

تغطية البرامج التلفزيونية لعملية التعداد العام للسكان في العراق لعام 2024

ودورها في توعية المواطن تجاهها: برنامج تغطية خاصة على قناة العراقية

نوفمبر

م.م حسن عبد الرضا جاسم¹, م.م زيد عبد الحكيم ثامر², م.م محمد كاظم حاتم³

¹ كلية التربية الأساسية جامعة سومر

² كلية التربية جامعة سومر

قبول البحث: 11-11-2025

مراجعة البحث: 22-10-2025

استلام البحث: 16-09-2025

الملخص

هدف البحث إلى التعرف على كيفية قيام البرامج التلفزيونية العراقية بتغطية عملية التعداد العام للسكان في العراق لعام 2024، ودورها في توعية المواطن تجاهها، من خلال تحليل عينة من برنامج (تغطية خاصة) الذي يعرض على قناة العراقية الفضائية، عبر الكشف عن المصادر والاستدلالات التي اعتمد عليها البرنامج لتوعية وتنقيف المواطنين بأهمية عملية التعداد العام للسكان في العراق لعام 2024، والتعرف على الموضوعات التي اثارها البرنامج في الحلقات التي خضعت للتحليل، وبيان القيم التي ركز عليها البرنامج، توصل البحث إلى مجموعة من النتائج أبرزها، إن البرنامج اعتمد على مصادر متعددة في استقاء المعلومات لتوعية وتنقيف المواطنين تجاه عملية التعداد العام للسكان في العراق لعام 2024 ، وقد أثار البرنامج موضوعات كان على رأسها الموضوعات التوعوية، واستخدم البرنامج اللغة العالمية أكثر من اللغة الفصحى والمصطلحات الأجنبية، كما أن البرنامج اعتمد على مجموعة من الأساليب الفنية لتوعية المواطنين العراقيين بعملية التعداد السكاني، واستخدم ثلاثة استدلالات هي (العقلانية، العاطفية، التخويف)، واستخدم البرنامج اربع قيم في توعية المواطنين هي (الصدق في تقديم المعلومات، التعاون مع فرق الاحصاء، الشعور بالمسؤولية، الالتزام بالتعليمات)، وأوصى الباحث بضرورة اجراء دراسات متعمقة عن دور الإعلام في توعية المواطنين بأهمية عملية التعداد السكاني، مع الاخذ بنظر الاعتبار نوعية سكان المناطق الجغرافية، واستعانة البرامج التلفزيونية بالخبراء والمختصين بشؤون التعداد السكاني لاعداد البرامج التي تتناول هذا الموضوع.

الكلمات المفتاحية: التغطية الإعلامية - التعداد السكاني - برنامج تغطية خاصة

Abstract:

The research aimed to identify how Iraqi television programs cover the general population census in Iraq for the year 2024, and their role in raising citizens' awareness of it, by analyzing a sample of the program (Special Coverage) broadcast on Al Iraqiya satellite channel, by revealing the sources on which the program relied to raise awareness and educate citizens about the importance of the general population census in Iraq for the year 2024, and identifying the topics raised by the program in the episodes that were subject to analysis, and stating the values on which the program focused, the research reached a set of results, the most prominent of which is that the program relied on a number of sources to obtain information with the aim of raising citizens' awareness of the general population census process. The program raised a set of topics, the most important of which were awareness topics, and the program used colloquial language more than classical language and foreign terms. The program relied on a set of technical methods to educate Iraqi citizens about the population census process, and used three appeals (rationality, emotion, intimidation), and four values in educating citizens (honesty in providing information, cooperation with census teams, sense of responsibility, commitment to instructions). The researcher recommended conducting studies on the role of the media in educating citizens about the importance of the population census process, taking into consideration the type of population of geographical areas, and television programs using experts and specialists in population census affairs to prepare programs that address this topic.

Keywords: Media coverage – Population census – Special coverage program

نظراً للأهمية التي يحتلها الإعلام لاسيما في وقتنا الحالي، فقد تزايدت أهمية دور وسائل الإعلام في شتى مجالات الحياة، وأصبح يتغلغل من خلال أجهزته المختلفة ضمن جميع المستويات ليصل إلى جميع شرائح المجتمع، ليوفر لأفراد المجتمع المعلومات التي يحتاجها في اتخاذ القرارات الصائبة والسليمة تجاه القضايا التي تواجهه، ويتميز التلفزيون بميزات منحه قدرة فائقة على تغطية الأحداث من مكان وقوعها، ومتابعتها، وتقديمها للمشاهد والتأثير فيه، وتصح من بعض أخطائه المعرفية، وتزيد من معلوماته، وتغنى ثقافته تجاه قضايا معينة.

عادة ما تحظى عملية التعداد العام للسكان باهتمام واسع من لدن وسائل الإعلام المختلفة، لكونها ملحةً مهماً من ملامح التنمية، الذي يسهم في الارتقاء بواقع المجتمعات، فقد حرصت القنوات الفضائية التلفزيونية العراقية على اعداد برامج هدفت إلى تغطية فعاليات عملية التعداد العام للسكان الذي جرى عام 2024، التي تعد من أهم العمليات الاحصائية التي تجري في العراق، وتتناولت البرامج التلفزيونية أهمية المشاركة الفاعلة في التعداد، وسلطت الضوء على الدور المحوري الذي يؤديه التعداد في رسم السياسات التنموية المستقبلية، وتلبية احتياجات المواطن.

بناء على ما نقدم فقد جاء هذا البحث بعنوان (تغطية البرامج التلفزيونية لعملية التعداد العام للسكان 2024 ودورها في توعية المواطن تجاهها: برنامج تغطية خاصة على قناة العراقية نموذجاً)، ليسلط الضوء على تغطية البرامج التلفزيونية العراقية عملية التعداد السكاني لعام 2024، وتحمّل موضوع البحث حول أهمية البرامج التلفزيونية في تشكيل وعي الجمهور ازاء التعداد السكاني، وتحفيزه على المشاركة الفعالة فيه، وبيان الاساليب التي اتبعتها البرامج التلفزيونية في تغطيتها لهذا الحدث الهام، والمواضيع التي تناولتها تغطيتها.

