

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة بغداد - كلية الاعلام



# الباحث الاعلامي

ISSN 1995 - 8005

مجلة علمية فصلية محكمة

تصدر عن كلية الاعلام - جامعة بغداد

كانون الثاني - شباط - آذار - ٢٠١٦ م

AL - BAHITH  
AL - A A, LAMI

البحث الإعلامي

مجلة علمية فصلية محكمة  
تعنى بشؤون الإعلام والاتصال  
كلية الاعلام - جامعة بغداد

مصحح الترجمة م.م لى حسن

المصحح اللغوي أ.م. د محمد رضا مبارك

الاشتراك السنوي للمؤسسات

العراق ٣٠٠٠٠ دينار عراقي

الوطن العربي ٤٠ دولار مع اجور البريد

اساتذة جامعة بغداد ٣٠٠٠٠ دينار عراقي

طلبة جامعة بغداد ٢٥٠٠٠ دينار عراقي

تدفع اشتراكات الافراد والاساتذة والطلبة نقداً

يدفع اشتراك المؤسسات إما بشيك أو نقداً

يتم تحويل الاشتراك على العنوان الآتي

جامعة بغداد - كلية الاعلام

مصرف الرافدين - فرع الوزيرية

مجلة الباحث الاعلامي

سعر النسخة الواحدة : ٥٠٠٠ دينار عراقي

لاساتذة كلية الاعلام

٢,٥٠٠ دينار عراقي للطلبة

الموقع الالكتروني للمجلة

<http://www.jcomc.uobaghdad.edu.iq>

رابط المجلات العلمية في الوزارة

<http://www.iasj.net/iasj?func=search&tem->

plate

للمراسلة

الايمل الرسمي للمجلة

[media@comc.uobaghdad.edu.iq](mailto:media@comc.uobaghdad.edu.iq)

كلية الاعلام - جامعة بغداد - الجادرية

ص . ب ٤٧١٩٠

Emial : bushra- 155 @ yahoo.com

الاشتراك السنوي للأفراد

داخل العراق ٣٠٠٠٠ دينار عراقي

داخل الوطن العربي ٤٠ دولار مع اجور البريد

التصميم والأخراج الفني

شذى عبد الله حسين

Sh- ad77 @ yahoo.com

## شروط النشر

تتبع الباحث الاعلامي الطرق العلمية في التعامل مع البحوث والدراسات التي تصلها لغرض النشر على وفق الشروط الآتية :-

١. يلتزم الباحث بالمنهجية الاكاديمية في اعداد بحثه.
٢. تخضع البحوث والدراسات جميعها للتقويم من قبل محكمين علميين متخصصين.
٣. ينبغي ان لا يزيد البحث عن ستة آلاف كلمة، أي ما يناهز ٢٠ صفحة A٤، والالتزام بالتصميم الخاص بصفحة المجلة.
٤. يقدم الباحث ثلاث نسخ مطبوعة من بحثه فضلاً عن قرص CD يحتوي على نص البحث.
٥. يقدم الباحث مستخلصاً باللغتين العربية والانكليزية.
٦. تكتب عناوين البحوث باللغتين العربية والانكليزية.
٧. يلتزم الباحث بالتوثيق العلمي في متن البحث وقائمة المصادر.
٨. المجلة غير ملزمة باعادة البحوث الى اصحابها , ويبلغ الباحث بقبول بحثه او عدم قبوله برسالة من هيئة التحرير خلال شهرين من تسلم البحث او الدراسة.
٩. ترحب المجلة بالتقارير التي تغطي المؤتمرات والندوات العلمية شريطة ان لا يزيد التقرير الواحد عن ٢٥٠٠ كلمة.

المشرف العام  
أ. د. هاشم حسن التميمي

الهيئة الاستشارية

- أ. د حميد جاعد محسن - كلية الفارابي الجامعة  
أ. د زكي حسين الوردي - كلية الاعلام - جامعة بغداد  
أ. د وسام فاضل راضي - كلية الاعلام - جامعة بغداد  
أ. د عدنان ياسين مصطفى - كلية التربية للبنات - جامعة بغداد  
أ. د عامر حسن فياض - كلية العلوم السياسية - جامعة النهريين  
أ. د ياس خضير البياتي - جامعة عجمان للعلوم والتكنولوجيا  
أ. د جليل وادي - كلية الفنون الجميلة - جامعة ديالى  
أ. د حميدة البور - معهد بردو - تونس  
أ. د محمد الداھي - جامعة الملك محمد الخامس - المغرب

## هُيئة التحرير

أ.د علي جبار الشمري..... رئيس التحرير  
أ.م. د محمد رضا مبارك ..... مدير التحرير  
أ.م.د حمدان خضر السالم..... سكرتير التحرير  
أ.م.د بشرى جميل الراوي..... سكرتيرة التحرير

## أعضاء هيئة التحرير

أ.م.د رشيد حسين عكلة  
أ.م.د أحمد عبد المجيد  
أ.م.د باقر موسى جاسم  
أ.م.د حسين علي نور  
أ.م.د بشرى داود السنجري  
أ.م.د ازهار صبيح غنتاب  
أ.م.د سالم جاسم العزاوي

الصفحات	عنوان البحث / اسم الباحث والموقع الوظيفي
ص ٩ - ص ٣٠	الثورى السياسية واستطلاعات الرأى العام أ.د. علي حسين طوينة
ص ٣١ - ص ٥٦	أ.م.د محمد رضا مبارك الثنائيات اللسانية في الاخبار في ضوء التحليل السيميائي
ص ٥٧ - ص ٨٦	تأثير المسلسلات التركية المدبلجة في سلوك واتجاهات الجمهور العراقي أ.م. د مؤيد خلف حسين الدليمي عماد خلف حسين
ص ٨٧ - ص ١٠٦	الاساليب الاقناعية لتنظيم داعش في تجنيد الافراد / (مقاربة علمية) أ. م. د. أحمد عبد المجيد
ص ١٠٧ - ص ١٤٠	تصميم مواقع الصحف الالكترونية العراقية وعلاقتها بجذب المتصفحين لها م.م. ليث عبد الستار عيادة
ص ١٤١ - ص ١٦٤	فاعلية تقنيات الإعلام الحديثة في تنمية قيم المواطنة الصالحة عند الطلبة أ.د موفق عبدالعزيز الحسناوي م.د انتصارعباس ابراهيم الحسناوي
ص ١٦٥ - ص ١٩٦	مستويات مصداقية الصحافة في اطار النموذج البنائي للمصداقية أ.م.د حمدان خضر السالم خضير عباس ضاري الموسوي ( بحث مستل من رسالة ماجستير)
ص ١٩٧ - ص ١٩٨	الابواب الثابتة : • ببلوغرافيا رسائل واطاريج طلبة الماجستير والدكتوراه • عرض كتاب

كلما انقضى عام وحل آخر نثير تساؤلات من قبيل هل تحققت  
مجلة الباحث الاعلامي المكانة التي خططنا لأن تكون بها بين نظيراتها  
من المجلات العلمية المتخصصة المحكمة؟ وهل ان ما نشر في المجلة في  
اعدادها الثلاثين الصادرة اسهم بشكل او بآخر في حل مشكلات اعلامية  
قائمة او انه مثل اضافة علمية ومعرفية لحقل الاعلام؟ والتساؤل الالهام هو  
ماذا سنفعل لتكون الباحث الاعلامي كما نريدها نحن وكما ينبغي ان تكون؟

ان التفكير بالماضي والتغني بما انجز أم تصير أو تم تحقيقه يبقينا اسرى  
أفكاره ونتاجه العلمي والمعرفي، والتفكير بالحاضر وحده يبقينا في حالة السكون  
لا تتلاءم مع قدراتنا العقلية التي تجعلنا على الدوام نفكر في المستقبل لنكون  
الافضل.

ولكي يكون تفكيرنا بالمستقبل علميا ما يسهم في الارتقاء بمجلة الباحث  
الاعلامي ويجب عن التساؤلات المثارة لا بد لمن يرغب النشر في المجلة الاهتمام  
بالمناهج العلمية بوصفها الطريق الامثل للوصول الى نتائج علمية سليمة فالعلم  
في صميمه معرفة منهجية، غير ان ذلك لا يعني الاكتفاء بالمناهج التقليدية  
المعروفة وانما البحث عن مناهج جديدة من شأنها اغناء حركة البحث العلمي  
وجعلها اكثر فاعلية في التصدي للمشكلات الإعلامية القائمة، وكذلك لا بد لمن  
يرغب النشر بالمجلة ان يدرك التطور المتسارع الذي تشهده تكنولوجيا المعلومات  
 والاتصالات ويواكب هذا التطور وذلك بالاستفادة مما يوفره من مزايا في تسريع  
اجراءات البحث العلمي وهو ما يوفر الوقت والجهد والمال، فضلا عن اهمية ان  
تتناول موضوعات البحوث المشهد الاعلامي العراقي او العربي او العالمي من  
منطلق الحرص على تقويم الوسائل الاعلامية وتوجيه خطابها ما يسهم في بناء  
المجتمعات واستقرارها وتقدمها لا من منطلق التحريض على العنف او الارهاب  
وهو ما تضطلع به الكثير من الوسائل الاعلامية بقصد او بدونه. ان رغبتنا في  
ان نكون الافضل لا ينبغي لها ان تتحقق من دون توافر الارادة الصادقة التي  
تكفل لنا تحقيق ذلك، وفي ظني ان ذلك لم ولن يتحقق الا اذا استطعنا ان نعيش  
المستقبل ونعقله مستفيدين بذلك من كل ما تراكم في مجال المعرفة العلمية.

**رئيس التحرير**



## الشورى السياسية واستطلاعات الرأي العام

أ.د. علي حسين طويينة

كلية الاعلام - جامعة بغداد

## تنويه

قدم الراحل الدكتور علي طويينة ، هذا البحث الى هيئة التحرير، قبل شهر من وفاته ( رحمه الله ) وطلب بعد ذلك التريث في نشره ، ريثما يعدل في بعض فقراته ..... لكن المرض لم يمنحه الوقت الكافي . لذا رأيت الهيئة نشر البحث ، وفاءً لذكرى استاذ فاضل، له خدمات جليلة للعلم والثقافة . وقد وجدناه بحثاً أصيلاً مكتملاً ككل كتابات هذا الفقيه العزيز.

## المستخلص

تزداد أهمية استطلاعات الرأي العام باضطراد .... ولاسيما في الحملات الانتخابية ، يسلط البحث الضوء على جانب من الانتخابات الأمريكية في مدد زمنية مختلفة ، ويستشهد بأقوال الخبراء والمعنيين في ذلك، ويستعرض البحث التطور الكبير الذي حصل في استطلاعات الرأي وما يمكن أن يحدث لهذا العمل المهم في المستقبل .

عرض البحث لأنواع معينة من استطلاعات الرأي ، وقسمها على وفق ما جاء به الخبراء في الولايات المتحدة

. وهذا التقسيم يبين أن الاستطلاعات من أكثر العمليات السياسية والأعلامية دقة ، وأن هناك أموالاً تبذل وشركات متخصصة في إقامة هذا النوع من قياس الرأي العام .

فما عاد اتخاذ القرار بالأشتراك بالانتخابات مثلاً أو بأعداد خطة لقيادة البلاد بالأمر السهل أو المستعجل ، لا بد من اللجوء الى الشركات ، وهي شركات كبرى عادةً، تقيس حقيقة ما يريده الرأي العام ، لكن مثل هذا القياس ليس مضموناً دائماً ..... فالناخب مثلاً قد يغير قراره من مدة لأخرى أو قد لايدلي برأيه الحقيقي، لأسباب مختلفة . وأن هذا التقلب

في الآراء ، يعد مشكلة للذين يريدون التوصل الى الدقة العلمية في قياس الرأي العام .

لقد ظهرت الأستطلاعات العلمية في عام ١٩٦٠ كاختصاص استشاري خطير، يستفيد منه المرشحون على كل المستويات .

أن الأستطلاعات المعاصرة مبنية على مبدأ العينة العشوائية ، أن عينة عشوائية جيدة بإمكانها إعطاء الفرصة لكل فرد ، من الجماعة ، أن يكون ممثلاً فيها بشكلٍ متساوٍ (.....) ومن أجل تحقيق هامش الخطأ، ينبغي أن نزيد حجم العينة، ولكننا عندما نزيد حجم العينة ستزيد الكلفة . فإذاً نحن زدنا حجم العينة وجعلناها مكونة من ألفي شخص ، فأنا نكون قد زدنا تكاليف الحملة بشكلٍ كبير وخفضنا هامش الخطأ بمقدار ١٪.

أخيراً نشير الى العلاقة بين مستشاري الأستطلاع والجهات التي تكلفهم بالعمل لصالحها، إن المهنية تقتضي من المستشار أن يعمل لصالح جهة سياسية معينة ، ولا يمكن أن يعمل بارتياح مع حزبين باتجاهين مختلفين ، إنهم لا يعملون من أجل لقمة العيش فقط ، وإنما هم يريدون أنتخاب اولئك الذين يشاركون في الأتجاه نفسه.

يقول مستطلع الرأي (آلان سكريست ) إن استطلاعات الرأي العام هي أفضل مجال يمكن أن تستثمر فيه الموارد المحدودة للحملة الانتخابية .... في الحملات المعاصرة تقدم لنا الاستطلاعات تغذية مرتدة تختلف عن تلك التي نحصل عليها كردود على الرسائل التي نبثها إذ ان التغذية المرتدة التي نحصل عليها من الاستطلاعات اذا ما خطت ونفذت بشكل جيد أن تزودنا بمعلومات دقيقة يمكن اعتمادها في اتخاذ قرارات جريئة تؤثر تأثيراً كبيراً على الحملة<sup>(١)</sup> ولهذا السبب يرى مستطلع الرأي ( فرانك لوتس) أن الاستطلاعات امر لامفر منه وحاجة لا غنى عنها في الحملات السياسية الحديثة<sup>(٢)</sup>.

## Political consultation, and public opinion polls

Prof. Dr. Ali Hussein Taiwinh

midia - University of Baghdad

*Increasingly important public opinion polls steadily .... especially in electoral campaigns, sheds search light on the side of the US elections, in different time periods, and cited the words of experts and people involved in it, and reviews Find great development that took place in the polls and what could happen to this work It is important in the future. Display search for certain types of polls, dividing them on as stated by the experts in the United States .... This division shows that the surveys of the most political processes and accuracy of information, and that there Money being made and companies specialized in the administration of this type of measuring public opinion ..... what is returned decision-making, for example, in conjunction elections or prepare a plan to lead the country not easy or hasty, we have to resort to the companies, which are major companies usually measure the truth of what he wants Opinion year, but such a measure is not always guaranteed ..... Valnachb example, his decision may alter the length of the other, or may idly for real in his opinion, for various reasons. And that this volatility in the views, is a problem for those who want to reach a scientific accuracy in measuring public opinion ..... Scientific surveys in 1960 have emerged Kachtsas seriously consultant, the benefit of candidates at all levels.*

*That contemporary surveys are based on the principle of the random sample, the random sample can give a good opportunity for everyone, from the group, to be represented equally in (.....) In order to achieve a margin of error, we should increase the size of the sample, but when we increase The sample size will increase the cost. If we increased our sample size and made it is made up of two thousand people, we will have increased our campaign costs dramatically reduced the margin of error by %1.*

*Finally, we refer to the relationship between the advisers surveyed and those who assign them to work to their advantage, that requires professional Chancellor that works in favor of a particular political party, nor can work comfortably with the two parties in two different directions, they are to Ayamlon for a living only that, but they want the election of those who participate in the same direction.*

*Says pollster Opinion (Alan Scrist) The public opinion polls are the best field can invest the limited resources of the election campaign .... in contemporary campaigns provide us with feedback surveys differ from those that we get to be replies to messages that Nbutha as the feedback we get from Polls if planned and executed well to provide us with accurate information that could be adopted to take bold decisions significantly affect the campaign (1) For this reason, sees pollster Opinion (Frank Lotus) polls is inevitable and need indispensable in modern political campaigns (2) .*

## لمحة تاريخية عن الاستطلاعات السياسية

على الرغم من أن هناك شواهد على وجود استطلاعات لم تنشر في الولايات المتحدة إلا أن أولى الاستطلاعات السياسية التي نشرت كانت قد ظهرت في صحيفة هاريسبورغ بنسلفانيا عام ١٨٢٤.

لقد قامت هذه الصحيفة بأجراء استفتاء استطلاعي في واشنطن وفي ضوء هذا الاستفتاء الاستطلاعي الذي لم يجر فيه تمييز بين الاحزاب توقعت فوز ( اندريو جاكسون بالرئاسة وخسارة منافسه (جون كويني ادمز) (٣).

ومنذ ذلك التاريخ اجريت العديد من الاستطلاعات المشابهة ونشرت في الصحف.

وعلى نحو مشابه قامت الصحف بالطلب من نزلاء الفنادق ابداء رأيهم بمرشحي الرئاسة وإيهم يفضلون. ورغم أن مثل هذه الاساليب كانت قد قدمت رؤية عن الانتخابات التي تشبه بطبيعتها سباق الخيل وساعدت في حشد الاهتمام بالحملة الا انها كانت ذات قيمة قليلة وفائدة ضئيلة لمنظمي الحملات الانتخابية.

إن المشكلة الكبرى لكل هذه الاستطلاعات انها لم تجمع اراء العينة المناسبة من الناخبين المحتملين . لقد كان الخطأ الأكثر سوءاً الذي ظهر في هذه الاستطلاعات هو الاستطلاع الذي اجرته صحيفة (ليتراري دايجست) عام ١٩٣٦ . وتوقعت بموجب نتائجه فوز حاكم كنساس (الفريد لاندون) على الرئيس (فرانكلين ديلاانو روزفلت) .

لقد قامت الصحيفة بارسال عشرة ملايين ورقة انتخاب وعاد منها الى الصحيفة ما يقرب من مليوني ورقة فقامت الصحيفة في ضوء ذلك بنشر نتائج سابقة للانتخابات اثبتت الايام خطأها المطلق. لقد استعانت الصحيفة بدليل التلفزيون ومن سجلات ملكية السيارات وليس من سجلات الناخبين وفي فترة الكساد الكبير، وهذا ما أدى الى حصول الصحيفة على عينة من الطبقة الغنية من الجمهوريين ولم تمثل ناخبي الأمة بشكل عام.

وقبل ذلك بربع سنوات اي في عام ١٩٣٢ كانت (اليكس ميلر) اول مرشح سياسي يستخدم استطلاع الرأي العام. في ذات الوقت توقع طالب الدكتوراه (جورج غالوب) - زوج ابنة السيدة ميلر - فوز ام زوجته (وان فرانكلين روزفلت) سيحصل على دعم الولاية في سعيه لكرسي الرئاسة. لقد كان (غالوب) من الرواد الأوائل في استخدام المنهج العلمي في استطلاعات الرأي. ورغم أن الاستطلاع الذي اجرته ليتبراري دايجست كسب سمعة سيئة واسعة، نجد أن الثلاثة الاوائل ممن عمل في الاستطلاعات العملية قد توقعوا وبشكل صحيح فوز روزفلت . وهؤلاء الرواد هم (ارغيبالد كروسلي) و (ايمورس) و (جورج غالوب).

في عام ١٩٤٦ استعان مرشح الكونغرس (جاكوب جافيتس) بخدمات (ايلمو روبر) لنهوض حملته الانتخابية . وقد افتخر ( جافيتس) فيما بعد قائلاً : أن الاستطلاع الذي اجراه هو (وايلوروبر) كان عنصراً أساسياً من عناصر حملته الانتخابية الناجحة وبين كيف استطاع توظيفه لأغراض الحملة لقد صُنعت الاستطلاعات لمعرفة الرأي العام لأغراض النجاح في السياسة ، ولكن في حالنا كان العكس هو الصحيح .

لقد كانت افكاري وموافقتي معلنة على الملأ وكنت ابذل جهدي لمعرفة أن الناس سيقدرّون الأخلص والنزاهة أكثر من الأتفاق بدرجة مائة في المائة ما دام هناك اتفاق على القضايا الرئيسية . لقد استخدمت الاستطلاع كفقرات في عروضي امام الناخبين في لقاءات ناصية الشارع وفي الندوات العامة التي اقامتها المنظمات الاجتماعية والسياسية في المنطقة الانتخابية وفي الراديو في الاسابيع الاخيرة من الحملة (٤).

رغم ان شركات الاعلانات التي استخدمها ( دوايت ايزنهاور) عام ١٩٥٢ أفادت من خدمات الاستطلاع في تحديد موضوعات الإعلانات التلفزيونية التي بثت ذلك العام ، لكن الاستطلاعات العلمية الدقيقة الحديثة لم تستخدم بشكل واسع الا في الحملة الرئاسية عام ١٩٦٠ .

في هذه السنة اصبح (لوهاريس الاستراتيجي الاول في حملة كندي).... وقد ادت تحليلاته الصائبة للرأي العام في الولايات الرئيسية الى تطوير الاستراتيجية الانتخابية لكندي التي كان من نتيجتها الفوز الكبير في الانتخابات.

بفضل استطلاعات هاريس اختار كندي ان يخوض الانتخابات الاولى في فرجينيا وهي ولاية فقيرة فيها بعض الكاثوليك وكان من المحتمل ان تكون فرجينيا الغربية معادية لكندي ولكن انتصار كندي هناك سيبرهن على انه قادر على أن يفوز في اي مكان آخر، وهذا ما تحقق فعلاً. وبفضل هاريس تخطى منظمو حملة كندي الاستطلاعات الضحلة التي استخدمها المرشحون الآخرون والصحافة.

لقد اشارت استطلاعات هاريس الى أنه رغم ما تبدو عليه فرجينيا الغربية من عدائية سيكون لصورة كندي ولموضوعات حملته صدق لدى الناخبين في هذه الولاية الجبلية (٥). وبالإضافة الى ذلك استمر هاريس في عمله في كل الحملة الانتخابية الناجحة.

وهكذا ظهرت الاستطلاعات العلمية في عام ١٩٦٠ كاختصاص استشاري خطير يستفيد منه المرشحون على كل المستويات.

## وظيفة الاستطلاع السياسي

ان الحاجات المحددة للحملة هي التي تقرر ما الذي نرجوه من الاستطلاع. ان العمل المشترك بين المرشح ومنظمي حملته الانتخابية وشركة الاستطلاع هو الذي سيحدد طبيعة المعلومات التي يحتاجونها.

وهكذا سيقوم المستشار بتصميم الاستطلاع الذي من شأنه توفير المعلومات الضرورية. وفي العادة تبحث الحملات عن معلومات يمكن أن تخدمها في واحد أو أكثر من المجالات الاربعة:

أولاً ... رغم اهميتها الثانوية نجد ان كل استطلاع سياسي تقريباً سي طرح أسئلة من قبيل: « لمن سيصوت اذا أجريت الانتخابات اليوم؟ » ان اسئلة كهذه انما هي مصممة لتحديد اداء المرشح وتقدم قليلاً من المعلومات التي يمكن أن تتخذ على اساسها القرارات .

ولذا فان مثل هذه الأسئلة هي في الحقيقة ذات قيمة ثانوية . ومع ذلك من الثابت أن تتضمن اسئلة الاستطلاع مثل هذه الأسئلة لان المساهمين وتحديداً لجان العمل السياسي تبحث عادة عن مؤشرات تبين وضع المرشح ليقرروا في ضوءها مساهمتهم.

وثانياً ... تتضمن الاستطلاعات في احوال كثيرة اسئلة مصممة للتعرف على الصورة الذهنية التي يحملها الجمهور عن المرشح وعن منافسه . مثل هذه الاسئلة تدور حول ان كان المستجيبون قد سمعوا بالمرشح او المرشحين . اما اذا كان المرشح شخصية عامة فيكون السؤال عادة عن الشيء الايجابي او الجيد الذي فعله المرشح بشكل خاص او العكس عن السلبي الذي فعله . ويمكن ان يطلب من الجمهور تأشير ما يعجبهم او لايعجبهم في المرشح او المرشحين . أن من شأن مثل هذه الاسئلة تزويد الحملة بمعلومات تبين مدى معرفة الجمهور بالمرشح واكثر تحديداً معرفة الجمهور بشخصية واداء المرشح السابق للترشيح .

وثالثاً ... يسأل جمهور الاستطلاع عن اهم القضايا التي تشغلهم . وكثيراً ما يزود الناخبون بقائمة تضم قضايا ويطلب ترتيبها حسب الاهمية . وهناك أسئلة ذات صلة بهذه الموضوعات يقصد منها التعرف على آراء الناخبين فيها . وتصاغ الأجوبة ب « اتفق بشدة » ، « لا اتفق بشدة » . ويمكن أن تكون هذه الاجابات على سبيل المثال حول سؤال مفاده: « إن على منطقتنا أن تقدم تخفيضات ضريبية من اجل اجتذاب المستثمرين ».

اما المجموعة الاخيرة من الاسئلة التي تستخدم بشكل واسع ، فهي تلك الاسئلة المكرسة لطبيعة الناخبين مثل العمر ، الجنس ، مستوى الدخل ، مكان الاقامة الوظيفية ، الانتماء السياسي وغير ذلك من الاسئلة ذات الطبيعة الديموغرافية .

إن المعلومات المتحصلة بهذه الطريقة تتقاطع مع اسئلة اخرى في الاستطلاع فتمكن الحملة

من الاستنتاج ، مثلاً بأن المهنيين الشباب الذين يحصلون على اربعين الف دولار او اكثر سنوياً ويعيشون في مركز المدينة يرون بأن تصاعد نسبة الجرائم هي القضية الأهم في المنطقة الانتخابية. في حين أن المتقاعدين الذين يزيد عمرهم عن ستين سنة ويحصلون على دخل سنوي يتراوح بين خمسة عشر الف وخمسة وعشرين الف دولار ويعيشون في الضواحي الشمالية يرون أن النقص في وسائل النقل العام هو أهم مشكلة في المنطقة.

تحاول كل حملة الحصول على المعلومات التي تحقق أكبر فائدة ممكنة . مع ذلك فإن هذا النمط من الأسئلة هي الأكثر شيوعاً . إن هذه المعلومات اذا جمعت وفرت بشكل صحيح قدرة على تقديم قاعدة معرفية تجيب عن كثير من تساؤلات الحملة.

فمن دون المعلومات التي تقدمها الاستطلاعات يتحول عمل الحملة الى نشاط مبني على الظن والحدس. وعلى سبيل المثال ، من بين القرارات التي تعتمد على القاعدة المعرفية التي تقدمها الاستطلاعات يمكن ذكر الآتي<sup>(٦)</sup>:

### الخطوات الأربع في الأستطلاع السياسي

تشير الإدارة الحالية للاستطلاع السياسي الى ان هنالك ما يقرب من اربع وعشرين شركة تقدم نفسها على أساس التخصص في الاستطلاع السياسي . واذا اضعنا الى هذا العدد تلك الشركات التي تقدم الاستشارات العامة وما يشبهها فإن العدد يصل الى ثلثمائة او اكثر من الشركات التي تقدم خدمات الاستطلاع السياسي<sup>(٧)</sup>. واذا اقتصرنا على الجوهر أمكننا القول إن شركات استشارات استطلاع الراي تقدم خدمات باربع خطوات:

أولاً: يقوم المستطلعون بتحديد العينة الملائمة لزيائهم.

ثانياً: يقوم المستطلعون بوضع الأستبانة المناسبة للتعامل مع هذه العينة.

ثالثاً: يقومون بجمع البيانات التي توفرها الأستبانة .

رابعاً: تفسير هذه البيانات واستخدامها بشكل مؤثر وفعال لاتخاذ القرارات التي تحتاجها الحملة ، ورغم السهولة النسبية التي تبدو عليها هذه العملية يرى المتخصص (غراي سلينو) أن الاستطلاعات قد اصبحت مشروعاً غاية في التعقيد في اميركا وعالمها السياسي الذي يتحرك في فضاء تكنولوجي بالغ التطور .

ان فن اختيار العينة ووضع الاسئلة وتقديمها للأشخاص الملائمين خطيرة في أهميتها

من جانب حسم الصحة وسلامة اي استطلاع .

وهناك أمران ينبغي أن يؤخذوا بالحسبان للحصول على عينة جيدة .

أولاً : كيف اختار الجماعة الصغيرة التي ستكون عينة ممثلة للجماعة بأكملها.

ثانياً: كم عدد أفراد هذه العينة؟

إن الاستطلاعات المعاصرة مبنية على مبدأ العينة العشوائية. إن عينة عشوائية جيدة بإمكانها اعطاء الفرصة لكل فرد من الجماعة أن يكون ممثلاً فيها بشكل متساو، وهكذا إذا كان يقصد من الاستطلاع تمثيل آراء الناخبين في المنطقة الانتخابية الثالثة للكونغرس في ولاية ميشيغان ، فينبغي أن تكون عملية اختيار الأشخاص الذين تسير آراؤهم مصممة بحيث يكون لكل مصوت عليها في المنطقة فرصة مساوية لغيره في أن يكون ضمن الاستطلاع. في هذه الحال يمكن لدائرة سكرتير الدولة في ميشيغان أن يهيء قائمة معدة بالكمبيوتر للناخبين في كل منطقة انتخابية في ميشيغان، ويمكن أن تقوم بهذه المهمة في ادارة المقاطعة. للقائمين على الحملة أن يطلبوا من أطفالهم رمي السهام المريشة على القائمة ، فإذا كانت العينة المطلوبة بعدد الف شخص عندما يجري اختيار الالف الاولى التي اصيبت وعدها عينة. كما في كثير من الاحيان اختيار رقم من قائمة أسماء عشوائية ثم نستخدم ذلك الرقم كبداية ، نختار بعد كل خمسمائة شخص رقماً آخر ، فإذا افترضنا ان هناك ما يقرب من نصف مليون ناخب في المنطقة تكون قد حصلنا على عينة مكونة من الف شخص. في اي من الحالتين سيكون لكل ناخب في المنطقة فرصة مساوية في أن يكون ضمن الاستطلاع .

ليس هناك ثمة سبب للاعتقاد بأن رمي السهام او الاختيار بعد كل خمسمائة ربما يؤدي الى تفضيل او محاباة لأي ناخب او مجموعة ناخبين ليدخلوا في العينة المناسبة. فإذا جرى الاستطلاع عن طريق التلفون فيمكن استخدام برنامج القرص الهاتف.

وبغض النظر عن الأجراء المحدد الذي يستخدم ينبغي أن يكون لكل فرد من الجمهور فرصة مساوية لغيره في أن يمثل العينة.

## من اجل تحديد العينة ينبغي أولاً الاجابة عن سؤالين .

١. ما مقدار هامش الخطأ التي ترتضيه الحملة؟

٢. وما مقدار الاموال التي تستطيع انفاقها هذه الحملة؟

كلما كبر حجم العينة قل هامش الخطأ ، ولكن حماس القائمين على الحملة لتقليل هامش الخطأ يواجه بمشكلة زيادة التكاليف التي يتطلبها ذلك. في الاستطلاع الذي أجري للمنطقة الثالثة للكونغرس في ميشغان تمت الاستعانة بعينة مؤلفة من الف شخص .

إن عينة كهذه ومختارة بشكل عشوائي مناسب يكون هامش الخطأ في حدود  $\pm 3,1\%$  . اذا تخيلنا ان استطلاع الراي قد جرى حول عضو الكونغرس ( سميث) وان  $55\%$  من الاشخاص قد فضلوه وان منافسه (جون) حصل على  $32\%$  وان  $13\%$  لم يقرروا فأنا عند هذه المعطيات في ضوء الخطأ  $\pm 3,1\%$  سنجد عضو الكونغرس سميث قد فضل من  $58,1\%$  او  $51,9\%$  اما منافسه (جون) فقد فضل من  $35,1\%$   $28,9\%$  من العينة ، اما نسبة الذين لم يقرروا فستكون ما بين  $16,1\%$  و  $9,9\%$ .

ومن أجل تخفيض هامش الخطأ ينبغي أن نزيد حجم العينة ولكننا عندما نزيد حجم العينة سنزيد الكلفة. أن عينة من مائة شخص سيكون هامش الخطأ فيها  $\pm 9,8\%$  وفي عينة من ستمائة شخص سيكون هامش الخطأ  $\pm 4\%$  وعينة من الف شخص تحقق هامش الخطأ الذي ذكرنا آنفاً. فاذا ما نحن زدنا حجم العينة وجعلناها مكونة من الف شخص فاننا نكون قد زدنا تكاليف الحملة بشكل كبير وخفضنا هامش الخطأ بمقدار  $1\%$  . هل سيتحقق هذا قبل هذه التكاليف. مثل هذه الاسئلة ينبغي أن تنافس من المرشح وشركة الاستطلاع التي يكلفها بالعمل. ان ما يعقد هذه المهمة هو حقيقة ان الاستطلاعات السياسية تكتسب اهميتها من قيمة الجماعات الثانوية او الفرعية . فالجملة ولكي تكون موفقة ينبغي أن تاخذ بنظر الاعتبار أموراً كهذه:-

\* يوافق  $70\%$  من الناخبين الرجال على خفض الانفاق على الخدمات الاجتماعية في حين أن  $42\%$  من النساء يوافقن على ذلك.

\* يوافق  $63\%$  من الجمهوريين على خفض الانفاق على الخدمات الاجتماعية و  $59\%$  من الديمقراطيين، أما المستقلون فيوافق  $44\%$ .

\* يوافق  $62\%$  ممن دخلهم السنوي مائة ألف دولار و  $59\%$  ممن دخلهم السنوي ما بين ثمانين وتسعة وتسعين الف دولار ، أما الناخبون ممن يكون دخلهم السنوي بين ستين وتسعة وسبعين الف دولار فتوافق نسبة  $63\%$  . أما الناخبون ممن دخلهم ما بين اربعين

الى تسعة وخمسين الف فتوافق منهم نسبة ٦٦٪ وتوافق نسبة ٢٣٪ ممن دخلهم السنوي بين عشرين وتسعة وثلاثين الف دولار سنوياً.

إن ارقاماً كهذه تستخرج من خلال تفحص أجوبة الفئات المستطلعة آراؤهم .كما يمكن جدولة هذه الأرقام الواحد مقابل الآخر. اذا كانت العينة الشاملة مكونة من الف شخص مع هامش خطأ  $\pm 3,1\%$  وانا كان من الضروري التعرف على الجماعات الثانوية بفئتين مثل الجنس أو ثلاثة مثل الولاء السياسي ( جمهوري ، ديمقراطي ، مستقل) فاننا سنرى إن المستجيبين في هذه الفئات سيكونون قليلين وطبعاً سيكون الرقم الأقل في الفئات المتقاطعة الجداول مثل النساء الجمهوريات ويدخل سنوي يقع ما بين ٤٠ و ٥٠ الف دولار. يشعر خبراء الاستطلاع بعدم الارتياح عند بناء قراراتهم على أساس مقاطعة الجدولة لاشخاص يقل عددهم عن خمسين ، ويحذر نايل نيوهاوزر من ”مؤسسة استراتيجيات الرأي العام“ من ان مثل هذه الحال يمكن أن تعطي أرقاماً ولكن لاينبغي اهمال الغريزة .

من هنا فأن هامش الخطأ عند عرض نتائج الجماعات الثانوية المهمة يمكن أن يكون كبيراً نسبياً اذا كان مجمل العينة صغيراً نسبياً. وحتى في العينات الأكبر فان النتائج المتقاطعة الجداول التي لها أهمية كبيرة للحملة تكون قائمة على أعداد صغيرة وعلى الحملة أن تأخذ بنظر الاعتبار قيمة أو جدول الكلف الإضافية لاستخدام عينة أكبر اذا كانت تتوقع ان الأرقام ستتوزع على مجموعة الجماعات الثانوية.

إن بعض المستشارين مثل (جاك نارغون) من مجموعة كرايج قلما يستخدمون الجدولة المتقاطعة التي تحتوي على أكثر من متغيرين ويعود ذلك ببساطة الى أن الاستطلاع بالحجم الطبيعي يستجيب لمثل هذه العينات الصغيرة عندما يأخذ متغيرات في الجدولة المتقاطعة ويدعي نارغون انه عندما تتم عملية الجدولة المتقاطعة فأن مجمل الجراء سيكون موضع شك كبير اذا كانت اي وحدة اقل من عشرة أشخاص وكما هو الحال مع اغلب مستشاري الاستطلاعات، يرى نارغون ان من غير المريح التعامل مع أرقام ليس أكثر من ذلك.

بعد اختيار العينة المناسبة يتم تهيئة استمارة الاستطلاع :« اذا كانت العينة تشكل الجانب العلمي من الاستطلاع فان كتابة استمارة الاستطلاع وتفسيرها يمثل الفن<sup>(٧)</sup>. إن فن بناء استمارة الاستطلاع هو أحد المواضيع التي نوقشت في كثير من المصادر العلمية وكذلك في المؤلفات الخاصة بالاستطلاعات السياسية<sup>(٨)</sup>.

ولذا فلا حاجة هنا للدخول في التفاصيل . ولكن وعلى اي حال فإنه من المهم جداً ملاحظة ان امكانية تطوير قياس قادرة على تزويد الحملة بالمعلومات التي تحتاجها الحملة ، من الاهمية بمكان وتشكل تحدياً حقيقياً.

ان مهمة المستشار تقوم على اساس الدراسة والخبرة وتشكل الجزء الأكبر من هذا الرأي الذي تشتريه الحملة عندما تكلف شركة الاستطلاع . ان القرار الخاص بنوعية الأسئلة التي تستخدم وكيفية اختيار كلمات هذه الأسئلة وقرار ترتيب وضع الأسئلة ، انما هي قرارات على غاية من الأهمية ولها تأثير كبير على نتائج الاستطلاع وبالنتيجة مصير الحملة التي تعتمد على النتائج بالخطوة الثالثة المرتبطة بالاستطلاع السياسي هي جمع المعطيات. في الوقت الحاضر يلعب التلفون الدور الاوسع في ادارة استطلاعات الحملة .

ان اللقاءات التي تجري وجهاً لوجه بين الباحث والجمهور هي في العادة بطيئة ومكلفة من الناحية النظرية ، اي اسلوب آخر مثل استطلاعات الصحف والمجلات التي تشجع القراء على ارسال الأجوبة او الاستعانة بالبريد ، لايعتمد عليها للحصول على عينة مقبولة .

ومثل هذا الأسلوب يجذب عادة الاشخاص الذين لهم مواقف متطرفة في المواضيع التي يجري حولها الاستطلاع . والحال مشابه عند استخدام الاستطلاع عن طريق التلفزيون حول القصص والايخبار، اي ان المشكلة هي ذاتها للعينة.

إن الاشخاص الذين يخسرون المال والوقت عند الاتصال لايمثلون غالبية المصوتين ، كما ان مثل هذه البرامج تجتذب عادة أشخاصاً بعينهم وهم مجموعة صغيرة تقوم بالاتصال باستمرار .

لقد سمح التطور التكنولوجي المتسارع للاستطلاع التلفوني المدعم بالكمبيوتر ، أن يكون هو السائد في الاستطلاع السياسي . ان باستطاعة شركات الاستطلاع تدريب بضعة أشخاص للقيام بذلك. تسمح تقنية الاستطلاع التلفوني المدعم بالكمبيوتر ( CATI ) للمستطلع أن يعمل على شاشة الكمبيوتر . وتعرض اسئلة الاستطلاع على الشاشة بنظام يسمح لكل مستجيب التعامل مع الأسئلة حيث يسجل المستطلعون الاجابات التي يستلمونها في الكمبيوتر وتتم معالجتها<sup>(٩)</sup>.

في هذا العصر الذي يتم بطابع الهجوم والرد السياسي ، يكون تقويم أقوال المنافس السياسي او للاعلانات عن طريق استطلاع سريع لأهمية لايمكن انكارها لأنه يقدم معلومات لا تقدر بثمن لمنظمي الحملة لتحديد الرد المناسب. مع ذلك هناك بعض الضعف الذي يلزم الاستطلاعات التلفونية .

فأولاً .... نقول انه مع الأنتشار الواسع لأجهزة الهاتف وبما لايقارن مع ايام مجلة ليراري دايجست ، الا أنه ما يزال هناك انحياز اقتصادي يلزم الاستطلاعات التلفونية. وبهذا الخصوص يقول ( ايد كويس ) وهو رئيس ومدير تنفيذي لمجموعة تارانس ، وهي

أكبر وانجح شركات الاستطلاع ذات الميل الجمهوري. إن هذا النمو المعتمد على الاجهزة التلفونية يمكن أن يشوه الاعداد بطريقة ما، بحيث انها ستمثل مشكلات بعيدة المدى للمستطلعين السياسيين (١٠).

وثانياً ... يمكن أن تكون هناك صعوبة اكثر لكثير من المستطلعين في اقامة اتصال مع الجمهور عبر التلفون .

وثالثاً.... يشعر الجمهور بتعب بسرعة اكبر عندما يتم استطلاع آرائهم عبر التلفون، وهذا ما يجعل اللجوء الى أداء اقصر ، أمراً لأمفر منه.

رغم هذه الصعوبات وغيرها تجد شركات استطلاع الرأي ان قلة التكاليف والسرعة واكثر من ذلك الدقة التي تحققها الاستطلاعات التلفونية تعويضاً مقبولاً عن تحمل الصعوبات المذكورة .

ان الخطوة النهائية في الاستطلاعات السياسية تتمثل في تفسير المعطيات. هنا ايضاً تدفع الحملات الاموال للمستشارن مقابل مهاراتهم وخبراتهم .

من المعتاد هنا أن يعمل المستشار مع ملاك الحملة بشكل وثيق فيقدم الأجوبة المطلوبة عن الاسئلة التي تدور في اذهان منظمي الحملة فيتمكن هؤلاء من استعمال هذه الاجوبة افضل الاستعمال. على سبيل المثال اذا ارادت الحملة أن تعتمد على البريد في التواصل مع الناخبين ، فمن الطبيعي والحال هذه أن تزيد ان كانت المناطق الجغرافية المختلفة من المقاطعة تحمل اهتمامات مختلفة . وهكذا ستكون الأجوبة عن السؤال الذي يقيم الأهمية النسبية للقضايا يقابل مع الأجوبة المتعلقة بمكان السكن .

ان مثل هذه المعلومات يمكن أن تساعد لحملة في ان تقرر أن ترسل رسائلها حول القضايا المتنوعة.... أن بإمكان المستشارين أن يروا في الأرقام نماذج قد يغفلها الآخرون ويعود ذلك الى تمتع المستشارين بالخبرات والى تألفهم مع النماذج البعيدة المدى ومعرفتهم بالسياق السياسي فضلاً عن معرفتهم بما يجري في المناطق الاخرى . ويجب ملاحظة ان المعرفة ذات الصلة بتهيئة وسيلة الاستطلاع لها علاقة وثيقة بتفسير المعطيات .

ان كتابة الاسئلة وترتيبها وما شابه ذلك من القرارات ، متعلقة بتحضير وسيلة الاستطلاع ، يجب أن تؤخذ بنظر الاعتبار في تفسير المعطيات .

ومن بين العوامل التي يجب على مستشاري الاستطلاع أخذها بنظر الاعتبار عن تفسيرهم للمعطيات نذكر الآتي:-

\* ثقل المنتخبين.

\* شدة الآراء التي يحملونها.

\* سعة قاعدة المعلومات التي تقوم عليها هذه الآراء .

\* وكيف تفسر الاجابات التي تحمل « لأرأي» (١٠).

من المعتاد أن يكون المستشارون وملاك الحملة على درجة من الحساسية ازاء حقيقة ان أهتمات وافضليات الناخبين تميل الى أن تكون اكثر متانة واستقراراً ولذا اقل سيولة وتغيراً عند معاملة بعض القضايا والاشخاص دون غيرهم / غيرها.

ان النتائج التي تتحقق من اسئلة الاستطلاع التي تركز على هكذا قضايا او اشخاص يمكن وبسهولة أن تظهر في المستقبل اكثر من الأجوبة عن الاسئلة التي تتعلق بالقضايا اكثر سيولة وتغيراً. و ان انطباعات الناخبين غير الثابتة عن المرشحين او القضايا ترتبط ارتباطاً وثيقاً بشدة المشاعر التي يحملونها.

على سبيل المثال ومن التجربة العلمية تبين ان الاسئلة الخاصة بشعبية المرشحين في الانتخابات الاولى تعكس أمراً اقل ثباتاً من تلك التي تاتي بها الاجوبة في الانتخابات العامة. أن المرشحين في الانتخابات الاولى هم أقل شهرة بشكل عام ويحتاجون الى دعم حزبي ، لذا فالانطباعات عنهم ليست شديدة وبالنتيجة يمكن أن تتحول تحولاً كبيراً، أما المرشحون في الانتخابات العامة فيكونون اكثر شهرة وهناك علاقة وثيقة بينهم وبين الحزب وهذه تساعد الجمهور في أن يكون انطباعاً أقوى عنهم وعلى هذا تكون هذه الانطباعات اكثر استقراراً واقل عرضة للتغيير، وهذا يعود ايضاً الى كون هذه المشاعر اكبر وقائمة على الادراك والمعلومات مقارنة بالانطباعات المكونة في الانتخابات الاولى.

الاعتبار الثالث الذي يؤخذ بنظر الاعتبار عند قيام المستشارين بتفسير المعطيات هو مدى ادراكهم لمعرفة الناخبين ، هل كان الناخبون على دراية ومعرفة تؤهلهم لاعطاء اجوبة صحيحة عن الاسئلة التي تتناول القضايا او الافراد ثم هل طلب من الناخبين تقديم اجابات عن امور لهم فيها معرفة قليلة؟.

اذا كان الامر كذلك ربما يكون من الضروري وضع مقدمة بجملة او جملتين للسؤال وان مثل هذه التوطئة اذا كانت مصاغة بشكل جيد تكون ذات اهمية كبيرة في تامين معلومات صحيحة . ان واحدة من الصعوبات ذات صلة بتفسير نتائج الاستطلاع تتمحور حول ان كان الجمهور قد فهم السؤال. فعلى سبيل المثال نأخذ اقتراح الرئيس كلنتون الخاص باصلاح نظام الرعاية الصحية الذي حصل على دعم شعبي كبير في الاستطلاعات التي اجريت بشكل مباشر بعد عرضها على الجمهور في شتاء ١٩٩٤ . الجمهور انذاك لم يكن مطلعاً بشكل كامل على ما يمكن أن يترتب على هذا المقترح المسطر على الف

وثلاثمائة صفحة ، ولكن عندما ازدادت معرفته بتفاصيل المقترح تغير الرأي العام. ان من شأن المستطلع الفطن اخذ ذلك بنظر الاعتبار . في الايام اللاحقة للعرض الاول للخطة لم يكن الجمهور يملك معلومات كافية يمكن بناء رأي عليها وكان بإمكان ذلك المستطلع أن يدرك ان رد الفعل الايجابي المحبذ لم يكن أكثر من مؤشر على دعم الجمهور لجهود كلنتون لفعل شيء لمواجهة الكلف المتنامية للرعاية الصحية ، ولكن ذلك لم يكن يعني قبولاً لخطة محددة .

وفضلاً عن ذلك لو ارادت خدمات الاستطلاع تقديم معلومات صحية عن ردود افعال الجمهور الحقيقية على الخطة ثم يصار الى طرح الاسئلة مسبقة بوصف لجزء كبير من الخطة ثم يصار الى طرح الاسئلة المتعلقة بكل جزء ، ثم وفي آخر المطاف يطرح السؤال حول الموقف من الخطة بأكملها..... لقد لاحظ نائب رئيس استراتيجيات الرأي العام (جن اولم) ان الاستطلاعات كثيراً ما تستفيد من قلة المعلومات الواضحة عن المرشح في تطوير أسئلة ضاغطة (١١) . وهذه الاسئلة لتحديد خلفيات المرشح أو جوانب من القضايا السابقة الاكثر جاذبية للجمهور . في العادة تتضمن هذه الاسئلة وصفاً موجزاً صادقاً للمرشح ثم يكون نص السؤال مثلاً بصيغة « اي من جوانب خلفية فلان تجدها اكثر جاذبية ؟ مثل هذه الاسئلة تزود الحملة بفكرة أن نقوله لدفع المصوتين باتجاه مرشحها . ان الاسئلة الضاغطة او الدافعة يمكن أن تطرح حول المنافسين وغالباً حول الجانب السلبي ، فهي على سبيل المثال تسأل عن الجوانب الأقل جاذبية في خلفية المرشح المنافس وبنفس صيغة العرض الموجز الدقيق للمنافس التي تسبق السؤال . مثل هذه الاسئلة تزود الحملة بمعلومات يمكن استخدامها لتحديد اهم جوانب الضعف التي يمكن مهاجمتها في المنافس لدفع الجمهور بعيداً عنه.

ويرى اولم ان لا ضروره لمثل هذه الاسئلة اذا لم تكن راغبا في استخدام المعلومات المحصلة في بناء رساله تخاطب بها جمهور الناخبين ، لان في ذلك مضیعة للوقت والمال . الافضل والحال هذه ...وضع اسئلة يستفاد منها في اغراض الحملة (١٢).

اما الخطر الاخر في تفسير الاستطلاع فيكمن في كيفية التعامل مع الاجابات غير المقرره»اي الحالات التي يكون فيها الجمهور غير راغب في الادلاء بمعلومات .

في هذه الحال عادة ما يفسر المستشارون ذلك بالقول بان جمهور الناخبين سيال وأي شيء يمكن ان يحدث ، واذا كانت اعداد غير المقررين تميل نحو الاعلى فهذا نذير بان هنالك تحولاً في الرأي العام وهكذا يرى مستشارو الاستطلاع ان الناس يمرون في مرحله اللا اقرار وهم قد يتحولون من مرشح الى اخر (١٣).

## بايجاز نقول ان عمليه الاستطلاع تتكون من اربع خطوات :-

- اولا :- ينبغي ان نحدد العينه .
- ثانيا:- ينبغي تهيئة الأداة البحثية.
- ثالثا:- يجب جمع المعطيات او البيانات .
- رابعا:- ينبغي تغير النتائج .

اما الخطر والخطأ فيمكن ان يوجد في كل واحد منها :-

## انواع استطلاعات الحمله

يتقرر عدد وغايات وتوقيتات الاستطلاعات في ضوء حاجات الحملة وامكانياتها المالية. وتحدد انواع الاستطلاعات على اساس الوظيفة التي تؤديها للحملة وعلى اي حال وبغض النظر عما تريده الحملة ينبغي عليها ان تقدر حجم المال الذي تتمكن من انفاقه للاستفادة من خدمات الاستطلاع. ولذا فاي نظر في انواع الاستطلاع التي يمكن استعماله ينبغي ان يؤخذ بنظر الاعتبار مقدار الانفاق المحتمل .

## تكاليف الاستطلاع السياسي

هنالك مجموعه من الخطوط الارشادية التي يمكن ان تساعدنا في فهم كلف الاستطلاع التي تترتب على الحملة السياسييه .اغلب الحملات تنفق من ٥% الى ١٠% من ميزانيتها على الاستطلاع يعتقد (ايدغويس) ان تكاليف الاستطلاع كنسبة مئوية من مجمل ميزانية الحملة قد اخذت بالانخفاض من الثمانينيات .وهو يرى ان هذه التكاليف اليوم هي في الغالب ما بين ٥% الى ٨% بينما كانت هذه النسبة في اواسط الثمانينيات تلتهم ما بين ١٠% الى ١٤% من ميزانية الحملة (١٤).ثانيا ان من الصعب اليوم الحصول على استطلاع (جادو و شامل) كالاستطلاع المعياري الذي يمكن استعماله في بدايه الحملة ليكون قاعدة لبناء خطة الحملة .واستطلاع كهذا لايمكن الحصول عليه باقل من ١٢ أو ١٥ الف دولار ،وكثير من الشركات تطلب ما بين ١٥ الى ٢٥ الف دولار مقابل اجراء مثل هكذا استطلاع (١٤). ان على الحملات ان تقيم كم المال التي تنفقه على الاستطلاع .ان الاستطلاع المعياري استطلاع واسع يتضمن عادة حوالي (٧٥) سؤالاً لجمهور لايقبل عددها عن خمسمائة شخص وان كان من الافضل ان يكون العدد اكبر من ذلك للجابة عن الاسئلة .

وكما قلنا فان مثل هذا الاستطلاع يكون مكلفاً عادة، وعلى اي حال ينبغي القياس عن اهمية مثل هذا الاستطلاع في خدمة اهداف الحملة . وعلى هذا يرى العديد من مستطلي الرأي العام المهمين من امثال مارك ،ميلمان، ادوردلازورس ، الان ريفيلين ، ليزاكروف .

ان ميزانية حملة باقل من مائة الف دولار لايمكن ان توفر استطلاعا واسعا ومن الدرجة الاولى وان مثل هذا الاستطلاع يمكن ان يقلل وبشكل كبير من امكانية الحملة في التواصل مع الجمهور لانه يحد من امكانية توفير الاموال للنشاطات الاخرى .

هنا نشير الى فرصة تقليل التكاليف ويكون ذلك باعتماد الحملة على المتطوعين من الجامعة المحلية او مركز بحث سوق محلي او شركات اعلان وعلاقات عامة او الاعتماد على بعض برامج الاستطلاع الالكترونية المتوفرة.

ان الحملات التي تشتغل بميزانية تتراوح ما بين مائة ومائتين واربعين الف دولار يستوجب عليها ان تقرر حاجتها في ضوء الظروف التي تعمل فيها . وكقاعده تقول انه كلما صغر مجتمع الناخبين قلت الحاجة الى الاستطلاع المحترف وهذا ياتي من حقيقة ان مجتمع الناخبين كلما كان اصغر كان احتمال معرفة ملاك الحملة والعاملين معهم بتكوينه وتجاهاته افضل ،وهذا مايسمح بالاستعانة باستطلاعات اقل كلفة.

### هنالك اربع عوامل تؤثر على تكاليف الاستطلاع:-

العامل الاول... يتعلق بحجم العينة فكلما زاد عدد الاشخاص الذين يشملهم الاستطلاع زادت التكاليف.

الثاني ... يتعلق بطول استمارة الاسئله،فكلما زاد عدد الاسئلة ازداد الوقت المطلوب للاجابه ومن ثمّ ازدادت التكاليف كلما كان اسلوب العينة افضل.

ثالثا...وكلما كانت المعرفة او الحاجة الى المعدات المعقدة اكبر ازدادت التكاليف .

رابعا ... مستوى كفاءة الشركه المنفذة للاستطلاع فكلما كان افضل ارتفعت الاسعار .

من الطبيعي القول ان الحملات غير المتشابهة في قدراتها المالية .بعضها لايستطيع تحمل تكاليف الاستطلاعات الصغيرة بينما بعضها يستطيع توفير المال لاجراء سلسلة من الاستطلاعات.ويمكن تصنيف الاستطلاعات من حيث الاساس الى ثلاثة اصناف قائمة على نوع الوظيفة التي تؤديها .هناك استطلاعات ما قبل القرار كالأستطلاع المعياري والقياسي والاستطلاع التعاقبي .

### الاستطلاع ما قبل القرار

يشبه خبير استطلاعات الرأي (فران لونتينز) الاستطلاع السابق للقرار الذي يجريه المرشح قبل دخول السباق بتلك المعلومات الريالية التي يتسلمها الملوك والاباطرة في العصور الوسطى قبل ان يتخذوا قرارا بدخول الحرب .ورغم ان القرار النهائي يبقى بيد المرشح وان استطلاعات ما قبل القرار شأنها شأن بقية الاستطلاعات ليست بالنبوءة

الحاسمة، للاستطلاعات انها تزود المرشحين المستقلين بنظرة مسبقة عما ينبغي عليهم فعله قبل الدخول في الانتخابات. وقد ادعى لونتيس في اوائل التسعينيات بان ٩٥٪ من كل سباقات الرئاسة والبرلمان استدعت استطلاعات ما قبل القرار اما الان فيبدو ان استخدامها قد تضاءل (١٥).

رغم ذلك نقول ان الاستطلاعات التي تحتوي على ما يقارب من اربعين الى خمسين سؤالاً يمكن ان تعطي تصوراً عن ستة مجالات لها اهمية في اتخاذ القرار بشأن الدخول في السباق .

اولاً: يمكن لاستطلاعات ما قبل القرار ان تعطي مؤشرات عن نقاط الموظف او المرشح . ان الاسئلة التي تركز على الاداء الوظيفي ورد الفعل الشعبي نحوه يمكن ان تزودنا بمعلومات عن تلك المؤشرات . ان الاسئلة المفتوحة التي تطلب من المستطلعة اراؤهم التعليق على ما يعجبهم وما لا يعجبهم في المرشح يمكن هي الاخرى ان تقدم معلومات مفيدة ، لقد لاحظ لونت بان المؤيدين هم ايضا يمكن ان يسألوا ان كان لديهم تحفظ على المرشح.

ثانياً:- ان من شان استطلاعات ما قبل القرار الكشف عن مجالات محددة اخفق المرشح في نيل رضى الجمهور عنها .

ثالثاً:- يمكن استخدام الاسئلة الدافعة وستقاس هذه الاسئلة ان كانت بعض اوجه خلفية المرشح التي يظن المرشح ومستشاروه انها سند وقوة للمرشح هي كذلك في ذهن الجمهور . وهذه تساعد المرشح المحتمل في ادراك ان كانت هذه القضايا التي في ذهن الجمهور هي نفسها التي تدفعه للترشيح.

رابعاً:- يمكن طرح اسئلة حول اولوية القضايا ، وهذه ستساعد المرشح في ادراك ان كانت هذه القضايا هي التي تدفعهم للمشاركة في الترشيح .

خامساً:- ان الاتجاهات المتميزة لدى الجمهور يمكن ان تقاس وتأخذ كعوامل مؤثرة ومن ثم تكون مادة للدراسة العميقة من جانب المرشح .

سادساً:- هناك اسئلة ذات سمة ديمقراطية من شأنها اعطاء صورة دقيقة عن جمهور الناخبين. كما لاحظ ( لون تست ) لا ينبغي لمثل هذا الاستطلاع ان يكون الحاسم في امر الدخول الى السباق الانتخابي ولكن في الوقت نفسه تعطي هذه الاستطلاعات المرشحين المستقلين صورة واقعية لما سيواجهون في السباق المقبل .

اذا كانت الحملة لاتستطيع ان تنظم اكثر من استطلاع واحد فينبغي ان يكون ذلك استطلاعاً معيارياً او قياسياً . اذا اجري هذا الاستطلاع في مستهل الحملة فانه يوفر

معلومات قيمة للمراحل اللاحقة لاستراتيجية الحملة. في المعتاد تضم هذه الاستطلاعات ما يقرب من سبعين سؤالاً وتحتاج الاستمارة الواحدة من المستجيب ما بين عشرين الى ثلاثين دقيقة للإجابة عن أسئلتها . يكلف هذا الاستطلاع ما بين إثني عشر وسبعة عشر الف دولار وإذا استطاعت الحملة ان تجري بحوثاً كثر قبل البدء بالعمل مع شركة الاستطلاع ستتمكن هذه الشركة من اجراء استطلاع قياسي على درجة كبيرة من الفائدة. ان الهدف من هذا الاستطلاع هو وكما قلنا توفير المعلومات لصناعه القرار اللاحق. ان توفر المعلومات لدى منظمي الحملة سيمكنهم وبالتعاون مع شركة الاستطلاع من وضع فرضيات يمكن اختبارها وهذا ما يبين الفوائد التي يوفرها الاستطلاع ويضم هذا الاستطلاع عادة اسئلة خاصة بتذكر اسماء المرشحين، اسئلة تتعلق بالرأي بالمرشح ، وبأولوية القضايا والموقف منها فضلا عن الاسئلة الدافعة حول المرشحين ، واذا ما بدأت الحملة بالافتراض حول اكثر التكتيكات فعالية فانه بالامكان استخدام اسئلة مصممة للتعرف على فاعلية هذه التكتيكات ، على سبيل المثال ربما يشعر بعض العاملين بالحملة باهمية دعم من جانب الموظف او المسؤول المتقاعد من الحزب نفسه ولكن بالمقابل يعتقد اخرون ان ذلك الرجل ربما يكون قد استهلك مكانته لدى جمهور المنطقه ومن ثمّ من الافضل للمرشح ان يناهى بنفسه عن السياسة القديمة فيها . وبالاعتماد على طبيعة ذلك التقييم تستطيع الحملة ان تتخذ القرارات المناسبة الخاصة بالتفتيش عن الدعم وكيف تستخدمه . يمكن للحملة ان تبعث بالرسائل الاعلاميه وغير ذلك من القرارات الخاصة بالاستخدام الامثل للدعم بالاعتماد على هذا الاستطلاع ان بإمكان الاستطلاع المعياري او القياسي ان يحدد المناطق الجغرافية التي يتمتع فيها المسؤول باعلى درجات التقدير ومن ثم وبناءً على ذلك يمكنه ارسال البطاقات البريدية الى هذه المناطق وفيها يبرز الدعم الشعبي له، في حين ان الرسائل التي ترسل الى مناطق اخرى يمكن ان تتركز على جوانب اخرى من رساله المرشح. وهكذا يمكن للاستطلاع القياسي ان يطرح اسئله مكرسه كل الخلافات داخل ملاك الحملة واسئله حول مخرجات الاعلام التي يهتم بها اكثر من غيرها (١٦).

ثم هناك قضية التوقيت التي يجري فيه هذا الاستطلاع. فمن حيث الغرض فان الاستطلاع هو وسيلة ارشادية يستفاد منها في اتخاذ القرارات اللاحقه التي تتخذها الحملة ولذا ينبغي ان يجري هذا الاستطلاع في وقت مناسب لتسهيل اتخاذ القرارات . فكلما كان هذا الاستطلاع في وقت قريب من الانتخابات كان اقدر على تصوير اتجاهات وراء الجمهور يوم الانتخاب . لذا من المعتاد ان يجري هذا الاستطلاع قبل سته اشهر تقريبا من الانتخابات . ان من شأن المعلومات المبكرة التي تحصل عليها الحملة من هذه الاستطلاعات تكون القاعدة التي تبني عليها استراتيجية العمل وفي ضوئها ترسم ملامح خطاب المرشحين وبناء

التعريف الإعلامي بهم في ضوء عرض أكثر الجوانب جاذبية من شخصيتهم للجمهور . وبالعودة الى توقيت الاستطلاع نقول ان إجراء الاستطلاع قبل ستة اشهر من اعلان الترشيح له جوانب سلبية الى جانب الايجابية التي ذكرناها , قلنا ان الحملة تحصل على ثروة من المعلومات تستطيع في ضوئها اتخاذ قرارات حاسمة , ولكن ستة اشهر او اكثر قبل الانتخابات تعني ايضا ان الحملات لا تمتلك الكثير من المال الذي يؤهلها لتنفيذ القرارات التي تتوافق مع المعلومات التي وفرها الاستطلاع لذا يقترح نايل نيوزهاوز تاخير هذا الاستطلاع وجعله على مسافة شهرين من الانتخابات . وهذا ما يسهل على الحملة وضع القرارات موضع التطبيق وبخاصة تلك التي تتعلق بالانفاق على وسائل الاعلام التي ستقوم بنقل الرسائل التي بنيت على اساس المعلومات الحديثة التي وفرها الاستطلاع.

### الاستطلاع التعقبي

في الاسابيع القديمة من ١٩٦٧ قام ريتشارد ورتلين بتبني اسلوب كان قد سبق استخدامه في ترويج قهوة (( ماكسويل هاوس )) في قياس تاثير حملاتها الاعلانية وكانت النتيجة هي اول استخدام سياسي لما اصبح يعرف فيما بعد بالاستطلاع التعقبي . يزدو هذا النوع من الاستطلاع الحلمة بادوات لقياس التذبذب اليومي للرأي العام . يجري هذا الاستطلاع في الحملات السياسية في الاسابيع الستة الاخيرة من الحملة , وهذا النوع من الاستطلاع يستخدم اليوم في اليوم في الحملات القومية والاقبل سعة منها . ويرى بروس بلاكمان الذي يشغل منصب نائب رئيس مجموعة ورتلهم للاستطلاعات ان الاستطلاع التعقبي يستخدم لتحقيق ثلاثة اغراض رئيسية:

اولا: معرفة مدى نجاح الإستراتيجية المعتمدة وهذا يفترض سلفا وجود إستراتيجية قابلة للقياس

ثانيا : يوفر هذا الاستطلاع المعلومات الضرورية لاتخاذ الإجراءات وقرارات الدقائق الاخيرة .

ثالثا : يقدم هذا الاستطلاع معلومات تكشف مدى نجاح إستراتيجية المنافس . ان جميع هذه المعلومات تساعد في اتخاذ القرارات في المراحل الاخيرة من الحملة .

### الجماعات البؤرية والاستطلاعات

يستعان بالجماعات البؤرية رديفاً للاستطلاعات من مؤسسات الاستطلاع . وتستخدم هذه التقنية في الحملات ذات بالتمويل المالي الجيد قبل اجراء الاستطلاع القياسي .

وتسمح هذه التقنية للقائمين على الحملة بمعرفة مدى ادراك الجمهور للمرشحين والقضايا . وهي تقنية مقابلة تعمل كمكمل للاستطلاعات . ويتجلى عمل الجماعات البؤرية عن طريق جمع ما بين ثمانية الى اثني عشر شخصا ويصل العدد احيانا الى عشرين شخصا .

ويقوم هؤلاء الاشخاص مع المشرف عليهم بمناقشة اسئلة منتقاة سلفا من جانب ملاك الحملة والشركة الاستشارية . ويرى مستشار الاستطلاع سكوت وكر ان الجماعات البؤرية تحدد او تقيس مدى وكيفية ادراك الجمهور للقضايا واذا ما كانوا قد فكروا بهذه القضايا وطبيعة اهتمامهم بها , ثم اي من المعلومات الخاصة بالمرشح اكثر اقناعا وأي الكلمات افضل في صداها عند استخدامها في مناقشة قضية مع الجمهور وعلى خلاف الاستطلاع الذي ياخذ عشرين دقيقة او اقل من المستجيب يستغرق العمل مع الجماعة البؤرية في العادة ساعات ويسهل الوصول الى عميق افكار المصوتين وعلى اي حال لان الجماعة البؤرية لا تضم الا مجموعة صغيرة من الافراد فانها لا تعطي نتائج يمكن تعميمها على الهيئة الانتخابية.

لذلك يحذر ايد كويس من الاتجاه الذي ينسى كون الجماعة البؤرية امراً نوعياً وليس كميأ كما يحذر من عددها بديلة عن الاستطلاع .

وقد لاحظنا نيل نيو هاوز انه بالامكان الاستخدام المبكر للجماعات البؤرية ان يساعد احيانا في تحديد القضايا في الاستطلاع اللاحق وفي استخدامها يمكن ان تساعد الحملة في تقويم الخطب والمناقشات وجمع الافكار التي من شأنها مساعدة المرشح في تحسين ظهوره اللاحق . كما تعرض على هذه الجماعات الاعلانات قبل عرضها على الجمهور للحصول على تصور عن رد الفعل المحتمل من الجمهور عليها ومن ثم تحديد افضل الاعلانات وبتها على الجمهور (٥١) وكما هو الحال مع الاستطلاعات فان من المهم العمل على تخطيط استخدام هذه التقنية بالتعاون بين ملاك الحملة والشركات الاستشارية وغالبا ما تستخدم الجماعات البؤرية في وقت مبكر من الحملة ومن ثم تنسق مع الاستطلاع القياسي بعد ذلك يقوم ملاك الحملة ومستشارو الاستطلاع الذين يجرون بحث الجماعات البؤرية بتحديد الموضوعات الرئيسية والقضايا في بدء الحملة. ويرى بعض المستشارين ان القضايا والموضوعات التي يتم تشخيصها عن طريق الجماعات البؤرية في وقت مبكر كوسيلة لخفض النفقات ورغم ان هناك من يقوم بتفضيل الاستطلاع القياسي الا ان سلسلة من اثنين الى ثلاث استنطاقات للجماعات البؤرية في بداية الحملة تكون ارحص بكثير من الاستطلاع القياسي ولكن ذلك لا يعني الاستغناء عن الاستطلاع القياسي.

بقي ان نشير هنا الى العلاقة بين مستشاري الاستطلاع والجهات التي تكلفهم بالعمل لصالحها. يرى جاك نارغون بان المهنية تقتضي من المستشار ان يعمل لصالح جهة سياسية معينة ولا يمكن ان يعمل بارتياح مع حزبين باتجاهين مختلفين. انهم لا يعملون من اجل لقمة العيش فقط وانما هم يريدون انتخاب اولئك الذين يشاركون الاتجاه نفسه<sup>(١٦)</sup>.

