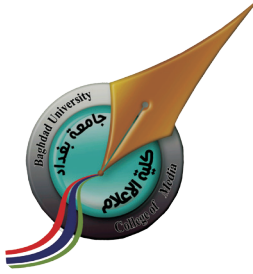

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة بغداد - كلية الاعلام



الباحث الاعلامي

ISSN 1995 - 8005

مجلة علمية فصلية محكمة

تصدر عن كلية الاعلام - جامعة بغداد

تشرين الاول - تشرين الثاني - كانون الاول - ٢٠١٥ م

الباحث الإعلامي

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

المصحح الترجمة م.م. ملهى حسن

المصحح اللغوي أ.م. د محمد رضا مبارك

المؤسسات

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&template

اليميل الرسمي للمجلة

media@comc.uobaghdad.edu.iq

للمراسلة

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:-

1. تنشر مجلة الباحث الاعلامي البحوث والدراسات الاعلامية التي ترد اليها من الباحثين والاكاديميين والمؤسسات العلمية.
2. يلتزم الباحث بالمنهجية الاكاديمية في اعداد بحثه.
3. تخضع البحوث والدراسات جميعها للتقويم من قبل محكمين علميين متخصصين.
4. ينبغي ان لا يزيد البحث عن ستة آلاف كلمة، أي ما يناهز ٢٠ صفحة A٤، والالتزام بالتصميم الخاص بصفحة المجلة.
5. يقدم الباحث ثلاث نسخ مطبوعة من بحثه فضلاً عن قرص CD يحتوي على نص البحث.
6. يقدم الباحث مستخلصاً باللغتين العربية والانكليزية.
7. تكتب عناوين البحوث باللغتين العربية والانكليزية.
8. يلتزم الباحث بالتوثيق العلمي في متن البحث وقائمة المصادر.
9. 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.
10. 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 الوردى - كلية الاعلام - جامعة بغداد
أ.د علي حسين طوينة - 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 النهرين
أ.د كريم محمد حمزة - مؤسسة بيت الحكمة
أ.د ياس خضير البياتي - جامعة عجمان للعلوم والتكنولوجيا
أ.د جليل وادي - كلية الفنون الجميلة - جامعة ديالى
أ.د حميدة البور - معهد برودو - تونس
أ.د محمد الداوي - جامعة الملك محمد الخامس - المغرب

هيئة 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 عكلية

أ.م.د أحمد عبد المجيد

أ.م.د باقر موسى جاسم

أ.م.د حسين علي نــــــــور

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
٤٠ - ٩	المراسلون والمعايير المهنية في التغطيات الإخبارية أ.م.د. عبد النبي خزعل
٦٨ - ٤١	تغطية الصحف الرياضية العراقية للأحداث الكبرى م.م. قاسم حنون قاسم
٩٢ - ٦٩	التطبيقات الاتصالية في المواقع الالكترونية للأحزاب السياسية العراقية م. حسين اسماعيل حداد
١٢٤ - ٩٣	دور مواقع التواصل الاجتماعي في ترتيب أولويات الإصلاح السياسي لدى أساتذة الجامعات م.م. حسين سعدي محمد الفتلاوي م.م. خلف كريم كيوش التميمي
١٤٦ - ١٢٥	اتجاهات الجمهور العراقي أزاء المنطق الدعائي للتنظيمات الارهابية م. سعد محمد خضير
١٦٢ - ١٤٧	وسائل الاعلام الجديد والوعي السياسي لدى الشباب أ.م.د. سلام خطاب الناصري
١٨٠ - ١٦٣	الصورة الذهنية لرجل الشرطة العراقي لدى جمهور محافظة الانبار د. محمد حامد عبد الجابري
	الابواب الثابتة : • بيلوغرافيا رسائل واطاريج طلبة الماجستير والدكتوراه • عرض كتاب

يتصل وضع البحث العلمي اتصالاً وثيقاً بالمنهج التعليمية، فالنتائج البحثية لمؤسساتنا التعليمية لا يعتمد على التخطيط والنظرة الاستشرافية في تحديد استراتيجيات البحث، فغالبية البحوث التي تصل إلى المجلة ذات طابع كمي، ويمثل مطلب التفسير والاستدلال البعد الغائب فيها، إذ يلاحظ الإغراق في العرض الكمي للنتائج دون تفصيل الفكر النظري، الذي يشير إليه العرض الإحصائي، على الرغم من أن للارقام دلالة في معرفة الواقع، لكن تبقى محايدة تحتاج إلى مقارنة نقدية لاستخلاص الأسباب واقتراح الحلول.

ويتوجب على الباحثين تبني منهج بحثي يركز في وصف الواقع وتشخيصه، وتقديم أحكام نقدية عن حاضرنا ورؤى استشرافية عن مستقبلنا. فليس البحث أمراً يمكن الاستغناء عنه، فالهدف من البحث عموماً هو تطوير المعرفة في الحقل المعني، فكيف سيكون الأمر في حقل مثل الإعلام، يحتاجه متخذو القرارات والقائمون على تطوير المنهج، ويحتاجه المجتمع عامة لكي تسوغ كل جهة مواقفها واستراتيجياتها تجاهه.

فتطور الأبحاث لا يخضع للمستلزمات الإدارية أو للاعتبارات الشخصية أو للضغوط السياسية، لذلك فإن الاستاذ الجامعي مكلف بأن يعمل ذهنه في المعرفة التي ينقلها ويعدّل فيها تبعاً، ويتابع مستجدات تطور وسائل الاتصال وتطبيقاتها. وأن الحياة الاجتماعية المعاصرة تزداد تعقيداً، ولا يمكن فهمها وإدراكها بمجرد تكميمها، والرغبة الملحة في قياس كل شيء بالكم قد تؤدي إلى نتائج متواضعة جداً، فالتفاصيل المنفردة والجزئيات الدالة قد تنفلت من قبضة التكميم دون أن تستثير الباحث.

سكرتيرة التحرير

■ ————— ٨ ————— ■

الباحث الإعلامي

٣٠

المراسلون والمعايير المهنية في التغطيات الإخبارية / دراسة ميدانية في

المعايير المهنية المعتمدة في التغطيات الإخبارية عند مراسلي الفضائيات العراقية

أ.م.د. عبد النبي خزعل

جامعة بغداد / كلية الإعلام

المستخلص

يقوم جوهر العمل الإخباري في القنوات الفضائية التلفزيونية على تقديم تغطيات إخبارية من شأنها إحاطة الناس بما يجري حولهم من أحداث ومواقف وآراء بهدف زيادة وعيهم السياسي أو الاجتماعي أو الاقتصادي أو الثقافي ومن ثم دفعهم الى اتخاذ موقف أو سلوك معين على وفق ما يرغب به القائم بالاتصال في تلك الفضائيات . ووسط هذا النشاط الإخباري يعمل مراسلو القنوات الفضائية العراقية تتجاذبهم الروح المهنية في معالجتهم الإخبارية على وفق قواعد صحة الخبر ودقته وموضوعيته من جهة ومتطلبات العمل تحت إدارات إعلامية لها سياسات تحرير أو توجهات صارمة وهم بين ذلك يعملون في بيئة سياسية وأمنية واجتماعية وحتى تشريعية ، تعيق حرية حركتهم الإعلامية وتحد من قدرتهم على إبداء الرأي والتعبير عنه بحرية تامة . وقد تبين من نتائج البحث ما يأتي

— أن ترتيب أولويات الاهتمام للأحداث المتزامنة عند مراسلي القنوات الفضائية العراقية يكشف عن معيار مهني متقدم يضع في الاعتبار اهتمامات الناس ودرجة الإثارة والأهمية في المقام الأول .

— وفي اتجاهات التغطية الإخبارية أظهرت النتائج أن النسبة الأكبر من المبحوثين يميلون الى إجراء نوع من التوازن في التغطية بين الجانبين السلبي والإيجابي من القصة الإخبارية والميل الى جعل الجمهور هو الحكم وصاحب القرار في تحديد اتجاهات التغطية .

— كما كشفت النتائج أن الفضائيات العراقية تتبع سياسات تحرير مختلفة تنسجم مع مرجعياتها المؤسسية .

— وفي أساليب التغطية أظهرت النتائج نسبا تكاد تكون متساوية بين من يفضل من المراسلين بث تقاريره الإخبارية مباشرة على الهواء ومن موقع الحدث ، وأولئك الذين يفضلون التريث في كتابتها ريثما يصلون الى المحطة لاستكمالها .

— وبينت نتائج التحليل أن نسبا لا يُستهان بها من مراسلي الفضائيات يعتمدون الى إخفاء لوجو قنواتهم حينما يعملون في مناطق ساخنة أمنيا ويتظاهرون بالانتساب الى قنوات أخرى .

— وذكر المبحوثون أن أفضل شروط التغطيات الإخبارية الناجمة برأيهم هي تلك التغطيات التي يتحقق فيها أكبر قدر من كشف الحقيقة .

— وعن حرية اختيار موضوعات التغطية ، أظهرت النتائج أن المراسلين يتمتعون الى حد ما بحرية الاختيار وهذه الإجابة تعطي معنى أنهم في بعض الأحيان يتمتعون بها في مقابل أحيان أخرى لايتاح لهم ذلك . لكنهم في أحيان أخرى يظنون الى تغطية أحداث لا قيمة لها .

Correspondents and Professional Standards in News Coverage (A Field Study to the professional standards used in news coverage)

Ph.D. Abdul al-Nabi Kahzal

University of Baghdad/College of Media

The essence of the news work in the satellite TV channels is to provide news coverage of news that will inform the people of what is happening around them in order to increase their political, social, economic and cultural awareness and this drives them to take positions or certain behaviors on according to what the communicator in these channels wants. Amid this news activity, correspondents of Iraqi satellite channels work in a professional spirit in accordance with the rules of news accuracy and objectivity on one side and business requirements on other hand. The results of research analysis can be summarized as follows:

- 1 The prioritization of attention to simultaneous events at the Iraqi satellite channels correspondents reveals a professional standard advanced taking into account the concerns of the people and the degree of excitement and importance firstly.
- 2 The results show the largest proportion of the respondents tend to hold some kind of balance in the coverage of the news story between both positive and negative sides as well as tend to make the audience as the judge and decision-maker in determining coverage trends.
- 3 The results reveal that Iraqi satellite channels follow different liberalization policies consistent with their institutions.
- 4 Concerning the methods of coverage, the results show almost equal proportion between those who prefer to broadcast their news reports directly on the air and those who prefer to wait until their arrival to the station where they can complete editing the news.
- 5 Results of the analysis show that a significant proportion of satellite television correspondents tend to hide their logo of their channel when working on hot areas of society pretending to belong to other channel.
- 6 Respondents state that the best conditions for successful news coverage, from their own points of view, are those which achieve the largest amount of revealing the truth.

المقدمة :

المراسل التلفزيوني هو رجل الإعلام الأول في ميدان العمل الإخباري ، يتواجد في قلب الأحداث ، يتعقبها من لحظة صيرورتها ، يرصد تفاصيل روايته الإخبارية ، يبحث عن زوايا أكثر إثارة ، وعبارات ذات مغزى ، ووجوه ومناظر ذات دلالات ، ومعاني لا يمكن لغيرها أن تلخص المشهد كله ، بل جملا وصورا لمقدمات يستهل بها تقاريره الإخبارية ، جملا تأسر ذهن المشاهد وتستحوذ على خياله ، صور الوجوه الغاضبة والابتسامات الخائفة وغناء الوجد وصوت الإنسان ورائحة الأرض ودخان حرائق شتى .

إن جوهر العمل التلفزيوني الإخباري يقوم على فن نقل أخبار الناس الى الناس وإشباع فضول الأفراد وحاجاتهم النفسية والإعلامية للمعلومات المتعلقة بموضوعات ينشغل بها الرأي العام لأسباب شتى ، منها ما يتعلق بأمنه وسلامه الاجتماعي ، ومنها ما يتعلق بمصالحه المختلفة ، فضلا عن حاجات نفسية واجتماعية وترفيهية وثقافية كثيرة ، لها صلة بفضوله او مشاعره بالانتماء او هواياته او رغبته بمعرفة أسرار الأشياء ، وتطورات الأوضاع ، وما هو جديد في المواقف والآراء أو الأزمان . وهذا النقل إذا كان يأخذ شكل المتابعة والاستمرار حتى يكتمل الحدث او النشاط الإخباري بمعالجة جميع جوانبه ، يصبح تغطية إخبارية كاملة ، أما إذا تناول جزءا من الحدث ، وركز عليه او غطى مقطعاً زمنياً افتتاحياً او ختامياً واكتفى منه بهذا المقدار من النقل ، فإن هذا يعد تغطية إخبارية جزئية لجانب من الحدث تسمى بهذا المقطع المصور او المنقول صوتياً .

وتتعدد أشكال التغطية الإخبارية بتعدد الفنون المستخدمة فيها ، ابتداء من كتابة الأخبار وإجراء المقابلات ، الى إعداد الريبورتاجات وكتابة التقارير الإخبارية . وقد تعتمد النقل المباشر الذي يصاحب التعليق فيه الصورة ويتم فيه بشكل حيّ التحاور بين المذيع أو المقدم التلفزيوني إذا كان ذلك ضمن برنامج يبث مباشرة على الهواء وبين المراسل الذي يتواجد ميدانياً في موقع الحدث ، ومن هناك يتم مباشرة بث المقابلات الحية والتعليقات الإخبارية . ويقوم المراسل فيها بوصف أجواء المكان وبيئته وموضوعه أو مناسباته مسجلاً انطباعات الناس وآراء الجمهور والمسؤولين وبيانات المختصين كما يستطلع آراء النقاد او المحللين في احتمالاته وآثاره .

وفي إطار التنافس الإعلامي بين الفضائيات على البقاء في صدارة اهتمامات الجمهور فإن أبرز ما تتميز به نشرات أخبارها هو تغطياتها السريعة للأحداث وسبقها في عرض رواياتها الإخبارية عنها بأساليب تقديم وإخراج شيقة ، وقدرة مراسليها على ملاحقة الأحداث والتعبير عنها بعبارات تلخص المشهد كله ببضعة جمل قوية تظل ماثلة في ذاكرة المشاهدين . ولا يقاس نجاح عروض الأخبار بمدى احتوائها على أخبار وتقارير إخبارية تنطوي على معلومات مهمة وجديدة عن الأحداث فحسب ، بل وبطريقة عرض هذه المفردات وتقديمها وحسن اختيار الأخبار الأكثر أهمية وإثارة منها ، وملاحظة أن الزاوية التي تعرض بها الأخبار وكذلك التقارير

الإخبارية والرؤيا الفنية التي تصاحبها سواء للمراسلين أو للمصورين أو المخرجين تظل أهم ما في المعالجة الإخبارية للحدث وإلا فإن معظم القنوات الفضائية تشتت في نقل مجريات هذه الأحداث ولديها مراسلون يبتشون تقاريرهم الإخبارية عنها ، لكن التميز يظل حصرا على عدد لا يتجاوز أصابع اليد من القنوات الفضائية ومراسليها ومحرريها المتميزين . كذلك ان المعالجة الخلاقة للأحداث والتي تجعل العادي منها شيئا يستحق المتابعة والاهتمام فضلا عن الأحداث التي تنطوي بذاتها على معلومات يتلهف الناس لمعرفة لا تكمن في الرؤية فقط بل أيضا في صفات المراسل الشخصية من حيث الجرأة والإقدام على تسمية الأشياء بمسمياتها الواقعية حتى لو كلفه ذلك قدرا عاليا من المجازفة وفي قدرته على تجسيد انطباعاته الصادقة التي تصف المشهد الإخباري ونقل حقائق هذه الأحاسيس الى المشاهد الذي يتلهف لسماع انفعالات المراسل وتعبيراته الخاصة عما يراه في مكان الحدث .

المبحث الأول : الإطار المنهجي للمبحثأولا - أهمية البحث وأهدافه :

تنبع أهمية هذا البحث من جوهر العمل الإخباري في القنوات الفضائية باعتبار أن الإخبار هو إحدى الوظائف الكبرى للإعلام لما لها من صلة مباشرة في تشكيل وبلورة الرأي العام وأثار هذا الرأي على الأوضاع السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية لمجتمعات كافة .

ولما كان المراسلون هم صنّاع الأخبار ميدانياً كان للتغطيات الإخبارية التي يقومون بها الأثر البالغ على قناعة الناس سلبياً أو إيجابياً بما يجري من أحداث وهو ما تسعى إليه الجهات القائمة على مسؤولية هذه الفضائيات وفقاً لسياساتها الاتصالية أو التحريرية . ويحصل أن بعض المراسلين يتميزون عن أقرانهم بمواهب أسلوبية أدبية أو فنية فضلاً عن صفات نفسية تتميز بها شخصياتهم من حيث الجرأة والإقدام والبحث وروح المغامرة والتحدي على خوض غمار الصعاب في تغطيات إخبارية لأحداث عنيفة أو نشاطات تجري في مناطق ساخنة بينما ينكفيء نظراء لهم عن الإقدام على تلك التغطيات لنقص في تلك المواهب الأسلوبية أو الصفات الشخصية . وعادة ما تتفاوت كفاءة المراسلين تبعاً لخبراتهم المهنية في ميدان العمل الإعلامي وتبعاً لثقافتهم وتحصيلهم الدراسي فضلاً عن العوامل التي تدخل في بناء الشخصية . ومن هنا يكون التميز والاختلاف بين تغطيات مراسلي فضائية وأخرى بمقدار هذه الفروقات الفردية فضلاً عن حسن اختيار الموضوعات الإخبارية بحسب أهميتها ودرجة الإثارة فيها وما تحمله من جديد المعلومات، ولا شك أن حجم الحرية الممنوحة للمراسل لأخذ زمام المبادرة والتصرف حيناً ينعدم فيها الاتصال بمقر القناة في زمن يقع خارج أوقات العمل .

لذا فإن أهمية هذا البحث تكمن في بحث كل هذه المسائل المتعلقة بأهم نشاط إخباري للفضائيات ألا وهو التغطيات الإخبارية .

مشكلة البحث :

يتفق الباحثون على أن مشكلة البحث هي تساؤل يدور في ذهن الباحث حول موضوع يحتاج الى تغيير (1) أو أنها أية ظاهرة أو حدث أو سلوك أو علاقة تحتاج الى وصف وتفسير (٢) ومشكلة هذا البحث يمكن تلخيصها في محاولته الإجابة عن تساؤلات تتعلق بما يلي :

١- حرية عمل المراسلين ميدانيا في اختيار موضوعات التغطية الإخبارية للأحداث ذات القيمة الإخبارية .

٢- حرية التصرف في تغطية أحداث تقع خارج أوقات العمل بعيدا عن هيمنة رؤساء العمل المباشرين .

٣- نوعية التغطيات الإخبارية ، وقيم اختيار او تفضيل موضوعات اخبارية على أخرى تتزامن في وقت الحدوث .

٤- اتجاهات تغطية الأخبار والتوازن من عدمه في عرض الجوانب السلبية أم الإيجابية منها

ثالثا - منهج البحث وإجراءاته :

يعد هذا البحث من البحوث الوصفية التي تعد إحدى الطرائق المهمة التي يمكن استخدامها لدراسة المواقف الاجتماعية ومظاهر السلوك الانساني (٣) وتستهدف تصوير وتحليل وتقويم خصائص مجموعة معينة أو موقف معين تغلب عليه صفة التحديد ، أو دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة ظاهرة أو موقف أو مجموعة من الناس أو الأحداث أو الأوضاع ، بهدف الحصول على معلومات كافية ودقيقة عنها (٤) وقد ارتكز البحث الحالي على المنهج المسحي الذي يعتمد الوصف والتحليل لدراسة وتقويم خصائص مراسلي القنوات الفضائية العراقية وطبيعة أدائهم المهني وكفاءة التغطيات الإخبارية التي يقومون بها لتغطية الأحداث المختلفة . لذلك عمد الباحث إلى بناء استمارة استبانة خصصت للتعرف على خصائص هؤلاء المراسلين تتكون من ستة وعشرين سؤالاً تحاول أن تجيب عن أسئلة تتعلق بمعايير الاختيار في التغطية الإخبارية عند المراسلين وأفضلية القيم الإخبارية وموضوعات واتجاهات واساليب التغطية لديهم ومرحلة جمع بيانات ومعلومات قصصهم الإخبارية وتجيب كذلك عن مساحة الحرية التي يتمتعون بها في اختيار مواضيع تغطياتهم وسعيهم الى التميز والتنافس الإخباري مع نظرائهم في القنوات المماثلة المحلية أو العربية أو الدولية .

مجالات البحث المكانية والزمانية :

- المجال المكاني ويقصد به تحديدا في هذا البحث مراسلي القنوات الفضائية العراقية .
- المجال الزمني ، ويمكن تحديده ، من تاريخ توزيع الاستبانة على المبحوثين وجمع بياناتها ، وقد استغرق شهري نيسان ومايس من العام ٢٠١٣ .

عينة البحث وبياناتها :

عينة البحث هي الجزء الذي يمثل مجتمع الأصل أو النموذج الذي يجري الباحث مجمل عملياته عليه (٥) ومعلوم أنه ليس هناك اتفاق عام على تحديد الحجم الأمثل للعينة في البحوث الاجتماعية والإنسانية حتى الآن ، حيث يعتمد حجم العينة على طبيعة المجتمع وأغراض الدراسة (٦) وهذا يحدده الباحث تبعا لمتطلبات الدراسة وأهدافها (٧) . وقد كان لمعرفة الباحث العميقة بطبيعة مجتمع البحث (مراسلي القنوات الفضائية العراقية) والبيئة والضغوط التي تحيط بهم ، مهنيا وسياسيا ، اجتماعيا واقتصاديا ، أمنيا وثقافيا ، الأثر في اختياره لطريقة العينة العمدية ، لتمثل وحدات المجتمع الأصلي كافة وذلك للخصائص المشتركة وللتشابه المرتفع بينها وللملائمة هذا النوع من العينات لطبيعة البحث وأهدافه ، فتعمد الباحث اختيار مفرداتها من مراسلي القنوات الفضائية العراقية المختلفة الاتجاهات أو التي تعبر عن رؤى وسياسات تحرير متباينة تجاه الأوضاع السياسية التي يعيشها العراق منذ التغيير عام ٢٠٠٣ وحتى الآن . ولأن كل واحدة من هذه الفضائيات أصبح بإمكان العراقيين اليوم تحديد هويتها الوطنية أو تمثيلها الرسمي أو الحكومي أو الشعبي أو الحزبي أو المذهبي أو العرقي أو المناطقي ، ومن ثم تحديد ملامح اتجاهاتها العامة أو الخاصة وقع الاختيار على مراسليها لكي يمثلوا ذلك التباين في إطار العينة المتاحة وبالشكل الذي يمكن من إخضاعها للدراسة .

وقد شملت عينة البحث ستين مبحوثاً من مراسلين القنوات الفضائية المنتشرين في بغداد والمحافظات العراقية لتغطية الأحداث ذات القيمة الإخبارية أو العاملين في محطاتهم . وعلى حسب البيانات التي توصلنا إليها الجداول الآتية :

أولاً - الخصائص الديموغرافية لعينة البحث

الجدول رقم (١) يبين عدد المراسلين المبحوثين من كل فئوية

النسبة المئوية	عدد المراسلين	القناة الفضائية
١١٦٪	٧	العراقية الأولى
٨٣٪	٥	العراقية الثانية
١٦٦٪	١	البغدادية
١٣٣٪	٨	الاتجاه
١٥٪	٩	بلادي
٣٣٪	٢	كربلاء
٣٣٪	٢	الرشيد
٣٣٪	٢	الغدِير
١٦٦٪	١	المربد
٣٣٪	٢	أشور
٦٦٪	٤	بغداد
٣٣٪	٢	الشرقية
١١٦٪	٧	أفاق
٥٪	٣	الديار
٣٣٪	٢	الحرّة عراق
٥٪	٣	المسار الأولى
١٠٠٪	٦٠	المجموع

الجدول رقم (٢) : يبين جنس المراسلين المبحوثين

النسبة	العدد	الجنس
٨٠ %	٤٨	الذكور
٢٠ %	١٢	الأنثى
١٠٠ %	٦٠	المجموع

اختبار الصدق وثبات التحليل :

أ- الصدق الظاهري : يعد اختبار الصدق من الشروط الضرورية لبناء المقاييس ، ويدل على مدى قياس الفقرات للظاهرة المراد قياسها . واعتمد الباحث في قياس صدق استبانة بحثه عليه ، لمعرفة ما إذا كانت الأسئلة متسقة ومتصلة جميعها أو أن هناك أسئلة يمكن حذفها . وقد تحقق صدق الاستبانة ظاهريا عبر عرضها على مجموعة من الخبراء المحكمين * وكانت نسبة اتفاهم على فقرات المقياس (٩٨ %) وهي نسبة مثلى .

ب - الثبات : وهو الاتساق في نتائج المقياس ، إذ يعطي النتائج نفسها بعد تطبيقه مرتين في زمنين مختلفين على الأفراد أنفسهم . وقد جرى الثبات بطريقة الاختبار وإعادة الاختبار (Test - Retest) فقد قام الباحث بإعادة ملء (١٥) استمارة جديدة لنفس عينة المبحوثين (المراسلين) الذين ملأوا الاستمارات السابقة والتي تم تأشيرها بهدف الرجوع إليهم إذا جرى ملؤها وتم المقارنة بين أجوبتهم السابقة واللاحقة للوصول الى ثبات النتائج حيث بلغت قيمة معامل الارتباط في إعادة الاختبار (٩٢٥ .) وهذه القيمة تشير الى أن مدى الارتباط بين الأجوبة السابقة واللاحقة للمبحوثين وهي قيمة ذات ارتباط عالي ، بينما بلغت القيمة التائية المحسوبة لقيمة معامل الارتباط (٧٠٧٩) وهذه القيمة ذات دالة عالية .

المبحث الثاني : الإطار النظري

أولا - التغطية الإخبارية :

التغطية الإخبارية هي عملية اتصالية ذات طبيعة إخبارية ، يتم بمقتضاها إحاطة الجمهور المتلقي بتفاصيل ماجرى أو يجري من أحداث من لحظة وقوعها الى آخر تطوراتها . وتجري صياغة قصصها الإخبارية على شكل أخبار وتقارير أو ريبورتاجات إخبارية تتضمن مقابلات مصورة واقتباسات صوتية لتصريحات ، وتبدأ من مرحلة جمع المعلومات والبيانات عن تلك

الأحداث ومن ثم كتابة تقارير أو أخبار عنها . أو هي نشاط إخباري له طابع الاستمرارية في ملاحقة الأحداث وتطوراتها ، يقدم إجابات عن اهتمامات الجمهور لمعرفة ماذا ومن ومتى وأين وكيف ولماذا حصل أو يحصل ما يحصل ، وماهي ردود أفعال الأطراف المختلفة عنها ؟ وماهو المتوقع بعد ذلك ؟ وهذه كلها أسئلة يتوق الجمهور الى من يقدم إليه تفسيراً عنها بأوصاف تسمي الأشياء بأسمائها وبخاصة من وسائل إعلام محددة أو مراسلين معينين له تجربة مع تغطيات سابقة قدموها عن أحداث ماثلة يميل الى تتبع أخبارها . كما قد يقصد بالتغطية فضلاً عن عملية الحصول على المعلومات المتعلقة بالحدث والإحاطة بأسبابه ومكان وقوعه وأسباب المشتركين فيه وكيف وقع ومتى ، توفر المعلومات التي تجعل الحدث مالكا للمعلومات والعناصر التي تجعله صالحاً للنشر (٨) أو الإذاعة أو العرض . فالحياة مليئةً بملايين الأحداث التي تقع كل يوم ، بل كل لحظة ولكن من بين هذه الأحداث عدد قليل يتحول الى أخبار عندما يكون مالكا لعدد من عناصر الخبر التي تجعله جديراً بأن يحتل موقع الصدارة أو الأهمية في نشرات الأخبار .