المبحث الأول: الإطار المنهجي

اولاً. مشكلة البحث

تعد البرامج التلفزيونية من ادوات وسائل الإعلام المهمة في إيصال الرسائل الإعلامية إلى المواطنين، وتجعلهم حاضرين وواعين لكل ما يدور حولهم، لاسيما وأن البرامج التلفزيونية تحظى بإقبال كبير من قبل المشاهدين، على اعتبار انها تزود الجمهور بمعلومات ومعارف تسهم في رفع مستوى ثقافة الجمهور تجاه بعض القضايا، وتثال البرامج الخاصة التي تقدمها القنوات التلفزيونية اقبالاً جماهيرياً أكبر، لكونها تركز على قضية معينة وتزود الجمهور بمعلومات أكثر تفصيلاً عن هذه القضية، ولعل من بين البرامج التي تعنى بقضايا محددة، ويتبع احداثها منذ بدايتها حتى نهايتها برنامج "تغطية خاصة" في قناة العراقية الفضائية.

أفرد برنامج تغطية خاصة في قناة العراقية الفضائية لعملية التعداد العام للسكان لعام 2024 عدد من حلقاته لتسلیط الضوء على سير تنفيذ عملية التعداد العام للسكان، وتتناول في الحلقات عملية اجراء تعداد تجاري للسكان، وواجبات المواطن تجاه العملية الاحصائية، وأهمية مشاركة المواطنين في العملية، ومراحل العملية الاحصائية، لذلك تمثلت مشكلة الدراسة في محاولة التعرف على كيف تمت عملية التعداد العام للسكان من قبل البرنامج، ودوره في إيصال المعلومات للمشاهد

للمساهمة في نجاح التعداد السكاني العام في العراق لعام 2024. وتمثلت المشكلة بالسؤال الرئيس التالي: كيف غطى برنامج "تغطية خاصة" عملية التعداد العام للسكان في العراق لعام 2024 لتوسيع المواطن العراقي بها؟ الذي تفرعت منه الأسئلة الفرعية التالية:

1. ما هي المصادر التي اعتمد عليها برنامج تغطية خاصة لتوسيع وتثقيف المواطنين بأهمية عملية التعداد العام للسكان لعام 2024؟
2. ما هي الموضوعات التي اثارها برنامج تغطية خاصة حول عملية التعداد العام للسكان لعام 2024؟
3. ما هي الاساليب الفنية التي استخدمت في برنامج تغطية خاصة لتوسيع المواطنين بعملية التعداد العام للسكان لعام 2024؟
4. ما هي الاستعمالات التي استعملت في برنامج تغطية خاصة لتوسيع المواطنين بأهمية التعداد العام للسكان لعام 2024؟
5. ما هي القيم التي ركز عليها البرنامج خلال تغطيته لعملية التعداد العام للسكان لعام 2024؟

ثانياً. أهمية البحث

تكمن أهمية البحث في ارتباطه بإحدى القضايا المهمة بالنسبة للمجتمع العراقي، والدور المهم الذي يتضطلع به البرامج التلفزيونية في تغطيتها لسير عملية التعداد العام للسكان في العاقد لعام 2024، اذ يتجلى الدور الأول بالسماح للجمهور المتلقى بالاطلاع الجيد على أهمية عملية التعداد العام للسكان، والدور الثاني تزويد المواطنين بمعلومات تعزز ثقافته تجاه المشاركة الفعلة في العملية الاحصائية، والدور الثالث نقل التعليمات والارشادات الصادرة عن الجهات الرسمية المسؤولة عن التعداد إلى المواطن، لتهيئته في الاسهام بمساعدة الباحثين والمتطوعين في عملهم لضمان نجاح العملية الاحصائية.

ثالثاً. أهداف البحث

يهدف البحث إلى تقديم تصورات علمية دقيقة عن كيفية تغطية البرامج التلفزيونية لعملية التعداد العام للسكان في العراق لعام 2024، ودورها في توسيع المواطن العراقي بالتعداد، من خلال ما يلي:

1. الكشف عن المصادر التي اعتمد عليها برنامج تغطية خاصة لتوسيع وتثقيف المواطنين بأهمية عملية التعداد العام للسكان لعام 2024.
2. تسليط الضوء على أبرز الموضوعات التي اثارها برنامج تغطية خاصة حول عملية التعداد العام للسكان لعام 2024.
3. التقصي عن الاساليب الفنية التي استخدمت في برنامج تغطية خاصة لتوسيع المواطنين بعملية التعداد العام للسكان لعام 2024.
4. بيان الاستعمالات التي استعملت في برنامج تغطية خاصة لتوسيع المواطنين بأهمية التعداد العام للسكان لعام 2024.
5. معرفة القيم التي ركز عليها البرنامج خلال تغطيته لعملية التعداد العام للسكان لعام 2024.

رابعاً. نوع البحث ومنهجه

ينتمي هذا البحث إلى البحوث الوصفية التي تتناول تصوير الوضع الراهن، وتحدد العلاقات بين الظواهر والاتجاهات، وسعى الباحث من خلال المنهج المسحي، إلى دراسة كيفية قيام البرامج التلفزيونية العراقية التلفزيونية بتغطية عملية التعداد العام للسكان في العراق لعام 2024، من خلال تحليل مضمون حلقات برنامج (تغطية خاصة) التي تم تحديدها ضمن العينة المختارة.

خامساً. حدود البحث

- أ. الحد الموضوعي:** يشمل برنامج (تغطية خاصة) الذي يعرض على قناة العراقية الفضائية.
- ب. الحد المكاني:** يتمثل في قناة العراقية الفضائية.
- ج. الحد الزمني:** تمثل الحد الزمني للبحث بحلقات برنامج (تغطية خاصة) التي عرضت لمدة من إلى 2024

سادساً. مجتمع البحث وعينته

تمثل مجتمع البحث بالبرنامج التلفزيوني (تغطية خاصة) الذي يُعرض على قناة العراقية الفضائية، أما عينة البحث فقد اختار الباحث عينة عمدية مكونة من (10) حلقات من البرنامج لتحليلها، لتحقيق الهدف من البحث.

سابعاً. أدوات البحث

استخدم الباحث أداتين لجمع البيانات والمعلومات المتعلقة بالظاهرة موضوع البحث، الأداة الأولى الملاحظة العلمية، لمتابعة برنامج تغطية خاصة، والتعرف على ما تم طرحة من أساليب وقواعد وتسجيل ابرز المؤشرات بهذا الخصوص، ومن ثم تطبيقها، وعكسها في تحديد وصياغة الفئات في الأداة الثانية، وهي استماراة تحليل المضمون، التي اعتمد عليها الباحث في التحليل الكمي والنوعي، اذ اشتمل التحليل الكمي على جمع البيانات، فضلاً عن التحليل النوعي لتفسير النتائج المتوصل اليها في التحليل الكمي لجميع مفردات العينة، ودراسة أسبابها، والتعليق عليها، لاستخلاص النتائج النهائية سواء كان تتفق أو تختلف مع البحث.

