



اعتماد الجمهور العراقي على الصحف وعلاقته بمستوى معارفه العامة

رواء هادي صالح *

جامعة بغداد/ كلية الإعلام

المستخلص:

يدرس هذا البحث إشكالية مدى اعتماد الجمهور العراقي اليوم، على الصحافة المقروءة بعدها إحدى وسائل الإعلام التقليدية، في تشكيل معلوماته ومعارفه العامة. وهو دراسة وصفية اعتمدت على منهج المسح الوصفي الذي يصور الظروف أو الاتجاهات الحالية للظاهرة قيد الدراسة، ومحاولة تفسيرها. وقد استعملت الاستبانة أداة رئيسة للبحث تم تصميمها وتوزيعها على عينة قصدية مكونة من (١٥٠) مبحوثاً من الذكور والإناث من قارئ الصحف.

ومن أبرز النتائج التي توصل إليها البحث، إن الصحافة الورقية، لم تعد ملبية ومشبعة لحاجات جمهور وسائل الإعلام، وهو ما أشره عدم اعتماد الجمهور العراقي على الصحافة الورقية في زيادة وعيه وتنمية معارفه العامة، واتخاذ بدائل اتصالية أخرى يعتمد عليها لأشباع حاجاته المعرفية والوجدانية والسلوكية؛ وإن نسبة كبيرة من المبحوثين بلغت (٦١%)، لا تعتمد على الصحف في الحصول على معلوماتها ومعارفها، وإن ما يزيد على نصف عدد المبحوثين كانوا يقرأون بصورة غير منتظمة ولمدة أقل من ساعة في المرة الواحدة؛ وقد كانت الموضوعات والأخبار السياسية هي أكثر الموضوعات جذباً لاهتمام المبحوثين تلتها الموضوعات الرياضية، ثم تدرجت باقي الموضوعات في أهميتها.

مقدمة:

بات الاعتماد على وسائل الإعلام والاتصال في المجتمعات الحديثة، مسألة أساسية لتكوين المعارف العامة لأفراد الجمهور، ذلك أنها تؤدي دورا مهما في تشكيل رؤاهم السياسية والثقافية والمعرفية، وهي بذلك تسهم في تكوين اتجاهاتهم ومواقفهم وآرائهم إزاء القضايا المختلفة، غير أن درجة تأثير هذه الوسائل تختلف أيضا تبعاً لاختلاف طبيعة هذه الوسائل من جهة، ومن جهة أخرى، تبعاً لاختلاف أفراد الجمهور نفسه، وحاجاته ومصالحه وأهدافه التي يسعى لتحقيقها عن طريق تعرضه للرسائل والوسائل الإعلامية، لاسيما وأن الإنترنت عمل على تغيير خارطة الحاجات لأفراد الجمهور بعدة الوسيلة الاتصالية الأكثر انتشاراً وتأثيراً لعوامل مختلفة، تتعلق بالاتاحة والتفاعلية التي هي إحدى أهم خصائص الوسائط المتعددة، وعوامل أخرى ليست بصدد البحث الآن، غير أن الواقع الاتصالي يؤشر إلى تراجع التعرض لبعض الوسائل الإعلامية لصالح الإنترنت، وهو في الواقع كان السبب لبحث اشكالية مدى اعتماد الجمهور اليوم على الصحافة المقروءة بعدها إحدى وسائل الإعلام التقليدية، في تشكيل معارفه العامة.

مشكلة البحث:

تكمن مشكلة البحث في التساؤل الرئيس الآتي: إلى أي مدى تشكل الصحف وسيلة يعتمد عليها الجمهور العراقي في تكوين معارفه العامة؟ ويقصد بالمعارف العامة مجمل المعلومات السياسية والثقافية والفنية والاقتصادية والعلمية وغيرها من المعلومات المختلفة التي يتلقاها الفرد عن طريق التعرض إلى وسائل الإعلام، فتعمل على تشكيل ثقافته العامة. ويتفرع عن التساؤل الرئيس طائفة من التساؤلات الفرعية، وكالاتي:

- ١- ما أهم الصحف التي يفضلها المبحوثون؟
- ٢- ما مدى انتظام المبحوثين في قراءة الصحف؟
- ٣- ما معدل الوقت الذي يقضيه المبحوثون في القراءة في المرة الواحدة؟
- ٤- ما مدى اعتماد المبحوثين على الصحف في الحصول على المعلومات؟
- ٥- ما الأماكن التي يفضلها المبحوثون لمطالعة صحفهم؟
- ٦- ما الموضوعات المفضلة لدى المبحوثين؟
- ٧- ما الطريقة التي يفضلها المبحوثون في قراءة المضامين الصحافية؟
- ٨- ما دوافع المبحوثين لقراءة الصحف؟
- ٩- ما أبرز السمات التي تسم الصحف المفضلة لدى المبحوثين؟
- ١٠- ما الفائدة التي حققها المبحوثون من قراءة الصحف؟

أهمية البحث:

تتحدد أهمية البحث في معرفة المكانة الحالية لوضع الصحافة المقروءة (الورقية)، بعدها وسيلة إعلام تقليدية، عن طريق معرفة مدى اعتماد الجمهور عليها في الحصول على المعلومات، وزيادة حجم معارفه العامة، وتحقيق أهدافه، وتلبية حاجاته المعرفية والترويحية المختلفة.

أهداف البحث:

- تتحدد أهداف البحث بالإجابة عن تساؤله الرئيس، وهو معرفة إلى أي مدى يعتمد الجمهور العراقي على الصحافة الورقية في تكوين معارفه العامة؟ ويتحقق ذلك عن طريق:
- ١- معرفة أهم الصحف التي يفضلها المبحوثون، وسماتها.
 - ٢- مدى الانتظام في القراءة، وطريقة القراءة للمضامين الصحافية.
 - ٣- الموضوعات المفضلة لدى المبحوثين.

٤- الأماكن التي يفضلونها حين المطالعة.
٥- معرفة دوافع المبحوثين للقراءة، والجدوى المتحققة من ذلك.

نوع البحث ومنهجه:

يعد هذا البحث من البحوث الوصفية التي تستعمل منهج المسح الوصفي الذي يحاول أن يصور أو يوثق الظروف أو الاتجاهات الحالية، وتفسير ما هو موجود في هذه اللحظة، واكتشاف الوضع الحالي في المجال قيد الدراسة^(١).

اختيار عينة البحث:

إن اختيار عينة البحث يتم على أساس تقدير الدرجة التي يعد فيها أفراد العينة ممثلين للمجتمع الذي تم انتقاؤهم منه، ولا تعني كلمة ممثلة أن العينة مطابقة تماما لمجتمع الدراسة، وإنما تعني أن العينة يتم اختيارها بطريقة تجعلها مشابهة لمجتمع الدراسة فيما يتعلق بالمتغيرات قيد الدراسة^(٢). وعينة هذا البحث من نوع العينات غير الاحتمالية، وهي التي يعمد فيها الباحث إلى اختيار العينة بطريقة غير عشوائية بناء على معايير يحددها مسبقا لتفي بالغرض المراد تحقيقه من الدراسة^(٣). وعينة هذا البحث هي عينة قصدية (عمدية) وهي التي تتضمن أفرادا تم اختيارهم على أساس توافر خصائص أو صفات محددة، ولا تتعامل مع أولئك الذين لا تنطبق عليهم تلك المعايير^(٤). وتمثلت عينة هذا البحث بجمهور بغداد الذي يقرأ الصحف، وتم اختيار ١٥٠ فردا ما بين ذكر وأنثى بمستويات عمرية وعلمية مختلفة، ممن يقرأون الصحف.