وقد تكون التغطية لجزء من الواقعة أو النشاط الإخباري وقد تأخذ مدى زمنياً مستمرا مادام الحدث لم ينته بعد . كما أن درجة فاعليتها وتأثيرها في الجمهور ينبغي أن تختلف بحسب موضوعاتها والخصائص الفنية والتقنية لوسيلة الاتصال التي تنقل عبرها . وإذا كان هذا الأمر يتعلق بكل أنواع التغطيات الصحفية لحدث ما ، فإن أسلوب التغطية التلفزيونية التي تأخذ خصائصها من إمكانات هذا الجهاز التقنية وخصائصه الفنية ، والتي تتيح نقلاً حياً قريباً ومباشراً للأحداث ومن زوايا تصوير وعدسات متعددة ، لها القدرة على إحداث التأثير التفاعلي مع الجمهور وهو ما لايتوافر في تغطيات أي وسيلة أخرى ، فضلاً عن المصدقية العالية التي يوفرها المشهد الصوري المصاحب للتعليق ، مع ملاحظة أنه في التغطيات التلفزيونية ليس هناك مرونة كافية أمام المراسلين لإخفاء الحقائق أو تأويلها مادام بإمكان المشاهد رؤية الحدث مباشرة ويمتلك الحرية للانتقال من قناة إخبارية الى أخرى تنقل ذات الحدث وتصوره من زوايا أخرى . فالجمهور الذي يرى كل شيء مجسداً أمام ناظريه سواء من على هذه الفضائية أو تلك ليس من السهولة تضليله أو التشويش عليه .

ومن هنا فإن ميدان التنافس المهني بين المراسلين لا يبد أن يقتصر على مغزى العبارات التي سيستخدمونها وعلى زاوية التصوير الأكثر إثارة في تحريك المشاعر التي سيدأون بها تقاريرهم ، وعلى نوع المقابلات التي سيجرونها ، ومع من الشخصيات ، وعلى طبيعة الأسئلة الموجهة إليهم ، وعلى نوع المعلومات والآراء التي سيحصلون عليها .

وبالتأكيد فإن الجمهور سيميز بين نوعين من المراسلين ، أولئك التقليديين ، وأولئك الذين يمتلكون اللباقة والجرأة والموضوعية في استخدام تعابير وأوصاف لا مجاملة ولا رياء فيها ، تعبر عن

ما يريدون معرفته أو عن ما هم بحاجة الى من يقول لهم بالضبط ماذا يجري وماهي أسبابه؟ وإلى من يبين لهم ، دون تكلف ، وجهة نظره فيه .

إن أهم ما يميز التغطيات التلفزيونية أنها تعتمد المباشرة في نقل الحدث طريا الى المشاهدين وجعلهم وهم في بيوتهم وكأنهم يتواجدون في قلب الحدث . وهي من حيث التكنيك تمر بمرحلتين هما: (٩)

جمع المعلومات ، ثم صبها في قالب صحفي منطقي من خلال :

-- اختيار العنوان المناسب .

-- محاوراة الأطراف الرئيسية في الموضوع .

-- مقابلة الأطراف الثانويين .

-- جمع الصور الحقيقية للحدث .

وللتلفزيون ميزة أن تأثيره الزمني يمتد حتى بعد انتهاء الأحداث إذا ما عرضت المادة الإخبارية مصورة مرة أخرى في وقت مناسب . ويرداد هذا التأثير إذا كان هناك تصوير جديد لم يعرض من قبل للواقعة أو القصة الإخبارية وكانت هناك تفاصيل جديدة طرأت عليها . وهذه الميزة تراها بوضوح في الأعمال الدرامية التي تشعر المتلقي وكأنه يعيش مع شخصيات المسلسلات أو الأفلام وسط أجوائهم التاريخية أو بيئاتهم الاجتماعية مع بعد المسافات والثقافات والأزمان ، ومع أنه يدرك تماما أنها شخصيات غير حقيقية أو هي من نسج الخيال . وكذلك تبرز في قدرة التلفزيون على بلورة الرأي العام وإثارة شراخ منه وتعبئتها للتظاهر في مناسبات عدة استنادا الى ما تعرضه شاشته من أفلام إخبارية تصور أحداثا تجري هنا وهناك في فترات سابقة لم يكن الجمهور يعرف بها من قبل . * وكان خبراء الدعاية والإعلام والعلاقات العامة قد فطنوا منذ وقت مبكر الى حقيقة أن تأثير المتغير النفسي في الرأي العام يرداد باستخدام الأخبار بدلا من انتهاج الأساليب البلاغية (١٠) وأن الإطار التحريضي للأخبار جعل منها أداة إعلامية سياسية مهمة فطبق على طرق تحرير الأخبار وصياغتها أحدث قوانين علم النفس والاجتماع وتم استخدامها بطريقة بارعة لإحداث انطباعات معينة في الجماهير عن طريق فن انتقائها وأسلوب صياغتها وطريقة عرضها أو إبراز بعض جوانبها دون البعض الآخر أو بتطعيمها بالشائعات بحيث يصعب في النهاية التمييز بين العناصر الحقيقية والعناصر المختلقة . (١١)

المعايير المهنية في التغطيات الإخبارية :

ان التغطية الإخبارية بالأساس هي عملية تقوم على جمع وتقويم المعلومات ومن ثم معالجتها وتحويلها الى مادة إخبارية قبل بثها الى الجمهور بهدف إحاطته بتفاصيل ما يجري من أحداث يعتقد القارئ بالاتصال أنها مهمة وتحظى باهتمامه و أنها جديرة بأن تقدم إليه . فهي نشاط اتصالي إخباري يدور حول كل ماهو جدير بالإذاعة أو العرض التلفزيوني أو النشر . وهذا التحديد لمفهوم التغطية يوضح أن كل أنواع التغطيات الإخبارية مرتبطة بالأحداث والنشاطات المهمة أو العمليات ذات القيمة الإخبارية ، فإن لم يكن هناك حدث أو نشاط مهم في مكان ما فليس من المعقول أن يُعطى إخباريا . لذلك كان من أهم الانتقادات الموجهة الى تغطيات وكالات الأنباء العالمية في ندوة الصحافة الدولية في لندن هي : (١٢)

أولا ، لابد من الاعتراف بأن المعايير القائمة في عملية الأخبار والتحرير تعتمد الى حد كبير على الفورية والإثارة والى حد أقل على العملية والنمو ، فالحادثة التافهة لكن الدرامية التي وقعت أمس تحتل موقعا أهم من عملية تنمية شاملة استغرقت عقدا كاملا حتى تكتمل ملاحظتها .

ثانيا ، وحتى لو كانت التقارير صحيحة من حيث المعلومات ، فإنها كثيرا ما تتضمن أحكاما مسبقة عن القضايا المتضمنة أما بسبب تحامل المخبر أو نمط تفكيره ، أو لأنها تحرر بما يتفق والمصلحة القومية للبلاد التي تنشر فيها .

والتغطية هي عملية اتصالية لا تنتهي بإذاعة أو عرض الخبر بل بمتابعته واستكمال تفاصيله وتطوراته وبيان مغزاه والتعريف بأسبابه وتداعياته . لذلك لا يمكن القول بنجاح تغطية إخبارية ما إلا عندما تتضمن تفاصيل وزوايا يتداخل فيها الذاتي والموضوعي في وصف الحدث ، لذلك ينبغي الالتفات الى أن التغطية الإخبارية هي « رؤية ذاتية لواقع موضوعي ، ومن ثم هي انتقائية وأن جوهر ودوافع هذه الانتقائية هو أساسا موقف الوسيلة من الحدث » (١٣) وتبدأ الانتقائية من لحظة الاختيار لخبر ما من بين مئات أو آلاف الأخبار ، وفي أسلوب صياغة المعلومات التي تم جمعها عنه ، وفي طريقة تأكيد بعض الحقائق التي يتضمنها أو التهوين أو الحذف لبعضها وكذلك في طريقة التعليق والتصوير والإخراج والتقديم ، وحتى ، في وضعه ضمن إطار مجموعة أخرى من الأخبار لإبرازه أو للتقليل من أهميته عند الجمهور . فاختيار المراسل لخبر مناسب ما من بين أكادس الأخبار يعد العنصر الأهم في العملية الإخبارية بعد عنصر البحث عن الأخبار من مصادرها وما يتصل به من طرق وأساليب تختلف من خبر الى آخر أو من تغطية إخبارية الى أخرى . (١٤) وتكتمل هذه العملية بصياغة تفاصيل الرواية الإخبارية التي تم جمعها واختيارها الى لغة صحفية تتناسب والمزايا الفنية والتقنية لوسيلة الاتصال التي سيقدم فيها .

- وقد وجد علماء اجتماع وسياسة أشرفوا على دراسات ، اعتمدت غالباً على الملاحظة الإثنوغرافية للممارسات في غرف التحرير أن أنظمة الأخبار والطرق الروتينية تسببان انحيازاً بصرف النظر عن ملكية وسائل الإعلام أو وجهة نظر المراسلين المستقلين ، وشخصوا أن الأخبار :^(١٥)
- تميل الى التركيز على الحوادث وعلى طريقة الأداء وعلى الأشخاص والى تبسيط العمليات الاجتماعية المعقدة بطرق تشدد على الميلودراما التي تحول مجموعة معقدة من الظواهر الى حكاية أخلاقية لمعركة بين خصوم ، غالباً بين رجال طيبين ورجال سيئين .
 - والى أن تكون الأخبار سيئة . فعندما تسير الأمور كما ينبغي فإن مبرر قصة إخبارية يبدو ضعيفاً . كما أنها تميل الى أن تكون سلبية أكثر منها إيجابية ليس لأن الصحفيين معادون أو عديميون ، ولكن لأنهم مهنيون . فالأخبار تميل الى التشديد على النزاع والشقاق والمعركة ، بعيداً عن الاصطلاح الصحفي القائل إن هناك وجهتين لأية قصة ، والصحافة الغربية على حد تعبير الخبير الإعلامي الإسرائيلي تامار ليبس : جهاز إنذار اجتماعي ، يعرض الاستثناء أكثر من القاعدة ، والمنحرف أكثر من النموذج ، والتنافر أكثر من التناغم .
 - كما تميل الأخبار الى أن تكون مستقلة . فالصحفيون يفخرون باستقلال الرأي مثلاً يتفادون الى حد الوسوسة التلون أو الانحياز . — كما يميل الصحفيون في تغطياتهم الخبرية الى التشديد على الاستراتيجية والتكتيك وعلى التقنية السياسية أكثر من نتيجة السياسة وهذا التركيز يمكنهم من أن يكونوا مهنيين . ويبقون بعيدين من صراعات المصلحة والمنظور والقيمة وهي المادة الخطرة في السياسة .
 - والميل الخامس للأخبار هو أنها رسمية وتعتمد على مصادر عامة قانونية ، هم عادة موظفون حكوميون في مراتب رفيعة وعدد قليل نسبياً من الخبراء الذين يمكن التعويل عليهم .
 - وبخصوص اختيار الأخبار وتفضيلها ، للعرض الإخباري ، على غيرها من أخبار ، فإن المعايير مختلفة بحسب سياسة تحرير المصالح الإخبارية للقنوات الإذاعية أو التلفزيونية وبحسب المفهوم الخاص لكل مصلحة في تقييمها لكل خبر . وهناك معياران أساسيان معتمدان في اختيار الأخبار هما : (١٦)
 - الأول له طابع سياسي يركز على الشخصيات المتسببة أو المشاركة في الحدث ويجيب عن السؤال : من فعل هذا ؟
 - أما المعيار الثاني ، فله صبغة اجتماعية ويتمثل في أهمية الخبر للجمهور . ويسبرز الحدث في حد ذاته ويجيب عن السؤال : ماذا حدث ؟
- غير أنه ينبغي التفريق بين الصالح العام والفضول العام ، فاعتبار الفضول العام معياراً

لاختيار الأخبار يؤدي الى نشرات إخبارية يطغى فيها العنصر الدرامي والفضائح والصراعات التافهة . وسواء وقع الاختيار لاعتبارات سياسية أو اجتماعية فإن هذا الاختيار لابد أن يأخذ بعين الاعتبار عنصر الأنية الذي يجيب عن السؤال متى وقع هذا؟. والمعيار المكاني الذي يجيب عن السؤال أين وقع هذا؟

إن الاختيار يبرز جانبا مهماً من الأخبار على حساب الجوانب الأخرى ، ولهذا لا يمكن بأي حال من الأحوال التحدث عن الموضوعية في اختيار الأخبار ، لأن الموضوعية أو الحياد يقتضي الإلتزام بالموضوع بعدم خلط الخبر بالرأي ، أو أن الخبر مقدس والتعليق حر ، ما يؤمن الفصل بين الوظيفة الإخبارية والوظيفة الإبرازية للبرامج الإخبارية . (١٧) لكن الوقائع في ذاتها قد لا تذكر دائماً الحقيقة بأكملها مثلما أصبح من الصعب ، واقعيًا ، أن تقتصر تغطية الأخبار على الوقائع المجردة بدون شرح أو تفسير ، وقد بدأ الصحفيون ومنهم المراسلون بشيء من التردد باتباع أسلوب صياغة التحرير الصحفي التفسيري يشرحون لماذا وقعت الأحداث وما هو مغزى الوقائع مع وجود من يعترض على ذلك بالقول إن التفسير ، بحكم تعريفه ، ذاتي ويجري في ضوء اعتقاد أو مصلحة فردية وأن التغطية الإخبارية التفسيرية هي ببساطة إقلاع عن الصحافة الموضوعية في مقابل الفريق الأول الذي يهاجم فكرة أي شكل من أشكال التغطية الإخبارية يمكن أن يوصف بالموضوعية . (١٨)

إن بعضا من المراسلين يتخذون قرارات بخصوص ما يجب أن يقدموه كأخبار وكيف يجب أن يقدموه لكن عملية الانتقاء تلك تتضمن ليس فقط حقائق موضوعية ، ولكن أحكاما ذاتية، وقياس شخصية وأيضاً تحاملات . وتفترض بعض وسائل الإعلام أن هناك في مكان ما طريقة موضوعية أو مناسبة تماما لعرض كل حدث في العالم ويفترضون أن أي إنحراف عن التصوير المناسب يمكن أن يكون مسؤولاً عن انحياز وسائل الإعلام . وهذا يعني أن المراسل الصحفي أو رئيس التحرير أو صاحب المؤسسة الإخبارية يعرف طبيعة الحدث الحقيقي ، ولكن سوف يلونه لكي يحسن غرضاً سياسياً أو اقتصادياً أو أيديولوجياً . (١٩) وهؤلاء جميعاً غالباً ما يختارون من بين ملايين الأحداث ، تلك الأحداث الأكثر أهمية وإثارة على وفق المعايير الآتية : (٢٠)

- ١- معايير زمنية ، وتشمل : عنصر الجدة News ness أو الحالية ، وعنصر الأثر الزمني المستمر .
- ٢- معايير صحفية ، فنية أو إعلامية ، وأهمها عناصر : الأهمية ، القرب أو المحلية ، التشويق أو الغرابة أو الإثارة ، وعنصر سياسة التحرير .
- ٣- معايير إنسانية ، وهو أن تتضمن تلك الأحداث واحداً أو أكثر من عناصر : الشهرة ، الصراع ، الجنس ، الدراما ، الإحساسات ، وعنصر التقدم .

٤- معايير أخلاقية ، بمعنى أن تلك الأحداث ينبغي أن يتولد عنها أخبار تتضمن عناصر :
الصدق ، الدقة ، والحيدة أو الموضوعية .

ثالثاً- علاقات العمل والضغوط المهنية :

يتواصل الإنسان ويتفاعل ، باعتباره كائناً اجتماعياً ، ضرورةً ، مع غيره من بني جنسه ، ولاسيما الذين يتناغمون معه في الميول والاتجاهات ويتأثلون معه فكرياً وعقدياً ويقتربون منه في الخصائص النفسية والاجتماعية ، وتكون هذه الأواصر على أشدها من القوة مع زملاء العمل الذين تجمعهم به مصالح مادية واهتمامات نفسية فضلاً عن ظروف العمل وضغوطه المهنية ، لما ينشأ عن ذلك من معاناة أو آمال وطموحات مشتركة .

« ويتفق الباحثون على أن علاقات العمل تضع بصماتها على القائم بالاتصال حيث يرتبط مع زملائه في علاقات تفاعل تخلق بعداً اجتماعياً وترسم من هذه العلاقات جماعة أولية Pure Group» (٢١) توحدهم وتجعلهم جسماً موحداً ، في التعامل مع العالم الخارجي والاحساس بالانتماء الى جماعة مميزة يستمدون قوتهم المعنوية منها فيؤثر أحدهم في الآخر سلباً أو إيجاباً ، ويتعلم الأقل خبرة منهم من زملائه الأكثر تجربة أصول المهنة وسياسة التحرير وقواعد العمل الصحفي التي قد لا تكون مكتوبة ، يستفيدون من تجارب نظرائهم فيأخذون عنهم تكتيكات التحرير وأساليب التغطية الإخبارية وكيفية التعامل مع الأخبار العاجلة في ظل عدم وجود المحرر المسؤول وغياب التوجيهات .

وتصبح هذه الجماعة المهنية التي ينتمي اليها الصحفي جماعة مرجعية يزداد ثقة بها ، وغالبا ما يرجع بسلوكه إليها ، وهذه الجماعة « لا تقدم معياراً للسلوك فقط وإنما هي ، أبعد من ذلك ، تعلم الفرد قيمها الخاصة وفقاً لمعتقداتها . وقد وجد أنه من المفيد تصنيف الأفراد وفقاً لانتمائهم الى فئات اقتصادية وتعليمية وعضوياتهم في الجماعات المختلفة وأعمارهم داخل المجتمع الكبير على اعتبار أن الفرد لا يتأثر بمضمون الاتصال وهو بمعزل عن هذه المتغيرات . (٢٢) بل أن إدراكه واستيعابه ، واقتناعه يشكل جزءاً من نمط تفاعلاته مع أعضاء الجماعة . وبينت النظرية السيسولوجية للتأثير « أن الناس يتأثرون بمضمون الاتصال ويقتنعون به بالنظر الى الجماعات المختلفة التي ينتمون إليها سواء كانت هذه الجماعات تصنيفية كجماعات العمر والمكانة الاقتصادية والاجتماعية والتعليمية والعضويات الرسمية ، والجماعات المهنية ، أو كانت جماعات أولية تلقائية بالاضافة الى عدد من المتغيرات السيكولوجية المهمة كالذكاء والدافعية والتحصيل والمرونة والصلابة وغير ذلك .» (٢٣) وعلى العكس من ذلك فإن ابتعاد الفرد عن سلطان الجماعة الأولية وتعدد المشكلات العامة ، فضلاً عن تأثيرات التحضر والتصنيع ووسائل

الإتصال الجماهيري المختلفة » قد أدى الى أن يتزايد السلوك طبقا للاختيارات الفردية أكثر منه طبقا للمناقشات العامة » (٢٤)

والصحفيون باعتبارهم أفرادا يعملون في بيئة اجتماعية متحركة سياسيا وثقافيا واقتصاديا واجتماعيا ، عادة ما يستجيبون الى الجمهور لا بوصفهم شخصيات منعزلة ، ولكن أيضا بوصفهم أعضاء في الجماعات المختلفة التي ينتمون إليها ، فهم أعضاء في شبكة من الجماعات الأولية والثانوية مثل عائلاتهم وأصدقائهم وزملائهم في المهنة ، وهي كلها جماعات لها تأثيرها في آرائهم وفي اتجاهاتهم ، ومن ثم فهي تؤثر في درجة ونوع تأثيرهم بوسائل الاتصال من حيث طريقة تفسيرهم أو استجاباتهم لتأثير معين ، وتعديلهم لسلوكياتهم طبقا لمحتوى الاتصال . (٢٥) وهكذا نرى أن الصحفيين مثلما يتأثرون بزملاء المهنة يتأثرون أيضا بالجمهور الذي يتوجهون إليه بمضامينهم الإعلامية . وتظل درجة هذا التأثير ونوعه تعتمد على البناء النفسي والثقافي لشخصية الصحفي ورغبته في التميز والاستقلال .

المبحث الثالث : تحليل نتائج الدراسة الميدانية :

أولا : معيار الاختيار عند عينة البحث :

أظهرت نتائج البحث أن ٥٥ ٪ من المراسلين عند وقوع أو تزامن أكثر من حدث في وقت واحد يسارعون الى تغطية الحدث الأضخم محليا بغض النظر عن موضوعه سياسيا أو اجتماعيا أو اقتصاديا او ثقافيا الخ. في حين أنهم يعطون المرتبة الثانية من الأولوية (٤١٦٦ ٪) لأحداث العنف والإرهاب وللنشاطات الأمنية.

وأعطوا وبنسبة تكاد لاتذكر من الاهتمام (٣٣٣ ٪) للأحداث والنشاطات التي تنصب على شخصيات سياسية أو حكومية . وهذا الترتيب في أولوية الاهتمام للأحداث المتزامنة عند مراسلي القنوات الفضائية العراقية يكشف عن معيار مهني متقدم يضع في الاعتبار اهتمامات الناس ودرجة الإثارة والأهمية في المقام الأول وهو ما يبحث عنه الجمهور في أي حدث لاسيا وأن تكرار حوادث العنف والإرهاب وملاحقة القوات الأمنية للمجرمين وللأعمال الإرهابية فقد بريقه الإخباري نتيجة لإستمرار حدوثه المتكرر بشكل يكاد يكون يوميا . والأمر كذلك للنشاطات التي تنصب على شخصيات سياسية وحكومية لا تحظى بذات الأهمية عند الجمهور قياسا بالفقرتين الأولى والثانية في معيار الاختيار وهي أخبار ذات رتابة وتكرار شبه يومي وليس فيها ما هو جديد أو متغير كبير .

الجدول رقم (٣) يبين معايير الاختيار في التغطية الإخبارية عند المرسلين

المرتبة	النسبة المئوية	عدد الاختيارات	الموضوع ... الفئة
الأولى	٥٥ %	٢٣	أسارع الى تغطية الحدث الأضخم محليا بغض النظر عن موضوعه' سياسيا أو اجتماعيا أو اقتصاديا.. الخ
الثانية	٤١٫٦٦ %	٢٥	أعطي الأولوية للأخبار الأمنية ولأحداث العنف والإرهاب على غيرها من أحداث .
الثالثة	٣٫٣٣ %	٢	أعطي الاهتمام أولا للأحداث والنشاطات التي تنصب على شخصيات سياسية أو حكومية .
	١٠٠ %	٦٠	المجموع

ثانيا - أفضلية القيم الإخبارية بنظر المرسلين :

وفي معيار القيم الإخبارية التي تجعل المرسلين يسارعون الى تغطية حدث ما ولا يسارعون الى تغطية حدث آخر يجري في الوقت ذاته ، ذكر (٣٨٫٣ %) من المبحوثين أن معيار الاختيار لتغطية أحداث من هذا القبيل تقوم عندما تعلق فيها الأهمية السياسية أو الاقتصادية أو الأمنية على ماسواها من قيم في أحداث ماثلة. وبالقدر من الاهتمام يسعى (٣٨٫٣ %) من المبحوثين الى تغطية حدث ما حينما يتصف بالحدائثة أو يحتوي على تفاصيل لم تكن معروفة من قبل .

وفي المرتبة الثالثة وبنسبة (١٨٫٣ %) من المبحوثين أظهرت النتائج أن معيار الاختيار عند بعضهم من المرسلين لتغطية حدث ما يكون عندما تعلق فيه قيمة الإثارة على ما سواها من القيم الإخبارية . وفي المرتبة الأخيرة وبنسبة (٥ %) من المبحوثين أظهرت النتائج أن معيار الاختيار لتغطية حدث ما وتفضيله على غيره من الأحداث يكون عندما يعلق فيه الجانب البروتوكولي (الرسمي ، الحكومي) على غيره من القيم او الاعتبارات. وهذا النوع من اختيار الأحداث لتغطيات المرسلين الإخبارية يكشف رؤية مهنية موضوعية تُراعى فيها درجة اهتمام الجمهور الذي يتطلع الى سماع أخبار تتصف بحدائثة المعلومات عن أحداث مهمة تتعلق بأوضاعه السياسية أو الاقتصادية أو الأمنية

الجدول رقم (٤) يبين أفضلية القيم الإخبارية بنظر المراسلين .

المرتبة	%	عدد الاختيارات	معايير اختيار التغطية عند عينة البحث	الموضوع / الفئة
الأولى	٣٨ر٣ %	٢٣	أسمى الى تغطية حدث ما حينما تعلق فيه الأهمية السياسية أو الاقتصادية أو الأمنية على ما سواها	
الأولى	٣٨ر٣ %	٢٣	أسمى الى تغطية حدث ما حينما يتصف الخبر بالحدائثة أو يحتوي على تفاصيل لم تكن معروفة من قبل	
الثانية	١٨ر٣ %	١١	أسمى الى تغطية حدث ما حينما تعلق نسبة الإثارة فيه على غيرها من القيم	
الثالثة	٥ %	٣	أسمى الى تغطية حدث ما حينما يعلو الجانب البروتوكولي فيه على غيره من القيم	
	١٠٠ %	٦٠	المجموع	

وعن التصريحات أو اللقم الصوتية والمقابلات التلفزيونية التي يقتبس بعض تفاصيلها الأكثر أهمية وإثارة المراسلون في تقاريرهم الإخبارية أظهرت نتائج التحليل أن (٣٦ر٦ %) من المبحوثين ذكروا أن التصريح الأكثر أهمية في تغطياتهم الإخبارية هي تصريحات السياسيين وردود أفعالهم تجاه بعضهم بعضاً في المواقف المتأزمة حول قضية ما . وفي المرتبة الثانية ذكرت نسبة مائة من المبحوثين (٣٦ر٦ %) أن التصريح الأكثر أهمية في التغطية هي : تصريحات المسؤولين الحكوميين المباشرين عن الحدث . فيما ذكر (١٣ر٣ %) من المبحوثين أن التصريح الأكثر أهمية في التغطية هي : تصريحات القادة الأمنيين المتعلقة بتلك الأزمة أو الحدث . وذكرت نسبة مائة من المبحوثين (١٣ر٣ %) أن التصريح الأكثر أهمية في التغطية هي : ردود أفعال المواطنين وآراؤهم أو تعليقاتهم حول ما يجري بين السياسيين وهذه النتائج تعكس طبيعة الحراك والتجاذب السياسي بين أطراف العملية السياسية الذي يسعى كل طرف فيها الى استقطاب جمهور محدد يتوجه إليه في خطابه وآرائه عند كل موقف أو أزمة لذا يضمن تصريحاته قدراً عالياً من الندية في محاولة للتفرد والتميز في ساحة الخصومة أو التوجه الى الرأي العام . لذلك كانت المرتبة الأولى في التغطية لتصريحات السياسيين وردود أفعالهم تجاه بعضهم بعضاً في المواقف المتأزمة حول قضية ما .

