

## مظاهر التحريض الإعلامي على العنف في الفضائيات العراقية من وجهة نظر الإعلاميين العراقيين

أ.م.د عبد النبي خزعل جاسم

م.د شريف سعيد حميد

جامعة بغداد / كلية الاعلام

### المستخلص:

يعد التحريض الإعلامي على العنف من أبرز الظواهر الإعلامية التي ازداد خطرها ليس على الصعيد المحلي وحسب بل وفي العالم لاسيما، مما يشكل ظاهرة تستحق الدراسة للوصول الى مؤشرات وبيانات توضح حجم الظاهرة التي تفاقمت في العراق.

وعلى وفق ما تقدم يحاول هذا البحث الإجابة عن عدد من الأسئلة أبرزها:  
أ. ما هي القنوات الفضائية العراقية الأكثر مشاهدة من قبل الإعلاميين العراقيين كمصادر للمعلومات؟ وما هي القنوات الأكثر تحريضا على العنف ودرجة تحريض؟

ب. ماهي أبرز مظاهر وأساليب واتجاهات موضوعات التحريض على العنف؟

ت. ماهي جهات التحريض على العنف وماهي مصادر توجيهه .

وسعى البحث الى تحقيق مجموعة من الأهداف من أبرزها:

- تحديد الموضوعات الأبرز تناولا في التحريض على العنف فيها؟ فضلا عن معرفة أنواع وأساليب التحريض التي تمارسها تلك الفضائيات لإشاعة العنف والكرهية. ويعد هذا البحث من البحوث الوصفية وقد استخدم المنهج المسحي. واتخذ البحث مجالات عدة إذ تمثل المجال المكاني في القنوات الفضائية العراقية تحديدا، بينما تمثل المجال الزمني بالمدة من بداية شهر آذار الى نهاية شهر نيسان من العام ٢٠١٤م، وتمثل المجال البشري للبحث بالعاملين في الوسط الصحفي العراقي من أكاديميين وإعلاميين ومهنيين من الإناث والذكور ومن مختلف الصفات والمهن الصحفية. وتم اختيار عينة قصدية غرضية. وخلص البحث الى مجموعة من النتائج:

- القنوات الفضائية الأكثر تحريضا على العنف والكرهية عبر برامجها هي قناة الرافدين بالمرتبة الاولى ثم قناة بغداد فالبيغدادية ثالثا فالشرقية رابعا ثم التغيير خامسا.

**Aspects of the media to incite violence in the Iraqi-satellite channels -from  
the point of view of the Iraqi journalists  
Dr-Abdul Nabi Khaz'al Jassim. Dr. Shareef Saeed Hameed**

**Abstract**

representing the media and communication problems and phenomena fertile material and of great importance in the media research, especially as they relate to various aspects of life and its impact on the culture of the community and on individuals and public opinion about the behavior of the various issues. The media incitement to violence and hatred of the most prominent media phenomena that increased the danger and expanded not at the local level, but also in the world. So we found it is important to study this problem from the standpoint of academic and professional. And according to the progress of this research is trying to answer a :number of questions including

- A. What are the Iraqi Satellite TV channels most watched and follow-up by the ethnic media as sources of information on Iraqi affairs? What are the most incitement ?to violence and the degree of incitement practiced channels**
- B. What are the most prominent manifestations and methods of incitement to violence and the degree of incitement and most types of programs addressed in this ?incitement topics**
- C. What are the points of incitement to violence and what are the sources of guidance**
- D. What are the main trends that tend her satellite programs when covered daily events**

This is the search of descriptive research survey method has been used in the context of what is associated scans the audience and the media. And took the search several areas, representing the spatial field in Iraqi Satellite TV channels specifically, while representing the temporal sphere duration from the beginning of March to the end of the month of April of 2014, and represents the human field to search workers in the center of the Iraqi journalist of academics, journalists and professionals from male and female and from different DETAILS Press and professions. It was selected sample of this intentional object-center and various job descriptions. The sample size has been reached (250) single. The research found a set of results including: - Satellite most incitement to violence and hatred across the channel programs is the first prize of Mesopotamia and Baghdad channel albaghdadia alsharqiah Third Fourth and Fifth altager.

### أولاً: الإطار المنهجي للبحث

١- مشكلة البحث وأهميته : بالرغم من اتساع حجم ظاهرة العنف والتحريض، فقد لاحظ الباحثان ان هنالك قصوراً في تناول الظاهرة، ولان الباحثين يميزان بين نوعين من التحريض الذي تقوم به الفضائيات التحريض الايجابي الذي يرفع الروح المعنوية للمواطن ويسهم في تشكيل وعيه فضلاً عن إحاطته بكل ما يجري من حوله، والتحريض السلبي الذي عني به هذا البحث وهو التحريض على العنف ومناوئة العملية السياسية بكل ما فيها من مؤسسات ورموز وأفكار فأن البحث الحالي يحاول على وفق ذلك الإجابة عن التساؤلات الآتية:

أ. ما القنوات الفضائية العراقية الأكثر مشاهدة ؟

ب. ما القنوات الفضائية العراقية الأقرب الى الموضوعية والمهنية ؟

ت. ما القنوات الفضائية العراقية الأكثر تحريضا على العنف، وماهي درجة هذا التحريض ؟

ث. ما المواد الاعلامية الأكثر تحريضا على العنف التي تستخدمها القنوات الفضائية ؟

ج. ما المظاهر والأساليب الأبرز تناولاً في التحريض في الموضوعات السياسية ؟

ح. ما أنواع التحريض على العنف المستخدمة في البرامج التي تبثها القنوات الفضائية ؟

خ. ما مظاهر وأساليب التحريض على العنف والكرهية والتي تستهدف الجوانب الدينية والاجتماعية والأمنية الأكثر تناولاً في برامج القنوات الفضائية وماهي درجة تحريضها ؟

د. ما ابرز جهات التحريض الإعلامي ومصادر توجيهه في القنوات الفضائية ؟

ذ. ما أبرز الاتجاهات والنزعات التي تميل لها البرامج عند تغطيتها اليومية للأحداث.

كما تتجسد أهمية البحث كونه يتصدى الى موضوع غاية في الأهمية ألا وهو التحريض الاعلامي على العنف عبر الفضائيات العراقية، وانعكاس كل ذلك على شرائح ومكونات المجتمع العراقي الذي عانى من انعكاسات هذه الظاهرة لفترة ليست بالقليلة على الحياة اليومية للمواطن وعلى السلم الاهلي للمجتمع، فالبحث يقدم تصورات ومؤشرات واضحة ومتكاملة بشأن حجم هذه الظاهرة وأبعادها.

### ٢- أهداف البحث :

يسعى البحث في الخطوات والإجراءات المنهجية التي يتبناها الى:

أ. التعرف على القنوات الفضائية العراقية الأكثر مشاهدة من وجهة نظر الاعلاميين.

ب. تحديد ابرز القنوات الفضائية العراقية الأقرب الى الموضوعية والمهنية .

ت. معرفة أبرز القنوات الفضائية العراقية الأكثر تحريضا على العنف عبر برامجها.

ث. تشخيص المواد الاعلامية الأكثر تحريضا على العنف ؟

ج. تحديد الموضوعات الأبرز تناولاً في التحريض على العنف ودرجة تحريضها ؟

ح. معرفة أنواع وأساليب التحريض على العنف الذي تمارسه القنوات الفضائية ؟

خ. الوصول الى أبرز مظاهر وأساليب التحريض في الموضوعات الدينية والاجتماعية والأمنية والأكثر تناولاً في برامج القنوات الفضائية ودرجة تحريضها؟

د. معرفة ابرز مظاهر وأساليب خرق المادة (١-١) الخاصة بقواعد وأنظمة هيئة الاعلام والاتصالات في منع الجهات المحرّضة على العنف والكرهية.  
ذ. تشخيص جهات التحريض ؟.

### ٣- نوع البحث ومنهجه:

يعد هذا البحث من البحوث الوصفية من حيث النوع، كما يستخدم البحث المنهج المسحي في سياق ما يرتبط بمسح الجمهور المستهدف في البحث، وهو بالأساس يهدف الى التعرف على آراء واتجاهات جمهور وسائل الاعلام ازاء القضية موضوع البحث كما استخدم البحث الأستبانة والمقياس بوصفهما أداتي البحث لجمع البيانات، والتي يقاس على اساسها بهدف الوصول الى أبرز المؤشرات وأهم النتائج بالبحث.

### ٤- حدود ومجالات البحث:

يتمثل المجال المكاني للبحث في القنوات الفضائية العراقية، بينما يتمثل المجال الزماني بالمدة الزمنية من بداية شهر آذار الى نهاية شهر نيسان من العام ٢٠١٤، وتمثل المجال البشري للبحث بالعاملين في الوسط الصحفي العراقي.

### ٥- مجتمع البحث وعينته:

يتمثل مجتمع البحث بالعاملين في الوسط الاكاديمي الاعلامي والصحفي العراقي ومن الاناث والذكور، لأنه الأقدر على تشخيص أسباب الظاهرة بوعي كونه مشاركاً في انتاجها او في رصدتها ونقدتها. وتم اختيار عينة قصدية غرضية من الذين يتابعون القنوات الفضائية العراقية على اعتبار انها تشكل مجتمع بحث ملائم لاغراض هذا البحث. وقد بلغ حجم العينة (٢٥٠) مفردة مراعين فيها مختلف التوصيفات الوظيفية، وتم استرجاع (٢٣٠) استمارة مستوفية الإجابة فيما أهملت (٢٠) استمارة بسبب الأخطاء فضلا عن عدم اكتمال ملء الاستمارة من قبل المبحوثين وقد تمت المعالجة الاحصائية للاستمارات المكتملة وعددها (٢٣٠) استمارة .

### ثانياً: الأطار النظري للبحث

١. التحريض لغة : مصدر حَرَضَ يُحَرِّضُ تحريضاً. جاء في قاموس لسان العرب لابن منظور<sup>(٣)</sup>: التحريض بمعنى التحضيض أو الحض والحث والإحماء على فعل شيء. تقول العرب: حرّضه على القتال، بمعنى حَضَّه أو حَثَّه عليه. قال تعالى: (( يا أيها النبي حَرِّضِ الْمُؤْمِنِينَ عَلَى الْقِتَالِ )) بمعنى حَثِّمْ عَلَى أَنْ يُحَارِضُوا عَلَيْهِ. وفي القانون<sup>(٤)</sup>: حَرَضَهُ بِمَعْنَى دَفَعَهُ عَلَى ارْتِكَابِ الْمُحْظُورِ مِنَ الْأَعْمَالِ.

### ٢. التحريض اصطلاحاً :

هو عملية إثارة نفسية للحصول على سلوك معين ما كان ليتم لو لا تلك الإثارة، سواء أكانت هذه الإثارة تتم بالتلميح إلى رمز معين أو واقعة ما أو إلى أشخاص أو صور أو أماكن محددة أو بالتصريح بمعلومة حقيقية كانت أم غير واقعية.

### ٣. التحريض قانوناً :

التحريض جريمة يعاقب عليها القانون أو هو سلوك ينصب على فعل جرمه القانون. لذلك لا بد أن يسفر التحريض عن نتيجة ولكي يكون مؤثراً لا بد أن يكون موجهاً إلى من يمكن أن يقع تحت تأثيره أفراداً كانوا أم جماعات (٥).

ولا يمكن اعتبار التحريض مجرد حرية رأي إنما هو كلام مؤثر يطرق وبشدة على فكر ضعاف النفوس هدفه إشعال الفتن(٦).

أ. أن نشاط المحرض ذو طبيعة معنوية تعبيرية بمعنى أنه يهدف إلى التأثير على نفس الفاعل بما يحمله بعد ذلك على ارتكاب الجريمة .

ب. إنه لا يخلق فكرة الجريمة في نفس الجاني وحسب، بل ويواصل الإلحاح عليها حتى يقطع على الجاني سبيل العدول عنها.

ت. إن التحريض ينتمي الى دائرة الأفكار والنوايا، لا دائرة الأفعال والنتائج ومن ثم إذا يخاطب المحرض فكر الجاني. ويتميز نشاط المحرض بأنه ذو طبيعة نفسية، ويتجه الى نفسية الفاعل ليؤثر عليه فيدفعه الى ارتكاب الجريمة. وتنقسم أركان التحريض الى ركنين<sup>(٧)</sup>.

١. الركن المادي: وقوامه النشاط الذي يصدر من المحرض والموضوع الذي ينصب عليه. فالنشاط الذي يصدر عن المحرض هو كل عمل إيجابي غايته التأثير على تفكير شخ ص .

٢. الركن المعنوي للتحريض: فهو صورة القصد الى تنفيذ الجريمة أو جرائم موضوعة عن طريق شخص آخر. وللقصد عنصران هما العلم والإرادة.

#### عقوبات التحريض في القانون العراقي :

١- قانون العقوبات رقم ١١١ لسنة ١٩٦٩: (٨) نصت المادة ٢٠٠ من هذا القانون على أنه ( يعاقب بالسجن مدة لا تزيد على سبع سنوات، أو بالحبس كل من حرّض على قلب نظام الحكم المقرر في العراق أو على كراهيته أو الازدراء به أو حبذ أو روج ما يثير النعرات المذهبية أو الطائفية أو أثار شعور الكراهية والبغضاء بين سكان العراق.