أدوات البحث:

تعد الإستبانة واحدة من وسائل البحث العلمي المستعملة على نطاق واسع وشائع، لغرض الحصول على المعلومات والبيانات ذات العلاقة باتجاهات الأفراد وميولهم ومعتقداتهم ودوافعهم المختلفة^(٥). وقد قامت الباحثة بتصميم إستبانة جرى تحكيمها من قبل ثلاثة محكمين^(٦)، موجهة إلى الجمهور المقصود، وهو جمهور مدينة بغداد من الذين يقرأون الصحف فقط.

مجالات البحث:

تم تحديد المدة الزمنية من ٢٠١٥/١٠/١م ولغاية ٢٠١٦/٣/٣١م مجالا زمنيا للبحث، وهي المدة التي استغرقتها إعداد الاستبانة وتوزيعها على العينة الأولية المكونة من (٣٠) فردا من أصل العينة نفسها، ومن ثم إعداد الاستبانة بشكلها النهائي وتوزيعها على أفراد العينة، وجمعها وتفريغ بياناتها وتفسيرها. وتم تحديد المجال المكاني للبحث بجمهور مدينة بغداد من الذين يقرأون الصحف ويطالعونها سواء بشكل منتظم أو غير منتظم.

إجراءات الصدق والثبات:

الصدق: يعد الصدق من الشروط الضرورية واللازمة لبناء الاختبارات والمقاييس. وأكثر الطرق شيوعا في بحوث الإعلام هو طريقة الصدق الظاهري، ويعبر عن اتفاق المحكمين على أن أداة القياس صالحة فعلا لتحقيق الهدف الذي أعدت من أجله^(٧). وقد تم عرض الاستبانة على ثلاثة محكمين، وكانت نسبة اتفاقهم على فقراتها (٩٠%) مع الأخذ بالحسبان ملاحظاتهم العلمية بشأن فقرات الاستبانة وتعديلها.

الثبات: ويعني الاتساق الذي تقيس به فقرات الاختبار أو أداة القياس السمة أو الشيء الذي أعد الاختبار لقياسه^(٨). والاختبار الثابت هو الذي يعطي النتائج نفسها أو نتائج متقاربة، إذا طبق غير مرة في ظروف متماثلة^(٩). وقد تم التحقق من الاتساق في فقرات الاستبانة عن طريق أسلوب إعادة الاختبار، إذ تم تطبيق الاستبانة على (٢٠%) من العينة المقصودة بواقع (٣٠) فردا، ومن ثم إعادة الاختبار نفسه بعد مضي شهر واحد من الاختبار الأول

لتحديد مدى صلاح فقرات الاستبانة لتحقيق أغراض البحث، ولتقدير قيمة الثبات تمت الاستعانة بمعامل ارتباط بيرسون، والذي كانت نسبته (٠,٨٨) وتعد درجة ثبات مقبولة علمياً.

الدراسات السابقة:

اطلعت الباحثة على طائفة من الدراسات السابقة، التي عادة ما تثيري فكر الباحث وتنضج أفكاره إزاء موضوع بحثه، وهذه الدراسات وإن اتخذت نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام محورا رئيسا لها، إلا أنها اختلفت في الاتجاهات التي تناولتها، وفي طبيعة ظروفها ومراحلها الزمنية، لذلك كانت النتائج تتباين في كل مرة بحسب طبيعة الموضوع المدروس^(١٠).

مفهوم الاعتماد على وسائل الإعلام:

ظهر مفهوم الاعتماد على وسائل الإعلام في سبعينيات القرن الماضي من الباحثين ميلفين دي فليبر وساندرا بول روكيتش، وهما صاحبا كتاب (نظريات وسائل الإعلام) ومؤسسا نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، عندما قاما بملء الفراغ الذي خلفه نموذج الاستخدامات والاشباع، والذي أهمل بشكل واضح تأثير وسائل الإعلام وركز على المتلقي وأسباب استعماله وسائل الإعلام، فقد أخذ الباحثان بمنهج النظام الاجتماعي الواسع لتحليل تأثير وسائل الإعلام، فقدموا اقتراحاً لعلاقة اندماج بين الجمهور، ووسائل الإعلام، والنظام الاجتماعي، وكانت هذه البداية الأولى لتأسيس نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام^(١١).

إذ قدم ميلفن دي فليبر وساندرا بول روكيتش، الحدود الأولى لنموذج الاعتماد في إطار التأثيرات التي تحدثها وسائل الإعلام، فقد تم توظيف مفهوم الاعتماد على وسائل الإعلام بعده متغيراً مستقلاً وأصبح جزءاً من الإطار النظري لكثير من المشكلات البحثية، ويقترح النموذج أن تأثير الرسالة الإعلامية في فهم الجمهور وإدراكه لها سوف يكون دالاً على درجة الاعتماد على مصادر وسائل الإعلام مصدر للمعلومات، فضلاً عن دراسة تأثيرات الرسالة الإعلامية في المعتقدات والسلوك، ومن ثم فإن المتغير الرئيس في عملية فهم، متى وكيف ولماذا تؤثر وسائل الإعلام في معتقدات الجمهور أو مشاعره أو سلوكه، هو بالتأكيد درجة اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام مصادر لمعلوماته في حياته اليومية^(١٢).

و يقصد أيضاً بالاعتماد على وسائل الإعلام أنه، درجة الاعتماد على وسيلة معينة مصدراً عن الأحداث والقضايا المثارة، ولا يرتبط الاعتماد على وسيلة باستعمالها، فقد يقضي الفرد مدة طويلة في استعمال وسيلة معينة في حين يعتمد على وسيلة أخرى مصدراً للمعلومات فالاستعمال يعنى معدل المتابعة أما الاعتماد فيعني درجة أهمية هذه الوسيلة للفرد مصدراً لمعلوماته واختياره وتفضيله^(١٣).

ويرى دي فليبر، إن العلاقة التي تربط الجمهور بوسائل الإعلام هي علاقة وثيقة ومتينة، فالجمهور ليس بمقدوره الاستغناء عن وسائل الإعلام لأنه يكاد يعتمد عليها اعتماداً شبه كلي في مجريات حياته السياسية والاقتصادية والاجتماعية فضلاً عن شؤون حياته اليومية الأخرى، بالرغم من وجود تنظيمات اجتماعية أخرى قد يلجأ إليها الأفراد من أجل تيسير شؤونهم الحياتية (كالأسرة، الأصدقاء، بعض الاتحادات والمؤسسات التي ينتمون إليها،... الخ)، ولكن يبقى اعتماد أفراد الجمهور على مؤسسات الإعلام أقوى بكثير^(١٤).

