

تغطية البرامج التلفزيونية لعملية التعداد العام للسكان في العراق لعام 2024 ودورها في توعية المواطن تجاهها: برنامج تغطية خاصة على قناة العراقية نموذجاً

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

كلية التربية الأساسية جامعة سومر¹

كلية التربية جامعة سومر²

استلام البحث: 16-09-2025 مراجعة البحث: 22-10-2025 قبول البحث: 11-11-2025

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 والاستمالات 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 ابرزها، إنَّ البرنامج اعتمد على مصادر متنوعة في استقاء المعلومات لتوعية وتنقيف المواطنين تجاه عملية التعداد العام للسكان في العراق لعام 2024 ، وقد اثار البرنامج موضوعات كان على رأسها الموضوعات التوعوية، واستخدم البرنامج اللغة العامية أكثر من اللغة الفصحى والمصطلحات الاجنبية، كما أن البرنامج اعتمد على مجموعة من الاساليب الفنية لتوعية المواطنين العراقيين بعملية التعداد السكاني، واستخدم ثلاث استمالات هي (العقلانية، العاطفية، التخويف)، واستخدم البرنامج اربع قيم في توعية المواطنين هي (الصدق في تقديم المعلومات، التعاون مع فرق الاحصاء، الشعور بالمسؤولية، الالتزام بالتعليمات)، واوصى 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

المقدمة:

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

عادة ما تحظى عملية التعداد العام للسكان باهتمام واسع من لدن وسائل الإعلام المختلفة، لكونها ملمحاً مهماً من ملامح التنمية، الذي يُسهم 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 الإحصائية التي تجري في العراق، وتناولت 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 تقدم 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)، لسلط الضوء على تغطية البرامج التلفزيونية العراقية عملية التعداد السكاني لعام 2024، وتمحور 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

أولاً. 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، وتعال 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، ويتابع 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 لتسليط الضوء على سير تنفيذ عملية التعداد العام للسكان، وتتاول في الحلقات عملية اجراء تعداد تجريبي للسكان، وواجبات المواطن تجاه العملية الإحصائية، وأهمية مشاركة المواطنين في العملية، ومراحل العملية الإحصائية، 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 لتوعية المواطن العراقي بها؟ الذي تفرعت منه الاسئلة الفرعية التالية:

1. ما هي المصادر التي اعتمد عليها برنامج تغطية خاصة لتوعية وتنقيف 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 لتوعية المواطنين بعملية التعداد العام للسكان لعام 2024؟
4. ما هي الاستمالات التي استعملت في برنامج تغطية خاصة لتوعية 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 تضطلع به البرامج التلفزيونية في تغطيتها لسير عملية التعداد العام للسكان في العراق لعام 2024، اذ يتجلى الدور الأول بالسماح للجمهور المتلقي بالاطلاع الجيد على أهمية عملية التعداد العام للسكان، والدور الثاني تزويد المواطنين بمعلومات تعزز ثقافته تجاه المشاركة الفعالة 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 توعية المواطن العراقي بالتعداد، من خلال ما يلي:

1. الكشف عن المصادر التي اعتمد عليها برنامج تغطية خاصة لتوعية وتنقيف 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 لتوعية المواطنين بعملية التعداد العام للسكان لعام 2024.
4. بيان الاستمالات التي استعملت في برنامج تغطية خاصة لتوعية 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 للمدة 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. ادوات البحث

استخدم الباحث أداتين لجمع البيانات والمعلومات المتعلقة بالظاهرة موضوع البحث، الأداة الأولى الملاحظة العلمية، لمتابعة برنامج تغطية خاصة، والتعرف على ما تم طرحه من أساليب وقواعد وتسجيل ابرز المؤشرات بهذا الخصوص، ومن ثم تطبيقها، وعكسها في تحديد وصياغة الفئات في الأداة الثانية، وهي استمارة تحليل المضمون، التي اعتمد عليها الباحث في التحليل الكمي والنوعي، إذ اشتمل التحليل الكمي على جمع البيانات، فضلاً عن التحليل النوعي لتفسير النتائج المتوصل إليها 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 ماذا 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 طرحها مضمون الاتصال في برنامج (تغطية خاصة) .

