



البرامج العسكرية في الإذاعات الرقمية كمصدر للمعلومات لدى أفراد القوات المسلحة

شادن جمال صادق^(١)، شريف سعيد حميد^(٢)

(١) كلية الإعلام جامعة بغداد، بغداد، العراق

(٢) كلية الإعلام جامعة بغداد، بغداد، العراق

(*) الكاتب المسؤول: shadan.jamal2302m@comc.uobaghdad.edu.iq

الملخص

يتناول هذه البحث موضوعاً أصبح يُمارَس ويُبث بشكل متزايد عبر الإذاعات الرقمية، وهو اعتماد أفراد القوات المسلحة على البرامج العسكرية كمصدر مهم للمعلومات. تهدف الدراسة إلى استكشاف تأثير هذه البرامج على تشكيل إدراك الأفراد العسكريين، خاصة فيما يتعلق بالمعرفة العسكرية وحل بعض المشكلات الخاصة بالمقاتلين. كما تسعى إلى تحديد طبيعة المعلومات التي تقدمها هذه البرامج، ومدى تنوعها وموثوقيتها. تم ذلك من خلال استخدام نظرية (الاعتماد على وسائل الإعلام)، وعن طريق إجراء دراسة مسحية على جمهور مدينة بغداد وبعض المحافظات العراقية من أبناء القوات المسلحة من خلال عينة بلغت 500 مبحوث تم استبعاد 80 استمارة لعدم اكتمال اجاباتها، واصبحت العينة النهائية للبحث 420 استمارة، والنتائج التي توصل اليها البحث هي:

- ١- تصدر برنامج (مع المقاتل) الذي يبث على اذاعة وزارة الدفاع المرتبة الاولى من حيث الاكثر استماعاً من قبل المبحوثين.
 - ٢- يفضل المبحوثين والذين نسبتهم (83.3%) الاستماع الى البرامج من خلال البث الرقمي للإذاعات على مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك).
 - ٣- من أهم الأسباب التي تدفع المبحوثين الى متابعة البرامج العسكرية هي التعرف على أبرز القوانين التي تخص وظيفتهم وبلغت نسبتهم (22.9%).
 - ٤- ويعتمد أفراد العينة بصورة متوسطة على البرامج العسكرية في الإذاعات الخاصة بالقوات المسلحة للحصول على المعلومات.
 - ٥- يبدي المبحوثين ثقة عالية المستوى نحو المعلومات التي يحصلون عليها من الإذاعات الخاصة بالقوات المسلحة.
- الكلمات المفتاحية: القوات المسلحة، البرامج العسكرية، الإذاعات الرقمية، مصدر معلومات، المؤسسة العسكرية

تأريخ النشر: ١-١٢-٢٠٢٥

تأريخ القبول: ١٧-٦-٢٠٢٥

تأريخ الاستلام: ٢١-٤-٢٠٢٥

Military Programs on Digital Radio as a Source of Information for Armed Forces Personnel

Shadan Jamal Sadiq^{(1)*}, Sharif Saeed Hamid⁽²⁾

(1) University of Baghdad, Baghdad, Iraq

(2) University of Baghdad, Baghdad, Iraq

(*) Corresponding author: shadan.jamal2302m@comc.uobaghdad.edu.iq

Abstract

The current study addresses a topic that is increasingly practiced and broadcast through digital radio platforms: the reliance of armed forces personnel on military programmes as an important source of information. The study aims to explore the impact of these programmes on shaping the perceptions of military individuals, particularly in relation to military knowledge and the resolution of specific issues faced by combatants. It also seeks to identify the nature, diversity, and credibility of the information presented in these programmes.

The study was conducted using the Media Dependency Theory and through a survey targeting members of the armed forces in Baghdad and several Iraqi provinces. The initial sample included 500 respondents, of which 80 questionnaires were excluded due to incomplete responses, resulting in a final sample of 420 valid questionnaires for analysis.

Keywords: Armed Forces, Military Programs, Digital Radio, Information Source, Military Institution.

Received: 21-4-2025

Accepted: 17-6-2025

Published: 1-12-2025





المقدمة

في عالم تزداد فيه التحديات الامنية وتتسارع فيه التغيرات التكنولوجية ، تبرز أهمية البرامج العسكرية المتخصصة التي تركز على المقاتلين وتسلط الضوء على قضاياهم واحتياجاتهم اليومية . وقد لعبت الاذاعات الرقمية دورًا حيويًا في هذا السياق ، إذ أصبحت منصة فعالة لنقل اصوات المقاتلين ومناقشة مشكلاتهم ، سواء كانت مهنية او اجتماعية او نفسية ، في بيئة تفاعلية تضمن الخصوصية وسرعة التواصل . ومن خلال هذه المنصات يمكن تسليط الضوء على الجوانب الانسانية لرجال القوات المسلحة ، وتعزيز الدعم المعنوي لهم ، والاسهام في تحسين جودة حياتهم اثناء الخدمة وبعدها ، ومن المهم الاشارة الى أن فعالية هذه البرامج تعتمد بشكل كبير على تفاعل القيادة العسكرية مع نتائجها ، وقدرتها على تحويل القضايا المطروحة الى قرارات ملموسة تسهم في تحسين اوضاع المقاتلين ، كما ينبغي ان يكون تطوير هذه البرامج عملية مستمرة تتماشى مع المتغيرات الميدانية والتقنية ، مع مراعاة خصوصية الفئات المستهدفة ، سواء كانوا في الخدمة الفعلية او من المتقاعدين العسكريين او من اسر الشهداء والمصابين .

الاطار المنهجي

اولا: مشكلة البحث

في ظل التطور السريع لوسائل الإعلام الرقمية، أصبحت الإذاعات الرقمية تمثل مصدرا هاما للمعلومات، خصوصا في المجال العسكري. ومع ذلك، لا تزال هناك فجوة معرفية حول مدى اعتماد أفراد القوات المسلحة على هذه البرامج كمصدر موثوق للمعلومات العسكرية، مقارنة بالوسائل التقليدية أو المنصات الرقمية الأخرى. كما تثار تساؤلات حول مصداقية هذه الإذاعات، وتكرار استخدامها، ونوع المعلومات التي يسعى الأفراد للحصول عليها من خلالها. تبرز هذه الإشكالية الحاجة إلى دراسة مدى اعتماد أفراد القوات المسلحة على البرامج العسكرية المقدمة عبر الإذاعات الرقمية، وتحليل العوامل المؤثرة في هذا الاعتماد، ومدى فاعليتها في تلبية احتياجاتهم المعلوماتية.

تتركز مشكلة البحث من خلال الاجابة على التساؤل الرئيس (ما مدى اعتماد افراد القوات المسلحة على البرامج العسكرية في الاذاعات الرقمية كمصدر للمعلومات)؟ والذي تنطلق منه عدة تساؤلات فرعية وهي :

- ١- ما هي أكثر البرامج الإذاعية العسكرية متابعه من قبل افراد القوات المسلحة ؟
- ٢- ما الوسائل او المنصات الرقمية الاعلامية التي يفضلها افراد القوات المسلحة لمتابعة البرامج الإذاعية العسكرية ؟
- ٣- ما الأسباب التي تدفع افراد القوات المسلحة لمتابعة البرامج العسكرية في الاذاعات الرقمية ؟
- ٤- الى أي مدى يعتمد افراد القوات المسلحة على البرامج العسكرية في الاذاعات الرقمية كمصدر للمعلومات ؟
- ٥- ما مستوى الثقة والمصداقية الذي يمنحه افراد القوات المسلحة للمعلومات المقدمة من خلال البرامج العسكرية في الاذاعات الرقمية؟

ثانيا : اهداف البحث

- ١- تحديد اكثر البرامج الإذاعية العسكرية استماعًا بين افراد القوات المسلحة .
- ٢- دراسة الوسائل الأكثر تفضيلا لدى افراد القوات المسلحة في متابعة البرامج العسكرية سواء من خلال الاذاعات التقليدية أو وسائل التواصل الاجتماعي .
- ٣- الكشف عن الدوافع الرئيسة التي تدفع افراد القوات المسلحة لمتابعة البرامج الإذاعية العسكرية.
- ٤- قياس مدى اعتماد افراد القوات المسلحة على البرامج العسكرية في الاذاعات الخاصة بالقوات المسلحة كمصدر موثوق للمعلومات .
- ٥- قياس مستوى الثقة والمصداقية الذي يمنحه افراد القوات المسلحة للمعلومات المستمدة من البرامج العسكرية التي تبث عبر اذاعات القوات المسلحة .