فالأفراد يعتمدون على وسائل الإعلام لأنها مصدر من مصادر تحقيق أهدافهم، إذ إن الفرد يسعى للحصول على المعلومات لاتخاذ قراراته بشأن القضايا المختلفة، و أنه

يحتاج أيضاً إلى التسلية والترفيه بعدد هدفه آخر في الوقت نفسه، إلا أن الأفراد لا يستطيعون ضبط أو تحديد الرسائل الإعلامية التي تبثها وسائل الإعلام، لأنها وحدها من تحدد ما يبث أو لا يبث بناء على العلاقة الدائرية بين وسائل الإعلام والأفراد المتلقين والنظم الاجتماعية التي توجد فيها^(١٥)، إذ إن العلاقة بين المنظومة الإعلامية ومنظومة القيم الاجتماعية والأخلاقية علاقة متداخلة، لأن وسائل الإعلام هي الوسائل الناقلة لأنماط التفكير والمعرفة والقيم والإفهام، ومن ثم فهي تسهم في خلق جانب كبير من الثقافة الاجتماعية، وفي الوقت الذي تؤثر فيه وسائل الإعلام في النظام الاجتماعي، فإنها تتأثر به في أثناء عملها الوظيفي، فهذا النظام الاجتماعي الذي تعمل في إطاره وسائل الإعلام يعد من القوى الأساسية التي تؤثر في القائمين بالاتصال^(١٦).

وتفترض نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، أنه كلما كان الفرد معتمداً على استخدام وسائل الإعلام في تلبية الاحتياجات تزداد أهمية الدور الذي تؤديه وسائل الإعلام في حياة الفرد، ولذا فإن تأثير وسائل الإعلام يتزايد على الفرد بناء على هذا الاعتماد، وأن هناك علاقة بين حجم الاعتماد الكلي ودرجة تأثير وسائل الإعلام^(١٧).

إن نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام تصوّر عملية نفسية ادراكية تزيد احتمالات أن يتأثر المرء بمحتويات معينة لوسائل الإعلام، مثل برنامج أو قصة أو نوع من البرامج أو القصص، وهذه العملية تبدأ بتفحص الفرد وسائل الإعلام بدقة، ليقرر ما يرغب في الاستماع إليه أو مشاهدته أو قراءته، أو بشخص يتصل بشكل عرضي بمحتويات وسائل الإعلام^(١٨). إذ يُعرض الأفراد الذين يتسمون بالنشاط، أنفسهم إلى محتويات وسائل الإعلام التي يتوقعون أنها سوف تساعدهم على تحقيق هدف أو أكثر من الفهم أو التوجيه أو التسلية، وتقوم توقعاتهم إما على أساس تجربتهم السابقة أو محادثاتهم مع رفاق شخصيين كالأصدقاء والزملاء، أو اشارات يحصلون عليها من مصادر وسائل الإعلام كالإعلانات وغيرها. ويقابل المراقبون العرضيون محتويات وسائل الإعلام مصادفة دون توقعات مشكلة مسبقاً (كالدخول إلى أحد المحال وبه جهاز تلفاز مفتوح) وقد يجد بعضهم عن طريق التعرض أن علاقة اعتماد قد تحركت، تحفزهم على الاستمرار في التعرض، وبعضهم قد ينهي التعرض حينما يسمح الموقف بذلك^(١٩).

ونظراً لوجود اختلاف في مستويات الأفراد من حيث أهدافهم ومصالحهم ورغباتهم فأنهم يختلفون أيضاً في درجة الاعتماد على وسائل الإعلام، ومن ثم يشكل هؤلاء الأفراد نظاماً خاصة لوسائل الإعلام ترتبط بطبيعة الأهداف والحاجات الفردية لكل منهم، وكذلك بطبيعة الاعتماد نفسه ودرجته على كل وسيلة من الوسائل في علاقتها بهذه الأهداف، ونتيجة اشتراك الأفراد في بعض الأهداف ودرجة الاعتماد على الوسائل التي تحقق هذه الأهداف، أسهم ذلك في ظهور نظم مشتركة لوسائل الإعلام بين الفئات والجماعات، فمثلاً الأفراد الذين يهتمون بالأخبار المحلية يجتمعون في فئة لها نظامها الإعلامي الخاص، ويتحقق هذا الاهتمام عن طريق قراءة الصحف المحلية أو مشاهدة نشرات الأخبار المحلية، في حين هناك فئات أخرى تبحث عن التسلية والترفيه والاسترخاء ويتحقق ذلك عن طريق مشاهدة برامج أو أفلام معينة، ولذلك يرجع تقسيم هذه الفئات إلى وجود نظم متفاوتة لوسائل الإعلام فيما يتعلق بالأفراد وتعتمد بالدرجة الأساس على طبيعة أهدافهم، ودرجة الاهتمام بها، وطبيعة الاعتماد على الوسائل، ودرجة تحقيق هذه الأهداف^(٢٠).

وتتوقف شدة اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام بناءً على فروق في الأهداف الشخصية، والوضع الشخصي والاجتماعي للفرد، وتوقعات الفرد فيما يتعلق بالفائدة المحتملة من محتوى المادة الإعلامية، فضلاً عن سهولة الوصول إلى المعلومات. وعادة

فإن أهداف الأفراد كثيرا ما تعكس متغيرات في بيئاتهم، فعندما تكون هذه البيئات حافلة بالغموض أو التهديد مثلا، يزداد اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام نظرا للحاجة إلى المعلومات، إذ إن الوصول إلى المعلومات غالبا ما يكون ضروريا لحل الغموض أو تقليل التهديد الحقيقي أو المحتمل^(٢١).

الأهداف التي يحققها الاعتماد على وسائل الإعلام:

عادة ما يختلف الأفراد في دوافعهم للتعرض إلى وسائل الإعلام باختلاف أهدافهم ومصالحهم، فبعضهم يتعرض بدافع التسلية، وآخر بدافع الهروب من المشكلات والضغط اليومية، وبعضهم بدافع الحصول على المعلومات، ومن ثم فإن اختلاف الدوافع والحاجات من شخص إلى آخر، هو ما يفسر عملية انتقاء مضمون معين من مواد الإعلام، ووسائل معينة يتعرض لها الفرد وفقاً للاختلافات الفردية في الدوافع والأهداف والمصالح والحاجات^(٢٢). لذلك فإنه كلما كانت المعلومات التي تقدم عبر وسائل الإعلام ذات أهمية للجمهور، يزداد اعتمادهم على هذه الوسائل، وإن درجة الاعتماد هذه تختلف أيضا تبعا لاختلاف الأهداف والمصالح والحاجات الفردية والمتغيرات الديموغرافية لأفراد الجمهور، فضلا عن ذلك فإنه كلما زاد الاعتماد على وسائل الإعلام، تزداد من ثم التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية، لتلك الوسائل على أفراد الجمهور^(٢٣). وعادة ما يقيم الأفراد علاقات اعتماد مع وسائل الإعلام لتحقيق طائفة من الأهداف، وكالاتي^(٢٤):