المبحث الثاني: الإطار النظري

أولاً. المفاهيم الواردة في البحث

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

ب. **البرامج التلفزيونية:** شكل فني، يشغل مساحة زمنية محددة، وله اسم ثابت، ويقدم في مواعيد محددة وثابتة، يومياً أو اسبوعياً أو كل اسبوع 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، والندوات والمقابلات وغيرها⁽²⁾.

ج. **التعداد السكاني:** هو "عملية احصاء السكان رسمياً لقطر أو منطقة معينة، في زمن معين، وتجمع البيانات حول الجوانب الديموغرافية، والاقتصادية، والاجتماعية، المتعلقة بهلاء السكان"، ويعد 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، اذ 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، وتساعد في معرفة كيفية ملاحظة الاشياء 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، واهمال موضوعات أخرى، ما يؤدي إلى تركيز الجمهور المتلقي على القضية المطروحة في وسائل الإعلام، اذ إنّ وسائل الإعلام لم تعد مجرد ناقل للمعلومات فقط، وانما عامل رئيس يؤثر في أفكار المتلقين، واتجاهاتهم، وسلوكهم عبر طرحها لعدد من القضايا التي ترتبها وفقاً لأهميتها، وذلك بانتقاء قصص اخبارية معينة واهمال قصص أخرى⁽⁵⁾.

تعد عملية ترتيب أولويات الجمهور للقضايا التي تتناولها وسائل الاعلام عملية ايديولوجية، تنطلق من مرجعيات ومحددات سياسية أو ثقافية، توجه عمل القائم بالاتصال، وتجعله يختار موضوعات محددة لا يصل رسالة ما، أو رؤية ما، للتأثير في وعي المتلقي، أو في تغيير أو تعزيز اتجاهاته، وسلوكه، ومواقفه بما يوافق ايديولوجية المؤسسة الإعلامية⁽⁶⁾.

بنيت نظرية ترتيب الأولويات على فرضية رئيسية وفرضيات فرعية وكما يلي⁽⁷⁾:

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

ب. الفرضيات الفرعية:

1. لوسائل الإعلام تأثير قوي على الجمهور المتلقي.
2. إنَّ الاتصال يبدو كعملية يكون فيها المرسل المحور الرئيسي.
3. تقترض النظرية أن الاعلاميين ومصادره والجمهور يفسرون القضية أو الخبر بطريقة متشابهة.
4. بسبب المساحة المحدودة، والوقت المحدود، واقتناع الاعلاميين ببعض المواضيع التي تحمل قيمة خبرية، فانه يتم اهمال الكثير من القضايا، ولا تصبح جزء من الاخبار، وفي المقابل، تعطى بعض الاخبار والقضايا اهتماماً كبيراً، ويشكل هذا الاختيار للموضوعات والقضايا مستويات مختلفة من البروز أو المساحة أو الوقت يسمى بأجندة الإعلام.
5. ينتقل الاهتمام من وسائل الإعلام إلى الجمهور فيستعمل التقييم نفسه عندما يقرر ترتيب أهمية هذه القضايا والموضوعات بالنسبة له.