وهناك قضية اخرى لها علاقة بهذا الامر وهي قضية تكليف الجهة نفسها التي تقوم بالاستطلاع باعمال تتعلق بالعمل الاعلامي لان لهذه الجهة مصلحة اكدية في ان تعطي اخباراً طيبة للزبون عن نتائج اعمالها<sup>(١٧)</sup> وعلى هذا فان عمل مستشاري الاستطلاع يكون من بين امور اخرى في الكشف عن مدى نجاح عمل القائمين بالاعلام وتصحيح مساراتهم والزامهم باداء الواجب على افضل وجه وكشف وجوه الخلل والتقصير في ادائهم.

ثم من المفروض ان تكون الحملة والمستشارون على علاقة مريحة بشركة الاستطلاع.

فالمعتاد ان لا يقتصر عمل مستشاري الاستطلاع على التعاون مع ملاك الحملة وانما يعمل مع مستشارين اخرين وبالذات مع مستشاري الاعلام كما ان من الضروري ان يكون مستشارو الاستطلاع على خبرة ودراية بنمط الحملة ومكان اجرائها. صحيح ان شركات الاستطلاع قد تكون عملت في عشرات بل مئات الحملات , لكنها ربما لا تكون مناسبة للحملة التي تقوم بها فالمسألة اذا ليست ان كانت هذه الشركة ذات خبرة مناسبة لحملاتنا. واخيرا هنالك ما يتعلق بماضي هذه الشركة ومدى نجاحها.

صحيح ان من المهم النظر في معيار الربح والخسارة في سجلات هذه الشركة ولكن ليس المعيار الوحيد لانها قد تكون قد تولت العمل في حملات سهلة الربح وعزفت عن اخرى يصعب فيها النجاح. لذا فاجراء حوارات مع منظمي حملات شبيهة بحملتنا قد تفيدنا بجواب عن مدى نجاح الشركة بالماضي.

## الثنائيات اللسانية في الاخبار في ضوء التحليل السيميائي

د. محمد رضا مبارك

كلية الاعلام - جامعة بغداد

### مستخلص :

نشير في هذا البحث الى الثنائيات اللسانية ، ومحاولة تقريبها من تحليل سيميائي للأخبار .. من المعروف ان هناك فرعا في اللسانيات يطلق عليه اللسانيات الاجتماعية ، وتنقسم الى اللسانيات التواصلية والإعلامية .

ولعل هذا خير مسوغ لادراج منهج جديد في الدراسات الاعلامية ، هو التحليل السيميائي للأخبار .

لقد تحولت دراسات الخطاب واللغة والتواصل وعلاقة ذلك بفروع المعرفة المختلفة ، الى مشاريع بحثية عديدة ، وما عاد يكتفى بالمناهج القديمة ، فسرعة التحول في الفكر ، المتناسب مع ثورة المعلومات وتكنولوجيا الاتصال ، ل، فرضت واقعها على العالم بأسره ، والبحوث هي اول من تأثر بهذا المنزع الانساني الهائل.

ومازال السيميائيون يبتعدون عن تحليل المادة الاعلامية المكتوبة ، ويقصرون بحوثهم على النصوص الشعرية والسردية ، وقد حاولنا في هذا البحث ايجاد مقاربة بين الأثنين لاختراع بعض النصوص غير الأدبية للتحليل السيميائي ، وقد وجدنا ما يدعم ذلك في الفكر اللساني والسيميائي كما سنرى.

لقد تطرقنا الى انواع من الثنائيات اللسانية وميزناها عن الثنائيات الفلسفية المعروفة ، مثل المادة والروح ، الوجود والعدم .

لان الثنائيات اللغوية لها معمارها الفكري الخاص ، المنطلق من فلسفة الواقع ، بعيدا عن التصورات المتمايزيقية ، التي طبعت ثنائيات الفلسفة ، واذا كان الوجود مكونا

من ثنائيات عدة ، فان اللغة تتحدد بثنائيات عدة هي الاخرى ، ونشير فقط الى ثنائيات ياكوبسن في الاستعارة والكنائية ، وكذلك ثنائيات تشومسكي في البنية السطحية والبنية العميقة للغة .

درسنا في اطار ذلك خبرين ، اخترناهما من الصحافة المحلية

## احدهما يتعلق بقضايا فساد

### والاخر يتعلق بالحرب الدائرة ضد داعش .

والمعروف ان المقاربة السيميائية التي افترضناها ، تقوم على اساس التناقض ، وهو الاساس الذي قام عليه ، مربع غريماس السيميائي ، والتناقض لا يقوم الا على مفهومين او لفظين ، ينفي احدهما الاخر ، واذ لم نطبق المربع الغريماسي بكل تفاصيله ، فان الاشارات التي وردت في البحث ، هي من تفرعات هذا المربع ، الذي بقي اساسا مهما من اساس قراءة النصوص .

تحدث الكثيرون عن ان القصة الخبرية ، هي اكثر طواعية للتحليل اللساني والسيميائي ، فان تحليل الاخبار ، بدا ممكنا ولاسيما بعض الاخبار ذات الصياغة الطويلة ، والتي قد تبدو متضادة او متناقضة .

واقصرنا في الخبر الثاني على عنوان الخبر ، بصفته عتبة نصية ، مع اختلاف بين العنوان في الصحافة والعنوان في الادب .

واذ استعملنا المنهج السيميائي ، فان التجريب ومحاولة تقريب المنهج ، لا تخلو من اشكالات ، ربما يدركها القارئ حين الانتهاء من قراءة البحث .. ان التجريب اذا كان بأدوات محكمة لا يخرج عن المنهج العلمي .

**Linguistic diodes in the news****In light of semiotic analysis****Dr... Mohammad Reza Mubarak****Faculty of Information - University of Baghdad**

*We refer in this research into linguistic binaries, try rounding of simiaei news analysis. It is known that there are branches of Linguistics called social Linguistics, divided into communicative Linguistics and media. Perhaps the best justification for the inclusion of a new curriculum in media studies, is semiotic analysis of the news. I've turned the speech, language and communication studies in relation to different disciplines, many research projects, and returned only old curriculum, speed shift in thought, proportional to the revolution in information and communication technology, for reality imposed on the entire world, research are the first affected by this enormous humanitarian almenza. Alsimiaaeon still shy away from analyzing written material, and fail their poetic and narrative texts, in this research we have tried to find an approach between the two to subdue some non-literary texts of semiotic analysis, we have found support in the thought of tongue walsimiaei as we will see.*

*We discussed the types of linguistic binaries and we tag them on philosophical binaries, such as art and soul, being and nothingness. Because of her linguistic intellectual architecture binaries, spirit of the philosophy of reality, away from almtiaviziket perceptions, which printed binaries philosophy, if existence consisted of several binaries, the language is determined by several pairs, and we refer only to metaphor and metonymy Jakobsen binaries, as well as surface structure and Chomsky binaries deep structure of language. We examined the two pieces, we chose them from the local press, one on corruption cases, and the other about the war against the Islamic State. It is known that the presumed majority semiotics approach, based on contradiction, and is the basis of semiotic Greimas box, the contrast is not based only on two concepts or rude, mutually exclusive, and not tolerate algharimasi box with all its details, references in research are branching this box, which remained an important basis of the foundations of reading the tex*

١ - غدت المناهج اللسانية فروضا في الدراسات كافة ، ولاسيما الانسانية ومنها بحوث الاعلام ، والمطلع على ما احدثته ، منذ بداية القرن الماضي ، يمكن ان يتلمس منها قارا ، يدخل في اطاره علم النفس الاجتماعي ، وعلوم اللغة والتاريخ والاعلام .. وهذا يعني ان هذه المناهج يمكن ان تسهم في ايجاد نزوع جديد نحو الدقة والشمول ، فهي محددة في حدود اللغة ، وامكاناتها الواسعة ، فهي الاصل لكل فهم وافهام ، واصل لكل شرح وتفسير ، واذ تضطلع الصورة الان بأهمية خاصة في اطار علوم العصر ، وعلوم الاعلام بخاصة ، فان ذلك لم يقلل من اهمية اللسانيات ، لان الصورة تدخل في اطار المنهج السيميائي ، الذي يأخذ مزياه من اللسانيات ، على وفق الرأي الذي نرجحه .

واذ يتوسع التعبير بالكلمات ، فان التعبير بالاشارة غير اللغوية ، يتوسع ايضا ، فهو لا يقتصر على الصورة او اللون ، بل قد يتسع لآماد واسعة ، فيشمل الصمت الذي هو الاخر نوع من الافهام .

لقد حصل تغيير كبير في مناهج التفكير ، منذ ان اخذت اللسانيات تدخل في صلب العمل المنهج ، و تغيرت اطر الوعي الانساني وتغيرت معها اطر التفكير ، ما عاد الانسان يقبل الطروحات الجاهزة ، او محاولات الاقناع التي تلجأ اليها وسائل الاعلام عادة ، ففي العصر اللساني تغير مفهوم الاقناع ، واصبح الحجاج بديلا عنه ، فالإقناع يكرس الاستبداد في كثير من الاحيان ، والذاكرة العربية مليئة بالإقناع الذي يؤدي الى التريدي العقلي والفكري او الثبات على قناعات معينة ، والذي يترجم بالسلوك الذي يتحول عن طريق الاقناع السلبي ، الى فعل مدمر للذات والحضارة .

أين يقف الاعلام من محاولة الاسهام بتغيير العقل ، وكيف يمكن ادامة نزوع معرفي جديد ، لا يلغي الثوابت ضرورة ، بل يفرض ثوابته الجديدة ، انطلاقا من ثنائيات الثابت والمتحول ، وحين يلغى المتحول في اطار الثابت ، نصبح كمن نقف ضد الحياة وحكمتها الابدية التي عرفت منذ فلاسفة اليونان الى هذا اليوم . من اشد المسائل صعوبة دراسة الوعي ومحاولة تطويره عن طريق الاعلام ، انطلاقا من تخيل وجود اعلام يصنع العقل ولا يدمره ، وهي مهمة ربما لا يستطيع مفهوم الاعلام الاجابة عنها ، ولكن لا مناص من ذلك ، ان الصياغات اللسانية ولاسيما في الاخبار ، يقف اسهامها في كشف الوعي ، وليس المقصود من الوعي هو ذلك الذي يدفع الجماهير الى التظاهر ، وهو وان كان واحدا من وجوه الوعي ، غير انه عند العرب في غالب الاحيان لا يؤدي الى نتائج تخدم البلدان ، بل ربما تكون سببا في تعقيد المشاكل ودفعها باتجاهات خطيرة ، بسبب ان المحرك غالبا ما يكون قائدا سياسيا او دينيا ، تسير بابعازه الجماهير .. وفي الحالة العربية ربما اخلت الزعامات السياسية مكانها للزعامات الدينية .. فالعواطف تحرك الناس ، والمعروف ان

التفكير المنطقي كثيرا ما يواجه المقاومة ، بينما الانفعالات تحرك المجاميع . ونذكر بخروج طلاب جامعة باريس ، في تظاهرات احتجاجا على الاهتمام المفرط بالبنوية ، وهي منهج فكري .. لقد تظاهروا ضد النسق وسجن النص في بنية مغلقة عام ١٩٦٨ ، ولكن هذا نادر في بيئتنا العربية ، اذ ان الجماهير غالبا ما ترتبط بفكرة العقل الجمعي **Mass audience** التي اشار اليها دوركايم ، واعتنى به قبلا ( هيغل ) الذي اسماه العقل الموضوعي ، وهو يفترض ان الانسان لا يولد الا في اطار عقلي عام ، يستمد منه انماطه السلوكية والثقافية واساليبه الفكرية . نقف عند هذه النقطة المهمة وهي ان الوعي المطلوب سيؤدي الى سلوك فردي وهو المهم قبل السلوك الجماعي الذي يصعب تحصيله ، وهو ما تسعى اليه وسائل الاعلام ذات الاهداف الانسانية والحضارية .

## ٢- الثنائيات اللسانية :

عرفت معظم العلوم الثنائيات باشكال مختلفة , ولا سيما الفلسفة..«اذ ان اهم ما تقول به الثنائية ان الواقع يتألف من كيانين او جوهرين , اومبدأين نهائيين , لا يردان الى غيرهما , ويختلف المفكرون في طريقة تصورهم للتقابل بين هذين العنصرين النهائيين , وان كانوا في معظم الأحيان يسمونهما بالذهن والمادة او الروح والمادة , وفيما يتعلق بالطبيعة البشرية يؤكد المذهب الثنائي , التضاد بين الجسم والنفس او البدن والروح وقد يتحدث الفيلسوف الثنائي احيانا عن وجود مادي في مقابل الوجود الذهني , فافلاطون مثلا قد وضع تقابلا بين العالم المحسوس , والعالم المعقول , اما الثنائيون اليوم فيفضلون الكلام عن العالم المادي في مقابل العالم الروحي , ولكن ايا كانت طبيعة هذا التقابل , سواء اكانت تعبر عن اسماء او صفات , فان وجهة النظر العامة تظل واحدة .. فهناك نوعان من الوجود , يفصل كل منهما تماما عن الآخر , والواقع ان لفظ الثنائية يشرح نفسه بنفسه , على شرط ان ننظر اليه في مفهومه الميتافيزيقي على انه يدل على انقسام اساسي في داخل الوجود » ١ وفضلا على الثنائيات الفلسفية , فان الثنائيات الأدبية راسخة في عالم النقد والأدب ولعلها مستمدة من مجمل الأطار اللساني « ان تفكير باختين في اللغة والأدب ثنائي اساسا , اي انه يتعامل وفق منطق زوجي : حديث ذاتي (مونولوج) / حوار (ديالوج) - شعر نثر وهكذا . والواقع ان هذا الأسلوب في التفكير من سمات وخصائص مجمل الموروث البنيوي من سوسير فصاعدا , ولا يستطيع المرء هنا الا ان يتذكر ثنائية سوسير في اللغة - الكلام , وثنائية ياكوبسن في الاستعارة - الكناية , وثنائية بارت في القرآني - الكتابي وغير ذلك . على اي حال نلاحظ ان التضاد الثنائي يميل الى ان يصبح هرميا , اي ان يتفوق احد المصطلحين على الاخر , ويبدو في بعض الاحيان هذا الميل اسلوبا صريحا , يتم تبنيه واستخدامه لأغراض جدلية كما هو الامر عند بارت , إلا ان

القدرة التفسيرية تضعف عندما يتحول التضاد الثنائي الى هرم والقوة التفسيرية ازاء الموضوع تغدو ناجحة في تدمير هرمها وذلك عندما تكشف قابلية تحول نص قرآني الى اخر كتابي على يد ناقد ذكي ، وغالبا ما يبنهنا ياكوبسن الى الانحياز الموروث في البويطيقا والنقد الادبي الى الاستعارة اكثر من الكناية ، وينعكس هذا الانحياز في اهمال البويطيقا وعلم الاسلوب الادبي ، الرواية الواقعية اهمالا نسبيا حتى وقت قريب . ولعل قائل يقول ان باختين نفسه بدا اولا بطرح السؤال عن امتياز اللغة وتفوقها على الكلام في لسانيات سوسير» ٢ .

اعتبرت اللسانيات مفتاح العلوم كافة ، ولاسيما العلوم الانسانية ، وبدأ الاشتغال على هذا النحو منذ بدايات القرن الماضي ، فقد تنبأ رواد البنيوية ، ومنهم كلود ليفي شتراوس ، وهو صاحب الانثروبولوجيا البنيوية ، بأن العصر الحالي الذي نعيشه هو العصر اللساني ، وان غيرت السيميائية بعض هذا الرأي القاطع ، إلا ان السيميائيات على الرأي الراجح تندرج تحت اللسانيات .. في هذه المحاولة البحثية نحاول ان نقارب بين ثنائيتين شهيرتين تجتاحان الاعلام وتشكلان موضوعا ازليا لكثير من الكتابات الصحفية والإعلامية ، وهما ثنائيتا الاصلاح والفساد ، وجريا على الثنائيات الضدية التي اظهرها دوسوسير ، فان هذا البحث يقع في اطار هذه الثنائيات وان لم يشملها جميعا ، ومن اهم هذه الثنائيات ، ثنائية اللغة والكلام والعمودي والأفقي ، و التزمّن والتزامن ، اوالسايكروني والدايكروني ، وثنائية الدال والمدلول ، والحضور والغياب ... وقد اخترنا بعضا منها لتكون اطارا منهجيا لهذا البحث مسلطين الضوء على ما كتبه الصحافة منذ عام ٢٠١١ حول قضية من قضايا الفساد تتعلق بالبنك المركزي ، وقد اخترنا هذه الجزئية لتكون الدراسة اكثر دقة وشمولا ، ويمكن ان تكون نموذجا للتعميم على قضايا اخرى ، تعنى بها الصحافة . لعل الفساد من اكثر المشكلات صعوبة التي تواجهها المجتمعات عامة ، غير ان الاختلاف بينها في الدرجة وليس في النوع ، فكل اشكال الفساد ، ولا سيما المالي توجد في هذا البلد او ذاك ، الا ان درجته مختلفة من بلد الى اخر ، وقد وجد هذا الفساد في العراق بشكل واسع بعد انحلال مؤسسات الدولة وضعفها ، ان وجود المال وبلا حماية قانونية منضبطة ، وكذلك الفوضى العامة ، اغرى الكثيرين بالدخول الى هذا النشاط المهدم للبنية الاخلاقية في المجتمع ، قبل البنية الاقتصادية ، على الرغم من اهمية الأقتصاد القارة في وجود المجتمعات وانتظام حياتها . ان افضل طريقة لتناول الفساد في العراق ودور الاعلام في مكافحته ، مقارنة لدراسات النصية ، اقصدا لدراسات اللغة واللسانيات ، اذ عرفت هذه الفروع انها اكثر ارتباطا بالمجتمع ، وان قدرتها على التوصل الى حل للمشكلات هو من تناولها لأهم صفة من صفات الكائن البشري وهو اللغة ، لذا عملنا على التقريب بين الدراسات النصية

وثنائية الفساد والإصلاح ، اذ ان اللغة تدخل في الاثنيين محركة لهما ، وقد نستعير في ذلك منهج البنيويين الذين درسوا المجتمعات البدائية انطلاقا من منهج دوسوسير ، وهؤلاء قد اعتبروا من اكثر البنيويين نجاحا ، حين استعملوا حقل اللغة في علم الاناسة . وبما ان بعض الدراسات الحديثة ، تقوم على اساس الثنائيات التي اشرنا اليها ، التقطنا احدى هذه الثنائيات وهي ثنائية الحضور والغياب ، التي نأمل ان يتوسع فيها البحث فيما بعد ، غير ان ثنائية الحضور والغياب هي ثنائية نصية ، النص الغائب والنص الحاضر ، وقد يكون النص الغائب اكثر دلالة من النص الحاضر ، وبعيدا عن الفهم البنيوي للحضور والغياب والذي هو قضية فلسفية في الفكر المعاصر ومن اجل تطويع هذا الفهم لدراستنا ، فقد اقتصرنا على واحدة من هذه الثنائيات ، الحضور النصي ، والغياب النصي وهي ثنائية رئيسية في البحث ، تتفرع الى ثنائيات أخرى ثانوية ، ووجدناها صالحة لتطبيقها على ظواهرنا المعاصرة ، هي محاولة للخروج من اسر المعالجات التقليدية .

### ٣ - التغييب والغياب في اطار الحضور والغياب

في الاشتقاق اللغوي ، المصادر تدل على الحدث اما الاسماء فتدل على الثبوت في الإطار العام للاستعمال اللغوي وثنائية التغييب والغياب نابعة من الاشتقاق من المصدر على رأي المدرسة البصرية او من الفعل على رأي المدرسة الكوفية ، ان التغييب عملية قصدية وهي موجودة في النصوص الاعلامية وغير الاعلامية ، غير ان وجودها في النص الاعلامي اكثر تأثيرا سواء في اللغة او الصورة ، ولن اتناول هنا اساليب التغييب التي تدخل في اطار صناعة الكلام وعلاقة ذلك بعلم النفس الاجتماعي وبعلم الاجتماع ، فالتغييب حدث او صناعة كما يدل على ذلك المصدر واذا كان حدثا فمن الممكن صناعته او ايجاده ، ومن الممكن تغييره لذا نستعمل هذا المصدر في الاطار المحدد لهذا البحث ، اذ المعروف ان جهات الفساد لها جذور ممتدة في اكثر من اتجاه وهي تعمل بما امتلكته من قدرة مالية وخبرة على تجديد فعلها ، عن طريق تغييب الوعي ، وقد تسهم وسائل الاعلام في هذا التغييب عن قصد او غير قصد ، وغالبا ما ينجح صانعو الفساد في خلق الحدث في ذاكرة الناس ، فاذا نجحوا في ذلك فان التغييب يقود حتما الى الغياب .. والغياب اسم والاسم من اهم صفاته الثبات في المعنى العام الا اذا كان هناك دليل سياقي يثبت غير ذلك والسياق عادة هو الذي يحدد المعنى الدقيق. ان غياب الذات يتساقط عمليا مع الغاء الذات وهنا نتحدث عن مصطلحين التقطناهما من عمق اللغة البسيطة لتعادل بهما وضعا مأساويا في فعله وتأثيراته ثم الاجراءات المتبعة فيه ، وسنلاحظ ان المقابلة بين التغييب والغياب سيكون ملمحا مهما من ملامح ما يأتي :

### ١- ٣ ثنائية المثالي والواقعي

لاشك في ان المثالي يثوي في عمق الواقعي ، وقد تفارقنا الدقة العلمية حين ناتي بلفظين عائمين موجودين في الحياة المعاشة كثيرا ، لكن غير مدل عليهما اكاديما اذ ان السؤال سيكون ما المثال وما الواقع ؟ وان الفصل بينهما لا يكون الاتعسفا ، ومن اجل التخلص من بعض الحرج المعرفي في هذا الموضوع ، نذكر رأي افلاطون (المثالي والواقعي) حين يحدد في جمهوريته الشهيرة مزايا الحكام .

اذ يخلص الى ان الحكام لا يكونون الا من الفلاسفة لكنه لم يترك الحبل على غاريه كما يقول القدماء ، بل حدد المجال الاقتصادي ليكون الحديث فيه اكثر وضوحا حين قال : "يجب ان لا يملك الحكام ملكا خاصا ، لا بيوتا ، ولا عقارا ، ولا شئنا اخر ، بل يتناولون نفقاتهم من الاهالي جزاء عملهم ، فينفقون مشتركا ، اذا ارادوا ان يكونوا حكاما حقيقيين ٣ ، ففي الجمهورية وصايا للحكام الفلاسفة وهم الطبقة العليا ان لا يملكو شيئا لان الملكية للحاكم قد تكون بابا من ابواب الفساد ، وقبل افلاطون كان الملك البابلي حمورابي في رسائله الكثيرة ، يشير الى التخطيط الاقتصادي في المفهوم الاوسع وهذا ما كان يسمى احيانا (قطاع الدولة) لاقتصاد العصر البابلي القديم ... وفي رسائله الى عمالة يقول : "يجب ان ينظف من الطين نهر الفرات بين لارسا واور ، وكان نفس الشئ يجب ان يحدث مع القناة المؤدية الى الوركاء « ٤ ، وهي اشارة الى النظام الاقتصادي فالفساد هو تعرية الوجود من النظم ، وقد عيب على شوبنهاور مرة ان يمالئ النظم الاستبدادية فهو لا يريد ان يرى شيئا خارج النظام ٥ ، هنا يلتقي المثالي بالواقعي ، وان كانت نظرية افلاطون في املاك الحكام لم تنفذ او لا يمكن تنفيذها إلا في المدن الفاضلة ، ولكنها تمنح المتطلع الى العدالة وسلامة البلدان شيئا من هدي الطريق .

### المثالي يقف خلف نظام الاشياء

### الواقعي يقف خلف نظام الاشياء

والحق ان ثنائية الواقعي والمثالي قد يتسرب اليها الشك ، فالمثالي هو الواقعي ، إلا في المجتمعات التي تشط احيانا لتجد نفسها خارج الفهم الانساني ، وفي هذا الاطار فان تشريع القوانين هو ممارسة مثالية وواقعية في ان واحد ، ويمكن ان تكون سببا في اذكاء الفساد ، خارج النظام المعرفي الذي حددنا ابعاده تاريخيا في قطبين مهمين هما حمورابي وافلاطون .. غير ان النخب السياسية في العراق وضعت لنفسها قوانين ، لما تزل سارية الى اليوم ، وفي مبادئ التشريع لا يحبذ ان يصوغ المرء قانونا لنفسه ، حتى لو كان هو صاحب سلطة تشريعية ، فقانون مجلس النواب العراقي وضع من الدورة الاولى وكان ينص على تحديد ما يستحقه عضو مجلس النواب .. حقوقه وامتيازاته الكثيرة . كانت

الشرعية القانونية اذا وجها من وجوه الفساد بل هي التي اوجدت منذ البدء منطلقا عمليا لممارسته على نطاق واسع. ان الجهات الاعلامية ليس من واجبها التقريب بين ما هو واقعي و ما هو مثالي بل واجبها تقصير المسافة بين الاثنين لان مفهوم المواطنة اصلا هو مفهوم مثالي على الرغم من واقعيته الشديدة «فالمواطنة ضمن الفلسفة السياسية لا تشير الى وضع قانوني فحسب ، بل تشير ايضا الى مثال معياري ، اي يجب مشاركة المحكومين مشاركة كاملة ومتساوية في العملية السياسية»<sup>٦</sup> .

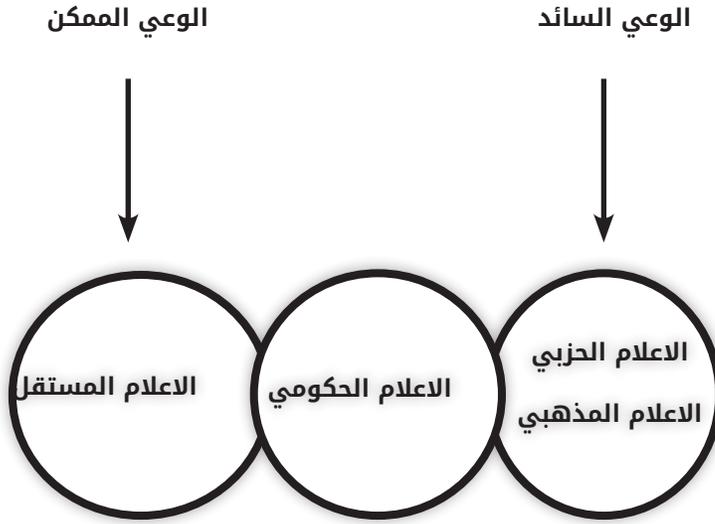
لكن تظل هذه المشاركة لا قيمة لها ان لم تتدخل وسائل الاعلام ، والمشاركة في معناها الاساسي لتصحيح المسار.. فاين المثال واين الواقع في هذه الثنائية ولعلنا نركز هنا على اهم وظائف الاتصال تاركين الوظائف الاخرى وهي كثيرة» فاهم وظائف الاتصال التنشئة الاجتماعية التي توفر رصيذا مشتركا من المعارف ليتمكن الناس من العمل بفعالية في المجتمعات التي يعيشون فيها فيتآزرون واعين مشاكلهم بما يحقق مشاركتهم في الحياة العامة»<sup>٧</sup> . ولكن كيف..؟ لابد ان ياتي ذلك خارج الثنائية ، فالمثال يبقى مثلا واقعا وان تدرج تطبيقه او الاخذ ببعض مواضعه .

### ٣-٢ ثنائية الوعي السائد والوعي الممكن

اثيرت هذه الثنائية في الفكر الغربي تحديدا في البنيوية التكوينية (لوسيان كولدمان) ، ولعل المعارف جميعا تنزع الى الصعود من الوعي السائد الى الوعي الممكن في اطار حقل جدلي ، اي ان الافكار تتصارع بين فكرة جديدة وفكرة قديمة والفكرة الجديدة تصبح قديمة فيما بعد ، وعلى هذا النحو تتحدد مسارات الفكر على ما هو معروف في الجدل الهيجلي . بعض الادبيات تحدد الوعي بالاتي (awareness conscience) ادراك الفرد لما يحيط به ادراكا مباشرا ، وينطوي الوعي في الاعلام على وقوف الفرد على الفكرة الجديدة اول مرة وشعوره بحاجة شديدة الى مزيد من المعلومات عنها»<sup>٨</sup> .

هذا الفهم لا يرقى الى مستوى طموح وسائل الاعلام في تغيير الوعي السائد ، وان كان التعريف السابق يشير من طرف خفي الى الوعي الممكن .. لاشك في ان المشكلات الكبرى في بناء المجتمعات ترتبط بالوعي السائد وليس بالوعي الممكن ، وقضية الفساد ترتبط به ايضا ، لان الوعي الممكن هو الناهز الى التغيير ولإيجاد بدائل لحالة الاستسلام المجتمعي للفساد فلا بد من توضيح هذه الثنائية في اطار الفاعلية الاعلامية ويمكن توضيح ذلك في هذا المخطط :

## مستويات الوعي



واذا ربطنا ذلك بالفساد وطرق مكافحته فانه يكون وضعا يتجاوز كما يقال عادة في الكتب القديمة.. وكثير من الدارسين يشيرون الى الاعلام المستقل بانه يتمثل في عدد من الجرائد والمجلات ومحطات البث الاذاعي والتلفزيوني وتعدد ملكيتها لصحفيين او لمؤسسات اعلامية ٩ ، ولا حاجة ثمة الى تعريف الأعلام المستقل . واذا يشك الكثيرون في وجود هذا الأعلام بسبب طبيعة الاعلام نفسه وكذلك الافراد والمؤسسات التي تمتلك الوسائل الاعلامية ، فان الاعلام المستقل فرضية نفترضها وان لم يكن لها وجود في عالمنا العربي وفي العالم اجمع على الاغلب ، وقد يكون الاعلام غير المستقل من اكثر الوسائل الاعلامية دفعا باتجاه الوعي السائد اي ابقاء الامر على حاله وتشويش الرؤية السياسية والثقافية لاهداف ترتبط بالممول. ويرتبط بالثنائية السابقة ثنائية اخرى لا تقل عنها اهمية ، وهي تلقي الى حد كبير بثنائية الوعي السائد والوعي الممكن

## ٤ - ثنائية العقل والارادة

الحق ان الاطراف في تماس فالمثالي يلتقي بالواقعي والعقل يرتبط بالارادة والظاهر يلتقي بالمتخفي ، فاعلاء الذاتية المفرط عند بعض المفكرين لايلغي موضوعيتهم ولعلنا نجد الموضوعية في قلب الذاتية ١٠ ، وهي ليست كذلك بسبب طبيعة التوجه الاعلامي الحزبي والديني الذي تنفصل فيه العاطفة عن العقل وكذلك مخاطبة العاطفة قبل العقل ، القلب قبل التفكير ، ولعل هذا يفسر ثبات معالجات الفساد دون تغيير منذ ان تفجرت قضاياها قبل اعوام الى هذا اليوم ، ان الوعي السائد يرتبط بالارادة والتي هي مجموعة من التصورات العاطفية والدينية ايضا ولعل جزءا من توجه وسائل الاعلام هو تغييب قضية الفساد لصالح قضايا اخرى ، .. عند شوبن هاور العقل لا يكمل الارادة فالارادة شئ والعقل شئ اخر ،وهي مفارقة كبيرة مع العلم انه هو صاحب فكرة الأطراف في تماس.. وعادة فان الاعلام السائد اليوم يلتقي من غير قصد مع هذا الرأي ولا يراعى الفرق بينهما وغالبا ما نلجأ الى الارادة ونبعد عن العقل.. والجماهير التي تثور عادة تنطلق من الارادة وليس من العقل في مفهوم فلسفة القرن التاسع عشر التي كان شوبنهاور ممثلا لها ،،، ينظرون او ينظر الى العقل بالمنظار القديم المعروف اي ان الارادة في القلب والعقل في المخ وبعيدا عن هذا التفصيل فان الحضور والغياب وهو الثنائية الرئيسية في هذا البحث يلتقيان مع العقل والارادة ، فالحضور يقترب من العقل والغياب يقترب من الارادة ولا يعني هذا ابعاد الارادة الكلية عن النشاط الانساني ولكن تغليب الارادة هو الذي يخلق الوعي السائد او الوعي التقليدي الذي يعيد انتاج الاشياء ولا يقدم حلولا جديا للمشاكل العالقة ولاسيما مشكلة الفساد .

## الخفاء والتجلي في الأخبار

لعل هذه الثنائية اكثر ارتباطا بالحضور والغياب فالتجلي يرتبط بالحضور والخفاء بالغياب ، وهي ثنائية مستعادة من الادب واللغة غير انها صالحة كالثنائيات السابقة لحوار متعال وعميق في قضايا الاعلام ولا بد ان نذكر هنا ان عصر ما بعد الحداثة او ما بعد النبوية هو عصر التماهي في العلوم ولاسيما ان اللسانيات هي الاطار العلمي لهذا التقارب ، فلم تعد علوم الاتصال بمنأى عن هذا التداخل المعرفي . ولا بد ان نشير الى ان صناعة الوعي هو من تكامل مؤسسات المجتمع وليس من مهمة الاعلام فقط ولكن وفي اطار الفوضى في العراق ، وحرص قطاعات واسعة من السياسيين على استمرارها ، اصبح الاعلام كأنه يصنع الفوضى ، بسبب الزعامات التي تمتلك وسائله وتستعمل هذه

الوسائل في الصراعات , ولذلك تدخل القضايا الكبرى في ملعب الصراعات البينية التي هي مظهر من ثنائية الخفاء والتجلي, الجماهير في الحالة العربية والعراقية لا تفعل شيئاً باتجاه المستقبل والنهوض المجتمعي ثقافياً واقتصادياً , فهي تتحرك في اطار الوعي السائد الذي يعيد انتاج الأزمات ولا يساهم في حلها , فضلاً عن ارتهانها لارادات ورموز تسنعمل غالباً تحركات الجماهير في (البازار) السياسي المغلف جيداً بالدين او بالانتماءات الأثنية.. فما المخفي في الحراك الجماهيري الواسع ؟ وهل الجماهير تعرف ولو طرفاً واحداً من المتخفي؟ .. وسائل الاعلام الحزبية والدينية في خطابها اليومي وهي تتحدث عن الفساد تخاطب العواطف , القلب لا العقل , وتعمل على الباس الامر لبوسا غير واقعية انطلاقاً من واحدة الارادة في الفهم الهايدجري , بمعنى اخر ان تذيب الذات قد جاء من تذيب العقل اي التفكير الحر الخارج من كل قيد ,, في معالجة الفساد لم نرتق الى قضية وطنية كبرى... من متابعتنا للخبر الصحفي يتجلى الحضور في الخبر , وقد اخترنا الخبر قبل الرأي الصحفي او المقال بأنواعه فهو اكثر ملامسة لذاكرة المتلقي ولخياله , وقلنا الخبر ونأتي به مثالا من امثلة عديدة , واخترنا الخبر منشورا ومتداولاً في عام ٢٠١٢ وفي صحف عراقية عدة , متعلقاً بفساد اعلن عنه في البنك المركزي , وظهر بصيغ متعددة , وطبيعة الصياغة اللغوية تشير الى الموقف السياسي الذي يقف وراء الخبر بعد اتضاح مقدماته .

نشرت بعض الصحف , اغلبها تطلق على نفسها صفة مستقل.. اخباراً عن فساد البنك , وهذه الصحف هي الدستور والمدى والبينة والعالم ١١ .

## الخبر

تدخل دولي منع اعتقال الشبيبي اثر مطالبته باقالة اربع مدراء بتهم الفساد (الدستور ١٥-١٠-٢٠١٢) بينما اكد مصدر في النزاهة النيابية للدستور صدور مذكرة قبض بحق الشبيبي وعدد من المسؤولين الكبار في البنك , فيما نفى المركزي الانباء التي تحدثت عن صدور مذكرة اعتقال ضد محافظها وهروبه خارج البلاد . كشف مصدر في اللجنة النيابية المكلفة بالتحقيق في عمليات الفساد وغسيل الاموال في البنك المركزي , عن مطالبة محافظ البنك سنان الشبيبي رئيس الوزراء نوري المالكي باقالة اربعة من المسؤولين في البنك متورطين بعمليات فساد وذكر المصدر ان الشبيبي طلب من المالكي قبل ثلاث سنوات اقالة اربعة من المدراء في ادارة البنك المركزي لكونهم مسؤولين عن ما يجري من فساد في البنك , لكن الاخير رفض الطلب و اضاف ان احد قضاة التحقيق اصدر مذكرة القاء قبض على الشبيبي دون معرفة الاسباب لكن حال دون ذلك تحرك من بعثة الامم المتحدة في

العراق والسفارة الامريكية في بغداد , بالاضافة الى تدخل رئاسة الجمهورية وبعض قادة الكتل السياسية ومطالبتهم رئيس مجلس القضاء الاعلى بالتدخل , والذي لم يكن يعرف بامر الاعتقال , وأشار الى ان رئيس مجلس القضاء الاعلى وبعد علمه بالموضوع اصدر امرا بالغاء القاء القبض ووبخ القاضي الذي اصدره , وقرر معاقبته عادا اعتقال محافظ البنك المركزي, بانه يؤثر في سيادة البلد " ١٢ .

يدور الخبر حول قضية واحدة , هي اعتقال محافظ البنك المركزي , بسبب الفساد , والملاحظ ان المصدر الأساسي (مجهل المصدر) وهو ما يضعف الخبر على أهميته , اذ ان المعتاد ان معظم الأخبار المهمة والخطيرة , يكون مصدرها غامضا , واستعمل الخبر فعلا انجازيا هو (أكد) , والأفعال الانجازية ذات دلالة قاطعة , لكنه في سياق الخبر يفقد قدرته الانجازية .. ولنلاحظ الفرق بين زمن الحكي وزمن الخطاب .... في هذه الصياغة ألغى الزمان أو اتحد [حدهما بالآخر, في صيغة من صيغ الالتباس الدلالي , فالفعل حدث , وصدور المذكورة حدث أيضا , وقد ضعف المصدر (صدر) وهو طالما استعمل في الخطاب , لايجاد مسافة بين زمن الخطاب وزمن الحكي , ولاسيما في العنوان. يقابل الخبر السابق صياغة اخرى في الخبر نفسه , وهو نفي المركزي الأنباء التي تحدثت عن صدور مذكرة اعتقال ضد محافظها وهروبه خارج البلاد .

يلاحظ ان الجريدة صاغت الخبر بالمصدر, نفي وهروب, ولم تستعمل الفعل الانجازي (نفي) لكي يقابل الفعل (أكد) في الاعتقاد, اي الانتقال من الفعل الى المصدر او من الفعلية الى الاسمية, او بتسمية اخرى من الانجاز او القطع الى ما هو ادنى دلالة على المعنى «وبالنظر الى سياق الخبر نجد ان هناك التباسا في صدق المعلومة المتعلقة باصدار مذكرات القبض التي اختلفت المصادر في تأكيدها او نفيها, وسبب ذلك عدم التمييز بين زمن الحكي وزمن الخطاب, اي بين الوقت الذي تم فيه الحصول على معلومة من المصدر, وبين الوقت الذي تم فيه انتاج الخطاب, فالزمن هنا يتحدد منذ الساعات الاولى للعمل وهو زمن مبهم لا يدل على وقت محدد بسبب عدم التمييز بين زمن الحكي وزمن الخطاب, اذ ان الجريدة توزع في اليوم الثاني, لكن المحرر استخدم الزمن المرتبط بالحكي, لذلك نراه في صياغة الخبر عن الفساد يستخدم فعلا ماضيا ناقصا مع الفعل المضارع (كان يجري) ليعود في الفقرة الثانية لاستخدام الفعل الماضي دلالة على الانجاز (صدرت مذكرة القاء القبض) وهذا خلل واضح يؤدي الى ارتباك سياق الجملة بسبب استعمال زمنيين للفعل في وقت واحد» ١٣ .

ان التفريق بين الزمنين هو اساس من اساس السرد , فالحكي قصة توجد في زمانها القديم او الجديد , اما الصياغة ونقصد الخطاب فهو الجديد, وقد يسمي بعض الدارسين هذا الزمن بالزمن البنيوي.. وقد يغيب هذان الزمان عن محرر الخبر, ولطالما

شدد الدارسون على ان الخبر يمكن أن يقع في اطار السرد، ولعل المعلومات التي اوردها الصحف لاسيما الدستور و المدى يمكن تلخيصها بالنقاط الآتية:

١. اعتقال او عدم اعتقال سنان الشبيبي.
  ٢. مذكرة اعتقال صدرت او لم تصدر وكلا الامرين متعادلان.
  ٣. تحميل الحكومة مسؤولية التحقيق في عمليات غسيل الاموال، وكشف المستفيد منها .
  ٤. رئيس الوزراء لم يتجاوب مع مذكرة سنان الشبيبي لابعاد الفاسدين.
  ٥. الهيئات المستقلة عرضة للفساد بسبب التعيين بالوكالة.
- عدد كبير من الافعال الانجازية حققت تلك الابعاد نذكر منها: اكد، نفى، طلب، اصدر، وتكون الثنائيات على الشكل الآتي:

### اكّد \* لم يؤكّد

### طلب \* نفى ، لان الطلب قبول

والافعال لها قوة الحضور في الخبر خاصة اذا كانت افعالا ماضية فهل حققت حضورا مساويا في ذاكرة المخاطب؟ لابد من الاشارة الى المتخفي في الخطاب الاخباري، فالجملة الآتية تقول وقد اخذت من جريدة المدى «التحقيقات اثبتت وجود بيع للعملة الصعبة لبنوك وشركات محددة بحد ذاتها، والتي قامت بتهريبها الى الدول المجاورة» ١٣. في الجملة السابقة جملة مواضع اهمها الفعل الانجازي اثبتت وهو خبر يكاد يصدّم الواقع لاطلاقه كلمة اثبتت التحقيقات، اي ان الحكومة او مجلس النواب هو من قام بالتحقيق، ولكن سرعان ما يفقد الخبر زخمه التنويري ان صحت التسمية ويلبس على القارئ والسامع الامر، فالبنوك والشركات المحددة لا يستطيع احد ان يعرفها، وان هذا التخفي يضيع الفعل الانجازي للخبر، وهو ليس من صنع الجريدة، الجريدة نقلته من مصدر وهو مصدر مجهل.. ثم يأتي الفعل الثاني قام، اي ان هذه الشركات غارقة في المخالفات وتهرب العملة الى الخارج. واذا كان التجلي واضحا في الخبر فان الخفاء هو حجم الثروة المهدورة .. ثم من من الدول المجاورة تتعامل مع الفاسدين؟ والاكثر خفاءا هو الحكومة التي تعرف او لا تعرف وكلا الامرين يصعب السكوت عليه.

واذ تأكد في الاخبار ان لجنة النزاهة النيابية هي التي حققت، يترك المجال واسعا

للتأويل بين ان تقوم الحكومة بالتحقيق او ان الامر مرتبط بغيرها. وكان عليها ان تسارع لفتح تحقيق قبل اي جهة اخرى لان الموضوع اخطر من ان يترك الى جهة ثانية وان كانت قريبة وهي مجلس النواب.

واذا اردنا ان نبين القدر الكافي من التحليل ، وفق ما قاله وفعله (فريق انترافون) السيميائي ، يكون التحليل على الشكل الآتي .

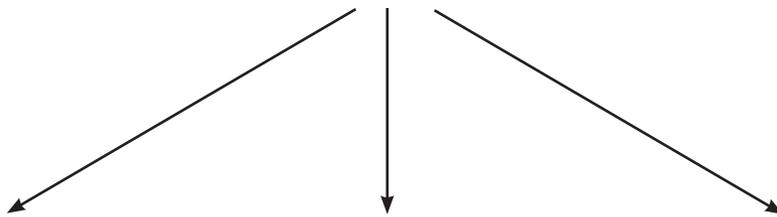
### البنية السطحية

يتصدرها التناقض بين الافعال الانجازية ، وهي افعال خطابية مهمة ، وقد اظهرت هذه الافعال حجم الهوة التي جمعت بين القائلين بالاعتقال والنافين لذلك ، ويمكن ترتيب ذلك بالشكل الاتي :

اكذ ، نفى ، اكد ، قال ، نفى .

وهي افعال جعلت البنية السطحية للخبر تبدو وكأنها متناقضة ومشتتة .

### البنية السطحية



لا فساد

فساد اكيد

فساد محتمل

هذه المتضادات قادت اليها الالفاظ وهي رموز تشير الى متضاداتها، وتكون الثنائيات على الشكل الاتي :

١. الفساد : ————— السلطة ————— الاعلام

٢. الرمز : ————— الناس ————— الفقر (البطالة)

السلسلة التي تفرعت من لفظ فساد ، قادت الى التأويلات الكثيرة ، فالفساد رمز على وفق جارلس بيرس ، ثم على وفق تعييناته التي اضاف اليها السيميائيون فيما بعد اضافات مهمة .

## البنية العميقة

نعود الى السؤال الاساسي الذي طرحناه سابقا لماذا لم يتغير شئ من عام ٢٠١٢ الى عام ٢٠١٦، فما زالت الاخبار قريبة جدا من ذلك العام على الرغم من انها اخذت طابعا خطيرا بسبب الازمة المالية والسؤال لماذا فشلت الاخبار في الوعي الممكن؟ هل السبب في الصياغة الخطابية ام السبب هو المسكوت عنه الذي يقلل من اهميتها؟ وقد يقضي على حالة التجلي، والمسكوت عنه هو الانقسام السياسي والطائفي والاثني او هو جملة من الانقسامات في الزعامات.

أو هو اشكالية الانشغال لشرائح واسعة من الناس يسدون نزوعهم نحو التغيير باسحاء الوقت فيما لا فائدة منه.

وهم بحاجة الى داع يدعوهم او زعيم يقودهم او ان السبب هو عدم شفافية الاعلام التي ستظل مرافقة له مادامت الوسائل تخضع لاحزاب ومؤسسات حكومية وتمويل خارجي.

واذا كان تغييب الوعي، بقضايا الفساد مقصودا يدل عليه تصريح محافظ البنك المركزي الذي يقول فيه: لا نستطيع الغاء مزاد العملة لان الدولة بحاجة الى النقد الوطني، وهو سبب دونه كل الاسباب كما يقال، اذا كان هذا سببا فأني تجهيل هذا الذي يسود؟.

ان تغيير خطاب الصحافة ولاسيما (المستقلة) ودعمها سوف يسهم في خلق رأي عام طارد للفساد..

ولكن هل حقا سيسهم في اصلاح طال انتظاره وفساد طال امده ام ان ما يحدث لا يعدو ان يكون حلقة من حلقات الوعي السائد وجولة من جولات صناعة الالم وتضييع ما تبقى. وان اخذت الجماهير المبادرة، فان جل حركتها في اطار هذا الوعي .

## التحليل السيميائي والتحليل الخطابي

من الاسئلة المهمة التي تتداول ، هل التحليل السيميائي هو نفسه التحليل الخطابي ام ان هناك مسافة بين التحليلين ؟، وهل يمكن فصل التحليل على مستوى الخطاب من التحليل على مستوى السيمياء ؟ اسئلة افتراضية وقد يكون الجواب عن ذلك بدهيا ، ان كل خطاب لابد ان يحيل على مستويين تحليل خطابي وتحليل سيميائي ، واحدهما يستمد وجوده وقوته من الاخر ، في التحليل اللساني الذي يجمع بين التحليلين نتوقف عند مصطلحين مهمين يعدان الاساس لهذا التحليل وهما :

### شكل التعبير

### وشكل المضمون

وهذه الثنائية مطلوبة في كل تحليل لساني اذ ان شكل التعبير يتعلق بالدراسات الصوتية ، او صوت الفونيم ، اذ ان كيفية نطق الحرف سيؤدي الى معرفة الجهة التي تنطق به ، لان الحروف مجال مشترك لكل القوميات .

وسنجد ان خاصية معينة في نطق الحرف عند بعض الامم تختلف عن الامم الاخرى ، وان كان الحرف واحدا اي النمط الكتابي له (شكل الحرف) والذي يقع فيه الاختلاف هو طريقة النطق .

اما شكل المضمون فهو العوامل العاطفية والتخييلية التي يظهرها النص فمثل قول المتنبي □ كفى بك داء ان ترى الموت شافيا ..... وحسب المنايا ان يكن أمانيا

فما يثيره البيت السابق من عاطفة تتعلق بالأسى والحيرة والاضطراب فهذا هو شكل المعنى ، التحليل اللساني يقوم على هذا الشكل وليس المعنى ، يقول يا مسلاف « ان الشكل والمادة مترابطان ، ولا يمكن اظهار احدهما دون الاخر ، وهما ينتميان الى اللسانيات وفق المفهوم الذي يعطيه هو لهذا العلم ، انهما قابلان للتحليل بما انهما يحتويان على شكل وهما نتاج شبكة من العلاقات ، انما المعنى لا ينتمي الى مجال اللسانيات لانه غير قابل للتحليل وعلينا النظر الى معنى التعبير ومعنى المضمون بشكل مختلف » ١٦ .

ومن اجل الوضوح نقول : "ان التحليل السيميائي يركز على جانبيين :

## الأول الرمزية والدلالات

### والثاني ربط النص بالواقع

ولكن ليس ضرورة ان يقتضي ذلك التطبيق الدقيق على اشخاص بعينهم , أو أماكن بعينها , أو قضية سياسية أو فكرية بعينها» , ١٧ .

إذا كان الفكر المعاصر يفيد كثيرا من التراكم المعرفي ، فان ما اشاعه الشكلاونيون الروس من منهج علمي موضوعي قد اثر فيما بعد في مناهج قراءة النص وتحليله ، ولعل السيميائية التي اقترنت في بداياتها بالبنوية ، قد اخذت من هذا المنهل بعض اطروحاته المهمة . وإذا كان الاتصال بين الاثنين اساسيا فان التحليل لايتوجه الى ماذا نقول بل كيف نقول وهذا عين ما سعت اليه البنوية وهو ماتسعى اليه السيميائية ايضا على الرغم من الاختلاف الواضح بينهما ، كيف يتضمن شكل المضمون وليس المضمون او هو يتضمن شكل المعنى وليس المعنى وعلى هذا فان الامر مادام مرتبطا بالشكل فهو لا بد ان يكون محايثا , اي ان الداخل لا يحيل الى مرجع خارجي او نظام اخر يستمد منه آلية الفهم

والمحايشة مجال مشترك بين البنوية والسيميائية او بالاصح بين اللسانيات والسيميائية . لكن بعض اتجاهات السيميائية تربط النص بالواقع كما أسلفنا , وهو جزء من خارجيات النص .

لكن هذا لا يؤخذ على اطلاقه , فالفاصل بين البنوية والسيميائية يمكن ان نصل اليه من تعريف دوسوسير للعلامة او للسيمياء «دراسة العلامات في كنف الحياة الاجتماعية» ١٨ , وهذا ما جعل السيميائية ذات علاقة بالخارج فدخلت مناهج التأويل والتفسير واصبحت التأويلية اساسا من اساس القراءات السيميائية على وفق ما اوضح ذلك من بعد اميرتو ايكو في كتابه : السيمياء والتأويل ، واذ تتداخل السيمولوجيا مع البنوية ستجد لها مكانا مميزا عنها ، لو كان التحليل البنيوي هو عينه التحليل السيميائي ، لما كان هناك شئ مهم يقال ..

وان اجماع الباحثين على ان التحليل السيميائي هو تحليل بنيوي هو للاشارة الى النظام والنسق والعلاقة والبنية السطحية والبنية العميقة ، وهي من متداولات البنوية وكذلك العناية بالتحليل العلمي للنصوص وقياس نتائج هذا التحليل ، كما فعل بروب في تحليل

الحكايات الروسية , او كما وضع كريماس اتجاها خاصا في السيميائية يطلق عليه الاتجاه الكريماسي الذي تحول فيما بعد الى تحليل المربع السيميائي .

ان جانبا من التحليل السيميائي هو تحليل خطابي وهذا ما نعني به هنا «فالتحليل السيميائي في النهاية هو تحليل للخطاب وهذا هو ما يميز السيميائية النصية عن اللسانيات البنيوية (الجمالية) ، فبينما تهتم اللسانيات ببناء وانتاج الجمل او بالكفاءة الجمالية تهدف السيميائية الى بناء التنظيم وانتاج خطابات ونصوص او تهدف الى الكفاءة الخطابية » ١٩ ولا بد في هذا الاطار من الاشارة الى مبادئ التحليل ومسلّماته وهو التحليل البنيوي وتحليل الخطاب ، ولا بد من الاشارة ايضا الى مستويات التحليل اي المستوى السطحي والمستوى العميق (المحاith) ، ولعل هذا يحدث عددا من الاشكالات مرة اخرى لان التحليل المحاith لابد ان يكون تحليلا بنيويا بمعنى ان ابعاد البنيوية عن التحليل السيميائي ياتي في اطار النسب او نسبية التحليل ، وليس في اطار مغلق.

**يعني هذا ان في كل تحليل لابد من محاithة وهي تعني :**

١ . شبكة من العلاقات التي تقيم تصنيفا لقيم المعنى ، حسب العلاقات المعقدة بينهما .

٢ . نسق عمليات ينظم الانتقال من قيمة الى اخرى .

ولسوف ننظر الان الى قيمة التحليل في نصوص اعلامية اخرى , مبتعدين عن النصوص الادبية التي عادة ما يتوجه اليها التحليل .

## الثنائية الضدية في العتبات النصية

العنوان من اهم العوامل التي لها علاقة وثيقة بالنص ، وهو باب الدخول الى المعنى ، وقد اهتمت السيميائية بشكل خاص بالعتبات النصية ، التي يطلق عليها احيانا بالمناص ، يقول رولان بارت « العنوان هو نظام دلالي سيميولوجي يحمل في طياته ، قيما اخلاقية واجتماعية وايدولوجية» ٢٠ .

العنوان المختار نشر في جريدة الدستور العراقية وهو كما يأتي :

خبراء : بروفة تحرير الموصل :  
 اقتحام تحصينات داعش  
 جهاز مكافحة الارهاب يطوق المجمع الحكومي  
 تأكيدات المعلق البريطاني : ديفيد بليير :  
 هروب داعش ، تحصيناته تتساقط

### شكل التعبير

المصدر : خبراء .. مصدر مجهل ( من هم ) .

الإقتحام : المصدر ، موصوف (الناجح)

(بروفة) : كلمة اخذت من سياق مختلف غير عربي .

(تحرير) .. مصدر الفعل حرر وتستعمل المصادر كثيرا في العنونات .

شكل التعبير ، ق (اقتحام) ، ب (بروفة) ، ت (تحرير)

تحصينات داعش تتساقط

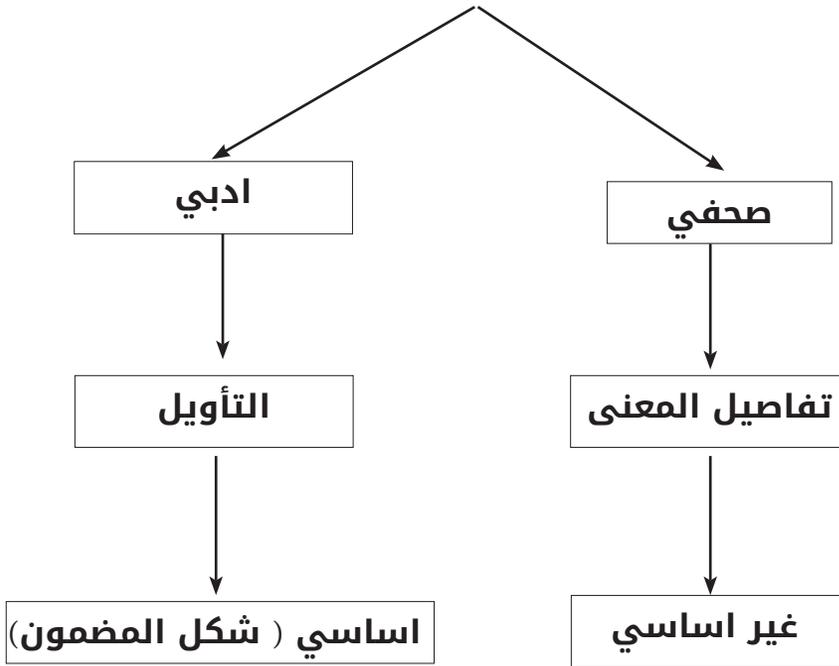
فعل مضارع يدل على تتالي السقوط ، لكن السقوط تدريجي (فعل من افعال المطاوعة) .

والفرق كبير بين تحصينات داعش سقطت

تحصينات داعش تتساقط ، اي ان الحرب مازالت مستمرة ، واستعمل المحرر فعلا انجازيا وهو ( هرب ) ، فالتساقط لا بد ان يؤدي الى الهرب .

وقد شكلت الافعال والمصادر باب الدخول الى الخبر ، وعلى اختلاف بين الصحافة والادب ، فان العنوان في الادب لا بد ان يقود الى القراءة ، الدخول في النص . اما العنوان في الصحافة ، لا يدعو ضرورة الى قراءة النص ، وقد يكتفى به ، هذا الفرق جعل العتبات النصية تنطبق على النص الادبي بشكل خاص وليس على النص الاعلامي ، ويمكن توضيح ذلك بالمخطط الاتي :

### العنوان : عتبة نصية :



## (الخبر يعرف من عنوانه)

وعلى الرغم من ذلك فان التأويلية ستدخل في الصورة الصحفية ، وتدخل احيانا في الخبر اذا كان مطولا ، او اذا كان قصة خبرية ، ولكنه يختلف عن التأويل الادبي ، لان التأويل الادبي يتعلق بطبيعة النصوص الادبية ، التي هي نصوص تتسم بالانحراف والابتعاد عن اللغة المعيارية .

### شكل التعبير

#### الافعال الانجازية قال ، اكد ، اكد ، اكد

أكد المعلق البريطاني (ديفيد بليير) مصدر غير مجهل ، بينما الجمل السابقة بجمل مجهلة ، ثم أكدت قيادة العمليات المشتركة ، فعل انجازي غير مجهل ، وتفصيل للبيان بالاداة ثم ، صياغة الخبر تمثلت بالعاطفة الوطنية التي يمكن وصفها بالاتي:

#### انتصار الجيش

#### هروب داعش

#### تحرير الموصل

#### هزيمة داعش النهائية

### الصورة

جهاز مكافحة الارهاب يطوق المجمع الحكومي ، الجهاز هو رأس التقدم ، وجنوده هم اول من بادر الى ذلك ، الصورة اللفظية تساوقت مع الصورة الصحفية لجندي عراقي من الجهاز .  
الافعال دفعت باتجاه تشكيل هذه البنية المحايثة ، فالمعارك لم تنته بعد (مازال الامر مبكرا على نهايتها) .

#### الانجاز : هزيمة داعش ( لم يهزم نهائيا : بنية عميقة )

ويظهر من العنوان سير التدلالات وطرق التأويل ، معارك قوية ، معارك طاحنة ، معارك فيها خسائر كثيرة ، تدمير البنية التحتية .. ويمكن تصور البنية العميقة ، اذ وردت ساحات الاعتصام في اخر الخبر ، ثم ساحة البو فراج قبلها دالان يرتبط احدهما بالآخر .

هزيمة داعش — هزيمة لساحات الاعتصام ، اختلاط الاحتجاج مع القصد السياسي ، شريط الاعتصامات التي ربما كانت تتناغم مع داعش ، في الاقل في ثوابت الحكومة ، وتكون البنية العميقة مرة اخرى على الشكل الاتي :

عاد X لم يعد .. انهزم X لم ينهزم .. هرب X لم يهرب

بين هذه المتقابلات يسير شكل التدلالات او ما يطلق عليه بالسيموزيس .. وبين التقابلات والمتضادات فأن الوصول الى اهداف داعش وانهاء حلمه بات وشيكا . مازالت البنية العميقة تشكل تأويلات قد تنتهي او لا تنتهي .

### وعادة ما يقف التأويل عند الاتي :

الموصل هي بؤرة الحل ، وليس الرمادي ، واذا وضعنا العشائر في التحليل ورمزنا لهم بالاسود والابيض ، يكون كالاتي :

الابيض ( فعل ايجابي ) - الاسود ( فعل سلبي )

ابيض - لا ابيض

اسود - لا اسود

بين المتقابلين يترجح فعل العشائر بين قبول الواقع الجديد او لا ، ففي كل تقابل يقف تقابل اخر ، وفي كل فعل يقف فعل اخر .

## تفسير ما سبق

لابد من وقفه لما عرضناه سابقا ، وكنا نتحدث في قضيتين اجرينا عليهما التحليل ، هما الفساد والحرب ، وهما ثنائية مجترحة بمعنى انها مولدة من الحدث على الرغم من قدمها ، فهما متلازمان ولاسيما في الحروب الحديثة .. اذا ان اسرار الحروب التي تظهر فيما بعد تكشف هذا المنزع الخطير في الحياة البشرية ، والمجتمعات التي تجنبت الحروب هي مجتمعات يقل فيها الفساد او يندم ، بالضد من مجتمعاتنا العربية والاسلامية .

ان الذي اسند رؤيتنا تلك هو مربع غريماس في بعض تفاصيله الاساسية ، فالمربع في الاعلى يعني تقابلا ثنائيا مثل :

اسود / ابيض او فساد / اصلاح .

وفي اسفل المربع يقع التضاد وهو شكل من اشكال التناقض مثل :

اسود / لا اسود ، فساد / لا فساد ..

والتعبير اللغوي في الثنائية الغريماسية له دلالة مهمة فهو ينقلنا من التقابل الى التناقض او من التقابل الى التضاد ، ويجري التحليل على اساس اسفل المربع .

ان العالم الذي نعيش منذ ان وجد الانسان كان يشهد الصراع بين الالهة والبشر ، في فجر التاريخ وفي فصوله المهمة ، وحين تمنى بعض المؤرخين الغاء هذه الثنائية حين قالوا: ليت الصراع يقنى بين الالهة والبشر ، فان مثل هذا التمني غير ممكن ابدا لانه يناقض اساس الوجود ، لكن هذه الثنائية لم تستمر على مدى التاريخ ، فلقد تحول الصراع ولم ينته ، اصبحت ثنائية الالهة البشر تقابلها ثنائية (البشر ، البشر) فقد ازيل شكل الصراع وحلت محله ثنائية غريبة كما تبدو ، ولكن في صلب هذه الثنائية الجديدة لم تكن الالهة بعيدة .. انها تغذي طرفي الصراع وكأن الثنائية القديمة ، عادت جديدة بثوب آخر وبمنطق جديد .

السيمائية تنظر الى العالم من الخارج على انه غارق في الفوضى واللا نظام ، ولا يتحقق نظامه الا في داخل تنتظم فيه بنيات المجتمع ، ولكن حتى هذا الداخل المنتظم

يصنع لا نظامه مرة اخرى ، اذ لا يمكن ان نبقى على حال واحدة ، فاللا نظام يقبع في صلب النظام ، اما المتغير فهو ان البشر يرصدون لا نظامهم هذا ، ويحاولون ايجاد تفسير ما يقلل الضرر من اجتماع التناقض والتضاد على مستوى التاريخ .

في السرد الروائي منذ الف ليلة وليلة وسيرفانتس ، الصراع على اشدّه بين النظام والواقع ، لكنه في بعض انواع السرد القديم ، يتحول الى صراع بين الوهم والواقع دونكيشوت والواقع ، الذي يتجلى في عدة مظاهر مثل طواحين الهواء التي يصارعها دونكيشوت ظنا منه انها شياطين ، وهي التي تجلب البؤس للناس وقد خرج هو وتابعه سنشو بسذاجته القروية وحسه البسيط وايمانه المطلق بماضي الفروسية ، خرج لكي يقضي على الشر متقلدا سيفه وراكبا حصانه .

في تحليلنا السابق لثنائيتي الفساد والحرب ، وقد التقطناها من الصحافة المحلية ، اقتربنا من صنع تضاد جديد ، الذي سوغ لنا دراسة من هذا النوع هو التصور السيميائي وسير التدلالات فيه ، فقد كنا اقرب الى النظرية التمهضية التي تنظر الى اي خطاب مهما كان نوعه او جنسه على انه نص يقبل التشكيل في تمفصلين كبيرين ، اصطلح على الاول بالتمفصل الاول واصطلح على الثاني بالتمفصل الثاني ، يدرك بالتحديد اللساني في التشكل الاول الوحدات الدالة ، وهي وحدات صوتيه ، تقبل التجزئة الى اقل منها ، ويدرك في التشكل الثاني الوحدات الصوتية المميزه وائتلافها يعطي التمهض الثاني ٢١ .

ومن الوحدات الدالة في التمهض السابق اوجدنا تقابلا وتضادا في ثنائية (الفساد / الحرب) واستبدلنا بالثنائية السابقة (الفساد/الاصلاح) ثنائية جديدة يشملها التقابل والتناقض ، انها ثنائية اخرجتها نتائج البحث ، ( الفساد يصبح لا فساد والحرب لا حرب ) ، وفي اطار النفي يتحقق الفعل الانساني المطلوب ، اي ان نفي الفساد هو نفي الحرب ، وهذا ما ذكرناه سابقا ، من ان التحليل السيميائي يربط النص بالواقع ، وهو عين ما توصلنا اليه من نتائج .

## الهوامش :

١. هنترمييه . الفلسفة انواعها ومشكلاتها ، ترجمة دكتور فؤاد زكريا ، مؤسسة فرانكلين للطباعة والنشر ، القاهرة - نيويورك ، يناير ١٩٦٩ ص ٢٣٥ .
٢. مجموعة من النقاد ، اتجاهات في النقد الادبي الحديث ، ترجمة د. محمد درويش ، دار المأمون ، ط١ بغداد ٢٠٠٩ ص ٢٣٤ .
٣. افلاطون ، الجمهورية ، نقلها الى العربية من الترجمات الانكليزية حنا خباز ، هدية المقتطف السنوية ، مطبعة المقتطف والمقطم . القاهرة ١٩٢٩ ص ٥٠ .
٤. د. هورست كلنغل ، حمورابي ملك بابل وعصره . ترجمة د. غازي شريف ، دار الشؤون الثقافية العامة . ط١ ٢٠١٢ ص ١٣٣ .
٥. عبد الرحمن بدوي ، ارتور شوبنهاور ، دار النهضة العربية - القاهرة ط٣ ، ١٩٦٥ ص ٣٠ .
٦. لاتل
٧. ييليب
٨. ليب
٩. نزار عبد الغفار السامرائي ، الخطاب الصحفي وتجهيل مصادر الاخبار ، دار ضفاف للطباعة والنشر . ص ٩٢ .
١٠. عبد الرحمن بدوي ، مصدر سابق ص ٢٠٠ .
١١. نزار عبد الغفار السامرائي ، سابق ص ٩٧ .
١٢. المصدر نفسه ص ١٠١ .
١٣. المصدر نفسه ص ١٠٣ .
١٤. المصدر نفسه ص ١٠٥ .
١٥. فريق انتروفن ، مجموعة من السيميائيين اصدروا التحليل السيميائي في النصوص ، ترجمة حبيبة جريز ، والكتاب فيه الكثير من التطبيقات السيميائية .
١٦. لوييس ترول يامسلاف ، فريق انتروفن ، المصدر نفسه ص ١٣ .
١٧. ملتقى رابطة الواحة الثقافية - النقد التطبيقي والدراسات النقدية . [www.rabtat-alwaha.net](http://www.rabtat-alwaha.net)
١٨. جورج مونان ، معجم اللسانيات ترجمة جمال الحضري ، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع بيروت ٢٠١٢ ص ٢٥٤ .
- ١٩.
٢٠. ملتقى رابطة الواحة الثقافية - مصدر سابق .
٢١. دفة بلقاسم ، التحليل السيميائي للخطاب السردي / [lab.univ-biskra.dz/IIa/images/daffa.pdf/pdt/sem3](http://lab.univ-biskra.dz/IIa/images/daffa.pdf/pdt/sem3)

## تأثير المسلسلات التركية المدبلجة في سلوك واتجاهات الجمهور العراقي

أ.م. د مؤيد خلف حسين الدليمي

الباحث عماد خلف حسين

كلية الآداب - جامعة الأنبار

## المستخلص:

تناولت الدراسة تأثير المسلسلات التركية المدبلجة في سلوك المشاهدين والمتابعين من افراد المجتمع العراقي من خلال تحديد عينة من الجمهور تمثلت في (طلبة جامعتي بغداد و الانبار مكونه من ٦٠٠ طالب) بغية الوقوف على مدى التأثيرات التي تركتها تلك المشاهدة على سلوك وعادات المتلقين.

