

مؤشرات الصورة الذهنية لدى طلبة جامعة بغداد إزاء الأحزاب السياسية العراقية
(دراسة مسحية للمدة من ٢٠١٣/٩/١ إلى ٢٠١٤/١/١)

نور اختياري موحان
ا.م.د باقر موسى جاسم
العلاقات العامة / كلية الإعلام جامعة بغداد

بحث مستل من رسالة الماجستير الموسومة (الصورة الذهنية للأحزاب السياسية العراقية
لدى طلبة جامعة بغداد بعد عام ٢٠٠٣)

المستخلص

اهتمت الدراسات الإعلامية بموضوع الصورة الذهنية اهتماماً كبيراً لأن الصورة التي تتشكل في ذهن أصبحت لا تقتصر على إنسان يشكل صورة ، ويحتفظ بها لنفسه ، بل أصبح لتلك الصورة تأثيرها الخارجي، والذي قد يصل أحياناً إلى حد تشكيل مصير الآخرين، وأصبح يشترك فيها الأفراد والجماعات معاً ، وتأتي هذه الدراسة في سياق التعرف إلى صورة الأحزاب السياسية لدى الطالب الجامعي العراقي وطبيعة النظرة التي يختزنها عن تلك الأحزاب، وقد تضمن الفصل الأول مشكلة البحث وأهميته وأهدافه والمنهج المستخدم اذ اعتمدت المنهج المسحي مستعينة بأداة المقياس في الجانب الميداني للبحث ، اما الفصل الثاني فقد جاء المبحث الأول حول مفهوم الصورة الذهنية ومكوناتها، اما المبحث الثاني فكان حول مفهوم الأحزاب السياسية وعناصرها وتصنيفاتها ، في حين حمل المبحث الثالث عنوان فاعلية وظيفية العلاقات العامة في الأحزاب السياسية المفهوم والأهداف ، فيما جاءت الدراسة الميدانية في الفصل الثالث .

Abstract:**Mental Image Indicators among Iraqi University Students about Iraqi Political Parties**

Assistant Professor: Baqir Musa Jasim
College of Mass Communication
University of Baghdad

Media studies have focused mostly on the issue of the mental image because the image that is formed in the mind has become not only a photo of human being and having kept for himself. This image has an outside influence which may sometimes up to the formation of the fate of others and it sometimes includes individuals and groups together.

This study comes in the context of identifying the image of Iraqi political parties among Iraqi university students and the nature of the view that students have in their minds about these parties.

Chapter one includes the problem of the research, the importance of the study, the goals and method used. Chapter two is divided into two sections: section one deals with the concept of the mental image and its components; section two is about the concept of political parties, their elements and classifications; section three discusses the title 'the effectiveness of the function of public relations in the concept and aims of public parties. Chapter three is about a field study.

مقدمة

أولت الدراسات الإعلامية موضوع الصورة اهتماماً كبيراً لأن الصورة التي تتشكل في ذهن أصبحت لا تقتصر على تشكيل الإنسان صورة ما والاحتفاظ بها لنفسه ، بل أصبح لتلك الصورة تأثيرها الخارجي ، والذي قد يصل أحياناً إلى حد تشكيل مصير الآخرين

، وأصبح يشترك فيها الأفراد والجماعات معاً ، وتوسعت لتصل إلى أن يكون الفرد صوراً عن الشعوب والأمم والمؤسسات والشخصيات ، ومما زاد من أهمية دراسة الصورة هو إن تلك الصور التي تتشكل في الأذهان أصبحت في كثير من الأحيان مفتاح كل قضية يراد اتخاذ قرار بشأنها ، ولما كانت القرارات لها صداها التأتيري ، لاسيما في العمليات الانتخابية أو غيرها أضحت بعض المؤسسات تهتم بتلك الصور المرسومة ، إذ سعى كل شخص ان يحسن صورته في ذهنية المستهدف أو على الأقل تجميلها .

وتأتي هذه الدراسة في سياق التعرف إلى صورة الأحزاب السياسية لدى الطالب الجامعي العراقي وطبيعة النظرة التي يخرننها عن تلك الأحزاب ، لاسيما وإن الصورة التي يحملها الطالب الجامعي تُعدّ عاملاً أساسياً لمعرفة مدى نجاح الأحزاب في أداء وظائفها ، وهو كذلك مؤشّر على مدى ثقة الجمهور بها وبالذور الذي تؤديه .

الفصل الأول : الإطار المنهجي

أولاً : مشكلة البحث

افرز الواقع العراقي بعد الاحتلال الأميركي للعراق عام ٢٠٠٣ ظواهر كثيرة أحدثت تغييراً كبيراً في بنية الحياة السياسية ، منها إطلاق الحريات السياسية وحرية العمل السياسي وما تلاها من متغيرات سياسية أثرت بشكل كبير فيما يجري في الساحة المحلية والإقليمية والدولية ، إذ أفرزت التعددية السياسية عدداً كبيراً من الأحزاب السياسية التي تتزايد مع مرور الأيام حتى أصبح العراق من أكثر البلدان التي تتسم بكثرة عدد الأحزاب ، وعلى الرغم من أن كثرة عدد الأحزاب عادة ما تكون ظاهرة ايجابية وفي صالح المجتمع إلا أن عدم وجود ضابطة قانونية أو تشريع قانوني لها ينظم عملها ويحدد مصادر تمويلها نتج عنه مؤشرات سلبية كثيرة أشرت وبشكل واضح على عمل ومنهج وسلوكيات تلك الأحزاب وأوجدت فوضى كبيرة في الأسماء والعناوين وسرية العمل وطرق التنظيم ومجهولية مصادر التمويل والخلفية السياسية للمؤسسين والامتدادات الخارجية لها إقليمياً ودولياً ، وقد أصبح هذا الكم الهائل من الأحزاب والتنظيمات والتيارات الحزبية والسياسية بما تتضمنه من سلوكيات عشوائية وبعض الأحيان عدوانية وأنماط تفكير مجهولة ، أصبحت تشكل نوعاً من الإرهاب الفكري ، وبالنظر للدور الاستراتيجي المهم الذي تمارسه الأحزاب في العملية السياسية والاجتماعية وفي المجالات كافة ، لذا فان معرفة مؤشرات الصورة الذهنية لتلك الأحزاب يعد ضرورياً ، وقد جاءت هذه الدراسة لمعرفة صورة الأحزاب السياسية لدى طلبة جامعة بغداد ، والوقوف إزاء ملامحها ، ومدى ارتباطها بالمواقف السياسية للأحزاب ،

وتمحورت مشكلة الدراسة في السؤال الرئيس الآتي: (ما الصورة الذهنية للأحزاب السياسية لدى طلبة جامعة بغداد)؟ وعن طريق التساؤل الرئيس تفرعت التساؤلات البحثية الآتية:

١. ما مديات مؤشرات الصورة الذهنية للأحزاب السياسية لدى طلبة جامعة بغداد ؟
٢. ما طبيعة الصورة الذهنية التي يحملها طلبة جامعة بغداد عن الأحزاب السياسية ... (سلبية أم إيجابية أم محايدة) ؟
٣. ما سمات الصورة الذهنية عن الأحزاب لدى طلبة جامعة بغداد ؟
٤. ما مؤشرات الصورة الذهنية لدى طلبة جامعة بغداد إزاء دور الأحزاب في المجالات كافة (السياسية , الاقتصادية , الاجتماعية) ؟

ثانياً: أهمية البحث

تتمثل أهمية هذه الدراسة في كونها تبحث في مجال الصورة الذهنية ، والذي يُعدّ من المجالات البحثية المهمة ، فضلاً عن أنها تبحث في مجال الصورة الذهنية للأحزاب السياسية عند الطلبة ، حيث لم يتم التطرق إليها في العراق من قبل ، وبالإمكان أن يقدم هذا البحث للمعنيين بالأحزاب رؤى واضحة ومحددة عن الصورة الذهنية للأحزاب ، ويوفر نتائج علمية يمكن أن تسهم في تقويم أداء الأحزاب وامتخاذ القرار السياسي في العراق سواء أكان ذلك في السلطة أو المعارضة .

ثالثاً: أهداف البحث

يمكن تحديد أهداف البحث بما يأتي :

- ١- تحديد الصورة الذهنية للأحزاب السياسية لدى طلبة جامعة بغداد .
- ٢- تحديد مديات مؤشرات الصورة الذهنية للأحزاب السياسية لدى طلبة جامعة بغداد .
- ٣- معرفة سمات الصورة الذهنية عن الأحزاب لدى طلبة جامعة بغداد .
- ٤- تحديد مؤشرات الصورة الذهنية لدى طلبة جامعة بغداد إزاء دور الأحزاب في المجالات كافة (السياسية , الاقتصادية , الاجتماعية) .

رابعاً: منهج الدراسة

يعد هذا البحث ضمن إطار البحوث الوصفية ، ووفقاً للمتطلبات والأهداف التي يرمي إلى تحقيقها ، تم اللجوء إلى استخدام المنهج المسحي والذي يقوم على جمع البيانات

وتصنيفها وتبويبها ، ومحاولة تفسيرها وتحليلها من أجل قياس ومعرفة أثر وتأثير العوامل في أحداث الظاهرة محل الدراسة، فضلاً عن التنبؤ بسلوكها في المستقبل^(١) .

الفصل الثاني : الإطار النظري

المبحث الأول (مفهوم الصورة الذهنية ومكوناتها)

أولاً : مفهوم الصورة الذهنية

تعرف الصورة الذهنية بأنها (تلك الانطباعات التي تقوم على الإدراك العقلي السابق دون أن تكون لها إنعكاسات سلبية على تفاعل الأفراد والمجموعات ، لأن معظم تلك الصور الذهنية يصيبها النسيان أو التحوير أو إعادة النظر بمرور الزمن لإعتمادها على الخيال بالدرجة الأولى)^(٢) ، كما وتعرف الصورة الذهنية بأنها مجموعة الأحكام والتصورات والانطباعات القديمة المتوارثة والجديدة المستحدثة الايجابية منها والسلبية التي يأخذها شخص أو جماعة أو مجتمع عن آخر ويتخذ منها منطلقاً وأساساً للتقييم ولتحديد المواقف والسلوك إزاء الآخر^(٣) .

وتعد الصورة الذهنية هي عملية نفسية ذات أبعاد شعورية ومعرفية ، وهي نسبية ومتغيرة من موضوع لآخر ، وليست لها خصائص ثابتة، إذ تتكون وتتطور في إطار ثقافي معين^(٤) ، والصورة الذهنية هي بمثابة الخريطة التي يستطيع الإنسان عن طريقها أن يفهم ويدرك ويفسر الأشياء ، إي أن الصورة هي الفكرة التي يكونها الفرد عن موضوع معين ، وما يترتب عن ذلك من أفعال سواء أكانت سلبية أو ايجابية ، وتكون عادة مبنية على المباشرة والإيحاء المركز والمنظم ، بحيث تتشكل من خلالها سلوكيات الأفراد المختلفة^(٥) ، كما انها الأفكار التي تتكون في عقول ووجدان الجماهير تجاه قضية أو شخص أو منظمة أو فكرة ، وهي تتبادر إلى الأذهان عند ذكر اسمها لتعطي مفهوماً معيناً قد يكون طيباً أو سيئاً وتتكون هذه الصورة مما يستقيه الفرد من وسائل الإعلام ، وما يكتسبه الفرد من معلومات ومعارف وخبرات بخصوص القضايا أو الأفكار أو المنظمات أو الأفراد^(٦) ، وتتحول هذه الصور من إنطباعات أولية في الذهن عن الأشياء والأفكار والأشخاص إلى أساس معياري ينظر لآخر من خلاله^(٧) ، وان الصورة كذلك تعد إحدى القوى النفسية التي تُحدد اتجاهات الفرد وأنماط سلوكه ، وهي قابلة للتغيير؛ لأنها عملية ديناميكية تتغير وتتبدل بحسب تطور الواقع الاجتماعي وتغير الأوضاع الإقتصادية والسياسية والثقافية ، غير ان ذلك لا يعني بالضرورة فقدانها لصفة الثبات ، ولاسيما اذا كان الجمهور يعيش جواً اتصالياً تتوافق فيه الرسائل التي يتلقاها مع الصورة الذهنية التي يحملها إزاء الأشياء ، وهذا بالضرورة

يؤدي إلى ثبات ورسوخ الصور التي تكونت سابقاً^(٨)، وقد عبر عن الصورة بكونها قوى نفسية أكثر من كونها عملية عقلية ، وان هذه الصورة هي التي تحدد اتجاهات الإنسان ، وتسيطر عليه بعد تكوينها وتصبح بمثابة محدد لاتجاهاتنا ، وأنماط تصرفاتنا وسلوكياتنا ، وان هذه الصورة تتميز بديناميكيته ومرونتها ، لأنها عملية تتغير وتتبدل ولكن هذا التغير مرهون بتطور الأوضاع المحيطة بحامل الصورة الذهنية وان ثباتها نسبي ، أي بالإمكان تغييرها أو ثباتها في حال تعزيزها برسائل إتصالية تتوافق ومضمون هذه الصور ، فتتحول إلى صور راسخة وتعميمية للصور التي تكونت في السابق ، وهذا يظهر دور وسائل الإعلام في تكوين الصور الذهنية ، وتعزيزها في أذهان المتلقين عن طريق التركيز في مضامين الرسائل الاتصالية الموجهة الى الجمهور ، وإختيار الوسائل المؤثرة والمختلفة .