- ١- الفهم: مثل معرفة الذات عن طريق التعلم والحصول على الخبرات، والفهم الاجتماعي عن طريق معرفة أشياء عن العالم أو الجماعة المحلية وتفسير علاقاتها.
- ٢- التوجيه: وينطوي على توجيه العمل واتخاذ القرارات، مثل أن تقرر ماذا تشتري؟ وكيف ترتدي ثيابك؟ وتوجيه تفاعلي مثل الحصول على دلالات عن كيفية التعامل مع مواقف جديدة أو صعبة.
- ٣- التسلية: وتشتمل على التسلية المنعزلة مثل الراحة والاسترخاء، والتسلية الاجتماعية كالذهاب في نزهة مع الأصدقاء، أو مشاهدة التلفزيون مع الأسرة.
٤. التعلم: ويمكن إضافة التعلم هدفاً آخر للاعتماد على وسائل الإعلام، يتعلق بزيادة وتنمية خبرة الفرد في الحياة عن طريق تعلم مهارات جديدة تساعده في إدارة شؤونه الحياتية المختلفة^(٢٥).

كذلك فإن الاعتماد على وسائل الإعلام، ينتج عنه طائفة من التأثيرات أهمها^(٢٦):

- ١- التأثيرات المعرفية: مثل إزالة الغموض الناتج عن نقص المعلومات الكافية لفهم حدث ما، وذلك عن طريق تقديم معلومات كافية وتفسيرات للحدث، وأيضا التأثير في إدراك الجمهور لأهمية بعض القضايا، فضلا عن التأثيرات الخاصة بالقيم والمعتقدات.
 - ٢- التأثيرات الوجدانية: والتي تخص المشاعر والأحاسيس، مثل زيادة المخاوف والتوتر والحساسية للعنف، وأيضا التأثيرات المعنوية مثل الاغتراب عن المجتمع.
 - ٣- التأثيرات السلوكية: والمتمثلة في الحركة أو الفعل، الذي يظهر في سلوك علني، وهذه التأثيرات ناتجة عن التأثيرات المعرفية والتأثيرات الوجدانية، ومرتبة عليها.
- ويعد تشكيل اتجاهات الجمهور نحو قضايا معينة هو أحد نتائج الاعتماد على وسائل الإعلام والتي هي إحدى أشكال التأثيرات المعرفية، إذ تمدنا وسائل الإعلام بتدفق لا نهائي عن الأحداث والموضوعات والأشخاص مما يعمل على تكوين اتجاهات الجمهور نحو تلك الأشياء عن طريق العمليات الانتقائية التي يقوم بها الأفراد^(٢٧).

عرض نتائج الدراسة التطبيقية وتفسيرها:

البيانات الخاصة بالمبحوثين (*):

١- الجنس: بلغت نسبة الذكور في عينة البحث المكونة من (١٥٠) مفردة من الذكور والإناث، (٧٢%) بواقع (١٠٨) ذكراً، وبلغت نسبة الإناث (٢٨%) بواقع (٤٢) أنثى. أنظر جدول (١).

جدول (١) أفراد العينة موزعون وفقاً للجنس

الجنس	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	١٠٨	٧٢
انثى	٤٢	٢٨
المجموع	١٥٠	%١٠٠

٢- التحصيل العلمي: جاءت نسبة المبحوثين الحاصلين على شهادة البكالوريوس فأعلى (٥٨%) بواقع (٨٧) تكرر، تلتها فئة الحاصلين على شهادة المعهد أو الدبلوم والتي بلغت نسبتها (٢٧%) بواقع (٤٠) تكرر، وبلغت نسبة المبحوثين من ذوي التحصيل الثانوي (١٥%) بواقع (٢٣) تكرر. أنظر جدول (٢).

جدول (٢) أفراد العينة موزعون وفقاً للتحصيل العلمي

التحصيل العلمي	التكرار	النسبة المئوية
بكالوريوس فأعلى	٨٧	٥٨
معهد أو دبلوم	٤٠	٢٧
ثانوي	٢٣	١٥
المجموع	١٥٠	%١٠٠

٣- الصحف الأكثر إنقراية من المبحوثين: يوضح الجدول رقم (٣) أهم الصحف المقروءة مرتبة بعشرة مراتب، وهذه الصحف هي سياسية عامة، تبحث في الموضوعات والأخبار السياسية فضلاً عن موضوعات عامة أخرى كالموضوعات الثقافية والاقتصادية والرياضية والعلمية والترفيهية.

وقد حازت جريدة الصباح على النسبة الأكبر من معدل المتابعة من أفراد العينة إذ حصلت على (٢١,٢%)، وتلتها صحف الزمان (١٥,٨%) والمشرق (١٤,٧%) والصباح الجديد (١٣,٨%) والمدى (١١,٢%) بنسب متقاربة فيما بينها من حيث المتابعة؛ وجاءت باقي الصحف بنسب أقل من المتابعة، وإن بعضاً منها كجريدة المستقبل العراقي والنهار والشرق الأوسط جنن بالمرتبة نفسها بفارق عشري فيما بينها وكما هو موضح في الجدول (٣).

جدول (٣) يبين الصحف الأكثر إنقراية من المبحوثين

المرتبة	%	التكرار	الصحيفة
١	٢١,٢	٩٨	الصباح
٢	١٥,٨	٧٣	الزمان
٣	١٤,٧	٦٨	المشرق
٤	١٣,٨	٦٤	الصباح الجديد
٥	١١,٢	٥٢	المدى
٦	٥,٨	٢٧	بغداد الاخبارية
٧	٤,٣	٢٠	البينة الجديدة
٨	٣,٩	١٨	طريق الشعب

المستقبل العراقي	١٣	٢,٨	٩
النهار	١١	٢,٤	٩
الشرق الاوسط	١٠	٢,٢	٩
الجورنال	٩	١,٩	١٠
المجموع	٤٦٣	%١٠٠	

٤- **انتظام القراءة من المبحوثين:** ويوضح الجدول رقم (٤) مدى انتظام القراءة بالنسبة للمبحوثين، إذ تبين إن ما يزيد على نصف عدد المبحوثين من الذكور والإناث يقرأون بصورة غير منتظمة، وكانت نسبتهم (٥٤%) ب(٨٢) تكراراً، وظهر إن (٤٣) من الذكور فقط كانوا يقرأون يومياً، وإن (١٧%) من المبحوثين كانوا يقرأون من مرة إلى ثلاث مرات في الأسبوع.