وتتكون الدراسة من أربعة مباحث،المبحث الأول الإطار المنهجي والمبحث الثاني يتكلم عن المسلسلات التركية المدبلجة من عدة جوانب ،أما المبحث الثالث تناول الاتجاهات ودور وسائل الاعلام في تكوينها ، أما المبحث الأخير تمثل بالجانب الميداني للدراسة ،تحليل مضمون اتجاهات جمهور طلبة جامعتي بغداد و الانبار إزاء المسلسلات التركية (المدبلجة) وقد حدد الباحثان مجموعة من الأهداف تتمثل في معرفة مدى الدور الذي تلعبه تلك المسلسلات في التأثير على سلوك الشباب الجامعي ومدى تغيير القيم لديهم.

ثم خالص الباحثان إلى مجموعة من النتائج منها تأثير المسلسلات المدبلجة بشكل سلبي على سلوكيات الفرد في المجتمع والتشجيع على الانحراف و التقليد الأعمى لبعض المشاهد الشاذة ، ومن الاستنتاجات ضعف سيطرة الأسرة في السيطرة على أبنائها في التعرض للعديد من الظواهر السلبية المعروضة في القنوات الفضائية ومنها المسلسلات التركية المدبلجة ، كما شملت الدراسة على مجموعة توصيات ، تتمثل بضرورة قيام القنوات الفضائية العربية بإنتاج برامج ومسلسلات تعرف بطبيعة المجتمع الأصيل لغرس قيم الشهامة والبطولة في نفوس المشاهدين والتوعية من مخاطر المسلسلات التركية المدبلجة وأثارها السلبية ، فضلا عن إنشاء مؤسسات إعلامية عربية إسلامية تتبنى المنهج التربوي العربي الإسلامي في الإعلام بأصنافه المختلفة .

## The Effect of Dubbed Turkish Series on the Behavior and Attitudes of Iraqi Audiences

### (A Field Study on Students at Iraqi Universities)

Ph.D. Muayed Kalaf al-Dulaimi and Imad Kalaf Hussain

#### Abstract:

*This research seeks the effects of dubbed Turkish TV series on Iraqi audiences. The chosen sample is about 600 Iraqi students at Baghdad and al-Anbar Universities. This study consists of four sections: section one deals with the theoretical framework of the study. Section two studies the dubbed Turkish TV series. The third section explores the role of mass media in forming tendencies, and the last section seeks the field study by analyzing the tendencies if Iraqi viewers of these series.*

*The goal of this study is to know the role these series played in affecting the behavior and attitudes of Iraqi people and how it can change their morals.*

*The research ends with the a number of results like: the negative effect of these series on the behavior of Iraqi viewers through bling imitation of irregular scenes and the weak relations the Iraqi families have on their children.*

*The researchers recommend that Arabic media institutions must produce their own series with Arabic content and the establishment of an Islamic center of media control.*

## مقدمة:

يمتلك مجتمعنا العربي مجموعة قيم وعادات وتقاليد وأعراف وأخلاق ، فضلا عن ارثه الحضاري الذي يجعل منه مجتمعا يؤثر ويتأثر بمن حوله من المجتمعات والشعوب بغية خلق جو من التعاون والتبادل الثقافي والمعرفي ، ويعد الإعلام من أهم وسائل تبادل الثقافات ونشر العلوم والمعارف بين الدول، وأضحت الأفلام والمسلسلات التلفزيونية والمسرحيات أفضل وسيلة لأي دولة لنشر ثقافتها وأخلاقها وعاداتها الاجتماعية وقيمتها ، بل وأكثرها تقبلا لدى شعوب العالم، لذا حاول الباحثان تركيز الاهتمام على المسلسلات التلفزيونية التركية المدبلجة التي لاقت رواجا منقطع النظير في أوساط مجتمعنا العربي الذي بات يقلدها ويحاكيها ويخصص لها الوقت الكافي للمشاهدة والإنصات ، فأصبح الإقبال الجماهيري العربي على هذه المسلسلات أمرا لم نشهد له مثيلا من قبل ، لهذا شعر الباحثان بأن المسلسلات التركية المدبلجة تحمل بعض الرسائل إلى الجمهور العربي والعراقي خاصة للتأثير في السلوك والعادات والقيم والتقاليد وتصدير الثقافة التركية العلمانية إلى الثقافة العربية وكأنها تريد العودة إلى الدولة العثمانية من جديد ولكن بأسلوب عصري جديد ليس لنشر الدين بل لنشر الثقافة التركية، وتأتي أهمية هذه الدراسة كونها تتناول حالة مهمة ظهرت بعد احتلال العراق إلا وهي المسلسلات التركية المدبلجة التي سبقت الربيع العربي (الثورات العربية) فأثارت اهتمام الشعب العربي في جميع أرجائه ومنه العراق بشكل كبير فاق بذلك المسلسلات المكسيكية التي سبقتها خاصة وإنها تأتي من دولة تدعي الإسلام وإن كانت علمانية تحاول التأثير على الشباب العربي، وإن مجتمع هذه الدراسة جمهور العراق، متمثل بطلبة جامعة بغداد وجامعة الانبار ، وعددهم (٦٠٠) طالب وطالبة خضعوا إلى الدراسة عن طريق استمارة الاستبيان. و لموضوع الدراسة مجالات عدة ، يتمثل المجال المكاني أو الجغرافي للدراسة بجامعة بغداد وجامعة الانبار ، أما المجال الزمني فيمتد منذ ظهور المسلسل التركي المدبلج الأول، وهو مسلسل (نور ومهند ) إلى الوقت الذي قام الباحثان بالدراسة الميدانية للبحث ، فضلا عن المجال البشري المتمثل بطلبة جامعتي بغداد و الانبار. تتكون الدراسة من أربعة مباحث، المبحث الأول الإطار المنهجي للدراسة والمبحث الثاني تناول المسلسلات التركية المدبلجة ومن جوانب عدة ، أما المبحث الثالث فتناول دور وسائل الاعلام في تغيير اتجاهات وتمثل المبحث الرابع بالجانب الميداني للدراسة (تحليل مضمون اتجاهات جمهور طلبة جامعتي بغداد والانبار إزاء (المسلسلات التركية المدبلجة) ثم خلص الباحثان إلى مجموعة من النتائج منها ، تأثير المسلسلات المدبلجة بشكل سلبي على سلوكيات الفرد في المجتمع ، فضلا عن مجموعة من التوصايا التي وضعها الباحثان، إذ أكدوا على ضرورة قيام القنوات الفضائية العربية بإنتاج برامج ومسلسلات تعرف بطبيعة المجتمع الأصيل لغرس قيم الشجاعة والبطولة في نفوس المشاهدين .

## الإطار المنهجي للدراسة

### أهمية الدراسة :

تكتسب البحوث العلمية أهميتها في ضوء عناصر عدة يرتبط بعضها بالمجتمع الذي يفترض إن تسهم في حل مشكلاته فضلاً عما يمكن ان تمثله من إضافة مهمة إلى المعرفة في ميدان العلم والمجال التخصصي الذي ينتمي إليه<sup>(١)</sup>.

وتأتي أهمية الدراسة كونها تتناول ظاهرة مهمة ظهرت بعد احتلال العراق إلا وهي المسلسلات التركية المدبلجة والإقبال الكبير لمشاهدتها في العالم العربي ، ولاسيما أنها سبقت الربيع العربي(الثورات العربية) واهتمام الشعب العربي في جميع إرجائه بتلك المسلسلات ومنه العراق بشكل كبير بالشكل الذي فاق متابعة المسلسلات المكسيكية التي سبقتها كما أنها تأتي من دولة إسلامية المظهر علمانية المضمون ، كما تأتي الأهمية في وقت أصبح فيه الساسة الأتراك يتكلمون بأحقية وخصوصية في المنطقة العربية. ويأمل الباحثان من خلال الدراسة إن يضيفا شيئاً إلى العلم والبحوث التي تسهم في تطوير الرسالة الإعلامية .

### مشكلة الدراسة:

تقتضي الأصول العلمية ضرورة إن لا تنشأ فكرة البحث العلمي من فراغ ويجب ان لا تنتهي إلى فراغ، وعلى هذا الأساس فأن السمة الرئيسية التي تميز البحوث العلمية هي ان ترتبط بمشكلة محددة تشتد الحاجة إلى من يتصدى لها بالدراسة في جوانبها المتعددة<sup>(٢)</sup>.

لذا جاءت مشكلة الدراسة، من خلال إحساس بان المسلسلات التركية المدبلجة تحمل بعض الرسائل إلى الجمهور العربي (خصوصا العراقي) للتأثير في سلوكه وعاداته وقيمه وتقاليده السائدة في مجتمعنا العربي ، وتصدير الثقافة التركية العلمانية إلى الثقافة العربية وكأنها تريد العودة إلى الدولة العثمانية من جديد ولكن بأسلوب عصري جديد ليس لنشر الدين بل لنشر الثقافة التركية عن طريق المسلسلات المدبلجة التي تنشر الفساد في البلاد والعباد. فضلا عن إحساس الباحثين أنها تؤثر سلبا في العالم الإسلامي وخصوصا الشباب الذين يمثلون المستقبل لكل امة ، لذا حاول الباحثان معرفة الآثار التي تركتها تلك المسلسلات في سلوك الأفراد، خصوصا الجمهور العراقي الذي تحكمه بعض العادات والتقاليد والقيم المجتمعية المحافظة إلى حد كبير.

## أهداف الدراسة:

- بما أن البحث العلمي هو نشاط منظم وهادف فلا بد من قيام الباحث بتحديد الأهداف التي يرمي إلى تحقيقها عن طريق بحثه. (٣) لذا حدد الباحثان أهداف الدراسة بالآتي:
١. معرفة مدى الدور الذي تلعبه المسلسلات التركية المدبلجة في التأثير على سلوك واتجاهات الشباب الجامعي ومدى تغير القيم لديهم.
  ٢. التعرف على المتغيرات الطارئة على القيم لدى الشباب ومدى ارتباط هذه المتغيرات بمتغير التعرض للمسلسلات مقارنة بمتغيرات أخرى مثل العامل الاقتصادي - السياسي - العادات والتقاليد - الأسرة و الأصدقاء .
  ٣. معرفة إذا كان المشاهد لتلك المسلسلات يحاكي ما فيها من مظاهر سلبية مدى نجاح تلك المسلسلات في التمهيد للتدخلات السياسية التركية أو مدى تنشيط للسياحة التركية .
  ٤. الدراسات السابقة: تعد الدراسات السابقة من أهم الركائز العلمية التي تقود الباحث الى تحديد مشكلة بحثه وتمكنه من بحثها بصورة وافية و تساعده على صياغة الفروض و تعريف المتغيرات و تحديد الأدوات التي تستعمل في جمع المعلومات ووضع خطة البحث أو الدراسة.(٤)

### ابحث، د.وسام فاضل راضي ود. طالب عبد المجيد ذياب (٥)٢٠١٠

بحث تقدما به إلى كلية الإعلام، جامعة بغداد تحت عنوان (التعرض للمسلسلات التركية المدبلجة ورأي الجمهور بالمحتوى القيمي فيها ) يتناول البحث مجتمع المراهقين من طلبة الدراسة الإعدادية في مدارس مدينة بغداد ،وذلك لخصوصية تلك الفئة من النواحي العمرية والسلوكية والثقافية والاجتماعية ،إما عن مشكلة البحث وأهميته فإنها تتناول ظاهرة المسلسلات التركية المدبلجة والتي أثارَت حفيظة المراقبين والنقاد وكذلك قلق الباحثين من ظهور بعض العلاقات الجنسية والسلوكيات العاطفية غير المنضبطة خارج إطار الزواج وما ينجم عنها من ظاهرة للأبناء غير الشرعيين في ظل التعرض غير المقيد للفضائيات، وتتجسد في وجود ظاهرة إعلامية وثقافية ضاغطة تعرض عبر الفضائيات تتمثل في المسلسلات التركية المدبلجة مقابل إقبال جماهيري واستعداد الجمهور العربي ومنه العراقي للتعرض لها (لاسيما المراهقين) للمشاهدة وربما التقمص والإعجاب والتقليد لبعض ما تطرحه تلك المسلسلات. ومن أهداف البحث الوقوف على حدود وأنماط معدلات تعرض طلبة المدارس في مدينة بغداد لتلك المسلسلات .

ويعد هذا البحث الوحيد الذي سبق دراسة الباحثين ولم يتمكنوا من الاستفادة منه بشكل كبير لأنه لم يتطرق بشكل موسع إلى تأريخ المسلسلات التركية المدبلجة ولم يتوسع في هذا المجال.

### فروض الدراسة :

تعد الفروض بمثابة القاعدة الموضوعية المنظمة التي تجعل من الممكن انتقاء الحقائق الأساسية اللازمة لحل المشكلة بعناية ، وعدم الوقوع في دوامة جمع حشد من البيانات بلا هدف .<sup>(٦)</sup>

### ومن اجل هذا ، قام الباحثان بصياغة عدة فروض ، تمثلت في:

١. إن المسلسلات التركية المدبلجة لا تنسجم مع طبيعة مجتمعاتنا العربية.
٢. أتت تلك المسلسلات تمهيدا للتدخل السياسي التركي في المنطقة العربية ولدعم الاقتصاد التركي عن طريق التشجيع على السياحة
٣. تأثير تلك المسلسلات على المظهر الخارجي ولم يقتصر على ذلك بل تعداه إلى السلوك الفعلي .

### نوع الدراسة ومنهجها

تسعى البحوث الإعلامية إلى وصف كامل ودقيق للمشكلة وجمع البيانات الضرورية فيها كما أنها تسعى إلى تحليلها بأكثر درجة ممكنة من الدقة . (٧) تعد هذه الدراسة من البحوث الوصفية ، وهو يمثل أساسا البحوث الإعلامية ، وبموجبه تم تسجيل الوقائع والظواهر المرتبطة بالدراسة ، و ما يتعلق بالمسلسلات التركية المدبلجة وما تحمله من أفكار وسلوكيات ، ومنها ما يتعلق بمجتمع الدراسة (جمهور طلبة جامعتي بغداد والانبار ) لذا سيستعمل الباحثان المنهج المسحي فيما يتعلق بمرح جمهور وسائل الإعلام لأنه المنهج الملائم في الدراسات الميدانية التي تتناول الجمهور ، فضلا عن استعمال طريقة أو أسلوب تحليل المضمون ، كونها الطريقة الأمثل للوصول إلى نتائج دقيقة .

### حدود الدراسة ومجالاتها

تتخذ هذه الدراسة مجالات عدة في تعاملها مع موضوع التعرض للمسلسلات التركية المدبلجة ، وتتمثل بالمجال المكاني أو الجغرافي للدراسة بمحافظةي بغداد والانبار ، أما المجال الزماني يمتد منذ ظهور المسلسل التركي المدبلج الأول وهو مسلسل ... (نور ومهند ) إلى الوقت الذي قام الباحثان بالدراسة الميدانية لهذه الدراسة فضلا عن المجال البشري المتمثل بطلبة جامعتي بغداد و الانبار ومن كلا الجنسين .

## مجتمع الدراسة وعينتها

يتمثل مجتمع الدراسة بطلبة الكليات العلمية والانسانية في جامعتي بغداد والانبار، وذلك لضمان دقة النتائج المتوخاة من هذه الدراسة، لذا فقد اختارها الباحثان (٣٠٠) من طلبة جامعة بغداد و(٣٠٠) لطلبة جامعة الانبار ليبلغ عددهم (٦٠٠) طالب وطالبة.

## صعوبات الدراسة

من الصعوبات التي واجهت الباحثين أثناء إجراء الدراسة، هي قلة البحوث والدراسات التي خاضت في هذا الموضوع باستثناء البحث المقدم من قبل الدكتور وسام فاضل راضي والدكتور طالب عبد المجيد نياز عام ٢٠١٠ إلى كلية الإعلام جامعة بغداد، عن التعرض للمسلسلات التركية لجمهور المراهقين في مدارس بغداد ولم يستفد منه الباحث سوى ذكره في المصادر السابقة، مما اضطر الى اللجوء إلى الصحف العراقية أو العربية والدولية التي كتبت عن الموضوع، إضافة إلى ذلك الاعتماد على (الانترنت) في بعض المعلومات التي تخص موضوع الدراسة، ومن الصعوبات الأخرى، انه متابع غير جيد للمسلسلات التركية المدبلجة، مما اضطره إلى اللجوء إلى المتابعة المكثفة لهذه المسلسلات، سواء عن طريق الإعادة لما تم عرضه من مسلسلات مدبلجة او الاعتماد على الأقراص لهذه المسلسلات، من اجل التركيز على أهم ما تبثه من رسائل الى الجمهور بغية الاستفادة منها في الدراسة.

## المسلسلات التركية المدبلجة وآثارها السلبية على المجتمع العراقي والعربي

مرت سنوات حتى نسي العالم العربي المسلسلات المكسيكية المدبلجة باللغة العربية، ثم ما لبثت أن ظهرت لنا صرخة المسلسلات التركية المدبلجة التي تروج لبعض القيم والسلوكيات وتناقش قضايا الحب وقيم الأسرة والمجتمع ومشكلات البطالة والفقر والطمع كما في (سنوات الضياع)، أذ انتشرت في الآونة الأخيرة بعض المسلسلات التركية المدبلجة وبالذات مسلسل (نور) الذي سلب عقول كثير من الشباب عن طريق التأثير في الأخلاق والقيم الإسلامية بغية إغراق شبابنا في مشكلات كثيرة... أذ أكدت صحيفة حرييت التركية في تقرير نشرته يوم ١٥/٩/٢٠٠٨ أن عدد الدول المستوردة للمسلسلات التركية بلغ ٢٢ دولة منذ أن بدأت تركيا تصدير مسلسلاتها في عام ٢٠٠٦ مشيرة إلى أن هذه المسلسلات تحطم الأرقام القياسية في نسبة المشاهدة في العالم العربي واليونان والبرازيل، وان حصيلة بيع المسلسلات التركية بلغت (٣) ملايين دولار سنويا، وأشار التقرير إلى أن هناك ١٨ مسلسلا يعرض حاليا في شمال أفريقيا واليونان وإيران، ومعظمها يلقي روجا كبيرا في مصر والإمارات وسوريا والعراق والأردن ولبنان وإيران.<sup>(٨)</sup>

ويمكن تناول تأثيرات المسلسلات التركية المدبلجة على المجتمع العربي والعراقي وتحديدًا فئة الشباب عن طريق عدة جوانب أبرزها:

### أولاً : الجانب الاجتماعي :

ويمكن سرد بعض تلك الآثار الاجتماعية التي تركتها تلك المسلسلات في مجتمعنا العربي وأبرزها انعكاساتها السلبية على الحالة الزوجية، ومن ثم التفكك الأسري ، فمثلاً امرأة سعودية تطلب من عريسها تغيير اسمه إلى مهند:

وأخرى تقول لزوجها ((يا ليتني أنعم بليلة واحدة في سرير البطل)) مما أدى إلى تربط لسان الزوج ولم ينطق إلا بالطلاق، وأردني يطلق زوجته بسبب وضعها صور بطل لإحدى المسلسلات التركية ، كذلك أنعكس التأثير الاجتماعي على الأسماء، إذ شهدت إدارة الأحوال المدنية في السعودية خلال شهور قليلة تسجيل ما يقارب (٧٠٠) طفله باسم لميس بعدما كان اسم فاطمة وزينب الأكثر تسمية في السعودية، وكذلك شهدت مكاتب الأحوال المدنية في مختلف أنحاء المملكة الأردنية وتحديدًا العاصمة عمان، تهافتنا لافتنا على تسمية المواليد الجدد بأسماء أبطال المسلسلات التركية المدبلجة، إذ حاز اسم (مهند) بطل مسلسل (نور) على حصة الأسد لتسجيل مواليد أردنيين في الأحوال المدنية، فمن (٢٩) تسجيلًا باسم مهند في كانون الثاني من عام ٢٠٠٩ ، ارتفع الرقم إلى (٩٠) تسجيلًا في (حزيران) ، من نفس العام وبنسبة ارتفاع بلغت ٢١٠,٣٪. فنجد ان اسم (لميس) بطل مسلسل (سنوات الضياع) حقق (١٣) تسجيلًا في الشهر الأول من العام ٢٠٠٨، ليصل إلى (١٠٦) تسجيلات في حزيران من نفس العام، أي بنسبة ارتفاع ٧١٥,٣٪. (٩)

وللمسلسلات التركية المدبلجة آثار اجتماعية سلبية كثيرة شاعت في مجتمعنا العربي وتحديدًا فئة الشباب سواء كانوا مراهقين أم تخطوا تلك المرحلة إلى مرحلة النضوج وتكمن خطورة تلك المسلسلات في ترويجها لأفكار سلبية لدولة مسلمة ، وهي (تركيا) . إذ تعدا الأمر كل ذلك ووصل إلى الانتحار ، وقتل النفس التي حرم الله سبحانه وتعالى قتلها الا بالحق فمثلا شهد العراق، (٨١) حالة انتحار في المناطق الإيزيدية. في الموصل خلال عام (٢٠١١) أكثرها لنساء متزوجات ، إذ أشارت نتائج التحقيقات إلى تأثير المسلسلات التركية المدبلجة في انتشار ظاهرة الانتحار بين الشباب والشابات في المنطقة. كذلك أشارت الدراسات والاستطلاعات إن نسبة المشاهدة لتلك المسلسلات عالية جدًا، إذ يبلغ عدد مشاهدي مسلسل نور (٨٥) مليون مشاهد عربي ممن تجاوزت أعمارهم (١٥) عاماً بينهم نحو (٥٠) مليوناً من الإناث. (١٠)

إن الدراسة الإحصائية التي يستند إليها أجرتها شركة (أي بي إس أو إس) العالمية للأبحاث التسويقية المتخصصة مؤخراً وركزت على عينة ذات صفة تمثيلية إحصائية بحجم ٢٨٥٠ فرداً في تسع أسواق عربية رئيسة في بلدان الخليج والمشرق العربي وشمال إفريقية أضيفت إليها

تقديرات إحصائية موازية في عدد آخر من الدول العربية. وإزاء تلك المخاطر المحققة فإن الدعاة والمتخصصين في الإصلاح الأسري يحذرون من آثارها السلبية على الأسرة والمجتمع نظراً لما تتسبب فيه من تفاقم حدة ونسبة الخلافات الزوجية وزيادة حالات الطلاق في مجتمعاتنا، وتأجيج حدة الغيرة بين الزوجين. (١١)

إذ يرى الدكتور أكرم عثمان أستاذ علم النفس ، أن الإقبال على النوعية الجديدة من المسلسلات المدبلجة يعكس ضعف الوازع الديني والخواء الفكري وغياب الرقابة الأسرية محذراً من مخاطر الانجراف وراء قيم التغريب والتقليد الأعمى للفكر الغربي. (١٢)

اما الدكتور عبدالوهاب ولد محفوظ - أستاذ وباحث اجتماعي فيرى ان تلك المسلسلات المدبلجة لها انعكاسات سلبية تحاول غزو الثقافة العربية والإسلامية وموروثها الديني السليم ، و أن هذه المسلسلات تخلف انقساماً نفسياً واجتماعياً بين الطفل وأهله وبين ثقافته وتاريخه ومحيطه الاجتماعي. (١٣)

## ثانياً: الجانب الديني :

ان المسلسلات التركية المدبلجة خطيرة جدا على الأطفال والكبار معا لأنها تحتوي على مشاهد ومفاهيم تخالف تعاليم الشرع بشكل واضح وفاضح ،لما تحويه من مناظر الاغتصاب والحمل من الحرام واللباس الفاضح والقبلات ومشاهد عنف وغير ذلك ،لذا صدرت مجموعة من الفتاوى التي تحرم هذه المسلسلات أو النظر إليها بل وحتى القنوات التي تبثها ،نتيجة للسلوكيات السلبية التي تحاول تلك المسلسلات نشرها في مجتمعنا الإسلامي. (١٤)

أذ أصدر عدد من علماء المملكة العربية السعودية ، بينهم مفتي عام المملكة الشيخ عبد العزيز بن عبد الله آل الشيخ ، فتاوى منفصلة تحرم مشاهدة المسلسلات التركية المدبلجة، واصفين الفضائيات التي تبثها بأنها ((محاربة لله ولرسوله )) (ويأتي هذا بعد ما أشاره المسلسلان التركيان «نور» و« سنوات الضياع» المدبلجان باللغة العربية. (١٥)

وقال..... (( إنه لا يجوز النظر إلى تلك المسلسلات أو مشاهدتها، ففيها من الشر والبلاء وهدم الأخلاق ومحاربة الفضائل ما الله به عليم)).

وأكد آل الشيخ، أن اللجنة العلمية اطلعت على تفاصيل تلك المسلسلات وأجرت لها قراءة تفصيلية فاتضح جرمها وخبثها. (١٦) فيما قال الشيخ الدكتور عبد المحسن العبيكان المستشار القضائي الخاص ومستشار وزير العدل وعضو مجلس الشورى السعودي ((إن مشاهدة هذه المسلسلات ومتابعتها وعرضها هو أمر محرم، وتحريمها حكم شرعي لا يختلف عليه اثنان، نظراً لما تتضمنه هذه الأعمال من محظورات شرعية وقيمة وأخلاقية. (١٧)

أما السيد علي السيستاني المرجع الديني للشيعة في العالم الإسلامي ، فيرى حكم النظر إلى المسلسلات التركية المدبلجة ،بقوله((مع اشتغال هذه المسلسلات والمسرحيات على لقطات غير شرعية وغير أخلاقية - التي لا تخلو منها غالباً - يحرم النظر إليها مع التلذذ الشهوي أو خوف الوقوع في الحرام ، بل الاحوط لزوماً ترك النظر إليها وعلى المؤمنين - أعزهم الله تعالى - إن يلتزموا جانب الحيطة والحذر فيما يُعرض من المسرحيات والمسلسلات ، وعلى أولياء الأمور ان يتحملوا مسؤولياتهم تجاه أفراد أسرهم ، وان يختاروا لأبنائهم كل ما فيه صلاح دنياهم وآخرتهم وان يبعدوهم من كل ما يلوّث فطرتهم النقية او يفسد اختلاقم . نسأله سبحانه وتعالى التوفيق والتسديد و عبارة الأحوط لزوماً ترك النظر حرمة النظر)).(١٨)

### ثالثاً: الجانب السياسي :

إن ظاهرة المسلسلات التركية لها تأثير على الحياة السياسية وخاصة في العراق خاصة مسلسل وادي الذئاب وعندما تتأمل هذا المسلسل تجد انه يكشف واقع الحال السياسي العربي والعراقي ويكشف سيطرة أجندة خارجية على البلاد العربية .بل يكشف إن لرجال السياسة تأثيراً قوياً في تردي الواقع الإنساني والثقافي العربي (١٩) وقد اتخذت تركيا من الإعلام المرئي (التلفزيون) وسيلة لبث توجهاتها الاجتماعية والسياسية والثقافية باتجاه المجتمع العربي، إذ بدأ الاهتمام التركي بالعالم العربي ،و استطاعت ان تتوجه نحو العرب بخطوتين : (٢٠)

### الخطوة الأولى

التي خطتها تركيا نحو المجتمع العربي استهدفت تعريف الجمهور العربي بواقعها الاجتماعي والثقافي والسياسي عن طريق قناة تعود للتلفزيون الرسمي التركي، ترجمت أول الأمر ببث نشرة بالعربية في وقت متأخر من الليل في القناة السابعة من التلفزيون في العام ١٩٩٧، اما قناة جيهان التركية ، فقد تأسس القسم العربي فيها ، خلال ولاية حكومة اربكان في العام ١٩٩٧ بشكل تجريبي قبل الانطلاق الرسمي لها عام ١٩٩٨ .

## الخطوة الثانية

اهتمام الأتراك بالمجتمع العربي بلغ ذروته في السنوات القليلة الماضية .... هذا ما أظهرته تصريحات المسؤولين الأتراك فيما يتعلق بالشأن العربي الداخلي. فاستطاعت الدراما التركية ان تغير الكثير من الصورة التي رُسمت للشخصية التركية التي عرضتها الأفلام والمسلسلات العربية عن الأتراك وهم في وضع الغطرسة والظلم تارة وفي وضع السخرية منهم تارة أخرى. (٢١)

إن السياسية التركية وطبقا للنهج الأمريكي في ترويج سياسته وإستراتيجيته من خلال هوليوود عاصمة صناعة الأفلام الأمريكية، إذ أنها قامت بالفعل نفسه عن طريق مسلسلات أهمها مسلسل وادي الذئاب الذي تتلخص قصته بوجود بطل تركي له شعور قومي يميل الى الإسلام والى جذوره التاريخية. (٢٢) ووفق (برتران بادي) أستاذ العلاقات الدولية في باريس، فإن ((ثمة فضاء فارغ، بعدما لم تعد هناك قوة عربية، وتركيا هي التي تملأ هذا الفراغ)). (٢٣)

ان المسلسلات التركية المدبلجة لم تأتي بشكل عشوائي او بطريقة غير منظمة، بل أتت وفق عملية منظمة من قبل وزارة الثقافة التركية ، إذ ان جميع المسلسلات التركية المدبلجة باللهجة السورية بأشراف الفنانة السورية لورا أبو أسعد، والتي أشرفت بدورها على عملية الدبلجة وقامت بدور الوسيط بين وزارة الثقافة التركية والقنوات العربية وبرزها مجموعة mbc التي لها اتفاقيات سرية مع أمريكا لترسيخ مبادئ وقيم لم يعتدها المجتمع العربي فقد ثبت من تقريرين نشر جزء منهما على شكل وثيقة سرية ان أمريكا بعد أن فشلت في تقديم نفسها من خلال قناة الحرة وإذاعة سوا قامت بدعم قنوات عربية لها قبول بغية تحسين صورة أمريكا ويستلزم من ذلك الإساءة إلى الإسلام من خلال البرامج التي تقدمها مجموعة mbc مع أذاعتها والتي سجلت وحسب التقرير الأخير سبقا في الانفتاح على الغرب ونشر الثقافة ومبادئ الحياة اللانمطية. (٢٤)

رابعا: الجانب الثقافي: يتأكد كل يوم مدى تنامي نفوذ وتأثير تركيا في المنطقة العربية سواء التأثير السياسي أو الثقافي، وقد شجع الاهتمام العربي بالمسلسلات الدرامية التركية ونجومها في التفكير في تخصيص قناة تركية موجهة للمشاهد العربي مباشرة بدون وسيط. (٢٥) انطلقت رسميا في الرابع من شهر نيسان عام ٢٠١٠ قناة ( TRT ) التركية الجديدة التي تبث علي ثلاثة أقمار منها القمر المصري النايل سات والعربسات والقمر التركي تركسات(٤٠) وتعد تلك المسلسلات حملة منظمة وجزء من الغزو الثقافي الذي يستهدف الشباب العربي بغزو فكري بغية التأثير في سلوكه وتطويعه بما يخدم المشروع التركي، إن المشكلة الحقيقية ليست في الرواج الذي لاقتته هذه المسلسلات ولا في الإقبال الجماهيري

العربي الكبير على مشاهدتها، إنما تكمن مشكلة الدراما (الدخيلة) في أمور عدة، في مقدمتها أنها تمثل مجتمعا إسلاميا ليس من الإسلام في شيء في كثير من أفكاره وطروحاته وطريقة عرضه وأحداثه، إذ إن المتابع المثقف لهذه الدراما لا يلاحظ أي مظهر من مظاهر الإسلام، بل على العكس من هذا يجد تجاهلا واضحا لكل ما يمت للإسلام بصلة وتناقضا بين طاعة الله ومعصيته، فعلى سبيل المثال تناول المسكرات بعد الإفطار في شهر رمضان<sup>(٢٦)</sup>. يرى عضو هيئة التدريس في قسم الإعلام، بجامعة الملك سعود، الأمير الدكتور نايف بن ثنيان آل سعود، أنه لا يوجد تأثير قوي في ثقافتنا المحلية من خلال عرض المسلسلات المدبلجة (لما لثقافتنا من جذور راسخة وأسس ثابتة)، مضيفا أنه ليس لمجرد عرض أعمال درامية وتلفزيونية آتية من أقطار أخرى وثقافات مختلفة، يمكن أن تتغير البنية الثقافية للمجتمعات، مع ما تمتلكه من مبادئ وقيم وإرادة<sup>(٢٧)</sup>.

و يتعارض رأي الدكتور فهد العسكر - أستاذ قسم الإعلام، وعميد البحث العلمي، في جامعة الإمام محمد بن سعود بالرياض - قليلا مع رأي الأمير الدكتور نايف بن ثنيان؛ إذ يرى أن أي منتج درامي سيكون له تأثير، سواء إيجابا أو سلبا، من خلال ما يحمله هذا المنتج من قيم وعادات وتقاليد وأعراف، خصوصا إذا كانت هذه الثقافة قادمة ومستمدة من خارج البيئة المحلية، التي منها المسلسلات المدبلجة . (٢٨)

### خامسا: الجانب اللغوي :

إن أسباب نجاح المسلسلات التركية هي لهجة الدوبلاج ولعل في هذا التفسير ما يصلح لانطلاقه أكثر واقعية لمحاولة تحليل ظاهرة الرواج الجماهيري الذي لاقتته حتى الآن الدراما التركية، الأمر الذي شجع العديد من القنوات الفضائية لكي تبدأ بعرض مجموعة من الأفلام الأجنبية الشهيرة مدبلجة باللهجة السورية معتبرينها عنصر جذب للمواطن العربي<sup>(٢٩)</sup>. ويبدو أن الدراما السورية لم تكتف بتوظيف المسلسلات المحلية فقط، بل لجأت إلى استقطاب المتلقي العربي عن طريق الترجمة والدبلجة بلهجتها التي لا تنقل إلى المجتمع العربي اللهجة السورية كما تنقل المسلسلات المحلية بحكم اختلاف قوة المضامين والقضايا المشتركة التي تؤدي إلى خلق تفاهم مشترك وتقارب للأدوات الدرامية<sup>(٣٠)</sup>. إن اللغة هي لسان الفكر، وبما أن اللغة العربية الفصحى هي لغة عالمية فلا بد أن تكون هي اللسان الناطق لهذه المسلسلات، لاسيما وإن هنالك الكثير ممن اعتبروا أن احد أهم أسباب نجاح تلك المسلسلات، هي الدبلجة باللهجة السورية والتي تحمل الكثير من المصطلحات التي لو عدنا إلى جذورها لوجدناها غير عربية الأصل، وهذا يشكل خطرا على اللغة العربية الفصحى<sup>(٣١)</sup>.

## سادسا: الجانب العلمي :

من الطبيعي حينما يقضي الشاب الساعات الطويلة قبالة الشاشة البلورية ان يهمل دراسته لقلة القراءة والمتابعة ،وربما يقوده الى عادات سيئة مثل النوم إثناء المحاضرة،وكذلك قلة التركيز او ربما التغيب عن الدوام بسبب السهر لمتابعة تلك المسلسلات التي تصرف الشباب عن التحصيل العلمي المثمر ،سواء كان الاهتمام بالتحصيل العلمي في المجال الشرعي الذي تحتاجه الأمة أكثر مما تحتاج إلى الطعام والشراب والهواء الذي تنتنفسه ،أو التحصيل العلمي في المجالات الحيوية التي يحتاجها المسلمون في مجال الطب والهندسة والعلوم الطبيعية وغيرها ،إذ من الطبيعي إن يتدنى المستوى العلمي للشباب المدمن على تلك المسلسلات. (٣٢) فضلا عن إحباط الشباب ،وعدم قدرته على الإبداع ، مما يشيع ثقافة الاستسلام التي تقوم على الاستهلاك الأعمى للمعلومات المضخمة ليصبح المستهلكون لها مراقبو دمي وليس أكثر وتعتمد هذه الثقافة على المناهج المكثفة التي تضخ معلومات تشل الذهن والتفكير ،وتساهم في شل العقل والإبداع لتقوده بالنهاية إلى ما يسمى اليوم بثقافة الانهزام . (٣٣)

## سابعا: الجانب الاقتصادي والسياحي :

اقتحمت المسلسلات التركية في الفترة الأخيرة عددا من القنوات الفضائية فاستقطبت عدد كبير من المشاهدين في المجتمع العربي، ولعل زيادة الإقبال على السفر لدولة تركيا منذ بدء عرض تلك المسلسلات و بشهادة عدد من المسؤولين والعاملين في وكالات السفر والسياحة ،مؤشرا على اثر ودور المسلسلات في الترويج للسياحة التركية وجذب المواطن العربي لها، أن ما يعرض من مناطق سياحية لم نشاهدها من قبل وحب الاستطلاع من قبل المشاهدين للتعرف على ما هو موجود في هذه البلاد كان السبب وراء انتشارها بهذا الشكل. وبالفعل فقد نشطت حركة السياحة إلى تركيا، فحسبما ذكرت صحيفة حرييت التركية أن عرض المسلسلات التركية في البلدان العربية أدى إلى زيادة التدفق السياحي إلى تركيا في الفترة الأخيرة، وتحول القصر الذي تم تصوير مسلسل (نور) فيه إلى مزار سياحي، وتم طبع تذاكر لزيارة القصر قيمتها ( ٦٠ دولارا) (٣٤) فسرعان ما دخلت المسلسلات التركية عالم الأزياء ودوت في الأسواق صرخة ملابس لميس ونور ، ومن ثم طبعت صور الممثلين الأتراك على قطع الملابس الرجالية والنسائية ، بل وتعدى الأمر إلى ملابس الأطفال ، ولم تسلم الأطعمة من هذه الحمى فظهرت أنواع السكاكر والتشيبس والحلوى باسم نور ومهند أو لميس ويحيى وأدت هذه الموجة إلى ارتفاع أسعار البضائع بحجة أنها مستوردة من تركيا (بلد نور ومهند، لميس ويحيى، والأسمر ومراد علم دار). (٣٥)

## اتجاهات الجمهور ودور وسائل الاعلام في تكوين وتغيير الاتجاهات :

### أولاً:الاتجاه .. مكوناته وعوامل تكوينه

#### الاتجاه

وهو الموقف الذي يتخذه الفرد حينما يواجه شخصاً أو شيئاً أو ظاهرة أو حالة أو فكرة ، فقد يؤيده او يقبل على ما يواجهه ، فتظهر اتجاهات مؤيدة وقد يكون محايداً له ، فتظهر اتجاهات محايدة وقد يرفضه ويجافيه ومن ثم تظهر اتجاهات رافضة ، ويمكن القول إن الاتجاه: تأهب الفرد لأن يثار بمثير في موقف فيتصرف تصرفاً خاصاً لهذا المثير<sup>(٣٦)</sup>

والاتجاه في حقيقته: موقف نفسي يتمثل بالاستجابة المكتسبة والانفعالية بعض الشيء لمنبه معين كموقف المرء من الحرب مثلاً، إذ يعبر عن نزعة الإنسان للاستجابة إلى حادث أو فكرة معينة بطريقة محددة سلفاً، وتتصف هذه الاستجابة بثبوتها النسبي ، وتشتمل على توقع تجربة ما والاستعداد لاستجابة معينة دوماً، سواء كانت إيجابية أم سلبية، لذا يمكن أن نجد في الرأي علامة على وجود الاتجاه.<sup>(٣٧)</sup>

#### مكونات الاتجاه

جميع الدراسات تؤكد ان الاتجاه مركب ينطوي على ثلاث مكونات رئيسة هي:

١ . المكون المعرفي:يقوم هذا المكون على كل ما يملكه الفرد من عمليات إدراكية ومعتقدات وأفكار تتعلق بموضوع الاتجاه، فضلاً عن الحجج التي تقف وراء تقبله لموضوع الاتجاه.<sup>(٣٨)</sup>

٢ . المكون العاطفي :ويعني المشاعر التي يبديها الفرد نحو موضوع معين ،كالشعور بالارتياح او عدمه او التأييد او الرفض لأفكار وأحداث او أشخاص ويتميز الاتجاه هنا بأنه أكثر مقاومة للتغيير وانه يستمر لبعض الوقت حتى بعد تغيير الشخص لرأيه ازاء موضوع معين<sup>(٣٩)</sup>

٣ . المكون السلوكي : ويضم أساليب الفرد السلوكية إزاء موضوع الاتجاه والتي قد تكون سلبية ام ايجابية إذ يجب التمييز بين المقاصد السلوكية والسلوك الانفعالي ،فالاول يقوم على الرغبة في سلوك معين وتكون غير مباشرة ويمكن الاستدلال عليها عن طريق الاستجابات اللفظية للاستبيانات،اما الثاني فيمثل الطريقة او الكيفية التي يجب ان يسلكها الفرد بصدد موضوع الاتجاه.<sup>(٤٠)</sup>

## ثانياً: عوامل تكوين الاتجاهات :

تبدأ عملية اكتساب الاتجاه منذ ولادة الطفل، وتأخذ تربية الأطفال وتدريبهم الدور الأكبر في تكوين اتجاهاتهم، أي ان الاتجاهات مكتسبة ومتعلمة يتعلمها الفرد عن طريق تفاعله مع الوسط الاجتماعي الذي يعيش فيه ودخول العديد من العناصر في عملية التفاعل ، لذا توصف الاتجاهات بأنها احدى نتاجات التعلم. (٤١)

وهناك عوامل كثيرة تساعد في تكوين الاتجاهات ، من أبرزها : (٤٢)

١. تأثير الوالدين : يسهم هذا التأثير في تكوين الاتجاهات في المراحل العمرية الأولى عن طريق ما يقدمانه من تعزيز لبعض الأساليب السلوكية ويقل هذا التأثير مع تقادم العمر .

٢. الإقران : يأتي هذا التأثير محل تأثير الوالدين ويبدأ في أوقات مبكرة في حياة الفرد

٣. التعلم : يعد التعليم مصدراً آخر في تزويد الفرد بالمعلومات التي تسهم في تكوين الاتجاهات وكلما زادت سنوات التعلم بدت اتجاهات الفرد أكثر تحرراً.

٤. وسائل الإعلام : تسهم هذه الوسائل إلى حد ما في تكوين الاتجاهات وتدعيمها فعلى سبيل المثال ، ان تقديم بعض البرامج لمعلومات تتصل ببعض القضايا تزيد من معارف المتلقي ومن ثم تدفعه إلى تبني اتجاهات معينة.

**ثالثاً: اثر وسائل الإعلام ودورها في تكوين وتعديل الاتجاه أو تغييره:**

تتعامل وسائل الإعلام مع قضايا المجتمع وفق سياسات إعلامية معينة وهذه السياسة تتوافق بطبيعة الحال مع القضايا التي تتبناها وتأتي هذه السياسة بمثابة اتجاه للوسيلة التي يعبر عنها الإعلاميون القائمون عليها الذين يكونون في تفاعل مع المجتمع وقضاياها وبذلك تتولد اتجاهات اما سلبية او ايجابية ،معبرا عنها بالمادة او بالرسالة التي تبث. (٤٣)

تتسم المعلومات التي تتناقلها وسائل الإعلام ، لاسيما التي تتصف بالاستمرارية ، بأنها تؤدي دورا اكبر في تكوين المعارف لدى المتلقي، ومن ثم تشكيل الصورة المطلوبة في ذهنه، لتخلق اتجاهاً يعكس من بوساطة سلوك المتلقي. (٤٤) فالهدف الذي تسعى اليه وسائل الاعلام في تكوين الاتجاه هو نتيجة حتمية للعوامل التي تتحكم في التنظيم المعرفي للفرد.

وتتطلب عملية التغيير ان يكون هناك توافق بين الوسيلة ومادتها الإعلامية مع خصائص الأفراد وسماتهم الشخصية، فقد كشفت بعض التجارب ان بعض الناس يسهل التأثير عليهم في مواقف معينة دون أخرى وهناك من يشير الى وجود اختلافات في مقدرة وسائل الإعلام في تغيير الاتجاهات وتبني اتجاهات معينة ناجمة عن عدد من العوامل أبرزها: (٤٥)

طبيعة الموضوع: أي التقديم على أساس الانسب للموضوع من الوسيلة ،إذا كانت مطبوعة او مرئية وفي موضوعات أخرى لا يظهر هذا الاختلاف.

- ١ . خصائص الجمهور: الذي توجه له الوسيلة الاتصالية وأنماط تعرضه لوسائل الاتصال.
- ٢ . مقدرة الوسيلة على تجسيد المضمون : فكلما تمكنت الوسيلة من جعل المضمون يتسم بالحيوية زاد تأثير الوسيلة ثم زادت فرصتها في إحداث التغيير في الاتجاه المطلوب .

### رابعاً: الجمهور مفهومه وتقسيماته :

يعد الجمهور العنصر الأساسي والأول في النظام الاجتماعي الخاص بالاتصال الجماهيري ويعد هذا العنصر معقداً للغاية وسبب ذلك يعود إلى انقسامه إلى طبقات اجتماعية متميزة تربطهم علاقات متشابكة في مجالات عدة. (٤٦) وقد اهتم الباحثون والمختصون في مجال العلوم الاجتماعية وعلم النفس بدراسة جمهور وسائل الاتصال الجماهيري والعلاقة بينها. فكان استعمال مصطلح الجمهور (Audience) منذ البداية في العلوم الاجتماعية يقصد به «فئة أو جماعة من الناس تتميز عن غيرها بخصائص أو صفات خاصة ، وجمع أفرادها صفات مشتركة أو روابط ولذلك فإن هناك أربعة مقاييس لقياس جمهور اي وسيلة من وسائل الاتصال الجماهيري وهي: (٤٧)

حجم الجمهور ٢- تركيب الجمهور ٣ - درجة تجانس الجمهور ٤ - طول التعرض

### أدوات الدراسة

١- الاستبيان : استعمل الباحثان استمارة الاستبيان (الاستقصاء) وهي واحدة من أدوات البحث العلمي التي يلجأ إليها في الغالب للحصول على معلومات وبيانات وحقائق مرتبطة بواقع معين وغير مدونة في السجلات أو الإحصائيات الرسمية. (٨ ٤) فقام الباحثان بتصميم استمارة الفئات التي شملت البيانات عن مادة التحليل وفئات التحليل ووحدات التحليل ووحدات القياس فضلا عن الملاحظات التي سجلها الباحثان كيفيا والتي لا يسمح بتصميم الاستمارة كميًا .

٢- تحليل المضمون : وهو ليس منهجا قائما بذاته إنما هو أسلوب او أداة أو طريقة يستعملها الباحث ضمن أساليب وأدوات أخرى في إطار منهج متكامل وهو منهج المسح في الدراسات الإعلامية، وقد تطور استعمال تحليل المضمون في الدراسات الإعلامية من مرحلة التركيز على هدف التحليل الوصفي للمحتوى الى مرحلة الكشف عن المعاني الكامنة (٤٩)

٣- صدق التحليل : يعرف صدق التحليل بأنه (ملائمة طريقة البحث أو أسلوب القياس باستخلاص النتائج المطلوبة ، وبغية تحقيق الموضوعية في تحليل المحتوى ينبغي ان يكون معولاً على نتائجه ، أي تكون نتائجه صادقة ) . (٥٠) ولأجل التحقيق من صدق التحليل تم عرض ما تم استخراجها من الفئات الرئيسية على مجموعة من الأساتذة الخبراء . لتقويمها وتصويبها فتمت الموافقة عليها واعتمادها .بعد الاخذ بالملاحظات.

٤- ثبات التحليل . تهدف عملية الثبات الى التأكد من وجود درجة عالية من الاتساق بالنسبة للبعدين التاليين : (٥١)

أ- الاتساق عبر الباحثين القائمين بالتحليل : بمعنى ضرورة توصل كل منهم (الباحثين) الى النتائج نفسها ، بتطبيق الفئات والوحدات نفسها على المضمون نفسه .

ب- الاتساق عبر الزمن: بمعنى ان يحصل الباحثون المحللون على النتائج نفسها اذا طبقوا الفئات نفسها على المضمون نفسه لفترات متباعدة أو مختلفة . لذلك استعمل الباحثان كلا الطريقتين بعد الانتهاء من عملية التحليل وتمكنوا من الوصول الى نسبة ثبات عالية .

### تحليل مضمون اتجاهات جمهور طلبة جامعتي بغداد والانبار إزاء المسلسلات التركية المدبلجة:

قام الباحث بتوزيع استمارة استبيان على (٦٠٠) طالب من طلبة جامعتي بغداد والانبار يمثلون مجتمع البحث (عينة الدراسة) إذ تم طرح الاسئلة عليهم , بغية التعرف على تأثير المسلسلات التركية المدبلجة على الشباب الجامعي ودورها في تكوين اتجاهاتهم وتغيير سلوكهم وتشكيل آرائهم ومواقفهم. وقد أخذ الباحثان بنظر الاعتبار , أن أفراد العينة هم من الذين يملكون رؤوس فضائية . وتوصل من خلال التحليل الى نتائج محددة , تمثلت في استخراج الاتجاهات التي حملتها العينة . (وقد ارتأى الباحثان عرض الجداول التي تخص الموضوع مباشرة دون جداول المعلومات العامة كون مجتمع الدراسة مجتمع متجانس من حيث العمر والمستوى العلمي والفكري).

جدول رقم ( ١ ) يبين مدى مشاهدة المبحوثين للمسلسلات التركية المدبلجة

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	مشاهدة المسلسلات	ت
١	٩٣ ، ٣٣ %	٥٦٠	نعم	١
٢	٦ ، ٦٦ %	٤٠	كلا	٢
	١٠٠ %	٦٠٠	المجموع	

يبين الجدول رقم (١) ان الذين يشاهدون المسلسلات المدبلجة يشكلون النسبة العظمى من المبحوثين ، وهذا يقودنا إلى تساؤلات عدة فهل ان هذه المسلسلات حققت الأهداف المخطط لها وهل تمكنت من الترويج لأهداف سياسية او سياحية واجتماعية وغيرها وبهذه النسبة العالية جدا وهل انهم مجرد مشاهدون لاغير ، ام أنها أثرت او أشبعت شيء بداخلهم ام انهم متأثرون بها وبما تعرضه ؟ وعن الذين لا يتابعون تلك المسلسلات هذا يقودنا الى مجموعة من تساؤلات مثلا هل هو رافض لهذه المسلسلات فقط ، ام انه لا يتابع التلفاز من الأصل ؟ وان كانوا لا يتابعون تلك المسلسلات فهل هذه المقاطعة تستمر ، ام انهم سيتأثرون عن طريق الأصدقاء وخصوصا ان مجتمع البحث من جمهور الطلبة وان من بين المجتمع من يجيد الإقناع والقدرة على تهيئة الظروف الملائمة للتأثير ومن المعروف مجتمع البحث اجتماعيون وهذا يقودنا الى ان عملية التأثير في هذا المجتمع نسبية ، فقد يتحول المشاهد الى مقاطع لتلك المسلسلات وربما يتحول المقاطع للمشاهدة الى متابع جيد ، اذ يتوقف ذلك على مدى التأثير والتأثر . ويجدر الاشارة الى ان عدد افراد العينة اصبح (٥٦٠) بعد استبعاد (٤٠) منهم لعدم مشاهدتهم المسلسلات .

جدول رقم (٢) يبين عدد ساعات مشاهدة للمسلسلات التركية المدبلجة

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	عدد ساعات المشاهدة	ت
١	٥١ ، ٧٨ %	٢٩٠	من ١ - ٢ ساعة	١
٢	٣٤ ، ٨٢ %	١٩٥	من ٣ - ٤ ساعة	٢
٣	٧ ، ١٤ %	٤٠	اقل من ساعة	٣
٤	٦ ، ٢٥ %	٣٥	أكثر من ٥ ساعات	٤
	١٠٠ %	٥٦٠	المجموع	

ويبين الجدول رقم (٢) ان أعلى نسبة مشاهدة هي من (١-٢) ساعة إذ تدل هذه النسبة على انتظام المشاهدة زمنيا اي إن المشاهدة هنا عملية منظمة اعتاد عليها المتابع بمشاهدة تلك المسلسلات المدبلجة، اذ يمكن اعتبار ارتفاع زمن المشاهدة يؤثر جدياً بالمشاهدة لتلك المسلسلات وأكثر تأثراً بها وكلما قلت دلت على عدم جدية المتابع والاكتفاء بالمشاهدة لتلك المناظر وجمال الطبيعة او البشر وغيرها من الأمور مثلما جاءت النسبة التي حصلت عليها اقل من ساعة، ولكن ان زادت على أكثر من ثلاث او خمس ساعات او أكثر فأنها تدل على مشاهدة معمقة وتأثرهم الكبير بها وهذا دليل على مشاهدة أكثر من مسلسل تركي مدبلج وان حصول ساعات المشاهدة من (٣-٤) ساعات بواقع (١٩٥) تكراراً من مجموع العينة مؤشر خطير جدا على ان نسبة كبيرة جدا من المبحوثين مدمنين على تلك المسلسلات ومتأثرين بنسبة كبيرة بما يعرض بها والأخطر من ذلك ان المبحوثين من جمهور المتعلمين والمتقنين، اذا كيف الحال بالنسبة للجمهور ذو الثقافة المتوسطة او القليلة. اما الامر الذي يدعوا للقلق والريبة وجود (٣٥) من العينة يخصصون من وقتهم اكثر من خمس ساعات لمتابعة تلك المسلسلات ، اذا ماذا تبقى من وقت للدراسة.

جدول رقم (٣) يبين طريقة مشاهدة المبحوثين للمسلسلات التركية المدبلجة

ت	طريقة المشاهدة	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	مع أفراد العائلة	٤٤٠	٪٧٨,٥٧	١
٢	أشاهدها بمفرد	٨٢	٪١٤,٦٤	٢
٣	مع الأصدقاء	٣٨	٪٦,٧٨	٣
	المجموع	٥٦٠	٪ ١٠٠	

يتبين من نتيجة الجدول رقم (٣) ان المشاهدة مع العائلة حصلت على النسبة المرتفعة وهذا يدل ان العائلة بدأت بالتخلي عن مسؤوليتها كمؤسسة ضبط اجتماعي وتربوي فضلا عن كونها أبرز مؤسسة للتنشئة الاجتماعية اذ ان مشاهدة مثل تلك المسلسلات وما تحويه من مشاهد عارية او شبة عارية والقبلات المثيرة للجنس والغرائز البشرية تقود الى تفسخ الأسرة، إذا كيف تسمح هذه العوائل لأبنائها بمشاهدة هذه المسلسلات . هل أنها رضخت للأمر الواقع المتمثل بالمسلسلات التركية المدبلجة غير مبالين للآثار السلبية على الأسرة والمجتمع؟ يبدو ذلك ، وهذا ما يؤكد نفس الجدول في أجابه المبحوثين الذين يشاهدون بمفردهم وربما جاء ذلك لما تحويه من مشاهد غير أخلاقية ومثيرة للغرائز البشرية ، والتي لا يجوز مشاهدتها مع أفراد العائلة مثل القبلات العميقة واللبس غير المحتشم، اما عن الذين يشاهدون مع الأصدقاء فهي نتيجة تفودنا الى ان الاسرة لم تعد تسيطر على الابناء

في متابعتهم لمشاهد العري والمشاهد الفاضحة وغير الأئقة كونهم يشاهدونها خارج المنزل مع الاصدقاء .

جدول رقم ( ٤ ) يبين اسباب مشاهدة المبحوثين للمسلسلات التركية المدبلجة

ت	سبب المشاهدة	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	جمال الطبيعة والبشر	٢٠٢	٥٥,٣٣ %	١
٢	التعرف على سلوكيات تلك المجتمعات	١٨٤	٣٠,٥٦ %	٢
٣	توفر المتعة والترفيهية	٨٢	١٣,٦٢ %	٣
٤	تعلم أشياء جديدة ومفيدة	٦٦	١١ %	٤
٥	توفر متعة جنسية	٣٩	٦,٤٧ %	٥
٦	اللغة المستخدمة في الدبلجة	٢٩	٤,٨٠ %	٦
	المجموع	٦٠٢	١٠٠ %	

يبين الجدول رقم (٤) إن جمال الطبيعة والبشر كان من أكثر الأسباب التي دفعت المبحوثين لمشاهدة تلك المسلسلات المدبجة وهذا يدل على الإعجاب الظاهري بالمسلسلات ولكن هل يبقى الأمر ظاهرياً أم يتعدى التأثير إلى المضمون وذلك عند رؤية هذه المناظر وهذا الجمال الذي افتقدوه يجعل من هؤلاء أناس ممتعضون من أوضاعهم وطبيعتهم ومن المعروف إن معظم العرب بشرتهم سمراء والأرض يغلب عليها التصحر مما يجعل المشاهد العربي يتمرد على أوضاعه، فإذا كان متزوجاً يبدأ يقارن جمال زوجته مع جمال البطلة في تلك المسلسلات، أما إذا كان غير متزوج فأنه يبدأ البحث وراء من تملك جمال تلك البطلة مما يدفع بالفتيات بالهرولة وراء عالم الماكياج والموضة ومن ثم أعباء اقتصادية ترهق كاهل العائلة بل وحتى الدولة لان معظم هذه البضائع مستوردة من الخارج. كما ان حب الاستطلاع والتعرف على إسرار وسلوكيات المجتمعات الأخرى من الغرائز التي تدفع المبحوثين إلى حب التعرف على سلوكيات أبطال المسلسلات التركية وطبيعة المجتمع التركي للتخلص من واقعهم المرير سواء بالاستمتاع بالمناظر أو البشر أو الترحال لتلك البلاد إما البعض الآخر وجدوا في تلك المسلسلات أشياء مفيدة وجديدة في الحياة لم يعرفها أو لم يعتقد عليها، مما يجعله يشاهدها لذلك احتلت المرتبة الرابعة إما اللهجة المدبلجة (وهي اللهجة السورية) فحصلت على المرتبة الخامسة بسبب غزوبة اللهجة السورية وطريقة الدبلجة الدقيقة التي لاتكاد تميز لشدة مطابقتها لحركة الشفاه والفم، باعتبارها اللهجة الخفيفة الرقيقة التي تداعب مشاعر الشباب، أو ما توفره من متعة جنسية فإنها حصلت على هذه المرتبة لاعتقاد هؤلاء إن هذه المسلسلات توفر

المتعة الجنسية وان كانت قليلة إلا أنها تشير إلى إن تلك المسلسلات لاتليق إن تبث في مجتمع محافظ مثل مجتمعنا فطريقة اللبس وطريقة الجلوس والقبلات الساخنة والتصوير بملابس النوم ولبس السباحة كل هذه تثير الغرائز التي تؤدي إلى عواقب وخيمة منها جرائم الاغتصاب وكذلك الإضرار النفسية لأنه يرى مشاهدة بعيدة المنال، مما يدفعه إلى البحث عن مجالات أخرى لتفريغ شهواته او اللجوء الى ممارسات جنسية شاذة. وبلغت التكرارات الاضافية ( ٤٢ ) تكرارا .

جدول رقم (٥) يبين نوع التأثير الذي أحدثته المسلسلات التركية على نمط الحياة للمبحوثين

ت	التأثير على نمط الحياة	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	التعامل مع الآخرين	٢١٠	٣٥،٦٠ %	١
٢	طريقة اللبس	١٨٦	٣١،٥٢ %	٢
٣	طريقة التفكير	٧٤	١٢،٥٤ %	٣
٤	قصص الشعر	٦٠	١٠،١٧ %	٤
٥	تصرفاتك	٦٠	١٠،١٧ %	٤
٦	طريقة الأكل	—	—	—
	المجموع	٥٩٠	١٠٠ %	

يشير الجدول رقم (٥) الى إن حصول التعامل مع آخرين على هذه المرتبة يؤكد معانات المبحوثين وشعورهم بالكبت وعدم الانفتاح على الآخرين وإنهم في عزلة وأشبه بالانطوائيين، مما يجعلهم قليلي الخبرة في تعاملهم مع الآخرين، سواء كانوا في داخل البلد أم خارجه فرأو في متابعة مثل هكذا مسلسلات يساعدهم على التحرر والانفتاح على الآخرين والعالم الخارجي ،اما بالنسبة لطريقة اللبس والتفكير تعد طريقة جديدة لهم وتكون ،إما محاولة التقليد والمحاكاة،مثل قص الشعر والتصرفات على ضوء مايفعله أبطال تلك المسلسلات ،ولكن نجد إن طريقة الأكل لم تحصل على أي تكرار وهذا يجرننا إلى أمرين ، هل إن المبحوثين مقتنعون بطريقة أكلهم ، أم أنهم لا يجدوا نوع الأكل الذي يوجد على المائدة التركية المتنوعة،الذي تظهره تلك المسلسلات، تلك المائدة التي تفرض (أتكيت) معين في التعامل مها تفتقد له المائدة العراقية الذي اعتاد أهلها على طريقة أكل تفرضاها طبيعة المنطقة ونمطها العشائري. وبلغت التكرارات الاضافية (٣٠).

جدول رقم ( ٦ ) يبين مدى تأثير المسلسلات على المستوى الدراسي للمبحوثين

ت	التأثير على الدراسة	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	كلا	٢٨٦	٥١ %	١
٢	نعم	٢٧٤	٤٩ %	٢
	المجموع	٥٦٠	١٠٠ %	

يؤكد الجدول رقم (٦) أن فئة ( كلا ) الراضة لوجود تأثير على المستوى الدراسي على المرتبة الأولى بواقع ( ٢٨٦ ) تكراراً فيما حصلت فئة (نعم) القبول بوجود تأثير على المرتبة الثانية بواقع (٢٧٤) وبالرغم من وجود تقارب بين عدد التكرارات في وجود تأثير من عدمه لتلك المسلسلات التركية الا ان الذين يقرون بعدم وجود تأثير على المستوى الدراسي) برغم نسبة المشاهدة المرتفعة) تشير إلى إن هذا الرفض ليس مطلقاً بل هو نسبي لأنه قد تكون هناك تأثيرات ولكن لا تلاحظ لأن انخفاض معين لا يؤدي بالطالب الى الرسوب بشكل مفاجئ، لان عملية التأثير بالمشاهدة تأخذ وقت طويل او أنهم تأثروا ولكن طبيعة المجتمع تفرض عليهم عدم الإفصاح عن ذلك، إما من أجابوا أنها أثرت على المستوى الدراسي فأجابتهم أتت متناغمة لعملية المشاهدة لهذه المسلسلات والمتابعة المستمرة وقد يكونوا أكثر صراحة ممن أثرت بهم ولم يشيروا الى ذلك برغم علمهم بمخاطرها على المستوى الدراسي فهذا يدل على قوة تأثير تلك المسلسلات على الطلبة، وإما عن الذين لم يفصحوا عن التأثير فان هذا لا يقلل من مخاطر تلك المسلسلات .

جدول رقم ( ٧ ) يبين التأثير السلبي لتلك المسلسلات على المستوى الدراسي للمبحوثين

ت	التأثير السلبي	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	خفض المستوى الدراسي	١١٤	٤١,٦١ %	١
٢	عدم الاهتمام بالدراسة	٩٢	٣٣,٥٧ %	٢
٣	التسرب من الدوام	٦٨	٢٤,٨٢ %	٣
٤	ترك الدراسة	—	—	
	المجموع	٢٧٤	١٠٠ %	

يوضح الجدول رقم (٧) حصول انخفاض المستوى الدراسي على المرتبة الأولى بواقع (١١٤) تكراراً فيما حصلت على المرتبة الثانية عدم الاهتمام بالدراسة بواقع ( ٩٢ ) تكراراً، بينما عملية التسرب من الدراسة حلت ثالثاً ب(٦٨) تكراراً ولم تحصل فئة ترك الدراسة على أي تكرارات تذكر. ان نسبة من اقررو بوجود تأثير سلبي للمسلسلات على المستوى الدراسي للمبحوثين مرتفعة جدا ، عددهم (٢٧٤) تكراراً من المبحوثين وهذا دليل على وجود تأثيرات سلبية على المستوى الدراسي من خلال الاعتراف بانخفاض المستوى

الدراسي وعدم الاهتمام واللامبالاة، فهذا مؤشر خطير لمشاهدة تلك المسلسلات المدبلجة على المستوى العلمي لطلبتنا.

جدول رقم ( ٨ ) يبين التأثيرات السلبية على سلوكيات افراد العينة

ت	التأثير السلبي	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	التشجيع على الانحراف	٢١٠	٣٦,٨٤ %	١
٢	التقليد الأعمى للمشاهد الشاذة	١٣٦	٢٣,٨٦ %	٢
٣	تشجيع الشباب للتمرد على الأسرة والمجتمع	٧٢	١٢,٦٣ %	٣
٤	إضعاف الروابط الأسرية	٦٠	١٠,٥٣ %	٤
٥	الإحساس بالإحباط	٥٢	٩,١٢ %	٥
٦	تعميق الإحساس بالغرابة	٤٠	٧,٠٢ %	٦
	المجموع	٥٧٠	١٠٠ %	

يبين الجدول رقم (٨) أن حلول التشجيع على الانحراف بالمرتبة الأولى يدل على إن هذه المسلسلات تشجع على الانحراف بجميع إشكاله ويخلف حالة من الإرباك داخل المجتمع مما يسهم في زيادة معدلات العنف ويبدو أنها مقصودة من اجل التأثير على مجتمعنا وهذا الانحراف جزءا من الشذوذ الذي أضحي مرضا نفسياً يهدد أو يغزو المجتمع عن طريق تلك المسلسلات ، إما تشجيع تمرد الشباب على الأسرة والمجتمع هذا الموضوع هو الآخر يهدد المنظومة الاجتماعية ومنها الأسر المحافظة ذ إن مثل هكذا مسلسلات تؤدي بالشباب إلى الانجراف وراء العاطفة والمصالح الشخصية حتى ولو كلف هذا التمرد انهيار المجتمع أو على حساب أسرته مما يؤدي إلى إضعاف الروابط الأسرية وتفككها ومن المعروف إن مجتمعاتنا ذات روابط أسرية قوية ومن ثم الإحساس بالانفراد والعزلة والإحباط وتعميق الإحساس بالغرابة حتى ولو كان داخل البلد أو المجتمع الذي يؤويه. وبلغت التكرارات الإضافية (١٠) .

جدول رقم ( ٩ ) يبين تعرض المبحوثين إلى مشاكل بسبب تلك المسلسلات

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	مدى التعرض إلى المشاكل	ت
١	٪٤٦،٤٢	٢٦٠	حالة طلاق	١
٢	٪٢٣،٥٧	١٣٢	مُضايقات أو مُعاكسات	٢
٢	٪ ١٣،٥٧	٧٦	خلاف أسري حاد	٣
٢	٪ ٩،٢٩	٥٢	إنهاء علاقة عاطفية	٤
٣	٪ ٧،١٤	٤٠	حالة انتحار	٥
	٪ ١٠٠	٥٦٠	المجموع	

يشير الجدول رقم (٩) الى الكثير من الحالات التي كنا نتوقع من مجتمع كالعراق ان لا توجد مثل تلك الحالات الخطيرة وان وجدت فهي قليلة جدا أو ربما لا يتم ذكرها بشكل صريح ، فالغريب ظهور تلك الحالات ومن ابرزها (٢٦٠)، حالة طلاق (٧٦) حالة خلاف اسري حاد وكذلك الحال بالنسبة للمضايقات والمعاكسات وهذا مؤشر خطير يبين الأثر الخطير لمشاهدة تلك المسلسلات، إذ يبدو إن الجمهور بدأ يحاكي المشاهد واللقطات التي تبث من حيث الخلاف الأسري أو حالات الطلاق بل وحتى الأسر الأخرى لم تسلم من هذا الأثر حين تتعرض بناتهن إلى المضايقات والمعاكسات في الشارع او في الدوام وما تسببه هذه الحالة من مشكلات كبيرة تصل إلى القتل في أقصى الحالات وهي أيضا تروج للعلاقات بين الشباب من كلا الجنسين سواء كانت محرمة ام غير محرمة .أما الأمر الأكثر خطورة وغرابة هو وجود (٤٠) حالة انتحار وهذه من اخطر الأمور التي تهدد المجتمع وتؤدي إلى انهياره لان قتل النفس أصعب بكثير من قتل نفس أخرى ،إضافة إلى تحريم الشرع لها.

