلة جدا بلغت (٠.٨%)، ويمكن عزو السبب في ذلك الى اتاحة وسائل التواصل الاجتماعي وسهولة استخدامها وتعدد مصادر المعلومات وغيرها من التطورات التكنولوجية الهائلة جعل الجمهور يبتعد قراءة ومتابعة الصحف والاعتماد عليها كمصدر للأخبار والمعلومات.

لجنة الخبراء:

(*) تألفت من:

١. أ. د. سعد سلمان المشهداني - قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة تكريت.
٢. أ. د. سحر خليفة سالم - قسم الصحافة، كلية الاعلام، الجامعة العراقية
٣. أ. م. د. جمعة جاسم خلف - قسم الاعلام، كلية الآداب، جامعة الموصل.
٤. أ. م. د. وعد ابراهيم خليل - قسم الاعلام، كلية الآداب، جامعة الموصل.
٥. أ. م. د. وفاق حافظ بركع - قسم الصحافة، كلية الاعلام، الجامعة العراقية.

المصادر والمراجع

- ١- اسماعيل ابراهيم، الصحفي المتخصص، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠٠١.
- ٢- حميد جاعد، أساسيات البحث المنهجي، بغداد، شركة الحضارات للطباعة والنشر، ٢٠٠٤.
- ٣- حميدة سميسم، نظرية الراي العام، مدخل، دار الشؤون الثقافية، بغداد، ١٩٩٢.
- ٤- دحام علي حسين العبيدي، المصادر الاخبارية للجمهور في العراق، رسالة ماجستير مقدمة الى جامعة بغداد، كلية الاعلام، ٢٠٠٥.
- ٥- رباب صلاح السيد ابراهيم، الخبر الصحفي وفنونه، جامعة المنوفية، كلية التربية النوعية، ٢٠١٩.
- ٦- ربيحي مصطفى عليان. عثمان محمد غنيم، مناهج وأساليب البحث العلمي: النظرية والتطبيق، عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع، ٢٠٠٠.
- ٧- روبرت ايل. هليارد، الكتابة للتلفزيون والاذاعة ووسائل الاعلام الحديثة، ترجمة مؤيد حسن فوزي، العين، دار الكتاب الجامعي، ٢٠٠٣.
- ٨- سعد سلمان المشهداني، منهجية البحث الاعلامي- دليل الباحث لكتابة الرسائل الجامعية، دولة الامارات العربية المتحدة والجمهورية اللبنانية، دار الكتاب الجامعي، ٢٠٢٠.
- ٩- سمير محمد حسين، بحوث الاعلام، القاهرة، عالم الكتب، ٢٠٠٦.
- ١٠- سهاد عدنان جلوب المطيري، الاعلان في القنوات الفضائية العربية والاتجاهات الاستهلاكية للجمهور العراقي، رسالة ماجستير، جامعة بغداد، كلية الاعلام، ٢٠٠٦.
- ١١- السيد ياسين: المعلوماتية وحضارة العولمة، القاهرة، دار النهضة مصر للطباعة والنشر والتوزيع، ٢٠٠١.
- ١٢- صباح ناهي فجر الخزاغي، خصائص الجمهور العراقي وعاداته في التعرض لوسائل الاعلام، اطروحة دكتوراه مقدمة الى جامعة بغداد، كلية الآداب، قسم الاعلام، ١٩٩٩.
- ١٣- صلاح عبد الحميد، فن التحرير الصحفي، القاهرة، مؤسسة طيبة للنشر، ٢٠١٣.
- ١٤- عامر ابراهيم العمرو، تقييم الصحفيين الاردنيين لمهنية الاخبار في التلفزيون الاردني، رسالة ماجستير، جامعة البتراء، عمان، ٢٠١٥.
- ١٥- عرسان يوسف عرسان الزوبعي، الإعلان التلفزيوني - دراسة تحليلية لاتجاهات المعلنين والجمهور إزاء الإعلان التلفزيوني في العراق، اطروحة دكتوراه، جامعة بغداد، كلية الاعلام، ٢٠٠٨.
- ١٦- فاروق ابو زيد، فن التحرير الصحفي، جده، مكتبة العلم، ١٩٨١.
- ١٧- فاروق ابو زيد، فن الخبر الصحفي، القاهرة، دار الشروق للنشر والتوزيع، ١٩٩٨.
- ١٨- محمد عبد الحميد، دراسة الجمهور في بحوث الإعلام، القاهرة، عالم الكتب، ١٩٩٣.
- ١٩- مصطفى ابراهيم وآخرون، المعجم الوسيط، القاهرة، مجمع اللغة العربية، ١٩٦١.
- ٢٠- مصطفى سويف، مقدمة لعلم النفس الاجتماعي، القاهرة، مكتبة الانجلو المصرية، ١٩٨٣.
- ٢١- نهى عاطف العبد: صناعة الأخبار التلفزيونية في عصر البث الفضائي، القاهرة، دار الفكر العربي، ٢٠٠٧.
- ٢٢- هيبه مام، التغطية الاعلامية للأخبار الدولية في اذاعة الجزائر الدولية، رسالة ماجستير، جامعة محمد بوضياف، الجزائر، ٢٠١٦.
- ٢٣- ياسين طه طاقة، الاتجاهات والحياة، المكتبة الوطنية، بغداد، ١٩٨٩.