ثانياً: مكونات الصورة الذهنية

١ : المكون المعرفي (الإدراكي)

إن عملية تكوين الصورة الذهنية تعتمد على آليات ذات أبعاد نفسية واجتماعية وإدراكية متعددة ، فالصورة التي نكونها عن أنفسنا وعن الآخرين تتم عبر نتاج عملية ترشيح لكم هائل من المعلومات والحقائق التي يجري تمرير جزء منها، واستبعاد جزء آخر^(٩) . ولا بد من الإشارة إلى مفهوم (الإدراك) ، والذي يُشير إلى ان الإنسان يعي ما حوله من الأشياء والأحداث باستخدام الحواس ، وان الحدث المدرك يتركب من عدد من الرسائل المحسوسة التي ترتبط وتتشابك وتتلاحم بصورة شديدة ، وفي النهاية تشكل أساس المعرفة للإنسان^(١٠) اي أن الإدراك عملية تمر بمراحل عدة قبل ان تكون إنطباعات وصور عن الأحداث أو الرسائل ، ولعل أولى هذه المراحل التي تسبق عملية الإدراك مرحلة استقبال المنبه (المثير) الخارجي ، فيدركه الفرد نتيجة موقف معين عن طريق حواسه^(١١) ، فتبدأ عملية الإحساس بذلك المثير، والإحساس يُعدّ احد الجوانب المهمة التي تمكن الفرد من الوعي والشعور بالمثيرات المحيطة به ، فهي العملية التي تزود الجهاز العصبي بالمعلومات عن العالم الخارجي ، ويتم الإحساس عن طريق أعضاء الحس المختلفة^(١٢) .

٢ : المكون النفسي (العاطفي)

يقصد بالمكون العاطفي تكوين اتجاهات عاطفية سلبية أو ايجابية نحو الظاهرة موضوع الصورة^(١٣) ، وتلك الإتجاهات التي تمثل نظاماً دائماً من التقييمات الإيجابية أو السلبية والمشاعر الانفعالية وميول للإستجابة مع أو ضد مجموعات إجتماعية معينة^(١٤) ، إذ

ان العواطف تمثل المشاعر التي لا تعتمد على العقل ، والتي تتحكم بلا شك في كمية المعلومات التي تتدفق اليه ونوعها ، وهي أحد العوامل الرئيسية التي يتم على أساسها الإدراك الإنتقائي لمواد الإتصال^(١٥) ، وهي تختلف باختلاف الموقف الذي يكون الفرد موجود فيه ، لذلك تعد العواطف شأن لاعقلاني^(١٦) ، إذ يبحث الأفراد عن المعلومات التي تتفق مع آرائهم واتجاهاتهم وميولهم ، وإنهم يبتعدون عن كل ما لا يتوافق وتلك المواقف ، من خلال الإدراك أو التصور أو التفسير الانتقائي للمضامين التي يتعرضون لها ، وبما يتفق مع مصالحهم وإتجاهاتهم حتى انهم يفسرون الرسائل ، ويضطرون إلى تحريف وتغيير الشائعات التي يستمعون إليها ، ويجعلونها تتفق مع وجهات نظرهم واتجاهاتهم والإطار القيمي الذي يمثلهم^(١٧) ، وينطوي تحته كل ما يدل على الصبغة الانفعالية (الحب أو الكره أو الارتياح أو النفور) ، وكل ما يرتبط بذلك من حالات مزاجية وعاطفية^(١٨) ، والتي تتأرجح بين الإيجابية أو السلبية ، ولعل ذلك لا يحدث عشوائياً ، بل لجملة عوامل تؤثر في تلك الدرجة من الاتجاهات الناتجة عن هذه العملية ، ومنها حدود توفر مصادر المعرفة ، فكلما كانت المصادر قليلة إتسم البعد الوجداني بالسلبية ، ويحدث العكس عند تعدد المصادر المعرفية التي تعزز من الفرص الايجابية في تكوين الإتجاهات ، كما تؤدي خصائص الشعوب (اللون ، اللغة ، الجنس) دورا في تكوين الإتجاهات ، وان اختلاف هذه الخصائص يؤدي إلى بناء الاتجاهات السلبية^(١٩).

٣ : المكون السلوكي

يقصد به (مجموعة الاستجابات للعملية التي يعتقدها المرء ملائمة إزاء الشيء في ضوء صفات الشيء المدركة مسبقا)^(٢٠) ، متمثلا في الإستعدادات السلوكية التي يؤتيها الفرد نحو موضوع ما ، ويعتمد سلوك الفرد ونزوعه على رصيد معرفته بذلك الموضوع وعاطفته المصاحبه لتلك المعرفة^(٢١) ، وهو ما يُعرف بـ(السلوك العقلي) ، والذي يعني ان جميع الأفعال التي تصدر من ذلك الإنسان بعد اختيار وسابق معرفة^(٢٢) ، ولذلك يعد الجانب السلوكي المحصلة النهائية والترجمة العملية لتفكير الإنسان وإنفعالاته بخصوص موضوع ما ، ويظهر في بعض السلوكيات المباشرة الظاهرة مثل التحيز ضد جماعة ما أو القيام بأعمال عدوانية تجاه الجماعة موضوع الصورة أو بعض السلوكيات الباطنة كالتقييم السلبي والإستعلاء والازدراء^(٢٣) ، وانه يجمع أي (السلوك) ثلاثة عناصر أساسية ، هي العقل والنفس والمجتمع ، ويتم عن طريق العقل تمثل الرموز والإشارات التي لها معانٍ إجتماعية وثقافية ، والتي يكون السلوك بموجبها ممكنا^(٢٤) ، وان ذلك السلوك يتحدد بفعل العوامل السيكولوجية والإجتماعية والثقافية بما فيها الإتجاهات ، إذ يرى كثيرا من علماء النفس

ان الإتجاهات تؤدي دورا كبيرا في توجيه سلوك الفرد (٢٥) ، حيث يقوم الفرد بمعرفة قضية معينة ثم يكون اتجاهها نحوها ، وبناءً على هذا الإتجاه يشعر بالرغبة في القيام بتصرف ما ، ثم تترجم إلى سلوك او حركة تبذل من جانب ذلك الفرد ، وان هذه الإتجاهات التي يكونها الفرد تكون ذات تأثيرات معرفية أو عاطفية ، التي إذا تفاعلت معا نتج عنها تأثيرات سلوكية متمثلة بالرغبة في القيام بعمل ما او فقدان الرغبة لهذا الفعل أو السلوك (٢٦) .

المبحث الثاني: الأحزاب السياسية (المفهوم ، العناصر ، التصنيف)

المبحث الثاني: الأحزاب السياسية (المفهوم ، العناصر ، التصنيف

أولا : مفهوم الحزب السياسي

الحزب السياسي هو تجمع أفراد منظم إلى حد ما ، الهدف منه التعبير عن آراء ومواقف ومصالح وتطلعات أعضائه ومؤيديه ، وعن خياراتهم السياسية وإفساح المجال لهم لممارسة السلطة ، فالحزب يطمح أساسا إلى تحمل مسؤولية ممارسة الحكم (٢٧) ، كما وتعرف الأحزاب السياسية بأنها جماعات منظمة ذات استقلال ، تقوم بتعيين مرشحيها وتخوض المعارك الانتخابية املا في الحصول على المناصب الحكومية، والهيمنة على خطط الحكومة (٢٨) ، ويلاحظ ان كلا التعريفين قد ربط هدف الأحزاب السياسية ذات التنظيم الموحد بالوصول إلى السلطة والحكم عن طريق ممارسة العملية الديمقراطية المتمثلة بالترشيح والانتخابات .

وتعرف الأحزاب على أنها (جماعات طوعية ذات قدر من التنظيم تسعى إلى خدمة المصلحة المشتركة والمجتمع استنادا إلى رؤية معينة ، كما تسعى إلى تقلد وظائف الحكومة وحدها أو عن طريق الائتلاف) (٢٩) ، وان هذا التعريف يسمح بالتمييز بين مختلف القوى السياسية إنطلاقاً من معيار الهدف ، ذلك ان الأحزاب السياسية عند وصولها إلى السلطة تكون العين المراقبة للعملية السياسية آخذةً على عاتقها حماية ورعاية المصلحة العامة وان هذا هدفها من الوصول إلى السلطة ، وبهذا تكون الأحزاب السياسية ذات مشروع شامل عند سعيها إلى خدمة تلك المصلحة .

وعُرفت الأحزاب السياسية بأنها (تنظيم دائم أي ان مدة حياتها تكون أطول من حياة مسيرتها ، فهي تنظيم محلي جيد التنظيم ومستديم يجري علاقات منظمة ومتنوعة على المستوى الوطني ، بحيث يكون لمسيريه الوطنيين أو المحليين إرادة في إعتلاء السلطة أو ممارستها ، وذلك عن طريق الانتخابات او بالطرق الأخرى كافة) (٣٠) ، وان هذا التعريف ميز الأحزاب السياسية عن القوى السياسية المختلفة ، وخصوصا جماعات الضغط عن طريق هدف تلك الأحزاب المتمثل بالوصول إلى السلطة، والتحكم فيها ، وبمختلف طرق الوصول

للسلطة سواء أكان عن طريق الانتخابات أم الثورة أم الانقلابات ، واستخدام القوة، كما انها ركزت في ديمومة التنظيم ، واستمرارية النشاط الداخلي المحلي والارتباط بالناخبين (٣١) .

ثانيا :عناصر الحزب السياسي

يقوم الحزب على مجموعة من العناصر، والتي تُعد بمثابة المقومات الأساسية التي لا بد منها لقيام أي حزب ، وبدونها أو بدون إحداها يُعد الحزب فاقدا لإحدى مقوماته الأساسية ، ومن الجدير بالذكر ان هذه العناصر تختلف في مدى أهميتها وبروزها من حزب إلى آخر، فقد يكون لأحد العناصر دون غيره الدور القوي في مسيرة الحزب ومصيره ، ولعل هذه العناصر تُعد من السمات الأساسية التي تميز الأحزاب السياسية الحديثة عن سابقتها التي ظهرت في الأزمان السالفة، ويتفق المنظرون السياسيون على ان هذه العناصر تتمثل بما يلي :

العنصر الأول: الآيديولوجية

تعني الآيديولوجيا بالمفهوم العام والشمولي على أنها مجموعة آراء أو أفكار سياسية وقانونية وأخلاقية ودينية وفلسفية وغيرها (٣٢) ، اما الآيديولوجية في الحزب السياسي فهي مجموعة القيم الأساسية ، والتي من خلالها يستمد ذلك الحزب مواقفه تجاه أحداث ومشكلات سياسية ، وتُعد بمثابة المحدد الأساس الذي يوجه السلوك السياسي للحزب ، كما انها المرشد له في تحقيق أهدافه عند وصوله إلى السلطة ، وانها أي الآيديولوجية الفصيل الذي يميز هذا الحزب عن الحزب الآخر ، كما وتعد بمثابة المحدد الذي يتم على أساسه اختيار أعضاء الحزب أو التنظيم الذين يدفعهم إيمانهم بأفكار وقيم ذلك الحزب الساعي إلى تحقيقها من الانضمام إليه ، وبهذا المعنى تكون الآيديولوجية سياسية ، وان اختلاف الآيديولوجيات هي المقرب او المبعد بين هذا الحزب أو ذلك كما انها تضيف صفة التمييز بين تلك الأحزاب ايا كان نشاطها اقتصاديا ام سياسياً ، عن طريق التوافق والتقارب في الأفكار ، كما انها في الوقت ذاته تعمل على إزالة وتقليص هذا التمييز (٣٣) .

العنصر الثاني : العضوية

ويقصد بالعضوية ان الأفراد الذين ينتمون الى حزب ما مهما كان عددهم قل أو زاد ، فهم يمثلون ذلك الحزب ، ويتبنون إيديولوجيته ، ويعبرون عن برامجه ، ويسعون إلى تحقيق أهدافه، وعندما يكون الأفراد أعضاء في حزب ما ، فإن هذا يعني أنهم جزء منه ، ومن الجدير بالذكر ان الأعضاء ينحدرون من طبقات وفئات مجتمعية معينة كأن يكونوا من الطبقة العاملة أو الفلاحة أو البرجوازية أو غيرهم ، فهم يمثلون مختلف الطبقات التي

تكون ذلك المجتمع الذي ينشأ فيه ذلك الحزب ، والذي يصبح أداة للتعبير سياسياً عن مصالحها وأهدافها ، ولابد من الإشارة إلى ان حزب الطبقة لا يستطيع ان يستوعب كل أفراد الطبقة استيعاباً تاماً ، وخصوصاً تلك المجتمعات التي تتميز بكثافتها السكانية لتعذر ذلك من الناحيتين العملية والتنظيمية ، ولهذا تجنح بعض الأحزاب الجماهيرية إلى ضم الطليعة من تلك الطبقات أو الشرائح لا جميع أفرادها ، كما ان عضوية الحزب لا تقتصر على طبقة أو فئة معينة في جميع الحالات والأوقات ، فقد ينضم أفراد من طبقة معينة إلى حزب آخر لا يمثل الطبقة التي ينتمون إليها ، خصوصاً اذا حدث الإيمان بمبادئ ورؤى تلك الأحزاب .