الجدول رقم (٥) يبين آراء المبحوثين بالتصريح الأكثر أهمية في تغطياتهم الإخبارية

الموضوع الفئة	التصريح الأكثر أهمية في التغطية الإخبارية	عدد الاختيارات	النسبة المئوية	المرتبة
تصريحات السياسيين وردود أفعالهم تجاه بعضهم البعض في المواقف المتأزمة حول قضية ما	٢٢	٣٦٦٪	الأولى	
تصريحات المسؤولين الحكوميين المباشرين عن الحدث	٢٢	٣٦٦٪	الأولى	
تصريحات القادة الأمنيين المتعلقة بتلك الأزمة أو الحدث	٨	١٣٣٪	الثانية	
ردود أفعال المواطنين وآرائهم أو تعليقاتهم حول ما يجري بين السياسيين	٨	١٣٣٪	الثانية	
المجموع	٦٠	١٠٠٪		

ثالثاً - اتجاهات التغطية : أظهرت نتائج تحليل أجابات المبحوثين عما إذا كانوا يميلون عادة في تغطياتهم الإخبارية الى تغطية الجانب السلبي من القصة الخبرية أو الحدث الذي يغطونه إخبارياً أم الجانب الإيجابي منه ما يلي :

أ- أن النسبة الأكبر من المبحوثين (٧٦٦٪) يميلون الى إجراء نوع من التوازن في التغطية بين الجانبين السلبي والإيجابي من القصة الإخبارية والميل الى جعل الجمهور هو الحكم وصاحب القرار في تحديد اتجاهات التغطية .

ب - وفي المرتبة الثانية أجاب (١٥٪) من المبحوثين أنهم يميلون الى تغطية الجانب السلبي من الحدث أو القصة الإخبارية فيكون هو العنصر الغالب فيها .

ج - وفي المرتبة الأخيرة أظهرت إجاباتهم ميل (٨٣٪) من المبحوثين الى الاكتفاء بتغطية الجانب السلبي من الحدث . وهذه النتائج على عكس الاتجاه السائد في التغطيات الإخبارية عند الكثير من وسائل الاتصال الجماهيري الدولية وبخاصة الغربية منها (التي تميل الى التركيز على الجوانب السلبية أو التي تحمل أنباء سيئة باعتبار أنها الأكثر إثارة وتجسيدا للصراع الذي يثير انتباه المشاهدين) ، نجد أن طبيعة التغطية عند معظم مراسلي القنوات الفضائية العراقية تميل الى إحداث نوع من التوازن في اتجاه التغطية بين الجوانب السلبية والإيجابية . ويفسر ذلك أن معظم هذه القنوات تحرص على إدانة الإرهاب الذي يطال المدنيين وتوجيه نوع من النقد البناء الى الحكومة وإبراز بعض الجوانب الإيجابية من نشاطات الحكومة ووزرائها .

الجدول رقم (٦) يبين اتجاهات التغطية عند المرسلين

المرتبة	%	عدد الاختيارات	اتجاهات التغطية عند المرسلين	الموضوع / الفئة
الأولى	٧٦,٦%	٤٦	أميل الى إجراء نوع من التوازن في التغطية بين الجانبين السلبي والإيجابي من القصة الإخبارية	
الثانية	١٥%	٩	أميل الى تغطية الجانب الإيجابي من القضية أو الحدث فيكون هو العنصر الغالب في التغطية	
الثالثة	٨,٣%	٥	أميل الى تغطية الجانب السلبي من القضية أو الحدث فيكون هو العنصر الغالب في تغطيتي الإخبارية	
	١٠٠%	٦٠	المجموع	

يكشف واقع حال الفضائيات العراقية أنها تتبع سياسات تحرير مختلفة تنسجم مع مرجعياتها المؤسسية: الحزبية أو الأيديولوجية أو التجارية أو الحكومية. وهي تتناغم مع أهدافها ومصالحها وأوجهات تمويلها أو توجهها الفكري أو السياسي أو الديني. لذا يكون من الطبيعي أنها تدفع مراسليها الى تغطية نشاطات رسمية أو سياسية بعينها وإهمال أو التقليل من أهمية تغطية نشاطات رسمية أخرى. وقد أظهرت نتائج البحث أن النسبة الأكبر من عينة البحث (٣٥%) كانت تولي أهمية لنشاطات المحافظين ومجالس المحافظات على نشاطات الوزراء وأعضاء البرلمان في ما يتعلق بالمحافظات. وهذا يكشف عن زعة استقلالية هذه الفضائيات. مثلاً يكشف عن ثقل أو وجود سياسي أكبر لمن تمثله هذه الفضائيات في المحافظات عنه في بغداد. وقد جاءت تغطية نشاطات الوزراء فيما يتعلق بالمحافظات بنسبة أقل من سابقها (٣١,٦٦%). وكذلك فقرة تغطية نشاطات أعضاء البرلمان وجولاتهم في المحافظات (٢٣,٣%)، في حين لم ير (١٠%) من الباحثين أي أهمية في أي نوع من التغطيات الثلاث السابقة التي تجيب عن سؤال موجه للمراسل: ما هو بنظرك الخبر الأكثر أهمية في التغطية الإخبارية من النشاطات التي تجري في المحافظات؟. وهذه النتائج تؤكد حرية لأبسط بها يتمتع بها مراسلو القنوات الفضائية العراقية في اختيار نوع الحدث في تغطياتهم الإخبارية بخلاف توجهات رؤسائهم.

الجدول (٧) يبين آراء المراسلين بالخبر الأكثر أهمية في التغطية من النشاطات التي تجري في المحافظات

الموضوع / الفئة	الخبر الأكثر أهمية في تغطيات المراسلين لنشاطات المحافظات	عدد الاختيارات	%	المرتبة
نشاطات المحافظين ومجالس المحافظات وأعضائها	٢١	٣٥%	الأولى	
نشاطات الوزراء فيما يتعلق بالمحافظات	١٩	٣١,٦٦%	الثانية	
نشاطات أعضاء البرلمان وجولاتهم في المحافظات	١٤	٢٣,٣%	الثالثة	
لا إجابة لأن المبحوث لا يرى في أي من تلك الإجابات السابقة أهمية في التغطية الإخبارية	٦	١٠%	الرابعة	
المجموع	٦٠	١٠٠%		

أما فيما يتعلق بالخبر الأكثر أهمية في التقديم أو التفضيل في التغطية الإخبارية على غيره من أخبار المؤسسات الرئيسية للدولة أو الرئاسات الثلاث : مجلس الوزراء ومجلس النواب ومجلس رئاسة الجمهورية ، فإن المبحوثين أعطوا الأهمية في التفضيل لتغطية أخبار ونشاطات رئيس الحكومة (٧٣,٢ %) ثم لتغطية نشاطات رئيس الجمهورية (١٣,٣٣ %) وبعدها لتغطية نشاطات رئيس البرلمان (٨,٣٣ %) وهي تغطيات تؤشر مركز الثقل في التغطية الإخبارية للمراسلين تنصب على متابعة أخبار ونشاطات رئيس الحكومة ومجلس الوزراء لما تشكله من أهمية في الحراك السياسي الرسمي والشعبي وعلاقة الحكومة بمفاصلها التنفيذية من وزارات ومحافظات ومديريات عامة .

الجدول (٨) يبين آراء المراسلين بالخبر الأكثر أهمية من أخبار عن الرئاسات الثلاث

الموضوع/ الفئة	الخبر الأكثر أهمية في التقديم	عدد الاختيارات	النسبة المئوية	المرتبة
أخبار ونشاطات رئيس الحكومة (مجلس الوزراء)	٤٤	٧٣,٢%	الأولى	
أخبار ونشاطات رئيس الجمهورية (مجلس الرئاسة)	٨	١٣,٣٣%	الثانية	
أخبار ونشاطات رئيس البرلمان (اجتماعات البرلمان)	٥	٨,٣٣%	الثالثة	
لا إجابة عن أي اختيار	٣	٥%	لرابعة	
المجموع	٦٠	١٠٠%		

رابعاً- موضوعات التغطية :

وجواباً عن سؤال موجه الى عينة البحث عن مضمون الخبر الذي يرون أنه يجب أن يحتل موقع الصدارة في تغطياتهم الإخبارية من بين موضوعات محددة هي : أخبار العنف والإرهاب ، و أخبار عمليات القوات الأمنية ونشاطاتها في ملاحقة الإرهابيين ، والأخبار التي تتحدث عن الآثار السلبية التي يتعرض لها المواطنون جراء السيطرة وتطويق المناطق وغيرها .

أظهرت النتائج أن: أن أخبار عمليات القوات الأمنية احتلت المرتبة الأولى وبنسبة ٣٨ر٣٪ من عينة البحث، تلتها التغطيات المتعلقة بأخبار العنف والإرهاب من تفجيرات وعمليات انتحارية بنسبة ٣٠٪. ثم جاءت في المرتبة الأخيرة وبنسبة ٢٣ر٣٣٪ الأخبار المتعلقة بالآثار السلبية التي يتعرض لها المواطنون جراء نصب السيترات وتطويق المناطق. ويكشف ارتفاع نسبة اختيار المراسلين لتغطية أخبار عمليات القوات الأمنية في تقاريرهم مدى وعيهم بالضرر الذي تلحقه عمليات العنف بالغالبية العظمى من الشعب العراقي. ويعرف المراسلون أن جمهور فضائياتهم يتلهف لسماع ومشاهدة هذا النوع من التغطيات، لذلك كانت لها الأولوية في التغطية. بينما ركز البعض الآخر من المراسلين على جوانب من معاناة المواطنين وبنسبة تتلاءم مع حجم وطبيعة المعارضة السياسية للحكومة في البرلمان.

الجدول رقم (٩) يبين آراء الباحثين بالخبر الذي يحتل موقع الصدارة عند المراسلين في تغطياتهم الإخبارية من بين موضوعات محددة.

الموضوع / الفئة	الخبر الذي يحتل موقع الصدارة	عدد الاختيارات	النسبة المئوية	المرتبة
أخبار عمليات القوات الأمنية		٢٣	٣٨ر٣٪	الأولى
أخبار العنف والإرهاب		١٨	٣٠٪	الثانية
الآثار السلبية التي يتعرض لها المواطنون		١٤	٢٣ر٣٣٪	الثالثة
لا إجابة عن أي اختيار من الاختيارات أعلاه		٥	٨ر٣٣٪	الرابعة
المجموع		٦٠	١٠٠٪	

وجواباً عن تساؤل موجه الى عينة البحث: هل تفضل كتابة وبث تقاريرك الإخبارية مباشرة على الهواء من موقع الحدث أم تفضل التريث في كتابتها ريثما تصل الى المحطة والتأكد من دقة المعلومات التي حصلت عليها؟ وإذا كان الجواب نعم فماهي أسباب تفضيلك لهذا الأسلوب؟ وإذا كان الجواب كلا فماهي أسباب عدم تفضيلك لهذا الأسلوب؟ وقد أظهرت النتائج أن الذين لا يفضلون بث تقاريرهم الإخبارية مباشرة من موقع الحدث احتلوا المرتبة الأولى في مقابل الذين يفضلون بثها مباشرة، بينما لم يجب عن هذا السؤال ٨ر٣٣٪ من الباحثين بمعنى أنهم يتركون الأمر بحسب طبيعة الحدث المطلوب منهم تغطيته منه.

الجدول رقم (١٠) يبين خيار الباحثين الذهاب الى المحطة لكتابة تقاريرهم أم بثها من موقع الحدث

الموضوع / الفئة	تفضيل إرسال وبث التقارير من موقع الحدث	عدد الاختيارات	النسبة المئوية	المرتبة
كلا لأفضل ذلك		٢٨	٤٦ر٦٦٪	الأولى
نعم أفضل ذلك		٢٧	٤٥٪	الثانية
لا إجابة		٥	٨ر٣٣٪	الثالثة
المجموع		٦٠	١٠٠٪	

ويمكن تلخيص أكثر ما جاء في إجابات المراسلين الذين فضلوا بث تقاريرهم مباشرة على الجو بما يلي :

أ- إن عنصر السرعة في التغطيات الإخبارية يحقق لهم قدرا عاليا من الإثارة والتشويق الذي يبحث عنه الجمهور في نشرات الأخبار ، فضلا عن تأكيد مصداقية تواجد المراسل في مكان الحدث .
ب- أن المراسلين يعملون في مجال تنافسي مع زملاء لهم من قنوات أخرى تسارع الى الحصول على المعلومات نفسها وإرسالها قبل غيرهم لتبث في مواعيد نشرات قنواتهم الإخبارية . وهكذا يبحث المراسلون عن التميز من خلال السعي لتحقيق السبق الصحفي خاصة وأن الخبر لا ينتظر وهناك وسائل إعلامية قد تكون هي الأسرع في التغطية . كما يمكن تلخيص أبرز ما جاء في إجابات المراسلين الذين فضلوا الذهاب الى المحطة ومن ثم استكمال كتابة تقاريرهم من هناك بأن ذلك يعود لتوخيهم الدقة في نقل الحدث والتأكد من المعلومات الواردة في الخبر .

خامسا - أساليب التغطية وتقنياتها :

أظهرت نتائج التحليل اختلاف المبحوثين في أساليب إعداد تقاريرهم الإخبارية ولا سيما في تقنية ظهور الأشخاص الذين يبدأون إجراء المقابلات معهم . فالنسبة الأكبر منهم ٥٠ % ذكرت أنها تبدأ بالمشاركين في الحدث أو المتأثرين به ، فيما ذكر ٢٠ % منهم أن مقابلاتهم تعطي الأفضلية في الظهور الى المسؤولين أو الخبراء . وفي المرتبة الثالثة ذكر ١٦٦٦ % منهم أن تقاريرهم تبدأ بمقابلة أفراد من الجمهور أو شهود العيان والمارة . وفي المرتبة الأخيرة ذكر المبحوثون وبنسبة ٦٦٦ % أنهم يفضلون مقابلة النقاد والخبراء والمحليين .

الجدول رقم (١١) يبين بمن من الأشخاص يبدأ المراسلون إجراء مقابلاتهم

المرتبة	النسبة المئوية	عدد الاختيارات	من يبدأ المراسلون إجراء مقابلاتهم	الموضوع / الفئة
الأولى	٥٠ %	٣٠		أبدأ بالمشاركين في الحدث أو صناعه
الثانية	٢٠ %	١٢		بالمسؤولين أو بالخبراء والمختصين
الثالثة	١٦٦٦ %	١٠		أبدأ بالجمهور أو شهود العيان و المارة
الرابعة	٦٦٦ %	٤		بالنقاد أو المحليين والمعلقين
الخامسة	٦٦٦ %	٤		لا إجابة
	١٠٠ %	٦٠		المجموع

كما أظهرت نتائج التحليل أن مراسلي الفضائيات العراقيين يفضلون أن يبدأوا تقاريرهم الإخبارية بظهور صور الأمانة أو الوجوه أو مجاميع الناس بنسب متفاوتة . وكما يلي :

- أ - ٤٣,٣٣ % من المبحوثين فضلوا ظهور مجاميع الناس أو تجمعاتهم في بداية التقارير .
ب - وفي المرتبة الثانية فضل ٣٥ % منهم أن يبدأوا تقاريرهم بمنظر المكان وبيئة الحدث .

الجدول رقم (١٢) يبين الوجوه أو المناظر التي يفضل المراسل أن يبدأ بها تقاريره الإخبارية

المرتبة	النسبة المئوية	عدد الاختيارات	الموضوع/الفئة
الأولى	٤٣,٣٣ %	٢٦	منظر مجاميع الناس أو تجمعاتهم
الثانية	٣٥ %	٢١	منظر المكان وبيئة الحدث وأجوائه
الثالثة	١٥ %	٩	الوجوه الرجالية
الرابعة	٦,٦٦ %	٤	الوجوه النسائية
الخامسة	صفر	صفر	وجوه الأطفال
	١٠٠ %	٦٠	المجموع

وفيما يتعلق بنوع المؤثرات الصوتية والصورية التي يفضل المبحوثون استهلال تقاريرهم الإخبارية بها ، أجاب ٦٣,٣٣ % منهم أنهم يفضلون أن يبدأوا تقاريرهم بمشهد صوتي طبيعي يروي قصصهم الإخبارية من موقع الحدث أو النشاط وبيئته . وفي المرتبة الثانية فضل ٢٠ % من المبحوثين أن يستهلا تقاريرهم بمسرح مقرب من تصريح أو خطبة لأحد السياسيين أو المسؤولين له ارتباط بموضوع التقرير . وفي المرتبة الثالثة فضل ١٦,٦٦ % منهم استهلال تقاريرهم الإخبارية بمقطع موسيقي أو غنائي صغير يوحي بصورة ذهنية عن بيئة الحدث وشدة إيقاعه .

الجدول رقم (١٣) يبين نوع المؤثرات الصوتية و الصورية التي يفضل المراسل أن يبدأ بها تقاريره الإخبارية

المرتبة	%	عدد الاختيارات	المؤثرات الصوتية والصورية التي يفضل المراسل استهلال تقاريره الإخبارية بها
الأولى	٦٣,٣٣ %	٣٨	أفضل أن أستهل تقريري بمشهد صوتي طبيعي يروي قصتي الإخبارية من موقع الحدث وبيئته
الثانية	٢٠ %	١٢	أفضل أن أبدأ بمسرح مقرب من تصريح أو خطبة لأحد السياسيين أو المسؤولين له ارتباط بموضوع التقرير
الثالثة	١٦,٦٦ %	١٠	أفضل أن أبدأ بمقطع موسيقي أو غنائي صغير يوحي بصورة ذهنية عن بيئة الحدث وشدة إيقاعه
	١٠٠ %	٦٠	المجموع

سادسا -- الجرأة والاستجابة طهام المهنة الصحفية : بينت نتائج التحليل أن نسباً لا يُستهان بها من مراسلي الفضائيات يعمدون الى إخفاء لوغو قنواتهم حينما يعملون في مناطق ساخنة أمنياً ويتظاهرون بالانتساب الى قنوات أخرى . فقد ذكر ١٥% من المبحوثين أنهم دائماً ما يفعلون ذلك وهم يغامرون في دخول مناطق ليس لفضائياتهم فيها رصيد شعبي . فيما ذكر ٢٥% منهم أنهم أحيانا يفعلون ذلك ويعدونه نوعاً من المغامرة استجابة لضرورات المهنة الصحفية التي تتطلب قدراً كبيراً من المخاطرة وتحدي الصعاب من أجل الحصول على تغطية مباشرة أو سريعة للحدث ، فيما ذكر ٦٠% منهم أنهم نادراً ما يفعلون ذلك . ويرجع سبب إخفاء لوغو القناة عند بعض المراسلين في المناطق الساخنة الى شعور هؤلاء أنهم انما يعملون في مناطق معادية لتوجهات وسياسات تحرير فضائياتهم ، أو أن فضائياتهم سبق لها وأن قدمت تقارير إخبارية كان لها صدى غير طيب عند أبناء هذه المناطق

الجدول رقم (١٤) يبين حجم ظاهرة إخفاء المراسلين للوغو القناة والتظاهر بالانتساب الى قناة أخرى عند العمل في المناطق الساخنة أمنياً

الموضوع الفئة	إخفاء لوغو القناة في المناطق الساخنة	عدد الاختيارات	%	المرتبة
دائماً ما أفعل ذلك	٩	١٥%	الثالثة	
نادراً ما أفعل ذلك	٣٦	٦٠%	الأولى	
أحيانا أفعل ذلك	١٥	٢٥%	الثانية	
المجموع	٦٠	١٠٠%		

الجدول رقم (١٥) يبين حجم عمل بعض المراسلين على تصوير الحدث في المناطق الساخنة من مكان بعيد ومن ثم التعليق عليه

الموضوع الفئة	تصوير الحدث في المناطق الساخنة من مكان بعيد ومن ثم التعليق عليه	عدد الاختيارات	%	المرتبة
دائماً ما أفعل ذلك	٨	١٣ر٣%	الثالثة	
نادراً ما أفعل ذلك	٢٥	٤١ر٦٦%	الثانية	
أحيانا أفعل ذلك	٢٧	٤٥%	الأولى	
المجموع	٦٠	١٠٠%		

أما عن شعور المبحوثين وهم يغطون إخبارياً حدثاً ما في منطقة معينة بأن قناتهم لا تمثل جمهور المنطقة التي يعملون على تغطية أحداثها فقد ذكر ١٦ر٦٦٪ منهم أنهم دائماً ما يشعرون بذلك فيما ذكر ٣٨ر٣٪ منهم أنهم أحياناً يشعرون بذلك. وهذا الشعور المتباين عند المراسلين يفسر أسباب اختلاف نسب إجابات المبحوثين السابقة فيما يتعلق بتغيير لوغو القناة أو التصوير من مكان بعيد في المناطق الساخنة .

{الجدول (١٦) يبين حجم شعور المراسل بأن قناته لا تمثل جمهور المنطقة التي يعمل على تغطية أحداثها

المرتبة	%	عدد الاختيارات	شعور المراسل بأن قناته لا تمثل جمهور المنطقة التي يعمل على تغطية أحداثها إخبارياً	الموضوع الفئة
الثالثة	١٦ر٦٦٪	١٠	دائماً ما أشعر بذلك	
الأولى	٤٥٪	٢٧	نادراً ما أشعر بذلك	
الثانية	٣٨ر٣٪	٢٣	أحياناً أشعر بذلك	
المجموع	١٠٠٪	٦٠		

سابعاً - مرحلة جمع المعلومات: وعن الأشخاص الذين يسعى إليهم المراسل أولاً لجمع تفاصيل قصته الإخبارية التي سيضمونها في تقريره الإخباري، ذكر ٣٨ر٣٪ من المبحوثين أنهم يتوجهون للحصول عليها أولاً من المارة أو الشهود. فيما ذكر ٢٦ر٦٦٪ منهم أنهم يسعون للحصول على تفاصيلها من ذوي الضحايا أو المشاركين في الحدث. فيما ذكر ١٥٪ منهم أنهم يتوجهون للحصول على معلومات عن الحدث من رجال الدفاع المدني أو الأطباء.

الجدول رقم (١٧) يبين الأشخاص الذين يسعى إليهم المراسل أولاً لجمع تفاصيل قصته الإخبارية

المرتبة	النسبة المئوية	عدد الاختيارات	الأشخاص الذين يسعى إليهم المراسل أولاً لجمع تفاصيل قصته الإخبارية	الموضوع الفئة
الأولى	٣٨ر٣٪	٢٣	المارة أو شهود العيان	
الثانية	٢٦ر٦٦٪	١٦	ذوي الضحايا أو المشاركين في الحدث	
الثالثة	١٢٪	١٢	المسؤولين	
الرابعة	١٥٪	٩	رجال الدفاع المدني أو الأطباء أو سواق الاسعاف	
المجموع	١٠٠٪	٦٠		

وأظهرت النتائج أن ٧٥٪ من المبحوثين يستمدون معلوماتهم التي يبدأون بها كتابة تقاريرهم ميدانياً من موقع الحدث، ما يكسب تقاريرهم بعداً واقعياً ووثائقياً فضلاً عن مصداقية ما ينقلونه وحيوية التأثير المباشر على الجمهور. وجاءت بنسب أقل فئة المعلومات التي يبدأ

المراسلون بها تغطياتهم الإخبارية عن طريق حصولهم عليها : نتيجة لمتابعتهم لوسائل إعلام عربية أو دولية وبنسبة (٨٣٣٪) فيما ذكر (٦٦٦٪) منهم أنهم يحصلون عليها من خلال مناقشاتهم مع زملاء المهنة ، وذكر (٦٦٦٪) أنهم يحصلون عليها من خلال تواصلهم مع الناس .

الجدول رقم (١٨) يبين من أين يستمد المراسلون المعلومات التي يبدأون بها كتابة تقاريرهم

الموضوع / الفئة	المعلومات التي يبدأ بها المراسلون كتابة تقاريرهم الإخبارية	عدد الاختيارات	%	المرتبة
من المعلومات التي حصلت عليها ميدانيا	٤٥	٧٥	%	الأولى
من المعلومات التي حصلت عليها نتيجة لمتابعتي لوسائل الإعلام العربية والدولية	٥	٨٣٣	%	الثانية
من ملاحظاتي ومناقشاتي مع زملاء المهنة	٤	٦٦٦	%	الثالثة
من تفاعلي وتواصلني مع الناس	٤	٦٦٦	%	الثالثة
من متابعتي لوسائل الإعلام المحلية	٢	٣٣٣	%	الرابعة
المجموع	٦٠	١٠٠	%	

ثامناً -- صعوبات التغطيات الإخبارية :

أظهرت النتائج أن النسبة الأكبر من المراسلين (٦٨٤٪) تعاني من مضايقات أمنية مثل صعوبة الحصول على تصريحات مرور أو السماح بالتصوير. وأن (٢١٦٪) منهم ذكروا أن نوع المضايقات يعود الى اجراءات ادارية مثل ببطء الحصول على موافقات الرؤساء في العمل وغيرها . فيما حدد (١٠٪) من المبحوثين نوع المضايقات التي يتعرضون لها للاستمرار في تغطياتهم بما أسماه صعوبات لوجستية .

الجدول رقم (١٩) يبين أبرز ما يعانيه المراسلون من مضايقات للاستمرار في تغطياتك الإخبارية

الموضوع / الفئة	أبرز المضايقات التي يعاني منها المراسلون أثناء تغطياتهم الإخبارية	عدد الاختيارات	%	المرتبة
مضايقات أمنية مثل صعوبة الحصول على تصريحات مرور أو السماح بالتصوير	٤١	٦٨٤	%	الأولى
مضايقات إدارية مثل بطء إجراءات الحصول على موافقات الرؤساء في العمل وغيرها	١٣	٢١٦	%	الثانية
صعوبات لوجستية مثل عدم توفر مواصلات وتقنيات الاتصال وتكاليف التغطية المالية وغيرها	٦	١٠	%	الثالثة
المجموع	٦٠	١٠٠	%	

ثامنا - حرية اختيار موضوعات التغطية الإخبارية : أجاب (٤٨٣ %) منهم أنهم يتمتعون الى حد ما بحرية الاختيار وهذه الإجابة تعطي معنى أنهم في بعض الأحيان يتمتعون بها في مقابل أحيان أخرى لا يتمتعون بها وقد احتلت هذه النتيجة المرتبة الأولى في حين جاءت في المرتبة الثانية اجاباتهم تحت فقرة : نعم أتمتع بحرية الاختيار بنسبة (٤٦٦ %) من مجموع الإجابات . و ذكر (١٠ %) منهم أنهم لا يتمتعون بحرية اختيار موضوعات تغطياتهم الإخبارية .