Resources and References

- 1- Ismail Ibrahim, specialized journalist, Cairo: Dar Al-Fajr for Publishing and Distribution, 2001.
- 2- Hamid Jaed, Fundamentals of Systematic Research, Baghdad, Al-Hadharat Company for Printing and Publishing, 2004.
- 3- Hamida Sumaisem, Theory of Public Opinion, Introduction, House of Cultural Affairs, Baghdad, 1992.
- 4- Daham Ali Hussein Al-Obaidi, news sources for the public in Iraq, a master's thesis submitted to the University of Baghdad, College of Information, 2005.
- 5- Rabab Salah Al-Sayed Ibrahim, Press release and his arts, Menoufia University, Faculty of Specific Education, 2019.
- 6- Rebhi Mustafa Alyan. Othman Muhammad Ghoneim, Methods and Methods of Scientific Research: Theory and Application, Amman: Dar Safaa for Publishing and Distribution, 2000.
- 7- Robert Eyl. Hilliard, Writing for Television, Radio and New Media, translated by Moayyed Hassan Fawzy, Al-Ain, University Book House, 2003.
- 8- Saad Salman Al-Mashhadani, Media Research Methodology - A Researcher's Guide to Writing University Theses, United Arab Emirates and the Lebanese Republic, University Book House, 2020.
- 9- Samir Muhammad Hussein, Media Research, Cairo, World of Books, 2006.
- 10- Suhad Adnan Gloub Al-Mutairi, Advertising in Arab satellite channels and consumer trends for the Iraqi public, Master's thesis, University of Baghdad, College of Information, 2006.
- 11- Mr. Yassin: Informatics and the Civilization of Globalization, Cairo, Dar Al-Nahda Egypt for Printing, Publishing and Distribution, 2001.
- 12- Sabah Nahi Fajr Al-Khuzai, characteristics of the Iraqi public and its habits in exposure to the media, PhD thesis submitted to the University of Baghdad, College of Arts, Department of Information, 1999.
- 13- Salah Abdel Hamid, The Art of Press Editing, Cairo, Thebes Publishing Corporation, 2013.
- 14- Amer Ibrahim Al-Amro, Jordanian journalists' evaluation of the professionalism of news on Jordanian TV, Master's thesis, University of Petra, Amman, 2015.
- 15- Arsan Yousef Arsan Al-Zoba'i, TV Advertising - An Analytical Study of Advertisers and Public Attitudes towards TV Advertising in Iraq, PhD thesis, University of Baghdad, College of Mass Communication, 2008.
- 16- Farouk Abu Zaid, The Art of Press Editing, Jeddah, Al-Ilm Library, 1981.
- 17- Farouk Abu Zaid, The Art of Press Release, Cairo, Dar Al-Shorouk for Publishing and Distribution, 1998.
- 18- Mohamed Abdel Hamid, Study of the Audience in Media Research, Cairo, World of Books, 1993.
- 19- Mustafa Ibrahim and others, The intermediate dictionary, Cairo, Arabic Language Academy, 1961.
- 20- Mostafa Soueif, Introduction to Social Psychology, Cairo, Anglo-Egyptian Library, 1983.
- 21- Noha Atef Al-Abed: The TV news industry in the era of satellite broadcasting, Cairo, Arab Thought House, 2007.
- 22- Prestige Mam, Media coverage of international news in Radio Algeria International, Master's thesis, Mohamed Boudiaf University, Algeria, 2016.
- 23- Yassin Taha Taha, Trends and Life, National Library, Baghdad, 1989.