ثامناً. وحدات التحليل

استخدم الباحث وحدة الموضوع، كأجزاء مادية تسجيلية في القياس العددي للفئات التي خضعت للتحليل في البرنامج باتجاه التعداد السكاني العام في العراق لعام 2024، عبر احتساب عدد التكرارات والنسب المئوية.

تاسعاً. فئات التحليل

استخدمت فئة ماذ قيل؟ وفئة كيف قيل؟ وهي فئة موضوع الاتصال، لكونها من أكثر الفئات استخداماً في مثل هذا النوع من البحوث، وجاء استخدامها لتحديد أبرز القيم والموضوعات واساليب التوعية التي طرحتها مضمون الاتصال في برنامج (تغطية خاصة).

المبحث الثاني: الإطار النظري

اولاً. المفاهيم الواردة في البحث

أ. **التغطية الإعلامية:** العملية التي يقوم من خلالها الإعلامي بالحصول على معلومات عن التفاصيل والتطورات، والجوانب المختلفة لحدث، أو واقعة ما، أو بمعنى آخر اجابة الإعلامي على كل الأسئلة التي قد تتبادر إلى ذهن المتلقي بشأن هذه الواقعة أو الحدث أو التصريح، ثم يقيم هذه المعلومات ويحررها باسلوب اعلامي مناسب⁽¹⁾.

ب. **البرامج التلفزيونية:** شكل فني، يشغل مساحة زمنية محددة، وله اسم ثابت، ويقدم في مواعيد محددة وثابتة، يومياً أو أسبوعياً أو كل أسبوع أو كل شهر، ليعرض مساحة من المواد الفنية أو الثقافية أو العلمية وغيرها من المواد الأخرى، مستخدماً في ذلك كل أو بعض الفنون التلفزيونية، منها السرد، والتعليق، والنarration، والمقابلات وغيرها⁽²⁾.

ج. **العداد السكاني:** هو "عملية احصاء السكان رسمياً لقطر أو منطقة معينة، في زمن معين، وتجمع البيانات حول الجوانب الديموغرافية، والاقتصادية، والاجتماعية، المتعلقة بهلاء السكان"، وبعد التعداد السكاني من المصادر المهمة لجمع المعلومات عن السكان، وتكون وزارة التخطيط في العراق مسؤولة عن اجراء هذه العملية كل عشرة سنوات⁽³⁾.

ثانياً. النظرية المؤطرة للبحث

اعتمد هذا البحث على نظرية ترتيب الأولويات، إذ أن اختيار الباحث للنظرية والاعتماد عليها في بحثه يسهم في تنظيم المعرفة، أي اكتشاف العلاقات الرابطة بين المعلومات التي تشكل نمطاً معيناً من السلوك، كما أن النظرية تركز انتباه الباحث على المتغيرات، والعلاقات المهمة التي يتم تنظيمها، وتوضح له محاور البحث، وتساعده في معرفة كيفية ملاحظة الأشياء بطريقة علمية دقيقة، وتمكنه من توسيع خياله في توقع تأثير معين، أو نتائج معينة للمعلومات التي يجمعها وينظمها⁽⁴⁾.

تهتم نظرية ترتيب الأولويات في تأثير وسائل الاتصال على المتلقي، وتولي اهتماماً بدراسة العلاقة المتبادلة بين وسائل الإعلام والجمهور المتلقي، وتؤكد على وجود روابط ايجابية بين بروز قضية ما في وسائل الإعلام، وبروزها لدى الجمهور، بسبب تركيز وسائل الإعلام على موضوعات معينة، واهتمام موضوعات أخرى، ما يؤدي إلى تركيز الجمهور المتلقي على القضية المطروحة في وسائل الإعلام، إذ إنّ وسائل الإعلام لم تعد مجرد ناقل للمعلومات فقط، وإنما عامل رئيس يؤثر في أفكار المتلقين، واتجاهاتهم، وسلوكهم عبر طرحها لعدد من القضايا التي ترتبها وفقاً لأهميتها، وذلك بانتقاء قصص اخبارية معينة واهتمام قصص أخرى⁽⁵⁾.

تعد عملية ترتيب أولويات الجمهور للقضايا التي تتناولها وسائل الإعلام عملية ايديولوجية، تتطرق من مرجعيات ومحددات سياسية أو ثقافية، توجه عمل القائم بالاتصال، وتجعله يختار موضوعات محددة لا يصل رسالة ما، أو رؤية ما، للتأثير في وعي المتنقي، أو في لتعزيز اتجاهاته، سلوكه، وموافقه بما يوافق ايديولوجية المؤسسة الإعلامية⁽⁶⁾. بنية نظرية ترتيب الأولويات على فرضية رئيسة وفرضيات فرعية وكما يلي⁽⁷⁾:

أ. **الفرضية الرئيسية:** الاتفاق بين ترتيب أجندة وسائل الإعلام وأجندة الجمهور، وتترتب أجندـة الجمهور وفقاً لاهتمام وسائل الإعلام بالقضايا، أي وجود ارتباط ايجابي بين ترتيب الاهتمام بين كل من الوسيلة الإعلامية والجمهـور المتنـقي.

ب. الفرضيات الفرعية:

1. لوسائل الإعلام تأثير قوي على الجمهور المتنقي.
2. إن الاتصال يبدو كعملية يكون فيها المرسل المحور الرئيسي.
3. تفترض النظرية أن الإعلاميين ومصادرهم والجمهـور يفسرون القضية أو الخبر بطريقة متشابهة.
4. بسبب المساحة المحدودة، والوقت المحدود، واقتـاع الإعلاميين ببعض المواضيع التي تحمل قيمـاً خبرـية، فإنه يتم اهـمال الكثـير من القضايا، ولا تصبح جـزءـ من الأخـبارـ، وفي المقابلـ، تعطـى بعضـ الأخـبارـ والقضايا اهـتمـاماً كـبـيراًـ، ويـشكلـ هـذاـ الاختـيارـ للمـوضـوعـاتـ والـقـضاـيـاـ مـسـتوـيـاتـ مـخـتـلـفةـ منـ البرـوزـ أوـ المسـاحـةـ أوـ الـوقـتـ يـسمـىـ بأـجـنـدـةـ الإـعـلامـ.
5. يـنـقلـ الـاهـتمـامـ منـ وـسـائـلـ الإـعـلامـ إـلـىـ الـجـمـهـورـ فـيـسـتـعـمـلـ التـقـيـيـمـ نـفـسـهـ عـنـدـمـ يـقـرـرـ تـرـتـيبـ أـهـمـيـةـ هـذـهـ الـقـضاـيـاـ وـالـمـوـضـوعـاتـ بـالـنـسـبـةـ لـهـ.