ثالثاً. وظائف التغطية الإعلامية

تتحمل وسائل الإعلام مسؤولية احاطة الجمهور بالمعلومات عن الأحداث والقضايا التي تحيط به بأقصى قدر من المعايير المهنية، وتعاضم دور الإعلام من خلال نقلها للأحداث والقضايا وتقديم التفسيرات اللازمة لها، وحظيت البرامج التلفزيونية بدور خاص ومهم في صناعة وتوجيه الرأي العام تجاه قضية معينة⁽⁸⁾، وتتركز وظيفة التغطية الإعلامية حول الاقناع والتعليم والاعلام والترفيه، وتنطلق هذه الوظائف من الأهداف التي يسعى المصدر لتحقيقها في الجمهور المتلقي، من خلال مشاركة الأخير في العملية الاتصالية معه، وقد تولدت وظائف جديدة للإعلام في أثر زيادة الحاجات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية أهمها:

1. **وظيفة المراقبة والاشراف:** 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، فالتغطية الإعلامية تعمل على إيجاد الترابط بين الجمهور المستهدف إزاء قضية ما لتكوين رأي عام موحد حولها⁽¹⁰⁾.
3. **وظيفة الاقناع والحوار:** توفير وسائل الإعلام قدراً كافياً من الحقائق وتبادلها مع الجمهور، وتوضيح جميع الآراء المتعلقة بقضية ما، كما أنها توفير الأدلة الملائمة 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 أزالَت الحدود أمام البث الفضائي، ما أدى إلى التنافس الشديد بين القنوات التلفزيونية الفضائية في تقديم برامج خاصة بالأحداث المهمة لنقل الحدث بشكل اني، واخذت تلقى استحساناً وقبولاً شديداً من الجمهور بفضل الوظائف التي تؤديها، أهمها⁽¹⁴⁾:

1. الإفادة من الشخصيات المهمة التي تتمتع بالمصداقية، وذات العلاقة بالحدث موضوع النقاش في البرنامج.
2. إعطاء 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 وراء جديدة.
6. زيادة ثقة المشاهد واقتناعه بالمعلومات التي تعرض في البرامج التلفزيونية، لاحتساسه أنه يستقي المعلومات من مصدرها.

المبحث الثالث: الإطار التحليلي

أولاً. نبذة عن برنامج تغطية خاصة

برنامج "تغطية خاصة" يعرض على شاشة قناة العراقية الفضائية، يتناول أبرز 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، وأهميتها الاقتصادية والاجتماعية والسياسية، وأهميه 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 أكاديمي
1	%31.25	5	موظفو التعداد وفرق الإحصاء
3	%12.5	2	مسؤول حكومي
2	%25	4	إعلامي
4	%6.25	1	خبير اقتصادي
-	%100	16	المجموع

أظهرت بيانات الجدول احتلال موظفي التعداد وفرق الإحصاء الترتيب الأول من بين ضيوف البرنامج الآخرين، وبواقع (5) تكرارات من مجموع التكرارات البالغة (16) تكراراً، وبنسبة بلغت (%31.25)، فيما احتل الترتيب الثاني كلاً من الباحثين الأكاديميين والإعلاميين بواقع (4) تكرارات لكل منهما وبنسبة بلغت (%25)، واحتل الترتيب الثالث المسؤولين الحكوميين بواقع تكرارين وبنسبة (%12.5)، وجاء الخبراء الاقتصاديون بالترتيب الأخير بواقع تكرار واحد، وبنسبة (%6.25). يتبين من معطيات الجدول إنَّ موظفي التعداد وفرق الإحصاء هم أكثر الضيوف الذين ستضافهم البرنامج، ويرجع السبب إلى إنَّ هذه الفئة هي الأكثر قدرة على تقديم معلومات عن التعداد العام للسكان، وشرح تفاصيله للمشاهدين، بدقة أكبر من بقية الفئات الأخرى، كما أن 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 لعلمية التعداد العام للسكان

الترتيب	النسبة المئوية	التكرار	الفئة
1	%40	155	توعوية
2	%24	93	إرشادية
5	%7.8	30	إخبارية
3	%15.2	59	تعليمية
4	%13	50	تثقيفية
-	%100	387	المجموع