جدول (٤) يبين مدى انتظام المبحوثين في قراءة الصحف

المرتبّة	%	مجموع التكرارات	الإناث	الذكور	الجنس البديل
١	٥٤	٨٢	٣٤	٤٨	بصورة غير منتظمة
٢	٢٩	٤٣	٠	٤٣	يوميًا
٣	١٧	٢٥	٨	١٧	٣-١ أيام في الأسبوع
	%١٠٠	١٥٠	٤٢	١٠٨	المجموع

٥- **مدة قراءة المبحوثين الصحف في المرة الواحدة:** ويلاحظ من الجدول رقم (٥) إن نسبة كبيرة قدرها (٧٦%) من المبحوثين وبواقع (١١٤) من الذكور والإناث، كانوا يقرأون لأقل من ساعة في المرة الواحدة، في حين أن (٢٢) فرداً فقط من الذكور كانوا يقرأون ساعتين في المرة الواحدة، ولم يتعد من يقرأ أكثر من ذلك نسبة (٩%) (ذكوراً فقط) من مجمل عدد المبحوثين.

جدول (٥) يبين مدة القراءة في المرة الواحدة من المبحوثين

المرتبّة	%	مجموع التكرارات	الإناث	الذكور	الجنس البديل
١	٧٦	١١٤	٤٢	٧٢	أقل من ساعة
٢	١٥	٢٢	٠	٢٢	ساعتان
٣	٩	١٤	٠	١٤	أكثر من ذلك
	%١٠٠	١٥٠	٤٢	١٠٨	المجموع

٦- **مدى اعتماد المبحوثين على الصحف في الحصول على المعلومات:** ويشير جدول (٦) إلى درجة اعتماد المبحوثين على الصحف في الحصول على معلوماتهم، وتبين إن نسبة كبيرة منهم لا تعتمد على الصحف في الحصول على معلوماتها، بلغت (٦١%) من إجمالي العينة، ويلاحظ أن مجمل الإناث المشاركات في العينة وبلغ تكرارهن (٤٢) أنثى، كن لا يعتمدن على الصحف في الحصول على المعلومات إلا بنسبة قليلة، في حين بلغت نسبة من يعتمدون على الصحف بشكل كبير في الحصول على المعلومات (٥%) فقط، مما يشير إلى تراجع كبير في درجة الاعتماد على الصحافة الورقية في الحصول على المعلومات. وجاءت نسبة متوسطة بلغت (٣٤%) من المبحوثين كانوا يعتمدون على الصحف في الحصول على معلوماتهم.

جدول (٦) يبين مدى الاعتماد على الصحف في الحصول على المعلومات

المرتبة	%	مجموع التكرارات	الإناث	الذكور	الجنس البديل
١	٦١	٩٢	٤٢	٥٠	قليلة
٢	٣٤	٥١	٠	٥١	متوسطة
٣	٥	٧	٠	٧	كبيرة
	%١٠٠	١٥٠	٤٢	١٠٨	المجموع

٧- الأماكن التي يفضلها المبحوثون لمطالعة صحفهم: ويبين جدول (٧) أهم الأماكن التي يفضلها المبحوثون لمطالعة صحفهم فيها، وتبين أن مكان العمل هو المكان المفضل لدى (٤٦%) أي ما يقارب نصف عدد المبحوثين، في حين كان (٣٤%) آخرون يفضلون البيت لمطالعة صحفهم، تفوقت فيها نسبة الإناث على الذكور بوجه عام بتفضيل البيت على الأماكن الأخرى للمطالعة. ويفضل (١٥%) من الذكور حصرا المطالعة في المقهى، في حين أن (٥%) فقط يطالعون صحفهم في وسائل المواصلات.

جدول (٧) يبين الأماكن المفضلة للمبحوثين لمطالعة صحفهم

المرتبة	%	مجموع التكرارات	الإناث	الذكور	الجنس البديل
١	٤٦	٦٩	٨	٦١	مكان العمل
٢	٣٤	٥١	٣٤	١٧	البيت
٣	١٥	٢٢	٠	٢٢	المقهى
٤	٥	٨	٠	٨	وسائل المواصلات
	%١٠٠	١٥٠	٤٢	١٠٨	المجموع

٨- الموضوعات المفضلة لدى المبحوثين (*): ويبين جدول (٨) إن الأخبار والموضوعات السياسية، من أهم الموضوعات التي يفضلها أفراد العينة، وجاءت بنسبة (٢٢,٩%) وبواقع (١٠٩) تكرارا، تلتها الموضوعات الرياضية في الأهمية وكانت بنسبة (١٩,٣%) وب(٩٢) تكرارا، وتقاسمت الموضوعات المنوعة والترفيهية، والموضوعات الاجتماعية المرتبة الثالثة من الاهتمام بلغت (١٦,٣%)، تلتها موضوعات الثقافة والأدب بنسبة أقل (١٢,٨%)، وتلتها بنسب أقل من المتابعة والاهتمام الموضوعات العلمية (٦,٥%) والإقتصادية (٥,٩%).

جدول (٨) يبين الموضوعات المفضلة لدى المبحوثين

المرتبة	%	مجموع التكرارات	الإناث	الذكور	الجنس البديل
١	٢٢,٩	١٠٩	١٦	٩٣	الأخبار والموضوعات السياسية
٢	١٩,٣	٩٢	٠	٩٢	الموضوعات الرياضية
٣	١٦,٣	٧٨	٣٨	٤٠	الموضوعات المنوعة والترفيهية
٣	١٦,٣	٧٨	٣٩	٣٩	الموضوعات الاجتماعية
٤	١٢,٨	٦١	١٨	٤٣	موضوعات الثقافة والأدب
٥	٦,٥	٣١	١٣	١٨	الموضوعات العلمية
٦	٥,٩	٢٨	٠	٢٨	الموضوعات الاقتصادية
	%١٠٠	٤٧٧	١٢٤	٣٥٣	المجموع

٩- طريقة قراءة المبحوثين مضامين الصحف: ويوضح جدول (٩) الطريقة التي يطالع فيها المبحوثون صحفهم، إذ يقرأ نصف المبحوثين (٥٠,٧%) غالبيتهم من الذكور تفاصيل النص جميعها، و(٣٥,٣%) يعملون على قراءة أجزاء من النص، في حين يكتفي (٨%) بمطالعة عناوين الموضوعات، و(٦%) آخرون يكتفون بمطالعة مقدمات الموضوعات فقط.

جدول (٩) يبين طريقة قراءة أفراد العينة مضامين الصحف

المرتبة	%	مجموع التكرارات	الإناث	الذكور	الجنس البديل
١	٥٠,٧	٧٦	٩	٦٧	قراءة تفاصيل النص جميعها
٢	٣٥,٣	٥٣	١٨	٣٥	قراءة أجزاء من النص
٣	٨	١٢	٩	٣	الاكتفاء بعناوين الموضوعات
٤	٦	٩	٦	٣	الاكتفاء بالمقدمة فقط
	%١٠٠	١٥٠	٤٢	١٠٨	المجموع

١٠- أسباب قراءة المبحوثين الصحف: ويوضح جدول (١٠) الأسباب التي تدعو المبحوثين الى مطالعة الصحف، إذ أشار (٣٢%) منهم إلى أنهم يطالعون الصحف لغرض زيادة معارفهم ومعلوماتهم العامة بشأن القضايا والموضوعات المختلفة، في حين أشار (٢٨%) آخرون إلى أن قراءتهم غير عابرة بل يسعون للفهم العميق للموضوعات التي يهتمون بها ويقرأون بشأنها، أما ما نسبته (٢٤%) من أفراد العينة ومن الذكور حصراً فهم يطالعون الصحف بحكم العادة، أي التعود على مطالعة الصحف وليس رغبة في المعرفة نفسها، وإن كانت جزءاً منها، وكانت التسلية والترفيه هدفاً وسبباً للمطالعة لـ (١٦%) من إجمالي عدد المبحوثين.