جدول رقم (١٠) يبين نوع الفساد الأخلاقي الذي تركته مشاهدة المسلسلات التركية المدبلجة

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	نوع الفساد الأخلاقي	ت
١	٪ ٦٩،٠٧	٤٠٢	إشاعة العلاقات العاطفية المحرمة	١
٢	٪٢٣، ٧١	١٣٨	إشاعة زنا المحارم	٢
٣	٪ ٧، ٢٢	٤٢	الترويج للعلاقات الجنسية الشاذة	٣
	٪ ١٠٠	٥٨٢	المجموع	

يتبين من الجدول رقم (١٠) إن من أهم الأمور السلبية التي تروج لها أو خلفتها المسلسلات التركية المدبلجة، هي إشاعة العلاقات العاطفية المحرمة بحسب رأي المبحوثين وما أظهره الجدول يوضح ان العلاقات العاطفية محرمة ام غير محرمة هي حق شرعي لكل فرد ليس للمجتمع حق محاسبة او معاقبة، مما يؤدي إلى انتشار المفاسد والجريمة والأطفال غير الشرعيين ، كذلك يؤدي بالشباب والفتاة الى الموت عن طريق العرف (غسل العار ) كما يؤدي إلى عدم الثقة بين الشباب من كلا الجنسين ،فضلا عن ظهور بعض المسلسلات التي تروج إلى زنا المحارم ،كما هو الحال في مسلسل (العشق الممنوع)بين مهند وزوجة عمه (سمر)، كذلك فيها ترويج للعلاقات الجنسية الشاذة ومن المعروف انه مرض نفسي واجتماعي إضافة الى حرمة الدينية ، كما إن جميع الأديان تحارب هذا العمل او المرض ، إلا في بعض الدول التي أعطت حق زواج المثليين وربما تلك المسلسلات تريد الوصول إلى هذه النتيجة حتى ولو على الزمن البعيد المهم تحقيق الأهداف وهذا ما يدركه المبحوثين إلا أنهم يتابعون تلك المسلسلات . وبلغت التكرارات الاضافية (٢٢) .

جدول رقم ( ١١ ) يبين الأفكار التي تروج لها تلك المسلسلات التركية المدبلجة

ت	الأفكار	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	جميعها	٢٤٤	٤٠ %	١
٢	نشر الثقافة ونمط الحياة	١٨٢	٢٩ ، ٨٣ %	٢
٣	تنشيط السياحة	١٠٠	١٦ ، ٤٠ %	٣
٤	التدخلات السياسية	٨٤	١٣ ، ٧٧ %	٤
	المجموع	٦١٠	١٠٠ %	

يشير الجدول رقم (١١) أن حصول جميع تلك الأفكار على المرتبة الأولى بنسبة عالية يؤكد إدراك المبحوثين لخطورة تلك المسلسلات ومدى تأثيرها فضلا عن ذلك تبين مدى التدخل والتأثير الذي أحدثته تلك المسلسلات على الساحة العربية ويؤكد نجاح تلك المسلسلات في تحقيق أهدافها التي رسمت لها ،كما ان المبحوثين أدركوا أن المسلسلات نجحت في نشر الثقافة ونمط الحياة التركية وهذا اعتراف بحصول التأثير بفاعلية من خلال التأثير بأنماط الحياة السطحية والسعي للسفر الى تركيا التي أصبحت حلم الشباب العربي. وبلغت التكرارات الاضافية (٥٠) لأن هذا السؤال يتيح للمبحوثين الإجابة على أكثر من اختيار.

## الخاتمة

للبرامج التلفزيونية أثر ودور كبير في بلورة الشخصية العربية سياسيا وثقافيا واجتماعيا وفي مواجهة عمليات التغيير وآفة التخلف والجهل، كما أسهمت في نمو الوعي القومي والوطني وتوعية المجتمع العربي من خلال تناولها لقضايا المصيرية وتبنيها لمواقفه . إلا إن في السنوات الأخيرة أصبحت تلك البرامج رديئة في المضمون وبعيدة كل البعد عن مجتمعنا العربي وتراثه الزاخر بالانتصارات والمليء بالقيم العربية الأصيلة وأضحى الإعلام العربي هزيلا مما دفع المتلقي العربي لان يصبح مستهلك للبرامج والمسلسلات الغربية ، فضلا عن التي تحمل أفكار وتوجهات بعيدة عن عاداتنا وقيمنا وان كانت تصدر من بلدان إسلامية لما تحمله من برامج تهدد المصلحة القومية والوطنية وتشجع على تبني سلوكيات وأفكار منافية لسلوكيات وأفكار مجتمعاتنا العربية ومن أهم تلك البرامج المسلسلات التركية المدبلجة والتي تحمل بين طياتها أفكار وسلوكيات علمانية تريد فرضها على المجتمع العربي . وبعد ما تم معرفته من أفكار وسلوكيات غريبة تركتها تلك المسلسلات على المجتمع العربي بكافة مكوناته وأطيافه . وتم تأشير العديد من السلبيات على القنوات العربية التي تتبنى بشكل أو بآخر المشروع التركي الذي تحاول ترسيخه في مجتمعنا من خلال تلك المسلسلات ومن أجل كل هذا يأمل الباحثان أن تجد هذه الدراسة وما أظهرته أذان صاغية لتلافي كل ما من شأنه أن يهدد أمتنا العربية في هذه الظروف والفترة الحرجة والخطرة من تاريخ الأمة .

## النتائج

١. إن العدد الاكبر من المبحوثين يشاهدون المسلسلات التركية المدبلجة .
٢. بروز تأثير المسلسلات التركية المدبلجة على المبحوثين بشكل واضح خاصة تأثرهم بجمال الطبيعة والبشر والتعرف على سلوكيات تلك المجتمعات .
٣. الخروج عن المؤلف وتقديم ثقافة اجتماعية واسعة هي أكثر ما يميز المسلسلات التركية المدبلجة .
٤. تأثير المسلسلات المدبلجة بشكل سلبي على سلوكيات الفرد في المجتمع وعلى مستواهم الدراسي .
٥. التشجيع على الانحراف و التقليد الأعمى لبعض المشاهد الشاذة من ابرز التأثيرات السلبية التي تركتها تلك المسلسلات على سلوكيات المبحوثين .
٦. اشاعة المسلسلات التركية للعلاقات المحرمة وزنا المحارم والشذوذ الجنسي في المجتمع .

٧. أن اغلب الاسر لأتشجع على مشاهدة المسلسلات إلا أنهم يسمحون لأبنائهم بمشاهدتها في البيت .
٨. أسهمت المسلسلات المدبلجة في نشر الفساد الأخلاقي في المجتمع العربي والإسلامي . كما تسببت بمشكلات خطيرة على المجتمع العربي والإسلامي ،أبرزها حالات الطلاق وأخطرها حالات الانتحار.
٩. إن تلك المسلسلات تروج للثقافة ونمط الحياة التركية في المجتمع العربي وتمهد للتدخلات السياسية.

### التوصيات

١. ينبغي على القنوات الفضائية العربية أنتاج برامج ومسلسلات تعرف بطبيعة المجتمع الأصيل لغرس قيم الشهامة والبطولة في نفوس المشاهدين والتوعية بمخاطر المسلسلات وأثارها السلبية.
٢. أنشاء مؤسسات إعلامية عربية إسلامية تتبنى المنهج التربوي العربي الإسلامي في الإعلام بأصنافه المختلفة وعلى رأسها الإعلام التلفزيوني الفضائي والانترنت.
٣. ينبغي على الاسرة العربية ان تأخذ دورها التربوي تجاه أبنائها وغرس القيم والروح العربية الإسلامية والتي من شأنها تحصينهم من أي خطر كالمسلسلات التركية المدبلجة .
٤. تفعيل دور المؤسسات التربوية والدينية في مواجهة تلك المسلسلات وما تبثه من سموم .
٥. ينبغي على المؤسسات التعليمية وخصوصا الجامعات والمعاهد تناول أخطار تلك المسلسلات وأثارها السلبية على المجتمع من خلال الندوات والمؤتمرات العلمية وتوعية الطلبة بتلك الأمور.
٦. ينبغي ان تؤدي الحكومات العربية والإسلامية دورا في مواجهة تلك الظواهر الخطيرة عن طريق العمل على منع القنوات العربية من عرض والترويج لتلك المسلسلات المدبلجة.
٧. أن تقوم الدولة بإنشاء مراكز رياضية وترفيهية ونوادي وصلات العاب... الخ ، بغية استقطاب الشباب أثناء العطل الصيفية وأوقات الفراغ لأجل ملء الفراغ القاتل لدى الشباب الذي يدفعهم متابعة تلك المسلسلات إلى ارتكاب المعاصي والجرائم.

## المصادر والقوامش

1. عاطف عدلي العبد ، الرأي العام وطرق قياسه :الاسس النظرية والجوانب المهنية ،القاهرة ، دار الفكر العربي ، 2000 ، 167 .
2. سمير محمد حسين ، بحوث الإعلام،الاسس و المبادئ ، القاهرة ،عالم الكتب ،١٩٧٦،ص١٢٥ .
3. نائل عبد الحافظ ،أساليب البحث العلمي ،(الجامعة الأردنية عمان )،١٩٩٥ص ١٧ .
4. هادي نعمان إلهيتي،الاتصال الجماهيري المنظور الجديد(بغداد،الشؤون الثقافية )،١٩٩٨،ص٦٥
5. ٥-وسام فاضل راضي ود. طالب عبد المجيد ذياب، التعرض للمسلسلات التركية المدبلجة ورأي الجمهور بالمحتوى ألقيمي فيها (بحث منشور ،مجلة الباحث الإعلامي ، العدد الثامن،السنة ،آذار ٢٠١١،مجلة علمية محكمة تصدر عن كلية الإعلام ،جامعة بغداد) ٢٠١٠ .
6. سمير محمد حسين، بحوث الإعلام،ط٢ ( القاهرة ،عالم الكتب)،١٩٩٩،ص١١٠ .
7. سمير محمد حسين ،دراسات في مناهج البحث العلمي :بحوث الإعلام ،ط٢،(القاهرة، عالم الكتب)،١٩٩٩،ص ١٣١ .
8. تقرير نشرته صحيفة حريت التركية في ٢٠٠٨/١٩/١١ على الموقع <http://ar.wikipedia.org/wiki/%D9>
9. <http://montada.rasoulallah.net/index.php?showtopic=18707>
10. جريدة الجزيرة العراقية ،العدد 132 الأحد 22/1/2012
- 11-دراسة اجرتها (اي بي اس او اس) العالمية للأبحاث التسويقية،عام 2010، منشور على الموقع <http://pulpit.alwatanvoice.com/articles/2010/03/11/191876.html>
- ١٢- مها فهد الحجيلان نشر بجريدة ،الوطن السعودية اليومية،العدد (٢٥٧٦)،٢٠٠٨. ١٠.
- ١٣-سالم بن القحطاني،أثر القنوات الفضائية العربية،السعودية أرياض ،مطبعة البدور،٢٠٠١. ١١. ص ١٣٥ .
- [http://www.fatimid-egypt.com/showthread.php?t=17146&page14-](http://www.fatimid-egypt.com/showthread.php?t=17146&page14)
- فتوى شرعية تحرم مشاهدة وبث المسلسلات التركية المدبلجة أصدرها عدد من علماء السعودية15
- [www.fatimid-egypt.com/showthread.php?t=17146&page16](http://www.fatimid-egypt.com/showthread.php?t=17146&page16) في2009،أنظر
- فتوى شرعية تحرم مشاهدة المسلسلات التركية المدبلجة أصدرها فضيلة الشيخ عبد العزيز ال الشيخ
- <http://ar.wikipedia.org/wiki/%D9>مفتي عام المملكة العربية السعودية في 2010،أنظر
- فتوى شرعية تحرم مشاهدة المسلسلات التركية المدبلجة أصدرها فضيلة الشيخ الدكتور17
- عبد المحسن العبيكان المستشار القضائي الخاص ومستشار وزير العدل وعضو مجلس الشورى
- <http://montada.rasoulallah.net/index.php?showtopic=18707>السعودي،أنظر
- فتوى تحرم مشاهدة المسلسلات التركية المدبلجة أصدرها السيد علي السيستاني المرجع الديني18
- <http://www.fatimid-egypt.com> أنظر للشريعة في العالم الإسلامي

-القاضي الشيخ محمد احمد كنعان، أزمات الشباب أسباب وحلول (بيروت لبنان دار البشائر الإسلامي)، 2004ص125.

<http://www.alsumarianews.com/ar/2/33097/news-details-.html-20>

<http://www.iraqcenter.net-21>

٢٢- <http://pulpit.alwatanvoice.com/content/print.html.191876>

٢٣- <http://pulpit.alwatanvoice.com/content/print.html.191876>

٢٤- [www .awda-dawa .com](http://www.awda-dawa.com)

٢٥- جريدة المدينة السعودية اليومية ، في عددها (١٤٥٥٢) ٢٠١١.

٢٦- جريدة المدينة السعودية اليومية ، المصدر السابق .

٢٨- [www.regionalstudiescenter.net/details.php?id=28427](http://www.regionalstudiescenter.net/details.php?id=28427)

٢٨- <http://www.regionalstudiescenter.net/details.php?id=284>

٢٩- <http://www.sahafi.jo/arc/art1.php?id>

٣٠- <http://www.regionalstudiescenter.net/details.php?id=284>

٣١- <http://pulpit.alwatanvoice.com/articles.html.191876/11/03/2010>

٣٢- جلال أمين، عصر الجماهير الغفيرة، (لا يوجد بلد دار الشروق) ٢٠٠٣، ص١٤

٣٣- سالم بن القحطاني، المصدر السابق ص ١٩

٣٤- نزيه الشوفي، الثقافة الهدامة والإعلام الاسود من هيروشيما الى بغداد (منشورات اتحاد الكتاب العرب دمشق سوريا) ، ٢٠٠٥ ، ص٧٩.

٣٥- <http://pulpit.alwatanvoice.com/articles.html.191876/11/03/2010>

٣٦- عبد اللطيف فؤاد إبراهيم، المناهج-أسسها وتنظيماتها وتقويم أثرها، ج ١ ( القاهرة ، مكتبة مصر، ١٩٦٧)، ص٢٧٣-٢٧٤.

٣٧- حميدة سميسم ، نظرية الرأي العام مدخل ، بغداد ، دار الشؤون الثقافية العامة وزارة الثقافة والإعلام ١٩٩٢ ص ٧٤-٧٦.

٣٨- محمود السيد ابو النيل ، علم نفس الاجتماع ،بيروت ،دار النهضة ، ١٩٨٥، ص٤٥١ .

٣٩- محمد صالح جباب، اتجاهات مجلة نيوز ويك في طبعها العربية إزاء التطورات السياسية في العراق، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة بغداد ،كلية الإعلام جامعة بغداد، ٢٠٠٩، ص٣٩.

٤٠- عباس عبد علي الباوي، اثر التدريس باستخدام بعض التقنيات التربوية لتنمية الاتجاهات العلمية للطلبة، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة بغداد، كلية ابن رشد، ١٩٧٧ ص٦٠.

٤١- صالح محمد علي ابو جادو ، سيكولوجية التنشئة الاجتماعية (عمان، دار المسيرة للنشر والتوزيع)، ١٩٨٨، ص٢٢٩

- ٤٢- كريم عكلة حسين، الاتجاهات النفسية للفرد والمجتمع، (بغداد، دار الرسالة) ١٩٨٥، ص ١٢.
- ٤٣- علاء الدين احمد خليفة، الاتجاهات السياسية في الصحافة العراقية بعد الاحتلال الأمريكي (رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة بغداد كلية الإعلام) ٢٠٠٥، ص ٨.
- ٤٤- متي احمد محمود، دور الاتصال في صنع القرار السياسي الأمريكي، (القاهرة، المجلة المصرية لبحوث الإعلام عدد ١٦ حزيران)، ٢٠٠٢، ص ٢٠٥.
- ٤٥- مصطفى فهمي ومحمد علي القطان، علم النفس الاجتماعي، ط ٢، (القاهرة، مكتبة الخانجي)، ١٩٧٧، ص ٢٢٧.
- ٤٦- ملفين ل. ديفلير- ساندرابول - روكيتش، نظريات وسائل الاعلام، ترجمة د-كمال عبد الرؤوف، ط ٣، القاهرة، الدار الدولية للنشر والتوزيع، ١٩٩٩، ص ١٩٩.
- ٤٧- حسن العيدي، وسائل الاتصال بالجمهير والدعاية، ودورها في التعبير عن الرأي العام، حوليات الإعلام، بغداد، جامعة بغداد، كلية الآداب قسم الإعلام العدد الاول، ١٩٨١، ص ٧٩.
- ٤٨- ذوقان عبيدات وزملاؤه، البحث العلمي مفهومه وأداته وأساليبه، (عمان، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع)، ١٩٩٨، ص ١٢٥.
- ٤٩- حافظ ياسين إلهيتي، المسؤولية الاجتماعية للإعلان في تلفزيون العراق (أطروحة دكتوراه، كلية الإعلام، جامعة بغداد)، ٢٠٠٥، ص ٣٣.
- ٥٠- هادي نعمان الهيتي، الاتصال الجماهيري في العراق، وسائله واتجاهاته السياسية (١٩٧٧-١٩٧٨)، أطروحة دكتوراه، غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ١٩٨٠، ص ١٧٠.
- ٥١- محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، (القاهرة، عالم الكتب)، ٢٠٠٠، ص ٢٢.

## الاساليب الاقناعية لتنظيم داعش في تجنيد الافراد (مقاربة علمية)

أ. م. د. أحمد عبد المجيد

كلية الاعلام - جامعة بغداد

### المستخلص

أدى الصعود السريع والتمدد الميداني لتنظيم داعش في كل من العراق وسوريا الى اهتمام المعاهد الاكاديمية والمراكز البحثية بالاساليب الدعائية التي يعتمد عليها في كسب الرأي العام، والى مزيد من تقصي الوسائل الجديدة التي يوظفها التنظيم في اوصول رسائله الى الجمهور، ولاسيما الشباب في مناطق واسعة من العالم، وامكن رصد قيام التنظيم باستعمل وسائل الدعائية التقليدية فيما يتعلق بالدعوة والحرب النفسية ومستوياتها ومواقع التواصل الاجتماعي والمنصات التي تتوزع على الشبكة الدولية (الانترنت). وتسعى هذه الدراسة الى كشف ابرز الاساليب الاقناعية التي يستعملها التنظيم في كسب فئات متعددة من المجتمع وفي نشر افكاره الايديولوجية ذات الطبيعة المتطرفة وما يستخدمه من عمليات نفسية واستمالات عقلية لتحقيق غاياته وتعزيز وجوده في المناطق التي يحتلها التنظيم أو تخضع الى نفوذه.

وترصد الدراسة ايضاً جهوداً اخرى لجهاز الدعاية التابع للتنظيم تتوافق مع الطبيعة التمويهية او التضليلية للتنظيمات الارهابية بشكل عام كاشاعة الصدام بين الفئات والطبقات الاجتماعية وتهيج الحماس والعاطفة واستخدام تقنيات الايضاح الالكتروني الجديد بهدف زيادة التأثير النفسي وذلك ايضاً بالاعتماد على خبرات تم استدراجها للعمل مع أجهزة التنظيم وأموال تم الحصول عليها بطرق عدة.

### وتوصلت الدراسة الى جملة من الاستنتاجات منها

١ - ان داعش أدرك اهمية وقوة الاعلام في كسب الرأي العام واستمالة الانصار والمتعاطفين منذ بدايات ظهوره على يد ابو مصعب الزرقاوي بالاستفادة من تجربة تنظيم القاعدة.

- ٢- ان عوامل قوة مضافة تحققت للتنظيم بعد عمليات التمدد ونجاحه في احتلال المدن في العراق وسوريا نتيجة نمو موارده المالية واستقطابه خبراء وتقنيين جدداً.
- ٣- ان الجهاز الدعائي لداعش استعمل شتى أساليب الاستمالة والعمليات النفسية للايقاع بالشباب والنساء والاطفال لتوسيع رقعة التأييد له ولتنفيذ عمليات مسلحة ذات طبيعة نوعية.
- ٤- استعمل التنظيم الخطباء وأئمة المساجد ومواقع التواصل الاجتماعي والرسوم التقنية المكلمة كالانفوغرافيك والمنتديات الالكترونية، وسائل لتوريث المجندين وتعليمهم طرق الانتماء اليه والقيام بصناعة المتفجرات وغيرها بتزويدهم بالمعلومات عبر شبكة الانترنت.
- ٥- ان داعش يمتلك اذرعاً دعائية عدة تشكل العمود الفقري لجيشه الالكتروني منها مراكز سمعية وبصرية ونتاجية فضلاً عن المطبوعات كمجلات دابق والشامخة والخنساء .
- ٦- ان داعش لا يكتفي بالاعتماد على الاتصال الجماهيري عبر الوسائل الجديدة والتقليدية، حسب بل يعمد الى وسائل الاقناع المباشرة من دعاة مدربين وبعض الممارسات الدعوية الفردية الاحترافية التي تهيج الحماس والعاطفة من اشربة التسجيل العادية والأقراص الممغنطة (سي دي).
- ٧- ان داعش يستخدم التضليل في الكسب عن طريق مبدأ اطلاق التسميات في وجهها الايجابية واستعمال الفاظ التعميم البراقة لخلق عمق تاريخي لتشكيلاته واطهار صلة (الخلافة) المزعومة منه مع الخلافة الاسلامية على عهد الرسول محمد (ص) والخلفاء الراشدين .
- ٨- ان التنظيم يعمد الى تكتيكات الاقناع في علم النفس ويستدرج الشباب والنساء ويُجنّد المؤيدين و تُزرع عقيدته المتشددة في نفوسهم.
- ٩- اظهر داعش الاطفال الذين يسميهم أشبال الخلافة في دعايته عبر سلسلة من الافلام القصيرة بعد ممارسة أساليب التشنئة التدريجية وزجهم في برامج تدريبية نفسية و ميدانية (عسكرية).

## The Persuasive tactics of Daish Organization in Recruiting People

Ph.D. Ahmed abd al-Majeed

### Abstract

*The rapid success and the field dilation of Daish organization in both Iraq and Syria make academic institutes and research centers to pay attention to its propaganda means to gain its public opinion, and to further investigation about new methods employed by this organization to disseminate its messages to the public, particularly young people in large areas of the world. This organization uses traditional propaganda techniques on psychological war and its levels, social network sites and platforms that are distributed online. This study seeks to expose more persuasive methods used by the organization to gain multiple classes of society and to disseminate its extremist ideological thoughts. It also studies the psychological operation and mental deception to achieve its goals and strengthens its presence on the occupied areas. This research also focuses on other Daish's propaganda efforts comparable with the deceptive nature of such terrorist organizations, generally like propaganda of clash between the groups or different social classes, agitation of enthusiasm passion, the use of new electronic technologies of illustration to increase the psychological impact depending on the expertise and funds are obtained in different ways. The study found a number of conclusions, including:*

***The study concludes with the following results:***

***1- Daish organization realizes the importance and power of media to gain public opinion, supporters and sympathizers since the beginning of its appearance representative by Abu Musab al-Zarqawi***

***2- Daish has additional power factors after its dilation and occupied cities in Iraq and Syria as a result of the growth of its financial resources and it polarizes new technical experts.***

**3-The propaganda system of Daish uses various recruit techniques and psychological operations to make youth, women and children be involved to expand its supporters by which it implement special armed operations**

**4- Daish has used the preachers, imams of mosques, social networking sites, info graphics, and electronic forums as a means to implicate recruits and teach them ways of belonging to this organization as well as how to make explosives via the internet.**

**5- It owns several propaganda arms forming the skeleton of its electronic arms including productive and audio-visual centers as well as publications like Dabiq magazine, Alshamilha magazine, and Khansa magazine.**

**6- Daish organization depends not only on mass communication through its new and traditional means, but also uses direct means of persuasions by training preachers and some individual practices to raise enthusiasm and passion by using the normal cassette or compact disk ( CD).**

**7- It uses the deceptive style and bright words to create a historical depth of its formation and show an alleged link of caliphate with the Islamic caliphate in the era of the Prophet Muhammad and his Caliphs.**

**8- Daish relies on persuasive techniques of psychology in order to lure young people and women, to recruit its supporters.**

**9- Daish shows the children, who call them cubs caliphs, in its propaganda through a series of short films. These cubs› caliphs are involved in military, field, and psychological training programs.**

## المقدمة

منذ صعود تنظيم داعش مسرح الصراع المسلح في العراق وسوريا أظهر اهتماماً بارزاً بأساليب الكسب والتجنيد، واستثمر البيئة المحلية والدولية في تطوير ادواته واساليبه الاقناعية التي يتبعها لتجنيد الشباب والنساء واستمالة الاطفال في جميع انحاء العالم. ووظف التنظيم، لهذا الغرض، وسائل الدعاية ومواقع التواصل الاجتماعي وأنشأ مراكز للعاية بالجهد الفكري التنظيري المصاحب للآليات الميدانية المعتمدة في التدريب والتنشئة قبل القيام بعمليات دموية، هجومية او انتحارية.

واستقطب لهذا الغرض خبرات محلية وأجنبية بالاعتماد على موارد مالية كبيرة تجبى بطرق شتى في طليعتها تصدير النفط وتهريب الاثار والفدى لقاء اختطاف الاشخاص وفرض الرسوم الضريبية على المهن الطبية والزراعية وغيرها.

وتسعى هذه الدراسة الى كشف أبرز الاساليب الاقناعية التي يستعملها التنظيم في الكسب والانتشار والعمليات النفسية والاستمالة لتحقيق غاياته وتعزيز وجوده في المناطق التي يحتلها أو تخضع الى نفوذه، فضلاً عن توسيع حضوره العسكري تحت عناوين عريضة تختفي وراء مقولات الشريعة الاسلامية ونهج الخلافة.

## داعش .. النشأة والتمويل

يتبنى تنظيم داعش او مايعرف بتنظيم الدولة الاسلامية في العراق والشام الفكر السلفي الجهادي التكفيرى، لكن هناك رجلاً ينسب اليه دوماً الفضل في استحضار الفكر السلفي الى القرن العشرين هو المفكر المصري سيد قطب وهذا الأخير عمل على توفير جسر بين فكر السعودي عبد الوهاب واسلافه وبين جيل جديد مما يسمى بالجهاديين (١)

ويهدف، بحسب خطابه الدعائي، الى اعادة ما يسميه (الخلافة الاسلامية وتطبيق الشريعة). ويطلق على نفسه في المناطق التي تقع تحت نفوذه اسم (الدولة) للاحاء بانه يملك مقومات دولة ذات رعايا وجغرافيا، فضلاً عن ما يعنيه المفهوم من اكتساب الشرعية امام الرأي العام (٢).

وعملياً فان تنظيم داعش نحا منحى دولة في تنظيم حياة المواطنين في الموصل وربما الرقة واجزاء من حلب، فقد وضع نظاماً لسد الحاجات التموينية واعلن عن عزمه اصدار جواز سفر وعملة نقدية وانشأ محاكم وعين قضاة يفصلون في القضايا بمنطقه الشرعي.

وفي عودة الى جذور هذا التنظيم المسلح فإن ثلاثة من الشخصيات، على الأقل، كان لها الدور المباشر في وصوله الى ما هو عليه واعدائه الخلافة وهم:

- ١ - احمد فاضل نزال الخلايلة المكنى بأبي مصعب الزرقاوي (١٩٦٦ - ٢٠٠٦)
- ٢ - حامد داود محمد خليل الزاوي المكنى بأبي عمر البغدادي (١٩٥٩ - ٢٠١٠)
- ٣ - ابراهيم عواد ابراهيم علي محمد البدري السامرائي، المكنى بأبي بكر البغدادي (١٩٧١ - )

ويعتقد خبراء التنظيمات الجهادية ان الزرقاوي الذي يصفه جان بيار ميللي بـ (الخارج عن الصف) و (سفير القاعدة في بلاد ما بين النهرين) (٣) وضع أسس التنظيم عام ١٩٩٠ ابان وجوده مع أبو محمد المقدسي في افغانستان تحت ما يعرف ببيعة الامام، وان اعداده وزج الانصار اليه تم في سجن سواقة الأردنّي الذي امضى فيه رهطاً من حكم صدر بحق الزرقاوي لمدة ١٥ عاماً. والى الزرقاوي أيضاً يعود الفضل في ادراك التنظيم لأهمية وقوة الاعلام في كسب المؤيدين والمتطوعين واستمالة الانصار والمتعاطفين.

فقد استفاد الزرقاوي من التقدم الاعلامي والمواقع والمنديات الالكترونية التابعة لتنظيم القاعدة الدولي ومن المناهج النظرية التي تعتمدها القاعدة.. وأصبح كل من ينظر ويدافع عنها يذكر الزرقاوي (٤).

وبعد مصرع ابو مصعب بالقرب من بغداد في حزيران ٢٠٠٦، مروراً بالتحويلات التي شهدتها التنظيمات (الجهادية) المسلحة على ارض العراق، اعلن عن تأسيس ما عرف بـ (الدولة الاسلامية في العراق) بقيادة ابو عمر البغدادي. وتسبب هذا التأسيس في استثناء الصراع بين عناصر عدة بينهم ابو حمزة المهاجر وأيمن الظواهري، وكانت المرحلة الفاصلة في تاريخ داعش، انسلاخه عن نهج تنظيم القاعدة العالمي وتحول الزعامة الى ابو بكر البغدادي الذي امتلك حرية اتخاذ القرارات وتشكيل هيكلية جديدة واختيار قيادات بديلة ثم التمدد في مناطق جديدة في العراق.

وشرع التنظيم بالتحول ميدانياً الى شن عمليات حربية هي أقرب الى الحرب النظامية، كما حصل في الموصل والرقّة السورية، مع الاحتفاظ باستراتيجية التدمير الديموي باستخدام السيارات المفخخة والتفجيرات والانتحاريين. وساعدت عوامل موضوعية، سياسية وسواها، على زيادة فاعلية التنظيم في السيطرة على المناطق والزحف نحو المدن والتمدد اعتماداً على الانقسامات الطائفية الحادة والاستقطابات السياسية والتدخلات الخارجية في الشأن العراقي.

## ويرى خبراء ان احتلال المدن وفر لداعش عوامل قوة مضافة منها

١- الحصول على المؤيدين وكسب مزيد من المتعاطفين المضللين ولاسيما ما يصطلح على تسميتهم بـ (الانغماسيين) أي الانتحاريين.

٢- تنويع مصادر التمويل او الدخل. ففي أواخر عام ٢٠١٥ بلغت عائدات داعش نحو ٨٠ مليون دولار شهرياً نصفها يتم الحصول عليه باستيفاء رسوم وضرائب تفرض على مستخدمي شبكة الانترنت والكهرباء وشبكة الهواتف المحمولة فيما تشكل عائدات النفط ٤٣ بالمئة منها. (٥)

أما السبعة بالمئة الباقية فيتم تحصيلها من التبرعات وعمليات تهريب المخدرات والاثار والمقايسة والفدى التي تفرض على المختطفين أو تستحصل بالابتزاز، ويشير عبد الباري عطوان الى ان داعش يجمع ثروته من مصادر أخرى بينها الغنائم العسكرية وتجارة السلاح ونهب البنوك فضلاً عن الدعم الخارجي (٦).

كما تمكن التنظيم من تنويع مصادر تمويله بالاستيلاء على نحو خمس المساحات المزروعة بمحصول الحنطة (القمح) في العراق، فضلاً عن استيلائه على عدد من السايوات (الصوامع) الحكومية لتخزين الحبوب في مناطق سهل نينوى جنوب الموصل، وتمكن من نقلها الى عدد من المطاحن وبيعها في الاسواق ولعل آخر عمليات داعش في هذا المجال هجومه على سايلو أبو غريب ومحاولة التلاعب في كميات المحاصيل المستلمة لحساب وزارة التجارة ومبادلتها مع محاصيل الحنطة في المناطق التي كانت تحت سيطرة التنظيم (٧). وامكن لداعش الحصول على أموال مهمة نتيجة سيطرته على قضاء سنجار وسبي الأيزيديين ومبادلتهم بأموال عبر وسطاء أو أطراف ثالثة، وتراوحت أسعار التبادل بين ٥-٢٥ ألف دولار للمرأة الواحدة (٨). واصدرت منظمة هيومن رايتس وورثس تقريراً يوم ٢٠١٦/٤/١١ كشف معلومات جديدة عن سوق النساء لدى داعش والضغوط التي تعرضن لها طيلة مدة وقوعهن في الأسر. وكشفت عن تعرضهن للتعذيب والاتجار فيهن بين عناصر داعش، غير ان باحثين مختصين في شؤون التنظيم قالوا ان إيرادات التنظيم من المصادر السالفة انخفض منذ العام الماضي بنسبة ٣٠ بالمئة مما اجبره على فرض ضريبة على نصب وتصليح اجهزة استقبال البث الفضائي (ستلايت).

وقال لودوفيتشو كارولينو كبير باحثي مؤسسة (IHS) التي تصدر تقارير دورية عن المناطق التي يسيطر عليها التنظيم انه (في اواخر العام ٢٠١٥ كان دخل داعش الشهري يبلغ نمو ٨٠ مليون دولار لكن ابتداء من آذار- مارس ٢٠١٦ انخفض المبلغ الى ٥٦ مليون دولار) (٩).

٣- ضم الخبراء والمثقفين وضباط الجيش العراقي السابق. اذ تؤكد تقارير استخبارية ان ثلث نواب البغدادي هم من ضباط الجيش العراقي السابق، أما الميزة التي يقدمها هؤلاء فهي تحريك مقاتلي داعش ضمن خطط عسكرية والانتقال من حرب العصابات الى الحروب النظامية بما في ذلك تشغيل منظومات تسيير طائرات بدون طيار التي اسقطت عمليات الانبار منها خلال ٢٤ ساعة طائرتين بناحية العامرية (٢٣ كيلو متراً جنوب الفلوجة<sup>(١٠)</sup>). وبات معروفاً عن تنظيم داعش بأنه يعتمد (الصدمة والرعب) في عملياته، وهذا يعني ان التنظيم لا يتردد ابداً في استخدام كل الوسائل المتاحة من اجل تعزيز قدرته ومفاجأة خصومه، فداعش بات يستهدف منشآت نووية اوربية واخرى كيميائية في سورية والعراق وليبيا وفي دول اخرى. وما يدعم هذه الفكرة هو امتلاكه القدرات المالية وكذلك الخبرات في مجال انتاج القنابل القذرة والاسلحة الكيميائية. واكدت الاستخبارات العراقية مقتل ابومالك في ٢٥ كانون الثاني ٢٠١٥، وهو خبير اسلحة كيميائية في تنظيم داعش، اثر غارة جوية شنها التحالف الدولي قرب الموصل. ويشار الى ان ابي مالك كان خبير اسلحة كيميائية عمل في مصنع لانتاج اسلحة كيميائية زمن النظام العراقي السابق قبل نيسان ٢٠٠٣، اي قبل ان ينضم الى تنظيم القاعدة عام ٢٠٠٥، ثم الى تنظيم داعش. وبعد خسائر داعش الميدانية على الارض من خلال تراجعهم في العراق وسوريا وتفكيك خلاياه الارهابية في المملكة العربية السعودية، اخذ التنظيم يتجه الى تبني عمليات نوعية استخباراتية اكثر من العمليات العسكرية الواسعة، وهو يخطط لتنفيذ هجمات غير تقليدية في عواصم اوربية واقليمية فاعلة في محاربة الارهاب<sup>(١١)</sup>.

### أساليب تطويع الانصار والكسب

يستخدم تنظيم داعش شتى أساليب الاستمالة والترغيب للايقاع بالشباب والنساء وتجنيدهم وتوسيع رقعة التأييد له، لاسيما في المناطق التي يسيطر عليها.

وبذل الجهاز الدعائي المكلف بالتنظير لهذه العملية اساليب عدة حققت نجاحاً واضحاً في مجال الكسب والتجنيد. ولدى التنظيم العديد من المعسكرات التي تتولى تدريب مئات المجندين من الشباب والاطفال والنساء ويتوزع جهد داعش على النحو الآتي<sup>(١٢)</sup>:

١- شباب القرى والارياف لكسبهم عن طريق العزف على وتر الانتقام والثأر والطائفية من خلال الزعم بأن الحكومة المركزية جعلتهم مهمشين وتنوي استبعادهم. ان قادة داعش يجندون شاباً واحداً على الأقل من كل عائلة في الموصل التي يبلغ عدد سكانها نحو ٥،١ مليون نسمة ووضعت قائمة بعقوبات صارمة لكل من ليس على استعداد للقتال بدءاً من ٨٠ جلدة وتنتهي بالاعدام. ويتلقى المجندون اجراً مع مصاريف معيشة، كان حتى وقت قريب ٥٠٠ دولار في الشهر ولكن تم تخفيضها الى حوالي ٣٥٠ دولاراً.

ويقول مصدر محلي لم يشأ الكشف عن اسمه ان المقاتلين الاجانب الذي يقدر عددهم بنحو ١٢٠ الفاً يحصلون على راتب اعلى من ذلك بكثير بدءاً من ٨٠٠ دولار شهرياً (١٣) فيما يقول جيم موير ان الثمانية عشر شهراً الأولى التي اعقبت الاعلان عن قيام التنظيم ارتفع عدد المقاتلين الاجانب الذين توافدوا الى سوريا والعراق للانضمام الى صفوف المجاهدين بشكل كبير.

وبحسب تقديرات منظمة سوفان للاستشارات الامنية في مدينة نيويورك وصل عدد المقاتلين الاجانب الى ٢٧ الف مقاتل قادمين من ٨٦ دولة، ينحدر ما يزيد عن نصفهم من دول في الشرق الاوسط وشمال افريقيا.

ومن الواضح ان فكرة الخلافة كان لها وقع وجاذبية لدى هؤلاء على الرغم من العمليات الوحشية التي يروج لها التنظيم علانية، والتي ربما كانت السبب الرئيسي لاستقطاب البعض.

ويعود الفضل في ذلك الى المهارة الفائقة التي يتمتع بها افراد التنظيم في استخدام الانترنت ووسائل التواصل الاجتماعي كوسيلة للترويج وتبادل الرسائل والتدريب والتأهيل (١٤).

٢- الخطباء وائمة المساجد واساتذة الجامعات والمعاهد الاسلامية والعلمية من خلال الخطب والمحاضرات والنشاطات العقائدية. وكشفت دراسة مسحية أعدها مركز الدراسات الدينية والجغرافيا السياسية أن قادة الجهاديين القادمين من دراسة العلوم والمواد العلمية أكبر بضعفين عن نظرائهم الذين درسوا الشريعة أو مواد متعلقة بالدين في الجامعات. وحللت الدراسة المسحية المعلومات المتوفرة عن نحو ١٠٠ من أكبر قادة الجهاديين الإسلاميين خلال العقود الثلاثة الماضية ووجدت أنه رغم ادعائهم بأنهم يعرفون خفايا الشريعة الإسلامية إلا أنهم لم يحصلوا إلا على قليل من الدراسة في هذا الباب. وتطرح الدراسة اسم أسامة بن لادن الذي تقول إنه درس في مدرسة علمانية ثم درس الاقتصاد وإدارة الأعمال في الجامعة ولم يحصل على درجة علمية رسمية في علوم الشريعة. وتؤكد الدراسة أن أفضل سبل التجنيد للجهاديين هي العلاقات الشخصية وأن أعدادا كبيرة منهم جاءت من فصائل إسلامية سلمية مثل الإخوان المسلمين ثم تبناوا الفكر الجهادي بعد انضمامهم لجماعات أخرى وبدأوا في القتال معها. وتقول الدراسة ان أفكار وعقائد الجماعات الجهادية مرنة وليست جامدة وبالتالي تنقل عدد كبير من الجهاديين بين هذه الجماعات بسهولة ودون عناء (١٥).

٣- مواقع التواصل الاجتماعي والمنتديات والمواقع الجهادية التي تعد اليوم من اهم وسائل توريث الشباب بتبني فكر داعش والقيام بأعمال منافية للسلام والانسانية.

وتعد هذه الوسائل قنوات تبليغ أمينة ودعاية ناجحة تستخدمها قيادة التنظيم في نشر فكرها أو ايديولوجيتها المتطرفة. ودورها لا ينحصر بتقديم التبرعات المختلفة (المالية

والتسليحية) حسب وانما بتشجيع الشباب على التطوع وتزويدهم بالمعلومات عبر الانترنت، وبما يساعدهم في اكمال طرق وخطط الانخراط في صفوف التنظيم وفي كسب مهارات تحضير المتفجرات.

وعبر ثلاثة عوامل يقلص المنتمون الى التنظيمات الارهابية المدة الزمنية لتعلم صناعة القنابل اليدوية بما فيها المتفجرات شديدة الانفجار مثل آر دي اكس وسي ثري وسي فور الى سبعة ايام فقط، وحدد خبير سعودي العوامل الثلاثة، في رغبة التعلم ومهارة البحث والتقصي في شبكة الانترنت وتوافر المواد الاولية المصنعة.

كما يشير الى أهمية عامل رابع هو تعلم لغات أجنبية وفهم وادراك سريع ورغبة الشاب في الانحراف والانضمام الى الخلايا الارهابية، مؤكداً ان كثيراً من الارهابيين تم تعليمهم عن طريق الانترنت في السنوات الماضية، ودعا الخبير الى تحديث دائم على خطر مواقع تعليم الخلايا والقنابل ومنع تداولها في مواقع التواصل الاجتماعي والشبكة العنكبوتية (١٦).

فقد كشفت اعترافات لمسؤولين اعلاميين في تنظيم القاعدة كان من أبرزهم ابو عزام الانصاري مسؤول مجلة (صدى الجهاد) الالكترونية المتطرفة وام اسامة مسؤولة تحرير مجلة الخنساء، عن عمليات استقطاب وتجنيد واسعة كانت تتم عبر شبكة الانترنت (١٧).

كما اكدت تقارير صحفية وجود زيادة ملحوظة في توجه المتطرفين الاسلاميين الى شبكة الانترنت لنشر وترويج افكارهم واستقطاب ملاكات جديدة (١٨).

وكشفت وثائق تتعلق بكيفية صناعة الاسلحة البيولوجية والكيميائية، وكيفية تخليق فايروس مرض الطاعون ونشره، ان محتويات حاسوب لتنظيم داعش يحمل معلومات صادمة وان قناة اخبار الآن أماطت اللثام عن الاف الوثائق وبعضها نشر حصرياً على ما يسمى الشبكة الخفية والشبكة السوداء، وتعرف باللغة الانكليزية **The deep dark web**، وهي جزء من الانترنت يصعب اختراقه لعدم ادراجه من قبل محركات البحث، ومن بين الملفات وثيقة مؤلفة من ١٩ صفحة تثبت ان داعش مهتم بكيفية تصنيع السلاح البيولوجي وكذلك جرثومة مرض الطاعون (١٩).

وكان التنظيم قد استخدم قذائف تحمل غازي الخردل والكلور في عمليات ضد قوات البيشمركة على بعد ٦٠ كيلو متراً جنوب غرب اربيل، بحسب ما افادت صحيفة وول ستريت جونال نقلاً عن مسؤولين امريكان رفيعي المستوى. (٢٠) وضد المدنيين من اهالي ناحية تازة وقصبة بشير في محافظة كركوك التي تمثل احدث فصول استخدام داعش للغازات السامة ولاسيما الخردل الذي وصفه الخبير العراقي عماد علو في صحيفة (الزمان) بعدد يوم ٢٠١٦/٥/١٠ بأنه (المفضل من داعش لايقاع اكبر الخسائر بالمدنيين).

وعبر جهد دولي حاولت اللجنة الخاصة بموضوع الارهاب التابعة للأمم المتحدة حرمان التنظيمات الارهابية من تسخير الاعلام لتحقيق اهدافها، واقترحت اللجنة على الدول حصر تغطيتها الاخبارية للاعمال الارهابية في حدود ضيقة وذلك لحرمان الارهابيين من ايصال رسائلهم الى الرأي العام والحصول على اكبر دعاية دولية ممكنة لعملياتهم (٢١).

وحذت الدول العربية حذواً مماثلاً وقرر وزراء اعلامها في تموز ١٩٩٣ وضع آليات لمواجهة التطرف والارهاب وضرورة توعية الرأي العام الداخلي والخارجي بمخاطره عن طريق القيام بحملات توعوية. وانتقل مجلس وزراء الاعلام العرب في عام ٢٠١٥ الى خطوات اكثر عملية في مواجهة خطر الارهاب باعلان ٢١ نيسان من كل عام يوماً للاعلام العربي متخذاً شعار (الاعلام في مواجهة خطر الارهاب) باحتفالات سنوية تشهدها الدول العربية.

وفي الدورة ٢٨ لسنة ١٩٩٥ وافق مجلس وزراء الاعلام العرب على الزام وسائل الاعلام بعدم نشر الاخبار التي تشجع على الارهاب والتطرف. وفي عام ٢٠٠٩ اغلقت الولايات المتحدة معظم المواقع الالكترونية والمنتديات الاصولية التابعة لتنظيم القاعدة خشية ورود تسجيلات تحريضية صوتية كانت ام مرئية لزعماء التنظيم، كما فرضت عديد من الدول بينها العراق رقابة مشددة على الانترنت وحجبت بعض مواقع التواصل الاجتماعي، كما اقامت مرصد للمتابعة والملاحقة تتولى حجب المواقع التابعة للارهاب وفي مقدمتها داعش. وأصدر الرئيس العراقي فؤاد معصوم مرسوماً تم بمقتضاه حظر مواقع تنظيم داعش في جميع الشبكات العنكبوتية والقنوات الفضائية ووسائل الاعلام والمواقع المحرّضة او الممهدة او المجمدة او المروجة او المبررة للجرائم الارهابية كافة.

وألزم القرار الجهات المعنية والقضاء بتنفيذ الأمر. ويبدو هذا التفصيل في توصيف وسائل الاتصال مفيداً، في رأينا، لحصر الحظر اولاً ومنع الاجتهاد ثانياً وبما يمنع التعسف في التطبيق بالنسبة للأجهزة التنفيذية (٢٢).

ويستثمر داعش الخبرات التقنية العالية في تنوع الحسابات والصفحات المؤيدة والمعبرة عن فكره في موقعي تويتر وفيسبوك. واطهر مسح أجرته باحثه في الدكتوراه، نشرف عليها في كلية الاعلام بجامعة بغداد، ان داعش يكرس جهده في فتح مئات الحسابات على تويتر على نحو خاص، كما يجتهد في حذفها أو ابطالها وتجديد بدائل عنها، وذلك أما بقصد التمويه أو المحافظة على سرية المصدر أو بقصد اشغال الجهات المعنية (الحكومية وغير الحكومية) عند المتابعة والرصد واستنزاف وقتها. ويستعمل الارهابيون وسائل الانترنت المتوفرة عالية السرعة ووسائل سوفت وورد للتحريير المقرصن عليها ومواقع الشبكة المجانية لتحميل الفيالات للوصول الى مشاهديهم بكلفة رخيصة وتقريباً من

دون الاسم، وبتوزيعهم لموادهم عبر الانترنت بدل استخدام رجال التوسط الاوربيون، فان الجهاديين جعلوا من أنفسهم فعلياً عصيين على التعقب (٢٣).

ويمتلك تنظيم داعش اذرعاً دعائية عدة تشكل العمود الفقري لجيشه الالكتروني منها مركز الحياة الاعلامي المتخصص في مخاطبة الغرب بلغات عدة، ومركز الفاروق ومركز اليقين ومركز الاعتصام ومؤسسة الفرقان للانتاج الاعلامي ووكالة اعماق الاخبارية التي اوردت يوم ٢٢ نيسان ٢٠١٦ نبأ أسر طيار سوري تحطمت طائرته جنوب شرقي دمشق يدعى عزام عيد من مواليد حماة (٢٤). وتنتج مؤسسة الفرقان اشربة وافلاماً تصدر رسائل اخبارية وتبث اخباراً وصوراً على الانترنت وانستغرام ويوتيوب وفيسبوك وتدير محطات راديو. وعمد التنظيم الى اطلاق اذاعة في الموصل للابلاغ عن انشطته المختلفة وايصال بلاغاته ورسائله الى الجمهور، قبل ان يتم قصفها مطلع نيسان ٢٠١٦ بطائرات التحالف الدولي تمهيداً لتحرير المدينة، وبالمقابل اطلقت وزارة الدفاع العراقية اذاعة بديلة يديرها الجيش تبث توجيهات الى الأهالي من مقرها في مخور وتحذرهم بالابتعاد عن تجمعات ومقار داعش، وهي مستمرة في البث منذ نحو ثلاثة أشهر (٢٥).

كما يصدر التنظيم مجلة بأسم (دابق) و (الشامخة) التي تصدر بخمس لغات عالمية فضلاً عن مؤسسات، الخلافة واجناد للانتاج الاعلامي والغرباء للاعلام والاسراء للانتاج الاعلامي والصقيل والوفاء ونسائم للانتاج الصوتي. ولا توجد احصائية دقيقة عن عدد متابعي منتجات هذه المؤسسات لكن احدى المتابعات لاننتاجها تشير الى ان قراء صحافة داعش الالكترونيين يتجاوزون ٢٥ ألف مشاهد. ونرى ان هذا العدد في تزايد نتيجة قيام وسائل الاعلام الدولية بتغطية عمليات داعش المسلحة وتكرار بثها على مدار الساعة مما يحفز فضول المتلقين ولاسيما من فئات الشباب والمراهقين فيعمدون الى ملاحقتها وتتبعها على مواقع التواصل الاجتماعي المؤيدة .

ويصف خبراء الانتاج الفلمي والصوتي الاعمال المعروضة على مواقع التنظيم بامتلاكها كثيراً من خصائص المادة الاحترافية بحكم استخدامها تقنيات اخراجية ولونية ورموزاً من شأنها ان تضي عليها مزيداً من الاقناع والقبول والتعاطف. فعملية احراق الطيار الاردني الاسير معاذ الكساسبة التي تم نقلها عبر فلم قصير بث في ٢/٣/٢٠١٥ تمت باخراج احترافي قال مراقبون انه ليس معقولاً ان التنظيم قادر عليه، فيما يرى مروان شحادة الخبير بالجماعات المتطرفة ان اعداداً هائلة من المحاربين الغربيين او أولئك الذين ولدوا وترعرعوا في بلدان الغرب وانظموا الى داعش فيهم من هو متخصص في السينما والاعلام، الارجح هم الذين قاموا بانتاج هذه المقاطع.

كما قام داعش بانتاج فيلم بكلفة ١٠ ملايين دولار لعملية ذبح ٢١ من الاقباط

المصريين واستخدم التنظيم فيه احدث الكاميرات واساليب الاخراج والتقنيات بحسب ما اكده وزير الاعلام المصري السابق سامي الشريف (٢٦).

ويستخدم جهاز الدعاية لدى داعش وسائل اقناع فنية لاظهار مدى قوة والتزام مقاتليه. فقد نشر عام ٢٠١٤ مقطعاً فيديوياً لمقاتلين أجنب تابعين للتنظيم في سوريا يحرقون جوازات سفرهم ليعلموا التزامهم الدائم بالجهاد. والفلم المصور، بشكل محترف، يقدم رسالة تشير الى التزام مقاتلي داعش بالعمليات المسلحة وعدم مغادرة سوريا الا بعد تحقيق أهدافهم (٢٧). وعزز جهاز الدعاية لدى داعش أساليبه الفنية في عرض المحتوى الاعلامي باستخدام تقنيات الايضاح الجديد أو ما يعرف بـ (الانفوغرافيك) من منطلق ادراكه حقائق علمية اكدت ان هذا الفن الاخراجي سهل الاستيعاب وممتع للمشاركة ويزيد التفاعل بشكل كبير، وأشارت دراسة الى ان (نسبة الزيادة في زيارات المواقع التي تستخدم الانفوغرافيك تبلغ ١٢ بالمئة) (٢٨). ويعوض الانفوغرافيك عن المزايا التي تنطوي عليها الصورة الميدانية، فهو مزيج منها ومن وسائل مكملة أخرى كالخطوط والرسوم البيانية والتخطيطات اليدوية، فالمجتمع الحالي يعيش واقعاً من المتشابهات ومن ذلك الصورة. التي قد تحمل معنى دلاليّاً قيماً، وذلك محدود في الزمن المعاصر. وقد تستدرج الانسان الى اهوائه، وذلك هو السائد في الثقافة الجماهيرية التي تبتها الوسائل السمعية البصرية. وعلى هذا فان المسافة بين ما هو سالب وموجب قد تقلصت في غياب القيم وتغييب العقل واثارة الغزائرة (٢٩).

٤- وينصب جهد داعش أيضاً في الكسب والتطويع والتجنيد على الممارسات الفردية الدعوية التي تلجأ الى تهيج الحماس والعاطفة التي يمارسها دعاة التجنيد على الفئات المستهدفة، وذلك بهدف زيادة التأثير النفسي عليهم واعتماداً على كتيبات او كراسات وكاسيتات (اشرطة مسجلة) واحياناً اشرطة وأقراص ممغنطة صوتية تضم عبارات حماسية تهدف الى اثاره المتطوع وحمله على الانتقام بحجة تهميش الطائفة أو عزلها أو حرمانها من التوزيع العادل للثروة. والدعوة تعني نشر فكرة معينة بهدف اقناع الاخرين بها مستخدمين في ذلك الحجة والمنطق والتفكير العلمي السليم (الاستمالة العقلية) وغالباً ما تكون هذه الفكرة ذات مضمون ديني او عقيدي أو سياسي يقوم أساساً على الصراحة التي تسعى لنقل الحقيقة الى شخص يؤمن او عليه ان يؤمن بها (٣٠).

ويمكن اضافة جهود أخرى حركية تتوافق مع الطبيعة التمويهية أو الاحتيالية للتنظيمات الارهابية والانظمة القمعية تتمثل باسلوب اشاعة الاحتراب بين الفئات الاجتماعية والطبقات كالصدام العشائري وخلق النموذج (الوجيه) البديل لكسب تأييده من جهة والاستغناء عن تردد البديل الاصلي. وبهذا الشأن عمد التنظيم الى اسلوب منح المشيخة لمغمورين او محتاجين الى الوجاهة واظهار نوع من التأييد المطلق وأخذ البيعة منهم اليه. وهو النوع

الذي عرف بين اهالي الموصل بـ (شيوخ داعش)، حيث اقدم على استدعاء العشرات من الاشخاص المغمورين من شتى المناطق والقبائل ومنحهم القاباً، كما وزع عليهم العباءات العربية والاسلحة (٣١).

٥- ويعمد تنظيم داعش بهدف كسب الشباب وتطويعهم الى ما يعرف بقاعدة اطلاق التسميات والفاظ التعميم البراقة في الدعاية، من خلال تشكيل افواج أو كتائب مسلحة تابعة للتنظيم تحت اسماء تاريخية أو رمزية موحية لخلق نوع من الامتداد مع الماضي أو أظهرار الصلة التي تربط (الخلافة) كدولة التنظيم بالخلافة الاولى والحقبة الرسالية، ومن ذلك تسمية كتيبة دابق وجيش الخلافة وجيش العسرة وكتائب الاقتحامات وعائشة بنت أبي بكر، أول الخلفاء الراشدين والخنساء، وهي تماضر بنت عمرو بن الحارث، شاعرة عاشت اكثر عمرها في الجاهلية وادركت الاسلام واجود شعرها في رثاء اخويها صخر ومعاوية، وقدمت اربعة من أولادها في معركة تحرير العراق (معركة القادسية ٦٣٧م) ولما قتلوا قالت: الحمد لله الذي شرفني بقتلهم (٣٢).

وتعول قيادات داعش على هذه التشكيلات، ميدانياً في اغراض حماية المدن والدفاع عنها او زجها بمعارك مع الجيس النظامي، فكتيبة دابق التي تم تدميرها بضربة جوية في مدينة هيت تضم ٣٠٠ مقاتل بضمنهم عرب واجانب الجنسية يرافقهم انتحاريون يملكون افضل العجلات المسلحة.

ونعتقد ان جهاز الدعاية لدى داعش يعتمد تكنيكات معروفة في علم النفس الاجتماعي لترسيخ فكرة البقاء والتمدد وامكانية اقامة دولة الخلافة على الاراضي التي يسيطر عليها، وتقوم على مبدأي الاقتراب والتجنب في الاقتناع، وأضفى عالما الاجتماع اريك نولز من جامعة اركنساس وجي لين من جامعة وايدز صفه رسمية على المبدأين المذكورين بتسميتهما الأول ألفا، ويتعلق بزيادة جاذبية شيء ما، والثاني أوميغا ويتعلق بتخفيض المقاومة المحيطة بشيء ما، واطلق العالمان على هذين الاسلوبين المتجاورين والمتباينين للاقتناع اسم (نموذج الاقتراب والتجنب) في علم النفس. اذ يمكنك اقناعي بشيء عن طريق دفعي الى الاقتراب منه، وتقليل الاسباب التي قد تكون لدي لتجنبه... ومع الوفرة والاغراق في المعلومات التي توفرها وسائل الاعلام على مدار الساعة تتضافر عوامل نفسية يعتمدها داعش وتعمل على خلق تداعياتها وتفاعلاتها ظروف الواقع العربي والمحلي، يوفر الضغط سبلاً ومرجعيات تدفع الى استدرج الشباب وبقية الشرائح الاجتماعية الى التورط والانخراط في التنظيم وتنجح القوة الناعمة عبر وسائل الاتصال ومواقع التواصل في احداث التأثير والجذب والحشد الجماهيري أو التعبئة. وامام الوفرة الغزيرة من المعلومات صار الانتباه هو الشيء النادر على حد تعبير كاتب سعودي.

ان عمليات غسل الدماغ تترابط بآليات التجنيد الارهابي والانحراف الفكري. وعمليات غسل المخ او الاقناع الاجباري هي محاولة تستخدم لتوجيه الفكر الانساني او العمل ضد رغبة الفرد الحر، اي ضد ارادته وعقله وتتم من خلال مرحلتين أساسيتين هما: مرحلة العزل ومرحلة الغرس وعبرها يتم تلقين وغرس الافكار والعقائد الجديدة المطلوب توصيلها من المخطط الى الهدف مع حمل الهدف وتشجيعه على تعلم معايير سلوكية جديدة (الاقناع بالواقع المزيف) (٣٣).

ونتيجة التدفق الدائم بالواقع والاحداث والتصورات والوعود يندفع المستهلكون أو المستقبلون للرسائل الاتصالية، الى الاستسلام النفسي والانتظام في المجموعات المماثلة، حيث تبدأ عمليات نفسية مكملة بترسيخ الافكار سواء أكانت ايدولوجية أو دينية (عقيدية)، وتقود هذه العملية الى:

١. وهم صواب الفكرة (معداي باطل أو خاطئ)

٢. رفض قبول الآخر وشيوع مفاهيم الاساءة الى الموروث الفكري المحلي المتسم بالاجابية والتعايش واحترام السلم الأهلي، واحلال اشكال دخيلة بديلة توهم بأحقية النوع وفرادة العنصر والطائفة.

وتحذر الدراسات الاكاديمية من قصور الاستراتيجيات الأمنية الحكومية التي تنطوي على اشكاليات عدة في واقع الممارسة. (٣٤).

ويتحمل تراجع اداء الاعلام الحكومي دوراً في نجاح داعش في القيام بعمليات نفسية تبدأ بأستهداف معنويات الجنود ولا تنتهي بنشر الشائعات التي تهدف الى تحطيم التماسك الداخلي للمواطنين وزرع الخوف في قلوبهم، حيث يكون (احتمال ظهور شائعة بصدد حدث من الاحداث دالة، عكسية لكمية الاعلام التي تقدمها الاقنية الرسمية عن هذا الحدث، فالافراد يعوضون نقصاً في المصادر المؤسسية، اذ يعدون قولهم الخاص، ويفترض المرء على هذا النحو ان الافراد يحسون بالحاجة الى حد ادنى من الاعلام وانهم يسعون الى تلبية هذه الحاجة بوسائلهم الخاصة) (٣٥).

ولاشك في ان مواقع فيسبوك الذي تعد نسبة المشتركين العراقيين فيه عالية، واحدة من أهم تلك الوسائل، حيث يتم تناقل الاخبار المفبركة والاحداث غير المؤكدة بوصفها حقائق ثابتة، يتم التلاعب بها أيضاً واعادة صياغتها او انتاجها ليجد الجهاز الدعائي لداعش بذلك ضالته فيها حتى يجري دحضها أو اكتشاف نتائج مغايرة بشأنها وان ذلك غالباً ما يحتاج الى وقت طويل. في المقابل نجحت استراتيجية التنظيمات الارهابية ومنها داعش في اتاحة الفرص للمرأة على سبيل المثال، لممارسة الادوار الرئيسية المختلفة في قضايا الارهاب.

## وبهذا الشأن شمل النشاط النسوي مجالات عدة منها (٣٦):

أ- المجال الاعلامي: وهو اوسع المجالات التي جندت فيها المرأة، اذ تقدر نسبة العاملات في هذا المجال بنحو ٤٠ بالمئة.

ب- المجال الدعوي: بالنظر لما تتمتع به المرأة من قدرات التأثير في الآخرين ولاسيما المحيط العائلي والمجتمعي حيث تتحلّى بسهولة اقناع البسطاء للتطوع.

ج- المجال الاستخباري: وذلك لما تتصف به من تقاليد المحافظة والتستر والاختفاء وراء الحجاب، فضلاً عن تساهل معهود من الأجهزة الامنية ازاءها مما يمكنها من تجاوز الحواجز والسيطرات. (عدائية النظرة والمنطق).

٣- اليأس من التحول الايجابي بالاساليب والوسائل الاقناعية السلمية.

٤- قبول مبدأ التصفية الجسدية واعتماد اساليب الاكراه والحرب الجسدية الدموية (القتل الاعمى).

٥- انتشار التطرف، لاسيما، بين افراد العائلة والمحيط القريب، وغالباً ما تكون المرأة الضحية الأولى فيه، وأمكن لداعش استغلال مناخ الضغط الاجتماعي والعبث النفسي والحرمان العاطفي لدى النساء في المجتمعات العربية والبيئات المهمشة في الغرب، وبالتالي تجنيد اعداد من النساء للقيام بعمليات انتحارية. فقد استخدم ابو مصعب الزرقاوي النساء في عمليات خارج العراق كجريمة تفجير الفنادق في عمان التي نفذتها ساجدة الريشاوي. كما شاركت نساء أوريبيات متزوجات بعرب في عمليات مماثلة كما ريبيل ديجو كيبه المتزوجة من مغربي وقد صحبها الى العراق للقيام بعملية انتحارية عام ٢٠٠٥.

وتندرج عمليات ما يسمى بـ (جهاد النكاح) ضمن اشكال التجنيد والكسب وتوظيف الامكانيات ومنها الجهاد الالكتروني. ووضح مرصد الفتاوى التكفيرية والآراء المتشددة التابع لدار الافتاء المصرية في تقرير له ان (المنتديات الالكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي أضحت الاداة الأهم في يد الجماعات الارهابية واولها تنظيم داعش لنشر افكارها ومعتقداتها ووضع خططها وتنفيذ اهدافها وتجنيد اعضائها وان عدد المواقع المحسوبة لهذه الجماعات ارتفع بشكل كبير خلال المرحلة الأخيرة) (٣٧). أما بالنسبة للأطفال الذين

يطلق عليهم داعش وصف اشبال الخلافة، فقد أظهرهم التنظيم وبشكل ملحوظ في دعاياته واصدر سلسلة افلام قصيرة عن نشاطاتهم وعمليات تدريبهم وصورهم في اعمار ١٠ - ١٥ سنة يقومون بأعمال اجرامية فظيعة تحت اشراف اعضاء في التنظيم. ويصور أحد الفيديوهات الفتيان يتمنون على الرماية الداخلية التي تستخدم لتدريب المجندين بالذخيرة الحية لاكتساب مهارات التسلل الى المباني والسيطرة عليها، ويتعلمون ايضاً كيفية اخضاع الساكنين في المنازل والسيطرة عليهم لاستخدامهم كرهائن محتملين.

ويتم تدريب الفتيان ايضاً على كيفية نصب الكمائن لسيارات متحركة. وظهر شريط فيديو قصير يوم ٤ تموز ٢٠١٥ اطفالاً يعدمون ٢٥ جندياً سورياً، وفي شريط مدته ٢٢ دقيقة عن مذبحه سبايكر في تكريت شارك هؤلاء الاطفال في تنفيذ الاعدامات (٣٨).

ويحصل التنظيم على اشبال الخلافة بطرق عدة فبعضهم ولدوا لمقاتلين اجانب او محليين أو مهاجرين وبعضهم تم التخلي عنهم ووجدوا طريقهم الى دور الايتام التي يسيطر عليها تنظيم داعش، أو الذين انتزعوا قسراً من عوائلهم، فضلاً عن اولئك الذين انضموا طواعية للتنظيم.

ويسلك داعش مع الاطفال اسلوب التنشئة الاجتماعية المتعاقب أو التدريجي ويقدم لهم ألعاباً مجانية وحلوى لمجرد التظاهر ويزجهم في تجمعات واجتماعات محاطة باعلام داعش السود ( اعلام دولة الخلافة).

كما يتم تشجيعهم وبشكل روتيني على حضور الاعدامات العلنية ويكافئهم ويتم الثناء على الاطفال الذين يشهرون السلاح خلال التصوير امام الكاميرات، ويمتلك داعش الكثير من القواسم المشتركة مع جماعة (نمور التاميل) السريلانكية التي تستخدم الدعاية في المدارس لجذب المجندين الشباب، كما يولد داعش شعوراً بالفخر والهيبة والمنافسة داخل الطلاب، في تنظيمات فرعية تسمى (نادي الاشبال) ليكون كل طفل مؤهلاً للتدريب العسكري (٣٩).

## الاستنتاجات

### مما تقدم يمكن استنتاج المؤشرات الآتية

- ١- ان داعش اردك اهمية وقوة الاعلام في كسب الرأي العام واستمالة الانصار والمتعاطفين منذ بدايات ظهوره على يد ابو مصعب الزرقاوي بالاستفادة من تجربة تنظيم القاعدة.
- ٢- ان عوامل قوة مضافة تحققت للتنظيم بعد عمليات التمدد ونجاحه في احتلال المدن في العراق وسوريا نتيجة نمو موارده المالية واستقطابه خبراء وتقنيين جدداً.
- ٣- ان الجهاز الدعائي لداعش استخدم شتى أساليب الاستمالة والعمليات النفسية للايقاع بالشباب والنساء والاطفال لتوسيع رقعة التأييد له وتنفيذ عمليات مسلحة ذات طبيعة نوعية.
- ٤- ان/ التنظيم استخدام الخطباء وأئمة المساجد ومواقع التواصل الاجتماعي والرسوم التقنية المكملة كالانفوغرافيك والمنتديات الالكترونية، وسائل لتوريط المجندين وتعليمهم طرق الانتماء اليه والقيام بصناعة المتفجرات وغيرها من خلال تزويدهم بالمعلومات عبر شبكة الانترنت.
- ٥- ان داعش يمتلك اذرعاً دعائية عدة تشكل العمود الفقري لجيشه الالكتروني منها مراكز سمعية وبصرية ونتاجية فضلاً عن المطبوعات كمجلات دابق والشامخة والخنساء.
- ٦- ان داعش لا يكتفي بالاعتماد على الاتصال الجماهيري عبر الوسائل الجديدة والتقليدية، حسب بل يعمد الى وسائل الاقناع المباشرة من خلال دعاة مدربين وبعض الممارسات الدعوية الفردية الاحترافية التي تهيج الحماس والعاطفة من خلال اشربة التسجيل العادية والأقرص الممغنطة (سي دي).
- ٧- ان داعش يستخدم التضليل في الكسب من خلال مبدأ اطلاق التسميات في وجهها الايجابي واستخدام الفاظ التعميم البراقة لخلق عمق تاريخي لتشكيلاته واطهار صلة (الخلافة) المزعومة منه مع الخلافة الاسلامية على عهد الرسول محمد (ص) والخلفاء الراشدين.
- ٨- ان التنظيم يعمد الى تكتيكات الاقناع في علم النفس ويستخدمها في استدراج الشباب والنساء وتجنيد المؤيدين وزرع عقيدته المتشددة في نفوسهم.
- ٩- اظهر داعش الاطفال الذين يسميهم اشبال الخلافة في دعايته عبر سلسلة من الافلام القصيرة بعد ممارسة أساليب التشنئة التدريجية وزجهم في برامج تدريبية نفسية و ميدانية (عسكرية).