٢- قانون مكافحة الإرهاب رقم ١٣ لسنة ٢٠٠٥: <sup>(٩)</sup> أولا عرف القانون الإرهاب في مادته الأولى بأنه ( كل فعل إجرامي يقوم به فرد أو جماعة منظمة استهدف فردا أو مجموعة أفراد أو جماعات أو مؤسسات رسمية أو غير رسمية أو أوقع أضرارا بالممتلكات العامة أو الخاصة بغية الاخلال بالوضع الأمني أو الاستقرار والوحدة الوطنية.

#### ٤. آليات التحريض كمتغير نفسي :

أ- الإثارة أو التهييج<sup>(١٠)</sup>: وهي الخطوة النفسية الأولى التي يقدم عليها رجل الدعاية لتهيئة الجمهور إلى تقبل ما سيطرّحه عليه لاحقا من حجج ومزاعم. وتتم بخلق التوتر النفسي في المتلقيين عندما تستثير في النفوس حاجات ودوافع لا تشبعها. «فعندما يثير أمر ما اهتمام المتلقي فإنه يظل مشدودا إلى معرفة التفاصيل والمزيد طالما يشعر بالإثارة النفسية. وتحت تأثير الإثارة يسمع ويقراً ويشاهد جميع المعلومات الوارد إليه»<sup>(١١)</sup>.

ب. التهديد أو التخويف : وهو من الاستمالات المهمة التي تحاول التأثير في البناء النفسي للمتلقي وذلك بإثارة توقعاته بأنه سيتعرض إلى مخاطر أو عقوبات ما إذا لم يسلك سلوكا معيننا. لذا يتوجب أن تتضمن التوصيات التي يتمكن بمقتضاها الفرد تجنب مصادر التهديد التي تضمنتها الرسالة مع ملاحظة أن التهديد المعتدل يحقق نتائج أفضل من التهديد القوي أو المبالغ فيه لأن الفعل الأخير من شأنه أن يثير تحدي

المتلقي برفض التهديد فلا يذعن ولا يستجيب إلى التوصيات<sup>(١٣)</sup> وغالبا ما يستخدم القوائم بالاتصال أو رجل الدعاية تقنيات التكرار في مضمون الرسالة وتنويع أشكال طرحها والتجديد في أفكارها، لتعزيز القناعة عند المتلقي وتحقيق أكبر قدر من التأثير النفسي فيه للاستجابة إلى الحجج التي يطرحها<sup>(١٣)</sup>.

ج. تحويل انتباه المستقبل وإعادة ترتيب أولويات اهتمامه: وذلك عن طريق لفت انتباه المتلقيين إلى قضايا يوحى القوائم بالاتصال بأنها الأهم في هذا الوقت. ثانيا. الاستمالة: هي إثارة نفسية ذهنية يقوم بها القوائم بالاتصال للتأثير في المتلقي لكسب تأييده أو هي (محاولة لإقناع شخص معين أو جماعة للحصول على موافقتها ومساندتها أو تأييدها لقضية معينة أو اتجاه ما<sup>(١٤)</sup>).

وهي على ثلاثة أنواع: استمالات عاطفية، واستمالات عقلية، واستمالات تخويف. الأولى تقوم على إثارة النوازع النفسية والرغبات والميول، والثانية تقوم على تقديم الحجج والشواهد في عرض منطقي والثالثة تقوم على إثارة الخوف من فقدان شيء أو الحرمان منه.

وعادة ما يميل القوائم بالاتصال إلى استخدام استمالات تتناسب والموقف الاجتماعي للأفراد والخصائص الديموغرافية لهم فيلجأ إلى تلك التي يحتمل أن يكون لها تأثير أكبر على الجمهور. لكن على العموم (ليس هناك قاعدة ثابتة نستطيع أن نعتم على أساسها أي الاستمالات أفضل في أغلب الظروف. فالتجارب المختلفة تشير إلى أن (الاستمالات المنطقية أفضل في بعض الأحوال من الاستمالات العاطفية في حين أن الاستمالات العاطفية قد تصلح أكثر في ظروف أخرى)<sup>(١٥)</sup> ويتضح من ذلك أن بعض الاستمالات المعدة من أجل إثارة خوف المستمع يمكن عدها من أساليب التأثير الشديد التي تستخدم لإيصال المعنى، وهناك نوع آخر يعتقد أنه أكثر فعالية، يستخدم أساليب القوة المتوسطة يؤثر في الجمهور عندما تنجح النتائج المصاغة والمستخلصة مسبقا. ونوع ثالث يرى أنه من الأجدى بث الإعلام الأهداف الذي يدفع الجمهور إلى استخلاص الاستنتاجات بصورة مستقلة<sup>(١٦)</sup>.

#### الاستمالة والتحريض :

إن أقوى أنواع الاستمالات هي تلك التي بإمكانها إحداث قلق وتوتر عاطفي في الجمهور لا يمكن أن يزول إلا بإزالة أسبابه وذلك عن طريق الانخراط في سلوك يدعو إليه القوائم بالاتصال. ومن الأساليب الأساسية لإثارة الاطمئنان أن يتخيل الفرد نفسه مشتركا في نوع من أنواع النشاط يجنبه الأخطار الناجمة عن التهديد، وبهذا يتخلص من التوتر<sup>(١٧)</sup> والاستمالة قد تكون خطابا مباشرا أو رسالة واحدة وقد تكون في سياق لمجموعة رسائل أو برامج يعزز بعضها البعض الآخر لإحداث المتغير النفسي المطلوب. لذا فهناك من يصفها بأنها عملية بمعنى أنها تنمو وتستمر وهذا لا يتوقف عند الرسالة أو البرنامج الواحد بل مادامت هناك حاجة لاستخدامها في التأثير على الجمهور أو التوقع بأهميتها في تحقيق استجابته إزاء قضية ما. فيتم عن طريق الاستمالة بصفتها عملية (التأثير في الآخرين عن طريق استعمال الأدلة والشواهد والبراهين والأمثلة والنوازع النفسية والميول والرغبات كي يتقبلوا أفكار وآراء أو يقوموا بعمل معين أو تكوين اتجاهات محددة)<sup>(١٨)</sup>.

### ثالثا- الدعاية وتكنيكاتها :

تسعى التكنيكات الدعائية الى تحقيق أفضل الأساليب المنطقية والنفسية للتأثير في الرأي والمواقف والتحريض للقبول بمنطقها من خلال مداخل نفسية وغير نفسية يحاول المشتغلون بها الى تغيير فعلي في مواقف الناس. (وتزداد هذه التكنيكات ضراوة بالقدر الذي يزداد به عقل الإنسان قدرة واستنارة وعنادا) (١٩) فلا تستطيع الدعاية تغيير السلوك أو تنجح إلا حينما يكون المجتمع المقصود بالدعايات في معنويات منخفضة وإذا لم يسمح العقل باعتباره مصفاة بمرور المعاني التي لا يقتنع بها . وتنجح فقط حينما توجه الى أفراد يرغبون بالاستماع إليها ويهضمون المعلومات المقدمة إليهم (٢٠) وهنا تفترق الدعاية عن الإعلام في أساليب التوجه الى الرأي العام الذي يتشكل نتيجة للحقائق التي يطرحها الإعلام فيكون أكثر ثباتا وأشد استقرارا من ذلك الذي يقوم على الدعاية التي تعتمد على مخاطبة الغرائز واتباع أسلوب ينطوي على الخداع والتضليل فإن تكشف الحقيقة زال هذا الرأي تاركا وراءه أثرا سيئا (٢١). كما تتميز الدعاية في محاولتها التأثير في العواطف أو ما يسمى بالضغط العاطفي ، سواء أكان هذا الضغط يستهدف خلق شعور جمعي سلبي أو إيجابي إزاء شئ معين ، أو يستهدف مجرد طرح آراء تقوم على أساس عاطفي وهذا لا يعد شيئا عارضا في عملية الدعاية بل هو الشئ الأساس فيها (٢٢) وأسلوب الإثارة العاطفية هذا بما يستلزمه من كذب وتضليل وخداع يتطلب لضمان استمرار وصوله الى أهدافه احتكار توجيه الجماهير وعدم السماح بوصول آراء مخالفة أو دعاية مضادة (٢٣). بمعنى أن الدعاية تحاول إخفاء نقاط ضعف خطابها الدعائي أو منع الجمهور من الوصول الى مصادر تكشف الحقائق التي يحاول تجنب وصولها إليه . ويستغل رجل الدعاية في ذلك عدم قدرة الفرد العادي على التمييز بين الحقائق والآراء فيقدم الأحكام إليه على أنها حقائق مستغلا ميله للتعميم، كما يقدم صوراً منطبعة يقبلها الجمهور بدون حاسة نقدية (٢٤). وعندما تستطيع الدعاية تطويع العادات والاتجاهات بالافادة من عدم مقدرة الجماهير على التمييز فهي تربط بين احتياجات الجماهير الحقيقية وبين الأهداف الكاذبة او التي لاعلاقة لها بهذه الاحتياجات (٢٥). وهذه الأساليب كثيرة وتختلف باختلاف المواقف فمن بينها ( اعلان البيانات المثيرة المخيفة والاستمالات المفاجئة واختيار لون وحجم ومكان نشر المواد المختلفة بوسائل الإعلام المطبوعة وإذاعة الأخبار التي تتصل برغبات الجماهير ومصالحها (٢٦) لكن الحملات الدعائية كلها تقريبا تجري في ثلاث مراحل (٢٧). مرحلة استقطاب الانتباه وإثارة الاهتمام ثم مرحلة تحريك العواطف ثم مرحلة إرشاد الجمهور الى الطريقة التي يمكن بها التخلص من التوتر الذي أوجده القائم بالدعاية.

استخدام تكنيكات الأخبار للتأثير في سلوك الأفراد : تعد الأخبار بما تحتويه من معلومات وحقائق وكذلك التقارير الإخبارية وما تتضمنه من آراء وتحليلات ، أهم عوامل التأثير النفسي المستخدمة لتغيير سلوك الأفراد أو الرأي العام باعتباره صورة من صور السلوك الجماعي الناتج من تفاعل وأخذ وعطاء بين أفراد الجماعة وبين الجماعة والجماعات الأخرى (٢٨) فبإمكان المواد الإخبارية أن ترفع من الروح المعنوية لدى جمهور ما أو أن تحط منها إذا ما أختيرت لتقدم وقائع محددة بصياغات مقصودة وضمن سياقات إخبارية تبرز فيها جوانب وتخفي أخرى على وفق القيم الإخبارية التي تنطلق منها كالأهمية أو الإثارة أو الجسامة أو الاهتمام الإنساني للقصة التي تنقلها أو إذا تعمدت

إخفاء بعض تفاصيلها أو حجبت أخبارا أو قللت من أهميتها على خلاف الموضوعية أو المهنية مما يؤثر بالنتيجة على الرأي العام الذي يمثل الرأي السائد بين أغلبية الشعب الواعية في فترة معينة بالنسبة لقضية أو أكثر يحتدم فيها الجدل والنقاش ، وتمس مصالح هذه الأغلبية أو قيمها الانسانية مسا مباشرا(٢٩) وتكمن المسؤولية الاجتماعية والتنموية للأخبار فضلا عن الإعلام عن الأحداث والوقائع المختلفة والتنبيه الى وجوب القيام بالأعمال والأنشطة المناسبة والضرورية لحياة الانسان والملائمة مع كونه فردا في المجتمع ، ووضع المواطن موضع المعرفة الكاملة لكل ما يدور في محيطه الاجتماعي، ولفت نظره والمجتمع والإنسانية أحيانا الى بعض ما قد يتهدها من أخطار، والتهيئة الذهنية والمعنوية لما يمكن أن يجري على حياة الأفراد ومستقبلهم وجوانب تقدمهم، مثلما تكمن هذه المسؤولية في تأكيد أو نفي ما يتداول الناس من شائعات أو أقوال أو ثرات تتصل ببعض المسائل المهمة المؤثرة على أحوالهم بصفة عامة(٣٠) لكن هذه الوظيفة الاجتماعية كانت وما تزال بعض الفضائيات التلفزيونية والإذاعات الموجهة تتجاوزها وبمساحات تزداد أو تقل تبعا للجهات الممولة لها وللأهداف التي أنشأت من أجلها لاسيما وأن هناك الكثير منها قد استفادت من سهولة الحصول على تراخيص البث والاشتراك سواء في الأقمار الصناعية أو في المدن الإعلامية المتعددة هنا وهناك ومن مناخ الحرية الإعلامي وكذلك من حالة الفوضى والاضطراب السياسي في المنطقة في مرحلة ما قبل وأثناء ما يسمى بالربيع العربي. لذلك نرى العديد من برامج هذه الفضائيات ما تزال تعمل على وفق خصائص الإذاعات الموجهة في أيام الحرب الباردة بين المعسكرين السوفيتي والغربي من حيث(٣١) إثارة الرأي العام الداخلي ضد الحكومة القائمة عن طريق تجسيم الأخطاء التي تواجهها، وعن طريق التشكيك بالخطوات التي تخطوها لإصلاح الأوضاع، ومن خلال التحريض على القيام بأعمال تخريبية، فضلا عن تخويف الجماهير من نيات الحكومة ومحاولاتها الجادة في البناء عن طريق تحريف الأنباء والتعليق عليها بالشكل الذي يخدم أهدافها . إن وسائل الإعلام الآن وكما تذكر ذلك اليونسكو(٣٢) مسؤولة عن كل أشكال العنف.