جدول (١٠) يبين أسباب قراءة المبحوثين الصحف

المرتبة	%	مجموع التكرارات	الإناث	الذكور	الجنس البديل
١	٣٢	٤٨	٢٠	٢٨	لغرض زيادة المعارف والحصول على معلومات عامة
٢	٢٨	٤٢	٩	٣٣	لغرض الفهم العميق للمجالات التي أقرأ بشأنها
٣	٢٤	٣٦	٠	٣٦	لأنني اعتدت الاطلاع عليها
٤	١٦	٢٤	١٣	١١	من أجل التسلية والترفيه
	%١٠٠	١٥٠	٤٢	١٠٨	المجموع

١١- السمات المميزة للصحف المفضلة لدى المبحوثين: ويوضح جدول (١١) السمات التي تسم الصحف التي يعتمد عليها المبحوثون في الحصول على معلوماتهم، وقد تساوى البديلان (الثقة في المضامين التي تنشرها) و(تناول الموضوعات بعمق وشمولية)، إذ حصل كل منهما على (٤٦) تكراراً ونسبة قدرها (٣٠,٧%) ليكونا في المرتبة الأولى من وجهة نظر المبحوثين، في حين يرى (٢٦%) من المبحوثين، إن صحفهم تتسم بأنها تسعى لـ(التوازن في عرض وجهات النظر المختلفة)، وقد أشار (١٢,٦%) من المبحوثين إلى أن

صحفهم التي يتابعونها تتسم بـ(تغطية الأنشطة الانسانية جميعها في المجالات كافة).
جدول (١١) يبين سمات الصحف المفضلة من وجهة نظر المبحوثين

المرتبة	%	مجموع التكرارات	الإناث	الذكور	الجنس البديل
١	٣٠,٧	٤٦	١٧	٢٩	الثقة في المضامين التي تنشرها
١	٣٠,٧	٤٦	١٤	٣٢	تناول الموضوعات بعمق وشمولية
٢	٢٦	٣٩	٠	٣٩	التوازن في عرض وجهات النظر المختلفة
٣	١٢,٦	١٩	١١	٨	تغطية الأنشطة الانسانية جميعها في المجالات كافة
	%١٠٠	١٥٠	٤٢	١٠٨	المجموع

١٢- الجدوى المعرفية المتحققة من قراءة الصحف: ويبين جدول (١٢) الجدوى المعرفية المتحققة للمبحوثين من قراءة الصحف، وقد أشار (٢١,٩%) منهم، إلى أن مطالعة صحفهم أسهمت في زيادة معلوماتهم العامة عن القضايا المختلفة التي تناولتها، تلتها في المرتبة (٢٠,٣%) من المبحوثين الذين أشاروا إلى أن مطالعتهم أسهمت في زيادة معارفهم السياسية، في حين أشار (١٧,٨%) آخرون إلى أن قراءة الصحف عملت على تشكيل اتجاهاتهم نحو القضايا المطروحة، ويرى (١٥,١%) آخرون أنها ساعدتهم في تكوين وجهات نظرهم وآرائهم الخاصة ونشرها عبر وسائل الاتصال ومواقع التواصل الاجتماعي، فيما أشار (١٢,٣%) من المبحوثين إلى أن مطالعتهم للصحف أسهمت في وضع بعض القضايا ضمن أولويات اهتمامهم، وهناك من المبحوثين (١٠,٧%) من زادت مطالعة الصحف من احساسه بالخوف والقلق من المستقبل بسبب ما تحمله من أخبار وأحداث واقعه لا يسر، وكانت فئة صغيرة لا تذكر (١,٩٥%) فقط من المبحوثين وجدت أن مطالعتها الصحف قد زادت من شعورها بالأمل والتفاؤل بالمستقبل.

جدول (١٢) يبين الجدوى المعرفية المتحققة للمبحوثين من قراءة الصحف

المرتبة	%	مجموع التكرارات	الإناث	الذكور	الجنس البديل
١	٢١,٩	١٤١	٤٢	٩٩	أسهمت في زيادة معلوماتي عن القضايا المختلفة التي تناولتها
٢	٢٠,٣	١٣١	٢٩	١٠٢	أسهمت في زيادة معارفي السياسية
٣	١٧,٨	١١٥	٣٣	٨٢	أسهمت في تشكيل اتجاهاتي نحو القضايا المطروحة
٤	١٥,١	٩٧	١٩	٧٨	المساهمة في نشر آرائي في وسائل الاتصال ومواقع التواصل الاجتماعي
٥	١٢,٣	٧٩	٧	٧٢	أسهمت في وضع بعض القضايا ضمن أولويات اهتمامي
٦	١٠,٧	٦٩	٢٦	٤٣	زادت من احساسي بالخوف والقلق من المستقبل
٧	١,٩	١٢	٤	٨	زادت من شعوري بالأمل والتفاؤل بالمستقبل
	%١٠٠	٦٤٤			

الاستنتاجات:

١- تؤشر نتائج البحث إلى أن الصحافة الورقية، لم تعد ملبية ومشبعة لحاجات جمهور وسائل الإعلام، وهذا يؤشر إلى عدم اعتماد الجمهور العراقي على الصحافة الورقية في زيادة وعيه وتنمية معارفه العامة، واتخاذها بدائل اتصالية أخرى يعتمد عليها لاشباع حاجاته