## الهوامش

- ١- جيم موير- تنظيم الدولة الاسلامية- القصة الكاملة- بي بي سي نيوز، يوم ٢٧/٤/٢٠١٦ وللمزيد انظر: (شعبان الشمري، نظرية التفكيك للنص الديني عند العقل التكفيري، بيروت: مركز الحجاز الدولي للدراسات الاسلامية، ٢٠١٤) كما ينظر الى: (مناهة الحاكمة- اخطاء الجهاديين في فهم ابن تيمية، بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، ٢٠١٥).
- ٢- عمر فاروق، داعش سفراء جهنم، القاهرة: كنوز للنشر والتوزيع، ٢٠١٥ ص ١٥.
- ٣- عبد الحليم حمود، اعلام القاعدة واساليب الجهاد الاعلامي، بيروت: مركز الدراسات والترجمة ٢٠١٠، ص ١١٦.
- ٤- هشام الهاشمي، عالم داعش، لندن: دار الحكمة للنشر والتوزيع، ٢٠١٥، ص ٢٧.
- ٥- عمر فاروق، مصدر سابق، ص ٣٢.
- ٦- عبد الباري عطوان، الدولة الاسلامية- الجذور، التوحش، المستقبل، بيروت: دار الساقى، ٢٠١٥، ص ٣٠.
- ٧- انظرالتغطية الاعلامية لهذا الهجوم وتداعياته للمدة من ١-٢٨ كانون الثاني ٢٠١٦.
- ٨- مسؤولون في اقليم كردستان ابلغوا الباحث بذلك. اتصال هاتفي مع احدهم مساء يوم ١٢/٤/٢٠١٦.
- ٩- بي بي سي- يوم ١٧/٤/٢٠١٦.
- ١٠- السومرية نيوز، السبت ١٦/٤/٢٠١٦.
- ١١- الوطن السعودية- عدد يوم ٨/٥/٢٠١٦.
- ١٢- الفريق الركن حامد سالم الزيايدي، الحرب النفسية- تأثيراتها والنتائج المترتبة عليها والوسائل المستخدمة لشنها، بغداد: دار الجواهري للنشر والتوزيع، ٢٠١٦، ص ٨١-٨٢.
- ١٣- باتريك كوكرن، الجهات الخاصة المانحة من دول الخليج النفطية تساعد في تمويل رواتب ١٠٠ الف مقاتل من داعش، صحيفة الاند بندنيت البريطانية، ٢٢/٢/٢٠١٥، نقلاً عن: حصاد البيان، حزيران ٢٠١٥، الحلقة ١ بغداد: مركز البيان للدراسات والتخطيط، ص ١٨٢.
- ١٤- جيم موير، مصدر سابق.
- ١٥- بي بي سي، السبت ٢٣/٤/٢٠١٥.
- ١٦- الوطن السعودية، ٥/١٠/٢٠١٥.
- ١٧- عبد الحليم حمود، مصدر سابق، ص ١٥٩.
- ١٨- المصدر ذاته، ص ١٤٧.
- ١٩- الوطن السعودية ٨/٥/٢٠١٦، مصدر سابق.
- ٢٠- موقع راديو سوا، يوم ١٤/٨/٢٠١٦.

- ٢١- عبد الحليم حمود، مصدر سابق ص ٤٣ .
- ٢٢- الموقع الالكتروني لرئاسة الجمهورية يوم ٢٠١٦/٤/١٣ .
- ٢٣- ابو غريب والارهاب والميديا قراءات في اوراق اعلامية، تحرير وترجمة: أمير دوشي، بغداد: دار الينابيع للطباعة والنشر والتوزيع، ٢٠١٠، ص ١٠٦ .
- ٢٤- رويترز يوم ٢٠١٦/٤/٢٢ .
- ٢٥- (الزمان)- طبعة العراق- عدد يوم ٢٠١٦/٤/١٤ .
- ٢٦- باتريك كويبران، داعش عودة الجهاديين، ترجمة ميشلين حبيب، بيروت: دار الساقى، ٢٠١٥، ٤١ .
- ٢٧- (الوطن) السعودية ٢٠١٥/٢/٢٥ .
- ٢٨- ٢٠١٥ / ١١ / ٢٠ ، mois abusoloh, http: neomam.com , وللمزيد عن اهمية هذه الرسوم راجع: mark smicik las, the power of Infographics, usa, Indiana: ٢٠١٢ , que
- ٢٩- عبد الرحمن عربي وآخرون، العرب والاعلام الفضائي، بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، سلسلة كتب المستقبل العربي ٣٤، ٢٠٠٤، ص ٢٤ .
- ٣٠- سامية ابو النصر، الاعلام والعمليات النفسية في ظل الحروب المعاصرة واستراتيجية المواجهة، القاهرة: دار النشر للجامعات، ٢٠١٢، ص ٦٤ .
- ٣١- انظر تفاصيل ذلك في تقرير اعده من محافظة نينوى: خدر خلات (الصباح الجديد) البغدادية، عدد يوم ٢٠١٦/٤/١٠ .
- ٣٢- محمد شفيق غربال، الموسوعة العربية الميسرة، بيروت: دار الشعب ومؤسسة فرانكلين للطباعة والنشر، ١٩٦٥، ص ٧٦٦ .
- ٣٣- سامية أبو النصر، مصدر سابق، ص ٥٠ .
- ٣٤- للمزيد انظر: (اكرم فرج الربيعي- وسعد معن الموسوي، الاعلام والمنظومة الأمنية- رؤية تحليلية في الاعلام الامني التخصصي، بغداد: دار انس للتصميم والطباعة، ٢٠١٤، ص ٦٨-٦٩ .
- ٣٥- ميشال لويس روكيت، الشائعات، ترجمة: وجيه أسعد، دمشق: دار البشائر للطباعة والنشر والتوزيع، ١٩٩٤، ص ١٨ .
- ٣٦- الفريق الركن حامد سالم الزيايدي، مصدر سابق، ص ٨٤ .
- ٣٧- صحيفة ايلاف الالكترونية، ٢٠١٥/٨/٣ .
- ٣٨- هيا بلوم اشبال الخلافة - اطفال داعش، نقلًا عن: حصاد البيان ج ٢، بغداد: مركز البيان للدراسات والتخطيط، آب ٢٠١٥، ص ١٦١ .
- ٣٩- المصدر ذاته، ص ١٦٥ .

## تصميم مواقع الصحف الالكترونية العراقية وعلاقتها بجذب المتصفحين لها

م.م. ليث عبد الستار عيادة

جامعة ديالى / كلية التربية الأساسية

## مستخلص البحث

سعى الباحث إلى معرفة مدى تطبيق مواقع الصحافة الالكترونية العراقية لمفهوم التصميم لتقديم المنتج الإعلامي بشكل يحظى بقبول المتصفحين ويضمن زيارتهم المتكررة في إطار القواعد الإرشادية ليسر التصفح، لذا طبق الباحث دراسة تحليلية على عينة مؤلفة من ستة مواقع للصحف الالكترونية العراقية للتعرف على السمات العامة لتصميمها، وطرق توزيع العناصر البنائية للصفحات كما أجرى الباحث دراسة ميدانية على عينة من متصفح مواقع الصحف الالكترونية العراقية لمعرفة تقييمهم لتصميمها ودرجة رضاهم عنها.

### Designing the Iraqi electronic newspaper sites and their relationship to attract their browsers

Usher: Laith Abd Alsatar

College of Basic Education – University of Diyala

#### Research Summary:

*The researcher seeks to know the extent of applying the concept of design by Iraqi electronic press sites to provide media product with the acceptance of their browsers and ensure their repeated visits to such sites in the framework of the guiding rules for laser browsing. The researcher uses analytical study on a sample of six Iraqi electronic newspaper sites to identify the general features of their design, and the methods of distribution of the structural elements of the pages. The researcher also conducts a field study on a sample of the surfers of electronic newspaper sites to see the extent of their evaluation to their design and the degree of their satisfaction.*

## مقدمة

تميزت شبكة الانترنت منذ ظهورها بمجموعة من الخصائص التي تمكنها من الانتشار الواسع وساعدتها أن تصبح منافساً لوسائل الإعلام التقليدية التي لم يكن أمامها من خيار سوى توظيف الوسيلة الاتصالية الجديدة لتوسيع وتحسين نوعية وجودة خدماتها الإعلامية لضمان الوصول إلى فئات جديدة من المتصفحين. ولعل الخدمة الإخبارية من ابرز الخدمات التي تسعى الوسائل الإعلامية إلى تطويرها لأنها تمثل مصدراً للمعلومات فظهرت الصحف الالكترونية التي تشير إلى ما هو تابع للصحف والمحطات الإذاعية ووكالات الأنباء، إضافةً إلى المواقع المستقلة التي لا ترتبط بأية وسيلة تقليدية وبغض النظر عن مدى تبعية الصحيفة الالكترونية لأية جهة إعلامية لابد وان تقدم المعلومة بشكل جديد يستفيد من الإمكانيات التقنية التي يوفرها الانترنت كالنص الفائق والوسائط المتعددة مع إتاحة المجال أما المتصفحين للإبحار والتجوال في الموقع بطريقة تضمن سرعة وسهولة الوصول للمعلومات مما يفرض على المصممين إتباع أساليب تصميم توازن بين إمكانيات الانترنت واحتياجات الجمهور المعلوماتية على أن تقدم الأخيرة بشكل واضح وجذاب من الناحية البصرية، الأمر الذي تطلب الثقافة والمهارة لدى المصمم للوصول إلى التصميم الذي يراعي الجوانب الجمالية والمعلوماتية. ... لذلك تظهر أهمية دراسة تصميم الصحف الالكترونية بشكل عام لمعرفة مدى تلبية تصميم هذه الصحف الالكترونية لاحتياجات متصفحها، إذ ركز الكم الأكبر من دراسات الانترنت على رصد أوجه تميز الوسيلة واستخدامات الجمهور لها وانعكاسه على الجوانب المعرفية في الوقت الذي ناقشت فيه قلة من الدراسات العربية تصميم المواقع رغم انه يمثل عامل الجذب الأول إذ يعد أول اتصال بين الموقع والمتصفح كما انه احد أهم عوامل الاستمرار في التصفح أو التحول إلى موقع آخر، وغالباً ما ارتبط تقييم تصميم المواقع الالكترونية بدراسات يسر التصفح التي بدأ اهتمامها بهذا المجال منذ أواخر التسعينات، إذ سعت للتوصل إلى مجموعة من المعايير والخطوط الإرشادية التي تساعد المصممين في الحكم على جودة تصميم المواقع وتوقع مدى قبوله من المتصفحين الذي يعد بدوره هدف الجهة المسؤولة عنه.

وتعد الصحف الالكترونية العراقية أنموذجاً من الصحف الالكترونية العربية التي ما زالت في البدايات إذ ارتبط انتشارها باستخدام شبكة الانترنت كوسيلة اتصالية وإعلامية في المجتمع العراقي، فكانت بداية توظيفها في المجال الإخباري بظهور مواقع الصحف الحكومية ثم توالى إصدارات بقية الوسائل الإعلامية ولم يعد المجال مقتصراً على القطاع الحكومي بل ظهرت المواقع الخاصة سواء التابعة للصحف أو المستقلة التي لا تتبع لأية وسيلة تقليدية ومن الملاحظ عدم ظهور أية مواقع إخبارية تابعة للمحطات الإذاعية أو التلفزيونية سواء الحكومية أو الخاصة لعدم وجود إذاعات متخصصة بالخدمة الإخبارية في العراق.

## أولا - مشكلة البحث وأهميته

تحدد المشكلة البحثية بدراسة تصميم الصحف الالكترونية العراقية ومدى التزامها بتطبيق المفهوم الصحيح للتصميم لتقديم المنتج الإعلامي بشكل يحظى بقبول المتصفحين ويضمن زيارتهم المتكررة، ودراسة توظيف هذه الصحف الالكترونية للإمكانيات التقنية التي يوفرها الانترنت بطريقة تنعكس على تصميم صفحاتها لضمان التميز في أسلوب العرض والحصول على رضا المتصفحين.

### وتلخص أهمية البحث في النقاط الآتية :

١. مناقشة البحث لأحد أشكال توظيف وسائل الإعلام التقليدية لشبكة الانترنت باعتمادها على الصحف الالكترونية كوسيلة للوصول إلى متصفحين جدد لذا تظهر أهمية دراسة تصميمها في إطار ما توصلت إليه دراسات يسر التصفح لضمان سهولة تصفحها وحصول المتصفح على ما يريد الأمر الذي يضمن تحقيق المتعة لديه ويشجعه على تكرار الزيارة.
٢. للموضوع أهمية خاصة في المجتمع العراقي اذ يعد من المجالات التي لم تناقش بعمق نتيجة حداثة الظاهرة، بالتالي سيركز البحث على قياس قدرة هذه الصحف الالكترونية على الاستفادة من الخيارات التقنية التي يوفرها الانترنت بطريقة تنعكس على تصميم الصحف الالكترونية.
٣. قلة عدد الدراسات العربية التي ناقشت العلاقة بين تصميم الصحف الالكترونية ودورها في استقطاب المتصفحين إذ يعد أول اتصال بين المتصفح والصحف الالكترونية والذي يحكم الاستمرار في تصفح الصحيفة والعودة إليها مرة ثانية أو التحول إلى صحيفة الكترونية أخرى.
٤. الربط بين أبعاد تصميم الصحف الالكترونية ودورها في جذبهم إذ يمثل الهدف الرئيس لأي صحيفة الكترونية وذلك لعقد مقارنة بين تصاميم الصحف الالكترونية لتحديد أكثرها قدرة على جذب المتصفحين تبعاً لفاعلية عناصر تصميمه.
٥. إمكانية الاستفادة من نتائج الدراسة التحليلية والميدانية في التعرف على طريقة تقديم الخدمات الإخبارية للمتصفحين ومدى رضاهم عن تصميم الصحف الالكترونية لتطبيق فيما بعد دراسة على القائمين بالاتصال استكمالاً للموضوع للتعرف على إمكانياتهم والعوامل التي تؤثر على إنتاجهم قدرتهم على الاستفادة من الانترنت وإمكانياته لتحسين جودة المنتج الإعلامي.

**ثانياً: هدف البحث:**

رصد العلاقة بين تصميم الصحف الالكترونية العراقية وجذب المتصفحين لها بالتطبيق على الصحف الالكترونية العراقية ويتفرع من هذا الهدف مجموعة من الأهداف الفرعية التي تدرج ضمن مستويين:

**أهداف المستوى التحليلي**

1. التعرف على الطرق المستخدمة في توزيع العناصر البنائية لصفحات الصحف الالكترونية، ومدى التزامها بتطبيق قواعد يسر التصفح.
2. تحديد مدى اهتمام الصحف الالكترونية العراقية بتوظيف الخيارات التقنية التي توفرها الشبكة لتقديم خدمة إخبارية متميزة وانعكاس هذا التوظيف على تصميم مواقعها.
3. توضيح أوجه التشابه والاختلاف في تصميم الصحف الالكترونية حسب تبعية الصحيفة الالكترونية أما للقطاع الحكومي أو الخاص وتبعاً للوسيلة التي يرتبط بها أو في حال عدم ارتباطه بأية وسيلة إعلامية.

**أهداف المستوى الميداني**

1. قياس رضا المتصفحين عن تصميم الصحف الالكترونية وتوضيح سلبيات التصميم لئتم تلافيها فيما بعد.
2. رصد سمات متصفحين الصحف الالكترونية العراقية وانعكاس ذلك على رضاهم عن تصميم الصحف الالكترونية.

**ثالثاً-الدراسات السابقة**

يعرض الباحث الدراسات السابقة ضمن محاور موزعة على النحو الآتي:

- الدراسات الخاصة بتصميم الصحف الالكترونية ويسر تصفحها.
- الدراسات الخاصة بتوظيف الصحف الالكترونية لإمكانات الانترنت التقنية.
- الدراسات الخاصة بمتصفح الصحف الالكترونية.

**18. الدراسات الخاصة بتصميم الصحف الالكترونية ويسر تصفحها:**

ناقش عدد من الباحثين أساليب تصميم الصحف الالكترونية بما فيها الإخبارية وتوصلوا إلى أهم القواعد التي تحكم توزيع العناصر البنائية لصفحات المواقع، فكان التصميم الأمثل الذي يتوافق ورغبات المتصفحين وأهم الدراسات والنتائج على النحو الآتي:

سعت دراسة Katharina Reinecke ومجموعة أخرى من الباحثين (٢٠١٣) (١) لمعرفة تأثير الشق الجمالي على الانطباع الأول عن الموقع من خلال دراسة تأثير كل من متغيري الألوان Coloffulness التراكيب Visual complexity إذ يظهر المفهوم الأول من خلال الصور أو الدمج بين الألوان على الصفحة الواحدة أما التركيب البصري فيحسب من خلال تحديد المساحة المأخوذة من التصميم لكل من النص والصورة من اجمالي صفحة التصميم كما يمكن قياسه من خلال حساب عدد الصور، وطبقت الدراسة الخاصة بالألوان على (١٨٤) مشترك تتضمن (٩٦) أنثى من عمر (١٥-٤٥) سنة، أما دراسة التركيب البصري فضمت (١٢٢) مشتركاً منهم (٦٠) أنثى تتراوح أعمارهم بين (١٦-٧٠) سنة، ويعرض على كل مشترك (٧٠) موقعاً ليبيدي رأيه بخصوصه، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسات أن للألوان دوراً ثانياً في توليد الانطباع الأول عن الموقع وأنه كلما زاد عدد العناصر المكونة للصفحة قلت الرغبة بالتصميم وأتضح أن المواقع متوسطة وضعيفة التركيب لديها نفس درجة القبول، كما دلت النتائج على وجود علاقة بين المستوى التعليمي ومدى قبول اللون وأنه توجد علاقة بين العمر ومدى إدراك التركيب البصري في حين انه لا توجد علاقة بين النوع كل من التركيب البصري والألوان.

في حين سعت دراسة وفاء جمال درويش عبد الغفار (٢٠١٣) (٢) للتعرف على العوامل المؤثرة على تحرير تصميم مواقع الصحف الالكترونية بالتطبيق على ثلاثة صحف متمثلة بالأهرام والوفد واليوم السابع، ومن اهم النتائج التي توصلت إليها بخصوص شق التصميم غلبة ظهور التعليق كشكل من أشكال التفاعلية ثم مراسلة المسؤولين عن الموقع وإرسال المادة، فيما يتعلق بالعناوين فإنها تستخدم كوسيلة لإظهار الفقرات فضلاً عن الالوان والصور لذا كثر استعمال العنوان الرئيس وتلاه العنوان الثانوي، وبالنسبة للصور فقد غلب إظهار الشكل المستطيل معها خصوصاً وأنه يرافق الموضوع صورة واحدة وأحياناً قليلة صورتان وتفوقت نسبة استخدام ملفات الفيديو كنوع من الوسائط المتعددة مقارنة بملفات الصوت التي جاءت في المرتبة الثانية.

وتعد دراسة غادة حسين العاملي (٢٠١٢) (٣) هي من الدراسات الأولى التي تناولت أساليب الإخراج والتصميم في الصحف العراقية مدى تطابقها مع الموقع الالكتروني للصحيفة حيث طبقت الدراسة على عينة مكونة من ثلاث صحف متمثلة بالصباح والمدى والاتحاد، من اهم النتائج التي توصلت إليها بخصوص طبيعة العلاقة الإخراجية بين النسخة الورقية للصحيفة ونسختها الالكترونية على الموقع هو ثبات بعض العناصر التيبوغرافية وعدم تغييرها من الجريدة عن نظيرتها الالكترونية.

## ٢. الدراسات الخاصة بتوظيف الصحف الالكترونية لإمكانات الإنترنت التقنية:

رصدت مجموعة من الدراسات السابقة أوجه استفادة الوسائل التقليدية من الإنترنت بأبعاده التقنية فيما يتعلق بتطبيق النص الفائق والوسائط المتعددة والتفاعلية باعتبارها أهم الخصائص التي تميز الوسيلة الإعلامية الجديدة ومن أهم هذه الدراسات:

سعت دراسة **Itai Himelboim and Steve McCreery** (٢٠١٢) (٤) لتحديد أوجه استفادة المواقع الإخبارية من إمكانات الإنترنت، وتحديد أبعاد التفاعلية الموجودة على صفحات هذه المواقع، ورصد الجديد منها الخاص بإمكانية نشر الأخبار ومشاركتها عبر شبكات التواصل الاجتماعي، وتوصل الباحثان إلى عدم تفضيل القائمين بالاتصال استخدام أبعاد التفاعلية على صفحات مواقعهم فذلك يعيق عملهم كحراس بوابة، وتعد إمكانية البحث في المواقع من أهم أبعاد التفاعلية في حين تكثر على صفحات مواقع الصحف خيارات طباعة المقال أو مشاركته عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ويغلب على صفحاتها انتشار المضمون النصي، أما المواقع التي تتبع للمحطات الإذاعية فهي تفضل نشر مقاطع الصوت والصورة وتوفر إمكانية تحميلها.

وأضاف جاسم محمد الشيخ جابر (٢٠٠٩) (٥) في دراسته أبعاداً أخرى للتفاعلية تتمثل بغرف الحوار والمنتديات بنسبة (٥٪) من إجمالي تحليله (١٩) صحيفة الكترونية عربية، وتوصل إلى تدني نسبة تطبيق النص الفائق في مواقع الدراسة وفي حال تواجد هذه الروابط فتوضع خارج النص لمواضيع ذات علاقة، وفيما يتعلق باستعمال الوسائط المتعددة فلم تستفد الصحف منه باستثناء صحيفة إيلاف كما عرضت أربع صحف أفلام فيديو، وقدمت صحيفة واحدة تسجيلات ومواد صوتية، أما الصور الفوتوغرافية فإن جميع الصحف تقدمها على صفحاتها كذلك خدمة البحث في الأرشيف فهي متاحة في صحف الدراسة باستثناء خمسة منها، وتوفرت الخدمة على مستويين أما البحث داخل موقع الصحيفة نفسها أو ربط الموقع مع محركات البحث المعروفة في شبكة الإنترنت.

وأضافت نجاة خضر عباس (٢٠٠٩) (٦) أسلوب تقديم وعرض المادة الصحفية على الصفحة الرئيسية للصحف الالكترونية العربية المنشورة عبر الانترنت حيث امتازت العناصر التيبوغرافية بالجودة العالية والتصميم المتميز كونها الصفحة الاولى التي تظهر للمتصفح حال النقر على زر الدخول في لوحة الكيبورد لجذب اكبر عدد من المتصفحين للموقع.

### ٣. الدراسات الخاصة بمستخدمي الصحف الالكترونية:

تمكن الباحثون في مجال دراسات جمهور متصفح الصحف الالكترونية بشكل عام والإخبارية بشكل خاص من التوصل إلى بعض تفضيلات المتصفحين فيما يتعلق بأسلوب وطريقة عرض المادة الإخبارية، فتنوعت أهداف الدراسات ونتائجها على النحو الآتي:

دراسة Kelly L. Page ومجموعة أخرى من الباحثين (٢٠١٢) (٧) سعت الدراسة إلى اختبار العلاقة بين ما يعتقد المتصفحون معرفته عن التقنيات وتطبيقها وبين تقييمهم لمدى الاستفادة من يسر تصفح المواقع مع الأخذ بالاعتبار كلاً من النوع ومدى الخبرة باستعمال تصميم المواقع كمتغيرات مؤثرة في دراسة العلاقة، واعتمدت الدراسة في قياسها لخبرة المتصفحين على سياق تعلم التكنولوجيا ومدى تطبيقها إذ لم تكتف بالمدة الزمنية لاستعمالها على اعتبار أنه لا يشترط بالمتصفحين أن يتشابهوا بأسلوب ومعدل التعلم، كما اهتم الباحثون بدراسة تأثير النوع على اعتبار أن الدراسات السابقة أشارت إلى وجود فوارق وفق أسباب ومعدل استخدام الانترنت، فقارنت الدراسات بين الذكور والإناث سواء الذين يملكون الخبرة في تصميم المواقع والذين لا يعرفون شيئاً عن الموضوع فطبقت الدراسة على (٢٢٤٦) مبحوث لكن لم تصل الإجابات الالكترونية الأمن (٢٠٧٧) مبحوث، وتوصلت الدراسة إلى أن المتصفحين الذين لديهم معرفة أكبر بالانترنت وكيفية استعماله يقيمون المواقع على أنها سهلة، ويعد المستخدمون الذين يملكون المعرفة والخبرة التقنية هم الأكثر ثقة بمعلوماتهم حول التكنولوجيا فيصبح هدفهم من يسر الاستعمال قياس قدرتهم على الوصول إلى ما يريدونه أكثر من مدى السهولة في الوصول لذلك، وذلك ما يتطابق ونتائج الدراسات السابقة التي سبق لها وتوصلت ان المتصفحين ذوي الخبرة لا يعانون من القلق أثناء استعمالهم المواقع إذ تصادفهم مشكلات أقل أثناء الإبحار، كما توصلت الدراسة أن الإناث الذين يمتلكون خبرة بالتصميم لديهم ثقة أعلى من الذكور بالتالي لذلك تأثير أيضاً على كيفية تقييم التصميم بشكل أكثر وضوحاً من الذكور.

في حين أشار Paulus Insap Santosa (٢٠١١) (٨) في دراسته أنه لا يوجد طول محدد للصفحة لكن آخر ما تم التوصل إليه أنه يفترض بطول الصفحة إلا يزيد عن ثلاث مرات من ارتفاعها وتوصلت الدراسة أنه لا تجد علاقة بين طول الصفحة ومدى تركيز المتصفحين أثناء عملية بحثهم عن المعلومات، كما توصل الباحث أن المتصفحين يفضلون العدد القليل من الروابط على الصفحة لما له من تأثير إيجابي يساعد المستخدمين على الاحتفاظ بتركيزهم أثناء الإطلاع على المعلومة المقدمة دون وجود الروابط التي تحدث التشويش.

## رابعاً - التعليق على الدراسات السابقة

١. اتفق الباحثون على وجود عناصر للتصميم تتوافق وعناصر الإخراج في الوسائل التقليدية كالنص والصور والألوان واستعمال أدوات الفصل بين المواد، فضلاً عن وجود عناصر أخرى قد وفرتها التقنية الحديثة الانترنت كاستخدام النص الفائق والوسائط المتعددة والتفاعلية.

٢. يؤكد مصممين المواقع الالكترونية أن الطريقة الجديدة في تقديم المعلومة تعد الأساس في استعمالها للوسيلة الإعلامية الجديدة الانترنت، لذلك لابد لمصممي المواقع الاستفادة من هذه الإمكانيات وأن يراعوا توافرها على صفحاتهم.

وتتحدد أوجه استفادة الباحث من الدراسات السابقة في زيادة إطلاعه على المجال البحثي الخاص بالتصميم وتحديد أبعاد دراسته والأهداف التي يسعى لإنجازها والتعرف على آخر النتائج التي توصل إليها الباحثون كما تمكن الباحث استناداً إلى دراسات السابقين في المجال من ضبط الإجراءات المنهجية للبحث واختيار الإطار النظري الذي يساعد على تفسير النتائج لاحقاً.

## خامساً: التساؤلات:

١. ما أساليب التصميم التي اعتمدها الصحف الالكترونية العراقية؟
٢. ما مدى تحقيق تصميم الصحف الالكترونية العراقية لأهم مبادئ يسر التصفح على صعيد النقاط الآتية:
  - اختيار التصميم العام للصفحة.
  - هندسة بناء وتوزيع المعلومات.
  - الإبحار ضمن الصحف الالكترونية.
٣. ما انعكاس توظيف تقنيات الانترنت على تصميم الصحف الالكترونية.
٤. ما أكثر أبعاد التصميم التي تحظى برضا المتصفحين؟ وما درجة رضاهم عنه؟
٥. ما سمات متصفح الصحف الالكترونية العراقية وانعكاسه على درجة رضاهم عن تصميم هذه الصحف.

## سادساً- فروض البحث

الفرض الأول: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين يسر تصفح كل صحيفة الكترونية من صحف عينة الدراسة ومدى رضا متصفحها عنها.

الفرض الثاني: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين يسر تطبيق كل صحيفة الكترونية من صحف عينة الدراسة وتكرار زيارته لها.

الفرض الثالث: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مدى تصفح كل صحيفة الكترونية من صحف عينة الدراسة والرضا عن تصميمها.

الفرض الرابع: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين خبرة أفراد عينة كل صحيفة الكترونية من صحف الدراسة في تصفح شبكة الانترنت ومدى رضاهم عن تصميمها.

## سابعاً - الإطار المنهجي

### ١. نوع البحث ومنهجه

يندرج البحث ضمن الدراسات الوصفية إذ يسعى البحث إلى توصيف وتحليل تصميم الصحف الالكترونية العراقية، ومدى مراعاتها للإبعاد الجديدة التي أضافها الانترنت، وانعكاس ذلك على المظهر العام للصحيفة الالكترونية، ورضا المتصفح عنها، يطبق البحث منهج المسح على صعيد تصميم الصحف الالكترونية لمعرفة أساليب التصميم المتبعة وطرق توزيع العناصر البنائية للصفحات بما يضمن يسر تصفحها، كما طبق المنهج في البحث المطبقة على المتصفح لمعرفة تقييمهم للصحف الالكترونية ودرجة رضاهم عن تصميمها.

### ٢. أدوات جمع البيانات

استعان الباحث في كل من الدراسات التحليلية والميدانية بالاستمارة كأداة لجمع البيانات، وبعد الانتهاء من تصميمها عرضت على المحكمين المختصين في مجال الإعلام والحاسبات والمعلومات لإبداء الرأي حول مدى قدرتها على قياس أبعاد الدراسة والتوصل إلى إجابة عن تساؤلاتها، وبناءً على ملاحظات المحكمين ونتائج الاختبار القبلي لاستبيان الجمهور أجريت بعض التعديلات سواء بإضافة أسئلة جديدة أو تعديل صياغة عبارات الاستمارات.

**- الدراسة التحليلية:**

قسمت استمارة تحليل الشكل الى محاور تتوافق والأهداف التي يسعى إليها البحث على ان تغطي الصفحات المراد تحليلها التي تنقسم بدورها الى :

**. الصفحة الرئيسية .**

• نموذج من صفحات الاقسام (صفحة محليات): إذ تعد صفحات الاقسام بمثابة التبويبات الاساسية التي تندرج ضمنها المواضيع حسب طبيعة الموضوع الذي يدور حوله الخبر فإما ان يكون سياسياً او اقتصادياً او رياضياً على سبيل الذكر لا الحصر واختار الباحث (محليات) كون الدراسة مطبقة على المتصفحين العراقيين الذين يهتمون بهذه النوعية من الاخبار كما انها صفحة مشتركة بين الصحف الالكترونية لعينة الدراسة.

• نموذج من صفحة عرض الخبر: سيحلل الباحث صفحة الخبر الاول الذي يرد ذكره في صفحة الاخبار المحلية.

**- الدراسة الميدانية:**

استعان الباحث بالاستبيان كأداة لجمع البيانات ويرى الباحث ان اسلوب الاستبيان هو المناسب للبحث الحالي إذ يسعى الى معرفة تقييم المتصفحين ليسر استعمال عينة الصحف الالكترونية العراقية الخاضعة للتحليل، وسيمكنه هذا الاسلوب من الحصول على نتائج احصائية تساعده على الاجابة عن فروض البحث وهو ما لا يتوفر في اسلوب المقابلات الذي يطبق ايضاً في مرحلة التقسيم(٦)، واعتمد الباحث على مقياس ليكرت الثلاثي فمن اسباب اختيار العدد القليل من الفئات مع المقياس عندما لا يملك المبحوثين خلفية معرفية عن الموضوع، كما يطبق الأمر مع المواضيع التي لا تتطلب التمييز الدقيق في شدة الاتجاهات وارسال الباحث الاستمارة الى عينة الدراسة الكترونياً، مع العلم انه صمم استمارة واحدة لكن لم تظهر اسماء الصحف الالكترونية في الاستمارة العامة للدراسة وترك مكانه فارغاً إذ ارسل الباحث الاستمارة لمبحوثي كل صحيفة الكترونية على حدة على ان يظهر اسم الصحيفة لاحقاً حسب عينة المستخدمين الذين توجه لهم الاستمارة.

**٣. مقاييس البحث الميدانية:**

سبق للباحث تصميم أسئلة الاستبيان بأسلوب يساعده على التوصل الى مقاييس تجميعية تمكنه من الوصول إلى إجابة عن محاور البحث الميدانية وفروضها، وتجدر الإشارة إلى أن عبارات الاسئلة كانت لديها هذه البدائل: موافق (٣)، محايد (٢)، معارض (١)، إلا انه توجد بعض العبارات التي تشير إلى دلالة سلبية لذلك عند بناء المقياس إعيدت ترميز بدائل اجابتها لتكون موافق(١)، محايد(٢)، معارض(٣)، وتنطبق هذه الملاحظة على

أربع عبارات من السؤال التاسع رقم (٧،١٣،٢٧،٣١) وعبارة من السؤال العاشر رقم (١١) وعبارة من السؤال الحادي عشر رقم (١٦) وعليه تم التوصل إلى سبعة مقاييس رئيسية:

### • تصفح الانترنت:

جمعت نتائج اجابات المبحوثين على الاسئلة الثلاثة الاولى من الاستبيان التي تدور حول المدة الزمنية لبدء تصفح الانترنت وعدد مرات التصفح خلال الاسبوع اضافة لساعات التصفح من اجل الحصول على مقياس يوضح الخبرة في تصفح الانترنت رغم ان بعض الدراسات السابقة مالت الى التعرف على خبرة المتصفح في استعمال الانترنت من خلال عدد سنوات الاستعمال فرأت من يتصفحون الانترنت منذ ثلاث سنوات فأكثر هم المتصفحون الخبراء في حين ان من بدؤوا باستعماله منذ سنة فأقل هم المبتدئين، إلا أن الباحث أرتأى ضرورة اضافة عدد مرات التصفح ان كانت يومية أو في الاسبوع أو الشهر ومعرفة عدد الساعات فلذلك تأثير على الخبرة إذ يرى أن الذين يمضون مدة زمنية أطول في التصفح عرضة لتصفح المزيد من الصحف الالكترونية والحصول على خبرة في التعامل معها مما يؤثر على تقييمهم للصحف الالكترونية فضلاً عن قيمة درجات المقياس بين (٣-١١) فوزعت على النحو الاتي: (منخفض ٣-٥) و(متوسط ٦-٨) و(مرتفع ٩-١١).

• تصفح الصحف الالكترونية: تضمن المقياس اجابات السؤالين رقم (٧-٨) من الاستبيان إذ يعكسان مدى استخدام المبحوثين للصحف الالكترونية عينة الدراسة خلال الاسبوع وان كان ايضاً تصفحهم لها متقطع فلا يشترط به أن يكون اسبوعياً إضافة لعدد الساعات التي يخصصها المبحوثون في تصفح الصحف الالكترونية فتراوحت قيم المقياس بين (٢-١١) موزعة على النحو الاتي: (منخفض ٢-٤) و(متوسط ٥-٨) و(مرتفع ٩-١١).

• الرضا عن الشكل العام لصفحات الصحف الالكترونية وتوزيع عناصرها: خصصت عبارات السؤال التاسع لمعرفة تقييم المتصفحين للشكل العام لصفحات المواقع وتوزيع عناصرها باستثناء كل من العبارتين رقم (٥،٢) إذ طبقت في بناء مقياس اخر، فتضمن المقياس (٣٣) عبارة وعند قراءتها متسلسلة يلاحظ أن كل مجموعة منها تدور حول عنصر من عناصر التصميم إلا انه عند بناء المقياس لم يكثر الباحث بكل عنصر على حده إذ ان مجموع هذه العناصر ه المسؤول عن منح الصفحة الشكل العام، فتراوحت قيم المقياس بين (٣٣-٩٩) ووزعت على النحو الاتي: (غير راض ٣٣-٥٥) و(راض الى حد ما ٥٦-٧٨) و(راض ٧٩-٩٩).

• الرضا عن توزيع معلومات الصحف الالكترونية: استعان الباحث في بناء هذا المقياس بعبارات السؤال العاشر من الاستبيان، فتضمن السؤال (١١) عبارة وظفت جميعها في بناء المقياس، فتراوحت قيمه بين (١١-٣٣) فكان توزيعها على النحو الاتي: (غير راض ١١-١١)

(١٨) و (راض الى حد ما ١٩-٢٦) و (راض ٢٧-٣٣).

• الرضا عن الإبحار في الصحف الالكترونية: صمم المقياس استناداً للسؤال رقم (١١) من الاستبيان وذلك من العبارة رقم (١٧-١) فتراوحت القيم بين (١٧-٥١) ووزعت على النحو الآتي:  
(غير راض ١٧-٢٨) و (راض الى حد ما ٢٩-٤٠) و (راض ٤١-٥١).

• درجة يسر التصفح: يتكون هذا المقياس من مجموع المقاييس الثلاثة الخاصة بأبعاد يسر التصفح، فتضمن مقياس الرضا عن الشكل العام للصفحة وتوزيع عناصرها، ومقياس الرضا عن توزيع المعلومات، إضافة لمقياس الرضا عن الإبحار وذلك لمعرفة درجة يسر التصفح العام للصحف الالكترونية فتراوحت قيم هذا المقياس بين (٦١-١٨٣) وكان توزيعها على النحو الآتي:

(منخفضة ٦١-١٠١) و (متوسطة ١٠٢-١٤٢) و (مرتفعة ١٤٣-١٨٣).

• الرضا عن التصميم العام للصحف الالكترونية: يسعى هذا المقياس لمعرفة مدى رضا المتصفحين عن تصميم الموقع بشكل عام دون النظر في تفاصيل تصميم الموقع إذ سبق وأن تم دراستها في المقاييس السابقة لذلك تضمن هذا المقياس عبارتين من السؤال التاسع رقم (٥،٢) التي تشير الى مدى قبول تصميم الصفحة الرئيسية للموقع وقدرتها على تشجيع المتصفح على الاستمرار في التصفح لانه في حال وجود صفحة تصميمها سيء سينتقل المتصفح الى موقع اخر، كما تضمن المقياس العبارة رقم (٢٠) من السؤال الحادي عشر المتعلقة بقدرة التصميم على تحقيق المتعة عند التصفح والتي تعكس بدورها قمة هرم يسر التصفح، فتراوحت قيم هذا المقياس بين (٣-٩)، ووزعت على النحو الآتي:

(غير راض ٣-٤) و (راض الى حد ما ٥-٦) و (راض ٧-٩).

### ثامناً: الإطار الإجرائي:

#### ١. مجتمع وعينة البحث:

طبق الباحث الدراسة على الصحف الالكترونية العراقية ومتصفحها، ووزعت عينة الصحف الالكترونية حسب نمط ملكيتها، وضمن هذا التصنيف توجد أنواع إذ راعى الباحث تمثيل العينة لما هو موجود في مجتمع الدراسة، كما اختار الصحف الالكترونية الأكثر تصفحاً بالاستعانة بموقع أليكسا (Alexa) فتوزعت العينة على النحو الآتي: - الصحف الالكترونية الحكومية:

• الصحف ذات المثل الورقي (الصباح) ([www.alsabaah.iq](http://www.alsabaah.iq))

• الصحف الالكترونية (صحيفة العراق الالكترونية) ([www.iraqnewspaper.net](http://www.iraqnewspaper.net))

• وكالة أنباء الإعلام العراقي (واع) ([/al-iraqnews.net/new](http://al-iraqnews.net/new))

- الصحف الالكترونية الخاصة:

• الصحف ذات المثل الورقي (المدى) ([www.almadapaper.net](http://www.almadapaper.net))

• الصحف الالكترونية (صوت العراق) ([www.sotaliraq.com](http://www.sotaliraq.com))

• المواقع الاخبارية (شبكة اخبار العراق) ([aliraqnews.com](http://aliraqnews.com))

اما عينة الدراسة الميدانية فوزعت الاستمارة على عينة عمدية من الشباب العراقي تم توزيعها وفق متغير النوع والسن ولان البحث يندرج ضمن الدراسات الكمية في مجال يسر التصفح فلا يجب أن يقل عدد المتصفحين عن (٢٠) وذلك للحصول على دلالة احصائية بما يتفق ووجهة نظر الباحث جايكوب نيلسون والتي سبق للباحثين تبينها (٩). فارتأى الباحث امكانية مضاعفة الرقم المقترح ليصل الى (٤٠) مستخدم لكل صحيفة الكترونية بما يضمن الوصول الى نتائج اعم تمكنه من تقييم تصميم الصحف الالكترونية، وستوزع مفردات العينة بالتساوي بين الذكور والاناث على ان يكون (٢٠) متصفح لكل من النوعين ثم توزع المفردات حسب متغير السن بالتالي يكون اجمالي عينة الدراسة (٢٤٠) متصفح

## ٢. الحدود الزمنية للبحث:

طبق الباحث الدراسة التحليلية في الفترة الممتدة بين (٢٠١٥/٦/١٥) و (٢٠١٥/٧/١٥) إذ لا تجد ضرورة لان تزيد مدة التحليل عن ذلك نظراً لثبات التصميم، وتم دراسة تصميم الصحف الالكترونية في وقت الذروة الذي سبق للدراسات السابقة الإشارة إليها المتمثلة في فترة المساء والسهرة وسيرد تفصيل ذلك في الدراسة التحليلية، أما الدراسة الميدانية فكانت في الفترة الممتدة بين (٢٠١٥/٧/٣٠) و (٢٠١٥/٨/٣١) وترد أسباب المدة الزمنية الفاصلة بين الدراستين والتي تصل إلى (١٥) يوماً إلى استكمال الباحث للعناوين البريدية للمبحوثين والانتهاء من تصميم الاستمارة الكترونياً، إلا أن الباحث قد استمر في متابعة تصميم الصحف الالكترونية لحين انتهاء تطبيق الدراسة الميدانية وذلك لرصد أي تغيير يطرأ على تصميمها.

## ٣- المعالجات الإحصائية للبيانات:

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة، تم إدخالها بعد ترميزها الى الحاسب الآلي ثم جرت معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية بتطبيق برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية والمعروف بأسم SPSS اختصاراً لـ (Statistical package for the social sciences) وذلك باللجوء إلى المعاملات والاختبارات المعالجات الإحصائية التالية:

## - التكرارات والنسب المئوية.

- معامل ارتباط بيرسون (coefficient correlation pearson): يطبق المعامل لقياس قوة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين كميين، وتتراوح قيمة معامل الارتباط بين (١-) فتكون العلاقة ضعيفة إذا تراوحت القيمة بين (٠) واقل من (٠,٢٥)، ومتوسطة إذا كانت بين (٠,٢٥) وأقل من (٠,٧٥) وقوية في حال كانت القيمة بين (٠,٧٥) (١-) بينما يتحدد اتجاه العلاقة من خلال اشارة المقياس فإذا كانت الاشارة سالبة دل ذلك على وجود علاقة عكسية بين المتغيرين محل الدراسة، وتكون العلاقة طردية اذا كانت اشارة المقياس موجبة.

- اختبار مان - ويتني (The Mann- whitney Test): ويطلق عليه اختبار مجموع الرتب او اختبار (U) ويعتبر هذا الاختبار بديلاً لا معلمياً للاختبار الخاص بالفرق بين متسطي مجتمعين والمبني على اساس عينتين مستقلتين، وهذا الاختبار بديل لاختبار (t) بل انه افضل منه اذا كانت العينتان من مجتمعين ر يتبعان توزيعاً طبيعياً.

- اختبار كروكسل - الس (Kruskal- Wallis Test): يعتبر هذا الاختبار بديلاً لا معلمياً للاختبار

تحليل التباين في اتجاه احد، وهو مبني على مجموع الرتب ويستعمل في حالة جود أكثر من عينتين مستقلتين ويراد قياس الفرق بين متوسطات المجتمعات المسحوب منها هذه العينات. وقد تم قبول نتائج الاختبارات الاحصائية عند درجة ثقة ٩٥% فأكثر أي عند مستوى معنوية (٠,٠٥) فأقل.

## تاسعاً: المفاهيم الإجرائية:

- التصميم: وهو طريقة توزيع العناصر التي تسهم في اعطاء الصحيفة الالكترونية المظهر العام الذي يفترض بها ان تحظى بقبول المستخدمين لانتاجها وفق مفهوم يسر التصفح وتعد واجهة الصحيفة الالكترونية أول ما يستدعي الدراسة لانها تمثل اول نقاط التواصل مع المتصفحين، ويشير المفهوم الى كل ما يتعلق بالاساليب المطبقة في عرض المعلومة المتمثلة بالنصوص وتنسيقها كحجم الخطوط والالوان المستخدمة وتوظيف النص الفائق ومدى سهولة وصول المتصفح الى المعلومة التي يريد، وكذلك طبيعة المواد المرافقة للنص بما يتوافق والامكانات التي يوفرها الانترنت كالوسائط المتعددة والصور المتحركة، كما ينطبق الامر على دراسة الاساليب المستعملة في الاجار.

- مواقع الصحف الالكترونية: يشير المفهوم الى مواقع الصحف سواء التي يوجد لها نظير ورقي او الالكترونية التي تنتج بكل مراحلها على الشبكة العنكبوتية كما يشير المفهوم الى الصحف المستقلة التي لا يوجد لها ارتباط بأية وسيلة تقليدية وتتميز هذه الصحف الالكترونية بغلبة المضمون الاخباري على صفحاتها والمتابعة المستمرة للاخبار وتحديثها على مدار الساعة.

## عاشراً: الدراسة التحليلية للصحف الالكترونية العراقية:

جدول (١)

النتائج الخاصة بصحيفة الصباح لتوضيح اقل واطول مدة زمنية لتحميل الصفحات

صحيفة الصباح			الصفحات
صفحة الخبر الاول	صفحات محليات	الصفحة الرئيسية	المدة وحجم الصفحة
٣,٢٢	٨,٨٦٠	٩,٤٢٧	اقل مدة زمنية لتحميل الصفحة (ثانية)
٣٠٠	١,٠٠٧	١,٦٦٤	حجم الصفحة (KB)
١٩,١٩٤	٢١,٠٧١	٢٢,١١٨	اطول مدة زمنية لتحميل الصفحة (ثانية)
٥١٥	١,٢٣١	١,٩٧٤	حجم الصفحة (KB)

تشير نتائج جدول (١) ان الزمن المطلوب لتحميل الصفحة الرئيسية هو الاطول، فأقل مدة زمنية لتحميلها وصلت الى (٩,٤٢٧) ثانية اما اطول مدة زمنية فهي (٢٢,١١٨) ثانية إذ تتضمن اكبر عدد من الصور على اعتبار انها تشير إلى اهم الاخبار من كل صفحات الصحيفة الالكترونية، كما يلاحظ أنه لا توجد فوارق زمنية واضحة في تحميل كل من الصفحة الرئيسية و صفحة محليات نتيجة اقتراب حجم الصفحات فالفارق بينها (٠,٢٤٤ KB) لوجود مجموعة من العناصر المشتركة بين الصفحة الرئيسية والصفحات الداخلية التي تأخذ حجماً موحداً من اجمالي حجم الصفحة، اما صفحة الخبر الاول فتأخذ اقل مدة زمنية واقل حجم على اعتبار ان صفحة الخبر لا تتضمن الكثير من الصور فغالبا ما يرافق الخبر بصورة واحدة وفي حالات نادرة وجدت اكثر من صورة إلا ان العدد لم يتجاوز الثلاث.

جدول (٢)

النتائج الخاصة بصحيفة العراق الالكترونية لتوضيح اقل واطول مدة زمنية لتحميل الصفحات

صحيفة العراق الالكترونية			الصفحات
صفحة الخبر الاول	صفحات محليات	الصفحة الرئيسية	المدة وحجم الصفحة
٦,٥٨٧	٩,٨١٦	١١,٧٩١	اقل مدة زمنية لتحميل الصفحة (ثانية)
١,٠٣٠	١,٦٩٣	٢,٥٧٩	حجم الصفحة (KB)
١٠,٨٠٣	٢٢,١٠١	٢٥,٥٤٤	اطول مدة زمنية لتحميل الصفحة (ثانية)
١,٣٥٣	١,٧٣٢	٢,٩٩٥	حجم الصفحة (KB)

تدل نتائج جدول (٢) على ارتباط زمن تحميل الصفحة بحجمها إلا ان الباحث يرى ان حجم الصفحة الرئيسية الذي لا يقل عن (٢٠٠٠KB) كبير نسبياً فلذلك تأثير على زمن تحميل الصفحة الذي لم يقل عن (١١) ثانية مقارنة ببقية المواقع التي كان زمن تحميل صفحاتها الرئيسية أقل، لعل من أحد الاساليب التي يمكن استخدامها للتقليل من الفترة الزمنية لتقليص عدد الصور التي تتضمنها الصفحة، اضافة الى تقليل طول الصفحة خصوصاً وأنه يوجد تكرار في بعض العناصر كان بالامكان التخلص منها لصالح طول الصفحة مثل امكانية الوصول إلى اخبار محليات من خلال الصفحة الخاصة بها مع اعادة ذكر بعض عناوينها في نهاية الصفحة الرئيسية تحت اسم «المزيد من المقالات» التي تعرض بأسلوب رأسي وامكانية الوصول الى صفحة «كتاب وآراء» من رأس الصفحة واسفلها ايضاً وبالرغم من هذا التكرار إلا انه توجد كتلة مخصصة لعرض الموضوعات الاقتصادية في صفحة «اقتصاد واعمال» لا تظهر موضوعاتها وانما اسمها فقط لحين اختيار المستخدم لها لتعرض موضوعاتها وذلك نتيجة عدم وجود مساحة كافية لها وعند اختيارها تختفي موضوعات الكتلة السابقة المخصصة للاخبار من الصحافة والعكس صحيح على صعيد الكتلتين فعند اختيار صفحة «صحافة» تختفي موضوعات الصفحة «اقتصاد واعمال» وفي ذلك اشارة الى طول زمن تحميل الصفحة مع تكرار بعض العناصر على حساب ظهور مواضيع بعض الكتل من الصفحة، لذا لا بد من تفادي هذه العيوب بما يعود لصالح زمن التحميل الذي يعد بداية تعامل المتصفح مع الصحيفة الالكترونية ومن اوائل مؤشرات الحكم عليه.

## جدول(٣)

النتائج الخاصة بموقع وكالة انباء الإعلام العراقي (واع) لتوضيح أقل وأطول مدة زمنية لتحميل الصفحات

موقع وكالة انباء الاعلام العراقي (واع)			الصفحات
صفحة الخبر الاول	صفحات محليات	الصفحة الرئيسية	المدة وحجم الصفحة
٦,٩١٥	٦,٨٣٦	٧,٤٣٤	اقل مدة زمنية لتحميل الصفحة (ثانية)
٧٥٩	٧٥٠	٨٣٩	حجم الصفحة (KB)
١٢,٢٠٩	٨,٩٨١	٩,٦٥١	اطول مدة زمنية لتحميل الصفحة (ثانية)
٩٩٧	٨٢٠	٩١٢	حجم الصفحة (KB)

تبين نتائج جدول (٣) ان المدة الزمنية لتحميل جميع صفحات موقع وكالة انباء الاعلام العراقي متقاربة ولا يوجد بينها فارق ملحوظ، الامر الذي ينعكس على احساس المتصفح بسرعة تحميل الصفحة عند طلبها فلا يضطر الانتظار لمدة يشعر بفارقها الزمني عند الانتقال بين صفحة واخرى، فالفارق بين زمن تحميل الصفحة الرئيسية ومحليات سواء على صعيد اقل واطول مدة في اجزاء الثواني، ولم تزد المدة على صعيد جميع صفحات الموقع

عن الثلاث ثوانٍ كحد أقصى، ويلاحظ من النتائج ان الوقت المستغرق في تحميل الصفحات لا يزال ضمن الوقت المقبول الذي سبق و اشارت إليه القواعد الارشادية ليسر التصفح، إذ تشير الى ضرورة سرعة تحميل الصفحة في مدة زمنية اقصاها (٢٠) ثانية والارجح (١٠) ثواني وإلا يفقد المتصفح رغبته في تصفح الموقع ويبدأ التفكير بالعدول عنه.

#### جدول (٤)

النتائج الخاصة بصحيفة المدى لتوضيح اقل اطول مدة زمنية لتحميل الصفحات

صحيفة المدى			الصفحات
صفحة الخبر الاول	صفحات محليات	الصفحة الرئيسية	المدة وحجم الصفحة
٥,٣١٥	٢,٤٢٧	٣,١٥٢	اقل مدة زمنية لتحميل الصفحة (ثانية)
١,٣١٠	٨١٧	١,٠٦٩	حجم الصفحة (KB)
٦,٤٢٤	٢٢,٧٥٨	١٩,٨١٩	اطول مدة زمنية لتحميل الصفحة (ثانية)
١,٣٤١	٩٩٨	١,٣١١	حجم الصفحة (KB)

على الرغم من جود مشاكل تقنية تعاني منها صحيفة المدى، إلا انه تجدر الإشارة الى ان النتائج الخاصة بها في ظل القراءات التي تم الحصول عليها خلال فترة التحليل اذ تحول هذه المشاكل دون الوصول الى جميع الصفحات، فكان لذلك الاثر الواضح على النتائج وكما سبقت الإشارة الى ان هذه المشاكل تكثر مع اقتراب التوقيت الذي يتم فيه تحميل العدد الجديد من النسخة الورقية على الموقع، علماً ان هذه المشاكل التقنية علماً ان هذه المشاكل التقنية لم تظهر على صعيد صحيفة الصباح والذي يعد شبيهاً لها اذ ان ارتباطها بنسخة ورقية، يقلل من دقة النتائج التي يتم التوصل إليها عند مقارنتها ببقية المواقع نتيجة عدم تساوي أيام التحليل ضمن التوقيت المحدد لقياس سرعة تحميل الصفحة بناءً على الحجم الكلي لها، يمكن اعداد النتائج الحالية بمثابة مؤشرات عامة لأداء الموقع دون التغاضي عن المشاكل التقنية، وبالرغم من ذلك إلا أن النتائج العامة للموقع لم تظهر فارقاً عن بقية المواقع وارتباط زمن تحميل الصفحة بحجمها وذلك على صعيد الصفحة الواحدة، إلا انها اشارت الى امكانية انتظار المتصفح (٢٢,٧٥٨) ثانية لتحميل صفحة محليات هو ما يعد فترة زمنية طويلة تخالف ما سبق لقواعد يسر التصفح الإشارة اليه خصوصاً وانه يتم تحميل مكونات الصفحة كاملة دفعة واحدة بالتالي لا يظهر للمتصفح بعض مكونات الصفحة التي تشجعه على تمريرها بسرعة والانشغال بما ظهر له لحين الانتهاء من تحميلها.

جدول (٥) النتائج الخاصة بصحيفة صوت العراق لتوضيح اقل وأطول مدة زمنية لتحميل الصفحات

صحيفة صوت العراق			الصفحات
صفحة الخبر الاول	صفحات محليات	الصفحة الرئيسية	المدة وحجم الصفحة
٤,٥٣٣	٤,٣٥١	٤,٦٥٦	اقل مدة زمنية لتحميل الصفحة (ثانية)
١,١٨٠	٩٠٢	١,٣٥٣	حجم الصفحة (KB)
١٩,٥٢١	٥,٤٤١	٦,٨١٩	اطول مدة زمنية لتحميل الصفحة (ثانية)
١,٣٠٧	١,٣٠٥	١,٤٩٨	حجم الصفحة (KB)

يتضح من نتائج جدول (٥) التقارب من حيث اقل مدة زمنية مطلوبة لتحميل صفحات الموقع إذ تبقى الحدود ضمن اربع ثوانٍ مع وجود فارق في اجزاء الثانية كما انه لا يوجد الفارق الواضح على صعيد اطول مدة الا فيما يتعلق بصفحة الخبر الاول التي وصلت الى (١٩,٥٢١) ثانية مقارنة بكل من الصفحة الرئيسية و صفحة محليات التي لم يزيد الفرق بينهما عن (١,٣٧٨) ثانية.

جدول (٦) النتائج الخاصة بموقع شبكة اخبار العراق لتوضيح اقل واطول مدة زمنية لتحميل الصفحات

موقع شبكة اخبار العراق			الصفحات
صفحة الخبر الاول	صفحات محليات	الصفحة الرئيسية	المدة وحجم الصفحة
٣,٨٩٨	٣,٥٤٣	٣,٩٥٦	اقل مدة زمنية لتحميل الصفحة (ثانية)
٨١٠	٧٨٢	٧٨٥	حجم الصفحة (KB)
٩,٠٠٢	٢٢,٧٤٩	٧,٥٥٠	اطول مدة زمنية لتحميل الصفحة (ثانية)
٩٢٤	٩٩٦	٨٨٧	حجم الصفحة (KB)

توضح نتائج جدول (٦) عدم وجود فوارق ملحوظة على صعيد اقل مدة زمنية مطلوبة لتحميل صفحات الموقع إذ تبقى الحدود ضمن ثلاث ثوانٍ مع جود فارق في اجزاء الثانية وتدل النتائج ان موقع شبكة اخبار العراق يأتي في المرتبة الاولى بين المواقع من حيث اقل مدة زمنية مطلوبة لتحميل الصفحة وذلك بعد استبعاد صحيفة المدى، لعل من اسباب هذه النتيجة محاولة الموقع تقليل حجم الصورة والاقتصار على عدد قليل منها لاسيما على صعيد صفحة الخبر اذ يعتمد على صورة احده كما ان كم المتن لم يكن كبيراً مقارنة ببقية المواقع الامر الذي انعكس على طول الصفحة وهذا ما ستوضحه الفقرة الخاصة بطول الصفحة والتي ترد تفاصيلها لاحقاً يرى الباحث انه من الصعب اجراء مقارنة في هذا المجال على صعيد جميع المواقع فلكل موقع خصوصية وفي حال اجراء مقارنة فإنه يكفي بقراءة زمن التحميل دون ربطه بحجم الصفحة ويمكن اجراء هذه المقارنة على صعيد الصفحة الرئيسية لانها الاكثر اهمية.

## إحدى عشر: الدراسة الميدانية لتقييم أفراد عينة الدراسة لتصميم مواقع الصحف الالكترونية العراقية

### ١. مدى تصفح الانترنت والأبعاد الخاصة به:

#### جدول (٧)

توزيع تصفح شبكة الانترنت أفراد عينة الدراسة للصحف الالكترونية

المجموع		مرتفع		متوسط		منخفض		استخدام الانترنت الموقع
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
١٠٠	٤٠	٩٠	٣٦	٧,٥	٣	٢,٥	١	الصباح
١٠٠	٤٠	٨٢,٥	٣٣	١٧,٥	٧	-	-	صحيفة العراق الالكترونية
١٠٠	٤٠	٨٠	٣٢	١٧,٥	٧	٢,٥	١	واع
١٠٠	٤٠	٨٧,٥	٣٥	١٠	٤	٢,٥	١	المدى
١٠٠	٤٠	٩٥	٣٨	٥	٢	-	-	صوت العراق
١٠٠	٤٠	٩٠	٣٦	٥	٢	٥	٢	شبكة اخبار العراق
١٠٠	٢٤٠	٨٧,٥	٢١٠	١٠,٤	٢٥	٢,١	٥	المجموع

تدل نتائج جدول (٧) على كثافة الاستخدام المرتفعة لشبكة الانترنت من قبل افراد عينة الدراسة إذ وصلت النسبة الى (٨٧,٥٪) كما لم تقل هذه النسبة على صعيد كل موقع عن (٨٠٪) فكانت (٩٥٪) لمبحوثي موقع صوت العراق كما وصلت الى (٩٠٪) لكل من افراد عينة موقعي الصباح وشبكة اخبار العراق في حين انها تقاربت في موقعي المدى (٨٧,٥٪) و صحيفة العراق الالكترونية (٨٢,٥٪) وكانت الاقل لموقع واع (٨٠٪) وكانت اعلى نسبة في كثافة التصفح المتوسطة (١٧,٥٪) لافراد عينة موقعي صحيفة العراق الالكترونية وموقع واع في حين ان اقل نسبة وصلت الى (٥٪) وكانت لكل من موقعي صوت العراق وشبكة اخبار العراق، اما ما يتعلق بكثافة التصفح المنخفضة فكانت اعلى نسبة لموقع شبكة اخبار العراق إذ وصلت إلى (٥٪) ثم نسبة (٢,٥٪) لكل من الصباح وموقع واع والمدى، في الوقت الذي لم تظهر كثافة تصفح منخفضة لافراد عينة موقع صحيفة العراق الالكترونية وصوت العراق، بالتالي يمكن استنتاج من المقياس السابق ان افراد عينة الدراسة ممن يملكون الخبرة في استخدام الانترنت ولديهم الخبرة الكافية لتقييم مواقع الصحف الالكترونية عينة الدراسة وذلك بناء على طبيعة اجابات الاسئلة التي تضمنها المقياس وكما سبق للباحث الاشارة انه لم يكتفي بعدد سنوات تصفح الشبكة فحسب بل اضاف مدى التصفح الذي تعكس بدائله ان كان يوماً او خلال اسبوع او الشهر وعدد الساعات التي يمضيها المتصفح.

جدول (٨) توزيع اجابات المبحوثين حسب المتصفح

المجموع	Safari		Opra		Net Scape		Google Chrome		Mozilla Firefox		Internet Explorer		المتصفح الموقع	
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
١٠٠	٤٠	٥	٢	٢,٥	١	-	-	٤٥	١٨	٣٧,٥	١٥	١٠	٤	الصباح
١٠٠	٤٠	-	-	-	-	-	-	٥٠	٢٠	٣٠	١٢	٢٠	٨	صحيفة العراق الالكترونية
١٠٠	٤٠	-	-	-	-	-	-	٥٧,٥	٢٣	٣٢,٥	١٣	٥	٢	واع
١٠٠	٤٠	-	-	٢,٥	١	-	-	٥٢,٥	٢١	٢٥	١٠	٢٠	٨	المدى
١٠٠	٤٠	-	-	-	-	-	-	٤٠	١٦	٤٧,٥	١٩	١٢,٥	٥	صوت العراق
١٠٠	٤٠	-	-	٢,٥	١	٢,٥	١	٥٥	٢٢	٣٧,٥	١٥	٢,٥	١	شبكة اخبار العراق
١٠٠	٢٤٠	١,٦	٤	١,٣	٣	٠,٤	١	٥٠	١٢٠	٣٥	٨٤	١١,٧	٢٨	المجموع

يتضح من نتائج جدول (٨) ان المتصفح (Google Chrome) الاكثر استعمالاً لدى افراد عينة الدراسة اذ بلغت نسبته (٥٠٪) وكانت اكبر نسبة لاستعمالها على صعيد مواقع الصحف الالكترونية عينة الدراسة من قبل مبحوثي واع (٥٧,٥٪) ويليه موقع شبكة اخبار العراق (٥٥٪) كذلك تتقارب نسب استخدامه على صعيد بقية المواقع كموقع المدى (٥٢,٥٪) إلا ان النسبة تقل عن اخر ما ذكر بمقدار (٥٪) لتصل الى (٤٥٪) في عينة موقع الصباح و (٤٠٪) في موقع صوت العراق. ويأتي المتصفح (Mozilla Firefox) في المرتبة الثانية من حيث الاستخدام إذ كانت نسبته (٣٥٪) وذلك من اجمالي عينة الدراسة ويلاحظ أن اكبر نسبة له كانت لدى افراد عينة صوت العراق إذ كانت القيمة (٤٧,٥٪) وتتساوى نسبة تصفحه لمبحوثي كل من موقعي الصباح وشبكة اخبار العراق إذ وصلت الى (٣٧,٥٪) وتتقارب هذه النسبة مع مبحوثي موقع واع إذ كانت (٣٢,٥٪) ثم يأتي موقع صحيفة العراق الالكترونية (٣٠٪) وموقع المدى بنسبة (٢٥٪) اما المرتبة الثالثة فهي للمتصفح (Internet Explorer) (١١,٧٪) وكانت اعلى نسبة لاستخدامه لدى افراد عينة موقعي المدى وموقع صحيفة العراق الالكترونية إذ وصلت النسبة الى (٢٠٪) وتتقارب النسب بين مبحوثي موقع صوت العراق والصباح لتكون حسب ورود الذكر (١٢,٥٪) و (١٠٪). وبخصوص بقية المتصفحات (Safari, Opra, Netscape) فقد

وصلت نسبة التصفح جميعاً (٣,٣٪) ذلك على اعتبار ان هذه المتصفحات لا تتوقف وكل انظمة التشغيل بل لها انظمة خاصة بها والتي بدورها قليلة الانتشار بين المتصفحين.

### جدول (٩)

توزيع اجابات المبحوثين حسب نوع الاشتراك بخدمة الانترنت

المجموع		USB		ADSL		Dial up		نوع الاشتراك
٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	الموقع
١٠٠	٤٠	٢٢,٥	٩	٧٢,٥	٢٩	٥	٢	الصباح
١٠٠	٤٠	١٢,٥	٥	٨٢,٥	٣٣	٥	٢	صحيفة العراق الالكترونية
١٠٠	٤٠	١٥	٦	٨٢,٥	٣٣	٢,٥	١	واع
١٠٠	٤٠	٢٠	٨	٨٠	٣٢	-	-	المدى
١٠٠	٤٠	١٥	٦	٨٥	٣٤	-	-	صوت العراق
١٠٠	٤٠	١٧,٥	٧	٧٧,٥	٣١	٥	٢	شبكة اخبار العراق
١٠٠	٢٤٠	١٧,١	٤١	٨٠	١٩٢	٢,٩	٧	المجموع

تظهر نتائج جدول (٩) فوارق واضحة بين نسب متصفح (ADSL) مقارنة ببقية وسائل الاتصال بالشبكة سواء على صعيد العينة ككل او كل موقع على حدة إذ بلغت نسبته الاولى (٨٠٪) اما الثانية الخاصة بكل موقع فتبين أن افراد عينة موقع صوت العراق الاكثر تصفحاً له بنسبة (٨٥٪) وتساوت نسبة تصفحه لموقعي واع وصحيفة العراق الالكترونية فكانت (٨٢,٥٪) ثم تأتي نسبة موقع المدى (٨٠٪) وموقع شبكة اخبار العراق بنسبة (٧٧,٥٪) وموقع الصباح (٧٢,٥٪). اما ما يتعلق بكل من الاشتراك بخدمة الانترنت بالاستعانة بمودم (USB) فقد وصلت الى (١٧,١٪) في حين ان الذين يعتمدون على (Dialup) كانت نسبتهم (٢,٩٪) بالتالي وصلت نسبة مجموع متصفح النوعين الى (٢٠٪) ويلاحظ انه لم تستعمل اية مفردة على صعيد موقعي المدى وصوت العراق طريقة (Dialup) للاشتراك بالخدمة كما ان نسب تصفحه على صعيد كل موقع كانت قليلة بشكل واضح إذ وصلت الى (٥٪) لكل من موقع الصباح وصحيفة صوت العراق وشبكة اخبار العراق في حين انها لم تتجاوز (٢,٥٪) لموقع واع.

ويرى الباحث ان من اسباب تفضيل افراد عينة الدراسة (ADSL) لتوفير سرعة اتصال افضل من النوعين السابقين كما انها تتيح الخدمة لوقت اطول مقابل رسوم اقل مقارنة ببقية الانواع، اضافة لقدرتها على توفير الخدمة لعدد اكبر من المتصفحين في المكان الواحد وذلك في حالة الاستعانة بأجهزة تزويد الخدمة اللاسلكية (راوتر) بالتالي يمتلك افراد عينة الدراسة سرعة اتصال عالية تمكنهم من التحميل السريع للصفحات إلا انه بنفس الوقت لا يزال الامر مرتبطاً بسرعة الاتصال وهذا ما سيوضحه الجدول (١٠).