أظهرت 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 الإرشادية بواقع (93) تكراراً وبنسبة بلغت (%24)، واحتل الترتيب الثالث الموضوعات التعليمية بواقع (59) تكراراً وبنسبة (%15.2)، وجاءت الموضوعات ذات الطبيعة التثقيفية

بالترتيب الرابع بواقع (50) تكراراً وبنسبة (13%)، واخيراً جاءت الموضوعات ذات الطبيعة الاخبارية بواقع (30) تكراراً وبنسبة (7.8%). يتبين من معطيات الجدول إنَّ 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 ايضاً بإرشادهم إلى كيفية التعامل مع اجراءات العملية الاحصائية، ووضح لهم كيفية ملء استمارات الاحصاء، وثقيفهم للارتقاء 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	الفصحى
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 الفصحى بواقع (48) تكراراً وبنسبة (30.6%)، فيما احتل الترتيب الثالث المصطلحات الاجنبية بواقع (4) تكرارات وبنسبة (2.5%). اشارت معطيات الجدول إلى إنَّ 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 الفصحى السهلة الفهم، مع تطعيمها ببعض المصطلحات الاجنبية لأغراض تثقيف 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 ضيوف 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، لتغطية 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 والاخير التقرير التلفزيوني بواقع (8) تكرارات وبنسبة (1.9%).

اشارت معطيات الجدول إلى أن البرنامج وظف مختلف الفنون والاساليب الإعلامية لتغطية 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، والاجراءات المتخذة، كما أن هذا التنوع 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 بسلاسة عالية.

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

الترتيب	النسبة المئوية	التكرار	الفئة
1	45.8%	190	الاستمالات العقلانية
2	39.3%	163	الاستمالات عاطفية
3	14.9%	62	استمالة تخويف
-	100%	415	المجموع

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

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

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

الترتيب	النسبة المئوية	التكرار	الفئة
1	42.1%	80	الاستشهاد بالمعلومات والوقائع
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 والوقائع الترتيب الأول من بين الاستمالات العقلانية (المنطقية) التي استخدمت في برنامج تغطية خاصة، لتغطية التعداد العام للسكان في العراق، بواقع (80) تكراراً، من مجموع التكرارات البالغة (190) تكراراً، ونسبة (42.1%)، وجاء بالترتيب الثاني الاعتماد على الاحصاءات والارقام بواقع (46) تكراراً ونسبة (24.2%)، فيما احتل الترتيب الثالث بناء النتائج وفق مقدمات محددة بواقع (34) تكراراً ونسبة (17.9%)، وجاء عرض وجهات نظر مختلفة بالترتيب الرابع بواقع (30) تكراراً ونسبة (15.8%).

نستنتج من معطيات الجدول إنَّ البرنامج ركز بالدرجة الأساس على الاستشهاد بالمعلومات والوقائع لاستمالة المشاهدين لفقرات البرنامج، لأن هذه الفئة من الاستمالات تزيد من مصداقية البرنامج لدى المتلقي، كما انها تحسن الفهم لديهم، وتدعم الحجج التي يطرحها البرنامج لتوعية المواطنين بأهمية التعداد.

جدول رقم (7): الاستمالات 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 الاستمالات العاطفية التي استخدمت في برنامج تغطية خاصة، لتغطية التعداد العام للسكان في العراق، بواقع (63) تكراراً، من مجموع التكرارات البالغة (163) تكراراً، ونسبة (38.6%)، وجاء بالترتيب الثاني اعلاء الاحساس بالمسؤولية الفردية بواقع (50) تكراراً ونسبة (30.7%)، فيما احتل الترتيب الثالث الاستشهاد بمصادر موثوقة بواقع (35) تكراراً ونسبة (21.5%)، وجاء بالترتيب الرابع استخدام صيغ التفضيل بواقع (15) تكراراً ونسبة (9.2%).