ثالثا: منهج البحث

البحث يعد من البحوث الوصفية لذا تم استخدام (المنهج المسحي) كونه الانسب لموضوع البحث، إذ تم مسح العينة لسكان مدينة بغداد وعدد من المحافظات لقياس اعتماد افراد القوات المسلحة على البرامج العسكرية في الاذاعات الرقمية كمصدر للمعلومات.

رابعا : أهمية البحث

تظهر الاهمية العلمية لهذا البحث من خلال اسهامه في اثراء المكتبة العربية بدراسة متخصصة في الاعلام العسكري، إذ يقدم البحث إطارا نظريا يدعم الباحثين في هذا المجال. أما الأهمية العملية فتتمثل في قدرة المؤسسات الإعلامية والعسكرية على الاستفادة من النتائج لتحسين محتوى البرامج وزيادة فاعلية الرسالة الموجهة للجمهور العسكري.

خامسا : مجتمع البحث والعينة



تمثل مجتمع البحث بسكان مدينة بغداد وعدد من المحافظات من أبناء القوات المسلحة تحديداً (ضباط ومنتسبي وزارتي الداخلية والدفاع)، تم اختيار (العينة القصدية) للبحث كونها الأكثر ملائمة، تم توزيع استمارة البحث على المقاتلين من النساء والرجال بعدة رتب عسكرية وبلغ المجموع النهائي لعينة البحث (420) مبحوثاً .

سادساً: الصدق والثبات

أ- الصدق

يعد الصدق من الشروط الضرورية والرئيسية لبناء الاختبارات والمقياس، والصدق يدل على مدى قياس الفقرات للظاهرة المراد قياسها، علماً ان افضل طرق القياس هو (الصدق الظاهري) والذي يقصد به عرض فقرات المقياس على مجموعة من الخبراء للحكم على صلاحيتها، وقد تحقق صدق المقياس ظاهرياً عن طريق عرض الفقرات على مجموعة من المتخصصين في الاعلام للحكم على صلاحيتها في التطبيق وانها تقيس فعلاً ما تود الباحثة قياسه

اسماء الاساتذة المحكمين للاستمارة والمقياس (بحسب الالقاب العلمية والاختصاص الدقيق):

١. ا.د وسام فاضل راضي ، جامعة بغداد ، كلية الاعلام ، قسم الاذاعة والتلفزيون .
٢. ا.د. عمار طاهر محمد ، جامعة بغداد ، كلية الاعلام ، قسم الاذاعة والتلفزيون .
٣. ا.د بشري داود السنجري ، جامعة بغداد ، كلية الاعلام ، قسم الاذاعة والتلفزيون .
- ٤- ا.د حسين علي نور الموسوي ، جامعة بغداد ، كلية الاعلام ، قسم الاذاعة والتلفزيون .
- ٥- ا.د عادل عبد الرزاق الغريزي ، جامعة بغداد ، كلية الاعلام ، قسم الاذاعة والتلفزيون .
٦. ا.د طالب عبد المجيد علاوي ، جامعة بغداد ، كلية الاعلام ، قسم الاذاعة والتلفزيون .
٧. ا.د عبد السلام احمد السامر جامعة بغداد ، كلية الاعلام ، قسم الصحافة .
- ٨- ا.م.د حيدر احمد القطبي ، جامعة بغداد ، كلية الاعلام ، قسم الاذاعة والتلفزيون .
- ٩- ا.م.د سينهات محمد عز الدين ، جامعة بغداد ، كلية الاعلام ، قسم الاذاعة والتلفزيون .

جدول رقم (١) يبين الصدق الظاهري للمقياس وفقاً لآراء المحكمين

الاسئلة التي وافق عليها	الاسئلة التي طلب تعديلها او اضافتها	الدرجة التي حصلت عليها الاداة	اسماء المحكمين
98	0	100%	ا.د وسام فاضل راضي قسم الاذاعة والتلفزيون ، كلية الاعلام ، جامعة بغداد
94	4	95.91%	ا.د. عمار طاهر ، قسم الاذاعة والتلفزيون ، كلية الاعلام ، جامعة بغداد
94	4	95.91%	ا.د بشري داود السنجري ، قسم الاذاعة والتلفزيون ، كلية الاعلام ، جامعة بغداد
93	5	94.89%	ا.د حسين علي نور الموسوي ، قسم الاذاعة والتلفزيون ، كلية الاعلام ، جامعة بغداد
98	0	100%	ا.د عادل عبد الرزاق الغريزي ، قسم الاذاعة والتلفزيون ، كلية الاعلام ، جامعة بغداد
98	0	100%	ا.د طالب عبد المجيد علاوي ، قسم الاذاعة والتلفزيون ، كلية الاعلام ، جامعة بغداد
98	0	100%	ا.د عبد السلام احمد السامر ، قسم الصحافة ، كلية الاعلام ، جامعة بغداد
95	3	96.93%	ا.م.د حيدر احمد القطبي ، قسم الاذاعة والتلفزيون ، كلية الاعلام ، جامعة بغداد
98	0	100%	ا.م.د سينهات محمد عز الدين ، قسم الاذاعة والتلفزيون ، كلية الاعلام ، جامعة بغداد
نسبة اتفاق الخبراء			98.18%

ب- الثبات

مؤشرات قياس الثبات

يقصد بمفهوم ثبات درجات الاختبارات مدى خلوها من الأخطاء غير المنتظمة التي تشوب القياس (علام، ٢٠٠٠، صفحة

(١٣١)

وقد استعملت الباحثة طريقة الفا كرونباخ للاتساق الداخلي كوسيلة في التحقق من ثبات مقياس التأثيرات الناتجة عن اعتماد أفراد القوات المسلحة على البرامج العسكرية في الاذاعات الرقمية كمصدر للمعلومات



جدول (٢) يبين ثبات ألفا كرونباخ لمقياس التأثيرات الناتجة عن اعتماد أفراد القوات المسلحة على البرامج العسكرية في الإذاعات الرقمية كمصدر للمعلومات وبحسب مجالاته

معامل الثبات	المقياس	ت
0.83	التأثيرات المعرفية	1
0.74	التأثيرات الوجدانية	2
0.80	التأثيرات السلوكية	3