### ثالثا: الدراسة الميدانية، خصائص المبحوثين:

١. النوع الاجتماعي: بلغ إجمالي عددهم (٢٣٠) مبحوثاً توزعوا إلى (١٧٦) مبحوثاً من الذكور بلغت نسبتهم (٧٦,٥٢٪) مثلوا الجزء الأكبر من عينة البحث مقابل (٥٤) مبحوثاً من الإناث بلغت نسبتهم (٢٣,٤٨٪) من إجمالي العينة. (انظر جدول ١).

جدول (١) المبحوثون من الاعلاميين المشاركون في البحث بحسب متغير الجنس

النسبة %	العدد	الجنس
٧٦,٥٢ %	١٧٦	ذكر
٢٣,٤٨ %	٥٤	انثى
١٠٠ %	٢٣٠	المجموع

### ٢- المستويات العمرية: تم تقسيمهم على وفق الآتي:

أ- المرحلة العمرية (من ١٨ - ٣٠) عاما: جاءت هذه المرحلة العمرية بالمرتبة الأولى وبواقع (١٣٢) مبحوثاً وبنسبة شكلت (٥٧,٣٩٪) من عينة البحث .



- ب- المرحلة العمرية (من ٣١-٤٠) عاماً: جاءت هذه المرحلة بالمرتبة الثانية وكان عدد من تقع أعمارهم ضمنها (٤٣) مبحوثاً شكلوا نسبة مئوية بلغت (١٨,٧٪).
- ت- المرحلة العمرية (من ٤١-٥٠) عاماً: جاءت بالمرتبة الثالثة وكان عدد من تقع أعمارهم ضمنها (٣٦) مبحوثاً وبنسبة مئوية شكلت (١٥,٦٥٪).
- ث- المرحلة العمرية (من ٥١-٦٠) عاماً: جاءت هذه المرحلة العمرية بالمرتبة الرابعة وكان عدد من تقع أعمارهم ضمنها (١٥) مبحوثاً وبنسبة بلغت (٦,٥٢٪).
- ج- المرحلة العمرية (من ٦١ عاماً فأكثر): جاءت بالمرتبة الخامسة وكان عدد من تقع أعمارهم ضمنها (٤) مبحوثين وبنسبة مئوية شكلت (١,٧٤٪). انظر جدول (٢).
- جدول (٢) المبحوثون من الاعلاميين المشاركون في البحث بحسب متغير العمر

العمر	العدد	النسبة %
من (١٨-٣٠) عاماً	١٣٢	٥٧,٣٩%
من (٣١-٤٠) عاماً	٤٣	١٨,٧٠%
من (٤١-٥٠) عاماً	٣٦	١٥,٦٥%
من (٥١-٦٠) عاماً	١٥	٦,٥٢%
٦١ عاماً فأكثر	٤	١,٧٤%
المجموع	٢٣٠	١٠٠%

- ٣- المستوى التعليمي (الدراسي): توزعت مستويات متغير التحصيل التعليمي (الدراسي) للمشاركين في البحث بين درجات ومستويات عدة على وفق الآتي:
- أ- شهادة البكالوريوس: جاءت هذه الفئة بالمرتبة الأولى إذ بلغ عدد المشاركين في البحث من الحاصلين على الشهادة (الجامعية) (١٦٠) مبحوثاً وبنسبة بلغت (٦٩,٥٧٪).
- ب- شهادة عليا: جاءت هذه الفئة بالمرتبة الثانية (٣٢) مبحوثاً (دبلوم عالي، ماجستير، دكتوراه) وبنسبة شكلت (١٣,٩١٪).
- ت- شهادة الدبلوم: جاءت هذه الفئة بالمرتبة الثالثة إذ بلغ عدد المشاركين في البحث من الحاصلين على شهادة (الدبلوم) (٢٢) مبحوثاً وبنسبة بلغت (٩,٥٧٪).
- ث- شهادة الإعدادية: بالمرتبة الرابعة إذ بلغ عدد المشاركين في البحث من الحاصلين على الشهادة (الإعدادية) (١٦) مبحوثاً وبنسبة شكلت (٦,٩٥٪). انظر جدول (٣) في أدناه.
- جدول (٣) المبحوثون من الاعلاميين بحسب متغير التحصيل الدراسي

التحصيل الدراسي	العدد	النسبة %
بكالوريوس	١٦٠	٦٩,٥٧%
شهادة عليا	٣٢	١٣,٩١%
دبلوم	٢٢	٩,٥٧%
إعدادي	١٦	٦,٩٥%
المجموع	٢٣٠	١٠٠,٠٠%

مظاهر التحريض الإعلامي على العنف في الفضائيات العراقية أ.م.د عبد النبي خزعل جاسم م.د شريف سعيد

٤- التوصيف الوظيفي للمبحوثين: تعددت الاعمال الوظيفية للمبحوثين المشاركين في البحث بين مهين وأعمال وصفات اعلامية عدة وفق الاتي :

أ- مراسل: بلغ عدد المراسلين المشاركين في البحث (٨٣) مراسلاً وبنسبة بلغت (٣٦,٠٩) وبذلك حصلت هذه الصفة على المرتبة الاولى من مجموع الصفات الاخرى.

ب- محرر: جاءت صفة محرر بالمرتبة الثانية من مجموع الصفات الوظيفية المشاركة في البحث اذ بلغ عددهم (٧٩) محرراً وبنسبة شكلت (٣٤,٣٥)٪.

ت- يدرس دراسات عليا في الاعلام: بلغ عدد المشاركين في البحث من هذه الفئة (٢٣) مبحوثاً وبنسبة بلغت (١٠)٪ وبذلك حصلت على المرتبة الثالثة.

ث- سكرتير تحرير: حصلت هذه الصفة على المرتبة الرابعة من مجموع الصفات الوظيفية المشاركة في البحث اذ بلغ عددهم (١٤) سكرتير تحرير وبنسبة شكلت (٦,٠٩)٪.

ج- تدريسي اختصاص اعلام: بلغ عدد المشاركين في البحث من التدريسيين (١٢) مبحوثاً وبنسبة بلغت (٥,٢٢)٪ وبذلك حصلت على المرتبة الخامسة.

ح- رئيس تحرير: احتلت هذه الصفة المرتبة السادسة من مجموع الصفات والأعمال الوظيفية المشاركة في البحث اذ بلغ عددهم ١٠ رؤساء تحرير وبنسبة بلغت (٤,٣٥)٪.

خ - مدير قناة: بلغ عدد المشاركين في البحث من مدراء القنوات (٤) مبحوثين وبنسبة بلغت (١,٧٤)٪ وبذلك حصلت على المرتبة السابعة.

د- مقدم برامج: جاءت بالمرتبة الثامنة من مجموع المهين والصفات والأعمال الوظيفية المشاركة في البحث اذ بلغ عددهم (٣) مبحوثين وبنسبة شكلت (١,٣)٪.

ذ- مصور اخباري: بلغ عدد المشاركين في البحث من المصورين الاخباريين (٢) مبحوثين وبنسبة بلغت (٠,٨٧)٪ وبذلك حصلت على المرتبة الاخيرة.

جدول (٤) المبحوثون من الاعلاميين المشاركين في البحث بحسب متغير الصفة الوظيفية

النسبة %	العدد	الصفة الوظيفية
٣٦,٠٩%	٨٣	مراسل
٣٤,٣٥%	٧٩	محرر
١٠%	٢٣	يدرس دراسات عليا في الاعلام
٦,٠٩%	١٤	سكرتير تحرير
٥,٢٢%	١٢	تدريسي اختصاص اعلام
٤,٣٥%	١٠	رئيس تحرير
١,٧٤%	٤	مدير القناة
١,٣%	٣	مقدم برامج
٠,٨٧%	٢	مصور اخباري
١٠٠%	٢٣٠	المجموع

١- ماذا تمثل القنوات الفضائية بالنسبة للإعلاميين: بسؤال المبحوثين عن ماذا تمثله القنوات الفضائية العراقية بالنسبة لهم وعلى وفق مجموعة من الخيارات وضعها الباحثان:

أ- مصدر رئيس للمعلومات: اشار(١٤٥) مبحوثا ونسبتهم (٦٣,٠٤٪) الى ان القنوات الفضائية تمثل مصدرا رئيسا للمعلومات في حياتهم وبذلك احتل هذا الاختيار المرتبة الاولى.

ب- مصدر ثانوي للمعلومات والأخبار: جاء هذا الاختيار بالمرتبة الثانية من اجابات المبحوثين في هذا السياق اذ اكد (٥٦) مبحوثا وبنسبة بلغت (٢٤,٣٥٪).

ت- مصدر للإطلاع على بعض الاحداث: اوضح (٢٨) مبحوثا ونسبتهم (١٢,١٧٪) من عينة البحث الى ان القنوات الفضائية تمثل لهم مصدر للإطلاع في حياتهم اليومية .

ث- مصدر ضعيف (٠,٤٣٪): بالمرتبة الرابعة والأخيرة.(انظر جدول ٥).

جدول (٥) يوضح ما تمثله القنوات الفضائية بالنسبة للمبحوثين

النسبة %	العدد	المصدر
٦٣,٠٤%	١٤٥	مصدر رئيس للمعلومات
٢٤,٣٥%	٥٦	مصدر ثانوي للمعلومات والأخبار
١٢%	٢٨	مصدر للإطلاع على بعض الاحداث
٠,٤٣%	١	مصدر ضعيف
١٠٠,٠٠%	٢٣٠	المجموع

## ٢- القنوات الفضائية الاكثر متابعة او مشاهدة جماهيرياً:

أ- قناة العراقية الفضائية: حصلت على المرتبة الاولى بعدّها القناة الاكثر متابعة او مشاهدة بين اوساط الجمهور العراقي من وجهة نظرهم اذ حصلت على (٧٣) تكرارا في الاختيار الاول و(٤٨) تكرارا بالاختيار الثاني و(٤٢) تكرارا بالاختيار الثالث وكان مجموع الاوزان المرجحة لهذه الاختيارات (٣٥٧) وبنسبة بلغت (٢٥,٩٤٪).

ب- قناة الشرقية الفضائية: حصلت على المرتبة الثانية بعدّها القناة الاكثر متابعة بين اوساط الجمهور العراقي من وجهة نظرهم اذ حصلت على (٦٠) تكرارا في الاختيار الاول و(٥٤) تكرارا في الاختيار الثاني و(٣٠) تكرارا في الاختيار الثالث وكان مجموع الاوزان المرجحة لهذه الاختيارات (٣١٨) وبنسبة مئوية بلغت (٢٣,١١٪).

ت- قناة السومرية الفضائية: حصلت على المرتبة الثالثة بعدّها القناة الاكثر متابعة او مشاهدة بين اوساط الجمهور العراقي من وجهة نظرهم اذ حصلت على (٣٠) تكرارا في الاختيار الاول و(٣٠) تكرارا في الاختيار الثاني و(٥٨) تكرارا في الاختيار وكان مجموع الاوزان المرجحة لهذه الاختيارات (٢٠٨) وبنسبة شكلت (١٥,١٢٪)، في حين حصلت باقي القنوات مراتب اخرى وبحسب الترتيب وفق اوزانها المرجحة قناة البيغدادية المرتبة الرابعة ومجموع الاوزان المرجحة (١٧٥) وبنسبة (١٢,٧٢٪) وقناة الاتجاه المرتبة الخامسة (٦٧) وبنسبة (٤,٨٧٪) وقناة الرشيد المرتبة السادسة (٤٦) وبنسبة (٣,٣٤٪) للمزيد انظر جدول (٦).