الجدول رقم (٢٠) يبين حرية اختيار المرسلين لموضوعات تغطياتهم الإخبارية

الموضوع الفئة	حرية اختيار المرسلين لموضوعات تغطياتهم الإخبارية	عدد الاختيارات	%	المرتبة
نعم أتمتع بحرية الاختيار		٢٥	٤٦٦ %	الثانية
كلا لا أتمتع بحرية الاختيار		٦	١٠ %	الثالثة
أتمتع الى حد ما بحرية الاختيار		٢٩	٤٨٣ %	الأولى
المجموع		٦٠	١٠٠ %	

وكشفت إجابات المبحوثين الذين وجد أنهم لا يتمتعون بحرية اختيار موضوعات تغطياتهم الإخبارية ، وسألوا ماذا يفعلون عندما يجدون مصادفة أو في أوقات خارج أوقات عملهم أحد الموضوعات الجديرة بالتغطية وتحقيق السبق الصحفي ؟ أجاب (٤١٤ %) منهم أنهم لن يفوتوا الفرصة وسيسارعون الى تغطية ذلك الحدث بما يتوفر لديهم من تقنيات تصوير أو تحرير . مثلما ذكر أيضا (٤١٤ %) منهم أنهم سيكتفون بإخبار المحطة التي يعملون بها بالحدث ويتركون لها قرار التغطية الإخبارية من عدمه .

الجدول رقم (٢١) يبين حرية المرسل في التصرف لتغطية حدث مهم ما خارج أوقات العمل

الموضوع الفئة	حرية المرسل في التصرف لتغطية حدث مهم ما خارج أوقات العمل الرسمي	عدد الاختيارات	%	المرتبة
لا أفوت الفرصة وأسارع الى تغطية ذلك الحدث بما يتوفر لدي من تقنيات تصوير أو تحرير .		١٧	٤١٤ %	الأولى
أكتفي بإخبار المحطة التي أعمل بها بالحدث وأترك لها قرار التغطية الإخبارية من عدمه		١٧	٤١٤ %	الأولى
لا ألتفت إليه لأنني غير مكلف بتغطيته		٧	١٧ %	الثانية
المجموع		٤١	١٠٠ %	

اضطرار المرسلين الى تغطية أحداث لا أهمية لها : بين التحليل عن سؤال : هل يحصل إنكم تجدون أنفسكم مجبرين على تغطية أحداث لا قيمة لها ؟ أن (٤٨٣ %) منهم أجابوا تحت الفقرة يحصل ذلك الى حد ما ، وفي المرتبة الثانية وبنسبة مقدارها (٢٨٣ %) جاءت إجابات

المبحوثين تحت الفقرة نعم يحصل ذلك ، وأخيرا في المرتبة الثالثة جاءت إجابات المبحوثين تحت الفقرة كلا لا يحصل ذلك وبنسبة مقدارها (٢٣ر٣ %)

الجدول رقم (٢٢) يبين جواب سؤال ك هل يجد المراسلون أنفسهم مجبرين على تغطية أحداث لا أهمية لها ؟

السؤال الفئة	هل يحصل إنك تجد نفسك مجبرا على تغطية أحداث لا أهمية لها	عدد الاختيارات	%	المرتبة
نعم يحصل ذلك		١٧	٢٨ر٣ %	الثانية
كلا لا يحصل ذلك		١٤	٢٣ر٣ %	الثالثة
يحصل ذلك الى حد ما		٢٩	٤٨ر٣ %	الأولى
المجموع		٦٠	١٠٠ %	

أما كيف يتصرف المراسلون عندما يجدون أنفسهم مجبرين على تغطية أحداث لا أهمية لها، فقد أجاب (٥٤ر٨٣ %) منهم أنهم عندها يحاولون أن يجدوا شيئا يحقق ولو قدرا بسيطا من الإثارة في القصة التي يقومون بتغطيتها . وهذا يعبر عن إخلاص المراسلين للمهنة التي يقومون بها وإحترامهم لأنفسهم في ذات الوقت . وفي المرتبة الثانية أجاب (٣٨ر٧ %) منهم أنهم عند ذلك يقومون بتغطية ذلك الحدث كنوع من الإكمال الروتيني للواجب وهذا يعبر عن عدم الرضا الذي يشعر به المراسلون جراء اضطرارهم تغطية أحداث لا قيمة لها . وفي المرتبة الثالثة أجاب (٦ر٤ %) منهم أنهم عند ذلك يعتمدون الى يظهرهم في تقاريرهم جوانب غير الإخبارية للحدث أو النشاط الذي يضطرون لتغطيته وهو سلوك يعبر في أحد وجوهه عن الإحباط ورد الفعل السلبي إزاء وضعهم غير المريح .

الجدول رقم (٢٣) يبين كيفية تصرف المراسل عندما يجد نفسه مجبرا على تغطية أحداث لا أهمية لها

أحاول أن أجد شيئا يحقق ولو قدرا بسيطا من الإثارة في القصة التي أقوم بتغطيتها	١٧	٥٤ر٨٣ %	الأولى
أقوم بتغطية الحدث نوعاً من الإكمال الروتيني للواجب	١٢	٣٨ر٧ %	الثانية
أتعهد أن أظهر في تقريري جوانب أكثر من لا أهمية التغطية الإخبارية لهذا الحدث أو النشاط	٢	٦ر٤ %	الثالثة
المجموع	٣١	١٠٠ %	

تاسعا - التميز والتنافس الإخباري :

أظهرت نتائج التحليل أن (٤٥ ٪) من المبحوثين يحرصون على مشاهدة التقارير الإخبارية التي يبعث بها مراسلو القنوات الأجنبية الى قنواتهم الناطقة باللغة العربية . بينما أجاب بالنفي (١٣٣ ٪) من المبحوثين مؤكدين عدم متابعتهم لمشاهدة تلك التقارير . وكانت نسبة الذين ذكروا الى حد ما أنهم يشاهدون تلك التقارير (١٦٦ر٤) منهم وهذه النسبة من المبحوثين واضح من معني إجابتهم أنهم لا يواظبون على مشاهدة تلك التقارير وربما يحصل أنهم يشاهدونها بالصدفة . لذا فإن نسبتهم لا يعتد بها كثيرا .

الجدول رقم (٢٤) يبين متابعة المراسلين مشاهدة التقارير التي يبعث بها مراسلو القنوات الأجنبية الناطقة باللغة العربية

الموضوع الفئة	متابعة المراسلين مشاهدة التقارير التي يبعث بها مراسلو القنوات الأجنبية	عدد الاختيارات	٪	المرتبة
	نعم	٢٧	٤٥ ٪	الأولى
	كلا	٨	١٣٣ ٪	الثالثة
	الى حد ما	٢٥	٤١٦٦ ٪	الثانية
	المجموع	٦٠	١٠٠ ٪	

الهوامش

- 1- فوزي غرايبة وآخرون ، أساليب البحث العلمي في العلوم الاجتماعية والانسانية (عمان ، مطابع الجمعية الملكية ، 1977) ص 19 .
- 2- راسم محمد الجمال ، مقدمة في مناهج البحث في الدراسات الإعلامية (القاهرة ، مركز جامعة القاهرة للتعليم المستمر ، 1979) ص 95 .
- 3- ديوبولد . ب. فان دالين ، مناهج البحث في التربية وعلم النفس ، ترجمة نبيل نوفل وآخرون (القاهرة : مكتبة الانجلو المصرية ، 1984) ص 361 .
- 4- سمير محمد حسين ، بحوث الإعلام ، دراسات في مناهج البحث العلمي (القاهرة : عالم الكتب ، 1999) ص 131
- 5- وجيه محجوب ، البحث العلمي ومناهجه (بغداد ، دار الكتب للطباعة والنشر ، 2002) ص 168 .
- 6- Bailey, Kenneth, D., Methods of Social, the Free Press, New York ,1978 , p 84.
- 7- محمد عبد الحميد : تحليل المحتوى في بحوث الإعلام (جدة ، دار الشروق ، 1983) ص 96 .
- * - الخبراء المحكمون :
- 1- أ.د . وسام فاضل راضي ، رئيس وحدة اطلاع الرأي في كلية الإعلام / جامعة بغداد .
- 2- أ.م . د . عبد السلام أحمد السامر ، قسم الصحافة الإذاعية والتلفزيونية ، كلية الإعلام .
- 3- أ.م.د . رعد جاسم حمزة ، قسم الصحافة الإذاعية والتلفزيونية ، كلية الإعلام .
- 4- أ.م.د . طالب عبد المجيد ، قسم الصحافة الإذاعية والتلفزيونية ، كلية الإعلام .
- 8- فاروق أبو زيد ، ليلى عبد المجيد ، فن التحرير الصحفي ، القاهرة ، 2000 ، ص 105 .
- 9- سليم عبدالنبي ، الإعلام التلفزيوني (دار أسامة للنشر والتوزيع ، عمان ، الأردن ، 2009) ص 25 .
- ** من ذلك تعبئة الجمهور المحلي في عدد من البلدان العربية والاسلامية للتظاهر في موضوع الرسوم المسيئة للنبي الأكرم. وبرز تأثير الفضائيات أكثر في ماجرى ويجري من إدامة زخم التجمعات الجماهيرية الحاشدة في ساحات مايعرف بالربيع العربي
- 10- السيد عليوة ، استراتيجيات الإعلام العربي ، (القاهرة ، الهيئة المصرية العامة للكتاب ، 1978) ص 50 وما بعدها .
- 11- ابراهيم إمام ، الإعلام والاتصال بالجماهير ، (القاهرة ، مكتبة الإنجلوالمصرية ، ط 3 ، 1984) ص 274 وما بعدها .

- 12- وزارة الإعلام والثقافة ، دولة الإمارات العربية المتحدة ، الإعلام الغربي والعرب ، أبحاث ومناقشات ندوة الصحافة الدولية ، لندن 1979.
- 13- أديب خضور ، إزمة إعلام أم أزمة أنظمة ، (دمشق ، الناشر أديب خضور ، 2003) ص 145 .
- 14- محمود أدهم ، فن الخبر ، مصادره ، عناصره (القاهرة ، ط 2 ، دار نشر الثقافة ، 1987) ص 401 .
- 15- مايكل سكسدن ، علم اجتماع الأخبار ، ترجمة أحمد رمو (دمشق ، منشورات الهيئة العامة السورية للكتاب ، 2010) ص 53 .
- 16- محمد حمدان ، الأخبار الإذاعية بين التخطيط والتنفيذ والتقييم (بغداد ، دراسات وترجمات ، اتحاد إذاعات الدول العربية) ص 20- 24 .
- 17- محمد أنيس المحتسب ، النشرة الإخبارية في الإذاعة والتلفزيون ، دورة الأخبار والمواد السياسية المنعقدة في الفترة من 3/8 - 3/11/1988 .
- 18- وليام . ل . ريفرز ، وسائل الإعلام والمجتمع الحديث ، ترجمة الدكتور إبراهيم إمام ، (القاهرة ، دار المعرفة ، 1975) ص 228 .
- 19- مايكل سكسدن ، علم اجتماع الأخبار ، مصدر سابق ، ص 37 .
- 20- محمود أدهم ، فن الخبر ، مصدر سابق ، ص 540- 584 .
- 21- محمد عبد الحميد ، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير (جامعة حلوان ، عالم الكتب ، 1997) ص 112 .
- 22- محمود عودة ، أساليب الاتصال والتغير الاجتماعي (بيروت ، دار النهضة العربية ، 1988) ص 428 .
- 23- أساليب الاتصال والتغير الاجتماعي ، المصدر السابق ، ص 430 .
- 24- لويس كامل مليكة ، سيكولوجية الجماعات والقيادة ، ج 2 ، ديناميات الجماعة التطبيقية (القاهرة ، مكتبة النهضة المصرية ، ط 2 ، 1963) ص 423 .
- 25- سيكولوجية الجماعات والقيادة ، المصدر السابق ، ص 424 .

تغطية الصحف الرياضية العراقية للأحداث الكبرى

(دراسة تحليلية لجريدة " مونديال " لنهائيات كأس العالم في جنوب افريقيا ٢٠١٠)

م. م قاسم حنون قاسم

الجامعة التكنولوجية / قسم الاعلام والعلاقات العامة

المستخلص

أولت الصحافة الرياضية العراقية اهتماما كبيرا بالإحداث الرياضية الكبرى من خلال التغطية الصحفية بكل فنونها واشكالها لاسيما تغطية بطولة كأس العالم لكرة القدم أحد الأحداث الرياضية الأكثر مشاهدة في العالم. اذ يستعد عشرات الآلاف من الصحفيين بالتغطية الفورية للأحداث التي تعد مهمة شاقّة بحد ذاتها، وباتت الصحف تخصص لهذا الحدث الكبير مساحات أوسع في صفحاتها، كما تعمل الصحف الرياضية الأسبوعية على إصدار عدد خاص يومي.

وانطوت أهمية البحث على تسليط الضوء على تغطية الصحف الرياضية العراقية للإحداث الكبرى ومنها بطولة كأس العالم لكون الموضوع جديدا ، كما ان اختيار جريدة « مونديال » في بغداد مجتمعا للبحث جاء لكونها نجحت في ان تجدها حضورا مميّزا من خلال التنافس مع الصحف الرياضية العراقية الأخرى بتغطيتها لنهائيات كأس العالم ٢٠١٠ في جنوب افريقيا ، فضلا عن ان المطبوع يحمل اسم « مونديال » هو الاسم الذي تطلقه الصحف العالمية والعربية والمحلية على البطولة. وركز البحث على إبراز ما نشرته الجريدة من أخبار وتقارير وأعمدة وغيرها من الفنون في جميع صفحاتها.

وتوصل البحث الى عدة نتائج أبرزها ان الصحافة الرياضية العراقية تولي اهتماما كبيرا بالإحداث الرياضية الدولية الكبرى وخصوصا بطولة كأس العالم عن طريق التغطية الصحفية التي تنعكس إيجابا على مستوى الكرة المحلية . وشكلت نسبة الفنون الصحفية في الجريدة بتغطيتها للبطولة أهمية كبيرة بلغت نسبتها ٩٠,٣% قياسا بالفنون الأخرى غير الخاصة بالمونديال ، واعتمدت في الأغلب على الخبر. وغلبت على الصحيفة صفة نشر الصور إذ احتلت الصور الخاصة بكأس العالم نسبة كبيرة من ناحيتي التكرارات ٩٤,٧٥ والمساحة بنسبة ٩٤,٣٤% قياسا بالصور التي ليس لها شأن بالحدث العالمي.

Press coverage of the Iraqi sports for the great events An analytical study of the “Mondale” for the finals of World Cup in South Africa 2010

Asst.L.Qasim Hanoon Qasim

The Iraqi sport journalism has paid great attention to sport events through press coverage of all its forms and arts, especially the coverage of the World Cup of football which is one of the most watched events in the world. Thousands of journals are preparing for the immediate coverage of such event which is a daunting task in itself. Newspapers have devoted a wider space to this great event in its pages as well as the weakly sport newspapers work on issuing a daily special issue. The importance of this research sheds light on the coverage of major events such as World Cup in Iraqi newspapers. The topic is new since no one had studies media coverage of this great event. “Mondale” has been chosen because of its success. It gets a significant presence among other Iraqi newspapers which cover the World Cup in South Africa in 2010. Also, Mondale is the name that has been launched by the world, Arab and local newspapers on the championship. The research has focused on what has been published on the newspaper of events, reports and other forms of media arts throughout all its pages. The researcher ends this research with such conclusions as : most notably that the Iraqi sport journals pay great attention to major sport events especially World Cup championship through press coverage that positively reflected on the level of the local game; the proportion of media arts covering the championship form a great importance running to 90.3% in comparison with other forms of press arts. Most depend on news. What overwhelmed the newspapers is posting photos of ‘Mondale’. The images of the World Cup have captured a large proportion of iteration and space compared with images that have nothing to do with the global event.

المقدمة :

أصبحت وسائل الاعلام وخصوصا الرياضية تتمتع بأهمية كبيرة ، بل أصبحت حاجة ملحة لمتابعة الأحداث والإخبار الرياضية في كل مكان في العالم، واحتلت الصحافة الرياضية اهتماما كبيرا لدى القارئ والجمهور الرياضي لاسيما عند إقامة الأحداث الرياضية والبطولات العالمية لمختلف الألعاب وخصوصا كرة القدم التي توليها الصحف أهمية كبيرة من خلال التغطية الصحفية بكل فنونها واشكالها، وتخصص لها مساحات أوسع في صفحاتها بل تذهب البعض منها الى إصدار ملاحق رياضية يومية، كما تعمل الصحف الرياضية الأسبوعية على إصدار عدد خاص يومي في الأحداث والمناسبات الرياضية.

وتستقطب بطولة كأس العالم لكرة القدم التي يرجع انطلاقتها الى عام ١٩٣٠ في الاورغواي اهتمام ومتابعة شعوب العالم في هذا التجمع الكبير، حتى أصبحت البطولة محط واهتمام السياسيين في مختلف دول العالم من خلال حضورهم لمنافسات . بل ان عدد المنتخبات او الدول المنضوية الى الاتحاد الدولي لكرة القدم «فيفا» التي تشارك في هذه البطولة أصبح يفوق عدد الدول المنظمة الى الامم المتحدة «١» التي وصف امينها العام كوفي عنان في ولايته عام ٢٠٠٦ في مقال لصحيفة «بيلد ام زونتاج» الالمانية «بان كرة القدم هي الرياضة الوحيدة على مستوى العالم التي يمارسها البشر من مختلف الأجناس والأديان وفي جميع البلدان وهو ما يجعلها واحدة من الظواهر الفريدة على مستوى العالم مثل الامم المتحدة» «٢».

ان اختيار موضوع «تغطية الصحف الرياضية العراقية للأحداث الكبرى /دراسة تحليلية لجريدة « مونديال » لبطولة كأس العالم في جنوب افريقيا عام ٢٠١٠» جاء لكون الموضوع جديدا، ذ لم يجد من درس التغطية الاعلامية لهذا الحدث الكبير، كما ان اختيار جريدة «مونديال» جاء لعدة أسباب منها ان الجريدة نجحت في ان تجدها حضورا مميّزا من خلال التنافس مع الصحف الرياضية العراقية الأخرى والملاحق الرياضية اليومية بتغطيتها لنهائيات كأس العالم ٢٠١٠ في جنوب افريقيا ، لاسيما ان إدارة الجريدة قررت الإصدار اليومي بعد ان كانت تصدر ثلاثة أيام في الأسبوع ، فضلا عن ان المطبوع يحمل اسم مونديال هو الاسم الذي تطلقه الصحف العالمية والعربية والمحلية على بطولة كأس العالم التي تعد من اكبر البطولات العالمية المهمة وتستحوذ على اهتمام وسائل الاعلام التي تفرد لها خصوصية كبيرة من خلال توسيع تغطيتها لها . ولم يختر الباحث صحفياً رياضياً أخرى لأنها لم تخصص سوى نصف عدد صفحاتها لتغطية هذا الحدث ما سيجعل هناك تحيزا لصالح صحيفة على أخرى .

١ * الفيفا اختصار للاتحاد الدولي لكرة القدم الهيئة المسؤولة عن كرة القدم العالمية التي تأسست في ٢١ ايار ١٩٠٤ ومقرها زيورخ بسويسرا وتضم في عضويتها ٢٠٩ اتحاد وطني كروي .

الاطار المنهجي

مشكلة البحث وأهميته :

ان اختيار مشكلة البحث يرتكز على امتلاك المعرفة المنظمة والمتأسكة في مجال التخصص، ويتحقق ذلك من خلال تعامل الباحث مع كافة مصادر المعرفة «٣».

ويرى الباحث ان مشكلة البحث تتلخص بتشخيص واقع جديد يتمثل بتغطية الصحف الرياضية في العراق للإحداث الرياضية العالمية الكبرى ولاسيما نهائيات كأس العالم بكرة القدم التي تعد من المسابقات التي تحظى باهتمام كبير من قبل الصحف الرياضية في شتى انحاء العالم ويمكن صياغة مشكلة البحث في السؤال الاتي :

ما حجم تغطية جريدة « مونديال » لنهائيات كأس العالم في جنوب افريقيا ٢٠١٠ ؟

وتتفرع من هذا السؤال اسئلة اخرى وهي :

١- ما الفن الصحفي الأكثر استعمالاً في التغطية من ناحية التكرارات والمساحة في جريدة «مونديال» ؟

٢- ما المصادر التي تعتمد عليها الجريدة للحصول على تغطية جيدة ؟

٣- كيف استثمرت الصورة الصحفية المستخدمة في التغطية ؟

وانطوت أهمية البحث على تسليط الضوء على تغطية الصحف الرياضية العراقية للإحداث الرياضية العالمية الكبرى ومنها بطولة كأس العالم، لاسيما ان الباحث قد لاحظ ان البحث يمثل مجالاً جديداً لم يسبق لدراسة أخرى ان تناولته صحفياً . وركز البحث على إبراز ما نشرته الجريدة من اخبار وتقارير وأعمدة وغيرها من الفنون في جميع صفحاتها.

اهداف البحث :

يمكن تحديد أهداف البحث على النحو الاتي :

- ١- معرفة حجم التغطية الصحفية لمونديال جنوب افريقيا.
- ٢- معرفة الفن او الشكل الصحفي الاكثر استخداما في الصحيفة .
- ٣- معرفة المصادر التي اعتمدت عليها الجريدة .
- ٤- معرفة الأولوية التي اعطتها الجريدة للصورة الصحفية المستخدمة .

منهج البحث ونوعه :

استخدم الباحث المنهج المسحي الذي يعد من أكثر المناهج العلمية ملائمة للدراسات الوصفية بصورة عامة بهدف الحصول على البيانات والمعلومات من خلال مسح المحتوى والشكل .
فقد تم الاعتماد على طريقة تحليل المضمون باعتبارها أسلوباً بحثياً لوصف الموضوعي والنسقي والكمي للمضمون الظاهر لعملية الاتصال .

واعتمد الباحث في جمع بياناته على استمارة لتصنيف المعلومات وفقاً لفئات معينة تسعى للإلمام بجميع جوانب التغطية الصحفية التي تتعلق بالفنون الصحفية المستخدمة .

إجراءات البحث :

استخدم الباحث طريقة تحليل المضمون الكمي معرفة التغطية الصحفية للأحداث الرياضية الكبرى والفنون التي استخدمت طوال إقامة أيام البطولة. ويعد تحليل المضمون من أبرز الأدوات البحثية في المجال الصحفي التي تعتمد على الأداء الذهني للباحث ومهارته في بناء فئات يتم تصنيف المحتوى الفكري في إطارها "٤".

واعتمد الباحث الموضوع الرياضي كوحدة للتحليل سواء كان هذا الموضوع خبيراً أو تقريراً أو تحقيقاً أو مقالاً أو حديثاً أو عموداً أو صورة أو كاريكاتيراً صحفياً .

وتم تصنيف الموضوعات الرياضية التي ظهرت في مدة العينة المختارة حسب الفئات التي اعتمدها الباحث وتم قياس هذه الموضوعات حسب التكرار والمساحة التي احتلتها باعتماد السنتمتر المربع والعد كوحدة قياس لموضوع التحليل فضلاً عن النسبة المئوية. وتعد عملية وضع فئات التحليل من أهم إجراءات تحليل المضمون. وحدد الباحث ٣ فئات رئيسية هي : فئة الفنون الصحفية ، فئة المصادر ، فئات الأبراز « الصور » كما حدد الفئات الثانوية والفرعية .

ادوات البحث :

وقام الباحث بإعداد استمارة تحليل اشتملت على البيانات الأولية عن فئات التحليل والتكرارات والمساحات. واستخدم النسب المئوية كقياس إحصائي حيث تم بموجبها تحويل البيانات إلى مقادير كمية وتنظيمها في جداول خاصة ليصل الباحث إلى مجموعة من النتائج . واستعان بالملاحظة والمقابلة الشخصية لجمع البيانات بشأن موضوع البحث.

مجالات البحث :

- ١- المجال المكاني : يتحدد هذا المجال في جميع الصحف الرياضية الصادرة التي مقرها في بغداد .
- ٢- المجال الزمني : يتحدد المجال الزمني في المدة التي حددها البحث وهو من موعد انطلاق بطولة كأس العالم في جنوب افريقيا وحتى نهايتها والمحصورة بين ٦/١٠ / لغاية ٧/١٣ من عام ٢٠١٠ والبالغة ٢٧ عددا .

مجتمع البحث :

تم اختيار جريدة « مونديال » الرياضية التي صدرت في بغداد لتمثل مجتمع البحث من بين الصحف الرياضية في العراق لكونها افردت مساحة كبيرة للحدث العالمي ، وتحظى بنسبة توزيع كبيرة ، واستقطبت اقلاماً صحفية معروفة للمساهمة في تغطية الحدث اثناء فترة كأس العالم.

عينة البحث

اختار الباحث العينة العمدية وهي نوع من انواع العينات غير الاحتمالية حيث حصر اعداد جريدة « مونديال » الصادرة اثناء اقامة نهائيات كأس العالم في جنوب افريقيا ابتداء من يوم ٦/١٠ / لغاية ٧/١٣ من عام ٢٠١٠ وبلغ إجمالي الاعداد في مجتمع الدراسة للجريدة ٢٧ عدداً توزعت من العدد ٣٥ الى العدد رقم ٦١ وعلى مدى ايام البطولة . وتم استبعاد يوم الجمعة لأن الصحيفة لا تصدر في هذا اليوم الذي يعد عطلة للجريدة. كما لم تصدر الجريدة ليومين متتاليين بسبب تزامنها مع عطلة دينية . وتم تغطية جميع الصفحات الرياضية في جريدة « مونديال » البالغة ١٢ صفحة لكل عدد ، باستثناء عدد واحد كانت عدد صفحاته ١٦ صفحة.

الدراسات السابقة :

لم يجد الباحث اي دراسة سابقة على المستوى المحلي تناولت هذا الموضوع في الصحافة المقروءة ، وهناك دراسة واحدة تناولت الاحداث الرياضية الكبرى في الاعلام التلفزيوني فقط « ٥ » حتى الامر نفسه ينطبق على مستوى الدراسات العربية على وفق متابعة الباحث. لذلك تعد هذه أول دراسة تتناول الاحداث الرياضية الكبرى في الصحافة المقروءة .

الاطار النظري

التغطية الصحفية للأحداث الرياضية الدولية الكبرى

تعد الصحافة الرياضية من بين أكثر الصحف المتخصصة شيوعاً وانتشاراً وجاهيرية تبعاً لطبيعة الدور الذي تؤديه ، والوظيفة التي تقوم بها. واتسعت مجالاتها وتنوعت تغطيتها للأحداث الرياضية، وتطور دور العاملين في هذا الحقل الصحفي، فانقسموا الى فريق مهمته الأساسية نقل الاخبار في المقام الأول، وفريق يعرض وجهات النظر المختلفة، وآخر يعمل على تحليل المجريات الرياضية، وغيره لتنسيق الموضوعات في الصفحات المخصصة للرياضة فضلاً عن طاقم المصورين والرسامين، وبدأت تنمو هذه المواد من زوايا صغيرة الى صفحات ثم الى ابواب ثم الى صحف متخصصة «٦».