سابعاً : الدراسات السابقة

- ١- دراسة (الجراح، ٢٠٢٤) (البث الإذاعي على مواقع التواصل الاجتماعي ودوره في التعايش السلمي /إذاعة جمهورية العراق انموذجاً) بحث دبلوم عالي جامعة بغداد كلية الآداب قسم الاجتماع . يهدف البحث الى التعرف على دور إذاعة جمهورية العراق على صفحة الفيس بوك في التعايش السلمي، وذلك بحسب عينة ممثلة للبحث وبيان جمهور الإذاعة في الوعي، وكذلك نشر هذه الثقافة من خلال نشرات الاخبار والبرامج والمواد اليومية. وأجري البحث على عينة ممثلة للمجتمع الأصلي من متابعي إذاعة جمهورية العراق على مواقع التواصل الاجتماعي لصعوبة دراسة كل المجتمع وبلغت العينة النهائية (٢٨١) فرداً لتحقيق مبدأ العينة الممثلة للمجتمع الأصلي . واستخدم الباحث المنهج المسحي وفق نظرية العرس الثقافي. وخلص البحث الى مجموعة من النتائج منها:
 - ١- إن إذاعة جمهورية العراق تقدم معلومات موثوقة في سبيل نشر ثقافة التعايش السلمي بين الجمهور.
 - ٢- إن إذاعة جمهورية العراق تحد من التطرف وتدعم الروح السلمية بين الجمهور.
 - ٣- إن الإذاعة تشكل رأي عام بما يدور من قضايا في المجتمع.
- ٢- دراسة (ابراهيم، ٢٠٢١) (دور مواقع التواصل الاجتماعي في اعتماد الجمهور على برامج التلفزيون) رسالة ماجستير جامعة بغداد كلية الاعلام قسم الإذاعة والتلفزيون. هدف البحث الى دراسة الدور الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في اعتماد الجمهور على برامج التلفزيون وكيف تؤثر هذه المواقع على نسبة الاعتماد من الجمهور على البرامج التلفزيونية. واجري البحث على جمهور مدينة بغداد على عينة قوامها (٤٢٠) مبحوثاً، واعتمد الباحث العينة المتعددة المراحل (العنقودية) واستخدم (المنهج المسحي) في هذا البحث كونه يرمي الجمع البيانات من العديد من الافراد في مدة زمنية محددة وفي سياق زمني معين. في إطار نظرية (الاعتماد على وسائل الاعلام) وتوصل البحث الى مجموعة من النتائج اهمها:
 - ١- يفضل غالبية المبحوثين مشاهدة البرامج التلفزيونية في مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة بلغت (٦٦,٥%).
 - ٢- تصدر موقع فيس بوك المرتبة الاولى بين المواقع والتطبيقات الاجتماعية الاخرى في مشاهدة البرامج التلفزيونية بنسبة بلغت (٣٢,٨%).
- ٢- دراسة (الليمون، ٢٠١٤) (اتجاهات المواطن الاردني ازاء الاعلام الامني التابع لجهاز الامن العام (إذاعة امن اف ام) انموذجاً) رسالة ماجستير جامعة الشرق الاوسط كلية الاعلام . هدف البحث الى الكشف عن واقع الاعلام الامني المسموع من خلال دراسة إذاعة (امن اف ام) التي تتبع جهاز الامن العام الاردني من اجل التعرف على اتجاهات المواطنين الاردنيين ازاء هذا النوع من الاعلام المتخصص وايضاح مدى مواكبة الإذاعة لتطلعات المواطنين من خلال ما تقدمه من برامج و مواد امنية تعود بالفائدة على المجتمع. أجري البحث على جمهور العاصمة الاردنية عمان والمناطق التابعة لها من احياء وضواحي، على عينة قوامها (٤٢٥) اختيرت بطريقة العينة (العشوائية البسيطة) واستخدم الباحث المنهج (المسحي التحليلي) في إطار نظريتي (توقع القيمة ونظرية الاعتماد على وسائل الاتصال) وخلص البحث الى عدة نتائج منها:
 - ١- الاغاني الوطنية الاردنية حصلت على مرتبة متقدمة بالنسبة الى غيرها من المواد الاعلامية التي تبث عبر إذاعة (امن اف ام).
 - ٢- إن اوقات تقديم البرامج حصلت على مرتبة متدنية بالنسبة لغيرها من الاسئلة الفرعية، مما جعل حالة من التباين تظهر في اتجاهات المواطنين الأردنيين نحو البرامج والمواد المقدمة من قبل الإذاعة.

مصطلحات البحث :

- البرامج العسكرية Military Programs



هي نوع من المحتوى الاعلامي المتخصص الذي يتم انتاجه من قبل الجهات العسكرية أو بالتعاون معها ، وتستهدف هذه البرامج جمهورا محددًا ، سواء داخل المؤسسة العسكرية أو خارجها ، وتهدف الى التوعية والتثقيف ، بالإضافة الى تعزيز الوعي الامني والعسكري ، كما تسهم في دعم الروح المعنوية وتعزيز الانتماء الوطني . (الحسين، ٢٠١٨، صفحة ١٠)

- الاذاعات الرقمية Digital Radio

هي محطات اذاعية تعتمد على تقنيات البث الرقمي، مثل البث عبر الانترنت ،البث عبر الاقمار الصناعية ، او البث الرقمي الارضي ،تتيح هذه التقنيات نقل الصوت بجودة عالية ، كما تقدم محتوى تفاعلي ، وخدمات اضافية تشمل النصوص ، الصور ، والروابط الالكترونية للمستمعين. (Cárdenas-García, 2006, p. 12)

- المؤسسة العسكرية The military Establishment

هي مجموعة القوات المسلحة الدائمة وشبه الدائمة ، وهي أيضا القوى النظامية شبه العسكرية مثل المخابرات والشرطة وقوات الحدود والامن ، وتضم في تشكيلاتها دوائر عليا ووسطى ودنيا وامريات ومديريات ومراكز وجامعات عسكرية ،وكذلك ممكن ان تضم منشآت ومعامل ومصانع . ولكن مفهوم المؤسسة العسكرية من وجهة نظر عسكرية بحتة هي المؤسسة التي تشمل القوات المسلحة بفروعها واجهزتها وعدتها التابعة لوزارة الدفاع . (فليج، ٢٠٢٣، صفحة ٤٧١)

- الاعلام العسكري Military Media

الاعلام العسكري هو أحد الفروع المتخصصة للإعلام الشامل ويات يمثل ركيزة مهمة من ركائز البناء الامن الوطني للدولة والوسيلة الرئيسية لإيصال نشاط ودور القوات المسلحة الى الجماهير المستهدفة، وهو دور يقوم على اساس التفاعل مع التحديات والتهديدات الموجهة للامن الوطني من اجل تأكيد استراتيجية الدولة في مواجهة هذه التحديات وذلك من خلال الاسهام في مناقشة هذه القضايا وايجاد الحلول المناسبة لها. (الزويري، ٢٠٢٤، صفحة ١٣)

- مصادر المعلومات Sources Of Information

هي مصدر المعرفة والعلم التي يحصل عليها الدارس أو الباحث على المعلومات والبيانات التي ترضي اهتمامه وتلبي احتياجاته وهي ايضا الاساس الذي تقوم عليه كل الانشطة وخدمات المكتبات وغيرها من مؤسسات المعلومات على اختلاف فئاتها وأنواعها. (محمود واخرون، ٢٠٠١، صفحة ٩)

الاطار النظري:

يعتمد الجمهور على وسائل الاعلام لمساعدته في تحقيق اهدافه في الحصول على المعلومات واكتساب المعرفة في عدة موضوعات، ويزداد الاعتماد في اوقات عدم الاستقرار في المجتمع في كثير من القضايا والاحداث الجارية بغية تحقيق نوع من الفهم الواسع للمحيط والبيئة الخارجية، بالإضافة الى كشف الغموض والاسترشاد في كثير من الموضوعات من خلال ما تنقله الفنون الاعلامية للجمهور من معلومات بشأن احداث مهمة وحاسمة. (سعيد، ٢٠١٤، صفحة ١٦٠)

اولا: البرامج اذاعية

البرامج اذاعية هي تلك الاشكال المتعددة ذات المحتويات المختلفة التي تقوم الاذاعة بعرضها خلال وقت الارسال اذاعي على المستقبلين، على اختلاف اعمارهم وفهمهم واخبارهم والمستويات الثقافية والاجتماعية والميول السياسية والانتماءات العقائدية والدينية والعنصرية الخاصة بهم، بهدف جذب انتباههم والتأثير فيهم لتستطيع المحطات والقنوات زيادة عددهم وبالنتيجة جذب المعلنين لها. (الضبع، ٢٠١١، صفحة ٣٦)

ثانيا: مفهوم واهداف البرامج العسكرية والحربية بالوسائل المسموعة (الاذاعة)

البرامج العسكرية اذاعية هي المحتوى الصوتي الذي يبث عبر محطات اذاعية مخصصة، بهدف تعزيز الجوانب النفسية والتدريبية للقوات المسلحة، سواء في فترات النزاع او في اوقات السلم . (Military Dispatches، ٢٠٢٤)

تهدف هذه البرامج الى: (الحمداني، ٢٠١٠، الصفحات ٩٧-٩٨)

١- التعريف بدور القوات المسلحة في مختلف المجالات.