جدول (٦) محور اهتمام المبحوثين بالقنوات الفضائية العراقية

النسبة	الوسط	مجموع	المرتبـة	المرتبـة	المرتبـة	القنوات الفضائية
	المرجح الموزون	الاوزان المرجحة	الثالثة ١×	الثانية ٢×	الاولى ٣×	
٢٥,٩٤%	٥٩,٥	٣٥٧	٤٢	٤٨	٧٣	العراقية
٢٣,١١%	٥٣	٣١٨	٣٠	٥٤	٦٠	الشرقية
١٥,١٢%	٣٤,٦٧	٢٠٨	٥٨	٣٠	٣٠	السومرية
١٢,٧٢%	٢٩,١٦٧	١٧٥	٢٥	٤٢	٢٢	البغدادية
٤,٨٧%	١١,١٧	٦٧	٩	١١	١٢	الاتجاه
٣,٣٤%	٧,٦٧	٤٦	٤	١٢	٦	الرشيد
٢,٠٣%	٤,٦٧	٢٨	٦	٢	٦	شرقية نيوز
١,٧٤%	٤	٢٤	٦	٦	٢	افاق
١,٣١%	٣	١٨	٣	٣	٣	كربلاء
١,٣١%	٣	١٨	٦	٣	٢	الفرات
١,٣١%	٣	١٨	٣	٣	٣	هنا بغداد
١,٣١%	٣	١٨	٨	٤	٢	العهد
١,١٦%	٢,٦٧	١٦	٣	٢	٣	الفيحاء
١,١٦%	٢,٦٧	١٦	٦	٢	٢	دجلة
٠,٩٤%	٢,١٦	١٣	٢	٤	١	الديار
٠,٩٤%	٢,١٦	١٣	٧	-	٢	بلادي
٠,٦٥%	١,٥	٩	٣	٣	-	الحرية
٠,٣٦%	٠,٨٣	٥	١	٢	-	بغداد
٠,٣٦%	٠,٨٣	٥	٤	-	١	المسار
٠,١٥%	٠,٣٣	٢	٢	-	-	اسيا
٠,٠٧%	٠,١٧	١	١	-	-	الفلوجة
٠,٠٧%	٠,١٧	١	١	-	-	الانبار
١٠٠%		١٣٧٦	٢٣٠	٢٣٠	٢٣٠	المجموع

٣- القنوات الفضائية العراقية الاقرب الى الموضوعية والمهنية والحياد: جرى طرح تساؤل للمبحوثين لتحديد ثلاث قنوات فضائية:

أ- قناة السومرية الفضائية: حصلت على المرتبة الاولى بعدها القناة الاكثر موضوعية ومهنية في تغطياتها للاحداث من وجهة نظرهم اذ حصلت على (٥٩) تكرارا في التفضيل الاول و (٣٠) تكرارا في التفضيل الثاني و (١٩) تكرارا في التفضيل الثالث وكان مجموع الاوزان المرجحة لهذه الاختيارات (٢٥٦) وبنسبة مقدارها (١٨,٦٠٪).

ب- قناة الاتجاه الفضائية: حصلت على المرتبة الثانية ب (٢٨) تكرارا في التفضيل الاول و (٣٧) تكرارا في التفضيل الثاني و (١٥) تكرارا في التفضيل الثالث وكان مجموع الاوزان المرجحة لهذه الاختيارات (١٧٣) وبنسبة بلغت (١٢,٥٧٪).

ت- قناة الرشيد الفضائية: حصلت على المرتبة الثالثة، ب (٢٩) تكرارا في التفضيل الاول و (٣١) تكرارا في التفضيل الثاني و (١٢) تكرارا في التفضيل الثالث وكان مجموع الاوزان المرجحة لهذه الاختيارات (١٦١) وبنسبة شكلت (١١,٧٪).

في حين حصلت باقي القنوات على مراتب اخرى وبحسب الترتيب وفق مجموع اوزانها المرجحة اذ حصلت قناة الحرية المرتبة الرابعة وكانت مجموع الاوزان المرجحة لهذه الاختيارات (١١٤) وبنسبة (٨,٢٨٪) وقناة العراقية بالمرتبة الخامسة (٨٩) وبنسبة (٦,٤٧٪) وقناة الشرقية المرتبة السادسة (٨٧) (٦,٣٢٪) للمزيد (انظر جدول ٧).

جدول (٧) القنوات الفضائية العراقية الاكثر موضوعية ومهنية في تناولها للأحداث من وجهة نظر الاعلاميين

النسبة	الوسط المرجح الموزون	مجموع الاوزان	المرتبة	المرتبة	المرتبة	القنوات الفضائية
			الثالثة ١×	الثانية ٢×	الاولى ٣×	
١٨,٦٠٪	٤٢,٦٧	٢٥٦	١٩	٣٠	٥٩	السومرية
١٢,٥٧٪	٢٨,٨٣	١٧٣	١٥	٣٧	٢٨	الاتجاه
١١,٧٠٪	٢٦,٨٣	١٦١	١٢	٣١	٢٩	الرشيد
٨,٢٨٪	١٩	١١٤	١٣	٢٢	١٩	الحرية
٦,٤٧٪	١٤,٨٣	٨٩	١٥	١٣	١٦	العراقية
٦,٣٢٪	١٤,٥	٨٧	١١	٩	١٦	الشرقية
٦,٠٣٪	١٣,٨٣	٨٣	٩	١٩	١٢	البغدادية
٥,٠١٪	١١,٥	٦٩	٢١	٣	١٤	هنا بغداد
٢,٤٠٪	٥,٥	٣٣	١٢	٦	٣	افاق
٢,٢٥٪	٥,١٧	٣١	١٤	٤	٣	الديار
٢,٠٣٪	٤,٦٧	٢٨	٨	٤	٤	العهد
٢,٠٣٪	٤,٦٧	٢٨	٣	٨	٣	مجلة
١,٨٩٪	٤,٣٣	٢٦	٢	٩	٢	شرقية نيوز
١,٨٢٪	٤,١٧	٢٥	١٠	٣	٣	الفرات
١,٧٤٪	٤	٢٤	٩	٣	٣	كربلاء
١,٧٤٪	٤	٢٤	١١	٢	٣	الفيحاء
١,٧٤٪	٤	٢٤	١٢	٣	٢	اسيا
١,٦٧٪	٣,٨٣	٢٣	٧	٥	٢	بلادي
١,٥٣٪	٣,٥	٢١	٦	٣	٣	المسار
١,٠٩٪	٢,٥	١٥	٦	٣	١	السلام
٠,٨٠٪	١,٨٣	١١	٤	٢	١	بغداد

#### ٤- القنوات الفضائية العراقية الاكثر تحريضا على العنف والكراهية: ان أبرز ثلاث قنوات

فضائية عراقية تحريضا على العنف والكراهية وبحسب درجة تحريضها كما يأتي:  
 أ- قناة الرافدين الفضائية: تصدرت هذه القناة قائمة القنوات الاكثر تحريضا على العنف، وحصلت على المرتبة الاولى من مجموع اجابات المبحوثين ب (٥١) تكرارا للاختيار الاول و (٣٨) تكرارا للاختيار الثاني و (١٩) تكرارا للاختيار الثالث وكان مجموع الاوزان المرجحة لهذه الاختيارات (٢٤٦) وبنسبة شكلت (١٧,٥٢٪) في محور اختياراتهم للقنوات.  
 ب- قناة بغداد الفضائية: جاءت هذه القناة بالمرتبة الثانية بعدها الاكثر تحريضا للعنف وحصلت على (٣٧) تكرارا للاختيار الاول و (٣٥) تكرارا للاختيار الثاني و (١٨) تكرارا للاختيار الثالث وكان مجموع الاوزان المرجحة لهذه الاختيارات (١٩٩) وبنسبة بلغت (١٤,١٧٪).

مظاهر التحريض الإعلامي على العنف في الفضائيات العراقية أ.م.د عبد النبي خزعل جاسم م.د شريف سعيد

ت- قناة البيعدادية الفضائية: حصلت على المرتبة الثالثة من مجموع اجاباتهم اذ حصلت على (٢٧) تكرارا الاختيار الاول و(٢٩) تكرارا الاختيار الثاني و(١٣) تكرارا الاختيار الثالث وكان مجموع الاوزان المرجحة لهذه الاختيارات (١٥٧) وبنسبة مقدارها (١١,١٨٪) في محور اختياراتهم للقنوات الاكثر تحريضا على العنف والكرهية.

بينما حصلت بقية القنوات على مراتب اخرى وبحسب الترتيب وفق مجموع اوزانها المرجحة قناة الشرقية المرتبة الرابعة وكانت مجموع الاوزان المرجحة لهذه الاختيارات (١١٩) وبنسبة (٨,٨٤٪) وقناة التغيير بالمرتبة الخامسة (١٠٤) بنسبة (٧,٤١٪) وقناة الفلوجة بالمرتبة السادسة ووزنها المرجح (٧٣) بنسبة (٥,٢٪) ثم جاءت قناة البابلية بالمرتبة السابعة ووزنها المرجح (٧٠) ونسبتها (٤,٩٩٪) وقناة افاق بالمرتبة الثامنة ووزنها المرجح (٦٩) ونسبتها (٤,٩١٪) وقناة العراقية بالمرتبة التاسعة ووزنها المرجح (٦٦) وبنسبة (٤,٧٪) للمزيد (انظر جدول ٨).

جدول (٨) القنوات الفضائية الاكثر تحريضا على العنف والكرهية من وجهة نظر المبحوثين

القنوات الفضائية	المرتبة	المرتبة	المرتبة	مجموع	الوسط	النسبة
	الاولى ٣×	الثانية ٢×	الثالثة ١×	الاوزان	المرجح	
الرافدين	٥١	٣٨	١٩	٢٤٦	٤١	١٧,٥٢٪
بغداد	٣٧	٣٥	١٨	١٩٩	٣٣,١٧	١٤,١٧٪
البغدادية	٢٧	٢٩	١٣	١٥٧	٢٦,١٧	١١,١٨٪
الشرقية	١٩	٢٥	١٢	١١٩	١٩,٨٣	٨,٤٨٪
التغيير	١٦	١٩	١٨	١٠٤	١٧,٣٣	٧,٤١٪
الفلوجة	١٢	١٣	١١	٧٣	١٢,١٧	٥,٢٠٪
البابلية	١٠	١٢	١٦	٧٠	١١,٦٧	٤,٩٩٪
افاق	٩	١٢	١٨	٦٩	١١,٦٧	٤,٩١٪
العراقية	١٣	٩	٩	٦٦	١١	٤,٧٠٪
الانوار ٢	٨	٨	١٤	٦٢	١٠,٣٣	٤,٤٢٪
المهد	٥	٤	٩	٣٢	٥,٣٣	٢,٢٨٪
الفرات	٤	٦	٤	٢٨	٤,٦٧	١,٩٩٪
الفحاء	٤	٣	١٠	٢٨	٤,٦٧	١,٩٩٪
مجلة	٥	٤	٤	٢٧	٤,٥	١,٩٢٪
الاضواء	٢	٣	١٢	٢٤	٤	١,٧١٪
الانبار	٢	٣	١١	٢٣	٣,٨٣	١,٦٤٪
بلادي	٢	٥	٧	٢٣	٣,٨٣	١,٦٤٪
الاتجاه	٢	٢	١٠	٢٠	٣,٣٣	١,٤٢٪
المسار	١	٣	٨	١٧	٢,٨٣	١,٢١٪
التغير	١	٣	٨	١٧	٢,٨٣	١,٢١٪
المجموع	٢٣٠	٢٣٠	٢٣٠	١٤٠٤		١٠٠,٠٠٪

٥- مظاهر التحريض على العنف في التغطيات والبرامج اليومية في القنوات: جرى طرح التساؤل الآتي (في أي مما يأتي من البرامج تجد مظاهر التحريض على العنف بارزة أكثر من غيرها) مع اعطاء فرصة للمبحوثين لاختيار أكثر من بديل:

أ- برامج الحوار والمقابلات التي تتناول الشأن العراقي: اوضح المبحوثون ان تلك الانواع من برامج التغطية للأحداث كانت من أكثر البرامج التي تبرز فيها مظاهر التحريض على العنف اذ اشار لها (١٦٢) مبحوثاً ونسبتهم (١٦,٥٦٪) وبذلك جاء هذا الاختيار بالمرتبة الاولى.

ب- نشرات الاخبار (الاخبار، التقارير اليومية): اكد (١٤٧) مبحوثاً وبنسبة شكلت (١٥,٠٣٪) من المبحوثين الى ان التغطيات الاخبارية تتضمن قدراً كبيراً من التحريض على العنف عبر ما تنقله من اخبار وتقارير يومية عن طريق نشرات الاخبار، وبذلك احتلت المرتبة الثانية.

ت- التغطية الاخبارية المباشرة التي تظهر أو تبرز تدهور الوضع الامني فقط: احتل هذا النوع من التغطية المرتبة الثالثة اذ اشار (١٤٤) مبحوثاً وبنسبة بلغت (١٤,٧٢٪).

ث- تصريحات المسؤولين السياسيين الذين يدعمون القناة أو ينتمون إلى نفس الحزب الذي يمثل القناة: اذ اشار لها (١٣٥) مبحوثاً ونسبتهم (١٣,٨٪) وبذلك جاء هذا الاختيار بالمرتبة الرابعة.

ج- اختيار كلمات أو جمل تظهر في سياق الأخبار أو التقارير الإخبارية: اكد (١٢٦) مبحوثاً وبنسبة شكلت (١٢,٨٨٪) الى ان تلك الطريقة في التغطية تبرز مظاهر التحريض على العنف بشكل كبير، وبذلك احتلت المرتبة الخامسة من اجابات المبحوثين.

ح- اختيار المشاهد التي تظهر صراع الكتل والشخصيات السياسية والبرلمانية والحزبية: اشار لها (١٢٦) مبحوثاً وبنسبة بلغت (١٢,٥٨٪).

خ- الأغاني والأناشيد التي تعدها القنوات الفضائية لهذا الغرض: التي تتضمن مضامين موسيقية وشعرية تتناول الشأن العراقي اذ اشار لها (٧٨) مبحوثاً ونسبتهم (٧,٩٨٪) وبذلك جاء هذا الاختيار بالمرتبة السابعة من اجابات المبحوثين.

د- الإعلانات والإشعارات: اكد (٣٦) مبحوثاً وبنسبة شكلت (٣,٦٨٪) الى ان هذا النوع من البرامج يتضمن تلك الطريقة في التغطية، وبذلك احتلت المرتبة الثامنة.