ثالثاً. وظائف التغطية الإعلامية

تحـمـلـ وـسـائـلـ الإـعـلامـ مـسـؤـولـيـةـ احـاطـةـ الـجـمـهـورـ بـالـمـعـلـومـاتـ عـنـ الأـحـدـاثـ وـالـقـضاـيـاـ النـيـ تـحـيطـ بـهـ بـأـقصـىـ قـدـرـ مـنـ الـمـعـايـيرـ المهـنيةـ، وـتـعـاظـمـ دـورـ الإـعـلامـ مـنـ خـلـالـ نـقلـهـ لـلـأـحـدـاثـ وـالـقـضاـيـاـ وـتـقـدـيمـ التـقـسـيرـاتـ الـلـازـمـةـ لـهـ، وـحـظـيـتـ الـبـرـامـجـ التـلـفـزيـونـيـةـ بـدـورـ خـاصـ وـمـهمـ فـيـ صـنـاعـةـ وـتـوجـيهـ الرـأـيـ العـامـ تـجـاهـ قـضـيـةـ مـعـيـنةـ⁽⁸⁾ـ، وـتـنـرـكـ وـظـيـفـةـ التـغـطـيـةـ الإـعـلامـيـةـ حـوـلـ الـاقـنـاعـ وـالـتـعـلـيمـ وـالـاعـلامـ وـالـتـرـفـيـهـ، وـتـنـطـلـقـ هـذـهـ الـوـظـائـفـ مـنـ الـأـهـدـافـ الـتـيـ يـسـعـيـ الـمـصـدـرـ لـتـحـقـيقـهـ فـيـ الـجـمـهـورـ المـتـنـقـيـ،ـ مـنـ خـلـالـ مـشـارـكـةـ الـأـخـيرـ فـيـ الـعـلـمـيـةـ الـاتـصـالـيـةـ مـعـهـ،ـ وـقـدـ تـولـدتـ وـظـائـفـ جـديـدةـ لـلـإـعـلامـ فـيـ أـثـرـ زـيـادـةـ الـحـاجـاتـ الـاجـتمـاعـيـةـ وـالـاقـتصـاديـ وـالـسـيـاسـيـ أـهـمـهـاـ:

1. **وظيفة المراقبة والشراف:** وهي عملية تحليل وكشف أبعاد الأحداث وتطوراتها، ومتابعة التجاوزات أو الانتهاكات التي قد تصل إلى حد الفضائح، وهنا يأتي دور العمل الإعلامي الموضوعي والمحايد والملتزم بكشف الحقائق⁽⁹⁾.
2. **وظيفة الترابط وتكوين الآراء والاتجاهات:** ويقصد بها قيام الإعلام بتيسير عملية تكوين الرأي العام، فاللغطية الإعلامية تعمل على إيجاد الترابط بين الجمهور المستهدف إزاء قضية ما لتكوين رأي عام موحد حولها⁽¹⁰⁾.
3. **وظيفة الاقناع وال الحوار:** توفير وسائل الإعلام قدرًا كافيًّا من الحقائق وتبادلها مع الجمهور، وتوضيح جميع الآراء المتعلقة بقضية ما، كما أنها توفر الأدلة الملاعنة التي تسهل عملية اقناع الجمهور بالقضية المستهدفة⁽¹¹⁾.

4. الوظيفة الاجتماعية: تؤدي وسائل الإعلام دوراً مهماً في المجتمع، فأفراد المجتمع يحصلون منها على الكثير من المعلومات التي تساعدهم في تكوين المفاهيم، والقيم، والآراء، وتقدم لهم تفسيرات للحوادث والوقائع، كما أنها تقدم لهم المواقف الرسمية وغير الرسمية عن هذه الأحداث⁽¹²⁾.

5. الوظيفة السياسية: تعمل وسائل الإعلام على تشكيل مفاهيم الرأي العام وتصوراته، وتزوده بالمعلومات السياسية التي تشكل هذا الرأي⁽¹³⁾.

رابعاً. وظائف البرامج التلفزيونية

تشغل البرامج التلفزيونية بمختلف أنواعها وأشكالها حيزاً واسعاً من مساحات البث التلفزيوني، بفضل الانفتاح الإعلامي الكبير نتيجة التطور التكنولوجي الذي طرأ على وسائل الاتصال وثورة المعلومات، التي ازالت الحدود أمام البث الفضائي، ما أدى إلى التناقض الشديد بين القنوات التلفزيونية الفضائية في تقديم برامج خاصة بالأحداث المهمة لنقل الحدث بشكل آني، واخذت تلقى استحساناً واقبالاً شديداً من الجمهور بفضل الوظائف التي تؤديها، أهمها⁽¹⁴⁾:

1. الافادة من الشخصيات المهمة التي تتمتع بالمصداقية، وذات العلاقة بالحدث موضوع النقاش في البرنامج.
2. اعطاء معلومات عن الموضوعات والقضايا المختلفة التي تحظى باهتمام المشاهدين، وكشف الحقائق عنها.
3. تقديم كل ما هو جديد من أخبار ومعلومات عن الأحداث السياسية والاجتماعية والاقتصادية، وغيرها، التي تحظى باهتمام المشاهدين.
4. شرح وتفسير الأخبار بما يساعد على تكوين رأي عام ووجهات نظر حيال قضايا معينة.
5. مناقشة القضايا من وجهات نظر متعددة، للخروج بفكر واراء جديدة.
6. زيادة ثقة المشاهد واقتناعه بالمعلومات التي تعرض في البرنامج التلفزيوني، لاحساسه أنه يستقي المعلومات من مصدرها.