٢- تنمية الوعي الثقافي والعلم العسكري عند الجماهير بصورة عامة والشباب بصورة خاصة.

٣- ابراز ما تقدمه القوات المسلحة للشعب من خدمات وتسهيلات لتنمية المجتمع ولخدمة ابناء الشعب.

٤- توعية الشعب بأهم المسؤوليات الخاصة به تجاه القوات المسلحة.

٥- ابراز الانشطة البحثية والتدريبية والرياضية للقوات المسلحة.

ثالثا: التفاعلية اذاعية

التفاعلية اذاعية هي شكل من اشكال التفاعلية الاعلامية، إذ إن اغلب البرامج اذاعية تستخدم وينسب مختلفة التفاعلية المباشرة وغير المباشرة وخصوصا أن الاذاعة تعد وسيلة إعلامية جماهيرية ذات خصوصية كونها في محاولات مستمرة لتلبية رغبات المستمعين وطرح قضاياهم بشكل مباشر، والتفاعلية اذاعية تضمن نوعا من المشاركة في اختيار مضمون البث الخاص بالمحطات اذاعية، فضلا عن شعور المستمع بفورية الاذاعة والتلقائية في عملها. (رضا، ٢٠١٢، الصفحات ٨٨-٩٠-٩١)



وتتميز الوسائل الإعلامية الجديدة بالتفاعلية، مما يرفع من دور المتلقي إلى مستوى المشاركة الفعالة في العملية الإعلامية. وقد أسفرت الجهود المبذولة في تطوير تكنولوجيا الاتصال الحديثة عن تحقيق مستوى عالٍ من تفاعل المتلقي مع عناصر العملية الإعلامية وتأثيره فيها. نتيجة لهذا التطور، تغيرت طبيعة عملية الاتصال خلال العقد الأخير. فبعد أن كانت الوسائل الإعلامية تُجزئ الجمهور، أصبح الاتجاه الآن يركز على تخصيص المحتوى لتلبية احتياجات الأفراد المتلقين وفقاً لاهتماماتهم وتفضيلاتهم التي يحددها القائمون على الاتصال، مما يتطلب منهم تقديم محتوى متنوع. كما أتاح مفهوم التفاعلية للأفراد فرصة المشاركة في إنتاج المحتوى الإعلامي. حيث تستخدم المحطات الإذاعية المواقع الإلكترونية لتعزيز العلاقة مع المستمعين خارج نطاق الاستماع التقليدي. وتوفر التفاعلية أيضاً إمكانية التحكم في المعلومات، والحصول عليها، وإرسالها، وتبادلها عبر البريد الإلكتروني ووسائل أخرى. (طاهر، ٢٠٢٣، صفحة ٥٤).

رابعاً: التفاعلية في البرامج الإذاعية العسكرية العراقية

يبدو ان ما تحمله مواقع التواصل الاجتماعي من أهمية، والظروف التي يستفادون منها العاملين في المجال الاعلامي لإنتاج الفنون الاعلامية المتنوعة، وتوظيف هذه المواقع لصالح الإعلام وفنونه، ادركت القوات الامنية مدى اهمية موقع (فيس بوك) وغيره من مواقع التواصل على الشبكة العنكبوتية، وهذه الاستفادة باتت مبنية على تخطيط وقرارات مركزية ورؤى استراتيجية في مديرية العلاقات والاعلام في المؤسسات الامنية العراقية. (باوي، ٢٠٢٥، صفحة ١٠٦)، يؤدي التواصل الاجتماعي دوراً هاماً في استراتيجيات اتصال مراكز المعلومات والمعرفة، نظراً لوجود الوسائط الاجتماعية على نطاق كبير واسع، وتوفر التطبيقات الخاصة بالوسائط الاجتماعية لمؤسسات المعلومات مكاناً جديداً للمشاركة مع المجتمعات والمستفيدين، وعادة ما تركز مشاركة المؤسسة على توصيل المستفيدين والمستفيدين المتوقفين بخدمات المؤسسة، وتوفر منصات التواصل الاجتماعي لمؤسسات المعلومات شكلاً جديداً من أشكال التواصل الاجتماعي عن طريق تمكين "اشكال جديدة لمشاركة المستفيد عبر الانترنت والمشاركة والوصول والتفاعل" (حسين، ٢٠٢٣، الصفحات ٢٧٨-٢٧٩)

وتتركز التفاعلية في البرامج الإذاعية عامة والبرامج العسكرية خاصة على الاتصالات الهاتفية التي تتميز بالسرعة ولا تتقيد بزمان ولا مكان اذ تخصص البرامج ارقام هواتف قد تكون ارقام اعتيادية او ارقام مجانية او ارقام مختصرة وحتى ارقام يتصل بها المستمعون من خلال تطبيقات مجانية كال (واتس اب والفايبر) وبجانب الاتصالات الهاتفية التي تشكل النسبة الاكبر من التفاعلية، تستقبل البرامج مشاركات جمهورها من خلال الرسائل النصية والتعليقات في صفحات الاذاعات اثناء بث البرامج المرئي الرقمي على عدة منصات.

الاطار الميداني (العملي)

اعتمدت الباحثة على اداة الاستبانة لجمع البيانات من عينة البحث، وبما يتناسب مع اهداف البحث وطبيعته، اذ وزعت الباحثة (500) استمارة على عينة من ابناء القوات المسلحة العراقية في بغداد والمحافظات، وكان عدد المستجيبين للدراسة الميدانية بإستماعهم للإذاعات الخاصة بالقوات المسلحة (420)، اما الثمانون فقد كان لهم اسبابهم في عدم متابعة البرامج العسكرية بصورة خاصة واذاعات القوات المسلحة بصورة عامة.

١- نوع المبحوثين (الجنس)

جدول رقم (٣) يبين نوع المبحوثين الجنس

النسبة	العدد	الجنس
96.4%	405	ذكر
3.6%	15	أنثى
100%	420	المجموع

بلغ اجمالي المبحوثين المشاركين في هذه الدراسة وضمن العينة المختارة (420) مبحوثاً، توزعوا بحسب متغير النوع (405) من الذكور اذ بلغت نسبتهم

(96.4%) وهي تمثل الجزء الاكبر من حجم عينة الدراسة، في المقابل (15) مبحوثاً من الاناث بنسبة بلغت (3.6%) من اجمالي العينة المختارة للدراسة كما موضح في الجدول رقم (٣) اعلاه

٢- البرامج العسكرية المتابعة من قبل المقاتلين في اذاعات القوات المسلحة ودورها في تزويدهم بالمعلومات:

جدول رقم (٤) يبين أكثر البرامج متابعة في اذاعات القوات المسلحة من قبل المقاتلين

الدالة	قيمة كاي الجدولية	درجة الحرية	قيمة كاي المحسوبة	النسبة %	التكرار	البدائل
دال	7.81	3	55.37	33.8	142	مع المقاتل
				32.1	135	جميعها
				23.1	97	مع الابطال



			11	46	حماة الحدود
420					المجموع

لمعرفة البرامج العسكرية التي يستمع اليها المقاتلين في الاذاعات الخاصة بالقوات المسلحة، تم طرح السؤال (ماهي البرامج التي تتابعها في اذاعات القوات المسلحة) وترتب على ذلك النتائج التالية :

أ-مع المقاتل : حصل برنامج مع المقاتل على المرتبة الاولى اذ بلغ عدد المبحوثين الذين يتابعون البرنامج (142) مبحوثاً، بنسبة بلغت (33.8%) .

ب-جميعها : حصلت فئة جميعها أي جميع البرامج المذكورة في السؤال (مع المقاتل، مع الابطال، حماة الحدود) المرتبة الثانية إذ بلغ عدد المبحوثين الذين يتابعون جميع البرامج المدرجة اعلاه (135) مبحوثاً وبنسبة بلغت(32.1%) .