## جدول (١٠)

توزيع اجابات المبحوثين حسب سرعة الاتصال بشبكة الانترنت

المجموع	MB ٧,٢		MB ٣,٥		MB ٢		MB ١		KB ٥١٢		KB ٢٥٦		KB ١٢٨		السرعة الموقع	
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
الصباح	١٠٠	٤٠	٢,٥	١	٢,٥	١	٧,٥	٣	٥٠	٢٠	٣٠	١٢	-	-	٧,٥	٣
صحيفة العراق الالكترونية	١٠٠	٤٠	٢,٥	١	٢,٥	١	٢,٥	١	٣٢,٥	١٣	٣٧,٥	١٥	١٠	٤	١٢,٥	٥
واع	١٠٠	٤٠	٢,٥	١	٢,٥	١	١٠	٤	٤٥	١٨	٢٢,٥	٩	١٢,٥	٥	٥	٢
المدى	١٠٠	٤٠	٥	٢	-	-	٢,٥	١	٤٥	١٨	٢٧,٥	١١	١٥	٦	٥	٢
صوت العراق	١٠٠	٤٠	١٢,٥	٥	٥	٢	٥	٢	٣٥	١٤	٢٥	١٠	١٧,٥	٧	-	-
شبكة اخبار العراق	١٠٠	٤٠	٧,٥	٣	١٠	٤	٧,٥	٣	٢٢,٥	٩	٣٥	١٤	١٢,٥	٥	٥	٢
المجموع	١٠٠	٢٤٠	٥,٤	١٣	٣,٨	٩	٥,٨	١٤	٣٨,٣	٩٢	٢٩,٦	٧١	١١,٣	٢٧	٥,٨	١٤

يشير الجدول (١٠) الى ان النسبة الاعلى من حيث السرعات المستعملة (MB ١) بنسبة (٣,٨%) كما انها السرعة الاكثر استخداماً على صعيد معظم مواقع الصحف الالكترونية عينة الدراسة اذ تفوقت نسبة استعمالها مقارنة ببقية السرعات في كل من موقع الصباح (٥٠%)، واع و المدى (٤٥%) لكل منهما، في حين وصلت النسبة الى (٣٥%) لمبحوثي موقع صوت العراق. جاءت السرعة (KB ٥١٢) في المرتبة الثانية إذ بلغت قيمة نسبتها في إجمالي العينة (٢٩,٦%) وكانت النسبة الأعلى لأفراد عينة موقع صحيفة العراق الالكترونية إذ كانت (٣٧,٥%) وينطبق الامر على موقع شبكة اخبار العراق فكانت (٣٥%) اما موقع الصباح فكانت (٣٠%) ذلك في الوقت الذي تقاربت فيه نسب استعمال هذه السرعة بين بقية المواقع لتكون (٢٧,٥%) لموقع المدى و (٢٥%) لصوت العراق و (٢٢,٥%) لموقع واع. ويلاحظ وجود فوارق واضحة بين استخدام السرعتين السابقتين مقارنة بالبقية إذ وصلت الى (١١,٣%) لسرعة (KB ٢٥٠) أما البقية فأن نسبة كل واحدة منها لم تتجاوز (٦%) فتساوت نسبة استعمال (KB ١٢٨) و (٢MB) إذ وصلت القيمة الى (٥,٨%) أما سرعة (٧,٢MB) فكانت (٥,٤%) في حين ان سرعة (٣,٥MB) وصلت نسبتها الى (٣,٨%). بشكل عام يتضح من نسب أكثر السرعات المستعملة بين أفراد عينة الدراسة انهم يمتلكون سرعات اتصال عالية بالانترنت مما يؤمن لهم سرعة في التحميل وجودة أفضل فيما يتعلق بالشق التقني خصوصاً في حال استعراض او تحميل الوسائل المتعددة حال وجودها.

## ٢- مدى رضا المتصفحين عن تصميم مواقع الدراسة وفق أبعاد يسر الاستخدام

## جدول (١١)

توزيع إجابات المبحوثين حسب مدى تصفحهم لمواقع الصحف الالكترونية

الموقع	استخدام الموقع		منخفض		متوسط		مرتفع		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
الصباح	١٨	٤٥	١٢	٣٠	١٠	٢٥	٤٠	١٠٠	٤٠	١٠٠
صحيفة العراق الالكترونية	٢٥	٦٢,٥	١٠	٢٥	٥	١٢,٥	٤٠	١٠٠	٤٠	١٠٠
واع	٢٤	٦٠	٨	٢٠	٨	٢٠	٤٠	١٠٠	٤٠	١٠٠
المدى	١٣	٣٢,٥	١٦	٤٠	١١	٢٧,٥	٤٠	١٠٠	٤٠	١٠٠
صوت العراق	٢٠	٥٠	٦	١٥	١٤	٣٥	٤٠	١٠٠	٤٠	١٠٠
شبكة اخبار العراق	٢٣	٥٧,٥	٥	١٢,٥	١٢	٣٠	٤٠	١٠٠	٤٠	١٠٠
المجموع	١٢٣	٥١,٢٥	٥٧	٢٣,٧٥	٦٠	٢٥	٢٤٠	١٠٠	٢٤٠	١٠٠

يعد استعمال افراد عينة الدراسة لمواقع الصحف الالكترونية عينة الدراسة منخفضة إذ بلغت النسبة الكلية لهذا المستوى (٥١,٢٥%) وترتبط النتيجة بطبيعة الاجابات عن الاسئلة المخصصة لبناء هذا المقياس فأحدها مخصص لمعرفة مدى استخدام افراد عينة الدراسة للمواقع في الاسبوع، وقد عرض الباحث ضمن خياراته ما يساعده على معرفة ان الاستخدام غير منتظم ومن العوامل التي ساهمت في التوصل الى هذه النتيجة السؤال الثاني المخصص لمعرفة عدد ساعات تصفح الموقع والذي تتضمن بدائله اقل من ساعة بالتالي فإن مرد هذه النتيجة إلى غلبة اختيار افراد عينة الدراسة للتصفح غير المنتظم خلال الاسبوع والى تخصيص مدة زمنية لا تتجاوز الساعة في تصفح الموقع، ويرى الباحث ان من اسباب عدم الانتظام بالتصفح عله مرتبط بوجود وسائل اخرى للحصول على المعلومات خصوصاً وأنه في الوقت الحالي ازداد تصفح الافراد لمواقع التواصل الاجتماعي مما دفع بوسائل الاعلام الى توفير صفحات لها عليه وتقديم الاخبار عبرها الامر الذي قلل من نسبة تصفح المواقع والاعتماد على صفحاتها الموجودة على مواقع التواصل الاجتماعي، اما بالنسبة لعدد الساعات القليلة في التصفح فذلك مرتبط بطبيعة مواقع الصحف الالكترونية التي تقدم الخدمة الاخبارية إذ لا يشترط بالمبحوثين والمتصفحين لمواقع الصحف بشكل عام قراءة تفاصيل الاخبار فغالباً ما يهتم متصفحوا مواقع الصحف الالكترونية بمسح (Scan) الصفحة عوضاً عن قراءتها.

## جدول (١٢)

توزيع اجابات المبحوثين حسب مدى رضاهم عن الشكل العام لصفحات الصحف الالكترونية وتوزيع عناصرها

الموقع	مدى الرضا		راض الى حد ما		غير راض		المجموع
	ك	%	ك	%	ك	%	
الصباح	١	٢,٥	٣٥	٨٧,٥	٤	١٠	٤٠
صحيفة العراق الالكترونية	١٩	٤٧,٥	٢١	٥٢,٥	-	-	٤٠
واع	٢	٥	٢٧	٦٧,٥	١١	٢٧,٥	٤٠
المدى	٨	٢٠	٣٢	٨٠	-	-	٤٠
صوت العراق	٢٤	٦٠	١٦	٤٠	-	-	٤٠
شبكة اخبار العراق	-	-	١٧	٤٢,٥	٢٣	٥٧,٥	٤٠
المجموع	٥٤	٢٢,٥	١٤٨	٦١,٧	٣٨	١٥,٨	٢٤٠

تبين نتائج جدول (١٢) عن رضا المبحوثين عن تصميم الشكل العام للصفحات وتوزيع عناصرها الى حد ما إذ وصلت النسبة الى (٦١,٧%) وتعد النسبة مرتفعة ايضاً على صعيد كل موقع على حدة إذ زادت قيمة النسب عن (٤٠%) باستثناء موقع صوت العراق الذي كانت نسبة الراضين الى حد ما عن التصميم العام للصفحة (٤٠%) في حين ان غير الراضين عن تصميمها وصلت الى (٦٠%) أي ما يزيد عن نصف افراد عينة الدراسة، ويرى الباحث ان هذه النتيجة مرتبطة الى حد كبير بما سبق له التوصل اليه في الدراسة التحليلية لذن التصميم ممتد على عرض الصفحة فلا توجد مساحة محددة للتصميم تدفع المتصفح الى تركيز انتباهه على مساحة محددة، كما أن الصفحة الرئيسية تخلو من الصور التي لديها القدرة على جذب الانتباه واضفاء الحركة والحيوية على الصفحة.

## جدول (١٣)

توزيع اجابات المبحوثين حسب مدى رضاهم عن سهولة الوصول للمعلومات في الصحف الالكترونية

الموقع	مدى الرضا		راض الى حد ما		غير راض		المجموع
	ك	%	ك	%	ك	%	
الصباح	١	٢,٥	١٥	٣٧,٥	٢٤	٦٠	٤٠
صحيفة العراق الالكترونية	-	-	١٦	٤٠	٢٤	٦٠	٤٠
واع	-	-	٩	٢٢,٥	٣١	٧٧,٥	٤٠
المدى	٢	٥	١٢	٣٠	٢٦	٦٥	٤٠
صوت العراق	١	٢,٥	١٥	٣٧,٥	٢٤	٦٠	٤٠
شبكة اخبار العراق	-	-	١٣	٣٢,٥	٢٧	٦٧,٥	٤٠
المجموع	٤	١,٧	٨٠	٣٣,٣	١٥٦	٦٥	٢٤٠

توضح نتائج جدول (١٣) ان ما نسبته (٦٥٪) من افراد عينة الدراسة راضين عن الاسلوب المتبع في توزيع المعلومات، ولذلك انعكاس على نتائج كل مواقع الصحف الالكترونية على حدة فلم تقل نسبة رضا المبحوثين عن (٦٠٪) وكانت النسبة الاعلى لموقع واع (٧٧,٥٪) وموقع شبكة اخبار العراق (٦٧,٥٪)، كما انهما الموقعين اللذين لم يحصلوا على اية نسبة من عدم الرضا، ولعل مرد النسبة العالية من الرضا عن توزيع معلومات موقع واع على اعتباره موقع وكالة انباء لا يقتصر متصفحيه على الافراد وانما وسائل اعلامية متباينة مما يفرض عليه اتباع اسلوب واضح في توزيع المعلومات.

#### جدول (١٤)

توزيع اجابات المبحوثين حسب مدى رضاهم عن الابحار في الصحف الالكترونية

الموقع	مدى الرضا		راض الى حد ما		غير راض		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
الصباح	١	٢,٥	١٦	٤٠	٢٣	٥٧,٥	٤٠	١٠٠
صحيفة العراق الالكترونية	-	-	١٩	٤٧,٥	٢١	٥٢,٥	٤٠	١٠٠
واع	٥	١٢,٥	٣٥	٨٧,٥	-	-	٤٠	١٠٠
المدى	-	-	١٧	٤٢,٥	٢٣	٥٧,٥	٤٠	١٠٠
صوت العراق	٣	٧,٥	١٨	٤٥	١٩	٤٧,٥	٤٠	١٠٠
شبكة اخبار العراق	-	-	١٣	٣٢,٥	٢٧	٦٧,٥	٤٠	١٠٠
المجموع	٩	٣,٧	١١٨	٤٩,٢	١١٣	٤٧,١	٢٤٠	١٠٠

يتضح من نتائج جدول (١٤) ميل النسبة الاعلى لمستوى الرضا عن الابحار في مواقع الصحف الالكترونية عينة الدراسة الى حد ما اذ وصلت الى (٤٩,٢٪) وربما يرد ذلك الى ما سبق للباحث التوصل اليه من وجود بعض نقاط الضعف في التصميم فعلى سبيل المثال لا يتغير لون الروابط للتمييز بين ما سبق زيارته وما لم يتصفح المتصفح بعد، كما انه لا توجد خرائط للمواقع باستثناء مواقع واع، حيث كانت النسبة الاعلى للرضا الى حد ما على صعيد كل موقع لافراد عينة مواقع واع إذ وصلت الى (٨٧,٥٪) وربما مرد ذلك لعدم وجود محرك بحث يساعدهم على سرعة الوصول الى ما يريدونه مما يضطرهم الى قضاء وقت اطول في البحث عما يريدونه.

## جدول (١٥)

توزيع اجابات المبحوثين حسب درجة يسر الاستخدام للصحف الالكترونية عينة الدراسة

المجموع		راض		راض الى حد ما		غير راض		مدى الرضا	الموقع
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
١٠٠	٤٠	٥٠	٢٠	٤٧,٥	١٩	٢,٥	١	الصباح	
١٠٠	٤٠	٥	٢	٩٠	٣٦	٥	٢	صحيفة العراق الالكترونية	
١٠٠	٤٠	٤٢,٥	١٧	٥٢,٥	٢١	٥	٢	واع	
١٠٠	٤٠	٥	٢	٩٠	٣٦	٥	٢	المدى	
١٠٠	٤٠	-	-	٩٠	٣٦	١٠	٤	صوت العراق	
١٠٠	٤٠	٧٠	٢٨	٣٠	١٢	-	-	شبكة اخبار العراق	
١٠٠	٢٤٠	٢٨,٧	٦٩	٦٦,٧	١٦٠	٤,٦	١١	المجموع	

تبين نتائج جدول (١٥) يسر الاستخدام لكل الصحف الالكترونية عينة الدراسة انها متوسطة إذ وصلت قيمتها الى (٦٦,٧%) فكانت النسبة مرتفعة على صعيد كل مواقع الصحف الالكترونية باستثناء موقع الصباح وشبكة اخبار العراق فتساوت نسب الدرجة المتوسطة لكل من موقع صحيفة العراق الالكترونية والمدى وصوت العراق (٩٠%) في حين وصلت الى (٥٢,٥%) في موقع واع.

## جدول (١٦)

توزيع اجابات المبحوثين حسب مدى الرضا عن التصميم العام للصحف الالكترونية عينة الدراسة

المجموع		راض		راض الى حد ما		غير راض		مدى الرضا	الموقع
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
١٠٠	٤٠	٦٥	٢٦	٣٢,٥	١٣	٢,٥	١	الصباح	
١٠٠	٤٠	٦٢,٥	٢٥	٣٢,٥	١٣	٥	٢	صحيفة العراق الالكترونية	
١٠٠	٤٠	٦٥	٢٦	٣٢,٥	١٣	٢,٥	١	واع	
١٠٠	٤٠	٧٥	٣٠	٢٠	٨	٥	٢	المدى	
١٠٠	٤٠	٤٥	١٨	٤٢,٥	١٧	١٢,٥	٥	صوت العراق	
١٠٠	٤٠	٧٢,٥	٢٩	٢٢,٥	٩	٥	٢	شبكة اخبار العراق	
١٠٠	٢٤٠	٦٤,٢	١٥٤	٣٠,٤	٧٣	٥,٤	١٣	المجموع	

تبين نتائج جدول (١٦) ان النسبة الاكبر الى الرضا العام عن تصميم الصحف الالكترونية عينة الدراسة بغض النظر عن تفاصيل تصميمها واساس بناء هذا المقياس ثلاث عبارات اثنان منها مخصص لمعرفة قدرة التصميم على تشجيع المتصفح على الاستمرار في التصفح بما في ذلك تصميم الصفحة الرئيسية لانه في حال قبولها سيستمر المتصفحون بتصفح الموقع إلا سيتحولون لآخر. ان مواقع الصحف الالكترونية تتبع نفس نموذج الصحافة الورقية من خلال وجود صفحة رئيسية تعتبر بمثابة نقطة الدخول للموقع حيث تخبّر المتصفحين بأهم المواضيع والأقسام، اما العبارة الثالثة من المقياس فكانت لمعرفة قدرة المواقع على تحقيق المتعة لدى المتصفح والتي تعد بدورها قمة هرم يسر التصفح.

### جدول (١٧)

توزيع إجابات المبحوثين حسب مدى وجود صعوبات أثناء تصفح مواقع الصحف الالكترونية

المجموع		لا		نعم		وجود صعوبات الموقع
%	ك	%	ك	%	ك	
١٠٠	٤٠	٨٥	٣٤	١٥	٦	الصباح
١٠٠	٤٠	٧٥	٣٠	٢٥	١٠	صحيفة العراق الالكترونية
١٠٠	٤٠	٧٢,٥	٢٩	٢٧,٥	١١	واع
١٠٠	٤٠	٥٧,٥	٢٣	٤٢,٥	١٧	المدى
١٠٠	٤٠	٨٢,٥	٣٣	١٧,٥	٧	صوت العراق
١٠٠	٤٠	٨٥	٣٤	١٥	٦	شبكة اخبار العراق
١٠٠	٢٤٠	٧٦,٢٥	١٨٣	٢٣,٧٥	٥٧	المجموع

تبين نتائج جدول (١٧) على عدم وجود صعوبات تواجه المبحوثين اثناء تصفح مواقع الصحف الالكترونية عينة الدراسة إذ صلت اعلى نسبة الى (٧٦,٢٥%) وذلك مرتبط بحصول كل موقع على نسب عالية من عدم جود صعوبات اثناء التصفح.

## أثنا عشر: الفروض:

## الفرض الأول:

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين يسر التصفح كل صحيفة الكترونية من صحف عينة الدراسة ومدى رضا متصفحها عنها:

## جدول (١٨)

العلاقة بين الشكل العام للصفحة وتوزيع عناصرها مدى الرضا عن مواقع الصحف الالكترونية

المواقع	قيمة معامل الارتباط	مستوى الدلالة	عدد المفردات
الصباح	٠,٥١٢	٠,٠٠١	٤٠
صحيفة العراق الالكترونية	٠,٦٩٨	٠,٠٠٠	٤٠
واع	٠,٤٣٩	٠,٠٠٥	٤٠
المدى	٠,٧٢٦	٠,٠٠٠	٤٠
صوت العراق	٠,٥٨٤	٠,٠٠٠	٤٠
شبكة اخبار العراق	٠,٥٧٣	٠,٠٠٠	٤٠

تشير نتائج جدول (١٨) الى وجود علاقة طردية متوسطة بين الشكل العام للصفحة ورضا المتصفحين عن جميع مواقع الصحف الالكترونية عينة الدراسة وذلك عند مستوى معنوية (٠,٠٥) إذ ثبت وجود العلاقة في موقع الصباح إذ بلغت قيمة معامل الارتباط (٠,٥١٢) عند مستوى دلالة (٠,٠٠١) كما ثبت صحتها ايضاً على صعيد موقع صحيفة العراق الالكترونية إذ كانت قيمة معامل الارتباط (٠,٦٩٨) عند مستوى دلالة (٠,٠٠٠) كما اتضح وجود نفس العلاقة السابقة على صعيد موقع واع إذ بلغت قيمة معامل الارتباط (٠,٤٣٩) عند مستوى دلالة (٠,٠٠٥) وكذلك ينطبق الامر على موقع المدى إذ بلغت قيمة معامل الارتباط (٠,٧٢٦) عند مستوى دلالة (٠,٠٠٠) اضافة لكل من موقعي صوت العراق وشبكة اخبار العراق إذ بلغت قيمة معامل الارتباط في الاول (٠,٥٨٤) عند مستوى دلالة (٠,٠٠٠) والثاني بلغت قيمة معامل الارتباط (٠,٥٧٣) ومستوى دلالة (٠,٠٠٠). بالتالي ثبتت صحة الفرض على صعيد جميع مواقع الصحف الالكترونية عينة الدراسة إذ تبين ان للشكل العام للصفحة وتوزيع عناصرها تأثير ولو بدرجة متوسطة على رضا المتصفحين عن تصميم مواقع الصحف الالكترونية.

## الفرض الثاني:

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين يسر التصفح كل صحيفة الكترونية من صحف عينة الدراسة وتكرار زيارته لها:

## جدول (١٩)

العلاقة بين الشكل العام للصفحة وتوزيع عناصرها تكرار زيارة مواقع الصحف الالكترونية

عدد المفردات	مستوى الدلالة	قيمة معامل الارتباط	المواقع
٤٠	٠,٤٣٨	٠,١٢٦	الصباح
٤٠	٠,٢٥١	٠,١٨٦	صحيفة العراق الالكترونية
٤٠	٠,٠٠١	٠,٥٠٦	واع
٤٠	٠,٤٥٧	-٠,١٢١	المدى
٤٠	٠,٠٤٣	٠,٣٢١	صوت العراق
٤٠	٠,٩٣٨	-٠,٠١٣	شبكة اخبار العراق

تدل نتائج جدول (١٩) على وجود علاقة طردية متوسطة بين الشكل العام للصفحة وتكرار المتصفحين للزيارة على صعيد موقعي واع وصوت العراق وذلك عند مستوى معنوية قدره (٠,٠٥) في حين انه لم تثبت صحة العلاقة على صعيد بقية مواقع الصحف الالكترونية عند مستوى المعنوية السابق، فثبتت صحة العلاقة الطردية المتوسطة على صعيد مواقع واع إذ بلغت قيمة معامل الارتباط (٠,٥٠٦) عند مستوى دلالة (٠,٠٠١) اما موقع صوت العراق فكانت قيمة المعامل (٠,٣٢١) ومستوى دلالة (٠,٠٤٣). بذلك تقبل صحة الفرض جزئياً حول وجود علاقة بين الشكل العام للصفحة وتكرار زيارة الموقع، إذ انطبقت العلاقة على صعيد موقعي واع وصوت العراق في حين لم تثبت صحتها على صعيد بقية مواقع الصحف الالكترونية عينة الدراسة.

## الفرض الثالث:

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مدى تصفح كل صحيفة الكترونية من صحف عينة الدراسة والرضا عن تصميمها:

## جدول (٢٠)

العلاقة بين مدى تصفح مواقع الصحف الالكترونية والرضا عن تصميمها

المواقع	قيمة معامل الارتباط	مستوى الدلالة	عدد المفردات
الصباح	٠,١٢٦	٠,٤٤٠	٤٠
صحيفة العراق الالكترونية	٠,٢٦٦	٠,٠٩٧	٤٠
واع	٠,٠٣٠	٠,٨٥٤	٤٠
المدى	٠,١٥٦	٠,٣٣٦	٤٠
صوت العراق	٠,٤٥٨	٠,٠٠٣	٤٠
شبكة اخبار العراق	٠,٢٦٧	٠,٠٩٦	٤٠

تدل نتائج جدول (٢٠) الى اقتصار وجود العلاقة بين مدى استخدام مواقع الصحف الالكترونية والرضا عن تصميمها على صعيد موقع صوت العراق، في الوقت الذي لم تثبت فيه صحة هذه العلاقة على صعيد بقية مواقع الصحف الالكترونية عينة الدراسة عند مستوى معنوية (٠,٠٥) وقد ثبتت صحة العلاقة على صعيد موقع صوت العراق فكانت طردية متوسطة إذ بلغت قيمة معامل الارتباط (٠,٤٥٨) عند مستوى دلالة (٠,٠٠٣). لذا يقبل الفرض جزئياً إذ لم تثبت صحته إلا على صعيد موقع صوت العراق في حين لم تظهر هذه العلاقة على صعيد بقية مواقع الدراسة.

الفرض الرابع: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين خبرة أفراد عينة كل صحيفة الكترونية من صحف الدراسة في تصفح شبكة الانترنت ومدى رضاهم عن تصميمها:

## جدول (٢١)

العلاقة بين الخبرة في تصفح شبكة الانترنت والرضا عن تصميم الصحف الالكترونية

المواقع	قيمة معامل الارتباط	مستوى الدلالة	عدد المفردات
الصباح	٠,٠٤١	٠,٨٠٠	٤٠
صحيفة العراق الالكترونية	٠,٣١٧	٠,٠٤٦	٤٠
واع	-٠,٠٤٦	٠,٧٧٨	٤٠
المدى	٠,٢٩٠	٠,٠٦٩	٤٠
صوت العراق	٠,٢٦٣	٠,١٠١	٤٠
شبكة اخبار العراق	-٠,١٧٨	٠,٢٧٢	٤٠

تدل نتائج جدول (٢١) على وجود علاقة طردية متوسطة بين خبرة افراد عينة الدراسة في استخدام شبكة الانترنت ومدى الرضا عن تصميم المواقع على صعيد موقع صحيفة العراق الالكترونية وذلك عند مستوى معنية (٠,٠٥) في حين لم تثبت صحة الفرض السابق على صعيد بقية مواقع الصحف الالكترونية عينة الدراسة، إذ بلغت قيمة معامل الارتباط في موقع صحيفة العراق الالكترونية (٠,٣١٧) عند مستوى دلالة (٠,٠٤٦)، وعليه تثبت صحة الفرض جزئياً على صعيد موقع صحيفة العراق الالكترونية في حين لم تتضح العلاقة بين مدى الخبرة في تصفح الانترنت والرضا عن تصميم بقية مواقع الدراسة.

### النتائج العامة للدراسة التحليلية والميدانية

١. اتضح من متابعة تصميم مواقع الصحف الالكترونية العراقية طوال فترة التحليل ثبات تصميمها بالاستعانة بعدد من اشهر المتصفحات ولم يظهر الاختلاف الا على صعيد تصميم اسفل صفحة موقع صحيفة العراق الالكترونية في الكتلة المخصصة لتحميل متصفح (Mozilla firefox) وذلك لضمان التصفح الافضل للموقع.

٢. كما ثبت ان تصميم المواقع يأخذ بمبدأ الثبات لا يعتمد على النسبة فعند تغيير ابعاد صفحة المتصفحات او تصغير وتكبير مقاس صفحة المواقع يحدث بعض التشوه على التصميم نتيجة عدم قدرة التصميم على مراعاة الابعاد الجديدة.

٣. يتركز تصميم صفحات المواقع في منتصف صفحة المتصفح باستثناء موقع صوت العراق الذي يمتد تصميمه على عرض الصفحة كما اعتمد موقع (واع) على امتداد رأس واسفل الصفحة على عرض الصفحة ثم تركز التصميم في منتصف الصفحة وتظهر جملة من عناصر التصميم عند طلب صفحة الموقع وغالباً ما تعد كافية لاعطاء فكرة عن طبيعة الموقع تتمثل بالشعار وشريط الاخبار والاخبار العاجلة وشريط الاخبار الرئيس اضافة لذكر اهم الاخبار الواردة على صعيد اليوم.

٤. بينت نتائج التحليل ان التصميم العام لمواقع الصحف الالكترونية عينة الدراسة يعتمد على تقسيم الصفحة الى رأس وذيل تصميمها ثابت ومنطقة للمحتوى تتوسطهما والتي تنقسم بدورها الى عدد من الاعمدة اما ان يكون اثنان كموقع المدى صحيفة العراق الالكترونية او ثلاثة كبقية المواقع فغالباً ما تكون الاعمدة الموجودة على الجانبين ثابتة العناصر كموقع شبكة اخبار العراق و (واع) اذ تعرض المزيد من الخدمات التي تقدمها المواقع او الاعلانات اما العمود الاوسط فيعود لينقسم بدوره الى عدد من الاعمدة التي قد لا تتضح الا عند تمرير الصفحة نحو الاسفل كموقع الصباح اتضح ان تصميم الصفحات

- الداخلية للمواقع لا يختلف عن الصفحة الرئيسية وفي ذلك تحقيق لمبدأ الوحدة في التصميم.
٥. من ابرز عناصر اسفل الصفحة التي تعد منطقة ثابتة التصميم على صعيد الموقع الواحد الاشارة الى حقوق الملكية وتوفير شريط ابحار ثانوي للموقع اما ان يتضمن نفس صفحات الشريط الرئيس كموقع المدى او ان يوفر خيارات اضافية كموقع الصباح (واع)
٦. اعتمدت المواقع بشكل واضح على المستطيل إذ برز استخدامه من خلال الشكل الذي تأخذه الصورة وتركت في بعض المواقع مسافات كافية للفصل بين الكتل يكون لونها مرتبطاً بلون الارضية كما ظهر استخدام الخط بدرجات متباينة من السمك لتمييز بعض العناصر التيبوغرافية والجرافيكية وقد يأخذ اللون الاحمر او الرمادي.
٧. استخدمت مواقع الدراسة جملة من الالوان التي يتوافق كل منها مع الشعار في اغلب الاحيان بما يخلق حالة من الانسجام والتناغم بينها.
٨. تباينت انواع الحروف الطباعية على صعيد مواقع الصحف الالكترونية عينة الدراسة الا ان جميعها يندرج ضمن عائلة حروف (sans-serif) وقد استخدم على صعيد الشريط الاخباري كل من (Hacen Tunisia, Arabic, Transparent, Times New Roman, Arial, verdana cambira, Georgia, Tahoma,) بحجم يتراوح بين (١٠,٥ - ١١) بنط، اما على صعيد العناوين فاستخدمت نفس انواع الحروف السابقة اضافة الى (Geneva) بحجم يأخذ قيمة بين (١١ - ٢٣) بنط، وبالنسبة للمتن فإنه يجمع بين انواع الحروف السابقة جميعاً مع زيادة نوع (Helvetica) وذلك بحجم بين (١٠,٥ - ٢٤) بنط.
٩. اشارت نتائج التحليل الى استخدام الصور من نوع (JPEG) بابعاد متباينة على صعيد المواقع بما يتناسب والتصميم العام للصفحة ظهور تحيد في بعض ابعاد الصور خلال ايام الدراسة.
١٠. تستخدم مواقع الدراسة الوسائط المتعددة (الفيديو والصوت) على صعيد محدد اذ تخصص لها صفحات معينة تؤمن الوصول لها ولا يشترط وجودها مع جميع الاخبار.
١١. اعتمدت المواقع على الشكل الهرمي المتتابع في توزيع المعلومات ويبرز استخدام الشكل الاول عند دراسة الصفحات المتفرعة عن الصفحة الرئيسية، اما الثاني فظهر واضحاً على صعيد الصفحات الداخلية للوصول الى الاخبار الاقدم من حيث التاريخ او عند عرض نتائج البحث.
١٢. اشارت النتائج الى ارتفاع نسبة ذوي التعليم الجامعي اذ وصلت الى (٤٧,١%) وكذلك

ممن يتابعون الدراسات العليا (٣٧,١٪) كانت اقل نسبة لهم في التعليم الثانوي (١٥,٨٪) ولم ترد أي مفردة من التعليم الاساسي (الابتدائي).

١٣. تبين ان افراد عينة الدراسة يستخدمون الانترنت بكثافة اذ لم تقل هذه النسبة على صعيد كل موقع عن (٨٠٪).

١٤. اتضح ان المتصفح (Google Chrome) الاكثر استخداماً بين المبحوثين اذ وصلت نسبة تصفحه الى (٥٠٪).

١٥. اظهرت النتائج تفوق استخدام المبحوثين (ADSL) كوسيلة للحصول على خدمة الانترنت بفارق اضح عن بقية الوسائل اذ وصلت النسبة الى (٨٠٪).

١٦. بشكل عام يعد افراد عينة الدراسة راضين عن تصميم مواقع الصحف الالكترونية عينة الدراسة اذ بلغت درجة الرضا هذه (٦٤,٢٪) في حين ان نسبة الراضين الى حد ما كانت (٣٠,٤٪) ووجدت نسبة قليلة لم تكن راضية عن التصميم بلغت قيمتها (٥,٤٪).

## المقترحات

١. ضرورة ادخال التحسين والتعديل على التصميم ليتفق واحتياجات المستخدمين للمحافظة عليهم، ذلك في ظل المنافسة التي تشهدها مواقع الصحف الالكترونية بعد دخول مواقع التواصل الاجتماعي والتي سبق للمواقع الاعتراف بمنافستها عند إنشائها لصفحات لها على هذه المواقع.

٢. تعد الدراسة الحالية بمثابة مؤشر عن تقييم عينة من متصفح مواقع الصحف الالكترونية لذا يرى الباحث ضرورة اجراء اختبارات معمقة للتصاميم في المستقبل من قبل القائمين على مواقع الصحف الالكترونية على ان تعتمد هذه الدراسات على بقية اساليب قياس يسر التصفح.

## المصادر والمراجع

أولاً: المصادر

• الصباح (www.alsabaah.iq)

• صحيفة العراق الالكترونية (www.iraqnewspaper.net)

• وكالة أنباء الإعلام العراقي (واع) (/al-iraqnews.net/new)

• المدى (www.almadapaper.net)

• صوت العراق (www.sotaliraq.com)

• شبكة أخبار العراق (aliraqnews.com)

## ثانياً: المراجع العربية والاجنبية

1. Katharina Reinecke, et al., «Predicting User's First Impressions of website Aesthetics with a .1 proceedings 13» Quantification of Perceived visual Complexity and Colorfulness», in proceeding of CHI

2,2013 May-27 of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems, April

2. وفاء جمال درويش عبد الغفار، «العوامل المؤثرة على تصميم تحرير المواقع الالكترونية للصحف المصرية على شبكة الانترنت»، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة الزقازيق: كلية الآداب، 2013).

3. غادة حسين العاملي، «العلاقة الإخراجية بين الجرائد وموقعها الالكتروني»، أطروحة دكتوراه غير منشورة، (جامعة بغداد: كلية الإعلام، 2012).

4. Itai Himelboim and Steve McCreedy, «New Technology, old practice: Examining News websites from a professional perspective» Convergence: The International Journal of Research Into New Media

Technologies, February 2012.

5. جاسم محمد الشيخ جابر، «الصحافة الالكترونية العربية المعايير الفنية والمهنية: دراسة تحليلية لعينة من الصحف العربية»، المؤتمر الدولي (الإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة لعالم جديد)، البحرين، نيسان 2009،

31900822/http://www.scribd.com/doc

6. شيماء ذو الفقار زغيب، «مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية»، (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2009).

7. نجاة خضر عباس، «التصميم والإخراج الفني للصحف العربية المنشورة عبر الانترنت، الصفحة الرئيسية أمودجاً»، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة بغداد: كلية الفنون الجميلة، 2009).

8. Kelly L.page, et al., «perception of web knowledge and Usability: when sex and Experience Matter», 12,2012.No,70. International Journal of Human-computer studies, vol

9. Paulus Insap Santosa, « User's preference of web page Length» International Journal of Research. 1,2011 No,2 .and Reviews in computer Science (IJRRCS), vol

10. http://www. 10,2007 Jakob Nielsen, «Multiple-User Simultaneous Testing (Must)», October .nngroup.com/articles/multiple-user-simultaneous-testing www.eecs.harvard.edu/~kgajos/

2013reinecke13aesthetics.pdf/papers

11. شيماء ذو الفقار زغيب، «مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية»، (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2009).

## فاعلية تقنيات الإعلام الحديثة في تنمية قيم المواطنة الصالحة عند الطلبة

أ.د. موفق عبدالعزيز الحساوي

الجامعة التقنية الجنوبية - المعهد التقني في الناصرية

م.د. انتصارعباس ابراهيم الحساوي

جامعة النهرين - رئاسة الجامعة - قسم الاعلام والعلاقات العامة

### مستخلص البحث

تعد المرحلة الجامعية من اهم المراحل العمرية التي يمر بها الانسان لانها متزامنة مع مرحلة الشباب التي تتميز بامتلاكه للطاقة الكبيرة القادرة على احداث مختلف التغييرات في شخصيته والتي قد تنعكس بصورة ايجابية او سلبية في سلوكه الاجتماعي وقد تجعل منه مساهما ايجابيا في بناء المجتمع وتطويره ومن ثَمَّ قد تعزز له قيم المواطنة الصالحة من اجل ان يكون له دورٌ بارزٌ في المساهمة في بناء المجتمع وتطويره .

ولذا اصبح من الضروري الاهتمام بطلبة المرحلة الجامعية ومحاولة بناء شخصياتهم المتكاملة والمتزنة في جميع النواحي والدفع باتجاه التخطيط الدقيق والسليم لإيجاد عدد من البرامج التربوية والاجتماعية التي من الممكن ان تُسهم في هذا المجال .

ويؤدي الاعلام بمختلف وسائله وتقنياته دورا كبيرا في بناء شخصية الانسان وتغيير افكاره واتجاهاته نحو مختلف القضايا التي يتفاعل معها في المجتمع . فالإعلام قد يكون له دور ايجابي في بناء الشخصية الانسانية لو استعمل بالشكل الصحيح او بالعكس قد يكون له دور سلبي في هدم وتخريب الشخصية الانسانية لو استعمل بشكل غير صحيح وسيء .

ونتيجة للتطور العلمي والتكنولوجي فقد حدث تطور كبير في الإعلام وتقنياته وأساليبه ووسائله والتي أسهمت في تغيير الكثير من الافكار والتوجهات والقيم بمختلف انواعها لدى افراد المجتمع وفي مقدمتهم الطلبة والشباب . وبرزت القنوات الفضائية كأحد أهم تقنيات الاعلام الحديثة والتي اصبحت منتشرة بشكل كبير في جميع انحاء العالم وعلى مختلف المستويات واصبح عددها بعشرات الالاف وهي تبث برامجها المختلفة على مدار اليوم دون انقطاع كما هو عليه الحال في السابق . واصبح لها تأثير كبير في مختلف

مجالات الحياة الاجتماعية على مستوى العالم ككل . ويهدف هذا البحث الى معرفة على فاعلية تقنيات الإعلام الحديثة متمثلة بالقنوات التلفزيونية الفضائية في تنمية قيم المواطنة الصالحة عند الطلبة .

ولتحقيق هذا الغرض تم اختيار عينة مكونة من ( ٤٤ ) طالبا وطالبة في قسم التقنيات الكهربائية في المعهد التقني في الناصرية في الجامعة التقنية الجنوبية خلال العام الدراسي ( ٢٠١٥ - ٢٠١٦ ) .

وتم تحديد الأهداف العامة من استخدام تقنيات الاعلام الحديثة متمثلة بالقنوات التلفزيونية الفضائية وهي تعزيز قيم المواطنة الصالحة لدى الطلبة عينة البحث من اجل جعلهم مواطنين صالحين في المجتمع من الممكن ان يساهموا في تطويره والارتقاء به . ووضعت الخطة العامة للبحث . واعد الباحثان مقياس قيم المواطنة الصالحة لطلبة المرحلة الجامعية وهو مكون من عدد من الفقرات التي من خلالها نستطيع معرفة مدى توافر قيم المواطنة الصالحة لدى الطلبة عينة البحث والتي من الممكن ان تسهم في تطوير المجتمع . واستخرجت الخصائص السيكومترية كالصدق والثبات لهذا المقياس باستخدام الوسائل الأحصائية المعروفة ليكون جاهزا للتطبيق على عينة البحث . بعد ذلك قام احد الباحثين بتجميع عدد من البرامج التلفزيونية الموجهة من قبل عدد من القنوات الفضائية الوطنية والمعتدلة والتي تحتوي على المواضيع الهادفة والنصائح المختلفة التي تحت الطلبة والشباب على المواطنة والقيم الصالحة والاخلاق الفاضلة وتنمية الروح الوطنية والاهتمام بالمباديء الاسلامية الحنيفة والتقاليد الاجتماعية الجيدة التي تصب جميعها في محاولة خلق المواطن الصالح الملتزم القادر على المساهمة في اصلاح المجتمع وتطويره . وتم وضع هذه البرامج التلفزيونية في اقراص مدمجة ( CD ) لغرض توزيعها على عينة البحث للاطلاع عليها والاستفادة الايجابية من محتوياتها .

وبداً تطبيق البحث باجراء التطبيق القبلي لمقياس قيم المواطنة الصالحة عند الطلبة على عينة البحث وحللت نتائجه . ثم عقد جلسات لعينة البحث لعرض البرامج الهادفة التي تم تجميعها من القنوات التلفزيونية الفضائية عليهم بواقع ساعتين في الاسبوع ولمدة خمسة اسابيع متواصلة . جرى بعدها اجراء التطبيق البعدي لمقياس قيم المواطنة الصالحة عند الطلبة على عينة البحث وحللت نتائجه باستخدام عدد من الوسائل الأحصائية المناسبة .

وتوصلت نتائج البحث الى حصول نمو ايجابي لقيم المواطنة الصالحة لدى الطلبة عينة البحث وبدلالة احصائية بعد اطلاعهم على البرامج التي تم تجميعها من القنوات التلفزيونية الفضائية عما كانت عليه قبل الاطلاع . وبذلك أستنتج الباحثان وجود تأثير ايجابي لتقنيات الاعلام الحديثة في تنمية قيم المواطنة الصالحة عند الطلبة ومن الممكن

الاستفادة منها في عملية الارتقاء بالمجتمع وتطويره . وأوصى الباحثان بأهمية الاستفادة من البرامج الهادفة التي تعرضها القنوات التلفزيونية الفضائية لهذه الاغراض النافعة بين صفوف الطلبة والشباب وأقترحوا إجراء بحوث مكملة لهذا البحث في هذا المجال لتنمية قيم المواطنة الصالحة عند الطلبة في مثل هذه الظروف التي يمر بها بلدنا العزيز .

## The Effectiveness of the Modern Technologies Media in the Growth of the good Citizenship Values to the students

Prof. Dr. Mowaffaq Abdul - Aziz Al - Hisnawi

Dr. Entisar Al - Hisnawi

### Research Summary:

*This research aims to identify the effectiveness of modern media technologies represented by satellite TV in the development of good citizenship values when students. To achieve this purpose were selected a sample of 44 students in the Department of Electrical technologies in Technical Institute in Nasiriyah in southern Technical University during the school year (2016-2015).*

*Was determined the general objectives of the use of modern media techniques represented satellite TV is to promote the values of good citizenship among the sample of students in order to make them good citizens in the community could contribute to the development and upgrading it. And put the general plan of research. Promising researchers measure of good citizenship for undergraduates values of a component of a number of paragraphs in which we can check the availability of good citizenship values among a sample of students and research that could contribute to the development of society. And extracted psychometric characteristics such as sincerity and consistency of this scale using statistical methods known to be ready for the application of the research sample .*

*After that, one of the researchers compiled a number of guided by a number of national satellite channels, temperate and containing topics aimed at*

*different tips that urges students and youth citizenship and good values and good morals, and the development of the national spirit and attention to Islamic by the principles Alhanifp good social traditions, all in TV programs trying to create good citizens committed able to contribute to the reform of society and its development. It was this television programs put on compact discs (CD) for the purpose of distribution to the research sample to see them and take advantage of the positive contents.*

*And it began to apply the researcher conducting the tribal scale application of good citizenship values when the students to sample and analyzed its results. Then hold hearings to the research sample to show aimed at programs that have been compiled from satellite TV channels them two hours a week for five consecutive weeks. It was then holding the post application for a measure of good citizenship values when the students to sample and analyzed the results using a number of appropriate statistical methods.*

*And it reached the search results to get the research sample is statistically significant and positive growth for the values of good citizenship among students after briefed on the programs that have been compiled from satellite TV than it was before knowing. The researchers concluded that the presence of a positive impact of modern media technologies in the development of good citizenship values when students could benefit from the upgrading of the society and its development process. The researchers recommended that the importance of benefiting from targeted programs offered by satellite TV channels for these purposes beneficial among students and young people and proposed conducting complementary research for this research in this area for the development of good citizenship values when students in such circumstances through which our dear country.*

## مشكلة البحث وأهميته

## اولا : أهمية البحث:

يؤدي الطلبة والشباب دورا كبيرا ومؤثرا في بناء البلد وتطوير المجتمع والارتقاء به نحو مصاف الدول المتقدمة عن طريق تحقيق متطلبات هذا الرقي والتطور ومن اهمها العمل على اصلاحه واشاعة الفضيلة فيه وذلك من محاولة تنمية قيم المواطنة الصالحة والاخلاق الفاضلة عندهم كونهم يشكلون الفئة العمرية التي تتميز بالنشاط والحركة والتفاعل والتي لها القابلية على التغيير والبناء وتوجيه الاحداث بالشكل الذي يرغبون فيه . والتي تتأثر بدرجة كبيرة بما يحيط بها من ظروف اجتماعية وتتفاعل مع الظروف التي يمر بها المجتمع ويتعرض لها البلد .

ويمثل طلبة المرحلة الجامعية بمختلف مستوياتهم وتخصصاتهم العلمية اهم الفئات في المرحلة العمرية الشبابية كونهم الفئة المثقفة التي بالامكان الاستفادة من طاقتها الكبيرة وتنمية قيم المواطنة الصالحة عندهم وتوجيهها بالاتجاه الايجابي نحو اصلاح المجتمع وتطويره وجعله قادرا على الاستجابة لمعطيات التطورات العلمية والثقافية التي تحصل بصورة متسارعة في العالم مع الحفاظ على هويته الثقافية وتقاليد وعاداته واخلاقه الفاضلة التي تنبع من تعاليم دينه السمحاء .

وتعد قيم المواطنة الصالحة من الامور الاساسية لدى الانسان والتي تؤثر بدرجة كبيرة في البناء التكاملية المتوازن لشخصيته ومن ثم قد تنعكس بصورة ايجابية او سلبية في نظره لمختلف القضايا المهمة في المجتمع والبلد الذي ينتمي اليه وتصرفاته المتوقعة في ضوء نظره لها .

لذا اصبح من الضروري العمل على محاولة غرس قيم المواطنة الصالحة والاخلاق الفاضلة عند الانسان وخاصة الشباب ومنهم طلبة المرحلة الجامعية والسعي الى تعزيزها وتوكيدها في نفوسهم باستخدام مختلف الوسائل الممكنة لهذا الغرض لانها تعد من الجوانب المهمة التي ينبغي الالتفات اليها والنظر اليها بأهتمام كبير لانها تعد مفتاحا اساسيا لسلوك الانسان القويم والمؤثر للطالب الجامعي في محيطه ومجتمعه ونظرة المختلفة الى القضايا في المجتمع وسعيه الى اصلاحها وتعديلها بما يتفق مع النظرة الاجتماعية الصحيحة ومن ثم القدرة على اصلاح هذا المجتمع لانها هي التي تساعده في غرس جوانب الفضيلة والصلاح والشعور بالمسؤولية الوطنية والمجتمعية وتنمية روح المواطنة الصالحة لديه والتصرف وفق ذلك في مختلف المواقف التي يمر بها .

ولابد للمؤسسات الجامعية السعي الجاد والمنظم ووفق خطط تربوية منظمة ودقيقة

من اجل العمل على غرس قيم المواطنة الصالحة والاخلاق الفاضلة وتنميتها لدى طلبة المرحلة الجامعية والعمل على اظهارها في سلوكياتهم وتصرفاتهم واعمالهم المختلفة عندهم في ضوء ايجاد وسائل متعددة لهذا الغرض تهدف الى تنميتها وتعزيزها بحيث تجعلهم ينظرون نظرة ايجابية وصحيحة وفاعلة لمختلف القضايا الاجتماعية ويتصرفون كمواطنين صالحين في المجتمع يتميزون بأمتلاكهم لقيم المواطنة الصالحة عندهم والاستفادة منها من اجل المساهمة في تحقيق عملية البناء والاصلاح في المجتمع .

وهنا لابد من التأكيد على انه من الممكن الاستفادة من معطيات التطور العلمي والتكنولوجي ونتائجه باستعمال التقنيات الحديثة ومنها تقنيات الاعلام الحديثة ممثلة بالقنوات التلفزيونية الفضائية من اجل العمل على تنمية وتعزيز القيم الوطنية والاجتماعية الصالحة .

وفي ضوء هذا العدد الكبير من القنوات التلفزيونية الفضائية واثرها في الاعلام العالمي وقدرتها على نقل الاخبار والوقائع والمعلومات والاحداث بصورة فورية وقت حدوثها والتأثير الكبير لها في جميع مفاصل الحياة سواء كان هذا التأثير ايجابيا او سلبيا . هنا كان لابد من النظر الى هذه التقنيات الاعلامية الحديثة ومحاولة الاستفادة منها بصورة موجهة في المؤسسات التعليمية ومنها المؤسسات الجامعية في تحقيق مختلف القضايا ومنها توجيه الطلبة الى الجوانب الايجابية في الحياة الاجتماعية ومنها السعي الى تنمية قيم المواطنة الصالحة .

## ثانيا : مشكلة البحث :

لقد استحوذت قيم المواطنة الصالحة وكيفية غرسها وتعزيزها عند ابناء المجتمع ومنهم الطلبة والشباب وخاصة في المرحلة الجامعية على تفكير وخطط عدد من المفكرين والتربويين والذين بدأوا بالسعي والعمل بجدية وتخطيط منظم الى محاولة تنمية وتعزيز قيم المواطنة الصالحة عند طلبة المرحلة الجامعية كونهم القاعدة التي يستند اليها البناء الاجتماعي والوطني والقيمي في المجتمع حيث انهم يؤثرون بصورة فاعلة في الحاضر والمستقبل وهم الامل المرجو في بناء البلد وتطويره والارتقاء به .

وقد اتجهت الانظار الى تقنيات الاعلام الحديثة ممثلة بالقنوات التلفزيونية الفضائية لغرض الاستفادة منها ومحاولة البحث عن افضل الاساليب المستخدمة في هذا المجال لتحقيق هذا الغرض في ضوء ما يتم الحصول عليه من نتائج وبذلك فقد اجريت العديد من الدراسات العلمية في هذا الخصوص . وقد لوحظ وجود العديد من البرامج التلفزيونية الهادفة في القنوات الفضائية والتي تحتوي على العديد من الافكار الايجابية التي يمكن

بوساطتها غرس وتنمية قيم المواطنة الصالحة عند الطلبة والتي من الممكن ان تسهم في تغيير وتعديل كثير من الاتجاهات والافكار والقيم التي يحملها الطلبة والشباب.

وقد جاء هذا البحث في هذا المجال حيث يهدف الى معرفة فاعلية تقنيات الإعلام الحديثة متمثلة بالقنوات التلفزيونية الفضائية في تنمية قيم المواطنة الصالحة عند الطلبة من اجل الخروج بنتائج واستنتاجات وتوصيات من الممكن الاستفادة منها والعمل على غرسها وتنميتها عند الطلبة وخاصة في المرحلة الجامعية .

### ثالثا : أهداف البحث :

يهدف البحث الى التعرف على فاعلية تقنيات الإعلام الحديثة متمثلة بالقنوات التلفزيونية الفضائية في تنمية قيم المواطنة الصالحة عند الطلبة .

### رابعا : حدود البحث :

#### يتحدد البحث بما يأتي :

١ - الحدود المكانية : المعهد التقني في الناصرية التابع الى الجامعة التقنية الجنوبية في جمهورية العراق .

٢ - الحدود الزمانية : العام الدراسي ( ٢٠١٥ - ٢٠١٦ ) .

٣ - الحدود البشرية : طلبة قسم التقنيات الكهربائية في المعهد التقني في الناصرية .

٤ - الحدود الدراسية : عقد جلسات للطلبة يتم خلالها عرض البرامج الهادفة التي تم تجميعها من القنوات التلفزيونية الفضائية .

### خامسا : فرضية البحث :

#### حاول البحث التحقق من صحة الفرضية الصفرية الاتية :

لا توجد فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى معنوية ( ٠,٠٥ ) بين متوسط درجات الطلبة عينة البحث في مقياس قيم المواطنة الصالحة عند الطلبة الذي تم تطبيقه عليهم قبل استخدامهم لتقنيات الاعلام الحديثة وبين متوسط درجاتهم فيه بعد ان اعيد تطبيقه عليهم بعد استعمالهم لها .

**سادسا : تحديد المصطلحات :****١ - الاعلام ( Media )**

تعريف ( سمير ١٩٩٣ ) : هو كافة اوجه النشاط الاتصالية كافة التي تستهدف تزويد افراد المجتمع بالحقائق والابخار الصحيحة والمعلومات السليمة عن القضايا والموضوعات والمشكلات ومجريات الامور بطريقة موضوعية وبدون تحريف بما يؤدي الى خلق اكبر درجة ممكنة من المعرفة والوعي والادراك والاحاطة الشاملة لدى افراد المجتمع للمادة الاعلامية بكافة الحقائق والمعلومات والموضوعية الصحيحة وبما يسهم في تنوير الرأي الصائب لديهم في الوقائع والمواضيع والمشكلات المطروحة . ( العبد , ١٩٩٣ , ١٦٥ )

**٢ - القنوات التلفزيونية الفضائية ( Satellite TV ) :**

تعريف ( السيد ٢٠٠٥ ) : هي محطات تلفزيونية تبث إرسالها عبر الأقمار الصناعية لكي يتجاوز هذا الإرسال نطاق الحدود الجغرافية لمنطقة الإرسال . حيث يمكن استقباله في مناطق أخرى عبر أجهزة خاصة باستقبال والتقاط الإشارات الوافدة من القمر الصناعي هذه الأجهزة التي تقوم بمعالجة تلك البيانات وعرضها على شاشة التلفزيون . ( السيد , ٢٠٠٥ )

**٣: القيم ( Values ) :**

تعريف ويكيبيديا (الموسوعة الحرة ) : هي مجموعة المبادئ والتعاليم والضوابط الأخلاقية التي تحدد سلوك الفرد، وترسم له الطريق السليم الذي يقوده إلى أداء واجباته الحياتية ودوره في المجتمع الذي ينتمي إليه . وهي الخصائص أو الصفات المرغوب فيها في المجتمع والتي تحدها الثقافة القائمة مثل التسامح والحق والقوة وهي أداة اجتماعية للحفاظ على النظام الاجتماعي والاستقرار بالمجتمع . ( ويكيبيديا الموسوعة الحرة في الانترنت )

**٤ - المواطنة الصالحة ( Good citizenship ) :**

تعريف ( القحطاني ١٩٩٨ ) : هي نظام متكامل مبني على حقوق الفرد وواجباته التي تقوم عليها العلاقة بين هذا الفرد ومجتمعه الذي يعيش فيه . ويبرز دور التربية الوطنية في تعليم الفرد ما يحتاجه من معلومات وقيم ومهارات . حتى يتسنى له معرفة وإدراك حقوقه وواجباته التي تقيس قدرات وتصرفات ذلك المواطن تجاه مجتمعه . ( القحطاني ١٩٩٨ , ٢٢ )

## خلفية نظرية ودراسات سابقة

### اولا : خلفية نظرية :

لم يعد الهدف من المؤسسات التعليمية وخاصة الجامعية منها في الوقت الحاضر تزويد الطلبة بالمعرفة واكسابهم الحقائق فقط بل توسع هذا الهدف ليشمل العمل على محاولة بناء شخصية الطالب الجامعي في جميع الجوانب ومنها المعرفية والمهارية والوجدانية كعناوين رئيسة يتفرع من خلالها العديد من العناوين الفرعية التي ينبغي العمل على بنائها بصورة متوازية معا لكي تتكامل لاجل بناء الشخصية الصالحة للطلاب ومحاولة العمل على تنمية قيم المواطنة الصالحة فيه من اجل المساهمة في تطوير المجتمع والارتقاء به.

### ا - دور الطلبة والشباب في المجتمع :

تعد فئة الطلبة والشباب هي المؤثرة في المجتمع لانها نصف الحاضر وكل المستقبل . وعليه فلهم عماد المستقبل ووسيلة التنمية وغايتها لهم الدور الكبير والفاعل في تشكيل ملامح الحاضر واستشراف آفاق المستقبل . والمجتمع لا يكون قويا إلا بطلته وشبابه والأوطان لا تبنى إلا بسواعد شبابها . وعندما يتم اعداد الطلبة والشباب في المؤسسات التعليمية والتربوية والاسرة بشكل صحيح وسليم فانهم سوف يصبحون اكثر قدرة على مواجهة تحديات الحاضر واكثر استعدادا للنجاح والكفاءة في المستقبل ومن ثم القدرة على الامساك بزمام الامور في البلد وتطويره .

ولذلك نرى المجتمعات تتطلع الى الدور الكبير للطلبة والشباب في عملية البناء والتطور من اجل كسب المستقبل وضمانه لانها تدرك ان الطلبة والشباب هم العنصر الأساس في عملية التنمية الشاملة في مختلف الجوانب الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والثقافية والاجتماعية والاخلاقية وفي عملية الاصلاح والارتقاء لمختلف الجوانب السلبية في المجتمع . لانهم يمثلون الفئة المؤثرة في المجتمع ليكون مجتمعا قويا ومتطورا وفاضلا .

ويتميز الشباب في مجتمعا بخصوصية كونهم يمثلون قاعدة البناء الصحيح الذي تركز عليه مبادئ ديننا الاسلامي الحنيف وعاداتنا وتقاليدينا واخلاقنا الفاضلة وهم الذي يركز عليهم الحاضر وينتظر عطاءهم وجهودهم المستقبل الذي يزخر بالكثير من التغييرات في ضوء الظروف الراهنة التي يمر بها بلدنا ومجتمعا . وقد قال الرسول محمد (صلى الله عليه وآله وسلم)

(( نصرت بالشباب )) في إشارة واضحة الى اهمية الشباب في تغيير المجتمع وصلاحه وتنميته وتطويره نحو الافضل .

## ٢ : أهمية القيم في المجتمع :

تكمن أهمية القيم في المجتمع من حيث انها هي التي تحث افراد المجتمع على السلوك الاجتماعي والاخلاقي الصحيح والتمسك بأوامر الدين الإسلامي بصورة فعلية في القول والعمل . وعن طريق نستطيع الحصول على معيار مهم نحدد ماهو مرغوب وغير مرغوب في المجتمع . وهي تُسهّم في تحقيق الأهداف السامية العليا فيه وتمثل الهوية الصادقة التي يحملها كل إنسان بداخله وتتحكم بردود أفعاله اللاإرادية . ويستطيع الفرد ان يكتسب القيم المختلفة من عدة مصادر منها الفطرة أو شخصية الفرد والوالدين والأسرة والأصدقاء والبيئة المحيطة به والمدرسة وتوجيهات المدرسين والدين والمعتقد ووسائل الإعلام المختلفة وغيرها .

وهناك عدة مراحل لتكوين القيم عند الانسان من حيث أسسها البنائية وهي :

- أ - معرفية : من حيث الوعي .
  - ب - وجدانية : من حيث شعور الفرد تجاهها إيجابيا كان أم سلبيا .
  - ج - سلوكية : من حيث وقوفها كمتغير وسيط أو كمعيار أو مرشد للسلوك أو الفعل .
- والقيم هي قدرات وكفايات يكتسبها الانسان من مصادر متعددة أهمها ثقافة المجتمع . ولكي تتكون القيم عنده يفترض وجود مجموعة من العوامل وهي :
- أ - الاقتناع بأهمية القيمة : حيث أن امتلاك أي قيمة يتوقف على عامل القبول الذي يعد أهم عامل في ترسيخ القيم لدى الانسان .

ب - الإدماج : ويقصد به استحضار الخبرات السابقة ذات العلاقة الإيجابية بالقيمة المطلوب بناؤها ثم تعميمها على واقع الحال. فالإنسان دائماً يستعين بخبراته الماضية ويعمل على ربطها بالحاضر في مواقف جديدة قد يتعرض لها .

ج - تمايز الخبرات : إن اختلاف الخبرات فيما بينها في حياة الإنسان عامل أساس في امتلاك القيم لأن التمايز عامل مهم في الكشف عن أهمية القيمة وقوتها. ولايمكن أن يحدث هذا التمايز إلا من وجود خبرات كثيرة عند الانسان .

د - قوة الاستعداد لتقبل القيمة : إن الوضعية التي ترتبط بالقيمة تعد حاملا للقيمة . فإن كانت قوية مثيرة و ذات وقع إيجابي في حياة الانسان جعلته شديد الارتباط بالقيمة وإن كانت ضعيفة أو ذات وقع سلبي عليه فإنه غالبا ما يزهّد في القيم التي تحملها. فالاستعداد القوي إيجابا يساعد في تكوين مواقف تقوي النزوع إلى القيمة المراد تبنيها .

( عمر ، ب . ت ، ٥ - ٦ )

### ٣ : أهمية تنمية قيم المواطنة الصالحة لدى الطلبة والشباب :

لقد أصبح مفهوم المواطنة الصالحة من أكثر المفاهيم التي تهتم بها الدول المختلفة في ظل التحولات المتسارعة التي يشهدها العالم لأنها تمثل الانتماء والولاء للوطن والدفاع عنه ضد التهديدات الخارجية والداخلية . وقد اكدت الفلسفة الإسلامية على مبدأ المواطنة الصالحة وذلك لأن الدين الإسلامي دعا إلى إعلاء قيم المواطنة الصالحة كالديمقراطية والعدالة والشورى والتسامح وعدم الإكراه والتمييز .

حيث قال الله سبحانه وتعالى « لا إِكْرَاهَ فِي الدِّينِ قَدْ تَبَيَّنَ الرُّشْدُ مِنَ الْغَيِّ » (سورة البقرة: ٢٥٦) ويقول تعالى « يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتْقَاكُمْ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ » (سورة الحجرات : الآية ١٣)

فهذه المبادئ يقوم عليها الإسلام لنشر ثقافة التسامح وعدم الإكراه والسلام بين جميع الأفراد والشعوب والتوازن بين الحقوق والواجبات وهي أساس المواطنة الصالحة .... وبهذا تشكلت المواطنة في الفكر التربوي الإسلامي . فالدين الإسلامي هو دين المساواة بين الناس فلا فضل لأحد على أحد إلا بالتقوى والعمل الصالح كما أن الدين الإسلامي أرسى مبادئ المواطنة وهي العدالة والديمقراطية والحرية والمساواة والتعددية في المجتمع وعمل على ترسيخها وتعزيزها .

ويمكن تحقيق المواطنة الصالحة لدى ابناء المجتمع عن طريق التربية بمؤسساتها التعليمية النظامية والوسائل الاخرى غير النظامية . وذلك من ما تقدمه للشباب بصورة عامة وللطلبة بصورة خاصة من خبرات ومعلومات ومعارف وقيم تتصل بجوانب الحياة الاجتماعية المختلفة في جميع جوانب الحياة . بما يضمن تحقيق عملية البناء والاصلاح في المجتمع في ضوء مبادئ الدين الاسلامي الحنيف الذي أرسى أسس ومقومات وقيم المواطنة الصالحة بتحقيقها للعدالة والمساواة والحرية والديمقراطية وإيمانها بالتعددية وذلك لما نص به القرآن الكريم والسنة النبوية الشريفة لتحقيق المجتمع المتماسك القوي وتطويره واصلاحه ليكون قادرا على استيعاب متطلبات التغيرات العالمية المعاصرة .

### ٤ - دور الاعلام وتأثيره في المجتمع :

يؤدي الاعلام وتقنياته المختلفة دورا كبيرا في التأثير على الافراد في المجتمع من مختلف الفئات العمرية ويزداد هذا التأثير قوة وفاعلية في صفوف الطلبة والشباب كونهم الفئة التي تتميز بسهولة تغيير اتجاهاتها وافكارها وفقا للظروف والمتغيرات ووسائل الدعاية والاعلان .

وتخضع وسائل الاعلام المختلفة الى وجهة نظر مالكيها او المسؤولين عليها فهي وسيلة فاعلة وسريعة التأثير للترويج لافكارهم وتوجهاتهم . وبذلك فهم يحاولون جذب ابناء المجتمع الى هذه التوجهات والافكار سواء كانت ايجابية ام سلبية .

ويشير ( James ) الى ان وسائل الاعلام لها مكانة مهمة في المجتمع وهي تدخل في جميع مجالات الحياة وتستحوذ على جزء كبير من الوقت لمعظم افراد المجتمع ولكنها بالتأكيد تختلف من مجتمع لآخر . وبسبب قدرة وسائل الاعلام على تقديم معلومات كثيرة ومتنوعة فقد اصبح الكثير من افراد المجتمع مشغولين فيها وفي تأثيراتها الاجتماعية في مختلف القضايا التي تهمهم .

( James, 1977, p. 12 )

وتجدر الاشارة الى ان وسائل الاعلام هي انعكاس ونتاج المجتمع من حيث بنيته الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والثقافية والتي تكون سائدة ومنتشرة فيه . وان وسائل الاعلام وتأثيراتها المختلفة لا يمكن معرفتها ودراستها بمعزل عن الانظمة الاجتماعية السائدة لانها تعكس النظام الاجتماعي التي تنتظم فيه . ( Paul, 1991, p. 56 )

وتعد وسائل الاعلام مصدر المعلومات الاساس لمعظم افراد المجتمع وقد تكون هي المصدر الوحيد للمعلومات للكثير منهم ومن ثمَّ فإن ماتقدمه وسائل الاعلام وما تتميز به من تنوع في الانواع ووفرة في المحتوى والمعلومات قد يكون له اثر كبير على افراد المجتمع وعلى المستويات المعرفية والسلوكية والوجدانية سواء كان هذا التأثير ايجابيا او سلبيا .

ويؤكد ( الشريف ) بأن الاعلام يتجاوز المفهوم السائد بأنه احاطة الرأي العام علما بما يجري من امور وحوادث سواء كانت هذه في الشؤون الداخلية او الخارجية الى مفهوم شامل اوسع من هذا بكثير . وهو ذو اثر كبير في بناء شخصية المجتمع وصقل مواهبه وعرض ارائه ومعطياته وتوجيه مسار التربية والثقافة فيه بمختلف وسائله المسموعة والمقروءة والمرئية . وبذلك فهو قد اصبح فنا له اهدافه ووسائله بالاضافة الى ايجابياته وسلبياته وتأثيراته المختلفة . كما ان التكنولوجيا الحديثة وما رافقها من ابتكارات قد اصبحت من اهم مقوماته ووسائله .

( الشريف , 1987 , 13 - 14 )

كما يشير : الشريف : في موقع آخر الى اهم الاسس التي يقوم عليها الاعلام وهي :

- ١ - الحقائق التي تدعمها الارقام والاحصائيات .
- ٢ - التجرد من الذاتية والتحلي بالموضوعية في عرض الحقائق .
- ٣ - الصدق والامانة في جمع البيانات من مصادرها الاصلية .
- ٤ - التعبير الصادق عن الجهود التي يوجه اليها الاعلام .

( الشريف , ١٩٨٧ , ٢٠ - ٢١ )

وقد تطور الاعلام كثيرا بمرور الزمن وتعددت اهدافه وتنوعت وسائله وكذلك ازدادت الادوار التي يؤديها اهمية وخطورة . ولذلك بدأت وسائل الاعلام وخاصة الرسمية منها بالعمل في مهمة تنمية الوعي ونصح وتثقيف ابناء المجتمع بمختلف فئاتهم والعمل على نشر المعارف والمعلومات الهادفة والبناءة التي تفيد في توجيه انظار افراد المجتمع نحو قضية معينة ينبغي الالتفات لها والاهتمام بها . ( United Nations Publications , ١٩٩٤ , p. ٤ )

## ٥ - دور القنوات التلفزيونية الفضائية وتأثيرها في المجتمع :

تشهد القنوات التلفزيونية الفضائية الاجنبية منها والعربية في السنوات الاخيرة ازديادا كبيرا وملحوظا من حيث العدد وتنوع الادوار والمهام . حيث شهدت الاقمار الصناعية ضغوطا كبيرة من اجل الحصول على حيز مناسب للبث الفضائي لهذه القنوات . وقد رافق هذا التطور التقني الكبير مجموعة من التغييرات السريعة والمتلاحقة شهدتها معظم المجتمعات ومنها المجتمعات العربية في السنوات الاخيرة في كثير من الجوانب الثقافية والفكرية والاجتماعية . ( الحسن , ٢٠٠٨ , ٢ )

وقد اصبحت القنوات التلفزيونية الفضائية هي وسائل الاتصال الاكثر انتشارا وتأثيرا في افراد المجتمع بمختلف فئاته العمرية على تنوع مستوياتهم الثقافية والتخصصية . وقد اصبح اثرها الكبير على مستقبلي رسائلها واضحا . ويعد الازدياد الهائل في اعداد هذه القنوات وتنوعها دليلا على اهميتها وقدرتها الكبيرة في التأثير على مختلف شرائح وفئات المجتمع .