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

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

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

الترتيب	النسبة المئوية	التكرار	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 استمالات التخويف التي استخدمت في برنامج تغطية خاصة، لتغطية التعداد العام للسكان في العراق، بواقع (32) تكراراً، 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 إنَّ البرنامج وازن في استخدام استمالة التخويف وبنسب متقاربة 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	التكرار	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) تكراراً، 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%) اما قيمة الالتزام بالتعليمات فجاءت بالترتيب الرابع بواقع (15) تكراراً وبنسبة (10.5%).

نستنتج من الجدول إنَّ البرنامج سعى إلى ترسيخ قيمة الصدق في تقديم المعلومات أكثر من بقية القيم الأخرى، لأن المعلومات الخاطئة تؤثر على صحة نتائج التعداد العامة، وبالتالي تربك عمل المسؤولين عن تخطيط البرامج التنموية، اما 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 تغطية خاصة في استقاء المعلومات لتوعية وتنشيط المواطنين تجاه عملية التعداد العام للسكان في العراق لعام 2024 على مصادر متنوعة، 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، وتنشيطية)، وركز البرنامج على الموضوعات التوعوية أكثر من غيرها من الموضوعات الأخرى.
3. استخدم برنامج تغطية خاصة اللغة العامية لايصال الرسالة التوعوية للمشاهدين حول التعداد أكثر من اللغة الفصحى والمصطلحات الاجنبية.
4. اعتمد برنامج تغطية 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 ثلاث استمالات (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 والوقائع، والاعتماد على الاحصاءات والارقام، وبناء النتائج وفق مقدمات محددة، وعرض وجهات نظر مختلفة) واعتمد على فئة الاستشهاد بالمعلومات والوقائع لتوعية المواطنين تجاه التعداد العام للسكان في العراق لعام 2024 أكثر من بقية الاستمالات العقلانية الأخرى.
7. استخدم البرنامج أربع فئات من الاستمالات العاطفية لتوعية المواطنين بعملية التعداد السكاني هي (اعلاء الاحساس بالمسؤولية الفردية، واستثارة المشاعر الوطنية، واستخدام صيغ التفضيل، والاستشهاد بمصادر موثوقة)، واعتمد على استثارة المشاعر الوطنية أكثر من غيرها لتوعية المواطنين ازاء التعداد.
8. استخدم البرنامج فئتين من استمالة التخويف هي (التحذير من سلبات عدم اعطاء معلومات صحيحة، والتحذير من تداعيات عدم المشاركة بالعملية الاحصائية) وكان استخدامهما متوازناً إلى حد ما.
9. سعى برنامج تغطية 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 والمختصين 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 المثلى لتغطية هكذا حدث، من أجل تحقيق البرامج هدفها التوعوي.
4. التنسيق بين معدي 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) بشرى حسين الحمداني، التغطية الصحفية الاستقصائية تحقيقات 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، العكيان للنشر، الرياض، 2014، ص83-85.
- (5) عاطف عدلي العبد ونهى 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 العامري وعبد السلام محمد السعيد، الإعلام والديموقراطية في الوطن العربي. العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2010، ص172.
- (10) غادة البطريق، 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 تفعيل قيم المواطنة لدى 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

أولاً. الكتب

1. احمد جابر الصعب، سكان العراق: دراسة ديموغرافية اجتماعية، دار غيداء للنشر والتوزيع، عمان، 2016.
2. بشرى حسين الحمداني، التغطية الصحفية الاستقصائية تحقيقات عابرة للحدود، دار اسامة 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 البطريق، العلاقات العامة وفن ادارة الازمات، أطلس للطباعة والنشر، القاهرة، 2017.
7. محمد بن سعود البشر، نظريات التأثير الاعلامي، العكيان للنشر، الرياض، 2014.
8. محمد حسن العامري وعبد السلام محمد السعيد، الإعلام والديموقراطية في الوطن العربي. العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2010.
9. محمد زايد التميمي، المنظور الاستراتيجي للاعلام 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 والاطاريح

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