وان تخصيص عدد خاص او صفحات او ملاحق خاصة بالبطولات الكبيرة له تأثير ايجابي، لاسيما ان الإثارة الجماعية التي يقوم بها الاعلام الرياضي تحدث في اي وقت ولكنها انجح ما تكون عليه في وقت الازمات كالسخط الجماهيري الذي يحدث نتيجة هزيمة بعض المنتخبات الرياضية وخاصة الفرق الوطنية وخروجها من إحدى البطولات الدولية، كالتصفيات النهائية لكأس العالم بكرة القدم الذي يعد بمثابة الحلم لهذه الجماهير «٧».

واهتم الاعلام الرياضي بجميع فئاته بلعبة كرة القدم من لاعبين وجمهور وحتى المسيرين لكونهم الركيزة لاي فريق طموح كما ان فوزه او انهزمه يرجع الى طبيعة التأثير الحاصل بينهما، فقد يؤثر عليهم من عدة جوانب «٨».

وأصبحت كرة القدم هي الغذاء الرياضي الاول التي تحرص عليه الجماهير ، فجاذا نفسر الشهرة الطاغية لنجوم المنتخب التونسي الذين قدموا في نهائيات كأس العالم ١٩٧٨ في الارجننتين عروضاً ممتازة ورفعوا سمعة الكرة العربية والافريقية لذلك عرفتهم كل الجماهير في الوطن العربي «٩».

وأسمت كرة القدم في توفير العيش للأشخاص في العالم اذ يذهب جوزيف بلاتر رئيس الاتحاد الدولي لكرة القدم ان حوالي ٢٥٠ مليون شخص يعيشون من هذه اللعبة ، اذا افترضنا ان كل شخص من هؤلاء يعيل عائلة تتكون من ٤ افراد فهذا يعني ان حوالي مليار نسمة تقف من كرة القدم «١٠».

ومع بداية كأس العالم لكرة القدم يستعد عشرات الآلاف من الصحفيين بتغطية أحد الأحداث الرياضية الأكثر مشاهدة في العالم. من تغطية عشرات المباريات ، ومن ثم تغطية الصحفيين الفورية للأحداث التي تعد مهمة شاقّة بحد ذاتها.

ويعرف الحدث الرياضي : كائن موضوعي له ماض وحاضر ومستقبل وهو نتاج سياق اجتماعي معين . ومفهوم الحدث الذي تتبناه التغطية الإخبارية يهتم باللحظة الراهنة اي فقط بمحاضر الحدث. ويعني مفهوم الحدث التركيز على ماذا حدث الان "١١".

وأصبح للصحافة الرياضية المتخصصة من خلال إقامة الاحداث الرياضية اهداف منها «١٢» :

١- أهداف اجتماعية : صاحب التطور الذي عرفته الرياضة حركة اجتماعية تسمح للشعوب بتبادل الثقافات عبر اللقاءات المختلفة التي تتمثل في البطولات والاحداث الرياضية الكبيرة سواء في دورات الألعاب الاولمبية او نهائيات كاس العالم .. وهنا نجد مهمة الصحفي الرياضي او رجل الاعلام الرياضي الذي يعمل على الربط بين الجماهير من خلال نقله للاحداث الرياضية ، بحيث يوفر لهم المعارف التاريخية والتقنية حول مختلف التخصصات التي توجد ، وهو يدافع عن الرياضة في سياستها وثقافتها وقيمها الفنية ، وبالتالي فالصحفي او رجل الاعمال يؤدي وظيفة اجتماعية ذات أهمية كبرى .

٢- أهداف اقتصادية : أصبحت المنافسات الرياضية الكبيرة في دائرة اهتمام أصحاب رؤوس الأموال والأسهم كمجال استثمار سريع الربح ، اما اعلاميا فقد يعمل تنظيم مثل هذه التظاهرات على استمرار صدور وسائل الإعلام التي تعد الانشطة الرياضية مادتها الحيوية ومن ثم ديمومة صدورها ، ويجعلها مصدرا للدخل الوافر للأموال .

٣- أهداف سياسية : اصبحت الانظمة السياسية تعمل على استغلال وسائل الاعلام الرياضية لتحقيق اغراض سياسية من خلال الانشطة الرياضية التي نجحت في التقريب والتاثير في العلاقات الدولية بين البلدان وهذا ما تجلى بقاء الولايات المتحدة الامريكية وايران في كاس العالم عام ١٩٩٤ وكانت لها ابعاد سياسية . فقد لعب الاعلام دورا كبيرا في الحديث عن هذه الابعاد .

وتمتاز الصحافة الرياضية ببعض الخصائص ومن ابرزها الطبيعة الخاصة للحدث الرياضي الذي يأخذ خصائصه ويكتسب ملامحه وسماته من الخصائص والسمات العامة للجانب العملي من الرياضة ومن ابرز خصائص الحدث الرياضي :

- الحدث الرياضي يتمتع بقدر كبير من الديناميكية .
- الحدث الرياضي سلسلة من المواقف المتلاحقة والمتغيرة وربما المختلفة ، والسمة الوحيدة الثابتة للحدث الرياضي هي التغيير الدائم .
- الحدث الرياضي من الاحداث التي يسعى القارى الى الاطلاع عليها ومعرفتها .

- يمثل الحدث الرياضي حلقة ضمن سلسلة متكاملة ومتواصلة .
 - يتغير المشهد الرياضي بسرعة ، اي حياة الحدث الرياضي قصيرة .
 - الحدث الرياضي يثير اهتمام القارى بشكل مؤقت وربما لحظي "١٣".
- ويجند المطبوع في الأحداث الكبرى الكل لتأمين تغطية شاملة لها، اي معالجتها صحفيا بأكثر من نص صحفي وبأكثر من نمط "١٤".

وتتم التغطية الصحفية للأحداث الرياضية عبر ثلاث مراحل:

- المرحلة الأولى : تقوم على التغطية التمهيدية للحدث الرياضي عن طريق الحصول على المعلومات الكافية عن الاحداث كالفرق المتنافسة ، وظروف كل فريق وإمكانياته ، واحتمالات فوزه او هزيمته ، واستعداده للمباراة ويأخذ في الغالب طابع التغطية الاخبارية .
- المرحلة الثانية : تقوم على التغطية التسجيلية للإحداث عن طريق الوصف الدقيق لسير الإحداث وتطوره ، ووصف وقائعه مع تسجيل النتائج النهائية لهذا الاحداث ويأخذ في الغالب طابع التغطية التحليلية .
- المرحلة الثالثة : تتم في التغطية التقييمية للحدث الرياضي ، وذلك بتقييم اداء كل طرف من أطراف الحدث الرياضي مع الكشف عن الجوانب الايجابية او السلبية في اداء كل منهما واستخلاص الدروس "١٥".

وهناك من يرى ان هناك جوانب قوة في وسائل الاعلام الرياضية وهي تتمثل بالأساس في جودة التغطية الصحفية فضلا عن كمية الصور "١٦". وتغيرت وظيفة التغطية الصحفية للمباراة عند دخول التلفزيون في مجال التغطية الرياضية بالصورة والصوت اذ تحولت في الصحافة من الوصف الدقيق لإحداثها الى التحليل العميق لخط سيرها والتقييم الدقيق لاداء اللاعبين والحكام والجمهور ، فالتحليل والتقييم اصبح اهم من الوصف والتسجيل في التغطية الصحفية للاحداث الرياضية "١٧". وان اهمية الحدث الرياضي يلعب دورا في التغطية الصحفية بين مباراة محلية واقليمية، واقليمية وقارية، وقارية دولية "١٨".

وهناك من يرى ان التغطية الرياضية في الوسائل المطبوعة تختلف عن التغطية الرياضية في الاذاعة والتلفزيون من خلال محاولتها في اقناع القراء بالكتابات والقصص وتستخدم صحفيين لهم القدرة على كتابة قصص صحفية تجذب القارئ ، وان محرري الصحف يغطون غالبا قضايا مهمة بعمق كبير "١٩".

وتتمتع الموضوعات الرياضية المقدمة في الصحافة المطبوعة بقدر اكبر في المرونة في الشكل

«تتخذ اشكالا وأنماطا عديدة»، والقصص التي تنشر في الصحف تخصص الكثير من الوقت والمساحة لوصف الأحداث والأماكن التي لا يمكن رؤيتها وذلك سعياً إلى إثراء الحدث الرياضي الذي يتم وصفه أو مشاهدته في الوقت نفسه «٢٠» .

اهتمام الصحافة الرياضية العراقية بالأحداث الكبرى

تهتم مختلف الصحف والمجلات العامة، والرياضية وحتى الثقافية بالإحداث الرياضية الكبرى لاسيما ببطولة كأس العالم وتخصص لها حيزاً كبيراً وتفرد لها ملفات خاصة، وهناك من يرى أن البطولة تعطي درساً مفيداً لكل من يعتقدون أن إقامة مثل هذه البطولات الكبرى نوع من الهذر أو الدعاية السياسية السطحية فهي انعكاس لتطور الدولة، وتسخير قدراتها المتقدمة، وفرصة لوضع الأفكار الجديدة موضع التنفيذ «٢١». حتى إننا نرى أن أصداء المونديال لا يقتصر على الصحفيين الرياضيين بل يهتم به أيضاً الكثيرون من أصحاب الأقلام الذين لم يعرف عنهم الاهتمام بالرياضة من خلال كتابة الأعمدة في الصفحات المختلفة في الجرائد .

انطلقت الصحافة الرياضية المتخصصة في العراق عام ١٩٢٢ بصدر مجلة الألعاب الرياضية التي اهتمت بالشأن المحلي بعدها أخذت الصحافة الرياضية تتوسع في نشر الاخبار اذ نطالع في مجلة « الكشاف العراقي » عام ١٩٢٤ اخبارا رياضية عالمية عن نتائج دورة الألعاب الاولمبية التي أقيمت عام ١٩٢٠ في مدينة انتورب البلجيكية «٢٢»، لكن الاهتمام الأكبر للتغطية الصحفية الآنية كان بشكل كبير بعد الحرب العالمية الثانية «١٩٣٩-١٩٤٥» ولاسيما بعد تأسيس اللجنة الاولمبية الوطنية العراقية وتأسيس الاتحاد العراقي لكرة القدم عام ١٩٤٨ اذ بدأت تشترك الفرق الرياضية في المسابقات العربية والإقليمية والدولية، واحتلت رياضة كرة القدم موقع الصدارة ما دفع الصحف إلى توسيع تغطيتها الصحفية للشؤون الرياضية فضلاً عن اصدار ملاحق رياضية وصحف ومجلات رياضية متخصصة وخاصة في البطولات والمسابقات الدولية مثل كأس العالم بكرة القدم .

لم يجد الباحث في دار الكتب والوثائق العراقية شيئاً عن تناول تغطية الصحف العراقية لبطولات كأس العالم الأربع «١٩٣٠، ١٩٣٤، ١٩٣٨، ١٩٥٠»^٢، فقد نشرت الصحف الاخبار عن كأس العالم في بطولة عام ١٩٥٤ في سويسرا اذ نشرت جريدة « الانباء » خبراً بعنوان ألمانيا تفوز ببطولة العالم «٢٣» .

٢ * الصحف التي وجدها الباحث لم تتناول كأس العالم علماً أن هناك صحفاً قد صدرت إلا أن الدار لا تملك نسخاً منها بسبب الحراب والحرق الذي تعرضت له يومي ١٣ و١٤ نيسان عام ٢٠٠٣ .

وبعد احتلال العراق عام ٢٠٠٣ وبالرغم من الظروف الصعبة التي يعيشها البلد نتيجة للظروف الأمنية الا ان الصحف الرياضية العراقية واكبت الأحداث الرياضية أولا بأول فقد قامت جريدة الزمان الرياضي اليومية بتغطية بطولة كأس العالم ٢٠٠٦ في المانيا كما كانت سباقا في نشر خبر عن نهائي البطولة الذي انتهى في وقت متأخر «٢٤». كما قامت جريدة الرياضي الجديد بتخصيص حيز كبير من الصفحات لمونديال ٢٠٠٦ في ألمانيا «٢٥». وافردت جريدة الملاعب اليومية ٩ صفحات من صفحاتها الـ ١٢ للبطولة نفسها وتحت مسمى : يوميات كأس العالم ٢٠٠٦ «٢٦» وخصصت الصحف اليومية العراقية السياسية ملاحق رياضية يومية خاصة بالبطولة كما فعلت جريدة المدى بإصدار ملحق رياضي عن نهائيات كأس العالم باسم « المونديال » «٢٧» ، كما اصدرت جريدة المشرق ملحق رياضي يومي مجاني خاص بمونديال المانيا ٢٠٠٦ «٢٨». وأقدمت جريدة (الاتحاد) على اصدار ملحق رياضي يومي باسم (مونديال ٢٠٠٦) «٢٩» .

وخصصت جريدة الملاعب ٥ صفحات من مجموع صفحاتها البالغة ١٢ صفحة لتغطية مونديال ٢٠١٠ «٣٠». وقامت الملاحق الرياضية اليومية « المدى والزمان والعدالة » وغيرها بتغطية البطولة .

صحفيو العراق في كأس العالم

بالرغم من ان العراق لم يشارك في تصفيات كأس العالم الا في عام ١٩٧٣ الا ان الصحافة الرياضية العراقية كانت حاضرة في نهائيات كأس العالم من خلال تغطيتها للحدث الكروي العالمي قبل هذا التاريخ فقد قامت جريدة « صوت العرب » بتغطية نهائيات البطولة في انكلترا عام ١٩٦٦ بإرسال بعثة مؤلفة من ٤ أشخاص اذ ترأس البعثة عبد الخالق مال الله رئيس القسم الرياضي في الجريدة وعضوية حسن بكرى مراسلها في المانيا الغربية وغرب اوربا ، وقاسم الحاج حسن مراسلها في جيكوسلوفاكيا وشرق اوربا وعبد الوهاب السلوم مراسلها في انكلترا والمملكة المتحدة «٣١» .

وكانت اول بعثة صحفية عراقية وهي الاكبر توفد من قبل رابطة الصحفيين العراقيين التابعة لنقابة الصحفيين العراقيين في نهائيات كأس العالم في المكسيك عام ١٩٨٦ التي شارك فيها المنتخب العراقي وضمنت البعثة التي ترأسها شاكر إسماعيل كل من صكبان الريبي وصفاء العبد ونصرا الله الداودي والمصور هيثم فتح الله «٣٢» .

وشهدت بطولة عام ٢٠٠٦ في المانيا تواجد الصحفيين الرياضيين الشباب العراقيين بدعوة من مركز اعداد وتدريب الصحفيين في فرنسا «٣٣»، اذ كانت المحطة الاولى في فرنسا بدخولهم في دورة صحفية لمدة شهر، والمحطة الثانية في المانيا من خلال متابعة منافسات كأس العالم خارج

الملاعب « في الساحات التي كانت تحتوي على شاشات لنقل المباريات»، وهي تجربة فريدة من نوعها تم الاستفادة منها كثيراً في العمل الصحفي» «٣٤» .

جريدة « مونديال » :

صدر العدد الأول من جريدة «مونديال» يوم الثلاثاء ٢٣/٣/٢٠١٠ وترأس مجلس الإدارة احسان العاملي ورئيس التحرير علي رياح وتولى منصب مدير التحرير عدنان لفته وسكرتير التحرير هاشم البديري الذي لم يستمر بالعمل سوى ثلاثة اعداد ليتسلم المهمة بعدها محمد حنون الجزائري «٣٥». وصدرت الصحيفة بـ ١٢ صفحة بالحجم الكبير «وحملت ترويضها في الصفحة الأخيرة» صحيفة رياضية تصدر كل احد وثلاثاء وخميس» .

وأوضحت جريدة مونديال نهجها وأهدافها في افتتاحية العدد الاول ٢٣/٣/٢٠١٠ التي كتبها رئيس التحرير علي رياح وأشار فيها الى تسمية المطبوع باسم «مونديال» الذي كان مثار استغراب للتسمية لقربها من انطلاق كاس العالم في جنوب افريقيا وجاءت تحت عنوان « قبل المونديال وبعده» اذ كتب : «هل وجود «مونديال» مرهون بعام كاس العالم او بالمونديال الكروي الكبير الذي ستحتضنه القارة السمراء بعد اقل من ثلاثة أشهر؟! الإجابة هي ان «مونديال» مفردة اوسع من «المونديال» .. الأولى تعني «عالمي» فيما ينصرف مدلول الأخرى نحو بطولة كاس العالم وحدها..وأظن ان الإجابة واضحة وهي اننا سنخوض في عوالم الرياضة بلا حدود، قبل بطولة كاس العالم.. وبعدها...الخ» .

واهتمت جريدة «مونديال» من العدد الأول لإصدارها ببطولة كاس العالم بوضع مكان ثابت في أعلى الصفحة الأولى لـ «العد التنازلي لانطلاق كاس العالم ٨٠ يوماً» كما بدأت بالكتابة عن كاس العالم في العدد الأول من صدورها وتضمنت مواضيع المشاركة العراقية في تصفيات مونديال عام ١٩٧٣ . واستمرت في تكملة هذه السلسلة في الإعداد القادمة . وخصصت الجريدة صفحة كاملة عن كاس العالم تحت عنوان «عرس المونديال» ابتداءً من العدد الثالث ٢٨/٣/٢٠١٠ بعرض معلومات عن المنتخبات المشاركة في مونديال جنوب افريقيا ٢٠١٠ وانجازاتها وتسليط الضوء على نجومها لتتواصل حتى موعد انطلاق البطولة. ومع اقتراب العد التنازلي لانطلاق المونديال زادت الجريدة من عدد صفحاتها عن كاس العالم الى ٣ صفحات من العدد ٣١ في ١/٦/٢٠١٠.

وبدأت الجريدة بالإصدار اليومي لمتابعة أحداث كاس العالم اعتباراً من يوم السبت ١٢/٦/٢٠١٠ وبـ ١٢ صفحة ، اي بعد يوم من انطلاق البطولة في ١١/٦/٢٠١٠ الذي صادف يوم الجمعة وهي عطلة رسمية ، وسبقها في ١٠/٦/٢٠١٥ بإصدار عدد خاص لمناسبة افتتاح كاس العالم تضمن ١٦ صفحة . واحتجبت الجريدة عن الإصدار لمدة يومين لوجود عطلة لتزامنها مع مناسبة دينية في البلد. وكان هناك عدد خاص عن نهائي كاس العالم في ١١/٧/٢٠١٠ ونشرت الجريدة إعلانات عن البطولة

اثنان منها يومياً في الصفحتين « الأولى والأخيرة » وتحت عنوان « اربح رحلة لحضور كأس العالم بكرة القدم » ، ونوهت من العدد ١٣ في ٢٠/٤/٢٠١٠ عن مسابقة مونديال الكبرى .

وقام القائمون على الجريدة بوضع تبويب ثابت للصفحات الـ ١٢ اثناء اقامة نهائيات كأس العالم بتسمية اسم الصفحة ، وخصصت ست صفحات محلية لأخذ آراء اهل اللعبة عن مباريات كأس العالم بالتحقيق والحوار والتقرير والاستطلاع . وتبويب الصفحات الثابتة هي : « اخبار كأس العالم فضلا عن الإخبار المحلية المهمة ، عيون المونديال ، اضاءات ، أجواء ، مواجهات كأس العالم ، أصدقاء ، فرسان المونديال ، مرايا ، نسبات ، رؤى ، استطلاعات ، مرافق ، منوعات في الصفحة الاخيرة » . ولم تكن هناك متغيرات الا في إعداد قليلة من ناحية تغير بعض الصفحات في الإصدار اليومي واختلاف تقيمها بين عدد وآخر . ونجحت الجريدة في تحقيق منجز هو عدم وجود مرتجع للإعداد التي صدرت اثناء تغطيتها للحدث العالمي التي وصلت الى طباعة ٦,٥ الاف نسخة يومياً بعد ان كانت تطبع ٥ الاف نسخة «٣٦» .

وأصبحت تغطية الألعاب الرياضية معياراً رئيسياً لشراء الصحف من قبل المتحمسين للألعاب الرياضية «٣٧» .

الاطار العملي

ماهو الفن الصحفي الاكثر استعمالا في التغطية من ناحية التكرارات والمساحة في جريدة "مونديال"؟
الفنون الصحفية في تغطية جريدة "مونديال" - الخبر-

جدول رقم "١" يبين التكرارات والمساحة والنسب المئوية للخبر

ت	الفنون الصحفية / الخبر	المجموع		تكرار	النسبة %
		مساحة	%		
١	خبر عالمي عن كأس العالم	١٠٦٨٠٥	٨٠,٨٥	٨١١	٦٨,٤٢
٢	خبر محلي بعيدا عن كأس العالم	٢٨٢٨٢	١١,٥٦	١١٦	١٨,١٢
٣	خبر عربي عن كأس العالم	٧٥١٧	٣,٠٩	٣١	٤,٨٢
٤	خبر محلي عن كأس العالم	١٠٨٥٩	٢,٧	٢٧	٦,٩٦
٥	خبر عالمي بعيدا عن كأس العالم	١٨١٩	١,٤	١٤	١,١٦
٦	خبر عربي بعيدا عن كأس العالم	٨٠٧	٠,٤	٤	٠,٥٢
	المجموع	١٥٦٠٨٩	١٠٠	١٠٠٣	١٠٠

يبين الجدول رقم "١" ان أكثر الاخبار تغطية في جريدة "مونديال" هو الخبر العالمي الذي يتناول نهائيات كأس العالم وجاء اولا تكرارا ومساحة اذ تكرر ٨١١ مرة وبنسبة ٨٠,٨٥% ومساحة ٢٨٢٨٢ سم^٢ وبنسبة ٦٨,٤٢% وهذا متوقع لان المنافسات ضمت ٣١ منتخبا عالميا باستثناء المنتخب الجزائري الذي تم ابعاده من قارة افريقيا ووضعه ضمن التصنيف العربي.

وأولت الجريدة اهتماما بالأخبار المحلية المهمة التي ليست لها علاقة بالبطولة فقد جاءت ثانيا تكرارا ومساحة بعد الاخبار العالمية الخاصة بالبطولة اذ تكررت "١١٦" مرة وبنسبة ١١,٥٦% ومساحة ٢٨٢٨٢ سم^٢ وبنسبة ١٨,١٢%، وهذا ناتج عن اهتمامها بالإخبار المتعلقة بدوري كرة القدم العراقي اذ تخصص له صفحتين في حالة اقامة مبارياته. وجاء الخبر العربي عن البطولة ثالثا من التكرارات ٣١ مرة وبنسبة ٣,٠٩% والمساحة رابعا ٧٥١٧ سم^٢ وبنسبة ٤,٨٢% واتي الخبر المحلي عن البطولة*٣ رابعا من ناحية التكرارات بتكرار ٢٧ مرة ونسبة ٢,٧% لكن في المساحة جاء ثالثا بمساحة ١٠٨٥٩ سم^٢ وبنسبة ٦,٩٦%. ووقفت الأخبار العالمية العامة خامسا بتكرار ٤ مرة وبنسبة ١,٤% وبمساحة ١٨١٩ سم^٢ وبنسبة ١,١٦%. وجاء الخبر العربي العام اخيرا بتكرار ٤ مرات وبنسبة ٠,٤% ومساحة ٨٠٧ سم^٢ وبنسبة ٠,٥٢%، وهو متوقع لان المطبوع خصص لتغطية المونديال لكن هناك اخبار مهمة تهم الوسط الرياضي وتستوجب النشر.

*٣ الخبر المحلي: الخبر الذي له علاقة بالمونديال ولكن مواده محلية.

الفنون الصحفية في تغطية جريدة "مونديال" - العمود -

جدول رقم "٢" يبين التكرارات والمساحة والنسب المئوية للعمود الصحفي

ت	الفنون الصحفية	المجموع		
		ت	%	م
1	هيئة التحرير	51	30.36	12169
2	كتاب اعمدة من اللاعبين القدماء	24	١٤,٢٨	6068
3	كتاب وملاك الجريدة	16	9.52	3780
4	اعلاميون عراقيون من خارج الجريدة يقيمون خارج البلد	13	7.74	2824
5	كتاب اعمدة من الحكام	12	7.14	2873
6	كتاب اعمدة محلية بعيدا عن كاس العالم	11	٦,٥٥	2174
7	كتاب الاعمدة من المراسلين من الجريدة	10	5.95	2086
8	كتاب اعمدة عربية	9	٥,٣٥	١٨٠٦
9	كتاب اعمدة من المدربين	9	5.35	1480
10	اعلاميون عراقيون من خارج الجريدة	8	4.76	1740
11	كتاب اعمدة عالمية	٢	١,٢	٣٦٤
12	كاتب عمود من القراء المساهمين	2	1.2	352
13	كاتبات اعمدة من الاعلاميات	1	0.6	268
	المجموع	١٦٨	%١٠٠	٣٧٩٨٤

يظهر الجدول رقم "٢" ان أكثر الأعمدة التي تم نشرها في الجريدة كانت متباينة من ناحيتي التكرارات والمساحة باستثناء المراكز الثلاثة الأولى التي تصدرتها هيئة التحرير تكرارا ومساحة بتكرار ٥١ مرة من ١٥٧ عمودا نشر عن نهائيات كاس العالم وبنسبة ٣٠,٣٦٪ والأمر نفسه ينطبق على المساحة التي بلغت ٢١٦٩م^٢ وبنسبة ٣٢,٠٤٪ وهذا الأمر ناتج عن تخصيص عمود يومي لرئيس التحرير؛ بعنوان « بعض ما يقال » في الصفحة الأولى على طوال إصدار المطبوع اليومي لـ ٢٧ يوما لتغطية الحدث العالمي الكبير وبمساحة ٧٨٠٣م^٢ وبنسبة ٣٢,٠٤، والحال نفسه لمدير التحرير الذي خصص له عمود في الصفحة الأخيرة « خط النهاية » وهما الوحيدان اللذان

٤ * تواجد رئيس التحرير في جنوب افريقيا بافاده من قبل قناة الجزيرة الرياضية التي يعمل فيها مراسلا في بغداد، وكتب عموده الصحفي هناك وقام باصدار كتاب بعنوان : « كنت هناك / يوميات اعلامي عراقي في مونديال ٢٠١٠ » تضمن جميع الاعمدة التي كتبها من قلب الحدث .

كتبا بشكل يومي لكن الأخير كتب ٢١ عمودا عن المونديال والمتبقي عن الأحداث المحلية المهمة، والأعمدة الثلاثة الأخيرة كانت لرئيس مجلس الإدارة بعنوان «سياسة من الرياضة». وجاء ثانيا كتاب الأعمدة من اللاعبين القداماء بتكرار ٢٤ مرة وبنسبة ١٤,٢٨٪ ومساحة ٦٠٦٨ وبنسبة ١٥,٩٧٪، واتي ثالثا تكرارا ومساحة أعمدة الصحفيين على ملاك الجريدة بتكرار ١٦ مرة وبنسبة ٩,٥٢ ومساحة ٣٧٨٠ وبنسبة ٩,٩٥ ٪. وبالرغم من ان صفحات الجريدة خصصت للبطولة الا انها لم تهمل او تنسى الشأن المحلي بكتابة الأعمدة التي لها مساس بالوسط الرياضي اذ نشرت ١١ عمودا مختلفا فقد جاءت سادسا تكرارا ومساحة وجاء سابعاً كتاب الاعمدة من المراسلين في الجريدة. واستقطبت الجريدة كتاب أعمدة عرب ليقفوا في المركز الثامن تكرارا مناصفة مع كتاب الاعمدة من المدربين العراقيين الذين جاءوا ثامنا في المساحة. فضلا عن ان المطبوع لم يخل من الأعمدة الأجنبية بوجودها في المركز ١١ تكرارا ومساحة واقتصرت على كاتب واحد هو الفرنسي أرسين فينكر مدرب فريق ارسنال الانكليزي. ويحسب للجريدة بأنها منحت المجال لكتاب أعمدة في الجانب الإعلامي «إعلاميين واعلاميات» ممن يستهون الكتابة في الجانب الرياضي او من اهل الاختصاص «المدربين والحكام واللاعبين القداماء». اضافة الى مساهمات من القراء .