ذ- الأعمال الدرامية (التمثيلية والمسلسلات): احتلت هذه الأعمال المرتبة التاسعة من اجابات المبحوثين الذين اجاب (٢٧) منهم وبنسبة بلغت (٢,٧٦٪). (انظر جدول ٩)

شكل (٩) انواع وأشكال التغطية التي تبرز مظاهر التحريض على العنف

شكل او طريقة التغطية التي تبرز مظاهر التحريض على العنف	التكرار	%
برامج الحوار والمقابلات التي تتناول الشأن العراقي	١٦٢	16.56%
نشرات الاخبار (الاخبار , التقارير اليومية )	147	15.03%
التغطية الاخبارية المباشرة التي تظهر تدهور الوضع الامني فقط	144	14.72%
تصريحات المسؤولين السياسيين الذين يدعمون القناة أو ينتمون إلى نفس الحزب	135	13.80%
اختيار كلمات أو جمل تظهر في سياق الأخبار أو التقارير الإخبارية	126	12.88%
اختيار المشاهد التي تظهر صراع الكتل والشخصيات السياسية والبرلمانية والحزبية	123	12.58%
الأغاني والأناشيد التي تعدها القنوات الفضائية لهذا الغرض	78	7.98%
الإعلانات والإشعارات	36	3.68%
الأعمال الدرامية (التمثيلات والمسلسلات)	27	2.76%
المجموع	987	100%

٦- درجة التحريض على العنف والكرهية التي تمارسها القنوات الفضائية العراقية: وفق مقياس (بدرجة كبيرة، بدرجة متوسطة، بدرجة قليلة، لا ادري) جاءت النتائج:

أ- قناة الرافدين الفضائية: اشار (١٩٨) مبحوثا وبنسبة بلغت (٨٦,٠٩٪) الى ان قناة الرافدين كانت فيها درجة العنف بدرجة كبيرة، وبذلك احتلت القناة المرتبة الاولى. واكد (١٥) مبحوثا ونسبتهم (٦,٥٢٪) الى ان القناة كانت درجة تحريضها على العنف بدرجة متوسط، ووضح (٦) مبحوثين ونسبتهم (٢,٦١٪) الى ان درجة التحريض على العنف للقناة كانت بدرجة قليلة، ولم يشر (١١) مبحوثا ونسبتهم (٤,٧٨٪) الى اي درجة من التحريض لهذه القناة. ويمكن تفسير سبب هذه الاجابات الى حيرة هذه النسبة من المبحوثين وعدم ثقتهم ما اذا كانت القناة تعتمد التحريض في التغطية ام انها تنقل الحقيقة إلا ان هذا العدد القليل من المبحوثين يعتمد القناة مصدراً أساساً لمعلوماته ولا يستند الى مصادر أخرى.

ب- قناة بغداد الفضائية : اكد (١٢٦) مبحوثا وبنسبة بلغت (٥٤,٧٨٪) الى ان قناة بغداد كانت تعتمد اسلوب التحريض على العنف والكرهية بدرجة كبيرة، وبذلك احتلت القناة المرتبة الثانية من اجابات المبحوثين بهذا الشأن. و اشار (٥١) مبحوثا ونسبتهم (٢٢,١٧٪) الى ان القناة كانت درجة تحريضها على العنف بدرجة متوسط، ووضح (١٥) مبحوثا ونسبتهم (٦,٥٣٪) الى ان درجة التحريض على العنف للقناة كانت بدرجة قليلة، ولم يشر (٣٨) مبحوثا ونسبتهم (١٦,٥٢٪) الى اي درجة من التحريض لهذه القناة. وهذا النوع من الاجابات يوضح رأي قسم من المبحوثين بأن ما تبثه القناة من برامج وتغطيات عن الشأن العراقي طبيعي وخال من التحريض وهذا يعكس جانباً من الانقسام المجتمعي او على الاقل التباين في



الرأي والتقييم عند الاعلاميين العراقيين ازاء الاحداث.

ت- قناة الفلوجة الفضائية: اشار(١١١) مبحوثا وبنسبة بلغت(٤٨,٢٦٪) الى ان قناة الفلوجة كانت درجة تحريضها على العنف والكراهية هي درجة كبيرة عبر تغطيتها اليومية للأحداث. وبذلك احتلت القناة المرتبة الثالثة، واكد (٥١) مبحوثا ونسبتهم (٢٢,١٧٪) الى ان القناة كانت درجة تحريضها على العنف بدرجة متوسط، ووضح (٢١) مبحوثا ونسبتهم (٩,١٣٪) الى ان درجة التحريض على العنف للقناة كانت بدرجة قليلة، ولم يشر(٤٧) مبحوثا ونسبتهم (٢٠,٤٤٪) الى اي درجة من التحريض لهذه القناة.

ث- قناة البغدادية الفضائية : اشار (١٠٢) من المبحوثين وبنسبة بلغت(٤٤,٣٥٪) كان فيها التحريض على العنف بدرجة كبيرة عبر تغطيتها اليومية. وبذلك احتلت القناة المرتبة الرابعة بهذا الشأن، واكد (٧٥) مبحوثا ونسبتهم (٣٢,٦١٪) الى ان القناة كانت درجة التحريض على العنف فيها بدرجة متوسط ، ووضح (٤٢) مبحوثا ونسبته (١٨,٢٦٪) الى ان درجة التحريض على العنف للقناة كانت بدرجة قليلة، ولم يشر (١١) مبحوثا ونسبتهم (٤,٧٨٪) الى اي درجة من التحريض، وجاءت باقي القنوات وفق درجة التحريض الكبيرة وبحسب الترتيب بالدرجة الخامسة قناة الشرقية الفضائية (٩٦) تكراراً وبنسبة بلغت (٤١,٧٤٪) وبالمرتبة السادسة قناة التغيير الفضائية بـ (٧٨) تكراراً وبنسبة شكلت (٣٣,٩١٪) وجاءت قناة الانبار الفضائية بالمرتبة السابعة بـ (٧٢) تكراراً وبنسبة مئوية بلغت (٣١,٣١٪) وبالدرجة الثامنة جاءت قناة الغربية الفضائية بـ (٦٩) تكرار وبنسبة بلغت (٣٠٪) وبالمرتبة التاسعة قناة البابلية الفضائية بـ (٦٨) تكراراً وبنسبة شكلت (٢٩,٥٦٪) وحلت قناة مجلة الفضائية بالمرتبة العاشرة بهذا الشأن بـ (٥٩) تكراراً وبنسبة مئوية بلغت (٢٥,٦٥٪) اما قناة الانوار ٢ الفضائية فقد جاءت بالمرتبة الحادية عشر و بـ (٥١) تكرار وبنسبة بلغت (٢٢,١٧٪) وبالمرتبة الثانية عشر قناة الفيحاء الفضائية بـ (٥٠) تكراراً وبنسبة شكلت (٢١,٧٤٪) وحلت قناة سامراء الفضائية بالمرتبة الثالثة عشر بـ (٤٨) تكراراً وبنسبة مئوية بلغت (٢٠,٨٧٪) في حين جاءت باقي القنوات ( ينظر جدول ١٠).

جدول (١٠) القنوات الفضائية بحسب درجة التحريض على العنف والكرهية

المجموع	لا ادري		بدرجة قليلا		بدرجة متوسطة		بدرجة كبيرة		القناة
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
٢٣٠	%٤,٧٨	١١	%٢,٦١	٦	%٦,٥٢	١٥	%٨٦,٠٩	١٩٨	قناة الرافدين الفضائية
٢٣٠	%١٦,٥٢	٣٨	%٦,٥٣	١٥	%٢٢,١٧	٥١	%٥٤,٧٨	١٢٦	قناة بغداد الفضائية
٢٣٠	%٢٠,٤٤	٤٧	%٩,١٣	٢١	%٢٢,١٧	٥١	%٤٨,٢٦	١١١	قناة الفلوجة الفضائية
٢٣٠	%٤,٧٨	١١	%١٨,٢٦	٤٢	%٣٢,٦١	٧٥	%٤٤,٣٥	١٠٢	قناة البغدادية الفضائية
٢٣٠	%٦,٩٦	١٦	%١١,٧٤	٢٧	%٤٠,٤٤	٩٣	%٤١,٧٤	٩٦	قناة الشرقية الفضائية
٢٣٠	%١٦,٥٢	٣٨	%١٩,٥٧	٤٥	%٣٠	٦٩	%٣٣,٩١	٧٨	قناة التغيير الفضائية
٢٣٠	%٢٣,٠٥	٥٣	%١٩,٥٧	٤٥	%٢٦,٠٧	٦٠	%٣١,٣١	٧٢	قناة الانبار الفضائية
٢٣٠	%٣٨,٧٠	٨٩	%١١,٧٤	٢٧	%١٩,٥٧	٤٥	%٣٠	٦٩	قناة الغربية الفضائية
٢٣٠	%٣,٩١	٩	%٢٤,٧٨	٥٧	%٤١,٤٧	٩٦	%٢٩,٥٦	٦٨	قناة البابلية الفضائية
٢٣٠	%٣٠	٦٩	%٢٧,٣٩	٦٣	%١٦,٩٦	٣٩	%٢٥,٦٥	٥٩	قناة مجلة الفضائية
٢٣٠	%٤٥,٢٢	١٠٤	%١٣,٠٤	٣٠	%١٩,٥٧	٤٥	%٢٢,١٧	٥١	قناة الانوار ٢ الفضائية
٢٣٠	%٤٤,٧٨	١٠٣	%٢٦,٠٧	٦٠	%١١,٧٤	٢٧	%٢١,٧٤	٥٠	قناة الفيحاء الفضائية
٢٣٠	%٣٢,١٧	٧٤	%١٥,٦٥	٣٦	%٣١,٣٠	٧٢	%٢٠,٨٧	٤٨	قناة سامراء الفضائية
٢٣٠	%٢٧,٨٣	٦٤	%٢٨,٦٩	٦٦	%٢٨,٦٩	٦٦	%١٤,٧٨	٣٤	قناة افق الفضائية
٢٣٠	%٤٠	٩٢	%٢٣,٤٨	٥٤	%٢٢,١٧	٥١	%١٤,٣٤	٣٣	قناة العراقية الفضائية
٢٣٠	%٣٨,٦٩	٨٩	%٢٧,٣٩	٦٣	%١٩,٥٧	٤٥	%١٤,٣٤	٣٣	قناة المسار الفضائية
٢٣٠	%٣٩,١٣	٩٠	%٢٠,٨٧	٤٨	%٣٠	٦٩	%١٠	٢٣	قناة بلادي الفضائية
٢٣٠	%٤٣,٠٤	٩٩	%٢٦,٠٩	٦٠	%٢١,٣٠	٤٩	%٩,٥٧	٢٢	قناة الاتجاه الفضائية
٢٣٠	%٤٢,٦١	٩٨	%٢٨,٦٩	٦٦	%١٩,٥٧	٤٥	%٩,١٣	٢١	قناة الفرات الفضائية
٢٣٠	%٤٢,٦١	٩٨	%٢٨,٦٩	٦٦	%١٩,٥٧	٤٥	%٩,١٣	٢١	قناة الاضواء الفضائية
٢٣٠	%٣,٤٨	٨	%٦١,٣٠	١٤١	%٢٧,٣٩	٦٣	%٧,٨٣	١٨	قناة السومرية الفضائية
٢٣٠	%٣٨,٦٩	٨٩	%٣٦,٥٢	٨٤	%١٦,٩٦	٣٩	%٧,٨٣	١٨	قناة الحرية الفضائية

**٧- المظاهر والموضوعات السياسية الأبرز تناولا في التحريض على العنف والكراهية في برامج القنوات الفضائية العراقية والتي اتفق بشأنها المبحوثون جاءت نتائج تحليل اجابات المبحوثين في هذا السياق على وفق الآتي:**

أ- الادعاء بالإقصاء والتهميش: احتل هذا الموضوع المرتبة الأولى من اجابات المبحوثين واتفاقهم بأن هذا المظهر او الموضوع كان الأبرز تناولا وبدرجة كبيرة في القنوات الفضائية بهدف التحريض على العنف والكراهية اذ اشار له (١٧٧) مبحوثا وبنسبة بلغت (٧٦,٩٦٪)، واكد (٣٦) مبحوثا ونسبتهم (١٥,٦٥٪) الى ان ذلك الموضوع كانت القنوات الفضائية تشير له ولكن بدرجة متوسطة للتحريض على العنف، اوضح (١٥) مبحوثا وبنسبة شكلت (٦,٥٢٪) الى ان درجة التحريض في هذا الموضوع كانت بدرجة قليلة، وأشار (٢) مبحوثين ونسبتهم (٠,٨٧٪) الى ان هذا المظهر او الموضوع السياسي لم يكن من بين المضامين التي بثتها القنوات بشأن التحريض وتشير هذه النسبة التي تكاد لا تذكر الى ان معظم الاعلاميين العراقيين يتفقون على ان هذا الادعاء كان الموضوع الرئيس للتحريض.