العنصر الثالث : الأهداف

من البديهيات التي لا يُختلف فيها ان ما من حزب يقوم إلا وله جملة أهداف وفقاً لرؤية ذلك الحزب وإيديولوجيته ، اذ تتحدد هذه الأهداف في الوصول إلى السلطة وإعتلاء صهوتها ، ومن ثم العمل على تحقيق برامج الحزب والأهداف الأخرى وفقاً لمصلحة الحزب الحاكم ، وضمان الاستمرار في السلطة ، والدفاع من أجل البقاء وتعزيز سلطته التي سبق ان حصل عليها ، والفوز في انتخابات محلية أو بلدية او نقابية الطريق للفوز في الانتخابات العامة أو البرلمانية والتي توصل الحزب إلى السلطة ، وبذلك يتحقق الهدف الرئيس للحزب (٣٤) .

العنصر الرابع : التنظيم

يُعدّ التنظيم أحد اهم العناصر في بناء الحزب وديمومته ، كما ان الحزب الذي يفتقر للتنظيم لا يمكن عده حزبا سياسيا في الوقت الحاضر ، وتولي بعض الأحزاب أهمية منقطعة النظير لهذا العنصر ، ويظهر ذلك جلياً في الأحزاب الجماهيرية والتي ترى ان أهداف البرامج الحزبية لا تقتصر على التأثير بالجماهير ، وإقناعهم بمبادئه وأفكاره ، وإنما يتعدى ذلك إلى توسيع القاعدة الجماهيرية لذلك الحزب عن طريق كسب أكبر عدد ممكن من الأفراد ، وضمهم لصفوف الحزب ، وان ذلك لا يتسنى إلا عن طريق عمل منظم ودقيق لكل جهاز الحزب (٣٥) .

العنصر الخامس : التمويل

يُعدّ التمويل من العناصر المهمة والمقومات الأساسية لإستمرار نشاط اي حزب ، ومن اجل ان يمارس الحزب أنشطته لابد له من مصدر مالي توظف مصاريفه في اتجاهين: يتمثل الأول بتغطية الندوات والحلقات الدراسية التي تعقدها (٣٦) ، وإدارة الحزب بما فيه من مؤسسات وهيئات فضلاً عن الأنشطة ذات الطابع الدعائي ، والآخر يذهب إلى تمويل العمليات الانتخابية وما تتضمنها من أنشطة إعلامية ، وغالباً ما تحصل الأحزاب على تمويلها من اشتراكات الأعضاء اذا كانت أحزاب جماهيرية ، أو تعتمد في ماليتها على الهبات (٣٧) .

ثالثاً : تصنيف الأحزاب السياسية

تتعدد تصنيفات الأحزاب بتعدد إهتماماتها وأهدافها وعقائدها وإيديولوجياتها ومصالحها الاقتصادية والسياسية ، لذلك قسمت الأحزاب حسب نشأتها إلى مجموعتين (٣٨) ، وهي :

١ - الأحزاب ذات النشأة البرلمانية والانتخابية

وتنشأ عبر لجان محلية ، وهذه اللجان يكون وجودها سابقا على التنظيم المركزي الذي يعمل على تنسيق أنشطتها ، ويندر أن يتمكن من السيطرة عليها .

٢ - الأحزاب التي نشأت خارج البرلمان

وهذا الإنموذج يتميز بمركزية بناءه التنظيمي ، لأنه ينطلق من القمة أو من الأعلى ، أي ان قيادات الحزب هي من تتولى التنظيم للحزب بخلاف المجموعة السابقة، والتي تنطلق من القاعدة ، وبذلك يكون دور قيادة الحزب طاغيا في حالة الأحزاب ذات النشأة الخارجية .

كما قسمت الأحزاب تقسيماً كلاسيكياً الى عدة أقسام تمثلت في (٣٩) :

القسم الأول : (أحزاب الأطر والكوادر)

وهذه الأحزاب تشكلت تاريخياً من الأعيان النافذين ، وقد تتميز بقلّة التنظيم ، كما أنها لا تعتمد على سياسة التثقيف في اختيار أعضائها .

القسم الثاني : (الأحزاب الجماهيرية)

وهي الأحزاب التي تتوجه مباشرة إلى الجماهير ، والعمل على تعبئتها بأفكار الحزب وأهدافه .

القسم الثالث (الحزب الأحادي)

ويطلق على جميع الأحزاب التي لا تؤمن بالديمقراطية للوصول إلى السلطة .

كما تصنف الأحزاب حسب نظامها إلى ثلاثة أنظمة هي :

١ . نظام الحزب الواحد : وهو النظام الذي لا يسمح قانونياً بممارسة العمل السياسي إلا لحزب واحد ، ويتميز هذا الحزب بقوته التي يستمدّها من تفردّه في العمل السياسي أكثر مما تتبع من اتساع قاعدته الشعبية (٤٠) .

٢ . نظام الحزبين : وهو النظام الذي يدور فيه النشاط السياسي بين حزبين أساسيين يستقطبان الرأي العام ، وقد يكون إلى جانبهما أحزاب أخرى ، ولكن تأثيرهما يكون شبه معدوم أو غير مؤثر في الحياة السياسية ، حيث يتنافس الحزبان على تولي السلطة

عن طريق الفوز بالانتخابات النيابية ، وان الفائز بأكثر عدد من المقاعد يمثل الأغلبية ، في حين يمثل الحزب الآخر الأقلية^(٤١) .

٣. نظام تعدد الأحزاب : ويقصد به ذلك النظام الحزبي الذي يضم أكثر من حزبين و قد يصل إلى ثلاثة أو أكثر تتنافس على ممارسة الحكم^(٤٢) ، وتتشارك هذه الأحزاب عن طريق وجودها في البرلمان والحكومة ، وفي شغلها للوظائف العامة ، وتقاسم البرلمان الحقائب الوزارية ، وذلك لصعوبة حصول احد الأحزاب على الأغلبية المطلوبة ، وهذا لا يعني إن كل الأحزاب الممثلة في البرلمان ستشارك في تشكيل الوزارة ، وان هذه المهمة تقع على عاتق الأحزاب الأكثر تمثيلا في البرلمان ، وتتولى الأحزاب الأخرى مهمة المعارضة^(٤٣) .
كما وتصنيف الأحزاب حسب التصنيف العقائدي الى^(٤٤) :

١. الأحزاب الإسلامية : وهي جميع الفصائل والجماعات المؤمنة بالأصول العقائدية الإسلامية ، وتقسم هذه الأحزاب من حيث هيكلتها إلى أحزاب إقليمية وأخرى قومية ، ويُعد تطبيق الشريعة الإسلامية في الحياة المنحى العام لهذه الأحزاب .
٢. الأحزاب غير الدينية : ويقصد بها الأحزاب التي لا تؤمن بالأصول العقائدية للإسلام ، ولها أيديولوجياتها الخاصة ورواها في نظرية الحكم والدولة .

المبحث الثالث (فاعلية العلاقات العامة في الأحزاب السياسية الوظيفة والأهداف)

أولا : وظيفة العلاقات العامة في الأحزاب السياسية

كل نشاط في الحياة يعتمد في الأساس على الناس ، ولكي يكتب النجاح لأي نشاط كان لزاماً عليه معرفة الكيفية التي يمكنه بها أن يتعامل مع هؤلاء الناس ، وان المجالات التي تحتاج الى العلاقات العامة متعددة ، نظرا لأهميتها وفاعليتها لها كعلم له شأنه في الإهتمام بآراء الناس ومواقفهم مع كل جماعة او تنظيم^(٤٥) ، والمجال السياسي احد المجالات التي تعتمد على العلاقات العامة في أنشطتها، حيث أصبحت المنظمات والمؤسسات والشركات والأحزاب السياسية والدول والجماعات العرقية والدينية تكافح لبناء صورة ذهنية ايجابية لنفسها على المستوى العام ، وأصبح موضوع بناء صورة ذهنية ايجابية وجيدة للأشخاص أو الشعوب أو الدول ، فضلا عن المنظمات والشركات من أهم الوظائف التي تقع على عاتق العلاقات العامة في تلك المؤسسات والتي تروج لتلك الصور الذهنية^(٤٦) ، وبهذا تتجه العلاقات العامة في جانبها السياسي نحو إنتاج بناء معرفي سياسي يكون ضروريا في

ديمومته وامتداده لإنتاج روابط ذات صلة بالتاريخ السياسي، وبخاصة لدى الأحزاب السياسية (٤٧) ، وان العلاقات العامة السياسية ما هي الاممارسة الأحزاب السياسية واللجان والتنظيمات السياسية والمرشحين ، والمرشحين المحتملين في الانتخابات العامة على الصعيدين الوطني والمحلي للعلاقات العامة للحصول على تأييد الجماهير وأصواتهم في إثناء الانتخابات ، وتحقيق قدر من القبول الجماهيري لبرامجهم السياسية ، ومن ثم تبني سياساتهم ، حيث تتضح مهامها في الحملات الانتخابية للمرشحين ، إذ تعمل كحلقة وصل بينهم وبين الناخبين ، ونقل آراء وأفكار الآخرين الى المرشحين ، فضلا عن ادارة حملاتهم السياسية ، وتقديم الإستشارة للأحزاب واللجان السياسية، فضلا عن ممارسة الضغط على المشرعين والمسؤولين التنفيذيين للتأثير في التشريعات والقوانين الحكومية لمصلحة منظمة سياسية .

ثانيا : تتلخص أهداف العلاقات العامة في الأحزاب السياسية بما يلي (٤٨) :

- ١ . تهدف العلاقات العامة وعن طريق الإعلانات السياسية الى تغيير الأفكار والمواقف والسلوك والتأثير في الرأي العام ، وضمان كسب تأييده ودعمه لحزب ما وفي أغلب القضايا المختلفة ، عن طريق إرسال رسائل سياسية ذات أهداف محددة ومقصودة الى الجمهور المستهدف .
- ٢ . تصحيح سوء الفهم والرد على النقد الموجه للحزب وسياسته ، إذ ان هدف العلاقات العامة في الأحزاب هو الحفاظ على سمعة تلك الأحزاب ، وتوضيح ما يظن على سياستها وأساليبها من تغير تستلزمه طبيعة الأوضاع أو طبيعة نشاط الحزب .
- ٣ . توعية المجتمع بدور الأحزاب في التصدي للقضايا التي تمسهم ، لا سيما القضايا الوطنية، وبيان الدور الذي يقع على عاتقهم كمواطنين وبما يتفق ومصالحهم .
- ٤ . إعلام الجمهور بحقيقة الموقف الداخلي للحزب، ووجهات نظره إزاء الأوضاع والأحداث المحلية والإقليمية والعالمية .
- ٥ . السيطرة على الرأي العام، وعن طريق الدعاية السياسية ، والتحكم في السلوك الاجتماعي للجماهير، بما يخدم أهداف الحزب من غير ان يشعر الجمهور أو ينتبه إلى الأسباب التي دفعته إلى تبني هذه الأفكار وإعتناق هذه الآراء والإتجاهات والمعتقدات .
- ٦ . تهدف العلاقات العامة في أي حزب سياسي الى إيصال فكر الحزب وأيديولوجيته وثقافته الى المتلقي، سواء أكان مواطنا ، أم منتسبا ، أم مستظلا ، أم مستكشفا .
- ٧ . تهدف العلاقات العامة إلى كسب أوساط الرأي العام ، لمصلحة حزب ما ، وخاصة في مُدد الانتخابات البرلمانية أو الرئاسية أو التشريعية .

٨. المساعدة في دفع وجمع التبرعات ، عن طريق إشراك الناس بجمع التبرعات أو حثهم على التبرع وبما يزيد عن حاجتهم للحزب وخصوصاً تلك الأحزاب التي تتلقى تمويلها عن طريق جمع التبرعات .
٩. خلق أو تغيير الصورة الذهنية للحزب عن طريق توظيف جميع أنشطة العلاقات العامة في تحقيق هذا الهدف ، أي بناء صورة ذهنية ايجابية لدى الجمهور عن ذلك الحزب مع التأكيد على الصورة الذهنية السابقة لها وأوضاع تكوينها
١٠. التنبؤ بالأزمات ، والتهيؤ لمعالجتها في ضوء التكيف مع الأزمات سواء أكانت طارئة ام متوقعة.
١١. تنمية الشعور الوطني والقومي للجماهير ومحاربة الإشاعات والدعاية المغرضة، كما انها تعمل على تصحيح الأخطاء ونقد السلبيات وتقديم النصح للمسئولين .