الفنون الصحفية في تغطية جريدة «مونديال» - التقرير الصحفي

جدول رقم "٣" يبين التكرارات والمساحة والنسب المئوية للتقرير الصحفي

ت	الفنون الصحفية	المجموع	
		ت	م
1	تقرير عالمي عن كأس العالم	163	104537
2	تقرير محلي عن كأس العالم	30	30411
3	تقرير ليس له علاقة بالمونديال	12	9046
4	تقرير عربي عن كأس العالم	4	1567
	المجموع	٢٠٩	146061
		٧٨	١٤,٣٥
		٥,٧٤	١,٩١
		٢٠٩	١٠٠٪

يبين الجدول اعلاه ان الجريدة اعتمدت كثيرا على التقارير العالمية التي تتعلق بوصف مباريات البطولة والمأخوذة من وكالات الانباء والمواقع الرياضية بعد انتهاء المباريات مباشرة وتشر في اليوم التالي "٣٨"، فقد كانت الاكثر تكرارا ١٦٣ مرة وبنسبة ٧٨٪ ومساحة ١٠٤٥٣٧ وبنسبة ٧١,٥٧٪. ثم التقرير المحلي عن البطولة ثانيا تكرارا ٣٠ مرة وبنسبة ١٤,٣٥٪ ومساحة ٩٠٤٦ وبنسبة ٢٠,٨٢٪ وهذا واضح نتيجة تناول كتاب الجريدة لتحليل المباريات. ووقف التقرير العام الذي

ليس له علاقة بالبطولة ويتعلق بإحداث الرياضة العراقية ثالثا تكرر ١٢ مرة وبنسبة ٥,٧٤٪ ومساحة ٢م ٩٥٤٦ وبنسبة ٦,٥٤٪. يليه اخيرا التقرير العربي تكرر ٤ مرات وبنسبة ١,٩١٪ ومساحة ٢م ١٥٦٧ وبنسبة ١,٠٧٪ وهذا متوقع لوجود منتخب عربي وحيد مشارك هو الجزائر الذي خاض ٣ مباريات فقط .

الفنون الصحفية في تغطية جريدة «مونديال» - الحديث الصحفي

جدول رقم «٤» يبين التكرارات والمساحة للحديث الصحفي

ت	الفنون الصحفية	المجموع	
		ت	م
1	الحديث المحلي	12	10608
2	الحديث العالمي	5	2297
	المجموع	17	12905
		%	%
		70.59	٨٢,٢
		٢٩,٤١	١٧,٨
		%١٠٠	%١٠٠

يشير جدول رقم «٤» ان الحديث المحلي جاء اولا تكرر ١٢ مرة وبنسبة ٧٠,٥٩٪ والمساحة ٢م ١٠٦٠٨ وبنسبة ٨٢,٢٪ واتي الحديث العالمي ثانيا تكرر ٥ مرات وبنسبة ٢٩,٤١٪ ومساحة ٢م ٢٢٩٧ وبنسبة ١٧,٨٪. ونستنتج ان الجريدة اعتمدت على إجراء الحديث الصحفي المحلي وكان النصيب الاكبر لرئيس التحرير الذي استثمر وجوده في قلب الحدث في جنوب أفريقيا بإقامة اللقاءات مع نجوم الكرة العالمية، كما ان إجراء الحديث العالمي كان يأخذ من المواقع والصحف الرياضية. ولم تتناول الجريدة الحديث الصحفي مع النجوم العرب رغم وجود فريق عربي مشارك في المونديال .

الفنون الصحفية في تغطية جريدة «مونديال» - التحقيق الصحفي

جدول رقم «٥» يبين التكرارات والمساحة للحديث الصحفي

ت	الفنون الصحفية	المجموع	
		ت	م
1	التحقيق المحلي	125	91364
2	استطلاع محلي	15	10257
	المجموع	١٤٠	101621
		%	%
		89.3	٨٩,٩
		١٠,٧	١٠,١
		%١٠٠	%١٠٠

اقتصرت التحقيق الصحفي في الجريدة فقط على الجانب المحلي فقد سجل التحقيق ١٢٥ تكرارا وبنسبة ٨٩,٣٪ ومساحة ٢م^٢ ٩١٣٦٤ وبنسبة ٨٩,٩٪ وجاء الاستطلاع ثانيا ١٥ تكرارا وبنسبة ١٠,٧٪ ومساحة ١٠٢٥٧ وبنسبة ١٠,١٪ لأخذ آراء المتابعين والمحللين والجمهور من أصحاب الشأن الكروي، والشخصيات الرياضية والاعلامية والاكاديمية وشمل ايضا الادباء والفنانين حتى العنصر النسوي. الفنون الصحفية في تغطية جريدة "مونديال" - الكاريكاتير

جدول رقم "٦" يبين التكرارات والمساحة للكاريكاتير الصحفي

ت	الفنون الصحفية	المجموع	
		ت	م
١	كاريكاتير عربي	١٥	٧٩٢
٢	كاريكاتير محلي	١٣	٧٢٠
٣	كاريكاتير عالمي	١٣	٦٩٦
	المجموع	٤١	٢٢٠٨
		٣٦,٥٨ %	٣٥,٨٧ %
		٣١,٧١ %	٣٢,٦١ %
		٣١,٧١ %	٣١,٥٢ %
		١٠٠ %	١٠٠ %

يتضح من الجدول رقم «٦» أنّ الكاريكاتير العربي الذي له علاقة بالمونديال كان الاكثر استخداما اذ جاء اولا تكرارا ١٥ مرة وبنسبة ٣٦,٥٨٪ ومساحة ٧٩٢ م^٢ وبنسبة ٣٥,٨٧٪ وتساويا الكاريكاتير المحلي والعالمي بالتكرارات ١٣ مرة وبنسبة ٣١,٧١٪ بينما اختلفا في المساحة لمصلحة الكاريكاتير المحلي بمساحة بلغت ٧٢٠ م^٢ وبنسبة ٣٢,٦١٪ يليه ثالثا الكاريكاتير العالمي بمساحة ٦٩٦ م^٢ وبنسبة ٣١,٥٢٪. واعتمدت الجريدة على رسامي من الجريدة للكاريكاتير المحلي، في حين كان الكاريكاتير العربي والعالمي مأخوذاً من من مواقع الانترنت والمواقع الرياضية العربية والعالمية.

الفن الصحفي الاكثر تغطية في التكرارات والمساحة في جريدة «مونديال» ؟

جدول رقم "٧" يبين التكرارات والمساحة للفنون الصحفية المستخدمة لتغطية كأس العالم

ت	الفنون الصحفية	المجموع	
		ت	م
١	الخبر	٨٦٩	١٢٥١٨١
٢	التقرير	١٩٧	١٣٦٥١٥
٣	العمود الصحفي	١٥٧	٣٥٨١٠
٤	التحقيق	١٤٠	١٠١٦٢١
		٦١,١٥ %	٣٠,٢٢ %
		١٣,٨٦ %	٣٢,٩٦ %
		١١,٠٥ %	٨,٦٤ %
		٩,٨٥ %	٢٤,٥٣ %

5	الكاريكاتير	٤١	٢,٨٩	٢٢٠٨	٠,٥٣
6	الحديث	١٧	1.2	12905	٣,١٢
	المجموع	1421	100%	414240	100%

بعد ان تم تحليل الفنون الصحفية مستقلاً ، قام الباحث بالتحليل النهائي لها والتي اشارت في ضوء الجدول رقم «٧» الى أنّ اكثر الفنون الصحفية استخداما في جريدة «مونديال» من ناحية التكرارات هو الخبر بتكرار ٨٦٩ مرة وبنسبة ٦١,١٥٪ وجاء التقرير ثانيا بتكرار بلغ ١٩٧ مرة وبنسبة ١٣,٨٦٪ ووقف العمود الصحفي ثالثا بتكرار ١٥٧ مرة وبنسبة ١١,٠٥٪ يليه فن التحقيق الصحفي والكاريكاتير واخيرا الحديث الصحفي وبلغ المجموع الكلي للتكرارات ١٤٢١ مرة.

ويكشف الجدول انه كان هناك اختلاف كبير من ناحية المساحة بالنسبة لإشغالها من الفنون الصحفية عن التكرارات فقد جاء التقرير اولا مساحة بلغت ٢٣٦٥١٥ سم^٢ وبنسبة ٣٢,٩٦٪ واتى الخبر ثانيا بمساحة ٢٥١٨١ سم^٢ وبنسبة ٣٠,٢٢٪ وجاء التحقيق الصحفي ثالثا بمساحة مقدارها ١٠٦٢١ سم^٢ وبنسبة ٢٤,٥٣٪ والعمود الصحفي رابعا والحديث الصحفي خامسا، واحتل الكاريكاتير الترتيب الاخير . وبلغ مجموع المساحة الكلية ٤١٤٢٤٠ سم^٢.

ونستنتج ان المطبوع اعتمد في الأغلب على الخبر الصحفي الذي كان الأكثر استخداما وهذا ناتج عن مواكبة الصحيفة للأحداث بنشرها لنتائج المباريات مع الصور بعد انتهاءها وفي وقت متأخر من الليل ونشرها في اليوم التالي بالرغم من الظروف المحيطة بالبلد وخصوصا الجانب الأمني ، كما انها سايرت وصف المباريات وتحليلها من خلال التقرير الصحفي سواء المأخوذ من الوكالات او من خلال قراءة تحليلية من محرريها الذي جاء ثانيا .

وتميزت الجريدة بكثرة الاعمدة الصحفية اذ كانت نسبة ما ينشر ٦ اعمدة في اليوم الواحد اي نصف الصفحات المنشورة البالغة ١٢ صفحة ، لكن الامر اختلف من ناحية المساحة في الجريدة التي شغل فيها التقرير الصحفي النسبة الاكبر وبفارق بسيط عن الاخبار فالمعروف ان التقرير يأخذ مساحة اكبر وهو ما لوحظ في الجريدة التي كانت تخصص صفحة كاملة للتقرير عن مباريات البطولة، والامر نفسه ينطبق على التحقيق الصحفي الذي يخصص له في بعض الاحيان نصف صفحة للتحقيق الواحد .

ونستنتج ان الجريدة لم تهمل ولم تبتعد عن الشأن المحلي او العربي او العالمي للإحداث الرياضية الأخرى المهمة بمختلف الالعاب الرياضية بالرغم من انها خصصت صفحاتها لنهائيات كأس العالم. وشكلت نسبة الفنون الصحفية في الجريدة لتغطيتها لنهائيات كأس العالم أهمية كبيرة

بلغت ٩٠,٣% قياساً بالفنون الأخرى غير الخاصة بالمونديال وكانت نسبتها ٩,٧% .

وكانت الجريدة قد خصصت أبواباً ثابتة على مدى أيام تغطيتها لنهائيات كأس العالم من ضمنها برنامج التسلية وهي : كلمات متقاطعة التي تضمنت معلومات عن البطولة ونجومها السابقين والحاليين ولم تدخل ضمن الجداول فقد نشرت ٢٧ يوماً وبمساحة ٣٩٢٠ م٢ فضلاً عن باب الأبراج تحت مسمى «انت والنجوم» التي تكررت ٢٦ مرة والمساحة ٢٣٩٨٨٠ م٢، كما قامت الجريدة بنشر الإعلانات التي كانت على الأغلب ثلاثة إعلانات في اليوم الواحد وبقياسات مختلفة في ثلاث صفحات التي كانت جميعها لصاحب شركة علاء التي يملكها رئيس مجلس الإدارة في الجريدة .

وأفردت الجريدة حيزاً للإحصائيات عن المباريات التي تقام ونتائجها التي بلغت ٥٩ مرة ومساحة ١٤١٩٩ زائداً باب الذكريات القديمة التي تشمل ذكريات نهائيات كأس العالم منذ انطلاقتها حتى آخر بطولة .

المصادر التي تعتمد عليها الجريدة للحصول على تغطية جيدة ؟

جدول رقم «٩» يبين التكرارات والنسب المئوية لمصادر الموضوعات الرياضية المنشورة

ت	المصادر	التكرارات	النسبة %
1	من دون مصدر	572	47.95
2	صحف ومجلات	226	18.94
3	محرر	136	11.4
4	مراسل	80	6.71
5	مواقع انترنت	46	3.86
6	قنوات فضائية	45	3.77
7	هيئة تحرير	37	3.1
8	وكالات	16	1.34
9	كتاب خارجيين	10	0.84
10	اذاعات	9	0.75
11	اتحاد الصحافة الرياضية	8	0.67
12	اندية واتحادات	8	0.67
	المجموع	1193	100%

يشير الجدول اعلاه الى أنّ فئة من دون مصدر قد حازت على الترتيب الأول بتكرار ٥٧٢ وبنسبة ٤٧,٩٥% وجاءت فئة صحف ومجلات ثانياً بتكرار ٢٢٦ وبنسبة ١٨,٩٤% ، وفئة المحررين ثالثاً

بتكرار ١٣٦ مرة وبنسبة ١١,٤% ثم رابعاً مصدر مراسل بتكرار ٨٠ موزعة على مراسلين محليين بتكرار ٥٤ وخارجي ٢٦ وبنسبة ٦,٧١% وخامساً جاء مواقع الانترنت وسادساً القنوات الفضائية يليه مصدر هيئة التحرير.

ونستنتج ما تقدم أنّ هناك تبايناً كبيراً بين مصادر الموضوعات الرياضية التي وردت في الجريدة التي استعانت بمصادر عديدة لنشر الاخبار والفعاليات الخاصة بالبطولة واعتمدت على المواقع الرياضية التي تصدر باللغة العربية والعالمية عبر شبكة الانترنت لكون البطولة عالمية كما اعتمدت بنسبة اقل على ملاك الجريدة «المراسلين والمحرفين وهيئة التحرير» في استقاء الاخبار والموضوعات الرياضية فضلاً عن القنوات الفضائية وبرزها قناة الجزيرة الرياضية التي خصصت موقعا خاصا بالحدث .

كيف استثمرت الصورة الصحفية المستخدمة في التغطية ؟

قام الباحث اولاً بتقسيم انواع الصور ومن ثم تحليلها مجتمعة .

الصور الشخصية

جدول رقم "١٠" يبين التكرارات والمساحة والنسب المئوية للصور الشخصية

ت	الصور الشخصية	المجموع الكلي		
		ت	%	م
1	محلية	671	49.48	23427
2	عالمية	669	49.34	51255
3	عربية	16	1.18	1413
	المجموع	1356	100%	76095

تشير بيانات الجدول "١٠" عن استخدام الصور الشخصية في الجريدة الى أنّ هناك تنافساً ما بين الصورة المحلية ° والعالمية وكان الفارق ضئيلاً جداً هو صورتان من ناحية التكرارات لمصلحة الصورة المحلية التي حازت على الترتيب الاول بتكرار بلغ ٦٧١ وبنسبة ٤٩,٤٨% وهذا يعود الى ان الجريدة كانت تنشر في التحقيق الواحد الصور لمن تجري معهم حديثاً لكن الامر اختلف في المساحة اذ جاءت ثانياً ٢٣٤٢٧ م وبنسبة ٣٠,٧٨% لتكون الحيازة الاكبر لمصلحة الصورة العالمية اذ شغلت ٥١٢٥٥ م وبنسبة ٦٧,٣٦% وهذا ناتج من تكبير الصور الشخصية للاعبين لاسيما المشهورين، الا انها جاءت ثانياً بالتكرارات ٦٦٩ مرة وبنسبة ٤٩,٣٤% . ولم يطرأ أي *٥ وهي الصورة المحلية التي تنشر في مواضيع عن كأس العالم .

تغيير على الصورة العربية التي اتت اخيرا بتكرار ١٦ مرة وبنسبة ١,١٨٪ ومساحة ١٤١٣ وبنسبة ١,٨٦٪ .

الصورة الجماعية

جدول رقم "١١" يبين التكرارات والمساحة والنسب المئوية للصورة الجماعية

المجموع الكلي				الصورة الجماعية	ت
%	م	%	ت		
91.87	31353	92.47	270	عالمية	1
6.46	2206	5.82	١٧	محلية	2
1.67	570	1.71	5	عربية	3
100%	34129	100%	292	المجموع	

يظهر الجدول رقم "١١" ان الصور الجماعية في الجريدة شهدت حضورا قويا للصور العالمية التي جاءت اولا بتكرار ٢٧٠ مرة وبنسبة ٩٢,٤٧٪ وايضا المساحة ٣١٣٥٣ م^٢ وبنسبة ٩١,٨٧٪ وهذا متاثر من كون اغلب المنتخبات العالمية المشاركة يصل عددها الى ٣١ منتخبا التي تتكرر صورها في كل تقرير، وجاءت الصور المحلية ثانيا بتكرار ١٧ مرة وبنسبة ٥,٨٢٪ ومساحة ٢٢٠٦ وبنسبة ٦,٤٦٪، بينما سجلت الصور العربية رقما متدنيا في التكرارات بـ ٥ مرات وبنسبة ١,٧١٪ ومساحة ٥٧٠ م^٢ وبنسبة ١,٦٧٪ وهذا متوقع نتيجة وجود منتخب عربي واحد الذي تكررت صورته في مبارياته الثلاث التي خاضها.

الصورة العامة

جدول رقم "١٢" يبين التكرارات والمساحة للصورة العامة

المجموع الكلي				الصورة العامة	ت
%	م	%	ت		
88.5	31020	85.98	276	عالمية	1
7.39	2590	9.35	30	عربية	2
4.11	1441	4.67	15	محلية	3
100%	35051	100%	321	المجموع	

يكشف الجدول رقم "١٢" ان الامر لم يختلف في الصور العامة في الجريدة بالنسبة للصور العالمية التي كانت في الصدارة تكرارا ومساحة اذ تكررت ٢٧٦ مرة وبنسبة ٨٥,٩٨% وشغلت مساحة ٣١٠٢٠م^٢ وبنسبة ٨٨,٥%، بينما تغير الحال ما في التنافس بين الصور المحلية والعربية اذ جاءت الصور العربية ثانيا بتكرار ٣٠ مرة وبنسبة ٩,٣٥% ومساحة ٢٥٩٠ وبنسبة ٧,٣٩%، ووقفت الصور المحلية ثالثا في التكرارات بـ ١٥ مرات وبنسبة ٤,٦٧% ومساحة ٢٣١٤٤١م^٢ وبنسبة ٤,١١% .

الصورة الصحفية المستخدمة التي احتلت الصدارة من ناحيتي التكرار والمساحة

جدول رقم "١٣" يبين التكرارات والمساحة للصور الخاصة بنهائيات كأس العالم

ت	الصور	المجموع الكلي	
		ت	%
1	الشخصية	1356	64.73
2	العامة	321	15.32
3	الجماعية	292	13.94
4	مباريات	126	٦,٠١
	المجموع	2095	100%
		76095	47.91
		35051	22.07
		34129	21.5
		13534	٨,٥٢
		158809	100%

تشير البيانات في الجدول رقم «١٣» بشأن اشكال الصور التي استخدمتها جريدة «مونديال» الى أنه لا يوجد متغير ما بين التكرارات والمساحة للصور فقد حصلت الصور الشخصية على الترتيب الاول تكرارا ومساحة وبفارق كبير عن المضامين الأخرى اذ تكررت ١٣٥٦ وبنسبة ٦٤,٧٣% ومساحة ٢٣٧٦٠٩٥م^٢ وبنسبة ٤٧,٩١%، وجاءت الصورة العامة ثانيا بتكرار ٣٢١ مرة وبنسبة ١٥,٣٢% وشغلت المساحة ٣٥٠٥١م^٢ وبنسبة ٢٢,٠٧% واتت الصورة الجماعية ثالثا بتكرار ٢٩٢ مرة وبنسبة ١٣,٩٤% ومساحة ٣٤١٢٩م^٢ وبنسبة ٢١,٥%، واخيرا صور المباريات بتكرار ١٢٦ وبنسبة ٦,٠١% ومساحة ١٣٥٣٤م^٢ وبنسبة ٨,٥٢% .

ويلاحظ ان الجريدة اعتمدت على الصورة الشخصية المرافقة للاخبار التي تشكل الاغلبية الاكبر من الفنون الصحفية سواء كان على الصعيدين المحلي او العالمي لان الصور الشخصية تكون جذابة للقراء، لكن هناك مسالة لم يتم الالتفات لها وهي وجود صور لاكثر من شخصية نفسها في العدد الواحد فيما يتعلق للصور المحلية .

ونستنتج من الجدول اعلاه ان الجريدة اعتمدت في الحصول على الصور الخاصة بكأس العالم وخصوصا الاجنبية التي كانت تحصل عليها من مصورها ومن الحدث بتواجد المصور العراقي كريم جعفر وأفردت لها زاوية تحت عنوان « تصوير مع الحدث » فضلا عن الصور من الوكالات والمواقع الالكترونية الرياضية التي تهتم بالصور وتقوم بنشر الصور بشكل سريع والمباريات قائمة

لكنها لا تضع علامة الوكالة على الصور ، اما بالنسبة للصور المحلية فيتم جلبها بالاعتماد على مصورها ومحريها . وتعد مساحة الصور واحدة من الاعتبارات التي تكسب الصورة اهمية لأنها تجذب اهتمام القراء نحو المادة المرافقة للصور .

التكرارات والمساحة للصور بشكل عام

جدول رقم "١٦" يبين التكرارات والمساحة والنسب المئوية للصور بشكل عام

المجموع الكلي				الصور	ت
%	م	%	ت		
٩٤,٣٤	158809	94.75	2095	صور خاصة بكاس العالم	1
5.66	9520	5.25	116	صور بعيدا عن كاس العالم	٢
100%	168329	100%	٢٢١١	المجموع	

يبين الجدول اعلاه ان الجريدة اعتمدت بشكل كبير على الصور الخاصة بالحدث الرياضي الكبير تكرارا ومساحة اذ تكررت ٢٠٩٥ مرة من بين المجموع الكلي ٢٢١١ مرة وبنسبة عالية ٩٤,٧٥% وشغلت المساحة ٢٣١٥٨٨٠٩ سم من مجموع المساحة الكلية ١٦٨٣٢٩ وبنسبة كبيرة ٩٤,٣٤% وهذا متوقع لان الجريدة خصصت للبطولة ، في حين الامر يختلف في الصور التي لا تتعلق باحداث نهائيات كاس العالم اذ تكررت ١١٦ مرة وكانت الأغلبية للصور المحلية بـ ١١٠ صور ثم العالمية ٥ صور والعربية صورة واحدة ، والامر نفسه للمساحة التي شغلت ٢٣٩٥٢٠ سم كانت الأغلبية فيها للصور المحلية ثم العالمية والعربية .

النتائج

إبرز النتائج التي توصل اليها البحث هي :

- ١- شكلت نسبة الفنون الصحفية في الجريدة بتغطيتها لبطولة كأس العالم كأهمية كبيرة بلغت نسبتها ٩٠,٣٪ قياساً بالفنون الأخرى غير الخاصة بالمونديال ونسبتها ٩,٧٪ .
- ٢- اعتمد المطبوع في الاغلب على الخبر من بين الفنون الصحفية الاخرى في الجريدة من ناحية التكرارات وهذا ناتج عن مواكبتها للأحداث.
- ٣- اهتمت الجريدة بالتحليل الرياضي للمباريات من خلال اعداد التقارير والتحقيقات والاحاديث الصحفية كما تميزت بتناولها لجميع الفنون الصحفية .
- ٤- غلبت على الصحيفة نشر الصور واحتلت الصور الخاصة بكأس العالم نسبة كبيرة من ناحيتي التكرارات ٩٤,٧٥٪ والمساحة بنسبة ٩٤,٣٤٪ قياساً بالصور التي ليس لها شان بالحدث العالمي.
- ٥- تكرار الاسماء والصور بالنسبة للشخصيات الرياضية واطراف لعبة كرة القدم في المواضيع بالعدد الواحد.

الاستنتاجات

من خلال النتائج التي توصل اليها البحث يمكن أن نستنتج:

- ١- ان الصحافة الرياضية العراقية تولي اهتماماً كبيراً للأحداث الرياضية الدولية الكبرى وخصوصاً بطولة كأس العالم من خلال التغطية الصحفية التي تنعكس ايجاباً على مستوى الكرة المحلية
- ٢- ان الجريدة جعلت القارى الرياضي العراقي في قلب الحدث بتغطيتها للبطولة ومجرياتها فضلاً عن البحث عن الاخبار المثيرة خارج اسوارها والتي لها علاقة بالجانب الاجتماعي للاعبين.
- ٣- على الرغم من عدم مشاركة المنتخب العراقي في البطولة الا ان الصحيفة اهتمت بمشاركة المنتخبات العراقية في بطولة كأس العالم في ١٩٨٦ والتصفيات للبطولات السابقة .
- ٤- ان تنوع كتاب الأعمدة من إعلاميين وأدباء وصحفيين ومن العنصر النسوي عن أحداث البطولة ادى الى تناول تغطية كل المجالات والميادين .
- ٥- ان هناك تبايناً كبيراً بين مصادر الموضوعات الرياضية التي وردت في الجريدة على الرغم من ان الاغلبية كانت لفئة من دون مصدر.