المبحث الثالث: الإطار التحليلي

اولاً. نبذة عن برنامج "تغطية خاصة"

برنامج "تغطية خاصة" يعرض على شاشة قناة العراقية الفضائية، يتناول ابرز القضايا المحلية والعربية والدولية التي تحدث، ويتابعها، يقدمه مجموعة من المذيعين العراقيين، منهم احمد عرام، وسرمد البياتي، واحمد الحسني، وصادق الشمري، وغيرهم آخرين، وهو برنامج اخباري وحواري، يبث يومياً، يمتلك البرنامج شبكة واسعة من المراسلين لتغطية الأحداث المحلية والعربية والعالمية، وقد خصص البرنامج مجموعة من الحلقات لمتابعة عملية التعداد العام للسكان في العراق لعام 2024، اهتمت بتوعية الجمهور بالعملية الإحصائية، واهتمامها الاقتصادية والاجتماعية والسياسية، وأهيمه مخرجات عملية التعداد التي يوفرها التعداد لعملية التخطيط المستقبلية، وتحسين جودة الحياة، وتلبية احتياجات السكان.

ثانياً. عرض النتائج وتفسيرها

ادناه تحليل مضمون الحلقات التسعة من برنامج "تغطية خاصة" التي خضعت للتحليل:

جدول رقم (1): نوع ضيوف البرنامج داخل الاستوديو

الترتيب	النسبة المئوية	التكرار	الفئة
2	%25	4	باحث اكاديمي
1	%31.25	5	موظفو التعداد وفرق الاحصاء
3	%12.5	2	مسؤول حكومي
2	%25	4	اعلامي
4	%6.25	1	خبير اقتصادي
-	%100	16	المجموع

اظهرت بيانات الجدول احتلال موظفي التعداد وفرق الاحصاء الترتيب الأول من بين ضيوف البرنامج الاخرين، وبواقع (5) تكرارات من مجموع التكرارات البالغة (16) تكراراً، وبنسبة بلغت (31.25%)، فيما احتل الترتيب الثاني كلاً من الباحثين الأكاديميين والاعلاميين بواقع (4) تكرارات لكل منهما وبنسبة بلغت (25%)، واحتل الترتيب الثالث المسؤولين الحكوميين بواقع تكرارين وبنسبة (12.5%)، وجاء الخبراء الاقتصاديون بالترتيب الاخير بواقع تكرار واحد، وبنسبة (6.25%). يتبع من معطيات الجدول إنّ موظفي التعداد وفرق الاحصاء هم أكثر الضيوف الذين ستضافهم البرنامج، ويرجع السبب إلى إنّ هذه الفئة هي الأكثر قدرة على تقديم معلومات عن التعداد العام للسكان، وشرح تفاصيله للمشاهدين، بدقة أكبر من بقية الفئات الأخرى، كما أنّ هذه الفئة تعد الشريحة الأكثر اختصاصاً بعملية التعداد السكاني، ما يعطي مصداقية أكثر للجمهور من بقية الفئات الأخرى من ناحية تقديم المعلومات.

جدول رقم (2): طبيعة الموضوعات التي تناولتها التغطية الإعلامية لعملية التعداد العام للسكان

الترتيب	النسبة المئوية	النكرار	الفئة
1	%40	155	توعوية
2	%24	93	ارشادية
5	%7.8	30	اخبارية
3	%15.2	59	تعليمية
4	% 13	50	ثقافية
-	%100	387	المجموع

اظهرت بيان الجدول احتلال التوعية الترتيب الأول من بين الفئات الخاصة بطبيعة الموضوعات التي تناولتها التغطية الإعلامية في البرنامج لعملية التعداد العام للسكان، بواقع (155) تكراراً من مجموع التكرارات البالغة (387) تكراراً، وبنسبة بلغت (40%)، فيما احتل الترتيب الثاني الموضوعات الارشادية بواقع (93) تكراراً وبنسبة بلغت (24%)، واحتل الترتيب الثالث الموضوعات التعليمية بواقع (59) تكراراً وبنسبة (15.2%)، وجاءت الموضوعات ذات الطبيعة الثقافية

بالترتيب الرابع بواقع (50) تكراراً وبنسبة (13%)، واخيراً جاءت الموضوعات ذات الطبيعة الاخبارية بواقع (30) تكراراً وبنسبة (7.8%). يتبع من معطيات الجدول إن القائم على الاتصال في البرنامج سعى إلى تسليط الضوء على مختلف الموضوعات التي لها علاقة بالتعداد العام للسكان، وعلى الرغم من سعيه إلى توعية المشاهدين، لكنه اهتم أيضاً بإرشادهم إلى كيفية التعامل مع اجراءات العملية الاحصائية، وأوضح لهم كيفية ملء استمارات الاحصاء، وتفيقهم لارتفاعه بالعملية الاحصائية برمتها.

جدول رقم (3): يوضح اسلوب اللغة المستخدمة في البرنامج

الترتيب	النسبة المئوية	التكرار	الفئة
1	%66.9	105	العامية
2	%30.6	48	الفصحي
3	%2.5	4	مصطلحات أجنبية
-	%100	157	المجموع

اظهر الجدول احتلال اللغة العامية الترتيب الأول من بين اللغات التي استخدمت في برنامج تغطية خاصة، بواقع (105) تكراراً، من مجموع التكرارات البالغة (157) تكراراً، وبنسبة (66.9%)، وجاء بالترتيب الثاني اللغة الفصحي بواقع (48) تكراراً وبنسبة (30.6%)، فيما احتل الترتيب الثالث المصطلحات الأجنبية بواقع (4) تكرارات وبنسبة (2.5%). اشارت معطيات الجدول إلى إن اللغة التي سادت على البرنامج هي العامية، لكون البرنامج يخاطب مختلف شرائح المجتمع، وبمختلف مستوياتهم الثقافية والعلمية، بما فيها الجمهور البسيط، لكن هذا الامر لم يمنع مقدمي البرنامج من استخدام اللغة الفصحي السهلة الفهم، مع تعليمها بعض المصطلحات الأجنبية لأغراض تشريف الجمهور بالمصطلحات التي ربما تصادفهم اثناء عملية التعداد، ما يسهل عليهم فهمها.