إجراءات الدراسة الميدانية وأدواتها

أولاً: تحديد مجالات البحث : حددت مجالات البحث بالآتي:

- ١- المجال البشري : تم اختيار طلبة جامعة بغداد، كونهم يمثلون الطبقة الواعية والمتقفة في المجتمع ، والنخبة التي ترتقي سلم قيادة البلد في المستقبل ، فضلاً عن إنهم الفئة الكبيرة من الجمهور الذين يمتلكون القرار بتغيير العملية السياسية عن طريق الانتخابات ، إذ ان أعمار هذه الفئة تدخل ضمن السن القانونية في الانتخابات، وان معرفة صورتهم الذهنية عن الأحزاب أمراً ضرورياً لبيان مدى مقبولية تلك الأحزاب لدى هذه الشريحة .
- ٢- المجال المكاني : تمثل المجال المكاني للبحث بجامعة بغداد في محافظة بغداد ، وتحديداً المجمعات التي تضم الكليات التابعة لجامعة بغداد في (مجمع الجادرية، مجمع باب المعظم ، مجمع الوزيرية ، مجمع أبو غريب) نظراً لكونها تمثل أكبر جامعات العراق ، وتضم عدداً كبيراً من الطلبة الذين يمثلون مختلف أطياف العراق، ومن جميع محافظاته .
- ٣- المجال الزمني : حدد المجال الزمني للدراسة الميدانية بالمدة من ١/٩/٢٠١٣ ، وحتى ١/١/٢٠١٤ ، إذ ان اختيار هذه المدة الزمنية جاء لأهميتها كونها تمثل نهاية الدورة البرلمانية التي اشتركت فيها الأحزاب السياسية ، واقترب الدورة البرلمانية الجديدة ، ومن ثم فإن الصورة الذهنية ستكون صورة إلى حد ما نهائية تُعبر عن حصيلة الإنطباعات التي شكلها الجمهور عن الأحزاب السياسية .

ثانياً : مجتمع البحث : تمثل المجتمع الكلي للبحث بطلاب جامعة بغداد والبالغ عددهم (٤٣٢٩٧) طالب وطالبة للعام الدراسي (٢٠١٣ - ٢٠١٤) ، أي جميع الطلبة الذين يدرسون

في جامعة بغداد والموزعين على أربعة مجتمعات توزعت على أربع مناطق في بغداد ، وقد اقتصر مجتمع الدراسة على طلبة الدراسة الصباحية ، وشمل جميع طلبة المراحل الدراسية ، وفي مختلف الاختصاصات العلمية والإنسانية .

ثالثاً : تحديد عينة البحث : اعتمد البحث على أسلوب العينة العشوائية البسيطة في تحديد العينة ؛ لكونها تبعد الدراسة عن التحيز في إختيار المبحوثين ، كما انها تضمن لجميع الطلبة وعلى مختلف المراحل فرصة الظهور ضمن مجتمع الدراسة .

رابعاً: إجراءات استخراج العينة : تم الاعتماد على برنامج الإحصاء الخاص بتحديد حجم العينات ، وبعتماد خطأ معاينة يبلغ (٠,٠١) لمجتمع متجانس لحساب اقل حجم عينة ممثلة لمجتمع البحث على أساس مجموع طلبة جامعة بغداد ؛ ولاستيفاء جميع الشروط العلمية طبقت تلك المعادلة ، حيث تم سحب عينة من المجتمع الأصلي البالغ عدده (٤٣٢٩٧) قوامها (٣٧٠) مبحوثاً تم اختيارهم بالاسلوب العشوائي، ومن كلا الاختصاصين العلمي والإنساني ، وقد وزعت استمارة المقياس على عينة الدراسة البالغة (٣٧٠) مبحوثاً ومبحوثة ، وبعد فرز تلك الاستمارات ، أهملت (٣) استمارات، كونها لا تصلح للاختبار العلمي؛ بسبب عدم اكتمال المعلومات، وبهذا يصبح عدد العينة الإجمالي (٣٦٧) مبحوثاً خامساً : أداة البحث : اعتمدت الدراسة أداة المقياس من أجل تحقيق أهداف البحث وقياس متغيراته ، والتي توفر نتائج دقيقة قد لا تتحقق فيما اذا استخدمت أدوات بحثية أخرى ، وقد تم استخدام البدائل الخماسية لكونها أكثر ملائمة لمتطلبات الدراسة ، والتي تتميز بتنوع العينة ، ومن ثمَّ فإنها تصلح لجميع المستويات ، فضلاً عن النتائج الدقيقة التي تعطي وصفاً محددًا لتلك النتائج كميًا وكيفياً .

سادسا : أساليب المعالجة الإحصائية:

بعد جمع بيانات الدراسة الميدانية عن طريق إجابات عينة البحث عن فقرات المقياس جرى إدخال هذه البيانات للحاسب الآلي ، ومعالجتها باستخدام البرنامج الإحصائي (SPSS Sciences Package for Social) () (الحرمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية) ، كذلك تم الاستعانة بمجموعة من الأساليب الرياضية منها استخراج التكرارات والنسب المئوية للتعرف على إجابات أفراد عينة البحث عن جميع فقرات متغيرات الدراسة ، كما استخدم في البحث الإحصاء المتقدم (Chi-SquareTest)

تحليل بيانات البحث الميدانية وتفسيرها

النوع الاجتماعي للعيينة

جدول (١) يبين التوزيع النسبي لأفراد عينة البحث حسب النوع الاجتماعي

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	النوع الاجتماعي
الأولى	٥٠,٧ %	١٨٦	أنثى
الثانية	٤٩,٣ %	١٨١	ذكر
	١٠٠ %	٣٦٧	المجموع

يوضح الجدول (١) ان نسبة أفراد العينة من الإناث قد حصلت على المرتبة الأولى وبنسبة مئوية قدرها (٥٠,٧ %) ، وبعدها تكرارات بلغ (١٨٦) تكراراً وشكّل الذكور ما نسبته (٤٩,٣ %) وبعدها تكرارات بلغ (١٨١) تكراراً وفي المرتبة الثانية .

متوسط الدخل

جدول (٢) يبين التوزيع النسبي لأفراد عينة البحث حسب متوسط الدخل

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	متوسط الدخل
الأولى	٤٥,٥ %	١٦٧	جيد
الثانية	٤٢,٥ %	١٥٦	متوسط
الثالثة	٧,٩ %	٢٩	جيد جداً
الرابعة	٤,١ %	١٥	ضعيف
	١٠٠ %	٣٧٦	المجموع

توضح بيانات جدول (٢) ان أفراد العينة من ذوي الدخل الجيد يشكلون النسبة الأعلى من مجموع أفراد مجتمع الدراسة وحصلوا على المرتبة الأولى وبعدها تكرارات بلغ (١٦٧) تكراراً بنسبة مئوية قدرها ٤٥,٥ % ، وقاربتها بالنسبة ذوي الدخل المتوسط بنسبة (٤٢,٥ %) بالمرتبة الثانية وبعدها تكرارات بلغ (٥٦) تكراراً ، وهذا يشير الى ان أغلب أفراد العينة يقعون بين الدخل (الجيد والمتوسط)، في حين احتلت نسبة الدخل (الجيد جداً) المرتبة الثالثة في التوزيع النسبي لتبلغ (٧,٩ %) وبعدها تكرارات بلغ (١٥) تكراراً لتأتي بعدها نسبة ذوي الدخل الضعيف بواقع (٤,١ %) وبعدها تكرارات بلغ (١٥) تكراراً بالمرتبة الرابعة .

جدول (٣) يبين التوزيع النسبي لإجابات المبحوثين بخصوص محاربة الأحزاب السياسية للفساد المالي والإداري

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	البدايل
الأولى	31,3%	115	لا اتفق بشدة
الثانية	31,1%	114	لا اتفق
الثالثة	20,2%	74	اتفق بشدة
الرابعة	9,5%	35	اتفق
الخامسة	7,9%	29	لا رأي لي
	100%	367	المجموع

يوضح جدول (٣) إجابات المبحوثين حول محاربة الأحزاب السياسية للفساد المالي والإداري وقد تبين ان المرتبة الأولى كانت لعدد الذين لا يتفقون بشدة ويعدد تكرارات بلغ (١١٥) تكراراً وبنسبة مئوية بلغت (٣١,٣%) ، اما المرتبة الثانية فقد جاءت لبدليل لا اتفق ويعدد تكرارات (١١٤) تكراراً وبنسبة مئوية بلغت (٣١,١%) من مجموع أفراد العينة ، بينما ظهرت المرتبة الثالثة لبدليل اتفق بشدة على ان الأحزاب السياسية تحارب الفساد المالي والإداري ويعدد تكرارات بلغ (٧٤) تكراراً ، وبنسبة مئوية بلغت (٢٠,٢%) من مجموع أفراد العينة ، أما المرتبة الرابعة فقد اختارها (٣٥) مبحوثاً معبرين عن موافقتهم لهذه الفقرة، وبنسبة مئوية بلغت (٩,٥%) من مجموع أفراد العينة، وأشار (٢٩) مبحوثاً إلى أنهم لا رأي لهم، وبنسبة مئوية بلغت (٧,٩%) من مجموع أفراد العينة ، وهذا يؤكد عدم اتفاق غالبية المبحوثين على ان الأحزاب السياسية تحارب الفساد المالي والإداري كما جاء في إجاباتهم ، ونرى بان النتيجة تتفق مع واقع الحال، اذ لم تعمل الأحزاب السياسية على محاربة الفساد المالي والإداري ، بل استغلت نفوذها وهيمنتها للحصول على المكاسب المادية والإدارية والسياسية .

جدول (٤) يبين التوزيع النسبي لإجابات المبحوثين بشأن ان الأحزاب السياسية تفعل كل شيء في سبيل الوصول للسلطة

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	البدايل
الأولى	62,1%	228	اتفق بشدة
الثانية	23,4%	86	اتفق
الثالثة	6,3%	23	لا رأي لي
الرابعة	4,4%	16	لا اتفق
الخامسة	3,8%	14	لا اتفق بشدة
	100%	367	المجموع

يبين جدول (٤) ان المرتبة الأولى كانت لأغلبية المبحوثين الذين أجابوا على بديل اتفق

بشدة وذلك بعدد تكرارات بلغ (٢٢٨) تكراراً وبنسبة مئوية (٦٢,١٪) إذ ان أكثر المبحوثين يتفقون بشدة مع كون الأحزاب السياسية تفعل كل شيء في سبيل الوصول إلى السلطة ، أما المرتبة الثانية فقد حاز عليها بديل اتفق وبعده تكرارات بلغ (٨٦) تكراراً ، وبنسبة مئوية بلغت (٢٣,٤٪) ، في حين أوضح (٢٣) مبحوثاً ، وبنسبة مئوية بلغت (٦,٣٪) بأنه لا رأي لهم بشأن هذه الفقرة وبالمرتبة الثالثة ، فيما كانت المرتبة الرابعة لبديل لا اتفق وبعده تكرارات بلغ (١٦) تكراراً ، وبنسبة مئوية قدرها (٤,٤٪) في حين حاز على المرتبة الخامسة بديل لا اتفق بشده بعدد تكرارات بلغ (١٤) تكراراً ، وبنسبة مئوية قدرها (٣,٨٪) ، مما يعني ان المبحوثين وصلوا الى قناعة الى ان الأحزاب تفعل كل شيء من اجل الوصول الى السلطة ، فهم لا يترددون عن الإضرار بمصالح الشعب في سبيل اعتلاء دفة الحكم .

جدول (٥) يبين التوزيع النسبي لإجابات المبحوثين بخصوص استخدام الأحزاب السياسية ذات الطابع الإسلامي دور العبادة كمنابر دعائية في العمليات الانتخابية

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	البدايل
الأولى	43,6٪	160	اتفق بشدة
الثانية	29,4٪	108	اتفق
الثالثة	12,5٪	46	لا رأي لي
الرابعة	9,3٪	34	لا اتفق
الخامسة	5,2٪	19	لا اتفق بشدة
	100٪	367	المجموع

يوضح جدول (٥) إجابات المبحوثين بخصوص استخدام الأحزاب السياسية ذات الطابع الإسلامي دور العبادة كمنابر دعائية في العمليات الانتخابية ، وقد تبين ان المرتبة الأولى كانت لبديل اتفق بشدة بعدد تكرارات بلغ (١٦٠) تكراراً ، وبنسبة مئوية قدرها (٤٣,٦٪) ، اما المرتبة الثانية فكانت للمبحوثين الذين اتفقوا معها بعدد تكرارات بلغ (١٠٨) تكراراً ، وبنسبة مئوية قدرها (٢٩,٤٪) ، في حين كانت المرتبة الثالثة للمبحوثين الذين لا رأي لهم وهم (٤٦) مبحوثاً ، أي بنسبة مئوية قدرها (١٢,٥٪) ، ولم يتفق (٣٤) مبحوثاً ، وبنسبة مئوية قدرها (٩,٣٪) مع هذه الفقرة حاصلين بذلك على المرتبة الرابعة في حين لم يتفق وبشدة معها (١٩) مبحوثاً ، وبنسبة مئوية قدرها (٥,٢٪) بالمرتبة الخامسة .