الهوامش

1. فؤاد شاكر ، حصاد القرن العشرين - الالعاب الرياضية ، القاهرة : الدار المصرية اللبنانية ، 2004 ، ص199 .
2. جريدة السفير اللبنانية على موقع شبكة الانترنت في 5/6/2006 .
3. بركات عبد العزيز منهج البحث الإعلامي : الأصول النظرية ومهارات التطبيق ، القاهرة : دار الكتاب الحديث ، 2011 ، ص 67 .
4. محمود خليل ، أساليب البحث العلمي في الصحافة والاعلام ، عمان : دار الصحف للنشر ، 2013 ، ص84 .
5. هادي عبدالله ، الفنون التلفزيونية في تغطية الاحداث الرياضية الكبرى تغطية الجزيرة الرياضية للدورة الآسيوية الخامسة عشرة نموذجاً ، اطروحة دكتوراه في جامعة بغداد -/ كلية الاعلام ، 2007 .
6. عبد الرزاق علي الهيتي ، الصحافة المتخصصة، عمان : دار اسامة للنشر والتوزيع ، 2010 ، ص210 .
7. ياسين فضل ياسين ، الاعلام الرياضي ، عمان : دار اسامة للنشر والتوزيع 2010 ، ص95 .
8. عيسى الهادي ، دراسات في الاعلام الرياضي التربوي ، القاهرة : دار الكتاب الحديث ، 2012 ، ص 15 .
9. ضياء عبد الرزاق حسن ، الاعلام الرياضي ودوره في الواقع الرياضي ، بحوث المؤتمر العربي الرياضي العام الاول المغرب - الرباط ، 1979 ، ص 190 .
10. هادي عبدالله ،الاتصال الرياضي من جدران الكهوف الى الاقمار الصناعية، بغداد : شركة الانس ، ٢٠٠٩ ، ص ٨٦ .
11. اديب حضور ، الاعلام المتخصص ، المكتبة الاعلامية ، 2003 ، ص208 .
12. عيسى الهادي ،دراسات في الاعلام الرياضي التربوي، م.س.ذ ، ص 21 .
13. اديب حضور ، الاعلام المتخصص ،م.س.ذ ، ص 193 .
14. احمد زين الدين ، التحرير الصحفي دليل عملي ، بيروت : دار النهضة العربية ، ط2 ، 2012 ، ص140 .
15. حسنين شفيق ، الصحافة المتخصصة المطبوعة والالكترونية ، مصر : دار النهضة، ج1 ، 2006 ، ص74. انظر : محمد الحفناوي، بدايات الفن الصحفي، مصر : دار العلم والايمان للنشر والتوزيع ، 2014 ، ص125 .
16. ديفيد روي ، الرياضة والثقافة ووسائل الاعلام - الثالوث الصعب ، ترجمة هدى فؤاد،

- القاهرة : مجموعة النبل العربية، 2006 ، ص 297 .
17. ياسين فضل ياسين ، الاعلام الرياضي ، م.س.ذ ، ص 208.
18. عبد الرزاق علي الهيتي ، الصحافة المتخصصة ، م.س.ذ ، ص 212 .
19. هادي عبدالله ، فنون الاعلام الرياضي ، بغداد : شركة الانس للطباعة والنشر ، 2010، ص 15.
20. ديفيد روي ، الرياضة والثقافة ووسائل الاعلام - الثالث الصعب ، م.س.ذ ، ص 288.
21. مجلة العربي الكويتية ، العدد 571 ، يونيو / حزيران 2006.
22. مجلة الكشاف العراقي ، العدد 3 آب 1924 .
23. جريدة الانباء ، العدد الثاني . 10 تموز 1954 .
24. جريدة الزمان الرياضي ، العدد 723 ، 10 تموز 2006 .
25. جريدة الرياضي الجديد – العدد 371 ، 22 حزيران 2006 .
26. جريدة الملاعب الرياضية ، العدد 255 ، 12 حزيران 2006 .
27. ملحق جريدة المدى الرياضي اليومي " المونديال " العدد الاول – 8 حزيران 2006.
28. ملحق المشرق الرياضي " ملحق مجاني خاص عن بمونديال المانيا ، العدد 730 ، 2 تموز 2006 .
29. ملحق الاتحاد الرياضي، العدد 4 ، 10/6/2006 .
30. جريدة الملاعب ، العدد 1172 ، 13 حزيران 2010 .
31. عمار طاهر محمد ، الصحافة المتخصصة / الصحافة الرياضية في العراق – نشاتها وتطورها ، رسالة ماجستير مقدمة الى كلية الاداب – جامعة بغداد ، 1996 ، ص 224 .
- انظر : جريدة " صوت العرب " العدد 268 ، 18 حزيران 1966 .
32. خالد جاسم ، حقائق واسرار وخفايا في الصحافة العراقية ، بغداد : شركة الانس للطباعة والنشر ، ج 1 ، 2015، ص 79.
33. جريدة الزمان الرياضي ، العدد 716 ، 2 تموز 2006 .
34. مقابلة مع الصحفي الرياضي مؤنس عبدالله احد الصحفيين الذين تواجدوا في مونديال 2006
35. مقابلة مع رئيس تحرير جريدة " مونديال " علي رياح في 16/11/2014
36. مقابلة مع مدير تحرير جريدة « مونديال » عدنان لفته في 8/13/2014 .
37. د.عبد الرزاق علي الهيتي ، الصحافة المتخصصة ، م.س.ذ ، ص 208 .
38. مقابلة مع سكرتير تحرير جريدة " مونديال " محمد حنون الجزائري 25/10/2014 في ٢٤/١١/٢٠١٤ .

التطبيقات الاتصالية في المواقع الالكترونية للأحزاب السياسية العراقية ودورها في إتاحة فرص المشاركة السياسية

م. حسين اسماعيل حداد

جامعة ذي قار/ كلية الاعلام

مستخلص البحث

تتناول الدراسة الحالية المواقع الالكترونية للأحزاب السياسية العراقية على شبكة الانترنت للتعرف على فاعليتها في توفير التطبيقات الاتصالية التي تساعد جمهور المستخدمين على المشاركة وإبداء الرأي والتعبير عن مواقفهم وجوانب اخرى تعكس مدى توظيفها لأدوات التكنولوجيا الحديثة في إتاحة فرص المشاركة السياسية والديمقراطية، لاسيما وان الانترنت اصبحت اداة فعالة للاتصال السياسي للأحزاب السياسية. وشملت عينة البحث ثمانية احزاب سياسية عراقية تم اختيارها وفق العينة القصدية. وخلصت نتائج البحث الى ان الاحزاب السياسية العراقية لم توظف الانماط الاتصالية التفاعلية على النحو الذي يعكس اهتمامها بالتواصل مع الجمهور وإتاحة فرص مشاركته والتعرف على اتجاهاته عبر مواقعها الالكترونية، كما انها كانت ذات وظيفة اعلامية احادية الاتجاه اكثر منها وظيفة تواصلية تفاعلية مع المستخدم.

Communication Applications In The Iraqi Political Parties Websites And Their Role In Providing Opportunities For Political Participation

Hussein Ismail Haddad

University of ThiQar / collage of media

Abstract

The present study deals with the websites of Iraqi political parties on the internet to identify the effectiveness in providing communicative applications that help audience to participate, express their opinions, their positions, and other aspects reflecting the extent of employing modern technological tools to allow opportunities for political, and democratic participation since the internet has become an effective tool for political communications of political parties. The research sample includes eight political parties. The research concludes that the Iraqi political parties do not employ interactive communication patterns to reflect their interests in communicating with the public, providing opportunities for their participation and recognizing their attitudes through their websites. These websites serves as media function of one way rather than as an interactive communicative function with the users.

مقدمة

وفرت التطورات الحديثة في تكنولوجيا الاتصال والمعلومات مساحة واسعة من التواصل والتفاعل بين الأفراد وبات العالم أشبه بشبكة رقمية معقدة تتفاعل خلالها الأطراف الاتصالية أيا كانت وتتبادل فيها شتى مضامين الاتصال والمعلومات والمعرفة وتتجلى في فضاءها اللامحدود كل التفاعلات الاتصالية التي تشمل مجالات الحياة الإنسانية والثقافية والسياسية والاجتماعية وغير ذلك. ولا يخفى أن البنى التحتية لتكنولوجيا الاتصال أصبحت ركيزة أساسية في بناء أي مجتمع ومظهرا من مظاهر تطوره ورقيه ودلالة على مواكبة العصر في كل تجلياته، وبانت انعكاسات ذلك خلال العقدین الأخيرین على مستويات عديدة، منها المستوى السياسي الذي دفع بالدول والحكومات إلى الحرص على خلق بيئة تفاعلية مع المواطنين من خلال تلك المستحدثات التكنولوجية.

وتمثل الأحزاب السياسية عنصرا مهما في بناء الديمقراطية وقناة وسطية توفر فرص التفاعل بين القاعدة والهرم السياسي في عملية بناء المنظومة السياسية المجتمعية، إذ تمثل علاقة تلك الأحزاب مع الجمهور بحد ذاتها هدفا في إطار المصلحة العليا، ولذلك فإن توظيف تكنولوجيا الاتصال الحديثة من قبل الأحزاب السياسية في عملية تنشيط مثل هذه العلاقة التي توفر فرص المشاركة المجتمعية في صنع القرارات ورسم السياسات سواء للحزب ذاته أو المنحى العام للنظام السياسي أو تكون منبرا لإرادات الجمهور وآرائه ومقترحاته، بات أمرا مهما في سياسة أي حزب، وضرورة أيديولوجية نحو تحقيق أهدافه وبرامجه.

ومن هذا المنطلق أصبحت المواقع الالكترونية للأحزاب السياسية في العالم أداة مهمة في الاتصال السياسي ومجالا لتحقيق أوجه المشاركة الديمقراطية والسياسية في إطار العلاقة بين الحزب وجمهوره.

وتنطلق الدراسة الحالية من هذه الرؤية التي يمكن أن تتيح التعرف على جوانب الاستفادة من التكنولوجيا الاتصالية وتطبيقاتها التفاعلية في عملية البناء السياسي والوعي السياسي داخل المجتمع، لاسيما على مستوى فاعلية الاتصال بين الحزب وجمهوره ومدى توفيره أو تسهيله لأدوات التواصل التي تقود إلى تبني مبدأ الشراكة السياسية مع المواطنين والتي تمثل جانبا مهما من الديمقراطية. وتتناول الدراسة الحالية المواقع الالكترونية للأحزاب السياسية العراقية في مقارنة تحليلية لأوجه تبنيها للتطبيقات التكنولوجية على النحو الذي يعكس أهمية دورها في تحقيق المشاركة السياسية من قبل المواطنين، وإمكانية توفر السمات التفاعلية التي تدفع بهذا الاتجاه التواصلي الذي أصبح طابعا لنشاط الأحزاب السياسية في العالم منذ ظهور الانترنت في تسعينيات القرن الماضي.

المبحث الاول: الاطار المنهجي للبحثاولا: مشكلة البحث:

يمكن صياغة مشكلة البحث في ضوء الخصائص الاتصالية التي تتيحها بيئة الانترنت وإمكانية الاستفادة منها وتوظيفها في فاعلية الاتصال السياسي من قبل المواقع الالكترونية للأحزاب السياسية العراقية وانعكاسها على مشاركة الجمهور في التعبير عن قراراته وإرادته عبر الخيارات التواصلية التي تتيحها تكنولوجيا الاتصال والإعلام الحديثة، وعليه فان المشكلة البحثية تكمن صياغتها في ضوء السؤال التالي : ما مدى توفر التطبيقات الاتصالية الحديثة على المواقع الالكترونية للأحزاب السياسية العراقية وكيف يعكس ذلك قدرتها على توفير خصائص المشاركة السياسية من قبل الجمهور؟ ويتفرع عن ذلك سؤالان فرعيان، هما:

- ما الأدوات الاتصالية التفاعلية التي توفرها مواقع الأحزاب السياسية العراقية والتي تتيح إمكانية التواصل مع المتلقي ؟.

- كيف توظف مواقع الأحزاب السياسية الالكترونية التطبيقات الاتصالية التفاعلية بشكل يتيح المشاركة السياسية الديمقراطية من قبل الجمهور التي تعبر عن تطلعاته؟.

ثانيا: أهداف البحثيسعى البحث إلى معرفة الأهداف التالية:

- فاعلية الاتصال السياسي للمواقع الالكترونية للأحزاب السياسية العراقية من خلال توفر الأدوات الاتصالية التي تتيح للمتلقي المشاركة والتواصل مع الجمهور.
- مدى اهتمام الأحزاب بالمشاركة السياسية من الجمهور.
- مدى استفادة الأحزاب السياسية العراقية لتكنولوجيا الاتصال وتوظيفها في خدمة برامجها.

ثالثا: أهمية البحث

لاشك في أن توظيف أدوات التواصل التي تتيحها التكنولوجيات الاتصالية الحديثة من الأحزاب السياسية ينعكس إيجابا على علاقتها بالجمهور وتفعيل أنماط المشاركة الديمقراطية والسياسية وعلى دورها في تنمية الاتصال السياسي بكافة أبعاده والوعي السياسي بشكل عام، فضلا عن تحقيق أهدافها وسياستها في المجتمع. لذلك فان دراسة مثل هذه النقاط يشكل أهمية من ناحية تسليط الضوء على مجالات التوظيف السياسي للتقنيات الحديثة وانعكاسات ذلك

على توفير فرص المشاركة الديمقراطية، لاسيما في مجتمع لازالت الديمقراطية وتجربة التعددية الحزبية ناشئة لم يمض عليها إلا عقد ونيف. كما أن الدراسة بمحدود علم الباحث تعدد الأولى من نوعها في مجال العلاقة بين الأحزاب السياسية والتكنولوجيا الحديثة والمشاركة الديمقراطية، وبناء على ذلك فإنها قد تعطي مؤشرا للأحزاب السياسية على أهمية التكنولوجيا الاتصالية التفاعلية مع الجمهور وإتاحة المشاركة من قبل المواطنين في رسم السياسات الحزبية وتعزيز قيم التواصل مع الجمهور.

رابعاً: منهجية البحث وأدواته

تنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية التي "تمنح الباحث القدرة على تصوير خصائص ظاهرة معينة يقوم بدراستها وتقديم معلومات عنها وتحليلها وتقييمها"⁽¹⁾ وتم استخدام منهج المسح الذي يعد من أهم المناهج المستخدمة في هذا النوع من الدراسات وأكثرها شيوعاً⁽²⁾. لغرض مسح خصائص الظاهرة المتمثلة بالأدوات الاتصالية والتكنولوجية الحديثة التي تستخدمها الأحزاب السياسية على مواقعها على الانترنت، وفي إطار هذا المنهج تم استخدام أداة تحليل المضمون في رصد الخصائص الاتصالية المتوفرة على مواقع الأحزاب السياسية العراقية على الانترنت. وتم تصميم استمارة تحليل المضمون لتضم الفئات الرئيسة وفق ما سيتم بيانه لاحقاً، أما وحدة التحليل فقد تم استخدام الصفحة الرئيسية للموقع كوحدة تحليل باعتبارها تضم جميع العناصر التي تعبر عن التواصل والمشاركة التفاعلية في اغلب المواقع الالكترونية.

خامساً: المقياس المستخدم في تحديد الفئات الرئيسة

تم اعتماد مقياس أخذت به دراسات سابقة في مجال الاستدلال على مدى توظيف التكنولوجيا الاتصالية في مواقع الأحزاب السياسية على الانترنت والخصائص التي تتيح مشاركة المتلقي وتجسيد دورها الديمقراطي، ويتألف المقياس الذي أعده كل من راتشيل جبسون وستيفن وورد⁽³⁾ من خمس فئات رئيسة تمثل الوظائف التفاعلية لمواقع الأحزاب السياسية على الويب، مع فئات فرعية تقيس خصائص هذه المواقع، إذ يتم التركيز من خلال هذا المقياس على الناحية الوظيفية للموقع الالكتروني من جهة وفاعليتها الاتصالية في تحقيق هذه الوظائف من جهة أخرى. والفئات التي تضمنها المقياس هي (توفير المعلومات information provision، الحملات الدعائية للحزب campaigning، وشبكات الاتصال لدى الحزب networking، ومصادر التمويل general sources والمشاركة من قبل المستخدم user participation). وضمت هذه الفئات ٥٠ معياراً أو فئة فرعية لقياس وجودها من عدمه، إذ تم اعتماد التحليل الكمي وفق توفر الفئة الذي يساوي (١) أو عدم توفرها الذي يساوي (صفر).

ولأغراض الدراسة الحالية تم استبعاد فئة واحدة تتعلق بمصادر التمويل لصعوبة التحقق من ذلك في ضوء طبيعة التعيم على مثل هذا الجانب عادة، فضلا عن تحديد واختيار الفئات الفرعية المناسبة لطبيعة الواقع السياسي والحزبي في العراق في قياس الفئات الرئيسية (٢٧ فئة فرعية) في المجموع العام. كما تم إضافة فئة فرعية لفئة (مشاركة المستخدمين) وجدها الباحث مفيدة في التعرف على عنصر رجوع الصدى في إطار علاقة الحزب مع المستخدمين وهي فئة (استجابة الحزب لرسائل المستخدمين *parties' responsiveness to email*) إذ اعتمدها إحدى الدراسات المتعلقة بمواقع الأحزاب السياسية الالكترونية^(٤). حيث تم إرسال رسالتين من خلال حساب خيالي إلى كل حزب من عينة البحث يتضمنان سؤالاً حول إمكانية المشاركة في نشاطات الحزب وذلك لغرض التعرف على مدى اهتمام الحزب وإدارة الموقع بالرد على المستخدم وتلبية حاجاته في إطار المشاركة السياسية والديمقراطية. وهو الأسلوب ذاته الذي اعتمدهت الدراسة المذكورة.

وتضمنت استمارة التحليل الفئات الآتية:

١- الدعاية للحزب *campaigning* وهي استخدام الحزب لموقعه الالكتروني لعرض أنشطة دعائية عبر توظيف التطبيقات الاتصالية المختلفة والمالتميديا وعلى النحو الذي يعكس نشاطاته وسياسته وممارساته بشكل هادف ومخطط له. وقد ضمت هذه الفئة الرئيسية في الدراسة الحالية ستة معايير أو فئات فرعية وهي (الانضمام للحزب/ تسجيل الأعضاء/ مدونات خاصة بالأعضاء/ نشاطات الحزب/ إرسال مواد خاصة بالحزب عبر وسائل التواصل الاجتماعي/ استخدام المالتميديا صوت و فيديو وصور لعرض برامج الحزب).

٢- توفير المعلومات *information provision* استخدام الموقع الالكتروني لنمط الاتصال الهابط، أي من الهرم إلى القاعدة في نشر المعلومات عن الحزب وهي تشير إلى المعلومات المرتبطة بالحزب مثل تاريخه أو نشأته أو سيرة أعضاءه وبرنامج الحزب وغير ذلك، ومعلومات تتعلق بتوفير الموقع للأخبار والأحداث الجارية مثل النشرات الإخبارية ولغات الموقع وغير ذلك، وضمت هذه الفئة ضمن هذه الدراسة الحالية ثمان فئات فرعية وهي (نبذة عن الحزب/ الأخبار الجارية/ الأرشيف/ عدد اللغات/ محرك بحث داخل الموقع/ نشرات إخبارية/ خدمة RSS/ التحديث اليومي).

٣- مشاركة المستخدمين *User participation* استخدام الحزب في موقعه الالكتروني أدوات اتصالية تفاعلية تتيح مشاركة الأفراد والإدلاء بأرائهم وتعليقاتهم ومقترحاتهم بشأن سياسة الحزب أو الأمور العامة والتي من شأنها أن تعكس مشاركتهم السياسية وتشمل هذه الفئة الرئيسية سبع فئات فرعية وهي (الاتصال بالحزب عن طريق الايميل/ الاتصال بأعضاء الحزب/ تقديم طلبات أو عرائض موقعة من قبل الأفراد تتضمن التماسات أو شكاوي أو مساعدة وغير ذلك/

توفير تعليقات المستخدمين على مضامين الموقع/استطلاعات الرأي/ منتديات النقاش/إشراك المستخدمين في صناعة المحتوى).

٤- شبكات الاتصال او الاتصال الشبكي Networking وهي استخدام الحزب لأدوات الاتصال الشبكي مثل الروابط links مع جهات داخل الحزب أو خارجه أو مواقع حكومية وحزبية ومدنية أخرى، وهي تعكس مدى اهتمام الحزب بتنشيط أدوات التشارك للمستخدم مع مواقع الكترونية أخرى مرتبطة به أو لا، وضمت هذه الفئة ست فئات فرعية وهي (روابط لأعضاء الحزب/روابط لمواقع الحزب الفرعية داخل المحافظات أو خارج العراق/روابط لمواقع أحزاب أخرى/روابط لمؤسسات علمية أو مدنية أو ثقافية/روابط لمواقع التواصل الاجتماعي/روابط لمؤسسات حكومية).

سادسا: تحديد عينة البحث:

يمثل مجتمع البحث جميع المواقع الالكترونية للأحزاب السياسية العراقية الممثلة في البرلمان أو التي خارج البرلمان وتمارس العمل السياسي وتعلن عن نفسها على أنها حزبا أو كيانا أو كتلة أو تيارا وتسميات أخرى أوجدتها لنفسها في خضم التنافس الانتخابي خلال السنوات الماضية. وتجدر الإشارة إلى إن هناك الكثير من القوى السياسية التي لا تطلق على نفسها تسمية الحزب رغم أنها تمارس العمل السياسي وتهدف الوصول إلى السلطة شأنها في ذلك شأن أي حزب سياسي، لتبتعد في ذلك عن فكرة التحزب والحالة الحزبية الضيقة بحسب اعتقادها^(٥). وقد بلغت الكيانات السياسية بشكل عام التي شاركت في الانتخابات الأخيرة في عام ٢٠١٤ (١٠٧) مابين حزب وكيان وائتلاف وغير ذلك^(٦). ولأغراض الدراسة الحالية تم اعتماد المواقع الالكترونية العائدة إلى أحزاب وكتل ذات اتجاهات سياسية متنوعة قدر الإمكان، فضلا عن اعتماد المواقع التي تتوفر فيها بعض المعايير التي تتعلق بمحتوى الموقع من حيث وجود تعريف بالحزب أو الكيان وبرنامجه السياسي ونشأته وهويته ونشاطاته وغير ذلك، ولذلك جاء اختيار المواقع الالكترونية للأحزاب وفق العينة القصدية ولفترة زمنية خلال شهر آب من عام ٢٠١٥ وبما يلي الاعتبارات أعلاه، وهنا لا بد من ذكر أن بعض الأحزاب والكتل أو الكيانات السياسية لا تعمل روابطها الالكترونية أو أن مجالها مغلق أو أنها تكتفي بصفحات على مواقع التواصل الاجتماعي دون أن يكون لها موقع خاص بها على الانترنت. وكانت طريقة اختيار العينة من خلال البحث في محرك كوكل باستخدام الكلمة المفتاحية التي هي عبارة عن اسم الحزب أو الكيان السياسي، وكذلك من خلال موقع دليل المواقع العراقية على الانترنت الذي يضم روابط للأحزاب والكتل السياسية العراقية.

سابعاً: الصدق والثبات:

الصدق هو مدى قدرة أداة البحث على قياس ما وضعت لقياسه^(٧)، وتم لهذا الغرض وبعد وضع التعريفات الخاصة بفئات التحليل الرئيسية والفرعية بشكل واضح ومحدد، عرض استمارة تحليل المضمون على مجموعة من أساتذة الإعلام المختصين^(٨) الذين ابدوا ملاحظاتهم على بعض الفئات التي تضمنتها وقد اخذ الباحث بالملاحظات في تحديد الفئات التي تم اختيارها وبما يحقق أهداف البحث. أما قياس ثبات أداة التحليل فقد تم استخدام أسلوب تحليل المحتوى مرتين، أي إعادة الاختبار لعينة من البحث بفارق زمني امدته اسبوعان، وتم حساب معامل الثبات باستخدام معادلة هولستي اعتماداً على نتائج عمليتي التحليل، حيث كان مجموع المفردات التي تم تحليلها ٢٨ مفردة. وكانت عدد الفئات التي تمثل نسبة الاتفاق عليها في التحليل الأول والثاني ٢٥، وبتطبيق المعادلة يكون: $2 \times 28 / 28 + 28 = 0.89$ وتعد هذه النسبة جيدة ويمكن الاعتماد عليها وتطبيقها في التحليل.

ثامناً: الدراسات السابقة :

تمثل الدراسات السابقة مرجعاً مهماً في تحديد النقاط التي يبدأ منها أو يغتني بها مسار البحث العلمي، وفي اطار موضوع الدراسة الحالية تمثل الدراسات التالية جانباً يمس موضوع الدراسة والتي استطاع الباحث الحصول عليها:

-دراسة حلمي محمود محمد بعنوان (توظيف مواقع الأحزاب السياسية العربية في نشر برامج الإصلاح السياسي عبر الإنترنت دراسة تحليلية)^(٩)، وكان هدف الدراسة رصد العلاقة بين حجم الأحزاب العربية (تمثيلها السياسي) ومدى استفادتها من التقدم في فنون الاتصال والتفاعل التي تتيحها الإنترنت وخلصت الدراسة إلى إن الأحزاب تباينت في طرح برامج الإصلاح على الإنترنت ولم تستفد من الإنترنت باعتباره وسيلة بديلة لوسائل الإعلام التقليدي تدعم الديمقراطية الفضائية.

-دراسة اسبجورن فولستاد Asbjorn Folstad (٢٠١١) بعنوان (دور الموقع الالكتروني للحزب السياسي: دروس من منظور المستخدم)^(١٠)، حاول من خلالها دراسة مواقع الأحزاب السياسية في ضوء المنظور الذي يقدمه مستخدمو تلك المواقع وكانت أبرز نتائج الدراسة أن المبحوثين ابدوا قدراً من الإيجابية في قدرة مواقع الأحزاب السياسية على توفير المعلومات التي تتعلق بالحزب والقضايا الجارية.

-دراسة ماثيو كونواي ودون دورنر Matthew Conway & Don Dorner (٢٠٠٤) بعنوان: تقييم فاعلية المواقع الالكترونية للأحزاب السياسية في نيوزيلندا^(١١). وحاولت الدراسة تقييم الخصائص

الاتصالية بين المستخدمين وتلك المواقع بالتركيز على وظائف الأحزاب التي تقوم بها من خلالها. وخلصت الدراسة إلى أن الأحزاب السياسية مهتمة بتقديم المعلومات وأنها لم تستثمر إمكانيات الانترنت بشكل فاعل.

-دراسة راتشيل جيبسون وستيفين وورد Gibson & Ward عام ٢٠٠٠ تحت عنوان (وظائف وفاعلية المواقع الحزبية ومواقع المرشحين)^(١٢)، تناولت هذه الدراسة تدفق المعلومات والاتصالات عبر مواقع الأحزاب وتوصلت إلى أن مواقع الأحزاب الالكترونية ومواقع المرشحين تتبني أحادية الاتصال السياسي من الصفوة إلى الجماهير.

-دراسة بيبي نورس Pippa Norris: ٢٠٠٣ الأحزاب السياسية على الإنترنت : التعددية والمشاركة(١٣)، وقامت الدراسة بتحليل ١٣٤ موقعا حزبيا بالتطبيق على ١٥ دولة من دول الاتحاد الأوربي لدراسة وظائف الأحزاب السياسية خلال عام ٢٠٠٠، وتوصلت الدراسة الى أن المواقع الحزبية تقوم بدور متميز في الاتصال السياسي، وأن الإنترنت ساعدت الأحزاب في التعبير عن برامجها بشكل أفضل مقارنة باستخدامها للوسائل التقليدية.

-دراسة كرسيتيان فاكري Cristian Vaccari: ٢٠٠٨ مواقع الأحزاب الإيطالية خلال انتخابات(٢٠٠٦)(١٤)، حللت هذه الدراسة ٢٧ موقعا حزبيا إيطاليا خلال انتخابات ٢٠٠٦ لفترة ثلاث أشهر من خلال ثلاث محاور هي: الاستعلام، وتوفير المعلومات، ومشاركة المستخدمين في الموقع وتوصلت الدراسة إلى أن معظم الأحزاب الإيطالية حققت مرتبة عالية في استخدامها للمعلومات للتواصل مع مستخدمي مواقعها.