ب- التشديد على الوتر الطائفي او المناطقي او المذهبي: احتل هذا الموضوع السياسي المرتبة الثانية من اجابات المبحوثين واتفاقهم بأن هذا المظهر او الموضوع هو الأكثر تناولا وبدرجة كبيرة في القنوات الفضائية بهدف التحريض اذ أكده (١٥٩) مبحوثا وبنسبة بلغت (٦٩,١٣٪)، واوضح (٣٣) مبحوثا وبنسبة شكلت (١٤,٣٥٪) الى ان ذلك الموضوع او المظهر السياسي الذي كانت القنوات الفضائية تشير له ولكن بدرجة متوسطة للتحريض على العنف، واكد (٢٨) مبحوثا وبنسبة شكلت (١٢,١٧٪) الى ان درجة التحريض في هذا الموضوع كانت بدرجة قليلة، واوضح (١٠) مبحوثين ونسبتهم (٤,٣٥٪) الى ان هذا الموضوع السياسي لم يكن من بين المضامين التي بثتها القنوات بشأن التحريض.

ت- الحث على اثاره مشاعر اليأس والإحباط من المستقبل القادم للعراق: احتل المرتبة الثالثة واتفاقهم بأن هذا الموضوع كان الأبرز تناولا وبدرجة كبيرة في القنوات الفضائية بهدف التحريض على العنف والكراهية اذ اشار له (١٥٨) مبحوثا وبنسبة بلغت (٦٨,٦٩٪)، واكد (٤٠) مبحوثا ونسبتهم (١٧,٣٩٪) الى ان ذلك الموضوع كانت القنوات الفضائية تشير له ولكن بدرجة متوسطة للتحريض، واوضح (١٨) مبحوثا وبنسبة شكلت (٧,٨٣٪) الى ان درجة التحريض كانت بدرجة قليلة، وأشار (٧) مبحوثين ونسبتهم (٣,٠٤٪). وجاءت باقي المظاهر والموضوعات السياسية التي تناولتها القنوات الفضائية العراقية عبر برامجها والمضامين التي تبثها وبحسب درجة اتفقا المبحوثين بشأنها وبدرجة كبيرة وبحسب الترتيب بالمرتبة الرابعة (مهاجمة الاداء الحكومي وغيض النظر عن الايجابيات) اذا اشار لها (١٥٦) مبحوثا وبنسبة بلغت (٦٧,٨٣٪) وجاء بالمرتبة الخامسة موضوع (اثارة مشاعر الخوف بين اطياف الشعب العراقي) اذ اكد له (١٤٤) مبحوثا ونسبتهم (٦٢,٦١٪) ثم مظهر (القول بلا ديمقراطية وطائفية الشخصيات الحكومية ولاسيما رئيس الوزراء) بالمرتبة السادسة اذ اكد له (١٣٨) مبحوثا ونسبتهم (٦٠٪) وبالمرتبة السابعة جاء موضوع (اللعاب على وتر المحاصصة الطائفية بالعملية السياسية) اذ اكد له (١٣٧) مبحوثا ونسبتهم (٥٩,٥٧٪) وحل موضوع (القول بتسييس القضاء ومهاجمة مؤسساته) المرتبة الثامنة اذ اوضح له (١٣٥) مبحوثا وبنسبة بلغت (٥٨,٦٩٪) وبالمرتبة التاسعة حل مظهر (مهاجمة

مظاهر التحريض الإعلامي على العنف في الفضائيات العراقية أ.م.د عبد النبي خزعل جاسم م.د شريف سعيد

الدستور وكره العملية السياسية) اذ اكد له (١٢٦) مبحوثا وبنسبة بلغت (٥٤,٧٨٪) وحل بالمرتبة العاشرة موضوع (المناداة بمشروعية الدعوة الى اقامة الاقاليم) اذ اكد له بدرجة متوسطة (١٠٥) مبحوثا وبنسبة شكلت (٤٥,٦٥٪) وبدرجة كبيرة (٧٥) مبحوثا وبنسبة بلغت (٣٢,٦١٪). (ينظر جدول ١١).

جدول (١١) المظاهر والموضوعات السياسية الاكثر تناولا بهدف التحريض على العنف

الموضوعات السياسية الاكثر تناولا في التحريض	بدرجة كبيرة		بدرجة متوسطة		بدرجة قليلا		لا يوجد
	ت	%	ت	%	ت	%	
الادعاء بالإقصاء والتهجير	١٧٧	%٧٦,٩٦	٣٦	%١٥,٦٥	١٥	%٦,٥٢	٢
التشديد على الوتر الطائفي او المناطقي او المذهبي	١٥٩	%٦٩,١٣	٣٣	%١٤,٣٥	٢٨	%١٢,١٧	١٠
الحث على اثاره مشاعر اليأس من المستقبل القام للعراق	١٥٨	%٦٨,٦٩	٤٠	%١٧,٣٩	١٨	%٧,٨٣	٧
مهاجمة الاداء الحكومي	١٥٦	%٦٧,٨٣	٣٦	%١٥,٦٥	٢٦	%١١,٣٠	١٢
اثارة مشاعر الخوف بين اطراف الشعب	١٤٤	%٦٢,٦١	٦٠	%٢٦,٠٩	١٨	%٧,٨٣	٨
القول بلا ديمقراطية وطائفية الحكومة	١٣٨	%٦٠	٦٠	%٢٦,٠٩	١٨	%٧,٨٣	١٤
اللعاب على وتر المحاصصة	١٣٧	%٥٩,٥٧	٥١	%٢٢,١٧	٢٩	%١٢,٦١	١٣
القول بتسييس القضاء ومهاجمته	١٣٥	%٥٨,٦٩	٦٠	%٢٦,٠٩	٢٤	%١٠,٤٣	١١
مهاجمة الدستور والعملية السياسية	١٢٦	%٥٤,٧٨	٤٨	%٢٠,٨٧	٣٠	%١٣,٠٤	٢٦
الدعوة الى اقامة الاقاليم	٧٥	%٣٢,٦١	١٠٥	%٤٥,٦٥	٣٦	%١٥,٦٥	١٤

٨- مظاهر الاختراق الاعلامي في خرق المادة (١-١) من لائحة قواعد ونظم البث الاعلامي

الخاصة بهيئة الاعلام والاتصالات في اطار منع التحريض على العنف:

أ- التحريض على الشخصيات الحكومية: احتل هذا الخرق المرتبة الاولى من اجابات المبحوثين واتفاقهم بأن هذا النوع من التحريض قد تم خرقه وبدرجة كبيرة في القنوات الفضائية بهدف التحريض على العنف والكراهية اذ اشار له (١٢٦) مبحوثا وبنسبة بلغت (٥٤,٧٨٪). بالفعل ولكن بدرجة متوسطة من القنوات الفضائية العراقية بهدف التحريض على العنف، وأشار (٢٣) مبحوثين ونسبتهم (١٠٪) الى ان هذا النوع من الخرق لم يكن موجود من بين المضامين التي بثتها القنوات بشأن التحريض. وأوضح (١٥) مبحوثا وبنسبة شكلت (٦,٥٢٪) الى ان درجة التحريض في هذا الموضوع كانت بدرجة قليلة.

ب- تحريض طائفة على طائفة اخرى بإثارة النعرات والحساسيات: احتل المرتبة الثانية

من اجابات المبحوثين بأن هذا النوع من التحريض قد تم خرقه وبدرجة كبيرة في القنوات الفضائية بهدف التحريض، اذ أكده (١١١) مبحوثا وبنسبة بلغت (٤٨,٢٦٪). ووضح (٥١) مبحوثا وبنسبة شكلت (٢٢,١٧٪) ان ذلك الخرق قد تم بالفعل ولكن بدرجة متوسطة من القنوات الفضائية بهدف التحريض. واكد (٣٦) مبحوثا وبنسبة شكلت (١٥,٦٥٪) الى ان درجة التحريض في هذا الموضوع كانت بدرجة قليلة. ووضح (٣٢) مبحوثين ونسبتهم (١٣,٩١٪) الى ان هذا النوع من الخرق لم يكن موجود من بين الموضوعات.

ث- التحريض على العنف وعلى الكراهية الاثنية او الدينية: احتل هذا الخرق المرتبة الاولى من اجابات المبحوثين اذ اشار له (١٠٨) مبحوثا وبنسبة بلغت (٤٦,٩٦٪)، واكد (٩٩) مبحوثا ونسبتهم (٤٣,٠٤٪) ان ذلك الخرق قد تم بالفعل ولكن بدرجة متوسطة من القنوات الفضائية العراقية. وأشار (١٧) مبحوثين ونسبتهم (٧,٣٩٪) الى ان هذا النوع من الخرق لم يكن موجود من بين المضامين التي بثتها القنوات بشأن التحريض، ووضح (٦) مبحوثا وبنسبة شكلت (٢,٦١٪) الى ان درجة التحريض في هذا الموضوع كانت بدرجة قليلة. (ينظر جدول ١٢) ادناه

يوضح جدول (١٢) يوضح مظاهر الاختراق الاعلامي في خرق المادة (١-١) في لائحة قواعد ونظم البث الاعلامي الخاصة بهيئة الاعلام والاتصالات ودرجة التحريض

مع	لا يوجد	بدرجة قليلة	بدرجة متوسطة	بدرجة كبيرة	مظاهر التحريض في خرق المادة (١-١) في لائحة قواعد ونظم البث الاعلامي الخاصة بهيئة الاعلام والاتصالات في محور منع التحريض
٢٣٠	%١٠	٢٣ %٦,٥٢	١٥ %٢٨,٧٠	٦٦ %٥٤,٧٨	التحريض على الشخصيات الحكومية
٢٣٠	%١٣,٩١	٣٢ %١٥,٦٥	٣٦ %٢٢,١٧	٥١ %٤٨,٢٦	تحريض طائفة على طائفة اخرى بثارة العنرات
٢٣٠	%٧,٣٩	١٧ %٢,٦١	٦ %٤٣,٠٤	٩٩ %٤٦,٩٦	التحريض على العنف وعلى الكراهية الاثنية او الدينية
٢٣٠	%١٠	٢٣ %١٦,٩٦	٣٩ %٢٧,٣٩	٦٣ %٤٥,٦٥	التحريض على الجيش والقوات الامنية
٢٣٠	%١٢,٦١	٢٩ %١٥,٦٥	٣٦ %٣٣,٩١	٧٨ %٣٧,٨٣	تهديد النظام الديمقراطي والمسلم الاطلي والعلمية الانتخابية
٢٣٠	%١٣,٩١	٣٢ %١٨,٢٦	٤٢ %٣٢,٦١	٧٥ %٣٥,٢٢	التحريض على الاخلال بالنظام المدني او اثارة الشعب بين المواطنين
٢٣٠	%٢٠,٤٣	٤٧ %٢٣,٤٨	٥٤ %٢٦,٠٩	٦٠ %٣٠	التحريض على حمل السلاح لمقاومة الحكومة
٢٣٠	%١٦,٥٢	٣٨ %٢٨,٧٠	٦٦ %٣٦,٥٢	٨٤ %١٨,٢٦	تهديد واضح بالحقاق اذى علم مثل القتل او الاصابة او الاضرار بالملكات العامة

٩- اساليب التحريض على العنف الذي تمارسه القنوات الفضائية: اشار لها المبحوثون انها تقوم بالتحريض عبر تغطياتها اليومية تم طرح تساؤل لتحديد ابرز اساليب التحريض على العنف التي تمارسها تلك القنوات الفضائية ( وقد أظهرت نتائج التحليل ماياذي :

أ- التحريض الصريح (المباشر): حدد (١٢٨) مبحوثا وبنسبة بلغت (٥٥,٦٥٪) ان تلك القنوات كانت تستخدم التحريض الصريح وبذلك احتل هذا الاختيار المرتبة الاولى.

ب- التحريض المبطن: ويقع هذا النوع من التحريض بين التصريح بالتحريض أو التلميح به وقد احتل هذا الاختيار المرتبة الثانية من إجابات المبحوثين إذ أكد (٨٧) مبحوثاً ونسبتهم (٣٧,٨٣٪) الى أن التحريض الذي كانت تمارسه القنوات المحرصة. ت- التحريض بالتلميح: حدد (١٥) مبحوثاً وبنسبة بلغت (٦,٥٢٪) ان تلك القنوات كانت تستخدم التحريض الخفي من خلال التلميح به عبر برامجها اليومية وبذلك احتل هذا الاختيار المرتبة الثالثة من اجاباتهم بهذا الشأن. (ينظر جدول ١٣) ادناه.

جدول (١٣) انواع وأساليب التحريض التي تمارسه القنوات الفضائية

النسبة المئوية %	التكرار	انواع وأساليب التحريض
٥٥,٦٥ %	١٢٨	التحريض الصريح (المباشر)
٣٧,٨٣ %	٨٧	التحريض الى حد ما (بين بين)
٦,٥٢ %	١٥	التحريض الخفي (بالتلميح )
١٠٠ %	٢٣٠	المجموع

١٠- مدى استمرارية القنوات على التحريض: تم طرح تساؤل (هل القناة المحرصة تعتمد الاستمرارية في التحريض ام بين مدة وأخرى؟) جاءت النتائج وفق هذا السياق: أ- تحريض مستمر متعدد ومتنوع: اشار (١٦٨) مبحوثاً وبنسبة بلغت (٧٣,٠٤٪)، وبذلك احتل هذا الاختيار المرتبة الاولى.

ب- تحريض محدد ومتقطع ومرتبطة بموقف محدد: احتل هذا الاختيار المرتبة الثانية من اجابات المبحوثين اذ أكد (٦٢) مبحوثاً ونسبتهم (٢٦,٩٦٪).