- المعرفية والوجدانية والسلوكية.
- ٢- الذكور أكثر اهتماماً بقراءة الصحف من الإناث، كذلك فإن الأعلى تعليماً هم أكثر اهتماماً من غيرهم بقراءة الصحف.
- ٢- تفوقت بعض الصحف على غيرها من حيث المتابعة من المبحوثين، وفي هذا دلالة على أن هذه الصحف كانت أكثر قرباً ومحاكاة لاهتمامات الجمهور، وحاجاته ومصالحه وتوجهاته.
- ٣- إن ما يقارب نصف عدد المبحوثين من الذكور والإناث كانوا يقرأون بصورة غير منتظمة، وكانت نسبتهم (٥٤%)، في حين كان (٢٩%) من الذكور حصراً يقرأ بصورة يومية، وهذا يؤشر إلى تراجع المقروئية للصحافة الورقية.
- ٤- إن (٧٦%) من المبحوثين، كانوا يقرأون أقل من ساعة في المرة الواحدة، في حين لم يتعد من يقرأ أكثر من ساعتين نسبة (٩%)، وهذا مؤشر إلى تراجع الاهتمام بالصحافة الورقية.
- ٥- إن نسبة كبيرة من المبحوثين لا تعتمد على الصحف في الحصول على معلوماتها، بلغت (٦١%) من إجمالي العينة، في حين بلغت نسبة من يعتمدون على الصحف بشكل كبير (٥%) فقط، مما يشير إلى تراجع كبير في درجة الاعتماد على الصحافة الورقية في الحصول على المعلومات والمعرفة.
- ٦- يفضل (٤٦%) من المبحوثين أي ما يقارب نصف العينة، مكان العمل لتمضية وقت الفراغ المتاح في أثناء العمل بالمطالعة، وهذا يؤشر إلى عدم وجود رغبة حقيقية بمطالعة الصحف والاعتماد عليها مصدراً للمعلومات والمعرفة.
- ٧- إن الموضوعات والأخبار السياسية هي أكثر الموضوعات التي جذبت اهتمام المبحوثين وجاءت بنسبة (٢٢,٩%)، وتلتها في الأهمية الموضوعات الرياضية بنسبة (١٩,٣%)، ثم تدرجت باقي الموضوعات بنسب أقل من الاهتمام والمتابعة.
- ٨- يهتم الذكور بقراءة تفاصيل الموضوع جميعها أكثر من الإناث، إذ بلغت نسبة المبحوثين الذين يطالعون تفاصيل النص جميعها (٥٠,٧%) أي نصف العينة غالباً منهم من الذكور، وهذا يحمل دلالة على أنه وعلى الرغم من تراجع مقروئية الصحف، إلا أن قارئ الصحيفة يقرأ بطريقة جدية وليست قراءة عابرة.
- ٩- تراوحت أهم الأسباب التي دعت المبحوثين إلى قراءة الصحف، بين الحاجة إلى زيادة معارفهم ومعلوماتهم العامة (٣٢%)، وكذلك الحاجة إلى الفهم العميق للموضوعات التي يهتمون فيها (٢٨%)، في حين كان (٢٤%) منهم يطالعون الصحف بحكم العادة، ولم تكن التسلية هدفاً للقراءة إلا لـ (١٦%) من المبحوثين.
- ١٠- كان من أبرز السمات التي تسم الصحف المفضلة للمبحوثين، (الثقة في المضامين التي تنشرها) فضلاً عن (تناول الموضوعات بعمق وشمولية)، إذ حصل كل منهما على (٣٠,٧%).
- ١١- وعن الجدوى المعرفية المتحققة من قراءة الصحف، بين (٢١,٩%) من المبحوثين أن مطالعتهم أسهمت في زيادة معلوماتهم العامة عن القضايا المختلفة، و(٢٠,٣%) من المبحوثين أشاروا إلى أنها أسهمت في زيادة معارفهم السياسية، في حين أشار (١٧,٨%) آخرون إلى أن قراءة الصحف عملت على تشكيل اتجاهاتهم نحو القضايا المطروحة، ويرى (١٥,١%) آخرون أنها ساعدتهم في تكوين وجهات نظرهم وآرائهم الخاصة ونشرها عبر وسائل الاتصال ومواقع التواصل الاجتماعي، فيما أشار (١٢,٣%) من المبحوثين إلى أن المطالعة أسهمت في وضع بعض القضايا ضمن أولويات اهتمامهم، وهناك من المبحوثين

(١٠,٧%) فقد زادت مطالعة الصحف من احساسهم بالخوف والقلق من المستقبل بسبب ما تحمله من أخبار وأحداث واقعتها لا يسر، ووجدت فئة صغيرة من المبحوثين (١,٩٥%) أن مطالعتها الصحف قد زادت من شعورها بالأمل والتفاؤل بالمستقبل.

Abstract

The Dependence of Iraqi Audience on newspapers and their relationship with the Level of its General Knowledge By Roaa Hadi Saleh

This research studies the problem of depending the Iraqi audience upon newspapers, as one of the traditional media, in the formation of their information and general knowledge. It is a descriptive study adopted a descriptive survey method which depicts the circumstances or the current trends of the phenomenon under study and attempts to interpret it. The researcher uses questionnaire primarily as a research tool which is designed and distributed to a sample of 150 intentional researchers of male and female readers of newspapers.

The researcher ends with the following results: the printed press is no longer saturated and responsive to the needs of audience; the Iraqi publics do not depend on the printed press in increasing their consciousness and developing their general knowledge; they use alternative media to satisfy their cognitive, affective and behavioral needs. A large proportion of respondents (61%) do not rely on newspapers to get their information and knowledge; also, half of the respondents read on an irregular basis for a period of less than an hour at a time. The political news and topics are the most attractive topics of which the audience is interested.

الهوامش

(*) عنت الباحثة فقط بالبيانات المتعلقة بالجنس والتحصيل العلمي للمبحوثين، لأسباب تتعلق بقصدية العينة، إذ إن الهدف الأساس من العينة القصدية هو التوجه إلى الأفراد الذين يقرأون الصحف بغض النظر عن مستوياتهم العمرية والاقتصادية ومحال سكناهم، وذلك لأن اهتمامات القراءة والمطالعة لها علاقة أكثر بالمستوى العلمي دون الأسباب الأخرى.

(*) يلاحظ في الجدول رقم (٨) اختلاف المجموع الذي لا يعكس عدد المبحوثين البالغ (١٥٠) مفردة، بسبب من اتاحة اختيار أكثر من بديل فيما يتعلق بالموضوعات التي يفضلها المبحوثون، وهو ما سيكرر في جداول لاحقة.

مصادر البحث:

- (١) روجر ويمر، جوزيف دومينيك، مدخل إلى مناهج البحث الإعلامي، ترجمة صالح أبو أصبع، فاروق منصور، لبنان، المنظمة العربية للترجمة، ٢٠١٣، ص٣٢٨.
- (٢) محمد وليد البطش، فريد كامل أبو زينة، مناهج البحث العلمي - تصميم البحث والتحليل الإحصائي، عمان، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، ٢٠٠٧، ص٩٥، ٩٦.
- (٣) عمار الطيب كشرود، البحث العلمي ومناهجه في العلوم الاجتماعية والسلوكية، عمان، دار المناهج للنشر والتوزيع، ٢٠٠٧، ص١٧٠.
- (٤) روجر ويمر، جوزيف دومينيك، مدخل إلى مناهج البحث الإعلامي، مصدر سابق، ص١٧٧، ١٧٨.
- (٥) كامل حسون القيم، مناهج وأساليب كتابة البحث العلمي في الدراسات الإنسانية، بغداد، مركز حمورابي للبحوث والدراسات الاستراتيجية، ٢٠١٢، ص١٥٣.
- (٦) المحكمون المختصون:

- أ.د. هاشم حسن التميمي. كلية الإعلام/ جامعة بغداد.
- أ.م.د. حمدان خضر السالم. كلية الإعلام/ جامعة بغداد.
- أ.م.د. سعد كاظم حسن. كلية الإعلام/ جامعة بغداد.
- (٧) محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، القاهرة، عالم الكتب، ٢٠٠٠، ص ٤٣٠.
- (٨) سامي محمد ملحم، القياس والتقويم في التربية وعلم النفس، ط٤، عمان، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، ٢٠٠٩، ص ٢٤٦.
- (٩) محمد بكر نوفل، فريال محمد أبو عواد، التفكير والبحث العلمي، عمان، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، ٢٠١٥، ص ٢٧٦.
- (١٠) أنظر أهم الدراسات التي بحثت في نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:
- سوزان يوسف الفليني، "مدى اعتماد الصفوة المصرية على التلفزيون في اوقات الأزمات، دراسة حالة على حادث الأقصر، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام/ جامعة القاهرة، العدد الرابع، ديسمبر، ١٩٩٨.
- ليلي حسين محمد السيد، "دور وسائل الاتصال في إمداد طلاب الجامعات المصرية بالمعلومات عن الأحداث الجارية في إطار نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام"، بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي الرابع لكلية الإعلام/ جامعة القاهرة (الإعلام وقضايا الشباب) مايو/ ١٩٩٨.
- السيد بهنسي حسن، "مدى اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام المصرية أثناء الأزمات: دراسة ميدانية على طلاب الجامعات"، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، كلية الإعلام/ جامعة القاهرة، العدد الرابع، أكتوبر، ديسمبر/ ٢٠٠٠.
- دنيا أحمد عرابي، "دور وسائل الإعلام المحلية والدولية في تشكيل المعرفة لدى الجمهور في ظل العولمة"، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام/ جامعة القاهرة، ٢٠٠٢.
- محمد عبد الوهاب فقيه، "العلاقة بين الاعتماد على القنوات التلفزيونية الفضائية ومستويات المعرفة بالموضوعات الإخبارية في المجتمع اليمني"، أطروحة دكتوراه غير منشورة، القاهرة، كلية الإعلام/ جامعة القاهرة، ٢٠٠٢.
- محمد عبد الوهاب فقيه، "العلاقة بين الاعتماد على القنوات التلفزيونية الفضائية ومستويات المعرفة بالموضوعات الإخبارية في المجتمع اليمني"، أطروحة دكتوراه غير منشورة مقدمة الى كلية الإعلام/ جامعة القاهرة، ٢٠٠٢.
- وليد فتح الله بركات، "اعتماد الشباب الكويتي على وسائل الإعلام في المعرفة بالقضايا العربية والدولية"، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام/ جامعة القاهرة، العدد الثامن عشر، مارس/ ٢٠٠٣.
- أحمد فاروق رضوان، "مدى اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام العربية والدولية كمصدر للحصول على المعلومات، دراسة تطبيقية مقارنة على الجمهور وقادة الرأي"، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية الآداب/ جامعة حلوان، ٢٠٠٣.
- شيماء ذو الفقار زغيب، "الاعتماد على التلفزيون في معرفة أخبار الكوارث وعلاقته بمستوى السخط السياسي لدى الجمهور المصري - دراسة حالة على كارثة غرق العبارة المصرية السلام ٩٨"، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، كلية الإعلام/ جامعة القاهرة، المجلد السابع، العدد الثامن، يوليو/ ٢٠٠٦.
- إبراهيم محمد أبو المجد فرج، "اعتماد الشباب الجامعي على وسائل الإعلام أثناء الأزمات، أزمة تفجيرات ذهب أنموذجاً" المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، كلية الإعلام/ جامعة القاهرة، المجلد السابع، العدد الثاني، يوليو/ ٢٠٠٦.
- هبة أمين شاهين، "اعتماد الشباب الجامعي على المواقع الإذاعية والتلفزيونية الالكترونية للحصول على المعلومات السياسية"، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد السابع، العدد الأول، يونيو/ ٢٠٠٦.
- شريف سعيد حميد السعدي، "اعتماد الجمهور على نشرات الأخبار في القنوات الفضائية والآثار المتحققة عنه - دراسة مسحية لجمهور مدينة بغداد"، أطروحة دكتوراه غير منشورة مقدمة الى مجلس كلية الاعلام/ جامعة بغداد، ٢٠١٣.
- علاء نجاح نوري السمرمد، "الاعتماد على الاذاعات الدولية الموجهة ودوره في بناء المعرفة السياسية لدى الاعلاميين العراقيين"، أطروحة دكتوراه غير منشورة مقدمة إلى مجلس كلية الإعلام/ جامعة بغداد، ٢٠١٤.
- (١١) سناء محمد الجبور، الإعلام والرأي العام العربي والعالم، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، ٢٠١٠،

- ص ١٤٣.
- (١٢) مرفت الطرابيشي، عبد العزيز السيد، نظريات الاتصال، القاهرة، دار النهضة العربية، ٢٠٠٦، ص ١٢٤.
- (١٣) هويدا مصطفى، الإعلام والأزمات المعاصرة، القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، ٢٠٠٩، ص ٢٤٣.
- (١٤) منال هلال المزاهرة، نظريات الاتصال، عمان، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، ٢٠١٢، ص ٢١١-٢١٢.
- (١٥) محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط٣، القاهرة، عالم الكتب، ٢٠٠٤، ص ٢٩٨.
- (١٦) فاضل محمد البدراني، الإعلام صناعة العقول، بيروت، منتدى المعارف، ٢٠١١، ص ١٧٦، ١٧٨.
- (17) Stanley J. Baran & Dennis K. Davis (2012) Mass Communication Theory, New York, p.340.
- نقلا عن: سعد كاظم حسن، "العلاقة بين اعتماد الجمهور العراقي على الصحف الإلكترونية واتجاهاتهم نحو قضايا الإصلاح الاقتصادي الاجتماعي"، أطروحة دكتوراه غير منشورة مقدمة إلى كلية الإعلام/ جامعة القاهرة، ٢٠١٤، ص ٤٩.
- (١٨) مي العبدالله، نظريات الاتصال، ط٢، لبنان، دار النهضة العربية، ٢٠١٠، ص ٢٣٨.
- (١٩) المصدر السابق، د. مي العبدالله، ص ٢٣٨.
- (٢٠) محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، مصدر سابق، ص ٣٠٢، ٣٠١.
- (٢١) حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، مصدر سابق، ص ٣٢٣، ٣٢٤.
- (٢٢) محمد عبد الحميد، دراسة الجمهور في بحوث الإعلام، القاهرة، عالم الكتب، ١٩٩٣، ص ١٠٧.
- (٢٣) سوزان القليلي، وهبة الله السمرى، التدريب والانتاج الإذاعي والتلفزيوني، القاهرة، دار النهضة العربية، ١٩٩٨، ص ١٥٠.
- (٢٤) حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، مصدر سابق، ص ٣٢٠.
- (٢٥) نبيهة صالح السامرائي، علم النفس الإعلامي، عمان، دار المناهج للنشر والتوزيع، ٢٠٠٧، ص ٢١١.
- (٢٦) محمد حسن أسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، القاهرة، الدار العالمية للنشر والتوزيع، ٢٠٠٣، ص ٢٨٠.
- (٢٧) نائلة عمارة، علم النفس الاعلامي، مفاهيم أساسية ودراسات امبريقية، القاهرة، دار النهضة العربية، ٢٠٠٨، ص ٧٣.