ت-مع الابطال: حصل برنامج مع الابطال على المرتبة الثالثة اذ بلغ عدد المبحوثين الذين يتابعون البرنامج (97) مبحوثاً بنسبة بلغت (23.1%) .

ث- حماة الحدود: حصل برنامج حماة الحدود على المرتبة الرابعة إذ بلغ عدد المبحوثين الذين يتابعون البرنامج (46) مبحوثاً بنسبة بلغت (11%) .

٣-منصات واليات استقبال اذاعات القوات المسلحة:

جدول رقم (٥) يبين آلية الاستماع لإذاعات القوات المسلحة

الدلالة	قيمة كاي الجدولية	درجة الحرية	قيمة كاي المحسوبة	النسبة %	التكرار	البدائل
دال	3.84	1	192.04	83.8	352	عبر مواقع التواصل الاجتماعي (الفيس بوك)
				16.2	68	عبر الراديو
420						المجموع

لمعرفة أهم الوسائل التي يستمع من خلالها المقاتلين الى البرامج العسكرية والاذاعات الخاصة بالقوات المسلحة طرح السؤال (في اي من الوسائل تسمع لإذاعات القوات المسلحة) ؟ ترتب على ذلك النتائج الآتية :

يتبين أن هناك فرق دال احصائياً في أي من الوسائل تسمع لإذاعات القوات المسلحة وذلك لان قيمة مربع كاي المحسوبة أعلى من الجدولية ولصالح عبر مواقع التواصل الاجتماعي (الفيس بوك).

٤-الدوافع الرئيسية وراء متابعة المقاتلين لإذاعات القوات المسلحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي والراديو مباشرة :

جدول رقم (٦) يبين الدوافع الرئيسية وراء متابعة المقاتلين لإذاعات القوات المسلحة

النسبة	العدد	البدائل
22.90%	183	التعرف على ابرز القوانين والتعليمات الصادرة التي تخص وظيفتي
15.14%	121	الفضول المعرفي والمعلوماتي
14.89%	191	كونها تهتم بالقضايا العسكرية التي تقع ضمن اولوياتي
9.14%	73	متابعة المعلومات من مصادرها الحقيقية
6.01%	48	تحديث معلوماتي السابقة (ديمومة المعلومات)
5.88%	47	حداثة المعلومات التي تطرحها البرامج
5.63%	45	متابعة طلبتي ومعاملتي التي تم ترويجها الى الادارة العامة
5.51%	44	اوقات بث البرامج مناسبة لي
5.01%	40	دوافع ورغبات تحمل رغبات خاصة
4.88%	39	استمرارية وديمومة الاخبار
2.75%	22	التعرف على اسباب عدم ترقيتي وترفيعي
2.25%	18	تعطيني فرصة للتداول والنقاش مع الزملاء بشأن موضوعات مشتركة
100%	799	المجموع

من خلال النتائج ظهر لنا :

أ- التعرف على ابرز القوانين والتعليمات الصادرة التي تخص وظيفتي : احتلت هذه الفئة المرتبة الاولى اذ بلغ عدد المبحوثين المشاركين في الدراسة والذين اختاروا هذه الفئة (183) مبحوثاً وبنسبة بلغت (22.9%) .



ب- الفضول المعرفي والمعلوماتي : احتلت هذه الفئة المرتبة الثانية اذ بلغ عدد المبحوثين المشاركين في الدراسة والذين اختاروا هذه الفئة (121) مبحوثاً ونسبة بلغت (15.14%).
ت- كونها تهتم بالقضايا العسكرية التي تقع ضمن اولوياتي : احتلت هذه الفئة المرتبة الثالثة اذ بلغ عدد المبحوثين المشاركين في الدراسة والذين اختاروا هذه الفئة (119) مبحوثاً ونسبة بلغت (14.89%).
وجاءت باقي الفئات حسب عدد تكراراتها ونسبها المئوية ومراتبها تباعاً، للمزيد ينظر الجدول رقم (٦)
٥- مدى الاعتماد على اذاعات القوات المسلحة كمصدر للمعلومات لدى المقاتلين :

جدول رقم (٧) يبين مدى اعتماد المقاتلين على اذاعات القوات المسلحة كمصدر للمعلومات

الدلالة	قيمة كاي الجدولية	درجة الحرية	قيمة كاي المحسوبة	النسبة %	التكرار	البدائل
دال	7.81	3	260	46.7	196	نعم بدرجة متوسطة
				42.4	178	نعم بدرجة كبيرة
				8.1	34	نعم بدرجة قليلة
				2.9	12	لا اعتمده مصدر مطلقاً
420						المجموع

من أجل معرفة درجة اعتماد المقاتلين على المعلومات التي يستقونها من البرامج التي تتضمن موضوعات عسكرية تهمهم ، تم طرح السؤال (ما درجة اعتمادك على المعلومات التي تستقيها من اذاعات القوات المسلحة) على وفق الخيارات : (نعم بدرجة كبيرة ، نعم بدرجة متوسطة ، نعم بدرجة قليلة ، لا اعتمده مصدر مطلقاً) ، وبناءً على ذلك جاءت النتائج وفق الاتي :
أ- نعم بدرجة متوسطة : احتلت هذه الفئة المرتبة الاولى وقد بلغ عدد المبحوثين (196) مبحوثاً بنسبة بلغت (46.7%).
ب- نعم بدرجة كبيرة : احتلت هذه الفئة المرتبة الثانية وقد بلغ عدد المبحوثين (178) مبحوثاً بنسبة بلغت (42.4%).
ت- نعم بدرجة قليلة : احتلت هذه الفئة المرتبة الثالثة وقد بلغ عدد المبحوثين (34) مبحوثاً ، بنسبة بلغت (8.1%).
ث- لا اعتمده مصدر مطلقاً : احتلت هذه الفئة المرتبة الرابعة وقد بلغ عدد المبحوثين (12) مبحوثاً بنسبة بلغت (2.9%).
٦- مستوى الثقة لدى المقاتلين في المعلومات المأخوذة من اذاعات القوات المسلحة :

جدول رقم (٨) يبين مستوى الثقة لدى المقاتلين في المعلومات المأخوذة من اذاعات القوات المسلحة

الدلالة	قيمة كاي الجدولية	درجة الح	قيمة كاي المحسوبة	النسبة %	التكرار	البدائل
دال	7.81	3	413.68	62.9	264	ثقة عالية المستوى
				31.4	132	ثقة متوسطة المستوى
				4.8	20	ثقة قليلة المستوى
				1	4	لا اثق بها مطلقاً
420						المجموع

لمعرفة درجة ثقة المقاتلين اتجاه المعلومات التي يستقونها من خلال اذاعات القوات المسلحة تم طرح السؤال (ما درجة الثقة التي تبديها نحو المعلومات التي تستقيها عبر اذاعات القوات المسلحة) و قد تم وضع عدة خيارات منها (ثقة عالية المستوى ، ثقة متوسطة المستوى، ثقة قليلة المستوى، لا اثق مطلقاً) وترتب على ذلك النتائج الآتية :
أ- ثقة عالية المستوى : جاءت هذه الفئة بالمرتبة الاولى إذ بلغ عدد المبحوثين الذين وقع اختيارهم لهذه الفئة (264) مبحوثاً ونسبتهم (62.9%).
ب- ثقة متوسطة المستوى : جاءت هذه الفئة بالمرتبة الثانية اذ بلغ عدد المبحوثين الذين وقع اختيارهم لهذه الفئة (132) مبحوثاً ونسبتهم (31.4%).
ت- ثقة قليلة المستوى : جاءت هذه الفئة بالمرتبة الثالثة اذ بلغ عدد المبحوثين الذين وقع اختيارهم لهذه الفئة (20) مبحوثاً ونسبتهم (4.8%).
ث- لا اثق بها مطلقاً: جاءت هذه الفئة بالمرتبة الرابعة اذ بلغ عدد المبحوثين الذين وقع اختيارهم لهذه الفئة (4) مبحوثاً ونسبتهم (1%).
٧- التعرف على أبرز نوعية المعلومات التي يبحث عنها المقاتلين في اذاعات القوات المسلحة وتثير اهتمامهم:



لتحقيق هذا الهدف تم اعتماد مؤشر الأهمية النسبية لإجابات افراد عينة البحث على كل فقرة من فقرات محور نوعية المعلومات التي تبحت عنها في اذاعات القوات المسلحة وتثير اهتمامك بعد التطبيق على عينة البحث البالغة (420) من أفراد القوات المسلحة ، والجدول (٩) يوضح ذلك :

جدول رقم (٩) يبين ابرز المعلومات التي يبحث عنها المقاتلين في اذاعات القوات المسلحة

لا تهمني اطلاقاً		تهمني قليلاً		تهمني كثيراً		الفقرة
%	التكرار	%	التكرار	%	تكرار	
1	4	18.6	78	80.5	338	حقائق ومعلومات عن بعض الاحداث والقضايا العسكرية
2.9	12	18.6	78	78.6	330	حلول ومعالجات عن مشكلات المقاتلين
3.6	15	16.9	71	79.5	334	بعض التوصيات التي تخص قائد القوات المسلحة ووزير الدفاع ووزير الداخلية والقيادة العامة
4.5	19	28.1	118	67.4	283	تعليقات وتصورات المسؤولين العسكريين في وزارة الدفاع ووزارة الداخلية عن القضايا العسكرية
11.4	48	24.5	103	64	269	اراء ومواقف افراد القوات المسلحة التي تقع ضمن اولوياتهم
12.1	51	37.4	157	50.5	212	بعض القراءات والتحليلات المهمة من متخصصين بالجانب العسكري
11	46	46.2	194	42.9	180	معلومات ارشيفية ووثائقية تاريخية تخص القوات المسلحة
17.1	72	49	206	33.8	142	بعض الاحصاءات والبيانات والارقام والنسب عن بعض الموضوعات العسكرية
22.1	93	47.6	200	30.2	127	بعض نتائج الدراسات والبحوث العسكرية

من الجدول أعلاه يتبين أن الفقرات (حقائق ومعلومات عن بعض الاحداث والقضايا العسكرية ، حلول ومعالجات عن مشكلات المقاتلين، بعض التوصيات التي تخص قائد القوات المسلحة ووزير الدفاع ووزير الداخلية والقيادة العامة) جاءت بالمراتب الثلاث الاولى بحسب أعلى الاوزان المنوية .

أ- تباينت اجابات المبحوثين حول فقرة (حقائق ومعلومات عن بعض الاحداث والقضايا العسكرية) حيث جاءت تهمني كثيراً بتكرار(338) وبنسبة (80.5%) بينما تهمني قليلاً كانت بتكرار(78) وبنسبة (18.6%) فيما جاءت لا تهمني اطلاقاً بتكرار (4) وبنسبة (1%) ويدل ذلك على ان افراد العينة تهتم بشكل كبير بالحقائق والمعلومات عن بعض الاحداث والقضايا العسكرية .

ب - تنوعت الاجابات حول الفقرة (حلول ومعالجات عن مشكلات المقاتلين) حيث جاءت تهمني كثيراً بتكرار(330) وبنسبة (78.6%) فيما جاءت تهمني قليلاً بتكرار (78) وبنسبة (18.6%) اما فئة لا تهمني اطلاقاً حصلت على (12) تكرار وبنسبة (2.9%) ويدل ذلك على ان افراد العينة تبدي اهتمام بالمعلومات التي تخص الحلول والمعالجات عن مشكلات المقاتلين.

ت - اختلفت اجابات المبحوثين حول فقرة (بعض التوصيات التي تخص قائد القوات المسلحة ووزير الدفاع ووزير الداخلية والقيادة العامة) جاءت تهمني كثيراً بتكرار (334) وبنسبة (79.5%) وتهمني قليلاً حصلت على تكرارات (71) وبنسبة (16.9%) اما فئة لا تهمني اطلاقاً حصلت على (15) تكرار وبنسبة (3.6%) ويشير ذلك الى ان افراد العينة يهتمون بالتوصيات التي تخص القيادة العامة ووزراء الوزارات الامنية .

وجاءت بقية الفئات تباعاً بحسب عدد التكرارات والنسب المنوية والمرتبة ، للمزيد ينظر جدول رقم (٩)

٨- محور انواع الموضوعات التي تخص المقاتلين التي تنقل معلوماتها اذاعات القوات المسلحة عبر برامجها التي تمثل حاجاتهم ورغباتهم ومشكلاتهم التي تابعها المقاتلين :

جدول رقم (١٠) يبين انواع المعلومات التي تقدمها اذاعات القوات المسلحة لتلبية حاجات المقاتلين



لم اتابعها اطلاقاً		تابعتها قليلا		تابعتها كثيرا		الفقرة
%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	
4	17	15.7	66	80.2	337	طلبات تتضمن اليات توزيع الاراضي
3.8	16	20.7	87	75.5	317	الامور التي تتعلق بالمخصصات المالية
5	21	17.9	75	77.1	324	طلبات تسهيل اجراءات الحصول على القروض
5.2	22	27.6	116	67.1	282	الامور الادارية
6	25	26	109	68.1	286	الدورات الخاصة بمنسوبي الاجهزة الامنية
7.1	30	29.8	125	63.1	265	مقابلة اصحاب القرار
6.7	28	36	151	57.4	241	الترقبات العسكرية
8.6	36	34.8	146	56.7	238	طلبات تعديل الرتب العسكرية
14	59	32.4	136	53.6	225	طلبات صرف الرواتب المتأخرة
14.5	61	39.5	166	46.	193	الامور الطبية
14	59	42.4	178	43.6	183	طلبات تغيير الصنف العسكري
17.4	73	40.2	169	42.4	178	اطفاء السلف الخاصة بجرى القوات المسلحة
17.4	73	39.8	167	42.9	180	استثناءات ذوي الشهداء من بعض الشروط
19	80	39.3	165	41.7	175	طلبات النقل لذوي الشهداء
27.4	115	25.2	106	47.4	199	مكرمة قدم سنتين
18.6	78	48.3	203	33.1	139	مشكلة التعيينات المتوقفة
21.9	92	46.4	195	31.7	133	تحديث المعلومات الاحصائية
22.1	93	46.2	194	31.7	133	معاملات الجرحى واصحاب العجز
23.8	100	46.2	194	30	126	طلبات واحتياجات المرضى
33.6	141	30.5	128	36	151	التقاعد وخدمة التمديد
40.2	169	35.5	149	24.3	102	طلبات عودة الضباط التاركين
44.5	187	34.3	144	21.2	89	مشكلات طلاب الكلية العسكرية

من الجدول أعلاه يتبين أن الفقرات (طلبات تتضمن اليات توزيع الاراضي ، الامور التي تتعلق بالمخصصات المالية ، طلبات تسهيل اجراءات الحصول على القروض ، الامور الادارية ، الدورات الخاصة بمنسوبي الاجهزة الامنية) جاءت بالمراتب الخمسة الاولى.

أ- تنوعت اجابات المبحوثين حول فقرة (طلبات تتضمن اليات توزيع الاراضي) وحصلت فئة تابعتها كثيرا على تكرار (337) وبنسبة (80.2%) وفئة تابعتها قليلا على (66) تكرار بنسبة (15.7%) وفئة لم اتابعها اطلاقا بتكرار (17) ونسبة (4%) ، وتشير هذه النتائج الى ان المبحوثين يتابعون بدرجة كبيرة الموضوعات التي تخص طلبات تتضمن آليات توزيع الاراضي لمنسوبي الوزارات الامنية .

ب - تباينت اجابات العينة بخصوص الفقرة (الامور التي تتعلق بالمخصصات المالية) اذ ان فئة تابعتها كثيرا حصلت على (317) تكرار ونسبة (75.5%) وفئة تابعتها قليلا بتكرار بلغ (87) ونسبة (20.7%) وفئة لم اتابعها اطلاقا بتكرار (16) ونسبة (3.6%) ، من خلال النتائج تظهر ان فقرة الامور المالية من الموضوعات كثيرة المتابعة من قبل عينة البحث.