جدول رقم (4): الاساليب الفنية المستخدمة في البرنامج

الترتيب	النسبة المئوية	التكرار	الفئة
7	%1.9	8	تقرير تلفزيوني
3	%21.3	90	استطلاع اراء الجمهور
2	%24.8	105	حوار مع موظفي فرق الاحصاء
4	%10.9	46	حديث مباشر
5	%5.4	23	خبر
6	%3.8	16	حوار مع ضيف داخل الاستوديو
1	%31.9	135	اتصال مع المراسلين
-	%100	423	المجموع

اظهر الجدول احتلال الاتصال مع المراسلين الترتيب الأول من بين الاساليب التي استخدمت في برنامج تغطية خاصة، لتعطية التعداد العام للسكان في العراق، بواقع (135) تكراراً، من مجموع التكرارات البالغة (423) تكراراً، وبنسبة (31.9%)، وجاء بالترتيب الثاني حوار مع موظفي فرق الاحصاء بواقع (105) تكراراً وبنسبة (24.8%)، فيما احتل الترتيب الثالث استطلاع اراء الجمهور بواقع (90) تكراراً وبنسبة (21.3%)، وجاء حديث مباشر بالترتيب الرابع بواقع (46) تكراراً وبنسبة (10.9%)، اما الترتيب الخامس فكان من نصيب الخبر بواقع (23) تكراراً وبنسبة (5.4%)، فيما احتل الترتيب السادس الحوار مع ضيوف داخل الاستوديو بواقع (16) تكراراً وبنسبة (3.8%)، وجاء بالترتيب السابع والأخير التقرير التلفزيوني بواقع (8) تكرارات وبنسبة (1.9%).

اشارت معطيات الجدول إلى أن البرنامج وظف مختلف الفنون والاساليب الإعلامية لتعطية عملية التعداد العام للسكان لعام 2024، وركز على الاتصال بالمراسلين لنقل الأحداث التي تجري تجاه عملية التعداد بشكل مباشر، لإعطاء صورة كاملة وصادقة عن العملية الاحصائية، والإجراءات المتخذة، كما أن هذا التوع يسهم في شد الجمهور وجذبه لمتابعة البرنامج، وبالتالي الاستفادة من المعلومات التي ينقلها مراسلو البرنامج، كما ركز البرنامج بالدرجة الثانية على الحوار مع موظفي فرق الاحصاء، ويهدف هذا الحوار إلى تفسير وتوضيح بعض النقاط الغامضة التي تهم المواطن، لتسهيل التعاون بينه وبين موظفي الاحصاء لإنجاح العملية الاحصائية بسلامة عالية.

جدول رقم (5): اساليب الاقناع المستخدمة في البرنامج لنوعية المواطنين بعملية التعداد العام للسكان

الترتيب	النسبة المئوية	ال自然而كرار	الفئة
1	%45.8	190	الاستعمالات العقلانية
2	%39.3	163	الاستعمالات عاطفية
3	%14.9	62	استمالة تخويف
-	%100	415	المجموع

اظهر الجدول الاستعمالات العقلانية الترتيب الأول من بين الاستعمالات التي استخدمت في برنامج تغطية خاصة، لتعطية التعداد العام للسكان في العراق، بواقع (190) تكراراً، من مجموع التكرارات البالغة (415) تكراراً، وبنسبة (45.8%)، وجاء بالترتيب الثاني الاستعمالات العاطفية بواقع (163) تكراراً وبنسبة (39.3%)، فيما احتل الترتيب الثالث استمالة التخويف بواقع (62) تكراراً وبنسبة (14.9%).

نستنتج من معطيات الجدول اعلاه إن البرنامج ركز على الاستعمالات العقلية أكثر من بقية الاستعمالات الأخرى، ويأتي هذا التركيز لكون الاستعمالات العقلية لأنها تقدم للمشاهد معلومات، وتحليلات تسهم في فهم بعض القضايا الغامضة ضمن اجراءات عملية التعداد، ما يجعله أكثر وعيًا بالعملية برمتها، كما أنها ترفله بمعلومات مستقاة من المصادر الرسمية الحكومية، ما يجعلها أكثر مصداقية، وتزيد من ثقة المشاهد بالعملية الاحصائية، ويكون مستعدًا أكثر لتقديم معلومات صحيحة. كما تسهم الاستعمالات العقلانية في الحفاظ على الحيادية وتجنب الانحياز العاطفي.

جدول رقم (6): الاستعمالات العقلانية (المنطقية) المستخدمة في البرنامج لتوعية المواطنين بأهمية التعداد

الترتيب	النسبة المئوية	التكرار	الفئة
1	%42.1	80	الاستشهاد بالمعلومات والواقع
2	%24.2	46	الاعتماد على الاحصاءات والارقام
3	%17.9	34	بناء النتائج وفق مقدمات محددة
4	%15.8	30	عرض وجهات نظر مختلفة
-	%100	190	المجموع

اظهر الجدول احتلال الاستشهاد بالمعلومات والواقع الترتيب الأول من بين الاستعمالات العقلانية (المنطقية) التي استخدمت في برنامج تغطية خاصة، لتفصية التعداد العام للسكان في العراق، بواقع (80) تكراراً، من مجموع التكرارات البالغة (190) تكراراً، وبنسبة (42.1%)، وجاء بالترتيب الثاني الاعتماد على الاحصاءات والارقام بواقع (46) تكراراً وبنسبة (24.2%)، فيما احتل الترتيب الثالث بناء النتائج وفق مقدمات محددة بواقع (34) تكراراً وبنسبة (17.9%)، وجاء عرض وجهات نظر مختلفة بالترتيب الرابع بواقع (30) تكراراً وبنسبة (15.8%).

نستنتج من معطيات الجدول إنَّ البرنامج ركز بالدرجة الأساس على الاستشهاد بالمعلومات والواقع لاستمالة المشاهدين لفقرات البرنامج، لأنَّ هذه الفئة من الاستعمالات تزيد من مصداقية البرنامج لدى المتلقى، كما أنها تحسن الفهم لديهم، وتدعم الحجج التي يطرحها البرنامج لتوعية المواطنين بأهمية التعداد.