ويشير ( الحسن ) الى ان مالكي القنوات التلفزيونية الفضائية والعاملين فيها يقومون بدور المرسل للمادة التي تبث عبرها وهي الرسالة الاتصالية التي تصل الى افراد المجتمع المتلقين أي المستقبل عبر شاشة هذه القنوات التلفزيونية الفضائية وهي القناة الاتصالية . وبذلك فهي تعد من اهم وسائل الاتصال الجماهيري حيث يتم بث الرسائل الاتصالية عبرها الى عدد كبير من افراد المجتمع الذي يستقبله وقد يتأثر في بعض الاحيان او لا يتأثر في

احيان اخرى بما في هذه الرسائل الاتصالية . ( الحسن , ٢٠٠٨ , ٤٤ - ٤٥ )

وقد ساعدت القنوات التلفزيونية الفضائية معظم الدول في امتلاك الادوات التقنية التلفزيونية المناسبة الى لغة العصر . وعملت على تزويدها بالوسيلة الاعلامية التي تعد الاهم والاكثر تأثيرا وتقدما قياسا بالوسائل الاعلامية الاخرى . وخاصة ان هذه القنوات تشغل الفضاء الواسع بلا قيود وهي تنقل برامجها وموادها ورسائلها من ادارات الاعداد الى المشاهد مباشرة بعيدا عن الرقابة والقيود . ( ابو عرجة , ٢٠٠٠ , ٢٠٣ )

ويشير ( عبيدات ) الى ان القنوات التلفزيونية الفضائية قد اصبحت من ضرورات الحياة ومتطلباتها الاساسية وجزء مهم لا يمكن انكاره او تهميشه في حياة الفرد اليومية . وتبرز فئة الشباب باعتبارها الفئة الاكثر مشاهدة لهذه القنوات من بين الفئات العمرية الاخرى فهم تجذبهم الى مشاهدتها لانها ممتعة ومشوقة ومؤثرة في نفس الوقت على الرغم من وجود مخاوف وتحفظات عديدة على تأثيراتها السلبية المحتملة على المشاهدين . ( عبيدات , ٢٠٠٣ , ٣٥ - ٣٧ )

ويشير ( Bignell ) الى انه بما ان القنوات التلفزيونية الفضائية قد باتت جزء من حياة الناس فأن هناك نظريتين يدور حولهما جدل كبير , الاولى تؤكد في ان هذه القنوات ينبغي ان تكون مصدرا للاجابة عن استفسارات الناس وتزويدهم بالثقافة العامة والمعرفة , والثانية تؤكد في ان هذه القنوات ينبغي ان تقدم ما يطلبه غالبية الناس بغض النظر عن محتوى وشكل ما يطلب ويبث والتركيز على ما يحقق الربح المادي لاصحاب هذه القنوات . ( Bignell , ٢٠٠٨ )

#### ٦ - أمكانية استخدام القنوات الفضائية في تنمية قيم المواطنة الصالحة :

لكل مجتمع من المجتمعات مبادئ ومثل وقيم وركائز واخلاق ثابتة يقوم عليها كيانه وبنائه الاجتماعي وتؤسس عليها حضارته وتراثه لذا ينبغي على كل مجتمع ان يحافظ على هذه القيم ويحاول ان يغرسها عبر الاجيال لدى ابنائه وان يحاول تنمية قيم المواطنة الصالحة لديهم وخاصة ممن هم في مرحلة الشباب وممن يدرسون في المؤسسات الجامعية .

والتقنيات الإعلامية باختلاف انواعها ومنها القنوات التلفزيونية الفضائية لها تأثيرات متعددة ومتفاوتة باختلاف طبيعتها كأداة وباختلاف مستقبلها فهي تقوم بأدوار مختلفة ومتفاوتة في عملية التأثير . وهي من الممكن ان تقوم بدور رئيسي وجوهري في غرس القيم الصالحة والتأثير على السلوك الإنساني عن طريق استقباله لما تعرضه هذه القنوات الفضائية والتأثر بها . وقد اشار العالم النفسي ( هوفمان ) إلى أن الأبناء عندما يقفون أمام التقنيات الاعلامية فأنهم مثل قطعة الإسفنج التي تمتص ما تعرض له . وهي بذلك تؤثر في الفرد بشكل كبير وبالتحديد الأطفال والشباب بدرجة تفوق معظم التأثيرات الأخرى .

وقد لا يكون كل ما يعرض في هذه القنوات مقبولا لجميع افراد المجتمع وخاصة عندما تعرض هذه القنوات الفضائية بعض القيم والمعتقدات التي تتعارض مع القيم العليا والصالحة في المجتمع . ( حسن , ب . ت )

وهي بذلك تُسهم بشكل كبير ومباشر على غرس القيم الاجتماعية المختلفة ولها تأثير بالغ وكبير ومهم على القيم ذات العلاقة والارتباط بمفهوم الوحدة الوطنية وتعزيز قيم المواطنة الصالحة . فمن أبرز أهداف تقنيات الاعلام ومنها القنوات التلفزيونية الفضائية بشكل عام هو تثبيت وترسيخ وتنمية القيم والمبادئ والاتجاهات العامة والمحافظة عليها . وهي تكون قادرة بشكل كبير على تثبيت تلك المبادئ والاتجاهات المرتبطة بقيم المواطنة الصالحة والوحدة الوطنية من خلال استخدام أساليب متعددة ومتنوعة من الممكن الأخذ بها .

( الشناوي , ٢٠٠١ , ٢١٥ )

واشار ( الهنداوي ) الى ان التقنيات الإعلامية تؤدي وظيفة مهمة للمجتمع وهي غرس القيم الصالحة في سلوك افراد المجتمع . وقد حدد العالمان ( لازلر سيفلد ، وميرتون ) بعض الوظائف الخاصة بالتقنيات الإعلامية وهو تبادل الأفكار والآراء بين أفراد المجتمع وتعزيز المعايير الاجتماعية الصالحة من خلال معاقبة الخارجين عنها لغرض تجنب الآثار غير المرغوب فيها للمجتمع . ولتطبيق ما أشار إليه العالمان من هذه الوظائف على غرس قيم المواطنة الصالحة والوحدة الوطنية . إذ إن تبادل الآراء والأفكار بين أفراد المجتمع الواحد وبين الشرائح الاجتماعية المختلفة هو من أبرز الوظائف الإعلامية للقنوات الفضائية وهي التي تقرب وجهات النظر المرتبطة بالوحدة الوطنية وقيم المواطنة الصالحة إذا تمت أدارتها بطريقة علمية مخطط لها.

فالعملية تحتاج الى تحديد هدف واضح . وعليه لابد من وجود قنوات تلفزيونية وبرامج إعلامية متسعة تناقش هذا الموضوع وتتبادل حوله الآراء وتكون مسؤولة عن دعم المعايير الاجتماعية المرتبطة بالوحدة الوطنية وقيم المواطنة الصالحة والمحاربة الجادة لكل من تسول له نفسه المساس بالقيم المرتبطة بهذه الوحدة الوطنية . فهذه وظائف رئيسية للتقنيات الإعلامية المختلفة ومنها القنوات التلفزيونية الفضائية والتي تقوم بدور أساس وفاعل من اجل العمل على تعزيز قيم المواطنة الصالحة لدى ابناء المجتمع .

( الهنداوي , ب , ت )

**ثانيا - دراسات سابقة :****١ - دراسات عن قيم المواطنة الصالحة :****-دراسة : الصبيح : عام ( ٢٠٠٥ ) :**

اجريت في السعودية وهدفت الى التعرف على المواطنة كما يتصورها طلاب المرحلة الثانوية في المملكة العربية السعودية عن طريق تحديد اتجاهات طلاب المرحلة الثانوية نحو المواطنة وعلاقة ذلك التصور ببعض المؤسسات الاجتماعية وهي المسجد والمدرسة والأسرة . وتوصلت الى ان ( ٨٠ ٪ ) من الطلبة يدركون حقوق المواطنة وواجباتها .

( الصبيح ، ٢٠٠٥ )

**دراسة ( الحبيب ) عام ( ٢٠٠٥ ) :**

اجريت في السعودية وهدفت إلى إلقاء الضوء على المصطلحات المرتبطة بالمواطنة كالوطن والوطنية والتربية الوطنية والمواطنة والوقوف على تربية المواطنة والاتجاهات المعاصرة في تربية المواطنة من خلال بعض التجارب العالمية . وتجربة المملكة العربية السعودية في تربية المواطنة . واستندت إلى المنهج الوصفي الذي يقوم على مراجعة الأدب التربوي ذات العلاقة بالظاهرة. وفي نهاية الدراسة قدم الباحث تصوراً مقترحاً لتربية المواطنة الصالحة . ( الحبيب ، ٢٠٠٥ )

**دراسة ( بني صعب ) عام ( ٢٠٠٨ ) :**

اجريت في السعودية وهدفت إلى معرفة دور منهج التربية البدنية لمراحل التعليم العام في تنمية قيم المواطنة الصالحة لدى الطلاب باستخدام المنهج الوصفي التحليلي . وتم استخلاص القيم التي ينميها هذا المنهج لدى الطلبة .

( بني صعب ، ٢٠٠٨ )

**دراسة ( بسام ) عام ( ٢٠١٠ ) :**

اجريت في فلسطين وهدفت الى معرفة دور كليات التربية في تنمية قيم المواطنة لدى الطلبة المعلمين بمحافظة غزة والوقوف على الفروق بين استجابات الطلبة المعلمين باختلاف متغير الجامعة التي ينتسبون إليها .

وقد استخدم المنهج الوصفي التحليلي . وتوصلت الى ان هناك دوراً لكليات التربية في تنمية قيم المواطنة عند الطلبة . ( بسام ، ٢٠١٠ ، ٢٥٠ )

**٢- دراسات عن استخدام القنوات التلفزيونية الفضائية :****دراسة ( السني ) عام ( ٢٠٠٧ ) :**

اجريت في ليبيا وهدفت الى معرفة تأثير برامج القنوات الفضائية على الوظائف الاساسية للاسرة الليبية .

واستخدمت المنهج المسحي وتوصلت الى ان القنوات الفضائية هي من اكثر تقنيات الاتصال متابعة عند الاسرة وان الغالبية منهم يجدون ان سلبيات القنوات الفضائية اكثر من ايجابياتها وبذلك فأن اتجاهاتهم نحوها سلبية . ( السني , ٢٠٠٧ )

**دراسة ( الحسن ) عام ( ٢٠٠٨ ) :**

اجريت في الاردن وهدفت الى معرفة اتجاهات طلبة الجامعات الاردنية نحو المحطات الفضائية العربية . واستخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي ووجدت ان اتجاهات الطلبة كانت في المستوى المتوسط نحو القنوات الفضائية العربية واختلفت النسب حسب انواع القناة الفضائية وتوجهاتها . ( الحسن , ٢٠٠٨ )

**دراسة ( الغليات ) عام ( ٢٠٠٩ ) :**

اجريت هذه الدراسة في الاردن . وهدفت الى معرفة العادات الاتصالية متمثلة بعادات مشاهدة القنوات التلفزيونية الفضائية من طلبة الجامعات الاردنية ومعرفة الاشباع والدوافع المتحققة عندهم نتيجة هذه المشاهدات . واستخدم المنهج الوصفي التحليلي عن طريق اسلوب المسح الميداني .

وتوصلت الدراسة الى ان الغالبية العظمى من الطلبة الجامعيين يشاهدون القنوات الفضائية . وان درجات الاشباع لدى الطلبة الجامعيين كانت ايجابية وذات علاقة بالمؤثرات النفسية . وان دوافعهم كانت ايجابية . ( الغليات , ٢٠٠٩ )

**دراسة (فاطمة الزهراء ) عام ( ٢٠١٢ ) :**

اجريت هذه الدراسة في الجزائر . وهدفت الى معرفة استخدام القنوات التلفزيونية الاخبارية لتفاعلية شبكات التواصل الاجتماعي مثل حالة الفيس بوك . عن طريق اجراء دراسة مسحية لعينة من صفحات الفيس بوك خلال عام ٢٠١٢ .

وتوصلت الدراسة الى ان القنوات التلفزيونية الاخبارية قد فرضت تواجدها على شبكات التواصل الاجتماعي لاستغلال هذه المساحة الافتراضية التي وفرت لها فرصا لاستقطاب جمهور جديد لخدماتها ومنتجاتها الاعلامية . ( فاطمة الزهراء , ٢٠١٢ )

## إجراءات البحث

قام الباحثان بالاجراءات الاتية للتوصل الى نتائج البحث :

## ١ - اختيار التصميم التجريبي :

اختير تصميم المجموعة الواحدة ذات الاختبار القبلي والبعدي كتصميم تجريبي للبحث وكما موضح ادناه في مخطط رقم (١) أدناه :

مخطط رقم (١) : التصميم التجريبي للبحث

العينه	التطبيق القبلي	التجربة	المتغير المستقل	المتغير التابع	التطبيق البعدي
(٤٤) طالب وطالبة	مقياس قيم المواطنة الصالحة	عقد جلسات للطلبة يتم خلالها عرض البرامج الهادفة التي تم تجميعها من القنوات الفضائية لمدة خمسة اسابيع	تقنيات الاعلام الحديثة متمثلة بالقنوات الفضائية	قيم المواطنة الصالحة	مقياس قيم المواطنة الصالحة

## ٢ - تحديد مجتمع البحث :

تم تحديد مجتمع البحث بطلبة قسم التقنيات الكهربائية في المعهد التقني في الناصرية في الجامعة التقنية الجنوبية خلال العام الدراسي ( ٢٠١٥ - ٢٠١٦ ) .

## ٣ - اختيار عينة البحث :

تم اختيار (٤٤) طالبا وطالبة بصورة عشوائية من مجتمع البحث ليكونوا عينة مناسبة لهذا البحث .

## ٤ - اعداد مستلزمات البحث :

قام الباحثان باعداد المستلزمات المطلوبة لأجراء البحث وكما يأتي :

اولا - تحديد الهدف من استخدام تقنيات الاعلام الحديثة : قام الباحثان بتحديد الهدف العام المتوخى من استخدام تقنيات الاعلام الحديثة متمثلة بالقنوات التلفزيونية الفضائية وهو : ( تنمية قيم المواطنة الصالحة عند الطلبة ) .

ثانيا - اختيار برامج هادفة تتعلق بقيم المواطنة الصالحة : قام الباحثان بتجميع واختيار عدد من البرامج الهادفة من القنوات التلفزيونية الفضائية التي تحت على المواطنة الصالحة وضرورة

توافرها لدى ابناء المجتمع وخاصة عند الطلبة والشباب واهميتها في اصلاح المجتمع وبناء البلد لغرض اطلاع الطلبة عينة البحث عليها من خلال جلسات محددة ومعدة لهذا الغرض .

## 0 - اعداد اداة البحث ( مقياس قيم المواطنة الصالحة عند الطلبة ) :

تم اعداد مقياس قيم المواطنة الصالحة عند الطلبة . وهو مقياس مكون من ( ٢٥ ) فقرة يهدف الى التعرف على مدى توافر قيم المواطنة الصالحة لدى الطلبة عينة البحث . وتم أتباع الخطوات المتعارف عليها في هذا المجال حيث حدد الهدف منه وهو ( التعرف على مدى توافر قيم المواطنة الصالحة عند الطلبة ) وهو مكون من خمسة بدائل حسب مقياس ( ليكرت الخماسي ) . وتم وضع تعليمات الاجابة عليه وعرضه على عدد من المختصين وبالاغتماد على معادلة (كوبر Cooper) لحساب درجة الاتفاق بينهم.

## وتم استخراج الخصائص السيكومترية للمقياس كما يأتي :

أ - صدق المقياس : تم اجراء التحليل الاحصائي لمقياس قيم المواطنة الصالحة عند الطلبة بتطبيقه على عينة استطلاعية من غير عينة البحث مكونة من ( ٢٢ ) طالبا وطالبة . واستخرجت معاملات التمييز ودرجة اتساق الفقرات مع درجة المقياس الكلية بأستخدام الطرائق الاحصائية المناسبة . فتبين ان جميع الفقرات مميزة ومتسقة فيما بينها وبين فقرات المقياس الكلية وبذلك يعد هذا المقياس صادقا ( Validity ) .

ب - ثبات المقياس : تم أستخدام طريقة اعادة التطبيق على نفس العينة الاستطلاعية بعد مرور اسبوعين على التطبيق الاول للمقياس . وتم حساب معامل الثبات باستخدام معامل ارتباط بيرسون فكان ( ٠,٨٠ ) وتم حساب معامل ثبات معادلة كرونباخ - الفا فكان ( ٠,٨٣ ) وأصبح هذا المقياس ثابتا (( Ratability )) وصالحا للتطبيق على عينة البحث .

## ٦ - خطوات تطبيق البحث :

قام الباحثان بالخطوات الاتية لغرض تطبيق البحث والتوصل الى النتائج :

اولا - اجراء التطبيق القبلي لمقياس قيم المواطنة الصالحة عند الطلبة على عينة البحث وتحليل نتائجه .

ثانيا - عقد جلسات مع الطلبة عينة البحث بواقع ساعتين في الاسبوع ولمدة خمسة اسابيع من اجل عرض البرامج الهادفة التي تم تجميعها من القنوات التلفزيونية الفضائية التي تحت على المواطنة الصالحة وضرورة توافرها لدى ابناء المجتمع وخاصة عند الطلبة والشباب واهميتها في اصلاح المجتمع وبناء البلد .

ثالثا - اجراء التطبيق البعدي لمقياس قيم المواطنة الصالحة عند الطلبة على عينة البحث وتحليل نتائجه .

رابعا - تحليل نتائج التطبيقين لمقياس قيم المواطنة الصالحة لدى طلبة المرحلة الجامعية بأستخدام الوسائل الاحصائية المناسبة لهذا الغرض .

## ٧ - الوسائل الاحصائية :

استخدم الباحثان البرنامج الاحصائي ( SPSS ) لغرض استخراج صدق وثبات مقياس قيم المواطنة الصالحة عند الطلبة وتحليل نتائج البحث ومعرفة دلالة الفروق الاحصائية بين التطبيق القبلي والبعدي للمقياس .

## نتائج البحث

### اولا - عرض النتائج :

### من ملاحظة جدول رقم (١) نجد انه :

توجد فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى معنوية ( ٠,٠٥ ) بين متوسط درجات الطلبة عينة البحث في مقياس قيم المواطنة الصالحة عند الطلبة الذي تم تطبيقه عليهم قبل استخدامهم لتقنيات الاعلام الحديثة وبين متوسط درجاتهم فيه بعد ان اعيد تطبيقه عليهم بعد استخدامهم لها . لصالح بعد الاستخدام

### جدول رقم ( ١ ) : نتائج البحث

المقارنة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة t المحسوبة
قبل استخدام تقنيات الاعلام الحديثة	٥٩,٩	١٠,٤٣٢	٣,٧٩٥
بعد استخدام تقنيات الاعلام الحديثة	٨٠,٣	٨,٣٨٤	

## ثانيا - تفسير النتائج :

من ملاحظة نتائج البحث نجد ان الطلبة عينة البحث بأعتبارهم يمثلون طلبة المرحلة الجامعية والتي تمثل فئة الشباب في المجتمع قد استفادوا من استخدام تقنيات الاعلام الحديثة متمثلة بالقنوات التلفزيونية الفضائية من خلال مساهمتها في غرس وتنمية قيم المواطنة الصالحة وجعلها اكثر ايجابية عما كانت عليه قبل استخدامهم لها . وهذا يشير الى انه بالامكان استخدام تقنيات الاعلام الحديثة متمثلة بالقنوات التلفزيونية الفضائية

لغرس وتنمية قيم المواطنة الصالحة لدى طلبة المرحلة الجامعية وتعزيزها وجعلها أكثر ايجابية ومن ثمّ خلق جيل واعي وصالح قادر على المساهمة في اصلاح المجتمع وقيادة البلد وتطويره والارتقاء به نحو الأفضل . حيث بإمكان هذه القنوات التلفزيونية الفضائية ان تصبح ذات اهمية كبيرة وفاعلة في غرس الامور الايجابية في المجتمع فيما لو احسن استخدامها بالشكل الصحيح وتمت الاستفادة من الامور الايجابية فيها .

فقد كان استخدام تقنيات الاعلام الحديثة متمثلة بالقنوات التلفزيونية الفضائية لغرس وتنمية قيم المواطنة الصالحة في هذا البحث اسلوبا جديدا يحصل الطلبة عن طريقه عينة البحث على النصائح والتوجيهات والمعلومات القيمة بصورة منظمة وموجهة ومخطط لها لم يعتادوا عليها سابقا. وبذلك رأوا فيها اسلوبا مشوقا وحديثا يمكن الاستفادة والاستزادة من مختلف المعلومات والنصائح والتوجيهات وهذا جعلهم يستخدمونه لغرض تنمية الافكار والمعتقدات والاتجاهات والقيم نحو مختلف الامور والقضايا التي تهتم الطلبة والمجتمع وهذا ادى الى حصول تطور ايجابي وتنمية لقيم المواطنة الصالحة لديهم .

### ثالثا - الاستنتاجات :

#### من خلال نتائج البحث توصل الباحثان الى الاستنتاجات الاتية :

- ١- إمكانية استخدام تقنيات الاعلام الحديثة متمثلة بالقنوات التلفزيونية الفضائية من اجل تنمية قيم المواطنة الصالحة عند الطلبة .
- ٢- إمكانية استخدام تقنيات الاعلام الحديثة في تغيير اتجاهات وآراء الطلبة والشباب وتعديلها وجعلها أكثر ايجابية بما يُسهم في بناء المجتمع وتطويره .
- ٣- إمكانية تنمية وتعزيز الجانب القيمي والاجتماعي والتربوي والوطني والاخلاقي لدى الطلبة والشباب من استخدامهم لتقنيات الاعلام الحديثة ومنها القنوات التلفزيونية الفضائية لو استخدمت للامور الايجابية ووفق تخطيط سليم ودقيق .

### رابعا - التوصيات :

#### من خلال نتائج البحث يوصي الباحثان بالتوصيات الاتية :

- ١ - استخدام تقنيات الاعلام الحديثة متمثلة بالقنوات التلفزيونية الفضائية من اجل تنمية قيم المواطنة الصالحة عند الطلبة .
- ٢ - العمل على تنمية وتعزيز قيم المواطنة الصالحة لدى الطلبة ليكونوا افرادا صالحين

في المجتمع وقادرين على المساهمة في عملية البناء والتطور باستخدام مختلف تقنيات الاعلام الحديثة ومنها القنوات التلفزيونية الفضائية .

٣- قيام المؤسسات الجامعية باجراء البحوث التطبيقية للتعرف أهمية تنمية وتعزيز قيم المواطنة الصالحة والاخلاق الفاضلة والرغبة في البناء والتطوير لدى منتسبيها وطلبتها .

٤ - التعاون بين المؤسسات الجامعية والشبابية والاعلامية والمكاتب الدينية ومنظمات المجتمع المدني من اجل غرس روح الفضيلة والهداية وقيم المواطنة الصالحة بين الطلبة والشباب لمختلف شرائح المجتمع .

### خامسا - المقترحات :

استكمالاً لنتائج هذا البحث وتعميماً للفائدة يقترح الباحثان اجراء بحوث تجريبية اخرى في المجال نفسه. ومنها على سبيل المثال ما يأتي :

- ١- دراسة مقارنة لفاعلية تقنيات الاعلام الحديثة في تنمية الاتجاهات الاجتماعية الايجابية للطلبة .
- ٢- فاعلية استخدام تقنيات الاعلام الحديثة في بناء الهوية الوطنية والاسلامية لشخصية الطلبة والشباب .
- ٣ - أمكانية استخدام تقنيات الاعلام الحديثة في نشر الثقافة الوطنية والدينية والأخلاقية لدى الطلبة والشباب .

### المصادر المستخدمة :

- القرآن الكريم .
- ابو عرجة , تيسير ( ٢٠٠٠ ) . الاعلام العربي تحديات الحاضر والمستقبل . الاردن , عمان , دار مجدلاوي للنشر .
- الحبيب , فهد إبراهيم ( ٢٠٠٥ ) . تربية المواطنة الاتجاهات المعاصرة في تربية المواطنة , بحث مقدم إلى اللقاء الثالث عشر لقادة العمل التربويين المنعقد في منطقة الباحة في المملكة العربية السعودية , مجلة المعرفة , العدد ١٢٠ .
- الحسن , نديم ( ٢٠٠٨ ) اتجاهات طلبة الجامعات الاردنية نحو المحطات الفضائية العربية , جامعة الشرق الاوسط للدراسات العليا , الاردن ( رسالة ماجستير غير منشورة ) .
- السني , فتحي ( ٢٠٠٧ ) . تأثير برامج القنوات الفضائية على الوظائف الاساسية للاسرة دراسة ميدانية , مجلة البحوث الاعلامية , العدد ٣٩ , طرابلس , ليبيا .
- السيد , هناء ( ٢٠٠٥ ) . الفضائيات وقادة الرأي , ط١ , العربي للنشر والتوزيع , مصر .
- الشريف , راشد ( ١٩٨٧ ) . دور الاعلام في ترسيخ القيم الكبرى للمجتمع العربي الاسلامي , الرياض , السعودية , جامعة نايف العربية للعلوم الامنية .
- الشناوي , محمد ( ٢٠٠١ ) . التنشئة الاجتماعية للطفل . عمان : دار صفاء للنشر والتوزيع .
- الصبيح , عبد الله بن ناصر ( ٢٠٠٦ ) . المواطنة كما يتصورها طلاب المرحلة الثانوية في المملكة العربية السعودية وعلاقة ذلك

- بعض المؤسسات الاجتماعية ، بحث مقدم إلى اللقاء الثالث عشر لقادة العمل التربويين المنعقد في منطقة الباحة في المملكة العربية السعودية ، مجلة المعرفة ، العدد ١٢٠ .
- العبد ، عاطف علي ( ١٩٩٣ ) . الاتصال والرأي العام ، القاهرة ، دار الفكر العربي .
- الغليلات ، سامر ( ٢٠٠٩ ) . استخدام طلبة الجامعات الاردنية للقنوات الفضائية والاشباعات المتحققة ، جامعة الشرق الاوسط للدراسات العليا ، الاردن ( رسالة ماجستير غير منشورة ) .
- الفحطاني ، سالم علي ( ١٩٩٨ ) . التربية الوطنية : مفهومها- أهدافها- تدريسها ، مجلة رسالة الخليج العربي، العدد ٦٦ ، السنة ١٨ ، مكتب التربية العربي لدول الخليج ، السعودية .
- الهنداوي ، فوزي هادي ( ب . ت ) . اثر الخطاب الإعلامي في القيم الاجتماعية . السلطة الرابعة . ( عبر شبكة المعلومات )
- بسام محمد ابو حشيش ( ٢٠١٠ ) . دور كليات التربية في تنمية قيم المواطنة لدى الطلبة المعلمين بمحافظة غزة ، مجلة جامعة الأقصى ، سلسلة العلوم الانسانية ، المجلد ١٤ ، العدد ١ ، جامعة الأقصى ، فلسطين .
- بني صعب ، وجيه بن قاسم ( ٢٠٠٨ ) . دور المناهج في تنمية قيم المواطنة الصالحة: منهج التربية البدنية مثلاً ، بحث مقدم إلى ندوة دور التربية البدنية في تعزيز المواطنة الصالحة . السعودية .
- حسن بن عايل أحمد ( ب . ت ) . رؤى حول التربية والإعلام وادوار المناهج لتنمية التفكير في مضامين الإعلام لتحقيق التربية الإعلامية ، ورقة مقدمة للمؤتمر الدولي الأول للتربية الإعلامية ، المكانة العربية السعودية .
- عبيدات ، ذوقان ( ٢٠٠٣ ) . الفضائيات والانترنت : معالجة السلبيات لدى الناشئة تعزيزا للايجابيات . دراسة منشورة ، مكتب التربية العربي لدول الخليج ، الرياض ، السعودية .
- عمر رياض ، ( ب . ت ) بحث عن القيم ، مركز الأبحاث والدراسات في القيم ، الرابطة المحمدية للعلماء ، المغرب .
- فاطمة الزهراء عماري ( ٢٠١٢ ) . استخدام القنوات التلفزيونية الاخبارية لتفاعلية شبكات التواصل الاجتماعي : حالة الفيس بوك ، جامعة الجزائر ، الجزائر ( رسالة ماجستير غير منشورة ) .
- ويبكيديا الموسوعة الحرة في الانترنت .

1. An Introduction to Television , (٢٠٠٨) Bignell, Jonathan.

2. Studies, second edition, Routledge: London & NY

3. Mass media effect : Keynes . ( ١٩٧٧ ) James Halloren.

4. Théories de Communication : sens, sujets, savoirs, Sillery, Québec, Presse de L'Université : (١٩٩١) Paul Attallah. ٣. du Québec

5. Ninth united nations congress on the prevention of crime and the. ( ١٩٩٤ ) United Nations Publications.

6. January ١٠, treatment of offenders .new York

## الملاحق :

## مقياس قيم المواطنة الصالحة لدى طلبة المرحلة الجامعية

ت	قيم المواطنة الصالحة	موافق جدا	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق جدا
١	أنبذ العنف والتمييز بكل أشكاله بين أبناء المجتمع					
٢	أشجع روح التعاون بين أبناء المجتمع					
٣	أشارك في العمل التطوعي الذي يقوم به أبناء المجتمع					
٤	احترم أبناء المجتمع من ذوي الاحتياجات الخاصة					
٥	أشارك في نشاطات مؤسسات المجتمع المختلفة					
٦	أشعر بمشاكل المجتمع وقضاياها وهمومه					
٧	احترم مشاركة أبناء المجتمع في جميع الفرص بدون تمييز					
٨	التزم بمفاهيم المواطنة كالهوية والانتماء والمشاركة					
٩	أحاول تعزيز قيم التسامح بين أبناء المجتمع					
١٠	أحترم استقلالية كل مواطن وحرية في التفكير					
١١	أتعامل بهرونة وتسامح وعقلانية مع أبناء المجتمع					
١٢	يتطابق سلوكي مع أفكارني في مختلف مواقف الحياة					
١٣	أحرص على ترجمة قيمى الإيجابية إلى ممارسات فعلية					
١٤	أؤمن بدور منظمات المجتمع المدني في تنمية المجتمع					
١٥	أفكر بصورة جدية بمشكلات المجتمع وأسعى الى حلها					
١٦	أؤمن بحرية التعبير عن الرأي والحوار الإيجابي مع الآخرين					
١٧	أحترم حقوق الإنسان ومبادئ الديمقراطية					
١٨	أحاول ان أتمسك بقوة بحقوقى وأحترم حقوق الآخرين					
١٩	أؤمن بقيم الولاء والالتزام والديمقراطية والحقوق والواجبات					
٢٠	أعمل بروح جماعية والتزام بالمعايير الاجتماعية					
٢١	أؤمن بمبدأ العدل والمساواة وتكافؤ الفرص في تطبيق القوانين					
٢٢	أحترم حرية الآخرين في تنظيم الفعاليات الوطنية والاجتماعية					
٢٣	أعتز وأفتخر بوطني وحضارته ودوره الانساني عبر التاريخ					
٢٤	أحاول تغليب روح الحوار على أسلوب تعاملى مع الآخرين					
٢٥	أؤمن بالمناقشات مع الآخرين وقبول النقد والرأي الاخر					

## مستويات مصداقية الصحافة في اطار النموذج البنائي للمصداقية

أ.م.د حمدان خضر السالم

كلية الاعلام / جامعة بغداد

خضير عباس ضاري الموسوي

( بحث مستل من رسالة ماجستير )

### المستخلص

هناك خلط بين مفهومي المصداقية والصدق إذ يرى البعض أنّ معناهما واحد. فالمصداقية مشتقة من صدق وهي تعني الأدلة التي تثبت الصدق. والصدق يعني عدم الكذب ومطابقة الواقع. وقد بدأت دراسة المصداقية عالمياً في نهاية خمسينيات الألفية الثانية لمعرفة التدني والعزوف عن قراءة الصحف. أما في الوطن العربي فدرست في عام ١٩٨٧ م. والدراسات العالمية توصلت الى مفاهيم المصداقية هي (الدقة- الاكتمال- نقل الحقائق- عدم التحيز- التوازن- العدالة- الموضوعية- الثقة- الامانة - احترام حرية الافراد- الاهتمام بالافراد والمجتمع- مراعاة الاعراف والتقاليد) .

وهناك أبعاد لدراسة المصداقية هي مصداقية القائم بالاتصال ومصداقية المضمون ومصداقية الوسيلة وهناك من وسعها و اضاف إليها مصداقية مصدر الاحداث ومصداقية تصريحات المسؤولين ومصداقية توجه الوسيلة ومصداقية نوع الوسيلة . أما المصداقية من المنظور الاسلامي فإنها تعني مصداقية الاقوال والافعال والذات . وان المصداقية مجموعة من القيم (اجتماعية واخلاقية ووطنية وشخصية وجمالية ودينية وسياسية واقتصادية) .

### وإن المصداقية تعني أمرين هما :

١ . مصداقية الصحيفة فيما يتعلق بالقارئ

٢ . ومصداقية الصحافة فيما يتعلق بالمصدر .

وهناك ثلاث مراحل للتصديق (التصديق المبدئي , والتصديق النابع من الظرف الاتصالي , والتصديق النهائي) .

وان البحث توصل الى ان هناك اربع مستويات تنابعية لقياس المصداقية في وسائل الاعلام كما يأتي:

- ١ - المستوى الاول : ويتمثل في صدقية وسائل الاعلام المختلفة .
- ٢ - المستوى الثاني : ويتمثل في قياس مصداقية وسائل الاعلام في ضوء مكونات المصداقية المرتبطة بعناصر العملية الاتصالية .
- ٣ - المستوى الثالث : ينصب حول التميز والمفاضلة بين وسائل الاعلام عن طريق اجراء مقارنة بين الوسائل التقليدية والوسائل الحديثة من حيث ثقة الجمهور في كل من تلك الوسائل .
- ٤ - المستوى الرابع : يشمل هذا المستوى قياس ادراك الجمهور لمصداقية وسائل الاعلام في تناولها الاخباري للأحداث والقضايا البارزة والازمات .

وتكمن أهمية ودراسة المصداقية فيما اذا كانت صحيفة او تلفزيون او انترنت الصحافة فيما اذا كانت عالية او منخفضة ، والتنافس القوي بين وسائل الاعلام المختلفة أو الوسيلة الواحدة ، والعزوف عن الاطلاع على الصحف دون غيرها ، وهذا يؤثر على الاعتماد على الوسيلة والثقة بها .  
وان المصداقية متغير متعدد الابعاد . وعالم اليوم متغير في نواحي الحياة كافة .

ويعدّ النموذج البنائي . أفضل مدخل لدراسة المصداقية والمتكون من ثلاثة مداخل

( المؤسسي ، والتأثيري ، والفردى ) .

وبحسب تصنيف الباحثين هنالك مقاييس عدة لقياس المصداقية ، فضلاً عن وجود انواع مختلفة للمصداقية ، والكثير من العوامل المؤثرة فيها ، ومنها ما هو مرتبط بالمصدر أو الوسيلة أو القائم بالاتصال أو الجمهور أو شكل تقديم الرسالة أو جماعات الضغط أو أهمية القضية .

ويمكن الاستفادة من دراسة المصداقية في الصحافة على مستوى المهنة وعلى المستوى الاكاديمي .

## Levels of Press Credibility in the Framework of the Structural Model of Credibility

Ph.D. Hamdan khader al-Salem and khudair Abbas Dhari

### Abstract

*There is confusion between the concept of honesty and credibility arguing that their meaning is the same. 'Credibility; is derived from the truth which means evidence of honesty, while 'honesty' means not lying and matching reality. The study of credibility begins globally at the end of the fifties of the second millennium to see the decline and refrain from reading newspapers, while it was studied in the Arab world in 1987. Global studies finds several meanings of the concept of 'credibility' such as: accuracy, completeness, transfer facts, impartiality, balance, justice, objectivity, trust, honesty, respect the freedom of individuals and community, and taking into account the traditions and norms.*

*Credibility has two dimensions: the credibility of the newspapers that deals with readers, and the credibility of journalism dealing with the source. There are three levels of ratification: initial ratification, ratification stemming from the content-communication, and final ratification.*

***The research concludes that there are four levels of credibility:***

- 1- Level one represents the credibility of various media means*
- 2- Level two measures the credibility of media tools*
- 3- Level three focuses on discrimination and differentiation among media means by making comparison between the traditional media and new technological one.*
- 4- Level four measures audiences' awareness of the ratification of media.*

*The importance of the study sheds light on strong or weak decline in the credibility of the press or TV or online journalism, as well as on the strong competition among various media. The researcher find that there are many factors affect the credibility; some is related to the source or means or communicator or the existing content or the importance of the study.*

## المقدمة

من الملاحظ في السنوات الأخيرة من الألفية الثانية والسنوات المبكرة من الألفية الثالثة اهتمام متزايد بدراسة مصداقية وسائل الإعلام بصوره عامه والمقارنة بين الوسائل الحديثة والتقليدية من قبل الباحثين في مجال علم الاتصال الجماهيري بصفه عامه, وتأثيرات وسائل الإعلام بصفه خاصة وتعد المصداقية من المفاهيم بالغة التعقيد حيث تتخطى مجرد الصدق على اعتبار إن المصداقية مشتقه من المصداق والذي بدوره مشتق من الصدق وهي متغيرات ترتبط بدورها في الأنظمة الفرعية للنظام الاجتماعي والذي تعتبر وسائل الإعلام جزءا منه وان دراسات المصداقية في بداية الأمر للدراسات كان ضمن المنهج التتبع التاريخي والاهتمام بالقائم بالاتصال وتأثيره على الجمهور واعتمد الباحثون على المنهج التجريبي بدأت الدراسات في الأعوام ٤٩-٥١-١٩٥٣ من هوفلاند وزملائه, برلو وآخرين لغاية عام ١٩٧١<sup>(١)</sup>, اتجه الباحثون نحو المنهج المسحي لقياس ورصد المتغيرات التي تؤثر على مصداقية وسائل الإعلام ومن ضمنها الصحافة على الجمهور ويسعى هذا البحث لعرض أبعاد مفهوم المصداقية , مكوناتها, أنواعها, كيفية قياسها, والعوامل المؤثرة في المصداقية (محدداتها), ومعايير مقارنة المصداقية , والمصداقية والمعايير الأخلاقية في زمن الأزمات .

وترجع أهمية البحث لكونه أول دراسة أكاديمية عراقية تتطرق لهذا الموضوع بشكل مفصل, والدور الذي أصبحت عليه الصحافة من التمتع بالحرية بعد عام ٢٠٠٣م, ولم تلق دراسات مصداقية الصحافة الاهتمام المطلوب من لدن الباحثين العراقيين, محاوله معرفة العوامل التي تؤثر في إدراك الجمهور لمصداقية الصحافة, ولغرض مواكبة التغيرات البحثية العربية والدولية .

وتتمثل مشكلة الدراسة بعزوف القراء عن مطالعه الصحف ومحاوله اكتشاف مستويات المصداقية التي يوليها الجمهور للصحافة المطبوعة سواء كانت حزبية أو مستقلة أو مواليه للحكومة وتتمثل مشكلة الدراسة بالتساؤل الرئيسي (ما مستويات مصداقية الصحافة لدى الجمهور) وهناك تساؤلات فرعية تتعلق بمدى مصداقية الصحف لدى الجمهور وما معايير المصداقية والتزام الصحافة بها , وما تأثير نمط الملكية على درجة مصداقية الصحافة وماهية عناصر المصداقية .

تقوم الدراسة على تحليل كفي للدراسات الأكاديمية العربية والعراقية حول مصداقية الصحافة من خلال عدة محاور أساسيه, محور مفهوم المصداقية ومحور مكونات المصداقية وأنواعها ومحور العوامل المؤثرة في المصداقية ومعايير مقارنتها ومحور كيفية قياس المصداقية , ومحور المصداقية والمعايير الأخلاقية في زمن الأزمات واعتمدت الدراسة على المنهج

المسحي بشقه الوصفي لدراسات المصداقية كما رصدتها الدراسة العراقية والعربية وقد اعتمدت الدراسة على مجموعه من الدراسات العراقية والعربية وهي دراسة سعد كاظم ٢٠٠٩، ودراسة رواء هادي صالح ٢٠١٢، أما الدراسات العربية فكانت منى جابر هادي ٢٠١٢، غادة عبد التواب ٢٠١٢، وسام نصر ٢٠١٠، نائف مطلق فهيد ٢٠٠٧، وخالد صلاح الدين حسن ٢٠٠٥، ووائل إسماعيل حسن ٢٠٠٥، وهويدا مصطفى ٢٠٠٣، وعزه عبد العزيز عثمان ١٩٩٦

## المحور الاول : مفهوم المصداقية

### المصداقية لغةً :

هناك خلط لدى الكثير بين مفهومي الصدق و المصداقية إذ يرى بعضهم أن معناهما واحد. فالمصداقية مشتقة من صدق، يعني مطابقة الكلام للواقع وهو ضد الكذب (٢)، أما المصداقية تعني الأدلة التي تثبت صدق الخبر أو الموضوع، و مصداق الأمر يعني الدليل على صدقه (٣).

(ورغم أن اللغويين و الكثير منهم يعترض على صحة تصريف هذا المصطلح إلى العربية، فإنه استقر كواحد من المصطلحات المهمة في العلوم الاستراتيجية و السياسية و الاجتماع و الإعلام) (٤).

و يرى محمد سيد محمد ( إن المصداقية دخلت لغتنا العربية من ترجمة كلمة **credibility** الإنكليزية و إنها أقرب إلى المصدر الصناعي، و إن الأستاذ محمد حسنين هيكل هو الذي نحت كلمة المصداقية ، و حجة محمد سيد محمد إن الأستاذ هيكل رجل له أسلوبه و بلاغته ، إلى جانب معرفته الإنكليزية بشكل يوثق بها جداً ، و معرفته الإعلامية و السياسية بمصطلحات عصره عالمياً) (٥).

في حين وجد الباحث أن كلمة المصداقية عربية صرفة وهي مصدر صناعي وهو ( أسم مصنوع من أسم آخر بزيادة ياء مشددة بعدها تاء في اخره للدلالة على حدث) (٦) و إن المصداقية مشتقة من صيغة المبالغة و التي تشتق من مصادر الأفعال الثلاثية، و اشتقاق مصداق من الفعل الثلاثي صدق و على وزن مفاعل و قد صنعت منها المصداقية بإضافة الياء و التاء .

و يصح القول إن صدقيه وهي اشتقاق من الصدق أو مصداقية من صيغة المبالغة لمصداق و تصبح مصداقية. أما فيما يخص كونها نحتت فلا صحة لذلك لأن النحت في اللغة العربية ( أخذ أحرف من مجموع كلمات و المثال على ذلك بسملة من بسم الله الرحمن الرحيم أو حوقلة من لا حول ولا قوة إلا بالله العلي العظيم. فإن كلمة مصداقية مأخوذة من الجذر ص.د.ق و منها اشتق المصداق و المصداقية وهي صيغة مبالغة ثم أضيف إليه الياء المشددة و التاء و أصبحت مصدراً صناعياً.

و الصدق و الصحة تشير هذه الصفة إلى العديد من القضايا الأخلاقية في الحياة الصحفية ومن هذه القضايا تساؤل حول إمكانية التضحية بعنصر للتأكد من صدق الخبر من أجل الحصول على سبق صحفي و هل يمكن للصحيفة أن تنشر خبراً مهماً دون أن تتأكد من صدقه أو كذبه (٧).

وكذلك فإن الصدق ( مطابقة المضمون المنقول من أحداث و أنباء و معلومات في وسائل الإعلام المختلفة مع الواقع الذي يسعى هذا المضمون لتغطيته أو نقله إلى الجمهور ) (٨).

و حيث أن الصدق مطابقة الكلام للواقع وهو ضد الكذب، و الكذب هو الإخبار عن الشيء بخلاف ما هو عليه بالواقع، وصدق صدقاً و صدوق تصادقا ضد الكذب في وعده أو وعيده ويقال رجل صدق أي صادق، و الصدوق الأكثر من الصادق و صدقه قبل قوله (٩). و المصدق الذي يصدق في حديثه و يُصدق حديثه و الاشتقاق للمصداقية جاء من ذلك (١٠)، لصلتها بصدق الحديث و تصديقه أي الرسالة و الوسيلة و القائم بالاتصال، و الصديق دائم التصديق و الذي يصدق بالعمل (١١). وقوله تعالى (لَيْسَ الصَّادِقِينَ عَنْ صِدْقِهِمْ) و تأويله ليسأل المبلغين من الرسل عند صدقهم في تبليغهم و الله يعلم إنهم صادقون (١٢). وصدق صادق كقوله شعر شاعر أي قال صدقاً أو شعراً وقوله تعالى ( وَأُمُّهُ صِدِّيقَةٌ ) أي مبالغه في الصدق و التصديق (١٣). وقد وردت ٩٧ آية في القرآن الكريم تشير إلى الصدق و الصادقين (١٤).

وعليه فإن الصدق يعني نقل الكلام أو المعلومة كما قيلت بالضبط دون زيادة أو نقصان أو تحريف أو تشويه. أما المصداقية فتعني المؤشرات و المعايير التي تحدد معنى الصدق من الكذب.

إن معنى المصداقية تعني التزام الكلمة بالصدق في التعبير عن الحقيقة، وهناك ثلاثة أنواع من الكلمات التي تقدمها وسائل الإعلام وهي (١٥).

١. الكلمة الإبداعية ( المثقلة بالمشاعر و الخيال )
٢. الكلمة العلمية ( كلمة العقل و الواقع )
٣. الكلمة الإعلامية ( مزيج من المشاعر و العقل و الخيال و الواقع ).

وإن لكل كلمة لها مصداقيتها الخاصة بها. و إن الأخبار هي شكل من أشكال التعبير عن الثقافة (١٦).

## مفهوم المصداقية :

لقد بدأت دراسة المصداقية عند احساس الصحف الامريكية بهبوط توزيعها ونقص المردود المادي لها في نهاية عقد الخمسينيات من الالفية الثانية ، وقامت بها كبريات المؤسسات الصحفية لمعرفة اسباب التدني السوقي (١٧) .

وقد درسوا تأثير مصداقية المصدر ومن ثم درسوا مصداقية الاعلام عند الجمهور.... اما الدراسات العربية فقد بدأت في نهاية ثمانينيات الالفية الثانية اذ قدم محمد سيد محمد مقالاً عام ١٩٨٧ تحت عنوان ( كيفية قياس المصداقية في الاعلام العربي ) ..... اما في العراق فقد بدأت دراسة المصداقية بعد عام ٢٠٠٣ م.

### اولا - مفهوم المصداقية عالمياً : (١٨)

منذ بداية دراسة المصداقية كان الباحثون يزداد اهتمامهم بتحديد مفهوم لها وقد اعطوا مفهوماً غير واضح وغير دقيق اذ تم ربطها فقط بالثقة عند الجمهور ، والخبرة لدى القائم بالاتصال وبعد ثلاثة عقود من الدراسات اضافة العديد من المعايير . وقد كانت الدراسة لأربعة مؤسسات امريكية قد توصلت الى ان المصداقية تتكون من المفاهيم التالية (١٩) :

( الدقة - الاكتمال - تغطية الحقائق والوقائع - عدم التحيز والتوازن والعدالة والموضوعية - الامانة والمستويات الاخلاقية - استقلالية الاعلام - السمات المميزة لاداء الصحافة - الثقة في المؤسسات الاعلامية - نقل الحقيقة والصواب ) .

اما جازينو وماكجرات فقد اعطيا مفهوماً للمصداقية مثل ( الدقة - الموضوعية - الصحة واحترام الجمهور - الشمول والواقعية - الوضوح - الحياد - عدم التحيز - كفاءة الصحيفة ) (٢٠) .

### أما فليب مايير فقد حدد المصداقية بما يأتي (٢١) :

١ . عدم المساس بالحياة الخاصة بالافراد .

٢ . الاهتمام بما يفكر فيه القراء .

٣ . الاهتمام بغالبية المجتمع .

اما الدراسات الاوربية فقد ركزت على جانب واحد للمصداقية وهو نوعية المضمون والخصائص الايديولوجية وتضمنت في مفهومها للمصداقية ( الدقة - الامانة - كفاءة وخبرة المصدر - كفاءة المراسل او المندوب ) وأشارت الى ان الصحافة بحرفية صارمة تمنع التحيز وعدم الدقة وان مفهوم المصداقية اوريا هي ( عدم الانحياز - فصل الحقائق عن الاراء عدم تبعية الصحيفة للدولة - التغطية الشاملة للحدث

- التعمق في التحليل - الحرص والامانة وعدم المبالغة - التوازن والشمولية - عدم الخوض في الحياة الخاصة بالافراد - تقديم الخدمات للجمهور نقل الحقيقة (٢٢).

## ثانيا - مفهوم المصداقية في الدول الاخرى:

### تضمن ثلاث مضامين للمصداقية وهي (٢٣)

١. مصداقية القائم بالاتصال وشملت ( نقل الحقيقة - العمل لصالح الجمهور - مراعاة الاعراف والتقاليد - عدم المساس بالحياة الشخصية - عدم نشر الفضائح - الابتعاد عن الاخبار الكاذبة ).
٢. مصداقية المضمون وعناصره ( وضوح الرسالة - السهولة واليسر - نشر الحقائق بابعادها كلها ).
٣. مصداقية الوسيلة وتشمل العناصر ( الاعتماد على كُتّاب موثوق بهم - التعبير عن هموم الناس ) .
٤. وبصورة عامة ان مفهوم المصداقية يعني قابلية سلوك طرف معين لان يصدقه الطرف الاخر....

وفي المجال الاعلامي يشير الى ( الادلة التي تثبت صدق الخبر والموضوع والرأي ،وهذه الادلة هي تلك المعايير والمؤشرات التي تسهم في تقييم مصداقية المادة الاعلامية) (٢٤).

اما عربيا فان مفهوم المصداقية كما حددها محمود علم الدين بانها متعددة الابعاد وغالبا ماتتنوع هذه الابعاد ومن بحث لآخر وهي ( الثقة في الوسيلة- الامانة - التقيد بمعايير الاخلاقية - القابلية للتصديق - الدقة - الانصاف - عدم التحيز - اختراق الخصوصية - حجب بعض المعلومات ) (٢٥).

ويرى الباحث ان مفهوم المصداقية يتحدد بما يلي ( الشفافية - الموضوعية - عدم المبالغة - الصحة الاسلوبية - العمل لصالح الحقيقة ونشرها - الدقة - الامانة - الاستناد الى الوثائق - الحرفية الاعلامية - الاعتدال والاستقامة - استخدام الارقام والنسب - الاهتمام بنشر التصويريات - الوضوح - عدم الادلجة - الشمولية في نقل الوقائع والاحداث ) .

والباحث يعرف المصداقية اجرائياً ( انها ميل الجمهور للتصديق والوثوق والاعتماد على المحتوى ( الرسالة) المقدمة له بناءً على عناصر القيم ( المتغيرات ) التي تحكمها خبرته المتراكمة لتحديد عناصر قياس المصداقية ) .

ثالثاً - مفهوم المصداقية في الصحافة ولدى الصحفيين ( الممارسين ) :

وهي ان مصداقية الصحافة تعني امرين وهما (٢٦):

### الامر الاول

**مصداقية الصحيفة بالنسبة للقارئ ويعني :**

- ١ . مدى دقة المعلومات وصحتها لان الخبر معياره الدقة .
- ٢ . مدى موضوعية صاحب الرأي ، والرأي معياره الموضوعية .
- ٣ . مدى شمولية التغطية الصحفية في عرض وتقديم مختلف جوانب الحقيقة.

### الامر الثاني

**مصداقية الصحافة بالنسبة لمصدر الاخبار ويعني :**

- ١ . القدرة على معرفة ما يجري بالنسبة للجمهور ، والاستفادة من اصدار قراره.
- ٢ . القدرة على قياس اتجاهات الجماهير والرأي العام.

### المحور الثاني - مراحل تصديق المصداقية

ان ايسر صورة لمكونات العملية الاتصالية هي ( المصدر والمرسل - القائم بالاتصال والرسالة والوسيلة والجمهور )

ومن اهم العوامل التي تؤثر في الجمهور فيما يخص المصدر مايلي (٢٧):

( التنظيم الاجتماعي والثقافي - مستوى معرفة المصدر - مصداقية المصدر - اتجاهات المصدر نحو نفسه ونحو الموضوع ونحو الجمهور المستهدف - المهارات الاتصالية ) .

وتشير معظم البحوث الى درجة الارتباط العالية والوثيقة بين صدق المصدر والثقة فيه من جانب الجمهور ، ودرجة التصديق التي تلقاها الرسالة التي يقدمها المصدر ، وان الجمهور يأخذ المعلومات بغض النظر عن مصداقيتها ومن ثم تحقق منها بالاستناد الى هل المصدر منخفض او معتدل او عالي المصداقية في هذه المعلومة والتغطية ، هناك مجموعة من عناصر التصديق كما حدودها هو فلاند وجانيس وبرلو ولمبرت ومرتز وكما يلي (٢٨):

- ١ . الخبرة والكفاءة للمصدر
- ٢ . الثقة في المصدر
- ٣ . الامانة والطمأنينة
- ٤ . مؤهلات المصدر (٢٩)
- ٥ . الديناميكية

## وتذكر وسام نصر ان هناك ثلاث مراحل للتصديق وهي (٣٠) :

١. التصديق المبدئي : وهو التصديق الموجود لدى الجمهور عن المصدر او الوسيلة قبل تقديم الرسالة موضوعة البحث ، ويتحدد هذا التصديق بتجارب سابقة .
٢. التصديق النابع من الظرف الاتصالي : تحدده خصائص المصدر التي ندركها في اثناء قراءة الرسالة ، ومن فهم الدلالات اللفظية وفي النهاية يكون الجمهور صورة عامة عن المصدر اما التصديق او عدمه
٣. التصديق النهائي : وتسمى ايضا الادراك الاجمالي او الشامل وهي مرحلة وجود المصدقية بشكل نهائي في المصدر او الوسيلة وادركها الجمهور بشكل ثابت .

### المحور الثالث - مكونات وانواع المصدقية وطرق قياسها ( النموذج البنائي )

يعد نموذج المسؤولية الاخلاقية والقانونية ( النموذج البنائي ) لمستويات التصديق النموذج المميز من بين النماذج لمعرفة المصدقية اذ يمثل النموذج تحولا في دراسة المصدقية بوصفه متغيرا احاديا ، الى دراستها بوصفها متغيرا متعدد الابعاد ، والمستوى يرتبط ارتباطاً وثيقاً بمكونات العملية الاتصالية .

ويقوم النموذج بالاعتماد على اربعة مكونات رئيسية لمصداقية وسائل الاعلام وتحديد المتغيرات كما يأتي<sup>(٣١)</sup>:

### 1- المتغيرات السابقة ( المستقلة ) وتشمل ما يأتي :

- د . السياسات التحررية للصحيفة.
- هـ . التوجهات الايديولوجية .
- و . التأثيرات الحكومية .
- ز . تحيزات القائم بالاتصال

### ٢- المتغيرات الوسيطة تمثل ما يأتي :

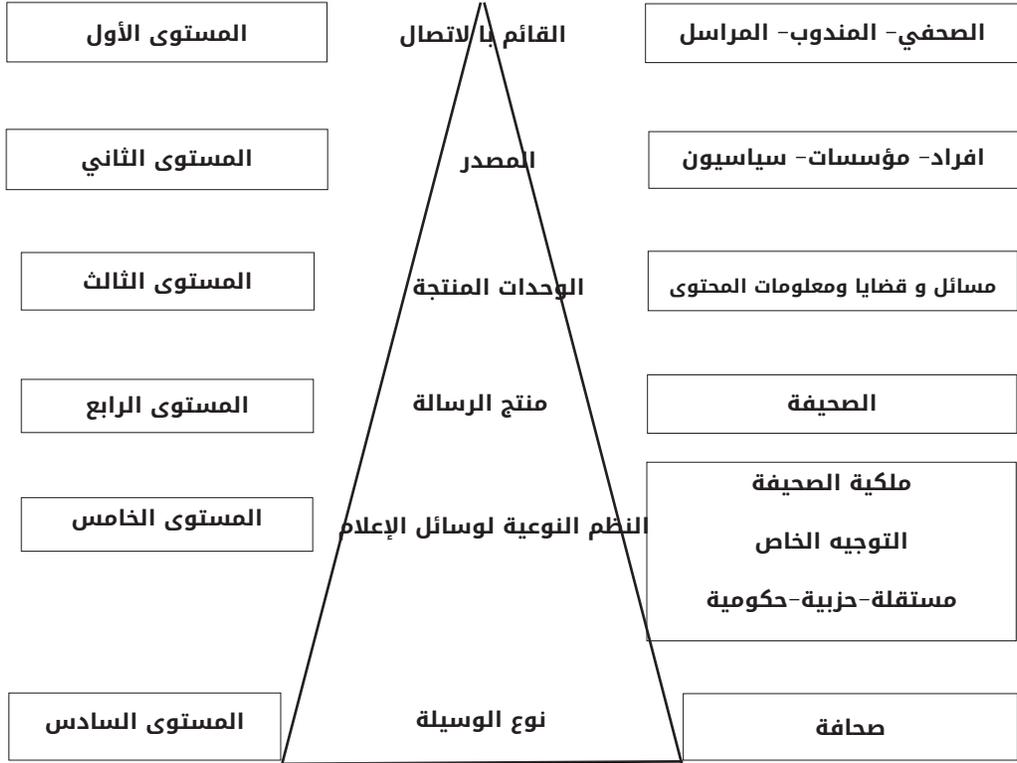
- أ . استخدام وسائل الاعلام.
- ب . خبرات الجمهور المسبقة مع وسائل الاعلام وتحيزاته .
- ج . اعتماد الجمهور على وسائل الاعلام بوصفها المصدر الرئيسي لاستقاء المعلومات عن الاحداث والقضايا المختلفة .

### ٣- المتغيرات التابعة وتمثل ما يأتي :

- أ . الاستجابة المعرفية والوجدانية والسلوكية للجمهور .
- ب . تقييمات الجمهور الخاصة للمصداقية المدركة لتلك الوسائل .

### ٤- متغيرات اساليب القياس :

- ١ . وتشتمل على اساليب الكيفي والكمي ،
- ٢ . وعلى نمط القياس النسبي للمصداقية الاكثر دقة وهو ما يعرف بالتصديق المطلق والمتعمق ويوضح الشكل التالي المستويات المكونة للمصداقية الصحفية :



شكل رقم (١) مستويات المصداقية

ويعدُّ النموذج البنائي نتاجاً لمدخل ثلاثة ورئيسة للمصداقية وتمثل تلك المداخل فيما يأتي :

أولاً : المدخل المؤسسي وهو المدخل لمصداقية وسائل الاعلام وله مكونات عدة تتعلق بالمتغيرات التي تؤثر في الاستجابات المعرفية والوجدانية للجمهور والتي تسهم بما يأتي :

١. الصورة الذهنية لوسائل الاعلام لدى الجمهور .
٢. التأثيرات الحكومية على وسائل الاعلام .
٣. التأثيرات الأيديولوجية .
٤. جماعات الضغط والمصالح والشخصيات ذات النفوذ الديني والاجتماعي والمعلمين .
٥. مهنية وسائل الاعلام .
٦. خصائص فريق العمل .

### ثانياً :- المدخل التأثيري :

يتناول المدخل التأثيري للمصداقية بوصفها متغيراً وسيطاً ذا أهمية واعتبار في التأثير على معارف الجمهور واتجاهاته , ويهتم بمفهوم مصداقية المصدر والقائم بالاتصال وتأثيرات التحيز الاعلامي .

### ويستند الجمهور في تقييمه للمصداقية الى ما يأتي (٣٣) :

١. التركيز على الرسالة الاعلامية من حيث الشكل والمضمون .
٢. التقييم الآتي لخبرات المصدر ومؤهلاته وسماته الشخصية .
٣. الاستناد الى المعلومات والانطباعات المسبقة .

### ثالثاً : المدخل الفردي المحدد (٣٤) :

### وينصب التركيز في هذا المدخل على ما يأتي:

١. هل القضايا التي طرحت محلية أو اقليمية أو دولية .
٢. خبرة الجمهور بتلك القضايا .
٣. مدى تأثير تلك القضايا على حياة الجمهور بشكل مباشر أو غير مباشر ومدى تأثيرها على اهتماماته
٤. نوع القضايا والاحداث والمتغيرات التي تبثها الوسيلة وهل هي ملموسة ام مجردة .
٥. يصنف الاخبار على اساس أنها جادة أو خفية ( تسلية وترفيه ) .

ويشير منظرو النموذج البنائي الى أنّ هناك اربعة مستويات تتابعية لقياس المصداقية في وسائل الاعلام كما يأتي (٣٥) :

- ١ . المستوى الاول : ويتمثل في صدقية وسائل الاعلام المختلفة .
- ٢ . المستوى الثاني : ويتمثل في قياس مصداقية وسائل الاعلام في ضوء مكونات المصداقية المرتبطة بعناصر العملية الاتصالية .
- ٣ . المستوى الثالث : ينصب حول التميز والمفاضلة بين وسائل الاعلام , عن طريق إجراء مقارنة بين الوسائل التقليدية والوسائل الحديثة , من حيث ثقة الجمهور في كلٍ من تلك الوسائل .
- ٤ . المستوى الرابع : يشمل هذا المستوى قياس ادراك الجمهور لمصداقية وسائل الاعلام في تناولها الاخباري للأحداث والقضايا البارزة والازمات .

### مكونات المصداقية

أن مصداقية الوسيلة تعني حرية الوسيلة , وتحرير الصحيفة من القيود قبل وبعد النشر , والبعض الاخر يراها الاداء الملتزم بمعايير اخلاقيات المجتمع والمهنة وهناك من ينظر اليها على أنها تلبية حاجات الجمهور , لكن صريح العبارة يشير الى أنّ بعض الدول لها حرية تامة لصحافتها لكن ليس لها مصداقية , وهناك صحف ملتزمة بأخلاقيات المهنة لكن تجدها في بعض الاحيان تتنصل عن ذلك لبعض المواقف والمعلومات لمصالحها الخاصة (٣٦), وهذه الاختلافات ناتجة من ان مكونات المصداقية ليست موحدة على مستوى البلد ناهيك على مستوى البلدان لانها تحمل اربثاً حضارياً وفكرياً وسياسياً وايدولوجية وثقافية وعادات وتقاليد مختلفة فيما بينها . وقد اخذ كل باحث المصداقية من مكونات محددة وهو كذلك يؤمن بها ومن وجهة نظره . ولكن سوف نوحده هذه المكونات قدر المستطاع عن طريق الدراسات السابقة التي تناولتها البحوث وهي كما يأتي (٣٧) :

- ١- الثقة بالمضمون .
- ٢- الشمولية في التغطية .
- ٣- عدم التحيز .
- ٤- فصل الحقائق عن الرأي .
- ٥- الدقة .
- ٦- العدالة والانصاف .
- ٧- الشفافية وعدم الغموض .
- ٨- الاهتمام بمصالح الجمهور .

- ٩- الموضوعية .
- ١٠- التوازن .
- ١١- الحياد .
- ١٢- الأمانة.
- ١٣- الاستقلالية والحرية .
- ١٤- الحقيقة والصواب .
- ١٥- الالتزام بأخلاقيات المهنة .
- ١٦- عرض وجهتا النظر.
- ١٧- احترام خصوصيات الافراد وعدم الاستخفاف بعقولهم .
- ١٨- الاستناد إلى الوثائق والنسب المئوية.

وإن المصداقية متغير متعدد الابعاد , وان هذه الابعاد لمتغير المصداقية وحسب مايراه الباحث مكونة من أربعة محاور وتتكون من ما يأتي<sup>(٣٨)</sup>:

#### ١- المحور الاول : سمات التغطية الخبرية لمصداقية الصحافة وكما يأتي :

- أ. الايديولوجية المتبعة في سياسة التحرير وتأثيرها على المصداقية .
- ب. تعدد الصحف وتأثيرها .
- ج. تحيز الصحافة.
- د. الدقة في تغطية الاخبار في الصحافة .
- هـ. الامانة في نقل الاحداث والوقائع والقضايا .
- و. المبالغة والتهويل والتهوين في نقل المعلومات وعدم التعقيم.
- ز. الموضوعية في تناول القضايا والتغطية الشاملة .
- ح. فصل الرأي عن الخبر .
- ط. العمل على نشر الحقيقة والعمل لصالحها .

#### ٢- المحور الثاني : تصورات الجمهور عن الوسيلة

- أ - الاعتماد على صحفيين محترفين .
- ب - المهنية في نقل الاحداث .

ج - الاعتماد على اسم الصحفي وسمعته وتوجهه الفكري .

د - تأثير مصداقية الذات على مصداقية الصحافة .

### ٣- المحور الثالث : الاداء الاعلامي للصحيفة ومصداقيتها

أ. الالتزام بمعايير حرفية المهنة واخلاقياتها .

ب. الاتجاه الاحادي الايديولوجي

ج. وضوح اللغة والصحة الاسلوبية .

د. تحريف الرسالة واخفاء جوانب من الخبر وصرف الانتباه .

هـ . ملكية الوسيلة وتأثيرها على المصداقية .

و. احترام خصوصية الافراد .

### ٤- المحور الرابع : العوامل الاخرى المؤثرة في المصداقية ويشمل ما يأتي :

أ - الاعتماد على مصادر متنوعة ومعلومة .

ب - اسناد الاخبار الى مصادرها .

ج - الاستناد الى الارقام والنسب بدلاً عن القليل والكثير .

د - تقديم مضامين متعددة للقاريء .

هـ - وضع حد بين النقد البناء والنقد غير الموضوعي .

و - عرض الرأي والرأي الاخر .

ز - الاستشهاد بما يقع فعلاً من الاحداث .

ح - الاستشهاد بالوثائق عند عرض المواضيع .

ط - تعدد الصحف وكثرتها وتأثيره على الصحافة .

### انواع المصداقية :

حدد ميشيل وروبنس في عام ١٩٨٨ اربعة انواع من المصداقية وكما يأتي<sup>(٣٩)</sup>

١. مصداقية مصادر الاخبار الدقيقة .

٢. المصداقية الشهيرة .

٣. المصداقية السطحية .

٤. المصداقية الخبيثة .

٥. المصداقية المعتقد بوجودها .
  ٦. والباحث يقسم المصداقية الى الانواع الاتية :
  ٧. مصداقية المصدر .
  ٨. مصداقية الوسيلة .
  ٩. مصداقية الرسالة .
  ١٠. مصداقية الوظيفة .
  ١١. المصداقية الاستقطابية .
  ١٢. المصداقية النسبية .
  ١٣. المصداقية المطلقة .
  ١٤. مصداقية الجوهر .
- طرق قياس المصداقية :**

ان المطلب الاساسي في تقويم وتحديد الاهتمام والتفضيل يعتمد بالدرجة الاساس على كثافة الاهتمام والتفضيل لدى الجمهور الذي يهتم ولا يهتم بالوسيلة , ويتم عن طريق ترتيب أهمية العناصر في نموذج القياس

ان قياس مصداقية الصحافة هو نوع من المعالجة المهنية والثقافية والاخلاقية للمادة الصحفية ويتم التقدير للعناصر حسب التكرار في كل عنصر من عناصر القياس وبعد ذلك يستخدم مقياس المجال الفاصل ذو المسافات الثلاث او الخمسة او السبعة الذي تعد درجاته عن مستويات الاهتمام والتفضيل (٤٠) .

وثمة اربعة مقاييس في الاعلام بصفة عامة كما اوردها محمد سيد محمد وذلك في العام ١٩٨٧ ويعد المقياس الاول عربياً وهو (٤١)

### **المقياس اللغوي :**

ان الاستخدام الخاطيء للغة يعطل من قدرات الجمهور الذهنية في فهم الرسالة والتصديق بها , وان غموض اللغة يؤدي في معظم الاحيان الى عدم التصديق , وان لغة الاعلام يجب ان تستخدم عبارات لها معنى واحد وعدم ادخال مصطلحات دخيلة تجعل من اللغة الاعلامية ليس فيها مصداقية . فما بالك اذا قال الصحفيون نصف الحقيقة واغفلوا النصف الاخر عن طريق تجهيل اللغة او تجاهلها , وان اللغة العربية اليوم لم تعد للغة التي يعرفها الباحثون , فقد اصابها الكثير من التغيير في طريقة بناء الجملة , ويقتضي الامر من الصحفيين بذل الجهد في لغة الصحافة لكي تكون واضحة ومفهومة وبسيطة وفيها

الكثير من المصداقية (٤٢).

## ٢ - المقياس الايديولوجي :

ان الانظمة التسلطية لا ترضى بأن تكون هناك ايديولوجيات متعددة , وانما النظرية الاحادية للايديولوجيات والتي تحجب بقية الابعاد فتصبح الواقعة أو القضية أو الظاهرة غير واضحة , بسبب غياب تعدد الافكار واختلافها والتي تعطي اكثر من رأي , وتزيد من الوضوح والمصداقية . وغالبا ما تكون الانظمة غير الديمقراطية أحادية البعد وتلغي حرية التعبير عن الآراء . او ان تجعل وسائل الاعلام جزءً من السلطة . ولكي تنظم الصحافة هي المسألة الاكثر صعوبة وخطراً واهمية التي يتعين حلها لكي تؤدي دورها المطلوب تجاه الجماهير وكسب ودها والثقة بها(٤٣).

وما نلاحظه اليوم اطلاق تسمية أرهاب على مجموعة وفي الوقت نفسه يطلق عليها تسمية ثوار ، وهذا نابع من الايديولوجيات واذا كانت النظرة الاحادية تعد سلبية في الاعلام فان تغييب التعددية يعد عاملاً من عوامل عدم المصداقية . وهناك من يمارس اشكالا من القهر الفكري والايديولوجي والذي أدى الى هبوط حاد في مستويات المصداقية(٤٤).