ت - جاءت اجابات العينة بخصوص الفقرة (طلبات تسهيل اجراءات الحصول على القروض) اذ حصلت فئة تابعتها كثيرا على (324) تكرار وبنسبة (77.1%) وفئة تابعتها قليلا بتكرار (75) وبنسبة (17.9%) واخيرا فئة لم اتابعها اطلاقاً بتكرار بلغ (21) ونسبة (5%) ويظهر لنا ان من اكثر الموضوعات متابعة من قبل العينة هي ما يخص تسهيل اجراءات الحصول على القروض.



ث- كانت اجابات المبحوثين فيما يخص فقرة (الامور الادارية) وجاءت فئة تابعتها كثيرا بتكرار (282) وبنسبة (67.1%)، تابعتها قليلاً بتكرار (116) وبنسبة (27.6%) ، لم اتابعها اطلاقاً بتكرار (22) و بنسبة (5.2%) الامور الادارية التي تعرض في البرامج العسكرية والاذاعات الخاصة بالقوات المسلحة تحظى بمتابعة كبيرة من قبل عينة البحث .
ج- فيما يخص فقرة (الدورات الخاصة بمنسوبي الاجهزة الامنية) كانت اجابات المبحوثين فئة تابعتها كثيرا بتكرار (286) وبنسبة (68.1%) وفئة تابعتها قليلاً بتكرار (109) وبنسبة (26%) ولم اتابعها اطلاقاً بتكرار (25) وبنسبة (6%) يظهر ان المعلومات الخاصة بدورات منتسبي الاجهزة الامنية لها متابعة كبيرة من قبل المبحوثين .
وفيما يخص بقية الفئات فقد جاءت حسب عدد تكراراتها ونسبها المئوية ومراتبها ، ينظر جدول (١٠) للمزيد .
٩- استكشاف الابعاد المعرفية المرتبطة باعتماد افراد القوات المسلحة على الاذاعات الرقمية ذات الطابع العسكري في الاذاعات الرقمية من قبل افراد القوات المسلحة :

لتحقيق هذا الهدف تم اعتماد مؤشر الاهمية النسبية لإجابات افراد عينة البحث على كل فقرة من فقرات مقياس المحددات المعرفية الناتجة عن اعتماد أفراد القوات المسلحة على البرامج العسكرية في الاذاعات الرقمية كمصدر للمعلومات بعد التطبيق على عينة البحث البالغة (420) من أفراد القوات المسلحة ، والجدول (١١) يوضح ذلك :

جدول رقم (١١) يبين المحددات المعرفية لإعتماد العسكريين على البرامج العسكرية في الاذاعات الرقمية

لا اتفق		محايد/غير متأكد		اتفق		الفقرة
%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	
1.9	8	20.7	87	77.4	325	بعض مايطرح من تعليمات تخص المهنة العسكرية جعلتني اكثر حفاظاً على القيم العسكرية
1.2	5	22.6	95	76.2	320	اسهمت اذاعات القوات المسلحة من كشف الغموض لمعلومات تخص شؤون المقاتلين بشكل كبير
2.4	10	24.8	104	72.9	306	تقدم البرامج نصائح وارشادات وتوجيهات ببعض القضايا العسكرية من خبراء ومتخصصين بالجوانب المهنية والقانونية والادارية
4	17	21.4	90	74.5	313	جعلتني البرامج اكثر فهما للقوانين العسكرية وتعليماتها وبياناتها
5.2	22	35.5	149	59.3	249	كلما زادت المعلومات التي تخص قضية او موقف محدد كلما جعلتني عارفاً بتفاصيلها الكاملة
5	21	36.2	152	58.8	247	زادت البرامج و ما تطرحه معرفتي واعتقاداتي بشأن بعض الموضوعات العسكرية
6.4	27	36.9	155	56.7	238	جعلتني الاذاعات اكثر فهماً للقضايا التي تطرحها بشأن المقاتلين واحتياجاتهم ومتطلباتهم العسكرية



5.5	23	43.8	184	50.7	213	تقدم الإذاعات تفاصيل جيدة عن بعض الاشكاليات لم يستطع احد من الزملاء ان يفهمني احكامها وتعليماتها
12.6	53	30.2	127	57.1	240	اهتم بما طرح من قضايا وموضوعات ومعلومات ومن ثم ارتب اولوياتي العسكرية
14.8	62	43.3	182	41.9	176	بعض القضايا المطروحة من البرامج جعلتني اغير بعض موافقي وتوجهاتي السابقة
12.6	53	48.1	202	39.3	165	بعض المشكلات التي تطرحها البرامج جعلتني اشكل اتجاهات جديدة نحوها او تعديل او تغيير او توضيح اتجاهات سابقة

من الجدول أعلاه يتبين أن الفقرات (بعض ما يطرح من تعليمات تخص المهنة العسكرية جعلتني أكثر حفاظاً على القيم العسكرية ، أسهمت إذاعات القوات المسلحة من كشف الغموض لمعلومات تخص شؤون المقاتلين بشكل كبير ، تقدم البرامج نصائح وإرشادات وتوجيهات ببعض القضايا العسكرية من خبراء ومتخصصين بالجوانب المهنية والقانونية والإدارية) جاءت بالمراتب الثلاث الأولى أ- كانت إجابات العينة حول فقرة (بعض ما يطرح من تعليمات تخص المهنة العسكرية جعلتني أكثر حفاظاً على القيم العسكرية)، فئة **أتفق** (325) تكرر وبنسبة (77.4%) ، **محايد غير متأكد** بتكرار (87) وبنسبة (20.7%) ، **لا أتفق** بتكرار (8) وبنسبة (1.9%) تشير النتائج الى ان غالبية افراد العينة يرون ان التعليمات التي تعرض في الاذاعات الرقمية تساعدهم بشكل كبير على التمسك بالقيم العسكرية .

ب- فيما جاءت إجابات العينة حول فقرة (أسهمت إذاعات القوات المسلحة من كشف الغموض لمعلومات تخص شؤون المقاتلين بشكل كبير). فئة **أتفق** (23) تكرر وبنسبة (26.2%) ، **محايد غير متأكد** بتكرار (95) وبنسبة (22.6%) ، **لا أتفق** (5) تكرارات وبنسبة (1.2%) ، تؤكد النتائج أن الإذاعات الرقمية تلعب دوراً مهماً في توضيح الأمور الغامضة المتعلقة بشؤون المقاتلين، وهو ما يدل على فعالية هذه الوسائل الإعلامية في تقديم المعلومات بشكل واضح ومفهوم لأفراد القوات المسلحة.

ت- أما فيما يخص فقرة (تقدم البرامج نصائح وإرشادات وتوجيهات ببعض القضايا العسكرية من خبراء ومتخصصين بالجوانب المهنية والقانونية والإدارية)، فكانت إجابات العينة بفئة **أتفق** (306) تكرر وبنسبة (72.9%) **محايد غير متأكد** (104) تكرار وبنسبة (24.8%) وفئة **لا أتفق** (10) تكرارات وبنسبة (2.4%) توضح النتائج أن أفراد العينة يرون أن الإذاعات الرقمية العسكرية لا تكفي بنقل الأخبار، بل تُقدّم محتوى إرشادياً متخصصاً يدعمه خبراء في المجالات العسكرية والإدارية والقانونية، مما يعزز الفائدة المهنية للمستمعين.

جاءت باقي الفئات بحسب عدد تكراراتها ونسبها المئوية ومراتبها تبعاً، للمزيد ينظر جدول رقم (١١) .