وهذا يعني ان بعض الأحزاب الإسلامية استغلت الدور العبادية والشعائر الدينية لأغراضها السياسية والانتخابية ، وسخرت اغلب خطب الصلوات خصوصاً صلاة الجمعة في الدعاية لرموزها السياسية وتسقيط الأحزاب الأخرى ، فضلاً عن طبع الكتب و الصور والدعايات

الانتخابية وتوزيعها على المصلين ، ودعوتهم لانتخاب بعض الشخصيات السياسية .
جدول (٦) يبين التوزيع النسبي لإجابات المبحوثين حول تحقيق الأحزاب السياسية لوعودها الانتخابية للمواطنين بعد الانتخابات

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	البدائل
الأولى	63,5%	233	لا اتفق بشدة
الثانية	22,1%	81	لا اتفق
الثالثة	9%	33	لا رأي لي
الرابعة	3,54%	13	اتفق بشدة
الخامسة	1,9%	7	اتفق
	100%	367	المجموع

أشارت بيانات جدول (٦) الى ان عدد الذين لم يتفقوا بشدة مع هذه الفقرة قد جاءوا بالمرتبة الأولى وبعدها تكرارات بلغ (٢٣٣) تكراراً وبنسبة مئوية قدرها (٦٣,٥) % ، ولم يتفق معها (٨١) مبحوثاً ، وبنسبة مئوية قدرها (٢٢,١) % وقد حصلوا على المرتبة الثانية ، اما عدد الذين لم يكن لهم رأياً بخصوص هذه الفقرة، فقد بلغ (٣٣) مبحوثاً، وبنسبة مئوية قدرها (٩) % وقد حازوا على المرتبة الثالثة ، فيما أشارت البيانات الى ان عدد الذين يتفقون وبشدة مع هذه الفقرة (١٣) مبحوثاً ، وبنسبة مئوية قدرها (٣,٥٤) % في المرتبة الرابعة ، في حين إتفق (٧) مبحوثين فقط، وبنسبة مئوية قدرها (١,٩) % في المرتبة الخامسة .

جدول (٧) يبين التوزيع النسبي لإجابات المبحوثين حول تدخل الأحزاب السياسية في عمل الدوائر الرسمية

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	البدائل
الأولى	46,9%	172	اتفق بشدة
الثانية	31,9%	117	اتفق
الثالثة	10,6%	39	لا رأي لي
الرابعة	5,7%	21	لا اتفق
الخامسة	4,9%	18	لا اتفق بشدة
	100%	367	المجموع

أوضحت بيانات جدول (٧) ان أغلب المبحوثين، والبالغ عددهم (١٧٢) مبحوثاً وبنسبة مئوية قدرها (٤٦,٩) % يتفقون وبشدة على ان الأحزاب السياسية تتدخل في عمل الدوائر الرسمية وقد حازوا على المرتبة الأولى ، فيما جاء بالمرتبة الثانية بديل إتفق بعدد تكرارات بلغ (١١٧) تكراراً ، وبنسبة مئوية قدرها (٣١,٩) % ، اما فيما يخص بديل لا رأي لي فقد حصل على المرتبة الثالثة وبعدها تكرارات بلغ (٣٩) تكراراً، وبنسبة (١٠,٦) % ، في حين حاز بديل لا اتفق

على المرتبة الرابعة بعدد تكرارات بلغ (٢١) تكراراً ، وبنسبة مئوية قدرها (٥,٧) % ، في حين أعرب (١٨) مبحوثاً ، وبنسبة مئوية قدرها (٤,٩) % عن عدم إتفاقهم وبشدة مع هذه الفقرة وفي المرتبة الخامسة ، وفي هذه دلالة على ان رؤية المبحوثين للأحزاب السياسية كونها تتدخل في عمل الدوائر الرسمية هي رؤية غالبية المبحوثين الذين إتفقوا مع هذه الفقرة .

جدول (٨) يبين التوزيع النسبي لإجابات المبحوثين حول إسهام سياسات بعض الأحزاب ذات الأجندات الخارجية في تأجيج الوضع الطائفي في العراق

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	البدائل
الأولى	57,5%	211	اتفق بشدة
الثانية	21,8%	80	اتفق
الثالثة	12,8%	47	لا رأي لي
الرابعة	4,1%	15	لا اتفق
الخامسة	3,8%	14	لا اتفق بشدة
	100%	367	المجموع

دلت بيانات جدول (٨) ان المرتبة الأولى قد ذهبت لأغلبية المبحوثين، وبالبلغ عددهم (٢١١) مبحوثاً ، وبنسبة مئوية قدرها (٥٧,٥) % يتفقون بشدة مع إسهام الأحزاب السياسية ذات الأجندات الخارجية في تأجيج الوضع الطائفي في البلد، أما المرتبة الثانية فقد كانت لبديل اتفق بعدد تكرارات بلغ (٨٠) تكراراً، وبنسبة مئوية بلغت (٢١,٨) % ، في حين كانت المرتبة الثالثة لبديل لا رأي لي بعدد تكرارات بلغ (٤٧) تكراراً، وبنسبة مئوية قدرها (١٢,٨) % ، ولم يتفق معها (١٥) مبحوثاً، وبنسبة مئوية قدرها (٤,١) % وفي المرتبة الرابعة ، بينما كانت المرتبة الخامسة لبديل لا اتفق بشدة الذي اختاره (١٤) مبحوثاً، وبنسبة مئوية قدرها (٣,٨) % ، مما يعني ان الأحزاب السياسية هي من أوجدت حالة التشقق في المجتمع وعملت على التصعيد الطائفي في العراق ، وهي تنفذ بذلك خطط بعض الدول الإقليمية التي تجد من مصلحتها تمزيق وحدة الصف العراقي، اذ أن تاريخ عدد لا يستهان به من الأحزاب العراقية يكشف عن ارتباط تلك الأحزاب بالخارج وتنفيذها لسياسات خارجية، اذ ان اغلب تلك الأحزاب أوجدتها تلك الدول .

جدول (٩) يبين التوزيع النسبي لإجابات المبحوثين بشأن تعاون الأحزاب السياسية فيما بينها من اجل تطوير برامج الحكومة وسياساتها

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	البدائل
الأولى	32,7%	120	لا اتفق
الثانية	31,3%	115	لا اتفق بشدة

لا رأي لي	71	19,3%	الثالثة
اتفق بشدة	34	9,3%	الرابعة
اتفق	27	7,4%	الخامسة
المجموع	367	100%	

أوضحت بيانات جدول (٩) ان المرتبة الأولى كانت لبديل لا اتفق بعدد تكرارات بلغ (١٢٠) تكراراً، وبنسبة مئوية قدرها (٣٢,٧٪) ، في حين كانت المرتبة الثانية لبديل لا اتفق بشدة بعدد تكرارات بلغ (١١٥) تكراراً ، وبنسبة (٣١,٣٪) أما عدد الذين لم يكن لهم رأياً بخصوص هذه الفقرة فقد بلغ (٧١) تكراراً ، وبنسبة مئوية قدرها (١٩,٣٪) ، في المرتبة الثالثة ، أما الذين يتفقون وبشدة مع هذه الفقرة فقد بلغ (٣٤) تكراراً ، وبنسبة مئوية قدرها (٩,٣٪) في المرتبة الرابعة ، أما المرتبة الخامسة فقد حصل عليها بديل إتفق وبعدد تكرارات بلغ (٢٧) تكراراً ، وبنسبة مئوية قدرها (٧,٤٪) ، اذ ينظر المبحوثين إلى الأحزاب السياسية بنظرة التناحر فيما بينهم و تسقيط البعض للبعض الآخر ، فضلاً عن القطيعة والجفاء بينهم ، ومحاولة كل حزب الوصول للسلطة ولو على حساب المصلحة العامة .

جدول (١٠) يبين التوزيع النسبي لإجابات المبحوثين بخصوص أن الأحزاب السياسية العراقية وطنية

البدائل	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
لا اتفق بشدة	115	31,3%	الأولى
لا اتفق	107	29,2%	الثانية
لا رأي لي	93	25,3%	الثالثة
اتفق	34	9,3%	الرابعة
اتفق بشدة	18	4,9%	الخامسة
المجموع	367	100%	

أشارت بيانات جدول (١٠) الى ان المرتبة الأولى حاز عليها بديل لا اتفق بشدة وبعدد تكرارات بلغ (١١٥) تكراراً ، وبنسبة مئوية قدرها (٣١,٣٪) في حين كانت المرتبة الثانية لبديل لا اتفق بعدد تكرارات بلغ (١٠٧) تكراراً ، وبنسبة مئوية قدرها (٢٩,٢٪) أما المرتبة الثالثة فكانت لبديل لا رأي لي بعدد تكرارات بلغ (٩٣) تكراراً ، وبنسبة مئوية قدرها (٢٥,٣٪) ، أما بديل اتفق مع هذه الفقرة فقد بلغ (٣٤) تكراراً ، وبنسبة مئوية قدرها (٩,٣٪) في المرتبة الرابعة ، في حين حاز بديل لا اتفق بشدة على (١٨) تكراراً، وبنسبة مئوية قدرها (٤,٩٪) في المرتبة الخامسة ، مما يعني ان المبحوثين ينظرون إلى ان الأحزاب السياسية العراقية غير وطنية، وإنها لم تؤسس على حب الوطن وشعبه ، ولم تكن

القضايا الوطنية من ضمن أهدافها او برامجها ، وان تلك الأحزاب متعددة الولاءات بحكم ارتباطها بدول أجنبية مع تعدد أجندها الخارجية ، مما جعل منها أحزاب تابعة لتلك الدول ، كما ان هذه الأحزاب لا تحرص على وحدة البلد ، وهذا يدل على ان هذه الأحزاب قائمة على تكتلات طائفية ، مما يجعلها غير مستعدة للدفاع عن ارض وشعب وسيادة العراق .

جدول (١١) يبين التوزيع النسبي لإجابات المبحوثين بخصوص تدخل الأحزاب السياسية في الحياة الجامعية

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	البدائل
الأولى	29,4%	108	اتفق
الثانية	26,4%	97	اتفق بشدة
الثالثة	19,3%	71	لا رأي لي
الرابعة	17,2%	63	لا اتفق
الخامسة	7,6%	28	لا اتفق بشدة
	100%	367	المجموع

دلت بيانات جدول (١١) بشأن تدخل الأحزاب السياسية في الحياة الجامعية ان بديل اتفق حاز على المرتبة الأولى وبعده تكرر مرات بلغ (١٠٨) تكراراً ، وبنسبة مئوية قدرها (٢٩,٤%) ، اما المرتبة الثانية فقد حصل عليها بديل اتفق بشدة وبعده تكرر مرات بلغ (٩٧) تكراراً وبنسبة مئوية قدرها (٢٦,٤%) ، في حين كانت المرتبة الثالثة لبديل لا رأي لي وبعده تكرر مرات بلغ (٧١) تكراراً وبنسبة مئوية بلغت (١٩,٣%) ، اما عدد الذين لم يتفقوا مع هذه الفقرة، فقد بلغ (٦٣) تكراراً ، وبنسبة مئوية قدرها (١٧,٢%) في المرتبة الرابعة ، اما المرتبة الخامسة فكانت لبديل لا اتفق بشدة وبعده تكرر مرات بلغ (٢٨) تكراراً ، وبنسبة مئوية قدرها (٧,٦%) ، مما يعني ان المبحوثين يرون ان الأحزاب السياسية تتدخل في الحياة الجامعية، وان هذا التدخل يتعدد مع تعدد رؤى تلك الأحزاب وأيديولوجياتها ، ويتخذ التدخل أشكال مختلفة كالتدخل في الشؤون الإدارية ، او الشؤون العلمية ، وهذا ما جعل هذه الفقرة تؤكد فقرة لاحقة وهي إسهام بعض الأحزاب بإبعاد الكفاءات التدريسية من التدريس او تهميش الآخر، او تعيين بدلا منهم لمجرد انتماءهم لذلك الحزب، او إجبار البعض منهم على ترك التدريس عن طريق التهديد بالقتل او التصفية الجسدية .

جدول (١٢) يبين التوزيع النسبي لإجابات المبحوثين بخصوص ان الأحزاب السياسية قائمة على تكتلات طائفية.

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	البدائل
الأولى	47,4%	174	اتفق بشدة

اتفق	112	30,5%	الثانية
لا رأي لي	43	11,7%	الثالثة
لا اتفق	19	5,2%	الرابعة
لا اتفق بشدة	19	5,2%	الرابعة
المجموع	367	100%	

أوضحت بيانات جدول (١٢) ان المرتبة الأولى قد حصل عليها المبحوثين والبالغ عددهم (١٧٤) ، وبنسبة مئوية قدرها (٤٧,٤%) الذين يتفوقون بشدة بخصوص ان الأحزاب السياسية قائمة على تكتلات طائفية ، كما إتفق معها (١١٢) مبحوثاً ، وبنسبة مئوية قدرها (٣٠,٥%) في المرتبة الثانية ، في حين أوضح (٤٣) مبحوثاً ، وبنسبة مئوية قدرها (١١,٧%) بأنه لا رأي لهم بخصوص هذه الفقرة وقد احتلوا المرتبة الثالثة ، وقد حصل على المرتبة الرابعة مكرر بدلي لا اتفق و لا اتفق بشدة مع هذه الفقرة وبعدد تكرارات بلغ (١٩) تكراراً ، وبنسبة مئوية قدرها (٥,٢%) .