(ينظر جدول ١٤) مدى استمرارية القنوات على التحريض

النسبة المئوية %	التكرار	مدى استمرارية القناة بالتحريض
٧٣,٠٤ %	١٦٨	تحريض مستمر ومتعدد ومتنوع
٢٦,٩٦ %	٦٢	تحريض محدد ومتقطع ومرتبطة بموقف محدد
١٠٠ %	٢٣٠	المجموع

جدول (١٥) جهات التحريض عبر اشخاص معينين

ت	الموقف او جهات التحريض (شخص معين)	%
١٢٩	تحريض يتخصص به اشخاص محددون يوجهونه دائما (مذيعون , مراسلون , ضيوف)	٥٦,٠٩ %
١٠١	تحريض لا على التعيين تأتي القناة بأشخاص معروفين بمعارضتهم للحكومة بهم الى الاستوديو او من خارجه ليصبوا جام غضبهم على الخصوم	٤٣,٩١ %
٢٣٠	المجموع	١٠٠ %

ب: التحريض عبر رمزية الصورة: الكيفية التي تخرج بها القناة الفضائية صور ووجوه الخصوم في الكابينة الحكومية ولاسيما رئيس الوزراء جاءت النتائج على وفق الاتي :  
تظهرهم بصور قديمة تعوزها اللياقة, غير مناسبة ولا تنم عن الاحترام: أشار (١٤١) مبحوثا وبنسبة بلغت (٦١,٣٪) وبذلك احتلت هذه الفئة المرتبة الاولى من اجابات المبحوثين.

المحطة لا تهتم كثيرا بهذا الجانب وتظهر الخصوم بصور حيادية ولا تحمل دلالة ما: احتلت هذه الفئة الاختيار المرتبة الثانية. اذا اكد (٤٦) مبحوثا ونسبتهم (٢٠٪). تظهرهم بصورة حديثة مناسبة تبرز الاحترام: حدد (٤٣) مبحوثا ونسبتهم (١٨,٧٪) وجاءت هذه الفئة بالمرتبة الثالثة في هذا المحور. (ينظر جدول ١٦) ادناه.

جدول (١٦) انواع الصور التي تظهرها القناة للخصوم في الكابينة الوزارية

النسبة٪	العدد	انواع الصور التي تظهرها القناة للخصوم في الكابينة الوزارية
61.3%	141	تظهرهم بصور قديمة تعوزها اللياقة , وغير مناسبة ولا تنم عن الاحترام
٢٠٪	46	القناة لا تهتم كثيرا بهذا الجانب وتظهر الخصوم بصور حيادية ولا تحمل دلالة ما
18.7%	43	تظهرهم بصور حديثة مناسبة تبرز الاحترام
100%	230	المجموع

ت: التحريض اعلامياً: ويقصد به الكيفية التي تسيئ بها القناة الفضائية اعلامياً الى الخصوم ومحاولة تشويه تصريحاتهم ولاسيما تصريحات المسؤولين الحكوميين من الصف الاول ويتم ذلك عبر وسائل وأساليب متنوعة اذ جاءت النتائج على وفق الاتي:

تأخذ أكثر ما في تصريحاتهم من غموض وسلبية: اشار (١٠٧) مبحوثين وبنسبة بلغت (٤٦,٥٢٪) وبذلك احتلت هذه الفئة المرتبة الاولى من بين اجابات المبحوثين.

ترد عليها بصورة غير مباشرة من غير أن تشير اليها: احتلت هذه الفئة المرتبة الثانية من اجابات المبحوثين بهذا الموضوع اذ اكد (٦٣) مبحوثا وبنسبة بلغت (٢٦,٣٩٪).

تتجاهل التصريح أصلاً لتعطي الانطباع بعدم الاكتراث به: اوضح (٢٤) مبحوثا ونسبتهم (١٠,٤٣٪) وبذلك احتلت هذه الفئة المرتبة الثالثة.

تأخذ أجمل وأقوى ما في تصريحاتهم من إيجابية: احتلت هذه الفئة المرتبة الرابعة, بهذا السياق اذ حدد (٢١) مبحوثا وبنسبة بلغت (٩,١٣٪).

تأخذ بعض عباراتهم غير القوية وتضعها في مؤخر نشرة الاخبار: اوضح (١٥) مبحوثا ونسبتهم (٦,٥٢٪) الى ان بعض القنوات تتعمد ان تأخذ بعض عبارات المسؤولين غير القوية وتضعها في آخر نشرة الأخبار بشكل مقصود للتقليل من اهميتها , وبذلك احتلت هذه الفئة المرتبة الخامسة. (ينظر جدول ١٧).

جدول (١٧) الأساليب الإعلامية التحريضية للفضائيات في معالجة تصريحات المسؤولين

النسبة %	العدد	الاسلوب الإعلامي التحريضي في معالجة تصريحات المسؤولين الحكوميين
46,52%	107	تأخذ أكثر ما في تصريحاتهم من غموض وسلبية
26.39%	63	ترد عليها بصورة غير مباشرة من غير أن تشير إليها
10.43%	24	تتجاهل التصريح اصلا لتعطي الانطباع بعدم الاكتراث به
9.13%	٢١	تأخذ أجمل وأقوى ما في تصريحاتهم من إيجابية
6.52%	15	تأخذ بعض عباراتهم غير القوية وتضعها في آخر نشرة الأخبار
100%	٢٣٠	المجموع

١١- كيف يرى المبحوثون البرامج التي تبثها قنواتهم المفضلة محرضة او رافضة للعنف: جرى طرح تساؤل بهذا الشأن وجاءت تحليل اجابات المبحوثين بالنتائج الآتية : اشار (١١١) مبحوثا وبنسبة بلغت (٤٨,٢٦%) الى ان قنواتهم المفضلة كانت احيانا تحرض على العنف في برامجها، واكد (٨٦) مبحوثا ونسبتهم (٣٧,٣٩%) انه لا يوجد تحريض، و اشار (٣٣) مبحوثا وبنسبة بلغت (١٤,٣٥%) الى ان قنواتهم المفضلة كانت تحرض على العنف في برامجها، ينظر جدول (١٨) أدناه.

جدول (١٨) مدى التحريض في قنوات المبحوثين المفضلة

النسبة %	تكرار	مدى التحريض
48,26%	١١١	احيانا يوجد تحريض
37,39%	٨٦	لا لا يوجد تحريض
14,35%	٣٣	نعم يوجد تحريض
100%	٢٣٠	المجموع

١٢- مدى نجاح القنوات الفضائية بتحريض الجمهور على العنف عن طريق الاثارة الفنية والدعائية من وجهة نظر المبحوثين: جرى طرح تساؤل بهذا على وفق الاتي : اكد (١٠٧) مبحوثا ونسبتهم (٤٦,٥٢%) الى انهم يعتقدون ان القنوات الفضائية تنجح احيانا في اثارة جمهورها على العنف، و اوضح (٨٧) مبحوثا وبنسبة شكلت (٣٧,٨٣%) ان القنوات تنجح دائما في اثارة جمهورها او التحريض على العنف، و حدد (٣٦) مبحوثا ونسبتهم (١٥,٦٥%) الى ان القنوات الفضائية فشلت في اثارة جمهورها تجاه التحريض على العنف، وبذلك احتلت هذه الفئة المرتبة الثالثة في هذا الموضوع. ينظر (جدول ١٩) ادناه.



جدول (١٩) مدى نجاح القنوات في تحريض جمهورها على العنف عبر اساليب فنية ودعائية

النسبة %	التكرار	مدى النجاح في التحريض
٤٦,٥٢ %	١٠٧	احيانا تنجح
٣٧,٨٣ %	٨٧	دائما تنجح
١٥,٦٥ %	٣٦	فشلت
%	٢٣٠	المجموع

١٣- ابرز اساليب الفضائيات في التحريض على العنف في برامجها: وفق معيار (بدرجة كبيرة، بدرجة متوسطة، بدرجة قليلة، لا يوجد) جاءت النتائج على وفق الآتي:

أ- ابراز الفشل الحكومي في كثير من القضايا: احتل هذا الاسلوب المرتبة الاولى من اجابات المبحوثين واتفاقهم بأن هذا الاسلوب هو الابرز تناولا وبدرجة كبيرة في القنوات الفضائية اذ اشار له (١٧٤) مبحوثا وبنسبة بلغت (٧٥,٦٥٪)، واكد (٣٦) مبحوثا ونسبتهم (١٥,٦٥٪) الى ان ذلك الاسلوب تستخدمه القنوات الفضائية ولكن بدرجة متوسطة للتحريض على العنف، ووضح (١١) مبحوثا وبنسبة شكلت (٤,٧٩٪) الى ان درجة التحريض في هذا الاسلوب كانت بدرجة قليلة، وأشار (٩) مبحوثين ونسبتهم (٣,٩١٪).

ب- التركيز على مظاهر الفساد الاداري والمالي بشكل دائم: احتل هذا الاسلوب المرتبة الثانية من اجابات المبحوثين، اذ اكد له (١٧١) مبحوثا وبنسبة بلغت (٧٤,٣٤٪) اتباع هذا الاسلوب، ووضح (٣٤) مبحوثا وبنسبة شكلت (١٤,٧٨٪) الى ان ذلك الاسلوب استخدمته القنوات الفضائية في برامجها ولكن بدرجة متوسطة للتحريض على العنف، واكد (١٦) مبحوثا وبنسبة شكلت (١٦,٩٦٪) الى ان درجة التحريض في هذا الاسلوب كانت بدرجة قليلة، ووضح (٩) مبحوثين ونسبتهم (٣,٩١٪).

ت- التعمد في ابراز الفشل والإرباك الامني: احتل المرتبة الثالثة من اجابات المبحوثين اذ اشار له (١٦٨) وبنسبة بلغت (٧٣,٠٥٪). واكد (٣٣) مبحوثا ونسبتهم (١٤,٣٥٪) الى ان التعمد في ابراز الفشل والارباك الامني ولكن بدرجة متوسطة للتحريض على العنف، ووضح (٢٠) مبحوثا وبنسبة شكلت (٨,٦٩٪) الى ان درجة التحريض في هذا الاسلوب كانت بدرجة قليلة، وأشار (٩) مبحوثين ونسبتهم (٣,٩١٪) الى ان هذا الاسلوب لم يكن من بين الأساليب الذي استخدمته القنوات الفضائية بهدف التحريض.

وجاءت باقي الاساليب وبحسب درجة الاتفاق والترتيب (بدرجة كبيرة)، اذ حصل اسلوب (تسقيط الاخر) بالمرتبة الرابعة وأشار له (١٥٩) مبحوثا ونسبتهم (٦٩,١٣٪) ثم حل بالمرتبة الخامسة اسلوب (التركيز على مستقبل العراق هو مستقبل مجهول بهدف الضغط النفسي) اذ اكد ذلك (١٣٠) مبحوثا وبنسبة بلغت (٥٦,٥٢٪) ثم اسلوب (تهميش جهة او مكون معين) بالمرتبة السادسة اذ حدده (١١٧) مبحوثا وبنسبة بلغت (٥٠,٨٧٪) , وجاء اسلوب (اظهار مواقف الخصم على انها ذليلة ومرتبطة بأجندات خارجية) بالمرتبة السابعة وبواقع (١١١) مبحوثين ونسبتهم

(٤٨,٢٦٪) وبالمرتبة الثامنة جاء اسلوب (التركيز على مظاهر الاقتتال الطائفي) وبواقع (١٠٥) مبحوثين ونسبتهم (٤٤,٣٥٪) وأخيرا اسلوب (اظهار بعض المواقف لجهات سياسية معينة مرتبطة بالخارج او بدول معينة) وبواقع (١٠٢) مبحوثين وبنسبة (٤٤,٣٥٪) ينظر

جدول (٢٠) الاساليب المستخدمة بهدف التحريض في القنوات الفضائية

مج	لا يوجد		بدرجة قليلة		بدرجة متوسطة		بدرجة كبيرة		اساليب التحريض عبر البرامج
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
٢٣٠	٣,٩١%	٩	٤,٧٩%	١١	١٥,٦٥%	٣٦	٧٥,٦٥%	١٧٤	ابرار الفشل الحكومي
٢٣٠	٣,٩١%	٩	١٦,٩٦%	١٦	١٤,٧٨%	٣٤	٧٤,٣٤%	١٧١	التركيز على مظاهر الفساد
٢٣٠	٣,٩١%	٩	٨,٦٩%	٢٠	١٤,٣٥%	٣٣	٧٣,٠٥%	١٦٨	التعمد في ابرار الفشل الامني
٢٣٠	٢,٦١%	٦	٣,٤٨%	٨	٢٤,٧٨%	٥٧	٦٩,١٣%	١٥٩	تسقيط الاخر
٢٣٠	٦,٥٢%	١٥	٨,٢٦%	١٩	٢٨,٧%	٦٦	٥٦,٥٢%	١٣٠	التشديد على ان مستقبل العراق يهدف الضغط النفسي
٢٣٠	٢,٦١%	٦	٨,٦٩%	٢٠	٣٧,٨٣%	٨٧	٥٠,٨٧%	١١٧	تهميش جهة او مكون معين
٢٣٠	٣,٩١%	٩	١٢,١٦%	٢٨	٣٥,٦٧%	٨٢	٤٨,٢٦%	١١١	اظهار مواقف الخصم على انها ذيلية ومرتبطة بأجندات خارجية
٢٣٠	١٠,٤٤%	٢٤	١١,٣%	٢٦	٣٢,٦١%	٧٥	٤٥,٦٥%	١٠٥	التركيز على مظاهر الاقتتال الطائفي
٢٣٠	٣,٩١%	٩	١٣,٠٤%	٣٠	٣٦,٧%	٨٩	٤٤,٣٥%	١٠٢	اظهار بعض المواقف لجهات سياسية مرتبطة بالخارج

### قراءة في أبرز النتائج:

١- تصدرت قناة العراقية الفضائية القنوات العراقية الأخرى بعدها الأكثر مشاهدة جماهيرياً وكان مجموع الأوزان المرجحة لاختياراتها (٣٥٧) وبنسبة (٢٥,٩٤٪) ثم جاءت قناة الشرقية بالمرتبة الثانية ومجموع أوزانها المرجحة (٣١٨) ونسبتها (٢٣,١١٪) ثم قناة السومرية بالمرتبة الثالثة وكان مجموع أوزانها المرجحة للاختيارات (٢٠٨) وبنسبة (١٥,١٢٪).