جدول رقم (7): الاستعمالات العاطفية المستخدمة في البرنامج لتوعية المواطنين بأهمية التعداد

الترتيب	النسبة المئوية	التكرار	الفئة
2	%30.7	50	اعلاء الاحساس بالمسؤولية الفردية
1	%38.6	63	استثارة المشاعر الوطنية
4	%9.2	15	استخدام صيغ التفضيل
3	%21.5	35	الاستشهاد بمصادر موثوقة
-	%100	163	المجموع

اظهر الجدول احتلال استثارة المشاعر الوطنية الترتيب الأول من بين الاستعمالات العاطفية التي استخدمت في برنامج تغطية خاصة، لتفصية التعداد العام للسكان في العراق، بواقع (63) تكراراً، من مجموع التكرارات البالغة (163) تكراراً، وبنسبة (38.6%)، وجاء بالترتيب الثاني اعلاء الاحساس بالمسؤولية الفردية بواقع (50) تكراراً وبنسبة (30.7%)، فيما احتل الترتيب الثالث الاستشهاد بمصادر موثوقة بواقع (35) تكراراً وبنسبة (21.5%)، وجاء بالترتيب الرابع استخدام صيغ التفضيل بواقع (15) تكراراً وبنسبة (9.2%).

يتضح من الجدول إنَّ البرنامج ركز على استثارة المشاعر الوطنية، يبدو إنَّ هذا التركيز جاء من أجل تعزيز شعور المواطن بالانتماء للوطن، ما يجعله أكثر حماساً للمشاركة في نجاح عملية التعداد، وبالتالي يعكس ذلك على النتائج

النهائية للتعداد، ويعزز من الوعي الوطني. وكذلك الحال ينطبق على الفئة التي جاءت بالترتيب الثاني، أي اعلاه الاحساس بالمسؤولية الفردية، التي تشجع المواطن على المشاركة الفعالة في التعداد.

جدول رقم (8): استمالة التحذيف المستخدمة في البرنامج لتوعية المواطنين بأهمية التعداد

الترتيب	النسبة المئوية	النكرار	الفئة
1	%51.6	32	التحذير من سلبيات عدم اعطاء معلومات صحيحة
2	%48.4	30	التحذير من تداعيات عدم المشاركة بالعملية الاحصائية
-	%100	62	المجموع

اظهر الجدول احتلال التحذير من سلبيات عدم اعطاء معلومات صحيحة الترتيب الأول من بين استمالة التحذيف التي استخدمت في برنامج تغطية خاصة، لتجطية التعداد العام للسكان في العراق، بواقع (32) تكرارا، من مجموع التكرارات البالغة (62) تكراراً، وبنسبة (51.6 %)، وجاء بالترتيب الثاني التحذير من تداعيات عدم المشاركة بالعملية الاحصائية بواقع (30) تكراراً وبنسبة (48.4 %).

نستنتج من معطيات الجدول السابق إن البرنامج وازن في استخدام استمالة التحذيف وبنسب مقاربة بين التحذير من سلبيات عدم اعطاء معلومات صحيحة، والتحذير من تداعيات عدم المشاركة بالعملية الاحصائية.

جدول رقم (9): القيم التي سعى البرنامج إلى غرسها لدى المشاهد

الترتيب	النسبة المئوية	النكرار	الفئة
3	%17.5	25	الشعور بالمسؤولية
2	%23.8	34	التعاون مع فرق الاحصاء
1	%48.2	69	الصدق في تقديم المعلومات
4	%10.5	15	الالتزام بالتعليمات
-	%100	143	المجموع

اظهر الجدول احتلال قيمة الصدق في تقديم المعلومات الترتيب الأول من بين القيم التي سعى برنامج تغطية خاصة، إلى غرسها لدى المشاهد، بواقع (69) تكرارا، من مجموع التكرارات البالغة (143) تكراراً، وبنسبة (48.2 %)، وجاء بالترتيب الثاني التعاون مع فرق الاحصاء بواقع (34) تكراراً وبنسبة (23.8 %)، فيما جاءت قيمة الشعور بالمسؤولية بالترتيب الثالث بواقع (25) تكراراً وبنسبة (17.5 %) أما قيمة الالتزام بالتعليمات فجاءت بالترتيب الرابع بواقع (15) تكراراً وبنسبة (10.5 %).

نستنتج من الجدول إن البرنامج سعى إلى ترسیخ قيمة الصدق في تقديم المعلومات أكثر من بقية القيم الأخرى، لأن المعلومات الخاطئة تؤثر على صحة نتائج التعداد العامة، وبالتالي ترك عمل المسؤولين عن تحطيم البرامج التنموية، أما المعلومات الصحيحة فإنها تسهم في تحسين تقديم الخدمات العامة مثل التعليم والرعاية الصحية والنقل وغيرها.

ثالثاً. الاستنتاجات

توصل البحث إلى النتائج التالية:

1. اعتمد برنامج تعطية خاصة في استقاء المعلومات لتوسيع وتنقيف المواطنين تجاه عملية التعداد العام للسكان في العراق لعام 2024 على مصادر متعددة، منهم الأكاديميين، وموظفي التعداد وفرق الاحصاء، والاعلاميين، والمسؤولين الحكوميين، والخبراء الاقتصاديين، وكان اعتماده الاكبر على موظفي الاحصاء وفرق الاحصاء.
2. اثار البرنامج موضوعات عديدة بهدف توعية المواطنين حول عملية التعداد العام للسكان، هي (توعوية، وارشادية، واخبارية، وتعليمية، وتنقيفية)، وركز البرنامج على الموضوعات التوعوية أكثر من غيرها من الموضوعات الأخرى.
3. استخدم برنامج تعطية خاصة اللغة العالمية لايصال الرسالة التوعوية للمشاهدين حول التعداد أكثر من اللغة الفصحي والمصطلحات الاجنبية.
4. اعتمد برنامج تعطية خاصة على مجموعة من الاساليب الفنية لتوعية المواطنين العراقيين بعملية التعداد السكاني العام لعام 2024، وهي على التوالي (اتصال مع المراسلين، حوار مع موظفي فرق الاحصاء، استطلاع اراء الجمهور، حديث مباشر، خبر، حوار مع ضيوف داخل الاستوديو، تقرير تلفزيوني)
5. استخدم البرنامج ثلاثة استمارات (العقلانية، العاطفية، التخويف)، وكان اعتماده الأساس على الاستمالة العقلانية في توعية المواطنين تجاه العملية الاحصائية، ثم العاطفية فالتخويف.
6. استخدم البرنامج أربع فئات في الاستمالة العقلانية، هي (الاستشهاد بالمعلومات والواقع، والاعتماد على الاحصاءات والارقام، وبناء النتائج وفق مقدمات محددة، وعرض وجهات نظر مختلفة) واعتمد على فئة الاستشهاد بالمعلومات والواقع لتوعية المواطنين تجاه التعداد العام للسكان في العراق لعام 2022 أكثر من بقية الاستمارات العقلانية الأخرى.
7. استخدم البرنامج أربع فئات من الاستمارات العاطفية لتوعية المواطنين بعملية التعداد السكاني هي (اعلاء الاحساس بالمسؤولية الفردية، واستثارة المشاعر الوطنية، واستخدام صبغ التقضيل، والاستشهاد بمصادر موثقة)، واعتمد على استثارة المشاعر الوطنية أكثر من غيرها لتوعية المواطنين ازاء التعداد.
8. استخدم البرنامج فئتين من استمالة التخويف هي (التحذير من سلبيات عدم اعطاء معلومات صحيحة، والتحذير من تداعيات عدم المشاركة بالعملية الاحصائية) وكان استخدامهما متوازناً إلى حد ما.
9. سعى برنامج تعطية خاصة إلى غرس اربع قيم لدى المواطنين تجاه عملية التعداد السكاني هي على التوالي (الصدق في تقديم المعلومات، التعاون مع فرق الاحصاء، الشعور بالمسؤولية، الالتزام بالتعليمات)