وهذا يؤكد أن غالبية أفراد العينة يرون إن الأحزاب السياسية طائفية ، حيث يطغى على المشهد الحزبي العراقي أحزاب بعدد مكونات ذلك الشعب ، فهناك أحزاب شيعية وسنية وأخرى مسيحية وصابئة ، فضلاً عن التكتلات العشائرية المختلفة او القومية (عربية وكردية وتركمانية وفيلية وايزيدية) وغيرها، وقد أسهمت هذه الأحزاب في تقسيم الشعب الواحد الى أحزاب يتجمع كل مكون على حزب يعتقد انه يمثلها.

جدول (١٣) يبين التوزيع النسبي لإجابات المبحوثين بخصوص حصول معظم الأحزاب السياسية على تمويلها من مصادر أجنبية

البدائل	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
اتفق بشدة	175	47,7%	الأولى
اتفق	124	33,8%	الثانية
لا رأي لي	52	14,2%	الثالثة
لا اتفق	11	3,0%	الرابعة
لا اتفق بشدة	5	1,4%	الخامسة
المجموع	367	100%	

أوضحت بيانات جدول (١٣) ان الأغلبية من المبحوثين ، والبالغ عددهم (١٧٥) مبحوثاً ، وبنسبة مئوية قدرها (٤٧,٧%) يتفوقون بشدة مع هذه الفقرة وقد احتلوا المرتبة الأولى ، كما إتفق معها (١٢٤) مبحوثاً ، وبنسبة مئوية قدرها (٣٣,٨%) في المرتبة الثانية ، في حين أوضح (٥٢) مبحوثاً ، وبنسبة مئوية قدرها (١٤,٢%) بأنه لا رأي لهم بخصوص هذه الفقرة في المرتبة الثالثة ، في حين لم يتفق معها (١١) مبحوثاً ، وبنسبة مئوية قدرها

(٣٪) في المرتبة الرابعة , ليعلن (٥) مبحوثين فقط، وبنسبة مئوية قدرها (١,٤٪) عن عدم إتفاقهم وبشدة مع هذه الفقرة محتلين بذلك المرتبة الخامسة .

وهذا يؤكد على أن غالبية أفراد العينة يرون ان معظم الأحزاب السياسية مصادر تمويلها غير معروفة ، وهذا ينطبق مع ما موجود على أرض الواقع ، إذ ان أغلب الأحزاب السياسية لم تعلن عن مصادر تمويلها ، وان بعضها يحصل على تمويله من دول خارجية ، وهذا بطبيعة الحال يؤثر في قرارات تلك الأحزاب وولائها للوطن .

جدول (١٤) يبين التوزيع النسبي لإجابات المبحوثين بخصوص خضوع الأحزاب السياسية لضغوطات دول خارجية تفرض عليها اتخاذ قرارات ومواقف لصالح سياسات تلك الدول

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	البدائل
الأولى	45,5%	167	اتفق بشدة
الثانية	31,3%	115	اتفق
الثالثة	14,2%	52	لا رأي لي
الرابعة	6,3%	23	لا اتفق
الخامسة	2,7%	10	لا اتفق بشدة
	100%	367	المجموع

دلت بيانات جدول (١٤) ان الأغلبية من المبحوثين، والبالغ عددهم (١٦٧) مبحوثاً وبنسبة مئوية قدرها (٤٥,٥٪) يتفقون بشدة بخصوص ان الأحزاب السياسية تخضع لضغوطات دول خارجية وقد جاءوا بالمرتبة الأولى ، كما إتفق معها (١١٥) مبحوثاً، وبنسبة مئوية قدرها (٣١,٣٪) في المرتبة الثانية ، في حين أوضح (٥٢) مبحوثاً ، وبنسبة مئوية قدرها (١٤,٢٪) بأنه لا رأي لهم حول هذه الفقرة محتلين بذلك المرتبة الثالثة ، ولم يتفق مع الفقرة (٢٣) مبحوثاً، وبنسبة مئوية قدرها (٦,٣٪) في المرتبة الرابعة ، ليعلن (١٠) مبحوثاً ، وبنسبة مئوية قدرها (٢,٧٪) عدم اتفاقهم وبشدة مع هذه الفقرة ليكونوا في المرتبة الخامسة ، مما يؤكد ان الأحزاب السياسية خاضعة لتأثيرات دول خارجية عربية او إقليمية او غربية تفرض عليها اتخاذ قرارات معينة ، وبما يتناسب ومصالح تلك الدول ، ولعل تلك الضغوطات ترجع إما لمسائل مادية تتعلق بتمويل تلك الأحزاب أو بمساعدة البعض منها في الوصول إلى السلطة أو لتخوفات طائفية ، ما جعلها تربط نفسها بدول تشاظرها المذهب والنظرية .

جدول (١٥) يبين التوزيع النسبي لإجابات المبحوثين بشأن أن الأحزاب السياسية تمارس دوراً في تنمية الوعي الديمقراطي للناس

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	البدائل
الأولى	39,5%	145	لا اتفق

لا اتفق بشدة	100	27,2%	الثانية
لا رأي لي	52	14,2%	الثالثة
اتفق	47	12,8%	الرابعة
اتفق بشدة	23	6,3%	الخامسة
المجموع	367	100%	

أظهرت بيانات جدول (١٥) ان أغلب المبحوثين البالغ عددهم (١٤٥) مبحوثاً وبنسبة مئوية قدرها (٣٩,٥%) لا يتفقون مع هذه الفقرة , وقد حازوا على المرتبة الأولى , فيما اختار (١٠٠) مبحوثاً بنسبة مئوية قدرها (٢٧,٢%) عن عدم إتفاقهم بشدة معها محتلين بذلك المرتبة الثانية , أما المرتبة الثالثة فقد كانت لبدليل لا رأي لي وبنسبة مئوية قدرها (١٤,٢%) وبعدها تكرارات بلغ (٥٢) تكراراً , في حين كانت المرتبة الرابعة لبدليل اتفق وبنسبة مئوية قدرها (١٢,٨%) وبعدها تكرارات بلغ (٤٧) تكراراً , اما الذين يتفقون بشدة فقد حصلوا على المرتبة الأخيرة وبعدها تكرارات بلغ (٢٣) وبنسبة مئوية قدرها (٦,٣%) , مما يعني ان صورة الأحزاب السياسية ضمن سياق التوعية الديمقراطية سلبية لدى أغلب المبحوثين , وان تلك الأحزاب لم تمارس وظيفتها في توعية الناس السياسية , مما جعل تلك الأحزاب بعيدة عن واقع حال المواطنين وتطلعاتهم وآمالهم وهمومهم , الأمر الذي خلق فجوة بين المواطنين وتلك الأحزاب , وخلق نظرة طابعها الخوف والابتعاد عنها .

جدول (١٦) يبين التوزيع النسبي لإجابات المبحوثين بخصوص دور الأحزاب في الحفاظ على ثروات العراق وتراثه التاريخي والوطني

البدائل	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
لا اتفق بشدة	179	48,8%	الأولى
لا اتفق	108	29,4%	الثانية
لا رأي لي	46	12,5%	الثالثة
اتفق بشدة	21	5,7%	الرابعة
اتفق	13	3,5%	الخامسة
المجموع	367	100%	

أظهرت بيانات جدول (١٦) ان نسبة الذين لم يتفقوا بشدة معها بلغت (٤٨,٨%) وبعدها تكرارات بلغ (١٧٩) تكراراً وبالمرتبة الأولى , فيما أجاب (١٠٨) مبحوثاً وبنسبة مئوية قدرها (٢٩,٤%) إنهم لا يتفقون مع الفقرة وبالمرتبة الثانية , تلتها نسبة الذين لا رأي لهم بشأن هذه الفقرة , إذ بلغت (١٢,٥%) وبعدها تكرارات بلغ (٤٦) تكراراً وبالمرتبة الثالثة , اما عدد المبحوثين الذين إتفقوا بشدة مع هذه الفقرة بلغ (٢١) مبحوثاً , وبنسبة مئوية قدرها (٥,٧%) وبالمرتبة الرابعة , كما إتفق معها (١٣) مبحوثاً , وبنسبة مئوية قدرها (٣,٥%) في المرتبة الخامسة , وهو مؤشر إلى ان أغلب المبحوثين يرون ان الأحزاب السياسية لم تحافظ على ثروات العراق

وحضارته و أرشيفه التاريخي والوطني ، بل أكثرها كان السبب وراء ضياع هذه الثروات ونهبها .
جدول (١٧) يبين التوزيع النسبي لإجابات المبحوثين حول اهتمام الأحزاب السياسية بالقضايا الخدمية التي تهم المواطن

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	البدائل
الأولى	40,6%	149	لا اتفق بشدة
الثانية	36,8%	135	لا اتفق
الثالثة	9%	33	لا رأي لي
الرابعة	8,7%	32	اتفق
الخامسة	4,9%	18	اتفق بشدة
	100%	367	المجموع

تشير بيانات جدول (١٧) إلى ان اغلب المبحوثين لم يتفقوا وبشدة مع هذه الفقرة وقد بلغ عددهم (١٤٩) مبحوثاً ، وبنسبة مئوية قدرها (٤٠,٦ %) محتلين بذلك المرتبة الأولى ، في حين لم يتفق معها (١٣٥) مبحوثاً ، وبنسبة (٣٦,٨ %) في المرتبة الثانية ، فيما لم يبيد (٣٣) مبحوثاً ، وبنسبة مئوية قدرها (٩%) رأيهم بهذه الفقرة وبالمرتبة الثالثة ، اما في المرتبة الرابعة فقد اتفق معها (٣٢) مبحوثاً ، وبنسبة مئوية بلغت (٨,٧ %) في حين أن (١٨) مبحوثاً فقط ، وبنسبة مئوية قدرها (٤,٩ %) يتفقون بشدة مع هذه الفقرة وقد حصلوا على المرتبة الخامسة ، وهذا يعني ان الأحزاب السياسية لا تهتم بالقضايا الخدمية التي تهم المواطن ، في حين ان حملاتها الانتخابية عبارة عن برامج ووعود إنتخابية تساعد على كسب المزيد من الأصوات الانتخابية ، والتي ما تلبث ان تصل إلى مرادها حتى تنتكر لتلك القضايا الخدمية وتتصل من المسؤولية .
جدول (١٨) يبين التوزيع النسبي لإجابات المبحوثين بخصوص إمتلاك معظم الأحزاب السياسية وسائل إتصال تُعبر عن سياسة ذلك الحزب

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	البدائل
الأولى	31,6%	116	اتفق
الثانية	28,1%	103	لا رأي لي
الثالثة	25,1%	92	اتفق بشدة
الرابعة	9%	33	لا اتفق
الخامسة	6,3%	23	لا اتفق بشدة
	100%	367	المجموع

أوضحت بيانات جدول (١٨) ان المرتبة الأولى كانت للاتفاق على هذه الفقرة من قبل (١١٦) مبحوثاً ، وبنسبة مئوية بلغت (٣١,٦%) من مجموع أفراد العينة ، في حين عبر (١٠٣) مبحوثاً عن أنهم لا رأي لهم ، وبنسبة مئوية بلغت (٢٨,١%) من مجموع أفراد العينة

في حين عبر (١٠٣) مبحوثاً عن أنهم لا رأي لهم ، وبنسبة مئوية بلغت (٢٨,١٪) من مجموع أفراد العينة حاصلين بذلك على المرتبة الثانية ، في حين ان المرتبة الثالثة كانت ل (٩٢) مبحوثاً يوافقون بشدة على ان معظم الأحزاب السياسية تمتلك وسائل اتصال تعبر عن سياسة ذلك الحزب ، وبنسبة مئوية بلغت (٢٥,١٪) من مجموع أفراد العينة ، فيما أكد (٣٣) مبحوثاً على أنهم لا يتفقون مع هذه الفقرة ، وبنسبة مئوية بلغت (٩٪) وقد حازوا على المرتبة الرابعة ، فيما بلغ عدد الذين لا يتفقون بشدة (٢٣) مبحوثاً ، وبنسبة مئوية بلغت (٦,٣٪) وبالمرتبة الخامسة من مجموع أفراد العينة ، مما يعني ان الوسائل الاتصالية التي تمتلكها الأحزاب تُعبر عن سياسة تلك الأحزاب ، ولا تخرج عن ذلك ، بل هي أبواق لزعماء أحزابها ، اذ يمتلك كل حزب سياسي في العراق صحيفة وقتاة تلفزيونية ، كُرسِت لخدمة الحزب ومشروعه وان اغلب برامجها التي قد تحاكي واقع الحال وهموم المواطن ما هي الا في الحقيقة تستخدم كرسائل لتسقيط الأحزاب المنافسة في السلطة ، او هي برامج مناسباتية ، ودعاية انتخابية لكسب أصوات الفئات المهمشة او المحرومة في المجتمع ، وان هذه النتيجة تؤكد إصرار المبحوثين على ان وسائل الإعلام الحزبية هي وسائل دعاية لأحزابها وسلاح موجه لانتقاد خصوم أحزابها .