٢- حلت قناة السومرية الفضائية في المرتبة الأولى بعدها الأقرب الى الموضوعية والمهنية والحياد ومن وجهة نظر الإعلاميين وكان مجموع أوزانهم المرجحة للاختيارات (٢٥٦) وبنسبة (١٨,٦٠٪) ثم جاءت بالمرتبة الثانية قناة الاتجاه وبمجموع الأوزان المرجحة لهذه الاختيارات (١٧٣) ونسبتها (١٢,٥٧٪) ثم جاءت قناة الرشيد بالمرتبة الثالثة وكان مجموع الأوزان المرجحة (١٦١) وبنسبة (١١,٧٪).

٣- تصدرت قناة الرافدين الفضائية بعدها أكثر القنوات الفضائية العراقية تحريضا على العنف والكرهية ومن وجهة نظر الإعلاميين العراقيين وكان مجموع الأوزان المرجحة للاختيارات (٢٤٦) وبنسبة (١٧,٥٢٪) ثم جاءت قناة بغداد الفضائية بالمرتبة الثانية وبمجموع الأوزان المرجحة للاختيارات (١٩٩) ونسبتها (١٤,١٧٪) ثم حلت قناة البيغدادية في المرتبة الثالثة من بين القنوات وكان مجموع الأوزان المرجحة للاختيارات (١٥٧) وبنسبة (١١,١٨٪).

٤- أشار (١٦,٥٦٪) من المبحوثين ان (برامج الحوار والمقابلات التي تتناول الشأن العراقي كان يمارس عن طريقها أكثر مظاهر التحريض على العنف في البرامج اليومية ثم بالمرتبة الثانية جاءت فئة (الأخبار- والتقارير اليومية) وبنسبة بلغت (١٥,٠٣٪) وحلت فئة (التغطية الاخبارية المباشرة التي تبرز تدهور الوضع الأمني) بالمرتبة الثالثة وبنسبة بلغت (١٤,٧٢٪).

٥- جاءت فئات المظاهر: (الأدعاء بالإقصاء والتهميش) و(التشديد على التوتر الطائفي او المناطقي او المذهبي) و(البحث على اثاره مشاعر اليأس من المستقبل القادم للعراق) من أبرز الموضوعات تحريضا بين المبحوثين وعلى التوالي (٧٦,٩٦٪) و(٦٩,١٣٪) و(٦٨,٦٩٪).

٦- التحريض على الشخصيات الحكومية، وتحريض طائفة على طائفة اخرى بإثارة النعرات والحساسيات، والتحريض على الكراهية الأثنية او الدينية من أبرز مظاهر الأختراق الإعلامي للمادة (١-١) من لائحة قواعد ونظم البث الإعلامي الخاصة بهيئة الاعلام والاتصالات وبنسبة اتفق بين المبحوثين وعلى الترتيب التنازلي: (٥٤,٧٨٪) و(٤٨,٢٦٪) و(٤٦,٩٦٪).

٧- تصدر أسلوب (التحريض الصريح أو المباشر) المرتبة الأولى بين أساليب التحريض على العنف الذي تمارسه بعض القنوات الفضائية وبنسبة بلغت (٥٥,٦٥٪) ثم حصل أسلوب (التحريض الى حد ما أو المبطن) على المرتبة الثانية وبنسبة (٣٧,٨٣٪) في حين احتل أسلوب (التحريض الذي يستخدم التلميح) المرتبة الثالثة وبنسبة بلغت (٦,٥٢٪).

٨- حصلت طريقة (التحريض المستمر والمتعدد والمتنوع) على المرتبة الأولى وبنسبة بلغت (٧٣,٠٤٪) ثم جاءت طريقة تحريض محدد ومتقطع ومرتبطة بموقف معين بالمرتبة الثانية وبنسبة (٢٦,٩٦٪).

٩- حصلت جهة التحريض الذي يتخصص به اشخاص محددون يوجهونه دائماً مثل

10. (مذيعون، مراسلون، ضيوف) على المرتبة الأولى وبنسبة (56,09%) ثم جاءت ثانياً فئة (تحرير لا على التعيين) عن طريق اشخاص معروفين بمعارضتهم للحكومة وبنسبة بلغت (43,91%).

10. حصلت فئة (تظهر الفضائيات الخصوم بصور قديمة تعوزها اللياقة وغير مناسبة ولا تنم عن الاحترام) المرتبة الأولى وبنسبة بلغت (61,3%) ثم جاءت فئة (القناة لا تهتم كثيراً بهذا الجانب وتظهر الخصوم بصورة حيادية ولا تحمل دلالة ما) المرتبة الثانية وبنسبة بلغت (20%) وحلت بالمرتبة الثالثة (تظهرهم بصور حديثة مناسبة تبرز الاحترام) وبنسبة بلغت (18,7%).

11. حصلت فئة الفضائيات (تأخذ أبرز ما في تصريحات الخصوم من غموض وسلبية) على المرتبة الأولى من إجابات المبحوثين بشأن الكيفية التي تسمي بها القناة الفضائية إعلامياً الى المسؤولين الحكوميين وبنسبة بلغت (46,52%) ثم جاءت طريقة (ترد عليهم بصورة غير مباشرة من غير ان تشير إليهم) بالمرتبة الثانية وبنسبة بلغت (26,39%) ثم طريقة (تتجاهل التصريح أصلاً لتعطي الانطباع بعدم الاكتراث به) بالمرتبة الثالثة وبنسبة شكلت (10,43%).

12. أكد (48,26%) من المبحوثين المشاركين في البحث الى ان قنواتهم المفضلة (أحياناً) تبث برامج محرضة للعنف وهذا يدل على عدم رضا بعض من جمهور هذه القنوات.

13. أشار (46,52%) من المبحوثين الى أن القنوات الفضائية (أحياناً تنجح) بتحريض الجمهور على العنف في حين أوضح (37,83%) من المبحوثين ان القنوات (دائماً تنجح).

14. جاء أسلوب ابراز الفشل الحكومي والتركيز على مظاهر الفساد الإداري والمالي بشكل دائم وكذلك (التعمد في ابراز الفشل الأمني) وبدرجة كبيرة وبنسبة بلغت (75,65%) و(74,34%) و(73,05%) وعلى التوالي باعتبارها من ابرز الأساليب التي تقوم بها الفضائيات للتحريض.

## الهوامش

- (١) كريس باركر، التلفزيون والعولمة والهويات الثقافية، ترجمة علاء أحمد إصلاص، مجموعة النيل العربية، القاهرة، ٢٠٠٦، ص ٢٣.
- \* في إحدى المقابلات التلفزيونية في الشهر التاسع من عام ٢٠١٤، كشف السيد مؤيد اللامي نقيب الصحفيين العراقيين أن عدد المؤسسات الإعلامية ( ما بين فضائية تلفزيونية وإذاعة ووكالة أنباء صحفية) المسجلة في النقابة تبلغ ١٢٦٠ مؤسسة، وهناك ما يقرب من المائة مؤسسة خارج تسجيلات النقابة.
- (٢) حسن العلوي، العراق الأمريكي، دار الزوراء، لندن ٢٠٠٥، ص ٦٩.
- (٣) أبو الفضل جمال الدين محمد بن مكرم (ابن منظور) طبعة دار المعارف.
- (٤) العجم العربي الأساسي: المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، توزيع لاروس، ١٩٨٩.
- (٥) محمد عبد الجليل ألحديخي: جرائم التحريض وصورها في الجوانب الماسة بأمن الدولة الخارجي وفقا للتشريع العراقي المقارن، الجمهورية العراقية، وزارة الثقافة والإعلام، ١٩٨٤، ص ٨٧.
- (٦) [www.Alayam.com/alayam/lastArticle](http://www.Alayam.com/alayam/lastArticle) ٣٦٢٧٧ مفهوم التحريض في القانون الجنائي
- (٧) <http://www.bara-sy.com>
- الموقع السوري للدراسات والاستشارات القانونية
- (٨) جريدة الوقائع العراقية، بغداد، العدد ١٧٧٨، ١٩/٥/١٩٦٩.
- (٩) جريدة الوقائع العراقية، بغداد، العدد ٤٠٠٩، ٩/١١/٢٠٠٥.
- (١٠) جاء في قاموس لسان العرب لابن منظور: هاج الشيء يهيج هيجاً وهياجاً وهيجاناً، واهتاج وتهيج: بعنى ثار لمشقة أو ضرر. ويوم الهياج يوم القتال. وتهياج الفريقان إذا توثبا للقتال. وهاج البشر بين القوم أي ثار. والهيجاء: الحرب. والهيج: الحركة. والهيج: الفتنة. وفي العجم العربي الأساسي: هَيَّجَ يَهَيِّجُ تهيجاً: أثاره وبعثه. وهيج بينهما الشر: من يثير الاضطراب والحركة والهياج نفسياً: حالة الانفعال التي تدعو الى نشاط يظهر في صورة حركات اندفاعية
- (١) د. خلدون عبداً لله، الإعلام وعلم النفس، (عمان، الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع، ٢٠١٠، ص ١٥٠).
- (٢) سامي ختاتنة، أحمد عبد اللطيف أبو سعد: علم النفس الإعلامي، (عمان، الأردن، دار المسيرة للنشر والتوزيع، ٢٠١٠، ص ٧٠).
- (٣) المصدر السابق، ص ٦٨.
- (٤) كرم شلبي، معجم المصطلحات الإعلامية، دار الشروق، القاهرة، ١٩٨٩، ص ٤٣٨.
- (٥) جيهان أحمد رشتي، الأسس العلمية لنظريات الإعلام، ط ٢، دار الفكر العربي، القاهرة، ١٩٧٨، ص ٤٦٣.
- (٦) كوليبانوفسكي وآخرون، علم النفس الاجتماعي وقضايا الإعلام والدعاية، ترجمة نزار عيون السود، ص ٥٢.
- (٧) جيهان أحمد رشتي، المصدر السابق، ص ٤٦٥.
- (٨) محمد منير حجاب، الموسوعة الإعلامية، مج ١، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ٢٠٠٣، ص ٢٦٠.
- (٩) اسماعيل علي سعد، الرأي العام بين القوة والأيديولوجية، دار النهضة العربية، بيروت، ١٩٨٨، ص ١١٥.
- (٢٠) جي أي براون، أساليب الإقناع وغسيل الدماغ، ترجمة عبد اللطيف الخياط، ١٩٨٨، ص ٥٨.
- (٢١) محمد سيد فهمي، الإعلام في المنظور الاجتماعي، المكتب الجامعي الحديث، الاسكندرية، ١٩٨٤، ص ٢٤.
- (٢٢) اسماعيل علي سعد، الرأي العام بين القوة والأيديولوجية، مصدر سابق، ص ١٢٤.
- (٢٣) مختار التهامي، الرأي العام والحرب النفسية، ط ٣، الجزء الأول، ١٩٧٤، ص ٩٨.
- (٢٤) جيهان أحمد رشتي، الدعاية واستخدام الراديو في الحرب النفسية، ص ٢٩٧.
- (٢٥) احمد بدر، الاتصال بالجماهير والدعاية الدولية، دار القلم، الكويت، ١٩٧٤، ص ١٨٦.
- (٢٦) احمد بدر، المصدر السابق، ص ١٨٠.
- (٢٧) جي أي براون، أساليب الإقناع وغسيل الدماغ، مصدر سابق، ص ٤٣.
- (٢٨) حامد عبد السلام زهران، علم النفس الاجتماعي، ط ٥، عالم الكتب، القاهرة، ١٩٨٤، ص ١٨٣.
- (٢٩) مختار التهامي، الرأي العام والحرب النفسية، مصدر سابق، ص ١٦.
- (٣٠) محمود أدهم، الأسس الفنية للتحريض الصحفي العام، ص ٩٦.
- (٣١) ابراهيم الداوق، الأنظمة الإذاعية، مطبعة وزارة الأوقاف والشؤون الدينية، بغداد، ١٩٨٥، ص ٥١١.
- (٣٢) اسماعيل علوان عبيد، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة بغداد، كلية الإعلام، ٢٠١٥، ص ١٧٥.