النتائج:

- أظهر نتائج البحث أن برنامج (مع المقاتل) الذي يُبث عبر إذاعة وزارة الدفاع العراقية يتصدر قائمة البرامج الأكثر استماعاً بين أفراد القوات المسلحة، مما يبرز أهمية المحتوى الذي يقدمه وقدرته على تلبية اهتمامات الجمهور العسكري.
- وأشارت النتائج إلى أن (83.3%) من أفراد العينة يفضلون متابعة البرامج العسكرية عبر الإذاعات الرقمية، حيث يُعتبر تطبيق "فيس بوك" من أبرز المنصات التي تُستخدم للوصول إلى هذه البرامج، مما يدل على تحول في سلوكيات الاستخدام نحو الإعلام الرقمي بدلاً من الوسائل التقليدية.
- كما أشار (22.90%) من المستجيبين إلى أن الدافع الرئيسي لمتابعة البرامج العسكرية هو الرغبة في التعرف على أبرز القوانين والتعليمات التي تخص وظيفتهم.



٤- أظهرت النتائج أن الاعتماد على الإذاعات العسكرية كمصدر للمعلومات يُصنف ضمن المستوى المتوسط، مما يدل على وجود فرصة لتعزيز دور هذه الإذاعات في تلبية احتياجات المعلومات لأفراد القوات المسلحة. يمكن تحقيق ذلك من خلال تحسين المحتوى، وتوسيع قنوات الوصول، وزيادة التفاعل مع الجمهور المستهدف.

٥- وأظهر معظم المبحوثين ثقة عالية بالمعلومات المقدمة عبر الإذاعات العسكرية، مما يعكس مستوى المصداقية والثقة التي تتمتع بها البرامج المنتجة من قبل جهات رسمية في المؤسسة العسكرية.

الاستنتاجات:

- ١- يُظهر ارتفاع مستوى التفاعل مع برنامج (مع المقاتل) أن أفراد القوات المسلحة يفضلون البرامج التي ترتبط ارتباطاً وثيقاً بالواقع العسكري، مما يبرز أهمية تقديم محتوى يعكس اهتماماتهم وتطلعاتهم المهنية والوطنية.
- ٢- زيادة الاعتماد على الوسائط الرقمية لمتابعة البرامج العسكرية، يعكس تحولاً في سلوك الفئات العسكرية نحو استخدام التكنولوجيا الحديثة، ويفتح المجال أمام المؤسسات المعنية لتوسيع وجودها الإعلامي الرقمي.
- ٣- الدافع الرئيسي لأفراد القوات المسلحة لمتابعة البرامج العسكرية هو الحصول على معلومات تتعلق بالمؤسسة العسكرية وتطوراتها، مما يدل على وعيهم بأهمية الإعلام في تعزيز الانتماء المهني.
- ٤- يُلاحظ أن الاعتماد على الإذاعات العسكرية كمصدر للمعلومات يُعتبر متوسطاً، مما يشير إلى وجود إمكانيات غير مستغلة بالكامل، ويؤكد على ضرورة تحسين آليات الإقناع والتواصل الإعلامي لتعزيز ثقة الأفراد وارتباطهم بهذه الوسائل الإعلامية.
- ٥- الإذاعات العسكرية تتمتع بمستوى عالٍ من الثقة لدى المستمعين، مما يوفر أساساً قوياً يمكن الاستفادة منه لتعزيز الأثر المعلوماتي والتنقيفي للإعلام العسكري في المستقبل.

التوصيات:

- ١- من الضروري دعم وتطوير البرامج الإذاعية العسكرية، بهدف تحقيق تنوع في المحتوى وتعزيز قدرتها على تلبية اهتمامات واحتياجات أفراد القوات المسلحة بمختلف رتبهم ومناصبهم العسكرية.
- ٢- تعزيز البث الرقمي للبرامج الإذاعية وتوفيرها على منصات التواصل الاجتماعي لتلبية تفضيلات المستمعين.
- ٣- تقديم محتوى عسكري معرفي وتنقيفي يساهم في زيادة وعي الأفراد بطبيعة عمل المؤسسة العسكرية وتطوراتها.
- ٤- رفع مستوى جاذبية البرامج العسكرية من خلال تنويع المواضيع واستخدام أساليب عرض تفاعلية أكثر.
- ٥- الحفاظ على مستوى عالٍ من الثقة من خلال ضمان دقة المحتوى ومصداقيته، ومواكبته لاحتياجات العسكريين.

Funding

This research received no specific grant from any funding agency in the public, commercial, or not-for-profit sectors

Conflict of Interest

The authors declare that there is no conflict of interest regarding the publication of this paper

Acknowledgments

The authors would like to extend their heartfelt thanks to institution, for the moral support provided during the course of this research. The encouragement and guidance provided by the institution have helped tremendously in completing this research.

References

المصادر :

- Cárdenas-García José M. (2006). Digital broadcasting: Policy and practice in the Americas. Edward UK & USA ,Elgar Publishing
- Military Dispatches. (2024). The role of radio broadcasts in wartime /communications. Military Dispatches. <https://militarydispatches.com/radio-broadcasts-in-wartime>.
- إبراهيم، مصطفى عامر. (٢٠٢١). دور مواقع التواصل الاجتماعي في اعتماد الجمهور على برامج التلفزيون (رسالة ماجستير). جامعة بغداد، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون.





الجراح، محمود عصام محمود. (٢٠٢٤). البث الإذاعي على مواقع التواصل الاجتماعي ودوره في التعايش السلمي: إذاعة جمهورية العراق أنموذجاً (رسالة دبلوم عالي معادل للماجستير). جامعة بغداد، كلية الآداب، قسم الاجتماع.
الحسين، علي بن عبدالله. (٢٠١٨). دور الإعلام العسكري في تعزيز الانتماء الوطني لدى أفراد القوات المسلحة السعودية (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، كلية العلوم الاجتماعية.
الحمداني، حازم. (٢٠١٠). الإعلام الحربي والعسكري. عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.
الزويري، خلود محمد أحمد. (٢٠٢٤). الإعلام العسكري وتعزيز قيم الانتماء الوطني. عمان، الأردن: دار الخليج للنشر والتوزيع.
الضبع، رفعت عارف. (٢٠١١). الإذاعة النوعية وإنتاج البرامج الإذاعية. القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.
الليمون، عبدالله. (٢٠١٤). اتجاهات المواطن الأردني إزاء الإعلام الأمني التابع لجهاز الأمن العام: إذاعة أمن إف إم أنموذجاً (رسالة ماجستير). جامعة الشرق الأوسط، كلية الإعلام.
باوي، محمود علي، وبيرق حسين جمعة. (٢٠٢٥). تفاعلية الموضوعات الأمنية في صفحات التواصل الاجتماعي. مجلة الباحث الإعلامي، مجلد (١٧) العدد (٦٧).
رضا، علي حسين. (٢٠٢٣، آذار). ما الذي ينشط مستخدمي الإنترنت على التفاعل مع مصادر المعلومات والمعرفة العامة من خلال مواقع التواصل الاجتماعي. مجلة آداب المستنصرية، مجلد (٤٧) العدد (١٠١).
سعيد، عمار طاهر، وشريف سعيد. (٢٠١٤). اعتماد جمهور مدينة بغداد على نشرات الأخبار بالقنوات الفضائية كمصدر للمعلومات. مجلة الباحث الإعلامي، العدد (٢٦).
طاهر، حوراء علي عبد الستار، وعمار طاهر. (٢٠٢٣). التفاعلية في الموقع الإلكتروني لإذاعة مونت كارلو الدولية إزاء موضوعات العراق. مجلة الباحث الإعلامي، مجلد (١٥) العدد (٦١).
علام، صلاح الدين محمود. (٢٠٠٠). القياس والتقويم التربوي والنفسي: أساسياته وتطبيقاته وتوجهاته المعاصرة. القاهرة: دار الفكر العربي.
فليح، علي موفق. (٢٠٢٣). الصورة الذهنية للمؤسسة العسكرية العراقية لدى الجمهور العراقي. مجلة آداب المستنصرية، مجلد (٤٧) العدد (١٠٣).
محمود وآخرون، أسامة السيد محمود، وآخرون. (٢٠٠١). مصادر المعلومات المرجعية المتخصصة. القاهرة: المكتبة الأكاديمية