جدول (١٩) يبين التوزيع النسبي لإجابات المبحوثين بخصوص إمتلاك معظم القيادات الحزبية عقارات وأموال خارج العراق

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	البدايل
الأولى	٦٣,٥٪	233	اتفق بشدة
الثانية	٢٠,٧٪	76	اتفق
الثالثة	٧,٩٪	29	لا رأي لي
الرابعة	٥,٤٪	20	لا اتفق بشدة
الخامسة	٢,٥٪	9	لا اتفق
	١٠٠٪	٣٦٧	المجموع

دلت بيانات جدول (١٩) فيما يخص إمتلاك معظم القيادات الحزبية عقارات وأموال خارج العراق على ان أغلب المبحوثين البالغ عددهم (٢٣٣) مبحوثاً ، وبنسبة مئوية قدرها (٦٣,٥٪) إتفقوا بشدة مع هذه الفقرة حاصلين بذلك على المرتبة الأولى ، كما وافق عليها (٧٦) مبحوثاً ، وبنسبة مئوية قدرها (٢٠,٧٪) بالمرتبة الثانية ، اما المرتبة الثالثة فكانت للذين لا رأي لهم وهم (٢٩) مبحوثاً وبنسبة مئوية قدرها (٧,٩٪) ، في حين اختار (٢٠) مبحوثاً ، وبنسبة مئوية قدرها (٥,٤٪) أنهم لا يتفقون بشدة بشأن هذه الفقرة محتلين بذلك

المرتبة الرابعة ، وأشار (٩) مبحوثين فقط على أنهم لا يتفوقون مع الفقرة وبنسبة مئوية قدرها (٢,٥%) في المرتبة الأخيرة .

ان تلك البيانات تدل على ان معظم تلك الأحزاب تعمل على جمع ثروات شخصية على حساب الشعب ومن امواله .

جدول (٢٠) يبين التوزيع النسبي لإجابات المبحوثين بشأن اهتمام الأحزاب السياسية بمصالحها المادية وعدم مبالاتها بمصلحة الوطن والمواطن

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	البدائل
الأولى	٥٥,٦%	204	اتفق بشدة
الثانية	١٨,٨%	69	اتفق
الثالثة	٨,٧%	32	لا اتفق بشدة
الرابعة	٦,٧%	28	لا اري لي
الخامسة	٣,٩%	34	لا اتفق
	١٠٠%	٣٦٧	المجموع

أوضحت بيانات جدول (٢٣) أن المرتبة الأولى كانت لأعلى نسبة سُجّلت لمصلحة المبحوثين الذين يتفوقون بشدة مع هذه الفقرة، والبالغ عددهم (٢٠٤) مبحوثاً وبنسبة مئوية قدرها (٥٥,٦%) ، تلتها المرتبة الثانية للنسبة المئوية للمبحوثين الذين إتفقوا معها ، والبالغة (١٨,٨%) لـ (٦٩) مبحوثاً ، أما المرتبة الثالثة فكانت للذين لم يتفوقوا بشدة مع هذه الفقرة، والبالغ عددهم (٣٢) مبحوثاً ، وبنسبة مئوية قدرها (٨,٧%) ، ولم يعبر (٢٨) مبحوثاً عن رأيهم ، وبنسبة مئوية قدرها (٦,٧%) في المرتبة الرابعة ، أما المرتبة الخامسة فكانت للمبحوثين الذين لم يتفوقوا معها والبالغ عددهم (٣٤) مبحوثاً ، وبنسبة مئوية قدرها (٣,٩%) ، مما يعني ان هذه الأحزاب جاءت لانتهاز الفرص وإعتلاء المناصب ، وإشباع مصالحها المادية، وان مصلحة الوطن والمواطن آخر إهتمام هذه الأحزاب ان لم يكن في حسابهم أصلاً ، كما أنّ الأحزاب السياسية لا تقف مع مطالب الشعب العراقي ، بل نلاحظ ان اغلب أعضاء الأحزاب في السلطة يحاول جاهداً عرقلة المشاريع الخدمية عن طريق عدم التصويت عليها، أو التغيب عن جلسات البرلمان .

جدول (٢١) يبين التوزيع النسبي لإجابات المبحوثين بخصوص ان عددا من الأحزاب السياسية تربط نفسها بشخصيات دينية و وطنية لتضفي على نفسها قدسية تساعد بالحصول على تأييد الجماهير

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	البدائل
الأولى	٥٥,٦%	204	اتفق بشدة
الثانية	٢٣,٢%	85	اتفق
الثالثة	٩,٨%	36	لا رأي لي
الرابعة	٨,٦%	25	لا اتفق بشدة
الخامسة	٤,٦%	17	لا اتفق
	١٠٠%	٣٦٧	المجموع

أوضحت بيانات جدول (٢١) أن الأغلبية من المبحوثين، والبالغ عددهم (٢٠٤) مبحوثاً ، وبنسبة مئوية قدرها (٥٥,٦%) يتفقون بشدة مع ان عدداً من الأحزاب السياسية يربطون أنفسهم بشخصيات دينية أو وطنية ليضيفون على أنفسهم بعض القدسية والقبول لدى الجماهير وقد احتلت هذه الفئة المرتبة الأولى ، كما إتفق معها (٨٥) مبحوثاً ، وبنسبة مئوية قدرها (٢٣,٢%) وبالمرتبة الثانية ، في حين أوضح (٣٦) مبحوثاً ، وبنسبة مئوية قدرها (٩,٨%) بأنه لا رأي لهم بخصوص هذه الفقرة وبالمرتبة الثالثة ، اما المرتبة الرابعة فلم يتفق مع الفقرة (١٧) مبحوثاً ، وبنسبة مئوية قدرها (٤,٦%)، ليعلن (٢٥) مبحوثاً ، وبنسبة مئوية قدرها (٨,٦%) عدم إتفاقهم وبشدة مع هذه الفقرة وفي المرتبة الخامسة ، مما يعني ان الأحزاب تستغل هذه الشخصيات كدعاة لها ، وبشكل خاص الدينية والتي تلقي مكاناً وترحاباً لدى الجماهير، وإحتراماً لدى الرأي العام كي تضفي على نفسها مكانة ما بأنصواتها تحت هذه الشخصيات لعلها تساعدهم بالحصول على وضع اجتماعي يساعدهم في الترشيح للانتخابات أو لتقول للجماهير إنها على خطى هذه الشخصية ، مما يسهل عليها الحصول على تأييد هذه الجماهير ، ومساندتها وتعاطفها مع أفكار الحزب وآراءه .

جدول (٢٢) يبين التوزيع النسبي لإجابات المبحوثين بخصوص ان اهتمام الأحزاب بإشراك المرأة في عضوية أحزابها اهتماماً دعائياً .

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	البدائل
الأولى	٣٣,٨%	124	اتفق
الثانية	٣١,١%	114	اتفق بشدة
الثالثة	٢٠,٧%	76	لا رأي لي
الرابعة	١١,٧%	43	لا اتفق
الخامسة	٢,٧%	10	لا اتفق بشدة
	١٠٠%	٣٦٧	المجموع

تشير بيانات جدول (٢٢) إلى أنّ المرتبة الأولى كانت لبدليل إتفق مع هذه الفقرة بعدد تكرارات بلغ (١٢٤) مبحوثاً ، وبنسبة مئوية قدرها (٣٣,٨ ٪) ، كما ان المرتبة الثانية كانت لبدليل إتفق بشدة وبعدها تكرارات بلغ (١١٤) مبحوثاً ، وبنسبة مئوية قدرها (٣١,١ ٪) ، فيما لم يبد (٧٦) مبحوثاً ، وبنسبة مئوية قدرها (٢٠,٧ ٪) رأيهم بهذه الفقرة وبالمرتبة الثالثة ، كما لم يتفق معها (٤٣) مبحوثاً، وبنسبة مئوية قدرها (١١,٧ ٪) بالمرتبة الرابعة ، في حين لم يتفق معها بشدة (١٠) مبحوثين فقط ، وبنسبة مئوية قدرها (٢,٧ ٪) بالمرتبة الخامسة ، وهذا يشير إلى ان وجود المرأة في عضوية الأحزاب هي لمجرد الدعاية للحزب في انه يؤمن بأن المرأة هي نصف المجتمع ، وأصبحت في دول العالم تحتل مناصب سياسية وعسكرية ، ولا يمكن تهيمش دورها ، وفي جوهر الأمر إن المرأة في عضوية أحزابها هي طوع إرادة زعيم الحزب ، ورأيها من رأي حزبا ، وهي أداة تنفيذ وليس قرار ، كما ان سبب تواجد بعض النساء في عضوية الأحزاب لغرض الكوتا لا غير .

نتائج البحث

أظهرت نتائج البحث الميداني ما يأتي :

١. يتفق اغلب المبحوثين وبنسبة مئوية قدرها (٣١,١ ٪) على ان الأحزاب السياسية لا تحارب الفساد المالي والإداري.
٢. يتفق غالبية المبحوثين وبنسبة مئوية قدرها (٦٢,١ ٪) ان الأحزاب تفعل كل شيء في سبيل الوصول الى السلطة .
٣. ينظر أغلب المبحوثين وبنسبة مئوية قدرها (٤٢,٦ ٪) الى الأحزاب السياسية على انها تستخدم دور العبادة كمنابر دعائية لأغراضها الانتخابية .
٤. إتفق أغلب المبحوثين وبنسبة مئوية قدرها (٦٣,٥ ٪) على ان الأحزاب السياسية لم تحقق وعودها الانتخابية للمواطنين بعد الانتخابات .
٥. يتفق أغلب المبحوثين وبنسبة مئوية قدرها (٤٦,٩٥ ٪) الى الأحزاب السياسية تتدخل في عمل الدوائر الرسمية .
٦. يتفق أغلب المبحوثين وبنسبة مئوية قدرها (٥٧,٥ ٪) على ان بعض الأحزاب السياسية ذات الأجندات الخارجية أسهمت في تأجيج الوضع الطائفي في العراق .
٧. لا يتفق أغلب المبحوثين وبنسبة مئوية قدرها (٣٢,٧ ٪) على ان الأحزاب السياسية تتعاون فيما بينها من أجل تطوير برامج الحكومة وسياساتها.

٨. لا يتفق أغلب المبحوثين وبنسبة مئوية قدرها (٣١,٣%) على ان الأحزاب السياسية العراقية وطنية .
٩. يتفق أغلب المبحوثين وبنسبة مئوية قدرها (٢٩,٤%) على ان الأحزاب السياسية تتدخل بالحياة الجامعية العراقية .
١٠. يتفق أغلب المبحوثين وبنسبة مئوية قدرها (٤٧,٤%) ان الأحزاب السياسية قائمة على تكتلات طائفية.
١١. إتفق اغلب المبحوثين وبنسبة مئوية قدرها (٤٧,٧%) على ان الأحزاب السياسية تحصل على تمويلها من مصادر أجنبية.
١٢. يتفق أغلب المبحوثين وبنسبة مئوية قدرها (٤٥,٥%) على ان الأحزاب السياسية تخضع لضغوطات دول خارجية تفرض عليها إتخاذ قرارات ومواقف لمصلحة سياسات تلك الدول .
١٣. لا يتفق أغلب المبحوثين وبنسبة مئوية قدرها (٣٩,٥%) ان الأحزاب السياسية تمارس دوراً في تنمية الوعي الديمقراطي للناس .
١٤. لا يتفق أغلب المبحوثين وبنسبة مئوية قدرها (٤٨,٨%) على أن الأحزاب السياسية حافظت على ثروات العراق وراثته الأثري والوطني.
١٥. يتفق أغلب المبحوثين وبنسبة مئوية قدرها (٤٠,٦%) إن الأحزاب السياسية لا تهتم بالقضايا الخدمية التي تهتم المواطن .
١٦. يتفق أغلب المبحوثين وبنسبة مئوية قدرها (٣١,٦%) على إن معظم الأحزاب السياسية تمتلك وسائل اتصال تعبر عن سياسة ذلك الحزب.
١٧. يتفق أغلب المبحوثين وبنسبة مئوية قدرها (٦٣,٥%) على أن معظم قيادات الأحزاب السياسية تمتلك عقارات وأموال خارج العراق.
١٨. يتفق اغلب المبحوثين وبنسبة مئوية قدرها (٥٥,٦%) على ان الأحزاب السياسية تهتم بمصالحها المادية ولا تبالي بمصلحة الوطن والمواطن.
١٩. يتفق أغلب المبحوثين وبنسبة مئوية قدرها (٥٥,٦%) على ان عددا من الأحزاب السياسية تربط نفسها بشخصيات دينية و وطنية لتضفي على نفسها قدسية تساعد بالحصول على تأييد الجماهير.
٢٠. يتفق أغلب المبحوثين وبنسبة مئوية قدرها (٣٣,٨%) على ان إهتمام الأحزاب بأشراك المرأة في عضوية أحزابها اهتماماً دعائياً.