## ٣ - مقياس عدم المعرفة أو جزئية المعرفة

ان ارتفاع المستوى الثقافي للجمهور الذي يجعل من التطور امرا أكثر إلحاحاً وأكثر معاندة , والجماهير اصبحت تتفهم أهمية الصحافة ، ويتطلب الأمر أن يكون الصحفي اكثر معرفة وثقافة لازمة له لكي يقدم رسائل صحيفة جيدة، وان الجمهور المثقف يعرف الاسقاطات الصحفية فيسخرون منها ولا يصدقونها وان الخبرة والتمرس ضروريان جدا لإزالة اللبس والغموض المعرفي للوصول الى المصداقية الصحفية(٤٥). ويرتبط هذا المقياس بجهل القائم بالاتصال , أو عدم معرفته بالموضوع الذي يكتب عنه , حتى لو كان خبيرا صغيرا فتثورة المعلومات والمعرفة والاتصالات اصبحت خير كاشف للمصداقية عن طريق تدفق المعلومات وتدقيقها .

## ٤ - مقياس التزوير:

يرتبط هذا المعيار للمصداقية بتحريف الرسالة الاعلامية إذ يتم اخفاء بعض جوانب الخبر لصرف نظر الجمهور وانتباهه وقد ينتهي هذا الامر الى الكذب . وان عبور وسائل الاعلام الحواجز الجغرافية، وتدقيق المعلومات، ونوعها وتضادها وتصادمها في أول عقود الالفية الثالثة، تنطبق عليه المقولة الشهيرة ( إنك قد تخدع ٩٠ ٪ من الناس لمدة ٩٠ ٪ من الوقت، لكنك لا تستطيع خداع كل الناس طوال الوقت ) و أن التضليل و التزوير يؤديان إلى عدم المصداقية و قد تأتي الوسيلة ببعض العناوين و

مقدمات الاخبار لخداع الجمهور و تزوير الحقائق فكثيراً ما يسعى الصحفيون إلى البحث عن عناوين مثيرة، أو تقديم معلومات بطريقة مثيرة و جذابة للانتباه وغيرها من الفنون الصحفية<sup>(٤٦)</sup> و يشبهه محمد سيد محمد ( المصداقية بالروح من الجسد، فإذا جرحت الروح من الجسد فقد الجسم الحياة مبررات وجوده، و إذا خرجت المصداقية من الرسالة الإعلامية أصبحت الكلمة المكتوبة مثل ورقة الشجرة الذابلة الساقطة )....

**اما المقياس الذي وضعه واستخدامه الباحث في دراسته فيتكون من العناصر الآتية :**

١. الشفافية : نشر وتناول المعلومات بشكل مكشوف .
٢. عدم المبالغة : ذكر المعلومات المجردة الخالية من الاضافة والتهيل والتضخيم .
٣. الصحة الاسلوبية : قول الصدق وعدم الخوض في أمور لا يصدقها العقل ومستنده الى الوثائق واللغة الواضحة والبسيطة وغير المسطحة واستخدام الفاظ مفهومة .
٤. العمل لصالح الحقيقة ونشرها : تعني قول الحقائق دون تغليب المصالح لجهة .
٥. الدقة : تعني ان تكون المعلومات دقيقة ومحدودة ( دقة الاسماء - والالفاظ - والاحكام - والوصف - والتواريخ - والارقام ) .
٦. الامانة : كل حق لزم اداءه , وما يوثق به .
٧. الاستناد الى الوثائق : تقديم موضوعات صدرت فيها وثائق او ما يوحي الى ذلك والحصول على الوثائق بطرق قانونية .
٨. الحرفية الاعلامية : ممارسة اخلاقيات المهنة الصحفية دون تحيز وعدم خلط الرأي بالمعلومات , واتباع المهنة الاعلامية .
٩. الاعتدال والاستقامة : تعني التوسط بين حالين والالتزام بما دان به قولاً وفعلاً واعتقاداً وتعني عدم الانحراف عن الامور السابقة الصحيحة.
١٠. استخدام الارقام والنسب : وتعني عدم استخدام القليل والكثير وانما الارقام وكذلك استخدام النسب حيث فيها دقة متناهية .
١١. الاهتمام بنشر التصويبات : نشر الامور الصحيحة في حالة اكتشاف الخطأ وتعديلها .
١٢. عدم الأدلجة : الاخذ بالتعددية وترك الاحادية ويشمل السياسة والوسائل الاعلامية والموضوعات والآراء والاتجاهات والابعاد ( محلية , اقليمية , دولية , اقتصادية , فكرية ) .
١٣. الشمولية : تقديم المعلومات بشكل كامل وعدم تجزأتها لكي لا يخل بالمعنى

ومن العناصر التي تجعل الجمهور يقيس كيف يصدق المصدر ما يأتي<sup>(٤٧)</sup>:

- ١ - الاحساس بالأمان والطمأنينة الى المصدر في عدالته , وأمانته وكونه ودوداً ونزيهاً .
- ٢ - مؤهلات المصدر ( خبرته بالموضوع ومدرباً ومتمرساً , وماهراً ومؤهلاً )
- ٣ - ديناميكية المصدر ( لديه الطاقة ونشاط , ايجابي , متابع جيد )

اما روبرت ودالي فقد تم تحديد ١٤ عنصراً لقياس المصداقية وهي كما يأتي<sup>(٤٨)</sup>:

- ١ . التوتر : كلما قل التوتر المرتبط بالحدث زادت المصداقية .
- ٢ . قابلية الوصول للمصدر : اذا كان مصدر المعلومات ممكن الوصول اليه أو النفاذ الى معلوماته بشكل كبير فأن المصداقية تكون واردة عند الجمهور .
- ٣ . حرية التغطية : حرية التغطية الصحفية للوقائع التي رآها ستكون هناك مصداقية موجودة .
- ٤ . الثقة : الثقة المفترضة مسبقاً تكون المصداقية الاعلى .
- ٥ . الاتساق الداخلي: الصحفي اذا كان ذا اتساق داخلي مع الرسالة فتكون شهادته اكثر مصداقية .
- ٦ . مهارات التعميم : كلما كانت تعميمات الصحفي اكثر مهارة كانت رسالته الاعلامية اكثر مصداقية .
- ٧ . الممانعة ( النفور ) : فكلما كان الخطر والدمار الذي سوف تسبب شهادته لشاهد اكبر تكون مصداقيته اعلى .
- ٨ . الخبرة : اذا كانت خبرة الكاتب ضخمة كانت مصداقيته اعلى .
- ٩ . الموضوعية : كلما ارتفعت الموضوعية في الرسائل الصحفية تكون المصداقية اكثر .
- ١٠ . الدقة : المعلومات الاكثر دقة تكون ذات مصداقية مقبولة .
- ١١ . مبدأ الشهادة : الشهادة الحية للمادة الاعلامية تكون المصداقية أعلى فيها .
- ١٢ . المعاصرة : فكلما كان تقرير الصحفي يعتمد على اكثر من شاهد معاصر فيكون تقريره أكثر مصداقية .
- ١٣ . الاعتماد على مصادر أولية : المصادر الاولية اكثر مصداقية من غيرها .
- ١٤ . دقة الاستشهاد : معلومات الصحفي اذا كانت مستندة الى استشهاد دقيق تكون المصداقية اعلى .

## العوامل المؤثرة في المصداقية ( محدداتها )

يمكن تحديد ملامح المحددات المؤثرة في مصداقية وسائل الإعلام وفقاً لما يأتي:

### اولا- العوامل المرتبطة بالمصدر

هناك عوامل تجعل من المصدر لديه ما يمكنه أن يقنع ويؤثر في الجمهور و الجمهور يصدق بالصحافة متى ما توافرت جملة من العوامل فالنتيجة هي ثقة الجمهور بالصحافة و كما يلي<sup>(٤٩)</sup>:

أولاً : المصداقية : تشير معظم نتائج البحوث الآن هناك ارتباطاً وثيقاً بين المصدر و الثقة به من جانب الجمهور و درجة التصديق بالرسالة التي بعثها المصدر عن طريق الصحيفة. و يعتمد قياس مصداقية الوسيلة و المصدر على أمرين هما<sup>(٥٠)</sup>

. الخبرة : إذ إن التدريب و التجربة و الذكاء و الممارسة المهنية تحدد مدركات الجمهور عن معرفة المصدر أو الوسيلة وهم يمتلكون معلومات صادقة و حقيقية عن الموضوع الذي يروم كسب ثقة الجمهور الذي يعتبر أن الوسيلة لها مصداقية .

. زيادة الثقة بالقائم بالاتصال عن طريق الوسيلة ( الصحيفة ) و المصدر الموثوق به و الصحيفة التي تقدم معلومات موضوعية عما يحدث و بدون تحيز يكسب ثقة الجمهور .

ثانياً: الجاذبية : عندما يكون الجمهور قريباً من الصحافة من الناحية النفسية و الاجتماعية هنا تتحقق المصداقية للمصدر و مقياس ذلك التشابه و التماثل و المودة و الحب هذا يؤدي إلى حد ما الى تغير الآراء و تأكيد المصداقية<sup>(٥١)</sup>.

ثالثاً : قوة المصدر : تأتي عن طريق السيطرة و الضبط و قدرته على التدقيق و التمحيص، و قوة المصدر من الأخبار التي غالباً ما تكون منتقاة من الصحيفة، و التي تجعل الجمهور في خضم المعلومات المصاغة بلون محدد وهي ليست صورة للأحداث التي تمر بهذا البلد و العالم و الإخبار ذات المصداقية الحقيقية سرعان ما تتحول إلى دعاية للصحيفة و مسؤوليتها و تجعل الجمهور لا يحيي أجواء الأحداث بقدر ما يحيي وجهات نظر الصحيفة، وهذا يجعل الخبر له وظيفة دعائية حتى و إن حاول واضعوه التقيد بالحياد، و كان له صدق<sup>(٥٢)</sup>.

و يؤكد المفكر السياسي هارولد لاسلكي بما يأتي ( إن من يبحث عن مشكلة الصدق في الإعلام في المجتمع الحديث يواجه أمرين:

١ . يعقد هذه المشكلة

٢ . إن جمع الإخبار و نشرها لا يراعى فيه العرض الموضوعي للوقائع. و يميل مضمون الإخبار إلى فائدة من بيدهم مقاليد السلطة الاقتصادية) .

و على الصحف الحكومية و المستقلة و الحزبية و الدينية أن تروي للجمهور الحقيقة ولا شيء غيرها، ولكن في وقت الأزمات أو الإخبار التي تخص الدول و التي تؤثر على علاقات المصلحة المتبادلة، ففي هذه الحالة تعطي إنصاف الحقائق أو عدم الإشارة لها مطلقاً. و على الصحف إثبات حسن النية، والتصرف عن طريق ما تكتبه الصحف.

و علينا أن نفتش عن أسباب فجوة المصداقية و أزمتهما في الصحافة لأن الإعلام الآخر سوف يكون أقوى بسلب الجمهور الذي هو أصلاً تأثر بالإعلام البديل. وعلى الصحافة الاستفادة من التطور التكنولوجي من حيث الشكل و المضمون. و من الأمور التي تعزز ثقة الجمهور اقتراب الأسلوب الصحفي من الواقع ، و كذلك ازدهار الطباعة \_ و إن شعار وحدة القرية الالكترونية بدأ بالتفكك، و جعلت العالم يعودون مرة أخرى للعيش في جزر منفصلة و يستهلكون مواداً إعلامية مختلفة عن جيرانهم وصدقائهم و ينسحب ذلك على الصحافة و إن الجمهور أصبح لا يصدق الصحافة ولا يثقون في المعلومة التي يحصلون عليها من الصحافة إلا بعد أن يكون هناك مصدر آخر تناول تلك المعلومات إن المصادر الإخبارية إذا حظيت بثقة الجمهور و احترامه و قناعته بكفاءة القائمين عليه.

و بموضوعيته و عدم انحيازه و اكتمال عناصره الإخبارية كلما ازدادت الثقة والمصداقية و ذهب ( هوفلاند ) إلى أن مصداقية المصدر تتضمن عناصر موضوعية و أخرى ذاتية وهما الخبرة و الجدارة بالثقة و أضاف ( بيرلو ) عنصراً آخر هو الديناميكية . و طالما تفترض إنها صفة أو خاصية لمصادر الرسالة إلا أن علماء النفس يقولون إن مصداقية الرسالة نفسها أكثر تأثيراً على الجمهور من مصداقية المصدر و إن المتلقي ينظر إلى المصدر كونه صادقاً أو غير صادق، حقيقياً أو مزيف، واقعياً أو خيالياً، موضوعياً أو غير موضوعي، عادلاً أو متحيزاً، مكتملاً أو ناقص العناصر الاخبارية ولا يتأثر الحكم على المصدر و تقويمه و تحديد مصداقيته بما يقوله فقط ولا بسماته و خصائصه و إنما يكون التأثير بالطريقة أو الأسلوب الذي يقدم فيه الرسالة وكيف قال رسالته.

**وهناك اربعة عوامل تسهم في تحقيق مصداقية المصدر وهي (٥٣)**

١ . الإحساس بالمسؤولية تجاه المجتمع

٢ . الالتزام بالحقيقة و الأمانة

٣ . تجنب الخداع و التحريف

٤ . المنافسة الشريفة

## ثانيا - العوامل المتعلقة بالوسيلة

لم تستقر الدراسات في تحديد نوع الوسيلة الأكثر مصداقية او التي فيها مصداقية و يقتنع بها الجمهور. و تباينت نتائج تأثير نوع الوسيلة على مصداقية الرسالة الإعلامية ، فهناك من يقول إن المصداقية لدى التلفزيون أكثر من مصداقية الصحف ، و كقاعدة لا يمكن تصديقها ، إلا أن الصحف لها متابعيها و يعدونها أكثر مصداقية، و إن طبيعة الوسيلة كونها محلية أو قومية أو دولية لها تأثيرها. و على مدى العقود السابقة في الألفية الثانية و بالتحديد منتصفها كانت الصحافة أكثر مصداقية و يؤكد ذلك ( روجر) في سلسلة دراساته. و هناك علاقة ارتباطية بين تكرار استخدام الوسيلة و إدراك الجمهور لمصداقية الوسيلة و إن الفرد عندما يميل إلى وسيلة .

يعتقد بأنها ذات مصداقية. و بالرغم من الدراسات مختلفة في تحديد مصداقية الوسيلة بشكل تام إلا من خلال حجم الاستخدام و التعرض له تأثيره الواضح، و إن المصداقية ليست نتاج يوم بل نتاج وقت طويل من الالتزام و تعد الموضوعية و الحياد من أهم الركائز التي تقدم الدليل على نزاهة الوسيلة و صدقها و قوتها في التأثير على جمهورها (٥٤).

## ثالثا - العوامل المؤثرة على القائم بالاتصال

إن القائم بالاتصال يتأثر بالنظام الاجتماعي الذي يعمل فيه و من القوى الأساسية التي تؤثر في مصداقية القائم بالاتصال، وهناك قيم و مبادئ يسعى لإقرارها، و يعمل على أن يجعل من الجمهور المستقبل لها متقبل لهذه الظروف. وفي بعض الأمور يتغافل القائم بالاتصال بإخفاء بعض الأمور وهذا يؤثر على مصداقيته وذلك لاعتقاده بأن هذا الإخفاء نابع من إحساسه بالمسؤولية الاجتماعية. وهناك معايير ذاتية و معايير مهنية تؤثر في القائم بالاتصال و مصداقيته إذ إن تحديد مصداقية القائم بالاتصال لا تتأثر بما يقدمه أو يقوله فقط، بل تتأثر بالطريقة أو الأسلوب الذي تتم به صياغة الموضوع الصحفي (٥٥).

## رابعا - العوامل المتعلقة بالجمهور

وجد الباحثون أن الخصائص الديمغرافية و الشخصية للجمهور تؤثر في اداكهم للمصداقية في الوسيلة الإعلامية أو المصدر و وجدت الدراسات إن اندماج الأفراد في القضية المطروحة و توجهاته الأيديولوجية لها تأثير على إدراك المصداقية (٥٦). و إن اعتماد الجمهور على وسيلة محددة يؤثر على تقبل المصداقية لها عن طريق خصائصه الديمغرافية و الشخصية و مستوى الاعتماد على الوسيلة و إن مصداقية الصحيفة تعد تقييماً من المستقبل أكثر منها صفة تلصق بالمصدر و إن التطرف في الاتجاه و تقديرات الجمهور

بالثقة في وسائل الإعلام تتأثر بأرائهم الشخصية و اتجاهاتهم نحو الموضوع المطروح، وأما على صعيد النوع فإن الإناث أكثر تصديقاً من الذكور، وكبار السن أكثر تصديقاً للصحف من غيرها، و إن ذوي المستوى الاجتماعي و الاقتصادي و التعليمي الأعلى أكثر تصديقاً .

إن الجمهور تغير عما كان سابقاً فالجمهور الآن نشط وله القدرة على التقرير و التخطيط و القيام بردود فعل له من القوة ما يمكنه أن يطيح بحكومات فما بالك بغيرها ، وعلى الصحفي أن يضع في تفكيره سمات المجتمع و جمهوره كمحدد لنجاح و إيصال الرسالة الصحفية، و الجمهور أحد مصادر الصحفي في معرفة موضوعه، و إن أولويات الجمهور و العوامل الانتقالية و اتجاهه نحو الصحفي و الصحيفة محدد مهم للتأثير و التأثير، و إن الجمهور هو أهم متغير في العملية الاتصالية وعليه يتطلب من الصحفي و الوسيلة معرفة طبيعة الجمهور و العقلية العاطفة و خصائصه الأولية فسوف يحد من مقدورها التأثير عليه و إقناعه مهما كانت الرسالة معدة إعداداً جيداً . و إذ إن خصائص الجمهور ترتبط في قابليته لتصديق مصادر الاخبار، سواء كانت هذه المصادر مرتبطة بالنوع أو العمر أو المستوى الاجتماعي و الاقتصادي أو مستواه التعليمي أو مكان إقامته .

وقد احتلت هذه الخصائص مع اتجاهاتهم و مستوى اهتمامهم و اعتمادهم على الوسيلة الإعلامية صدارة البحوث في العوامل المؤثرة في مصداقية الوسيلة.

### خامسا - العوامل المرتبطة بشكل و تقديم الرسالة:

إن شكل و تقديم الرسالة من محددات المصداقية من حيث أن اللغة المطروحة ليس فيها لبس أو غير واضحة المفردات أو ذات مفردات متعددة المعاني، و إن المضمون غير متكامل الأبعاد وفي بعض الأحيان تكون الصورة المرافقة للموضوع ليست ذات دلالة، أو سلامة اللغة المكتوبة بها، و إن لتجهيل المصدر أو تحديد الأثر في المضمون و التصديق و إن أخطاء النحو في الصحف ترتبط بأخطاء الحقائق و المعلومات التي تنشرها الصحف وكذلك تؤثر على مصداقية الرسالة اذا كان فيها جدل أو خلاف للمعلومة ، أو هناك اتفاق على الموضوعات المطروحة ، وكذلك تتأثر المصداقية للرسالة اذا كانت في وقت الازمات ام في الظروف العادية ، أذ ان المصداقية تقل وقت الازمات لان الجمهور يكون اكثر نشاطا وأكثر شكاً فيما يقدم له ، والعكس هو الصحيح في الأوقات الطبيعية .

### سادسا - جماعات الضغط و علاقات العمل :

إن علاقات العمل تضع بصماتها على القائم بالاتصال، إذ يعدّ المصدر من جماعات ضغط على القائم بالاتصال ، و الوسيلة لها تأثيرها المباشر على تقديم رسالة القائم بالاتصال أو المصدر، أما جماعات الضغط فيمكن تحديدها بخمس دوائر وكما يأتي<sup>(٥٧)</sup>.

- ١ . الأخلاقيات العامة
- ٢ . السلوكيات التي تفرضها المؤسسة على الصحفي
- ٣ . ضوابط و موثيق شرف وقواعد محلية
- ٤ . النقابة و الاتحادات المهنية المحلية و العالمية و الإقليمية
- ٥ . دائرة المجتمع حيث تحيط بكل الدوائر أعلاه.

### سابعا - العوامل المرتبطة بطبيعة القضية المتناولة و أهميتها

إذا كانت القضية المتناولة موضوعاً خلافياً أو جدلياً أو موضوعاً متفقاً عليه فإن هذه القضية تعد عاملاً مؤثراً في مصداقية الجمهور، أو إن الموضوع يرتبط بأوقات الأزمات (٥٨) و الصراعات أم إن الموضوع في الظروف و الأوقات العادية. فإذا كانت القضية مرتبطة و قريبة من حياة الجمهور فإن مصداقيتها تزداد بعلاقة طردية، و إذا كان هناك جدل أو في الأزمات و الكوارث و الحروب فإن ذلك يحدد من مصداقية الموضوع أو القضية بأكملها. مما لا شك فيه إن من محددات المصداقية هل أن القضية محلية أو إقليمية أو دولية .

و حدد الباحثون ( ميرل و بلاك و بربات ) العوامل التي تؤثر على مصداقية الصحافة و كما يأتي (٥٩):

- ١ . عدم إحساس الصحفيين و غرورهم و سلوكهم السيء
- ٢ . الممارسات المهنية السيئة
- ٣ . اعتماد الصحفيين بشكل مكثف على المصادر المجهولة
- ٤ . إحساس الجمهور بأن الصحفيين أصبحوا جزء من السلطة
- ٥ . عدم إعطاء حق الرد للآخرين

و من المحددات الأساسية الأخرى عدم تقديم معلومات كاملة و جيدة في عرض وجهات النظر جميعها حول موضوع مثير للجدل و تقديم معلومات غير كافية و تعميم على بعض القضايا (٦٠) وفي بعض الأحيان تتخذ الصحافة من نفسها منبراً لتبادل الملاحظات و النقد و إن جهة التمويل ستؤثر على مصداقية الصحيفة عن طريق الأخذ بآراء الممولين فقط مع إعطاء فسحة ضيقة للآخرين على اعتبارات خاصة (٦١). و أخيراً من العوامل التي تحد من المصداقية هي العوامل البيولوجية و العوامل المكتسبة الأخرى وكذلك نوع نظام الحكم يؤثر بشكل أو آخر على المصداقية و مثلت ازمة المصداقية هو:

## أولاً: وسائل الاتصال

### ثانياً: الجمهور

### ثالثاً: مؤسسات المجتمع و الحكم

أي خلل في احدهما يؤثر على المصداقية. أن أزمة المصداقية او فجوة المصداقية او أزمة التصديق كرد فعل لزيادة عدد الرسائل الاعلامية بصحفاها العديدة وزيادة الطروحات من مواد اعلامية مثيرة وضارة في جميع اوجه الحياة البشرية ، والتي تنتشر من اجل جذب انتباه جمهور، و اكثر خدمة لمصالح المؤسسة الاعلامية ، واننا نعيش اليوم في عالم من الوهم والشعارات المزيفة والمزايدات الرخيصة التي تجعل الجمهور في متاهات من وضعه ويثير تساؤلات مع نفسه هل الرسائل الاعلامية فيها مصداقية ويتطلب التصديق والثقة بها . ولا نحس بهذا الوضع الاعلى وقع عمل ضخم وكبير.

فهذه الصحف تميل الى تزيف الوعي الاجتماعي والسياسي والتجهيل المتعمد . والذي يؤدي حتما الى فقدان المصداقية . وبقينا فأن الجمهور سوف لا يثق بالصحيفة ويكون الوضع خطيراً ويتجه الى صحيفة اخرى . والأسوء انه يتخبط فكرياً<sup>(٢٢)</sup>.

تري هويدا مصطفى أن اشكالية عدم توافر مصداقية وسائل الاعلام لدى الجمهور لاستخدامها ما يأتي<sup>(٢٣)</sup>.

- ١ . استخدام الشائعات في تغطيتها القضايا والمعلومات كما حصل في الحرب العراقية الامريكية عام ٢٠٠٣ .
- ٢ . عدم وجود مهنية في طرح القضايا والآراء وانما هناك توجيهات محددة .
- ٣ . افتقار الموضوعات عنصر التحليل الذي يمنح الجمهور تصورا لما يحدث.
- ٤ . التحيز الواضح الذي تستخدمه وسائل الاعلام وبحسب السياسة التحريرية للصحيفة .
- ٥ . استخدام الاعلام سلاح في الحرب .
- ٦ . اشكالية العاملين في الصحافة وخلفياتهم الايديولوجية والعلمية والسياسية التي تتحكم في طبيعة الرسالة الإعلامية .
- ٧ . التقييم لبعض المعلومات يخل ويحدد المصداقية للجمهور .
- ٨ . تفضيل وجهة نظر معينة , مع اعطاء بعد وعرض الادلة تخص صحتها.
- ٩ . تقديم الحقائق واعطاء التعليقات بشكل مقصود .
- ١٠ . استخدام لغة التضليل الذي يؤدي الى اصدار احكام تختص بالحقائق.

لا أحداث تأثير مطلوب للصحافة يجب ان يكون متكاملة في مواضيعها ، وتشترك فيه مع بقية وسائل الاعلام المختلفة ، ومعرفة جوانب القوة والضعف في كل وسيلة ، ومعرفة الجمهور المستهدف ومدى استخدامه للوسيلة المفضلة لديه ، وعلى وسائل الاتصال الجماهيرية أن تدعم كل واحدة منها الاخرى من حيث التأثير<sup>(٦٤)</sup> وتكامله وكسب ثقة الجمهور الواسع.

وقطعت المجتمعات الغربية شوطا كبيرا في اتجاه تحرير وسائل الاعلام من قيم حرية التعبير وحرية تداول المعلومات ، وتطبيق شرط الضمير في الاداء الاعلامي ، والذي يرتبط بالنزاهة والموضوعية والتوازن وكلها عوامل تتفاعل لتحقيق لوسائل الاعلام درجة ومستوى من المصداقية التي تتمتع بها لدى الجمهور .

وهناك وقع كبير للقيم في وقت الازمات وتأثيرها على قيم المصداقية وتعرض هذه القيم الى الاهتزاز لعدم التزام المؤسسات الصحفية بمعايير الدقة والموضوعية والابتعاد عن الحقيقة ، وذهب الكاتب البريطاني كبلج الى القول (إن الحقيقة هي اول ضحية في الحرب)<sup>(٦٥)</sup>.

وان تضخم ظاهرة الاخبار المجهولة في الصحافة العراقية ، ألقى بظلاله على مصداقية الصحف ، وجعل القراءة اقل ثقة بما يقرؤونه في الصحافة ، وهذا واضح من قولهم ( كلام جرائد)<sup>(٦٦)</sup>.

وتشير بعض البحوث الى تراجع في القراءة المنتظمة للصحافة العراقية بين اوساط الجمهور العراقي ، غير ان التفضيل لبعض وسائل الاعلام ، يرتبط دائما بمقدار المصداقية لرسائلها في تناولها الأحداث والقضايا المختلفة ، واحساسها بالمسؤولية في ادائها لوظيفتها كسلطة رابعة<sup>(٦٧)</sup>.

بينما يشير بحث اخر الى ان هناك مصداقية في الصحافة العراقية وذلك لموضوعيتها وجديتها وثقة الجمهور بها في تناول الاحداث والقضايا التي تهم المواطن ، غير انه يشير في جانب اخر ، الى عدم اعتماد الجمهور العراقي على الصحافة العراقية في معرفة الاخبار ، وهو دليل على مستوى المقروئية القليل للصحف العراقية<sup>(٦٨)</sup>.

وهناك بحث الاخر يشير الى أن المشهد العراقي الاعلامي فيه تعدد كبير لوسائل الاعلام وهو متعدد الاتجاهات والاجندات ، وتفتقر وسائل الاعلام في غالبيتها وتعدد مضامينها للمصداقية ، التي لا تتجاوز بأحسن الاحوال ٠,٨ ، لعدم التزامها بمعايير مبادئ الصحافة

الحرية , وقد ارتبطت المصداقية الصحفية بطبيعة الاستمالات العاطفية للجمهور , وليس للأحكام الموضوعية , او عناصر التحقق من المصداقية (٦٩)

والشيء القيم هي الحرية والديمقراطية التي لو استثمرت بشكل صحيح وعقلاني فأنهما يؤديان بنا الى المصداقية الصحفية التي نرغب بالوصول اليها واقناع الجمهور باننا صادقون في طروحاتنا , وكل بلد , وانطلاقا من واقعه , له الحق وعليه الواجب على الصحافة ان تعطي المصداقية وعلى الجمهور واجب التصديق عن طريق الممارسة الديمقراطية والحرية الحقيقية , وتشديد الالتزام بالواقعية من اجل عدم خداع الجمهور (٧٠).

ان الرحمن شاء ان يزود المؤمنين بأيتين هما جوهر الحرية والديمقراطية وعلى المفكرين الاسلاميين المتنورين والنخب الفكرية والصحفية عدم ترك الجمهور في حالة ضياع وفقدان اتجاه وفوضى من خلال عدم المصداقية وانما تطرح النصوص لتؤكد من خلالها على المصداقية التي نحن بأمس الحاجة لها لبناء بلدنا وصحافتنا لمقاومة العولمة وغزوه الثقافي (٧١) .

## التوصيات

ويمكن الاستفادة من دراسة المصداقية في الصحافة على مستوى المهنة او على المستوى الاكاديمي , وهو ما يمكن تحديده في النقاط الآتية :

### ١ - على مستوى المهنة :

من الضروري العمل على اعادة تقييم الممارسات الصحفية المتبعة في الصحافة العراقية بشكل يؤكد اكثر على الاهتمام بالمواطن العراقي كطرف فاعل ومشارك في الحياة العامة واعادة النظر في مكانته كمصدر للصحافة وكمساهم في العمل الصحفي مع تهيئة المناخ العام لمشاركة فعالة اكثر من قبل المواطن الصحفي والمواطن في مناقشة القضايا العامة وايجاد الحلول لما يواجهونه من مشكلات وتحديد اوليات القضايا التي يجب ان تحتل الصدارة في اهتمام مجتمعاتهم سواء على مستوى السياسة او الصحافة , كما يجب ان يعيد الصحفيون رؤيتهم لادوارهم , بحيث تقترب اكثر من

المواطنين , مع اعادة صياغة مفهوم الخبر والقيم الاخبارية التي يتبنونها , والمساهمة في اتخاذ المواقف بالقبول او الرفض وطرح الحلول للمشكلات وابراز مساهمات المواطنين في النقاش العام والمساهمة في تطوير الصحافة لادواتها في جمع المعلومات بحيث لا تقتصر على الوسائل التقليدية , مع الاعتماد على وسائل جديدة مثل جماعات النقاش والبحوث والاستطلاعات وتحليل البيانات ورعاية المنتديات التي تهدف الى التوصل لحلول المشكلات في المجتمع , وتنوع طبيعة المصادر التي تعتمد عليها الصحافة , والخذ بنظر الاعتبار وجهات نظر المواطنين والابتعاد عن الضغوط التي يمارسها مالكو الصحف والاحزاب والتيارات , وان يكون الصحفي مستقل في ارائه وعدم الانقياد الى الايديولوجية الاحادية , والبحث عن الحقيقة ونشرها , والدقة في تناول المعلومات والاستناد الى الوثائق والنسب , وعلينا ان نطرح كل الامور بشفافية مع التركيز على قانون حق الوصول والحصول على المعلومة مع اعطاء فسحة للصحفي في ممارسة اعماله بكل حرية , والتقيد باخلاق ممارسة المهنة وعادات وتقاليد المجتمع الصحيحة , والنظر لمصالح المجتمع لا مصالح الافراد وبالاخص التي تتعارض مع المصالح العامة , وعدم التدخل في خصوصيات الافراد , والابتعاد عن الاخبار الكاذبة او مجهولة المصدر , وان لا يكون هم الصحافة الربح المادي ومن اجله نشر الشائعات , وتعزيز الوعي الصحفي لدى المواطنين .

## ٢ - على المستوى الاكاديمي :

من الضروري قيام مراكز البحوث والجامعات برعاية المشروعات ذات الطابع المجتمعي وتتوخى مصداقيتها والترويج للصحافة الصادقة وكذلك الدعوة لطرح افكار ومفاهيم مصداقية الصحافة ودراسة وتحليل تجارب الدول التي تعني بهذا المجال وتحليل التجارب ذات المساس بالمصالح العامة واهتمامات المجتمعات والسعي للوصول الى ان تتبنى صدقية الصحافة وان تكون الصحافة حرة ومستقلة وتتماشى مع السياق العام واحتياجاته وصولا الى دولة المواطنة وصحافة المواطنين لا الاجندات الخارجية والتركيز على بحوث المصداقية من كافة ابعادها ومكوناتها وعناصرها والعوامل التي تؤثر بها ( محدداتها ) .

## الهوامش

١. خالد صلاح الدين, مستويات مصداقية وسائل الاعلام المصرية لدى الجمهور, بحث منشور في المجلة المصرية لبحوث الاعلام كلية الاعلام, جامعة القاهرة, العدد السادس والعشرون لسنة ٢٠٠٦, ص ١٢٧
٢. المعجم الوسيط, نخبه من أساتذة معجم اللغة العربية, ح ١, ط ٣, القاهرة: مطابع شركة الاعلانات المصرية, ١٩٨٥, ص ٧
٣. غاده عبد التواب, واقع الصحافة القومية ومصداقيتها في ظل اعلامي جديد, بحث مقدم الى المؤتمر السنوي الاول لكلية الاهرام الكنديه, لسنة ٢٠١٢, ص ٨
٤. عزة عبد العزيز, مصداقيه الصحافة العربية-المفاهيم والمعايير, (القاهرة: الدار العربي للنشر والتوزيع, ٢٠٠٦, ص ١٦
٥. محمد سيد محمد, المصداقية في الاعلام العربي, (القاهرة: دار المعارف, ٢٠٠٦, ص ٧٤
٦. حامد صالح الضامن, الموصل: مطابع دار الحكمة للطباعة والنشر, ١٩٩١, ص ٣٣٩
٧. محمد جمال, المعجم الاعلامي, (عمان: دار اسامه للنشر والتوزيع, ٢٠٠٦), ص ٣٠٩
٨. مي العبد الله وعبد الكريم حسين, المعجم في المفاهيم للإعلام والاتصال, (لبنان: دار النهضة العربية, ٢٠١٤, رقم المصطلح ٣٦٥, ص ١٦٢
٩. المنجد في اللغة والاعلام, (بيروت: دار المشرق, ١٩٨٦, ص ٤١١-٤٢٠
١٠. معجم لسان العرب, من الانترنت بتصرف
١١. محمد بن ابي بكر الرازي, مختار الصحاح, (بيروت: دار الكتاب بالعربي, ١٩٨١) ص ٣٩٥
٢١. جلال الدين محمد وجمال الدين عبد الرحمن, تفسير الجلالين, (دمشق: دار ابن كثير, ١٩٩٤) ص ٤١٩
٣١. محمد حسين الطباطبائي, مختصر تفسير الميزان, (بيروت: مؤسسة الاعلمي للمطبوعات, ٢٠٠٦), ص ١٤٩
١٤. المصحف الرقمي : برنامج بحث منصب على الكمبيوتر
١٥. صالح خليل ابو اصبع في الثقافة الإعلامية, (عمان: أمانة عمان, الدائرة الثقافية, ٢٠٠٨, ص ٤٦
١٦. نهى ميلور, صناعة الاخبار العربية, ترجمة حنان عبد الرحمن, (بيروت: المركز القومي للترجمة, ٢٠١٠, ص ١٦
١٧. محمود علم الدين, مصداقية الاتصال, (القاهرة: دار الوزان للطباعة والنشر, ١٩٨٩) ص ٤٦

١٨. جميل صليبا، المعجم الفلسفي، ج٢، (قم: دار ذوي القربى، ١٩٦٥)، ص ٤٠٣
١٩. عزة عبد العزيز عثمان، مصداقية الاعلام العربي المفاهيم والمعايير، (القاهرة: الدار العربي للنشر والتوزيع، ٢٠٠٦) ص ١١
٢٠. محمد سيد محمد، المصداقية في الاعلام العربي، (القاهرة: دار المعارف، ٢٠٠٦) ص ٣٢
٢١. منى جابر هادي، مصداقية مواقع بعض الصحف المصرية على الانترنت وعلاقتها بتفضيلات الجمهور المصري، اطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية الآداب، جامعة المنوفية، ٢٠١٢، ص ٥٩
٢٢. مجموعة مقالات بحثية من الانترنت بتصرف، الصحافة وازمة المصداقية.
٢٣. عزة عبد العزيز، مصداقية الاعلام العربي، مصدر سابق، ص ٢١-٢٢
٢٤. هويدا مصطفى، الأعلام والازمات المعاصرة، (القاهرة: دار مصر المحروسة، ٢٠٠٤)، ص ١٤٩
٢٥. محمود علم الدين، مصداقية الاتصال، مصدر سابق، ص ٢٥
٢٦. غادة عبد التواب اليماني، بحوث ودراسات في الاعلام الصحفي، (الاسكندرية: دار المعرفة الجامعة، ٢٠١٤)، ص ٨٨
٢٧. منى سعيد الحديدي وشريف درويش اللبان، فنون الاتصال والاعلام المتخصص، (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠٩) ص ٤٨-٥٢
٢٨. المصدر نفسه، ص ٥٣
٢٩. عربي المصري، هل انتقضت مصداقية وسائل الاعلام لان اعدادها زادت، الموقع الالكتروني. [www.spara\\_sy.com](http://www.spara_sy.com)
٣٠. وسام نصر، مصداقية وسائل الاعلام المصرية الحكومية والخاصة اثناء الازمات، بحث منشور في المجلة المصرية لبحوث الراي العام، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، العدد الاول، المجلد العاشر لسنة ٢٠١٠، ص ٥٤
٣١. غادة عبد التواب اليماني، واقع الصحافة القومية ومصداقيتها في ظل اعلامي جديد، بحث مقدم للمؤتمر السنوي الاول لكلية الاهرام الكندية لسنة ٢٠١٢، ص ٨
٣٢. منى جابر عبد الهادي، مصدر سابق، ص ٤٥-٤٦
٣٣. خالد صلاح الدين حسن، مصدر سابق، ص ١٣٢-١٣٤
٣٤. منى جابر عبد الهادي، مصدر سابق، ص ٤٠
٣٥. منى جابر عبد الهادي، مصدر سابق، ص ٤٧
٣٦. محمود علم الدين، مصداقية الاتصال، مصدر سابق، ص ٨-٩

٣٧. دينا احمد وبسنت عبد المحسن العقبوي ، مصداقية المضمون الخبري لمواقع التواصل الاجتماعي لدى الشباب السعودي ، بحث مقدم الى الجمعية السعودية للإعلام والاتصال ، جامعة الملك سعود لسنة ٢٠١٢ ، ص ٧-٨
٣٨. خالد صلاح الدين ، مصدر سابق ص ١٤٧
٣٩. حنان احمد سليم ، مصداقية الاخبار في وسائل الاعلام لدى الجمهور الالمانى ، بحث مقدم الى المؤتمر العلمي الدولي الرابع عشر، لكلية الاعلام، جامعة القاهرة لسنة ٢٠٠٨ ، ص ١٢١٠
٤٠. محمد عبدالحميد ، بحوث الصحافة ، (القاهرة ، عالم الكتب، ١٩٩٢) ص ٢٣٨-٢٤٠
٤١. محمد سيد محمد، مصدر سابق، ص ٩٥-٩٨
٤٢. محمد حسن عبد العزيز ، لغة الصحافة المعاصرة ، (بيروت المركز العربي للثقافة والعلوم، ب-ت) ، ص ٦-٧
٤٣. جان كلود ادبيات الاعلام، ترجمة رباب العابد (بيروت مجد المؤسسة الاعلامية للدراسات والنشر، ٢٠٠٨) ص ٩
٤٤. هالة اسماعيل بغدادي ، الاخباريات الفضائية العربية الواقع والطموح، الاسكندرية: المكتب الجامعي الحديث ، (٢٠٠٩) ص ٧
٤٥. جان كلود ، مصدر سابق ، ص ١٥-١٦
٤٦. سليمان صالح ، ثورة الاتصال وحرية الاعلام ، ، ( عمان مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع ، ٢٠٠٧) ص ١٤٦-١٤٧ .
٤٧. سهام نصار ، تأثير المصداقية على علاقة الصفوة بالصحافة ، المؤتمر العلمي السنوي كلية الاعلام ، جامعة بغداد ٢٠٠٣ ، ص ٢٥٠
٤٨. عبد الباسط عبد المعطي ، الاعلام وتزييف الوعي ، ( القاهرة : دار الفكر العربي ، ١٩٧٩ ) ص ٢٦ .
٤٩. محمود علم الدين ، مصداقية الاتصال، مصدر سابق، ص ٣٧-٣٩
٥٠. رحيمة الطيب عيساني، مدخل الى الاعلام والاتصال ، (اريد عالم الكتب الحديث للنشر، ٢٠٠٨)، ص ٧١-٧٢
٥١. محمد عبد الحميد ، نظريات الاعلام واتجاهات التأثير ، القاهرة : دار الكتب ، ٢٠٠٠ ) ، ص ٩٦ .
٥٢. رحيمة الطيب ، مصدر سابق ، ص ٧٣
٥٣. عبد الرحمن عربي وفيصل القاسم ومي العبد الله واخرون ، العرب والاعلام الفضائي ، (بيروت : مركز دراسات الوحدة لعربية ٢٠٠٤) ص ٧٠-٧١

ببلوغرافيا : رسائل واطاريج كلية الإعلام / جامعة بغداد

للعام الدراسي ٢٠١٥ - ٢٠١٦

إعداد

م.م بيرق حسين جمعه

<p>أ.م.د محسن جلوب الكناني احمد عباس عبد الله العامري / دبلوم / الدعاية والحرب النفسية الخطاب الاعلامي للجماعات المتطرفة في العراق دراسة تحليلية لخطابات تنظيم الدولة الاسلامية في العراق والشام ( عصابات داعش الارهابية )</p>
<p>أ.م.د عبدالسلام احمد السامر علي عبد الفتاح رحيم / ماجستير / الصحافة الاذاعية والتلفزيونية توظيف الشائعات في نشرات الاخبار التلفزيونية دراسة تحليلية لنشرات اخبار قناتي التغيير والغربية</p>
<p>أ.م.د رعد جاسم الكعبي مسلم عباس هاشم عباس / ماجستير / الصحافة الاذاعية والتلفزيونية المعالجة الاخبارية لموضوعات الارهاب في الفضائيات العراقية دراسة تحليلية لنشرات الاخبار والقائم بالاتصال في قنوات الاتجاه - السومرية - العراقية</p>
<p>أ.د عبد الباسط سلمان حيدر مازن عبد الحسين/ماجستير / الصحافة الاذاعية والتلفزيونية تعرض الجمهور لبرنامج المسابقات وعلاقته بالمعرفة دراسة مسحية على عينة من طلبة الجامعات العراقية</p>
<p>أ.م.د عمار طاهر محمد زينة سعد نوشي / دكتوراه / الصحافة الاذاعية والتلفزيونية دور المسلسلات التلفزيونية في تشكل صورة العراق دراسة مقارنة لقناتي العراقية والشرقية</p>
<p>أ.د وسام فاضل راضي محمد فخري حسن / دكتوراه / الصحافة الاذاعية والتلفزيونية صناعة الرمز في السينما الامريكية وانعكاساتها على الجمهور</p>
<p>أ.م.د سهام حسن الشجيري جميل نايف سرهد حسن / ماجستير / الصحافة الجواهري صحفيا دراسة تحليلية لاتجاهات مقالاته الصحفية في جرائد الفرات - الانقلاب - الرأي العام - الاوقات البغدادية - الجهاد - صدى الدستور</p>

<p>أ.م.د حسن كامل سرمد محمد خسرو / ماجستير / الصحافة موضوعات الامن الوطني في الصحافة العراقية دراسة تحليلية لجرائد (الصباح - الزمان - الاتحاد)</p>
<p>أ.م.د عبد الامير مويت الفيصل اسراء هاشم سيد محمد العطار / ماجستير / الصحافة انتهاك الخصوصية في وسائل الاعلام الجديد دراسة مسحية لمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي</p>
<p>أ.م.د وسام فاضل راضي صادق عبود لفتة / ماجستير / الصحافة الاذاعية والتلفزيونية اساليب الدعاية الروسية الموجهة الى المنطقة العربية - قناة روسيا اليوم انموذجاً</p>
<p>أ.م.د حسين علي نور فارس اسماعيل فارس عبد الله / ماجستير / الصحافة الاذاعية والتلفزيونية انماط تعرض الجمهور للبرامج الترفيهية التلفزيونية الفضائية دراسة مسحية على الجمهور دينة بغداد</p>
<p>أ.د علي عبد الجبار الشمري محمد خيرى هاتف / دبلوم / الدعاية والحرب النفسية صورة القوات الامنية في النشرات الاخبارية لقناتي السومرية والتغيير</p>
<p>أ.م.د ريا قحطان الحمداني مرتضى نوري محمود الشديدي / دكتوراه / العلاقات العامة الصورة الذهنية لدى الجمهور العراقي عن مكاتب المفتشين العموميين</p>
<p>أ.م.د ليث بدر يوسف زهراء حسين جبار / ماجستير / الصحافة المسؤولية الاجتماعية للمواقع الاخبارية الالكترونية دراسة في مواقع (المركز الخبري لشبكة الاعلام العراقي - الجزيرة نت - bbc عربي</p>
<p>أ.م.د شكرية كوكز السراج فاطمة محمود حمه الطالباني / ماجستير / الصحافة معالجة الصحافة الكردية للازمات بين اقليم كردستان العراق والحكومة الاتحادية دراسة تحليلية في جريدتي التآخي والاتحاد</p>
<p>أ.م.د عبد المنعم مطلب ابراهيم حيدر عزيز الخياط / ماجستير / الصحافة مجلة الثقافة الجديدة ودورها الثقافي في العراق دراسة تحليلية لمضامين الفنون الصحفية فيها لمرحلة العهد</p>
<p>أ.م.د طالب عبد المجيد علاوي ارشد ياسين عداي الزهيري / ماجستير / الصحافة الاذاعية والتلفزيونية التغطية الاخبارية للقضايا السياسية العراقية في الاذاعات المحلية دراسة مقارنة لنشرات الاخبار في اذاعي جمهورية العراق والرأي العام</p>

## المؤتمر العلمي التاسع تحت شعار «الاعلام الوطني ودوره في مواجهة الارهاب والفساد»

عقدت كلية الاعلام بجامعة بغداد مؤتمرها العلمي التاسع تحت شعار «الاعلام الوطني ودوره في مواجهة الارهاب والفساد»، واستمرت وقائع المؤتمر للمدة من ١٩/ لغاية ٢٠ نيسان ٢٠١٦ في رحاب الكلية .



وناقش المؤتمر على مدى يومي الانعقاد العديد من الدراسات والبحوث التخصصية التي تفيد في صناعة استراتيجيات وطنية لمواجهة الارهاب والفساد.

وذكر الاستاذ المساعد الدكتور رعد جاسم الكعبي، معاون عميد كلية الاعلام للشؤون العلمية، رئيس اللجنة العلمية للمؤتمر ان الجلسة الاولى كانت برئاسة أ.د. زكي حسين الوردى و أ.م.د. ازهار صبيح غنتاب مقررأ .

وطرحت في الجلسة مجموعة يحوث كان من بينها.. (( ثنائية الحضور والغياب في الاعلام / دراسة في اطار الثنائيات اللسانية للدكتور محمد رضا مبارك /



كلية الاعلام - جامعة بغداد )) و (( استخدامات المرأة في العمليات الارهابية لتنظيم داعش للدكتورة شكرية كوكز السراج )) و (( التوظيف الدعائي في القنوات الفضائية العراقية / تحليل مضمون للنشرات الاخبارية في قناتي ( الرافدين والشرقية نيوز للمدة من ١ / ١٢ / ٢٠١٥ ولغاية ٢٩ / ٢ / ٢٠١٦ للدكتور حسين دبي حسان والدكتور حيدر احمد علو)) و (( رسائل اتصالية منشودة ضد الارهاب والفساد / ورقة عمل مقدمة من قبل السيد مازن صاحب هادي / هيئة النزاهة - دائرة العلاقات مع المنظمات غير الحكومية)) و (( المحتوى الدعائي لأشغال عناصر التعبير السوري في مواجهة الترويج للفكر الارهابي / ( الاعلام الحربي للحشد الشعبي انموذجا) للدكتو محمد اكرم عبد الجليل من جامعة النهريين / قسم العلاقات العامة .



وعقدت الجلسة الثانية برئاسة أ.م.د. عبد المحسن الشافعي و أ.م.د. ارادة زيدان راهي مقررًا ونوقشت في الجلسة عدد من البحوث .... من بينها (( المنشورات رسالة اتصالية دعائية في الحروب / دراسة تحليلية مقارنة في الاساليب والاستمالات للدكتورة سهام الشجيري )) و (( مصادر معلومات الجمهور العراقي عن العمليات العسكرية ضد الارهاب / دراسة ميدانية في بغداد للدكتور رعد جاسم الكعبي والدكتور علي عباس فاضل)) و ((تغطية القنوات الفضائية العربية للارهاب / دراسة ميدانية للدكتور محمد حسين علوان من كلية الاعلام - جامعة واسط)).

اما الجلسة الثالثة فكانت برئاسة أ . م . د . عبد السلام احمد السامر ومقررية أ.م.د. طالب عبد المجيد . وتضمنت الجلسة الثالثة البحوث العلمية الاتية : قراءة معاصرة في كنوز ليلي / العدد الاول من مجلة كنوز ليلي الصادرة في ١٥ / ١٠ / ١٩٢٣ للدكتور هادي عبد الله احمد . و (( الارهاب الالكتروني بين المنظور الشرعي ومسؤولية الاعلام العراقي - مدخل نظري)) للدكتور عبد الهادي محمود الزيدي كلية العلوم



الاسلامية / جامعة بغداد والدكتورة نجاة جبار كاظم كلية الاعلام / جامعة بغداد, و (( مضمين حقوق الاطفال في برامج الاطفال / دراسة مسحية لقناة العراق الفضائية )) للمدرسة زينب ليث عباس كلية العلوم للبنات / جامعة بغداد, و ((هيكلية السياسات الاعلامية - الدعوة والتاكيد على اهمية ربط السياسات الاعلامية بالسياسات الامنية والتنمية للحد من ظاهرة الارهاب والفساد)) للدكتور نوح عز الدين عبد الرزاق, و (( الضغوط المؤثرة في اداء شبكة الاعلام العراقي )) , ورقة بحثية مقدمة الى مؤتمر الكلية التاسع للدكتور صفد حسام حمودي, و (( دور الاعلام في تعزيز الهوية الوطنية )) للدكتور فلاح حسن علي.



واختتم المؤتمر جلساته العلمية بعدد من التوصيات التي ركزت على الرؤى والتطلعات التي تسعى لتحديد استراتيجيات وطنية لمواجهة الارهاب والفساد وضرورة توحيد الخطاب الوطني الذي لا يخرج عن الثوابت الوطنية وتعزيز اللحمة الوطنية وفضح الاساليب الارهابية التي تمارسها عصابات داعش ومحاربة الفساد بكل انواعه واشكاله لاسيما وان الارهاب والفساد كلاهما وجهان لعملة واحدة .

## محاضرات نوعية في العلاقات العامة

### طرائق تدريس وتطبيقات

صدر عن دار البداية للنشر والتوزيع في العاصمة الاردنية عمان صدر كتاب جديد للمؤلف الاستاذ الدكتور علي جبار الشمري استاذ العلاقات العامة بجامعة بغداد

الاولى: مفهوم العلاقات العامة، اما المحاضرة الثانية فقد قدمت مقارنة العلاقات العامة بأنماط الاتصال، وفي المحاضرة الثالثة حدد المؤلف نشأة العلاقات العامة وتطورها، فيما تضمنت المحاضرة الرابعة اهداف العلاقات العامة ووظائفها، وتضمنت المحاضرة الخامسة اهم

خصائص ممارسي نشاط العلاقات العامة، وفي المحاضرة السادسة حدد مفهوم العلاقات العامة وانواعه، اما المحاضرة السابعة فقد تناولت وسائل واساليب الاتصال والتواصل في العلاقات العامة، وفي المحاضرة الثامنة تم التطرق الى رواد العلاقات العامة.

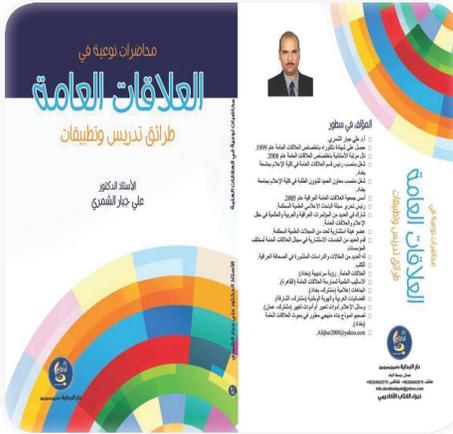
وتضمن الفصل الثاني اساليب ممارسة العلاقات العامة الفعالة مقسمة على ست محاضرات اذ تناولت المحاضرة الاولى اسلوب «البحث العلمي»، وتضمنت المحاضرة الثانية «التخطيط والتنظيم»، وفي المحاضرة الثالثة

لا شك ان الاعداد لمحاضرات نوعية تتسم بالجودة والشمول والتنوع والتطبيق وتحديد الطرائق المناسبة لتدريسها، يتطلب تفكيراً علمياً استثنائياً سيما وان العلاقات العامة تتداخل فيها الاطر النظرية مع الممارسة، فضلا عن تداخلها مع مجموعة من العلوم منها علم الاتصال وعلم الإدارة وعلم النفس وعلم الاجتماع.

ان هذا الكتاب هو محاولة جادة جاءت اثر عقدين من الزمن في تدريس العلاقات العامة في مختلف المراحل الدراسية الاولى والعلية، فضلا عن تجربة نوعية في تدريس هذه المادة وتطبيقاتها في مختلف القطاعات

العام والمختلط والخاص بهدف نشر المفهوم بناء على اسس صحيحة ما يضمن تحقيق الاهداف المرجوة لهذا النشاط المهم والحيوي.

يتضمن الكتاب خمسة فصول وملحق تناول الفصل الاول تأصيلاً لمفهوم العلاقات العامة وبواقع ثمان محاضرات تناولت المحاضرة



الثانية في «العلاقات العامة الوطنية وترسيخ ثقافة الحوار»، وفي المحاضرة الثالثة قدم المؤلف خطابا إعلاميا يعزز الشعور بالهوية الوطنية عند الشباب، اما المحاضرة الرابعة فقد تناولت «العلاقات العامة في الجامعات»، واختتم الكتاب بملحق حمل عنوان التدريس رسالة.

لقد اعتمد الكتاب احدى عشر طريقة للتدريس موزعة على ست وعشرين محاضرة مع ملاحظة تكرار بعض الطرائق في عدد من المحاضرات، وباعتماد نموذج متقدم من تصميم المؤلف عن طرائق تدريس العلاقات العامة وتطبيقاتها تضمن اختيار عنوانا للمحاضرة، وتحديد هدفها، واختيار الطريقة المناسبة لتدريسها، والخطوات المتبعة في عملية التدريس، واعداد نص المحاضرة، وصياغة اسئلة يمكن ان تثار عن المحاضرة، واخيرا تحديد المصادر التي تم الرجوع اليها في المحاضرة.

تم التطرق الى اسلوبي «القيادة والتنسيق»، اما المحاضرة الرابعة فقد شملت «الاتصال التنظيمي والمتابعة»، وفي المحاضرة الخامسة تناول المؤلف اسلوبي «التقويم والتدريب»، وفي المحاضرة السادسة قدم المؤلف نموذجا يصور فيه الاساليب العلمية في ممارسة العلاقات العامة الفعالة.

وتم التعريف في الفصل الثالث بالعلاقات العامة الحكومية بواقع اربع محاضرات تناولت المحاضرة الاولى اهمية العلاقات العامة الحكومية في العصر الحديث، وبحثت المحاضرة الثانية في سمات العلاقات العامة الحكومية في العراق، و اشارت المحاضرة الثالثة الى ازمة العلاقات العامة الحكومية في العراق، وفي المحاضرة الرابعة قدم المؤلف برنامجا مقترحا للعلاقات العامة الحكومية في العراق.

وتطرق الفصل الرابع الى العلاقات العامة الدولية بواقع اربع محاضرات تناولت المحاضرة الاولى «وسائل الاعلام وبناء الصورة القومية في عصر العولمة»، وفي المحاضرة الثانية تم التطرق الى «العلاقات العامة وبناء الصورة القومية في عصر العولمة»، اما المحاضرة الثالثة فقد تناولت «تسويق الثقافة السياسية للآخر عبر الخطاب التلفزيوني الموجه»، وفي المحاضرة الرابعة قام المؤلف بتقديم «قراءة في الخطاب التلفزيوني الاميركي الموجه للمشاهد العربي».

اما الفصل الخامس فقد تناول العلاقات العامة في مجالات جديدة بواقع اربع محاضرات تناولت المحاضرة الاولى «العلاقات العامة ونشر الوعي بالتعايش السلمي»، وبحثت المحاضرة

## مصر الثورة وشعارات شبابها

### دراسة لسانية في عفوية التعبير

الدكتور نادر سراج

صدرت عن المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات في قطر ٢٠١٤م، وبلغت عدد صفحات الدراسة ٤٠٨ صفحة.

وتطمح هذه الدراسة إلى مقارنة الشعار السياسي مهتوفا ومكتوبا أو متناقلا عبر وسائل التواصل الاجتماعي الحديثة ليس بوصفه مجرد تلفظ لغوي ناقل لرسالة معينة، وإنما بوصفه فعلا سياسيا تغييريا مكن الفاعلين الاجتماعيين من إنجاز أفعال ملموسة على أرض الواقع.



وتكمن أهمية موضوع دراسة الشعارات السياسية من وجهة نظر لسانية وظيفية في إبراز دور المناهج التحليلية البنوية والأدوات اللسانية في مقارنة دراسة لغوية تطبيقية، بمستوى آليات جمع المادة أو تصنيفها، أو على مستوى تفكيك بنى الخطاب الشعاري، أو على مستوى دراسة المكونات وتحليل المضامين وإبراز الدلالات، في ضوء التبدلات الحاصلة لجهة منشئي الشعار.

وتتوخى الدراسة حسب مؤلفه مقارنة موضوع شعارات ثورة ٢٥ يناير ٢٠١١م في مصر من وجهة نظر لسانية.

فمنظومة الشعارات والهتافات التي ابتدعها شباب الثورة ورددوها في ميادين القاهرة وغيرها من المدن المصرية وما استتبعها من كتابات جدارية ورسوم غرافيتية وتعليقات ونكات تشكل مدونة قابلة للفرز والتصنيف والدرس والتحليل في ضوء المبادئ اللسانية. واعتمد الفريق المعد للمدونة والمكون من باحثين لبنانيين ومصريين على مدونة تتكون من ١٧٠٠ شعار مشكلة قاعدة بيانات، وتنقسم هذه الدراسة إلى ثلاثة أقسام، فيتناول القسم الأول التركيب واستخدام الضمائر، ويعالج الثاني قضايا البلاغة من خبر وإنشاء وخروج اللفظ عن مقتضى الظاهر، ويتطرق الثالث إلى الدراسة السيميائية لرموز المظهر والملبس والمأكل وغيرها.

ويتكون القسم الأول من الدراسة خمسة فصول، تناول أولها اللغة الشعاراتية التي لا تختلف

وظائفها عن وظائف اللغة عموماً لجهة أنها استجابية ومعرفية وتواصلية وتعبيرية وتمثيلية واجتماعية. فيما تناول الفصل الثاني منتجي هذه الشعارات والهتافات ومروجيها مواطنين ونشطاء ومناضلين. أما الفصل الثالث فقد تناول وظيفية الشعار التجميعة الحائثة على المشاركة في الفعل السياسي ولاسيما ما اصطلاح على تسميته "حزب الكنبة"، فضلا عن وظيفة التنبيه أو التحريض التي استعمل لأجلها الشعار. وتناول في الفصل الرابع للدراسة إصرار الثوار على توضيح مواقفهم ولو عنى ذلك استعمال لغة أجنبية، أو لغة لاذعة، إذ أن المطلوب هو إيصال الرسالة بوضوح ويسر ومباشرة. ويتناول الفصل الخامس موضوع الضمانات المستعملة في الشعارات، إذ احتل ضمير المتكلم المرتبة الأولى فيما حل ضمير الغائب ثانياً، ليحل ضمير المخاطب ثالثاً الأمر الذي يدل على رغبة مطلقي هذه الشعارات في إيصال رسالة سياسية بلغة مباشرة. وتضمنت الدراسة في القسم الثاني بلاغة الواقع، وتمحور الفصل السادس حول الجملة الخبرية والجملة الإنشائية في خدمة الشعارات، مستعرضاً وجهتي نظر العالمين الكبيرين كلود حجاج وأندريه مارتينه، بينما تناول الفصل السابع التناص بين الشعار والفنون المرئية فأعدت الدراسة الكثير من الشعارات إلى النصوص التي أخذت منها سواء أكانت مسرحيات أو أفلاماً أو أغاني. وتم تخصيص الفصل الثامن لدراسة شعار "ارحل" بوصفه نموذجاً لخطاب الاعتراض.

تناول القسم الثالث المخصص للدراسة السيميائية للشعارات، فدرس الفصل التاسع رموز التلاقي بين الأديان والجماعات ومن بينها الصليب والهلال الذين ارتسما على الخدود والجباه بألوان العلم المصري مؤكداً على الحضور القوي للدين في الخطابين السياسي الاحتجاجي والاجتماعي المطلبي. وفي الفصل العاشر تلاحظ الدراسة أن الحصيلة اللغوية لهذا الحراك الشاب قد حفلت بنماذج حيوانات أليفة تم استحضارها، ولاسيما بعد ما اصطلاح على تسميته بموقعة الجمل فحضرت الجمال والبعير والكلاب كما النسر الذهبي. وفي الفصل الحادي عشر المعنون بسيميائية المأكول وكلماته في الشعار السياسي تم الحديث عن حضور أصناف الطعام المختلفة في الشعارات الثورية التي تم رفعها حيث كان شعار "عيش، حربة، عدالة اجتماعية" واحداً من أشهر الشعارات التي رفعت خلال الثورة، وفي ذات الإطار السيميائي حضرت أسماء وسائل النقل ورمزيتها السياسية. وهذا موضوع الفصل الثاني عشر فحضرت الطائرة وتذكير مبارك بها على اعتبار أنه كان طياراً. وسعى الفصل الثالث عشر إلى تحليل ثقافة الملابس، إذ يلاحظ أن الاستعارات السياسية المستمدة من عالم الملابس لم تنشأ من فراغ تعبيرية، فأطراف الصراع السياسي على اطلاع كافٍ عليها وعلى مدلولاتها والتداعيات التي تعكسها دلالاتها السيميائية في أذهان مستخدميها.

يحسب لهذه الدراسة تمكّن الباحث اللساني من دراسة كيفية وآليات التفاعل الحاصل بين المتكلمين من جهة وقضايا الواقع التي يعيشونها من جهة أخرى، كما أنه ثبتت قدرة الدراسات اللسانية المتوجهة نحو البحث الاستقصائي الميداني على إفساح المجال أمام الباحثين اللسانيين كي يولوا لغاتهم الأم ووظائفها التعبيرية والبلاغية في الخطاب السياسي أهمية متزايدة.

**CORRESPONDENCE**  
**COLLEGE OF MEDIA - UNIVERSITY OF**  
**BAGHDAD - JADIRIYAH**  
**190 47 PO. BOX**  
**EMAIL**  
**YAHOO.COM@155\_BUSHRA**  
**ANNUAL SUBSCRIPTION**  
**INDIVIDUALS**  
**40 \$ ARAB COUNTRIES**  
**60 \$ OTHER COUNTRIES**  
**INSTITUTIONS**  
**IRAQI DINARS 40,000 ,IRAQ**  
**60 \$ ARAB COUNTRIES**  
**70 \$ OTHER COUNTRIES**  
**BAGHDAD UNIVERSITY FACULTY MEMBERS**  
**ID 30,000**  
**ID 24,000 STUDENTS**  
**WAYS OF PAYMENT**  
**CASH**  
**CHECKS**  
**ALL PAYMENTS SHOULD BE TRANSFERRED**  
**:TO**  
**COLLEGE OF MEDIA, UNIVERSITY OF**  
**BAGHDAD**  
**AL - BAHITH AL- A, ALAMI**  
**AL- RAFEDAIN BANK / AL- WAZEREA**  
**PRICE PER A COPY**  
**ID 5000 POSTGRADS STUDENTS**  
**STUDENTS UNDERGRADS 2.500**

**AL - BAHITH**  
**AL- A,ALAMI**

**REFEREED QUARTERLY JOURNAL A**  
**SPECIALIZED**

**CONCERNED WITH THE AFFAIRS OF**  
**INFORMATION AND COMMUNICATION**  
**PUBLISHER**

**COLLEGE OF MEDIA**  
**UNIVERSITY OF BAGHDAD**

**ART DIRECTION**  
**SHATHA ABDULLAH HUSSEIN**  
**SH\_ABD63 @YAHOO.COM**

**HTTP://WWW.JCOMC.UOBAGHDAD.EDU.IQ**

**THE MINISTRY SITE**  
**/HTTP://WWW.IASJ.NET**  
**IASJ?FUNC=SEARCH&TEMPLATE**

**?http:// www.jasj.net/iasj**  
**func+=search&tempte**

**OFFICIAL JOURNAL**  
**MEDIA@COMC.UOBAGHDAD.EDU.IQ**

# ADVISORY COMMITTEE

**PROF.HMEED, J.MUHSIN, PHD, COLLEGE OF MEDIA BAGHDAD  
UNIVERSITY**

**PROF. HASHIM H. AL-TIMIMI / PHD. COLLEGE OF MEDIA - UNIVERSITY  
OF BAGHDAD**

**DR. ZEKI H. AL. WERDI / EMERITUS PROF. COLLEGE OF MEDIA -  
UNIVERSITY OF BAGHDAD**

**PROF. ALI H. TWAINA, PHD, COLLEGE OF MEDIA - UNIVERSITY OF  
BAGHDAD**

**PROF. WISAM F. RADHI, PHD, COLLEGE OF MEDIA - UNIVERSITY OF  
BAGHDAD**

**PROF. ADNAN Y.MUSTAFA, PHD, GIRLS COLLEGE**

**PROF. AMIR H. FAYADH, PHD, COLLEGE OF POLITICAL SCIENCES, AL.  
UNIVERSITY OF NAHRAIN**

**PROF. KAREEM M. HAMZA, PHD/ RETIRED PROFESSOR**

**PROF. YA KH ALBAYATI, PHD, AJMAN UNIVERSITY, UAE  
PROF. HAMIDA  
S. ALBOR, PHD, BBARDU, TUNISIA**

**PROF. MOHAMMAD ALDAHI, PHD, KING MOHAMMAD V, UNIVERSITY,  
MOROCCO**

# EDITORIAL BOARD

**Prof. Ali Jabar AL Shimeri, PhD ..... Editorial chief**  
**Editorial - In - Manager.- Ast .Prof. Mohammad R. Mubarak PhD**  
**Editorial Secretary ..... Ast. Prof. Hamadan Kh, Alsalim, PhD,**  
**Editorial Secretary..... Ast. Prof.Bushra J.Alrawi, PhD**

# MEMBERS

**Ast. Prof. Rasheed H. Aukla,  
PhD**

**Ast. Prof .Ahmed Abdulmajeed, PhD**

**Ast. Prof .Bakir M.Jasim, PhD**

**Ast. Prof. Hussain A. Noor, PhD**

**Ast. Prof.Bushra D. Alsinjeri, PhD**

**Ast. Prof .Azhar S. Ghintab, PhD**

**Ast. Prof .Salim J. Alazawi, PhD**

**MINISTRY OF HIGHER EDUCATION AND SCIENTIFIC RESEARCH**

**BAGHDAD UNIVERSITY  
COLLEGE OF MEDIA**

**AL - BAHITH AL - A'ALAMI**

**ISSN 1995 - 8005**

**A SPECIALIZED REFEREED QUARTERLY  
ISSUED BY THE COLLEGE  
OF MEDIA - BAGHDAD UNIVERSITY**

**ISSUE -31  
JANUARY- FEBRUARY- MARCH**

رقم الايداع في دار الكتب والوثائق ١١٣٣ في ١٦ - ١٠ - ٢٠٠٨