رابعاً. التوصيات

1. اجراء دراسات متعمقة عن دور الإعلام في توعية المواطنين بأهمية عملية التعداد السكاني، مع الاخذ بنظر الاعتبار نوعية سكان المناطق الجغرافية.
2. ضرورة استعانة البرامج التلفزيونية بالخبراء والمحترفين بشؤون التعداد السكاني لاعداد البرامج التي تتناول هذا الموضوع.
3. فتح دورات لمراسلي البرامج التلفزيونية قبل مدة كافية من موعد اجراء عملية التعداد، لتزويدهم بالاساليب والطرق المثلث لغطية هكذا حدث، من أجل تحقيق البرنامج هدفها التوعوي.
4. التنسيق بين معدى البرامج التلفزيونية، والمسؤولين عن عملية التعداد السكاني، للاتفاق على النقاط المهمة التي يجب التركيز عليها في البرامج التلفزيونية لتحقيق اقصى فائدة من البرنامج.

الهوامش

-
- (1) بشري حسين الحمداني، التغطية الصحفية الاستقصائية تحقیقات عابرة للحدود، دار اسامة للنشر والتوزيع، 2016، ص12-13.
 - (2) محمد زايد التميمي، المنظور الاستراتيجي للإعلام الدعوي، دار أمجد للنشر والتوزيع، عمان، 2018، ص47.
 - (3) احمد جابر الصعب، سكان العراق: دراسة ديموغرافية اجتماعية، دار غيداء للنشر والتوزيع، عمان، 2016، ص36.
 - (4) محمد بن سعود البشر، نظريات التأثير الاعلامي، العكيبان للنشر، الرياض، 2014، ص83-85.
 - (5) عاطف عدلي العبد ونهي عاطف العبد، الرأي العام والفضائيات: دراسة في ترتيب الاولويات. دار الفكر العربي، القاهرة، 2007، ص7.
 - (6) محمد بن سعود البشر، المصدر السابق، ص106.
 - (7) محمد فوزي شهاب الدين، دور التلفزيون في ترتيب اولويات القضايا السياسية لدى الجمهور البحريني، معهد البحرين للتنمية السياسية، البحرين، 2017، ص31-32.
 - (8) سارة نصر، الدول وحروب الجيل الخامس: تشكيل الوعي والتصدي لها. العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2021، ص73.
 - (9) محمد حسن العامری وعبد السلام محمد السعیدی، الإعلام والديمقراطية في الوطن العربي. العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2010، ص172.
 - (10) غادة البطریق، العلاقات العامة وفن ادارة الازمات. أطلس للطباعة والنشر ، القاهرة، 2017، ص100.
 - (11) موسى جواد الموسوي، الإعلام الجديد، مطبعة جامعة بغداد، بغداد، 2011، ص48.

(12) حنان تيتي، دور وسائل الإعلام في تعديل قيم المواطنة لدة الرأي العام - حالة الثورات وقيم الانتماء لدى الشعوب العربية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الحقوق والعلوم السياسية-جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، 2014، ص83.

(13) جبار علاوي، الاتصال السياسي، دار أمجد للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص175.

(14) ياسين علوان الطيف الجبوري، اساليب التسويق السياسي في البرامج الحوارية التلفزيونية، دار غيداء للنشر والتوزيع، عمان، 2019، ص175.

المصادر

اولاً. الكتب

1. احمد جابر الصعب، سكان العراق: دراسة ديموغرافية اجتماعية، دار غيداء للنشر والتوزيع، عمان، 2016.
2. بشري حسين الحمداني، التغطية الصحفية الاستقصائية تحقيقات عابرة للحدود، دار اسامه للنشر والتوزيع، 2016.
3. جبار علاوي، الاتصال السياسي، دار امجد للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
4. سارة نصر، الدول وحروب الجيل الخامس: تشكيل الوعي والتصدي لها. العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2021.
5. عاطف عدلي العبد ونهى عاطف العبد، الرأي العام والفضائيات: دراسة في ترتيب الاولويات. دار الفكر العربي، القاهرة، 2007.
6. غادة البطريرق، العلاقات العامة وفن ادارة الازمات، أطلس للطباعة والنشر، القاهرة، 2017.
7. محمد بن سعود البشر، نظريات التأثير الاعلامي، العكبيان للنشر، الرياض، 2014.
8. محمد حسن العامری وعبد السلام محمد السعیدی، الإعلام والديمقراطیة فی الوطن العربي. العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2010.
9. محمد زايد التميمي، المنظور الاستراتيجي للاحلام الدعوي، دار أمجد للنشر والتوزيع، عمان، 2018.
10. محمد فوزي شهاب الدين، دور التلفزيون في ترتيب اولويات القضايا السياسية لدى الجمهور البحريني، معهد البحرين للتنمية السياسية، البحرين، 2017.
11. موسى جواد الموسوي، الإعلام الجديد، مطبعة جامعة بغداد، بغداد، 2011.
12. ياسين علوان الطيف الجبوري، اساليب التسويق السياسي في البرامج الحوارية التلفزيونية، دار غيداء للنشر والتوزيع، عمان، 2019.

ثانياً. الرسائل والاطاریح

- حنان تيتي، دور وسائل الإعلام في تعديل قيم المواطنة لدة الرأي العام - حالة الثورات وقيم الانتماء لدى الشعوب العربية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الحقوق والعلوم السياسية-جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، 2014.