الاستنتاجات

- في ضوء النتائج التي توصلت إليها الدراسة الميدانية يمكن تحديد الاستنتاجات الآتية :
١. الطالب الجامعي يحمل صورة ذهنية ذات مؤشر سلبي عن الأحزاب السياسية العراقية .
 ٢. الأحزاب السياسية لا تحظى بالقبول المطلوب لدى هذه الشريحة المهمة من المجتمع.
 ٣. لا توجد علاقات مستمرة بين الأحزاب السياسية وطلبة الجامعات وان التواصل مناسباً يقوى ويتفاعل وقت الانتخابات التي ما تلبث ان تنتهي ينقطع ذلك التواصل وان طبيعة تلك العلاقة تكون سلبية مبنية على التدخل في شؤون الجامعات، وتعيين الكفاءات المالية لهم ، وإبعاد غيرهم عن التدريس في الجامعات.
 ٤. دلت النتائج إلى إن هنالك إهتماماً من جانب طلبة جامعة بغداد بشؤون الأحزاب السياسية ، وتفاعلهم مع الفقرات والإجابة عنها .
 ٥. دلت النتائج إن هنالك تخوفاً من جانب الطلبة تجاه الأحزاب السياسية ، إذ إن أغلب المبحوثين ينظرون الى الأحزاب السياسية على انها راعية للعنف.
 ٦. هنالك مؤشر لصورة ذهنية سلبية عند المبحوثين في ان عدداً من الأحزاب الإسلامية استغلت الدين لمصالحها الشخصية ، ووظفت دور العبادة لأغراضها الانتخابية، وتضليل الناس، وحثهم على انتخاب قوائم تلك الأحزاب .
 ٧. ينظر المبحوثين الى الأحزاب السياسية على انها بددت ثروات العراق، ولم تحافظ على تراثه الوطني.
 ٨. الصورة الذهنية للأحزاب السياسية لدى طلبة الجامعات ذات مؤشر سلبي فيما يتعلق بوطنية تلك أي ان الأحزاب غير وطنية، وهي من تسبب بتأجيج الطائفية في العراق، وان ولائها لغير العراق .
 ٩. هناك صورة ذهنية ذات مؤشر سلبي لدى الطلبة تتمثل بان تمويل الأحزاب السياسية ليس تمويلاً ذاتياً، وأنه يكون عبر مصادر غير معروفة. ولعل من يسهم في تمويلها دول أجنبية عربية أو إقليمية أو غيرها، وهذا ما يجعل تلك الأحزاب تنفذ أجندة خارجية لمصلحة تلك الدول التي تفرض عليها قرارات لمصلحة تلك الدول.

١٠. الأحزاب السياسية مبنية على أساس طائفي، وأنها تعمل على خدمة مصالحها المادية فقط .
١١. الصورة الذهنية السائدة عن تلك الأحزاب على أنها المسؤولة عن إبعاد عددٍ من الكفاءات العلمية عن التدريس في الجامعات .
١٢. هناك صورة ذهنية ذات مؤشر سلبي عن الأحزاب السياسية على ان لا دور لها في محاربة الفساد المالي والإداري، بل هي من تسببت بهذا الفساد من خلال تدخلها في عمل الدوائر الرسمية.
١٣. هدف هذه الأحزاب هو إمتلاك السلطة لا خدمة الشعب فجل اهتمامها منصب على كيفية الوصول الى تلك السلطة، ولو على حساب القيم والمبادئ.
١٤. إنها أحزاب طوائف وقوميات ومناطق وفئات أكثر منها أحزاب وطنية واسعة الامتداد تجمع العراقيين بمختلف انتماءاتهم وأطيافهم.

المصادر والمراجع

١. محمد عبد الغني سعودي ، محسن احمد الخضيرى ، الأسس العلمية لكتابة رسائل الماجستير والدكتوراه ، القاهرة ، مكتبة الأنجلو المصرية ، ١٩٩٢ ، ص ٥١ .
٢. إبراهيم الداوقى ، صورة الأترك لدى العرب ، بيروت ، مركز دراسات الوحدة العربية ، ٢٠٠١ ، ص ١٧ .
٣. اديب خضور ، صورة العرب في الإعلام الغربي ، دمشق ، المكتبة الإعلامية ، ٢٠٠٩ ، ص ١٢ .
٤. ايمن منصور ، الصورة الذهنية والإعلامية - عوامل التشكيل واستراتيجيات التغير ، القاهرة ، المدينة برس ، ٢٠٠٤ ، ص ٢٩-٣٠ .
٥. علي عجوة ، الأسس العلمية للعلاقات العامة ، القاهرة ، عالم الكتب ، ١٩٧٧ ، ص ١٢١ .
٦. عبد العزيز العسكر ، الصورة الذهنية محاولة لفهم واقع الناس والأشياء ، الرياض ، دار طويق للنشر والتوزيع ، ١٤١٤هـ ، ص ٢٠-٢١ .
٧. سعيد آل ثابت ، صورة المملكة العربية السعودية في الإعلام الغربي بين الواقع والطموح ، الرياض ، المنتدى الإعلامي السنوي الثاني ، بلات ، ص ٣١٢ .
٨. علي الشمري ، "الصورة الذهنية لمجلس النواب لدى الجمهور العراقي" ، مجلة الباحث الإعلامي، العدد(٣) ، كلية الإعلام ، جامعة بغداد ، ٢٠٠٧ ، ص ٨٢ .
٩. مختار التهامي ، الرأي العام والحرب النفسية ، القاهرة ، دار المعارف ، ١٩٨٢ ، ص ٩٣ .
١٠. محمد جهاد جمل ، دلال هلال ، مهارات الاتصال الانساني ، الإمارات العربية المتحدة ، دار الكتاب الجامعي ، ٢٠٠٨ ، ص ٥٥ .
١١. محمد زياد حمدان ، الدماغ والإدراك والتعلم: "دراسة فسيولوجية لماهياتها ووظائفها وعلاقتها" ، عمان ، دار التربية الحديثة ، ١٩٨٦ ، ص ٣٨ .
١٢. عماد عبد الرحيم زغلول ، علي فالح الهنداوي ، مدخل علم النفس ، الإمارات العربية المتحدة ، دار الكتاب الجامعي ، ٢٠١٢ ، ص ١٢٠ .
١٣. أيمن منصور ندا ، مصدر سابق ، ص ١١ .
١٤. احمد مبارك الكندري ، علم النفس الاجتماعي والحياة المعاصرة ، الكويت ، دن ، ١٩٩١ ، ص ١٥٣ .
١٥. لي عجوة ، مصدر سابق ، ص ١٥٠ ، و ص ١٥٢ .
١٦. رواء محمود حسين ، الحداثة المقلوبة ، بيروت ، دار ومكتبة البصائر ، ٢٠١١ ، ص ٨٥ .
١٧. عاطف عدلي العبد ، نهى عاطف العبد ، مدخل إلى الأتصال ، القاهرة ، دار الفكر العربي

- ٢٠١٠، ص ١٦٦-١٦٧.
١٨. محمد خليفة بركات ، علم النفس التعليمي ، ج ١ ، ط ٣ ، الكويت ، دار القلم ، ١٩٧٩ ، ص ١٨٤.
١٩. شادان نصير، الصورة الذهنية والراي العام ، القاهرة ، دار ايتراك للنشر والتوزيع ، ٢٠٠٤ ، ص ١٠٩.
٢٠. انتصار ابراهيم عبد الرزاق ، صورة العرب والمسلمين في الصحافة الأمريكية ، اطروحة دكتوراة غير منشورة ، جامعة بغداد ، كلية الاعلام ، ٢٠٠٥ ، ص ٣٩-٤٠.
٢١. احمد مبارك الكندري ، مصدر سابق ، ص ٢٩٨.
٢٢. فهمي النجار، الحرب النفسية (أضواء اسلامية) ، الرياض ، دار الفضيلة، بلات ، ص ١٥، و ص ١٨.
٢٣. ايمن منصور ندا ، مصدر سابق ، ص ٣٠.
٢٤. محمد جهاد جمل ، دلال هلالات ، مصدر سابق ، ص ٦٤.
٢٥. محمد رشك كاظم ، "مقاييس المواقف (الاتجاهات) واهميتها في البحوث الإعلامية" ، مجلة الباحث الإعلامي، العدد (٥)، كلية الاعلام ، جامعة بغداد ، ٢٠٠٩ ، ص ٧٧.
٢٦. عبد الستار ابراهيم ، العلاج النفسي الحديث قوة للإنسان ، الكويت ، عالم المعرفة ، ١٩٨٠، ص ٢٩.
٢٧. عصام سليمان ، مدخل إلى علم السياسة ، ط ٢، بيروت ، دار النضال للطباعة والنشر والتوزيع ، ١٩٨٩ ، ص ٩٤.
٢٨. احمد النعيمي ، السياسة الخارجية ، عمان ، دار زهران للنشر والتوزيع ، ٢٠٠٨ ، ص ٣٠٧.
٢٩. محمد منير حجاب ، الدعاية السياسية وتطبيقاتها قديما وحديثا ، ط ٣ ، القاهرة ، دار الفجر للنشر والتوزيع ، ٢٠٠٢، ص ١١١.
٣٠. عادل عباسي، "واقع النشاط الحزبي في الجزائر وانعكاساته على سلوك الهيئة الناخبة" ، المجلة العربية للعلوم السياسية العدد (٣٥) ، بيروت ، الجمعية العربية للعلوم السياسية ومركز دراسات الوحدة العربية ، ٢٠١٢ ، ص ٢٧.
٣١. المصدر نفسه ، ص ٢٨.
٣٢. صالح جواد الكاظم ، علي غالب العاني، الانظمة السياسية ، القاهرة ، شركة العاتك لصناعة الكتاب ، ١٩٩٠ ، ص ١٠١.
٣٣. المصدر نفسه ، ص ١٠١.
٣٤. بطرس غالي ، محمود خيرت ، المدخل الى علم السياسة ، ط ٣ ، القاهرة ، مطابع الاهرام ، ١٩٧٦ ، ص ٥٠٩.
٣٥. موريس دوفرجية ، المؤسسات السياسية والقانون الدستوري الأنظمة السياسية الكبرى، ترجمة: جورج سعد، بيروت، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، ١٩٩٢، ص ٧٢-٧٣.

٣٦. مورييس دوفرجية ، المال والنزاهة السياسية، القاهرة ، مركز الدراسات السياسية والاستراتيجية ، ٢٠٠٩ ، ص ١٣٤ ، ص ١٢٤ .
٣٧. سويم العزي ، دراسات في علم السياسة ، عمان ، ثراء للنشر والتوزيع ، ٢٠٠٩ ، ص ١١١ .
٣٨. عدي عبد مزهر البديري ، دور الاحزاب في الحياة السياسية الاميركية ، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة بغداد ، كلية العلوم السياسية ، ٢٠١١ ، ص ٤ ، ص ٦ .
٣٩. عبد الكريم علي فضل الله ، دور الاحزاب سلبا وايجابا ، الكويت ، د ، ن ، ٢٠٠٦ ، ص ٥ .
٤٠. هالة أبو بكر سعودي، وحيد محمد عبد المجيد، الحرية وتعدد الأحزاب في فكر الاشتراكية الديمقراطية ، مصر، الهيئة المصرية العامة للكتاب ، ١٩٧٨ ، ص ١٢٩ .
٤١. جان ماري دان كان ، علم السياسة ، ترجمة محمد عرب صاصيلا ، بيروت ، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع ، ١٩٩٧ ، ص ٢٨٧ .
٤٢. عصام سليمان، مصدر سابق ، ص ٩٩ .
٤٣. حميد خالد حنون ، الانظمة السياسية ، القاهرة ، العاتك لصناعة الكتاب ، ٢٠٠٩ ، ص ١٣٤ .
٤٤. المصدر نفسه، ص ٢٣ .
٤٥. محمود يوسف ، مقدمة في العلاقات العامة ، جامعة القاهرة ، كلية الأعلام ، ٢٠٠٤ ، ص ١١ .
٤٦. مثنى محمد فيحان ، دور الفضائيات العراقية في تشكيل صورة الحكومة العراقية لدى جمهور مدينة بغداد، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة بغداد ، كلية الإعلام ، قسم الصحافة الأذاعية والتلفزيونية ، ٢٠١١ ، ص ٣١ .
٤٧. عبد الرحيم محمد عبد الرحيم، اصول العلاقات العامة، القاهرة ، دار مصر ، ٢٠٠١ ، ص ٢٨٥ .
ينظر كل من :
- محمد كشك ، العلاقات العامة والخدمة الاجتماعية ، الاسكندرية ، المكتب الجامعي الحديث ، بلا تاريخ ، ص ٢٢٦ .
 - راجح غني، العلاقات العامة في الأحزاب السياسية، دمشق، دار العلم ، ١٩٩٨ ، ص ١٧١ .
 - زكي محمود هاشم ، العلاقات العامة - المفاهيم والاسس العلمية ، الكويت ، ذات السلاسل ، ١٩٩٦ ، ص ٣٣٤ .
 - عبد الكريم راضي الجبوري ، العلاقات العامة فن وابداع تطوير المؤسسة ونجاح الادارة، بيروت ، دار البحار ودار التسيير، ٢٠٠١ ، ص ٣٧-٣٨ .