وقد استفادت الدراسة الحالية من انماط الاستخدام والفئات التفاعلية في الدراسات اعلاه وتوظيفها بما يخدم اهدافها في معرفة ادوات التواصل التفاعلية التي توظفها مواقع الاحزاب السياسية العراقية على شبكة الانترنت.

جدول يبين الاحزاب عينة البحث

تعريف موجز بالحزب	اسم الحزب السياسي
تأسس الحزب الشيوعي في ٣١/آذار ١٩٣٤ وهو أحد الأحزاب السياسية اليسارية العلمانية في العراق، ويعتبر من الأحزاب العريقة على الساحة السياسية العراقية، ممثل برلمانيا.	الحزب الشيوعي العراقي http://www.iraqicp.com
تأسس عام ١٩٦٠، وبعد سقوط النظام السابق عام ٢٠٠٣ أعلن الحزب عن تنظيمه داخل العراق. ويعد من الأحزاب الكبيرة والعريقة ذات الاتجاه الاسلامي. ممثل برلمانيا	الحزب الإسلامي العراقي http://www.iraqiparty.com

الحزب الديمقراطي الكردستاني هو حزب علماني ليبرالي وأحد الأحزاب الكردية الرئيسية في رأس الحزب منذ عام ١٩٧٩ مسعود بارزاني. تأسس الحزب عام ١٩٤٦ ممثل برلمانيا.	الحزب الديمقراطي الكردستاني http://kdp.info/?l=14
حزب المؤتمر الوطني العراقي كيان سياسي يضم في صفوفه قوى وأحزاباً ومنظمات سياسية ويعد من الاحزاب العلمانية، تأسس عام ١٩٩٢ وهو ممثل برلمانيا.	المؤتمر الوطني العراقي http://www.inciraq.com
من الاحزاب الاسلامية والعريقة تأسس عام ١٩٥٧، تتفرع عنه تنظيمات للداخل العراقي والخارج وشكل الحزب الحكومة السابقة والحالية نظرا لثقله البرلماني واتحاده مع ائتلاف اخرى.	حزب الدعوة الإسلامية http://www.al-daawa.org/main
حزب المؤتمر الآشوري العام كيان سياسي مسيحي تأسس عام ٢٠٠٥، ويؤمن بالآشورية بانها الاطار الموحد المؤدي الى تحقيق اهداف الشعب الآشوري حسب موقعه الرسمي. غير ممثل برلمانيا.	حزب المؤتمر الاشوري العام http://www.assyriangc.com
حزب الفضيلة الاسلامي: هو حزب سياسي إسلامي تأسس بعد عام ٢٠٠٣ ويعد المرجع الديني الشيخ محمد اليعقوبي الاب الروحي للحزب، ممثل برلمانيا .	حزب الفضيلة الاسلامي http://www.alfadhela.net.iq
بحسب الموقع الذي يمثله هو اول حزب وكيان سياسي تأسس بين طائفة الشبك بعد عام ٢٠٠٣ ويعمل من أجل تثبيت حقوق الشبك وهو ممثل في البرلمان.	تجمع الشبك الديمقراطي http://www.alshabak.net

المبحث الثاني: الاطار النظري للمبحث

اولا: المشاركة السياسية عبر آليات المستحدثات الاتصالية

يعد مفهوم المشاركة السياسية من المفاهيم التي أثارت الجدل والتساؤل حول ماهيته والأنشطة السياسية المختلفة التي تنضوي تحته ويقوم بها الأفراد المشاركون. وقدم علماء السياسة وباحثيها العديد من التعريفات لهذا المفهوم منها: أنها الأنشطة الإرادية التي يقوم بها المواطن بهدف التأثير بشكل مباشر أو غير مباشر في عملية اختيار الحكام أو التأثير في القرارات والسياسات التي يتخذونها، وتشمل هذه الأنشطة التصويت ومتابعة الأمور السياسية والدخول مع الغير في مناقشات سياسية وحضور ندوات أو مؤتمرات عامة أو المشاركة في الحملة الانتخابية بالمال والدعاية والانضمام إلى جماعات المصالح والانخراط في عضوية الأحزاب والاتصال بالمسؤولين والترشيح للمناصب العامة وتقليد المناصب السياسية كما تتضمن أساليب الشكوى والتظاهر والإضراب وغيرها من السلوكيات التي يحددها القانون^(١٥)

وتشير بعض التعريفات إلى أنها العملية التي يقوم من خلالها الفرد بدور في الحياة السياسية لمجتمع وتكون لديه الفرصة ليشارك في وضع الأهداف العامة لذلك المجتمع^(١٧). كما أنها القيام بدور في النشاط المرتبط بالحكومة والدولة والسياسة، وهي حق ومسؤولية وتتطلب وعياً ورغبة، وبيئة تمكن لها النمو، فضلاً عن أنها تتطلب إدراكاً من جانب الدولة والجهات السياسية لقيمة مشاركة المواطن^(١٧). وتتيح المشاركة السياسية للمواطنين فرص توصيل المعلومات للمسؤولين الحكوميين حول مخاوفهم وتفضيلاتهم وممارسة الضغط عليهم من أجل الاستجابة لها^(١٨).

وفي ضوء التعريفات السابقة يمكن أن نلمس أهمية توفر قنوات التواصل التكنولوجية لدى الأحزاب السياسية في عملية إتاحة الفرصة أمام المواطن في إبداء رأيه والتعبير عن رؤيته للقضايا السياسية والمجتمعية، وإشراكه في بلورة قراراتهم واقعه ومستقبله، كما أنه من الأهمية بمكان أن تسعى إلى استثمار ميزات المتطورة في الانفتاح على المجتمع سياسياً في سبيل تحقيق برامجها، فضلاً عن توفير البيئة الاتصالية القائمة على معطيات هذه التكنولوجيات في إدامة هذا التواصل، فالمستحدثات الاتصالية أسهمت في تعزيز وتدعيم دور الأحزاب وقوى المعارضة السياسية، من خلال ما أتاحتها من وسائل لهذه الأحزاب ساعدتها في نشر أفكارها وبرامجها السياسية والتعريف بأنشطتها وأعضائها، بل واستقطاب أعضاء جدد في صفوفها، بالإضافة إلى ما وفرت من أساليب حديثة في التواصل مع المواطنين والجماهير داخل أوطانها.

إن تبني التكنولوجيا الاتصالية من قبل المواقع الالكترونية للأحزاب السياسية بشكل متنامي، لا يختلف في تأثيراته على المجتمع عن وسائل الإعلام ونموها في إطار تنمية المشاركة السياسية، لاسيما فيما يتعلق بتبني خصائصها القائمة على التفاعلية بصفها ظاهرة أو عملية ترتبط بالاتصال نفسه وليست باعتبارها سمة ترتبط بالوسائل ذاتها^(١٩)، ومن شأن ذلك أن يعجل من تزايد المشاركة السياسية للمواطنين وينمي من مدركاتهم وبالتالي يزداد تفاعلهم في الحياة السياسية^(٢٠). ويرى باحثون في هذا السياق إن الوظائف الرئيسة لمواقع الأحزاب السياسية على الانترنت تعكس الأهداف ذاتها التي ينقلها الحزب عبر وسائل الإعلام التقليدية، فالأحزاب تهدف إلى الإعلام والإقناع والتعبئة الداعمة لها سواء عبر خطابات زعمائها أو منشوراتها ونشراتها الصحفية أو الإعلانات أو عبر المواقع الالكترونية^(٢١).

ثانياً: الأحزاب السياسية في ظل البيئة الرقمية التفاعلية

اهتمت الأحزاب السياسية في العالم في مسالة توظيف الانترنت وتكنولوجيا الاتصال والمعلومات وتطبيقاتها التفاعلية المختلفة وإيجاد مواقع الكترونية لها لخلق بيئة تفاعلية تمد قنوات التواصل مع الأفراد منذ منتصف تسعينيات القرن الماضي ولا تزال^(٢٢)، إذ أن تبني الأحزاب السياسية لتكنولوجيا الاتصال والمعلومات عبر مواقعها الالكترونية بدأ ينمو منذ تلك الفترة

ويتطور جنباً إلى جنب مع تنامي استخدامها لتكنولوجيات الهاتف المحمول والرسائل النصية والبريد الإلكتروني والمدونات الالكترونية، فأصبحت المواقع الالكترونية للأحزاب السياسية مجالات مهمة للاتصال السياسي، فمن خلالها تستطيع الأحزاب السياسية أن تعرض رسالتها مباشرة إلى المواطنين وتحشد الداعمين لها خلال وبين الحملات الانتخابية.^(٢٣)

ولاشك أن البيئة الرقمية الجديدة نجحت في توفير بنية أساسية متكاملة للديمقراطية ترتكن إلى منظومة متكاملة قادرة على تداول المعلومات المستخدمة في الممارسة السياسية والمشاركة الديمقراطية بغاية السرعة^(٢٤)، ويقودنا هذا بطبيعة الحال إلى الدور الوظيفي لمواقع الأحزاب السياسية على الانترنت من حيث المساهمة في تعزيز القيم الديمقراطية وتطوير ثقافة المشاركة وذلك ما يصب في المقام الأول في خدمة مصالحها السياسية بين الأفراد، فبني تكنولوجيا الاتصال عامل مهم وقوة تأثير في تعميق الممارسة الديمقراطية، كما أن التكنولوجيا الحديثة وتطبيقاتها على الانترنت تشكل بالنسبة للأحزاب أداة لإشراك أعضائها ومناصريها في وضع السياسات وتلعب دوراً مهماً في نشر أفكارها واتجاهاتها بفعالية أكثر^(٢٥). فمن الناحية السياسية أصبحت الانترنت تعبيراً عن تسخير الإمكانيات التكنولوجية في توفير المعلومات السياسية ومضامين الاتصال والمشاركة، كما أصبحت العملية السياسية تتأثر بالبيئة التكنولوجية سواء ما يتعلق بحجم تفاعلاتها وطبيعة دور الفاعلين بها أو في آلياتها وبما أتاحتها من أدوات تعبير ومجال عام مفتوح من الأفكار والمعلومات السياسية^(٢٦).

وتتنوع أنماط التوظيف السياسي لتكنولوجيا الاتصال والمعلومات من قبل الأحزاب السياسية وفقاً لما أتاحتها هذه التكنولوجيا من فرص وقدرة على إنشاء مواقع حزبية لها على الانترنت تسهل التفاعل مع الزائرين والتفاعل الحواري مع متصفح الموقع ونشر الأخبار والخلفية التاريخية للحزب السياسي وبرنامجه الانتخابي، فضلاً عن كون هذه المواقع بمثابة قناة اتصال بين قادة الحزب والقاعدة الجماهيرية^(٢٧).

ومن ذلك نرى أن توظيف الأحزاب السياسية لتكنولوجيا الاتصال يؤسس لمرحلة عملية مهمة في أدائها ووظيفتها وهدفها الرئيس في مواصلة السعي إلى التمثيل السياسي، ولو نظرنا إلى واقع الأحزاب السياسية في العراق، لاسيما بعد عام ٢٠٠٣، نجد التعددية الحزبية تكشف عن التنوع والكثرة في ظل تسارع ملحوظ في انتشار المستحدثات الاتصالية وهو ما يشكل عاملاً إيجابياً في سعيها المفترض لتبني أوجه التواصل التي تمثله وتوفره هذه التكنولوجيا، إذ تستخدم معظم الأحزاب السياسية اليوم أنماط الاتصال القائمة على تكنولوجيا التفاعل وحتى في الديمقراطيات الناشئة تلعب هذه التكنولوجيا الاتصالية بما فيها التي تتضمنها مواقع الأحزاب السياسية دوراً مهماً ومنتامياً في إبراز الوظيفة السياسية للأحزاب باعتبارها وسيلة لخلق مناخ

تفاعلي بين الزعماء والمرشحين والناشطين وبين مناصريهم^(٢٨). وعموماً فإن فاعلية قنوات الاتصال لدى الأحزاب السياسية تعد أداة مهمة في التطور الديمقراطي^(٢٩).

المبحث الثالث: نتائج الدراسة التحليلية

تبين الجداول أدناه المحاور الوظيفية التي وضعت كمعيار لتوفر التطبيقات الاتصالية في المواقع الحزبية على الانترنت، وتم اعتماد قيمة (١) للدلالة على وجود العناصر الاتصالية وقيمة (٠) للدلالة على عدم وجودها وفق كل فئة رئيسية وعناصرها أو متغيراتها التي تم وضعها لهذه الدراسة.

أولاً: الدعاية الحزبية

جدول رقم (١) يبين اشكال الدعاية الحزبية في المواقع الالكترونية للأحزاب السياسية

ت	الفئة الرئيسية	اسم الحزب								الاجموع	%
		الشيوعي	الإسلامي	الكرديستاني	المؤتمر الوطني	الدعوة	المؤتمر الآشوري	القبيلة	الشبك		
١	الانضمام للحزب	0	0	0	1	0	0	0	0	1	5.26
٢	تسجيل الأعضاء	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
٣	مدونات خاصة بالحزب	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
٤	معلومات عن نشاطات الحزب	1	1	1	1	0	1	1	1	7	36.8
٥	إرسال مواد خاصة بالحزب	1	1	1	1	0	0	0	0	4	21.1
٦	نشاطات الحزب عبر الماكتيميديا	1	1	1	1	0	1	1	1	7	36.8
	المجموع	3	3	3	4	0	2	2	2	19	١٠٠%

جاءت النتائج العامة للأحزاب السياسية من ناحية توظيفها لأدوات الدعاية الحزبية على مواقعها الالكترونية متفاوتة في حجم الاستخدام والتنوع، اذ يبين الجدول اعلاه حرص الاحزاب بشكل رئيس على نشر المعلومات الخاصة بنشاطاتها سواء على شكل اخبار نصية او عن طريق الوسائط المتعددة كملفات صوتية او فيديو واحتلت بذلك المرتبة الاولى لكل من فئة معلومات عن الحزب او اسلوب عرض نشاطاته عبر الوسائط المتعددة وبنسبة (٣٦,٨٤%) لكل هاتين الفئتين الفرعيتين. مع ملاحظة انعدام وجود هاتين الفئتين في موقع حزب الدعوة. وجاءت الفئة الخاصة بإرسال مواد خاصة بالحزب مثل لقاءات او اجتماعات الحزب او بياناته عبر ادخال ايميل المستخدم في المرتبة الثانية بنسبة (٢١,٠٥%)، ويلاحظ انعدام وجود هذا العنصر في مواقع اربعة احزاب هي حزب الدعوة والمؤتمر الاشوري والفضيلة وتجمع الشبك. اما الانضمام الى الحزب فجاء ثالثا بنسبة (٥,٢٦%) فلم يسجل اي حزب هذه الخاصية باستثناء حزب المؤتمر الوطني الذي توفرت فيه هذه الخاصية بشكل استمارة تتطلب املاؤها من قبل المستخدم لغرض الانضمام للحزب. اما الفقرة الخاصة بوجود مدونات خاصة بالحزب او الفقرة الخاصة للتسجيل في الموقع كعضو فلم تحظى بأي اهتمام لدى جميع الاحزاب.

ثانياً: توفير المعلومات

جدول رقم (٢) يبين اشكال توفير المعلومات على مواقع الاحزاب السياسية

ت	الفئة الرئيسية	اسم الحزب								المجموع	%	
		الشيوعي	الاسلامي	الكرديستاني	المؤتمر الوطني	الدعوة	الأشوري	المؤتمر	الفضيلة			الشبك
١	نبذة عن الحزب	1	1	1	1	1	1	1	1	1	8	18.6
٢	الاخبار الجارية	1	1	1	1	1	1	1	1	1	8	18.6
٣	الارشيف	1	0	0	1	0	1	0	1	1	5	11.6
٤	اكثر من لغة	0	0	1	0	0	1	1	0	0	3	6.97
٥	محرك بحث داخلي	1	1	0	1	1	1	0	1	0	5	11.6
٦	نشرات صحفية	1	1	1	1	1	1	1	1	1	8	18.6
٧	خدمة ار اس اس	0	0	0	1	0	0	0	0	0	2	4.65
٨	التحديث اليومي	0	0	1	0	1	0	1	0	1	4	9.3
	المجموع	5	4	5	6	6	6	5	4	5	43	100%

من خلال معطيات الجدول اعلاه يتبين اشتراك ثلاثة عناصر ضمن فئة توفير المعلومات للمتلقين في المواقع الالكترونية للأحزاب السياسية من ناحية توفيرها لمعلومات تتعلق بتاريخ الحزب ونشأته في فقرة نبذة عن الحزب وتوفير الفرصة امام المستخدم لمتابعة مستجدات الاحداث في فقرة الاخبار الجارية وكذلك ما يتعلق تضمن الموقع على نشرة صحفية يصدرها الحزب، اذ جاءت اولاً بنسبة (١٨,٦٠٪)، اذ توفرت هذه العناصر في جميع مواقع الاحزاب. وجاءت العناصر الخاصة بوجود ارشيف او محرك بحث داخل الموقع ثانياً بنسبة (١١,٦٢٪)، ولم تتوافر في موقعي حزبين هما حزب المؤتمر الاشوري وحزب تجمع الشبك. ويعد التحديث اليومي من الضرورات المهمة في المواقع الالكترونية واحد المعايير الرئيسية في تقييم فاعليتها التواصلية، لكن ما يلاحظ انها كانت متضمنة في اربع مواقع وغياها في اربع اخرى لتأتي بالمرتبة الثالثة بنسبة (٩,٣٠٪) وهو مؤشر يدل على قصور في تجديد محتويات الموقع بشكل يومي. تليها خاصية مدى توفر اكثر من لغة في عرض محتويات الموقع بالمرتبة الرابعة بنسبة (٦,٩٧٪)، إذ ظهرت هذه الخاصية في مواقع الحزب الكردستاني (كردي-عربي-انكليزي) وحزب المؤتمر الاشوري (عربي-انكليزي) وحزب المؤتمر الوطني (عربي-انكليزي). اما خدمة ار اس اس (RSS) الخاصة بتزويد الاخبار بشكل مباشر فقد جاءت اخيراً بنسبة (٤,٦٥٪) واقتصرت وجودها على موقعين فقط هما موقع حزب الدعوة وحزب المؤتمر الاشوري.

ثالثاً: مشاركة المستخدمين

جدول رقم (٣) يبين العناصر الاتصالية المتوفرة لاثاحة مشاركة المستخدمين

ت	الفئة الرئيسية	اسم الحزب								مشاركة المستخدمين	
		الشيوعي	الإسلامي	الكردستاني	المؤتمر الوطني	الدعوة	المؤتمر الأشوري	الفضيلة	الشبك		
١	الاتصال بالحزب عبر الایمیل	١	١	١	١	٠	١	١	١	٧	٥٠
٢	تقديم عرائض موقعة	٠	١	٠	١	٠	٠	٠	٠	٣	٢١,٤
٣	تعليقات المستخدمين	٠	٠	٠	١	٠	٠	٠	٠	٢	١٤,٣
٤	استطلاعات رأي	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠
٥	منتديات نقاش	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠
٦	اشراك المستخدم بصناعة المضمون	٠	٠	١	١	٠	٠	٠	٠	٢	١٤,٣
٧	الاتصال باعضاء الحزب	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠
٨	الاستجابة للبريد الالكتروني	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠
	المجموع	١	٢	٢	٤	٠	١	٣	١	١٤	١٠٠٪

- يبين الجدول اعلاه ضمن فئة مشاركة المستخدمين ان مقوماتها ومدى اتاحتها للمستخدم وفق العناصر التي تالفت منها هذه الفئة كانت ضعيفة جدا ولم تعط مؤشرا عاليا في كل مواقع الاحزاب السياسية عينة الدراسة يدل على اهتمامها بمشاركة المستخدم وكما تبين النسب التالية:
١. جاء نمط الاتصال بالحزب عن طريق وجود ايميل في الموقع الالكتروني اولا بنسبة (٥٠٪) من مجموع العناصر التي تضمنتها هذه الفئة الرئيسية، وهو يكاد موجودا في جميع مواقع الاحزاب ماعدا حزب واحد فقط هو حزب الدعوة.
 ٢. جاء نمط تقديم عرائض او استمارات طلب ثانيا بنسبة (٢١,٤٢٪) وتوفرت هذه الخاصية في مواقع ثلاثة احزاب هي الحزب الاسلامي وحزب المؤتمر الوطني وحزب الفضيلة، حيث تضمنت رابط لاستمارة تملأ من قبل المستخدم ليعرض شكواه او طلبه من الحزب، وفي موقع حزب المؤتمر الوطني كانت عبارة عن رابط لواجهة تتضمن معلومات مباشرة يملأها المستخدم على واجهة صفحة خاصة لهذا الغرض على الموقع.
 ٣. جاءت عناصر تعليقات المستخدمين وإشراك المستخدم في صناعة المضمون ثالثا بنسبة (١٤,٢٨٪) وتواجدت في مواقع حزب المؤتمر الوطني وحزب الفضيلة بالنسبة للعنصر الاول وفي موقعي حزب الديمقراطي الكردستاني والمؤتمر الوطني بالنسبة للعنصر الثاني المتعلق بإشراك المستخدمين في صناعة المضمون، ويعد هذين العنصرين مهمين في اتاحة الفرصة امام المستخدم للتعبير عن رأيه او بإشراكه في الكتابة والنشر على الموقع.
 ٤. يلاحظ عدم وجود اربعة عناصر ضمن فئة مشاركة المستخدمين في أي موقع للأحزاب السياسية وهي عناصر استطلاعات الرأي ومنتديات النقاش والاتصال بأعضاء الحزب والاستجابة للبريد الالكتروني الذي يعتمد عليه موقع الحزب لغرض الاتصال به من قبل المستخدمين حيث تم ارسال رسالتين لكل موقع من خلال ايميل خيالي للتعرف على مدى استجابته لرسائل المستخدمين عبر البريد الالكتروني وبواقع مرتين خلال شهر لكن اية استجابة لم تتم من أي موقع الكتروني للأحزاب السياسية عينة الدراسة.

رابعاً: الاتصال الشبكي

جدول رقم (٤) يبين عناصر الاتصال الشبكي المتوفرة على مواقع الاحزاب

ت	الفئة الرئيسية	اسم الحزب								المجموع	%
		الشبكي	الفضيلة	المؤتمر الآشوري	الدعوة	المؤتمر الوطني	الكرديستاني	الإسلامي	الشيوعي		
١	روابط لأعضاء الحزب	0	0	0	1	1	0	0	0	2	13.3
٢	روابط لمواقع الحزب الفرعية	1	0	0	1	0	0	0	0	2	13.3
٣	روابط لمواقع حزب اخرى	0	0	0	0	0	0	0	1	1	6.66
٤	روابط لمؤسسات علمية او مدنية او ثقافية	0	1	1	0	0	0	0	1	3	20
٥	روابط لمواقع التواصل الاجتماعي	1	1	0	0	1	1	1	1	6	40
٦	روابط لمؤسسات حكومية	1	0	0	0	0	0	0	0	1	6.66
	المجموع	3	2	1	2	2	1	1	3	15	100%

يتضمن الجدول اعلاه العناصر المتاحة ضمن فئة الاتصال الشبكي الذي يعكس مدى اتصال الموقع الالكتروني للحزب السياسي بقنوات او مواقع اخرى على شبكة الانترنت بهدف التواصل او اتاحتها امام المستخدم. وكما يبين الجدول في المعطيات التالية:-

١. مثلت مواقع التواصل الاجتماعي اكثر المواقع التي توفرت روابطها على مواقع الاحزاب السياسية وبنسبة (٤٠%) من مجموع المتغيرات على المواقع جميعا والبالغة ١٥ متغيرا، ومثلت هذه الروابط خاصة بمضامين لصفحات الحزب على مواقع مثل الفيس بوك او تويتر او يوتيوب، فيما سجل كل من موقعي حزب المؤتمر الوطني والحزب الاشوري الديمقراطي وجود روابط لمواقع اخرى مثل فلكر flickr او انستغرام instagram وهما موقعان يهتمان بنشر الصور وقد استفاد منهما الحزبان المذكورين في نشر صور لزعمائهم او زيارتهم وكل ماله علاقة بالحزب. وكما يبين الجدول فان حزبين فقط لم يتوفر فيهما رابط لأي موقع اجتماعي وهما حزبا الدعوة وحزب المؤتمر الاشوري.

٢. جاءت الروابط لمؤسسات علمية او مدنية او ثقافية ثانيا بنسبة (٢٠%) من مجموع المتغيرات الناتجة عن توفر جميع العناصر الخاصة بفئة الاتصال الشبكي، واقتصر وجودها على ثلاثة احزاب فقط هي الحزب الشيوعي وحزب المؤتمر الاشوري وحزب الفضيلة. وهو امر يدل على حرص الاحزاب هذه على تضمين مواقعها ادوات التواصل مع المؤسسات الثقافية والمدنية والعلمية مثل مواقع الجامعات ومنظمات المجتمع المدني او مراكز بحثية وعلمية مختلفة وإتاحتها امام المستخدم.

٣. اشترك عنصران في نسبة توفرهما على مواقع الاحزاب السياسية وهما وجود روابط لأعضاء الحزب وروابط لمواقع الحزب الفرعية وبنسبة (١٣,٣٣%) في المرتبة الثالثة مقارنة بعدد المتغيرات او العناصر التي ظهرت على مواقع الاحزاب السياسية ضمن فئة الاتصال الشبكي. اما بخصوص العنصر الاول المتعلق بوجود روابط لأعضاء الحزب فقد تواجد في موقعين فقط هما حزب الدعوة وحزب المؤتمر الوطني، وتضمنت الروابط احالة المستخدم من خلال ايقونة تضم صورة العضو وتعليق يشير الى انه موقع العضو سواء كان موقعا شخصيا او صفحة على الفيس بوك. وفيما يتعلق بالخاصية الثانية لروابط لمواقع الحزب الفرعية في المحافظات او خارج العراق فلم تكن تتوافر إلا في وقي حزب الدعوة وحزب تجمع الشبك اللذان اتاحا رابطا في موقعيهما لمواقع فرعية للحزب في المحافظات بالنسبة لحزب الدعوة ورابط لموقع خارج العراق لفرع تجمع الشبك في كندا. وكما يبدو ضعف اهتمام الاحزاب في توفير سبل التواصل مع اعضاء الحزب او مواقع الحزب الفرعية ان وجدت. كما جاء عنصران يتعلقان بمدى اهتمام الاحزاب بالتواصل مع مواقع الكترونية لأحزاب اخرى في العملية السياسية او مواقع حكومية لوزارات او وزراء او جهات حكومية بنسبة متساوية (٦,٦٦%) من مجموع العناصر ضمن هذه الفئة، ويلفت هنا ان هذه النسبة تمثل توفرها على موقع واحد فقط وهو دلالة على ضعف التواصل او اهتمام الاحزاب به مع جهات اخرى حكومية او حزبية، اذ توفر رابط لحزب سياسي هو حزب المؤتمر الوطني على موقع الحزب الشيوعي فيما يتعلق بعنصر توفر روابط لمواقع احزاب اخرى، وكذلك توفر رابط لموقع مجلس الوزراء على موقع حزب تجمع الشبك.

جدول رقم (٥) يمثل مجموع الفئات الرئيسية وعناصرها على مواقع الاحزاب

ت	الفئة الرئيسية	الحزب									
		الشيوعي	الإسلامي	الكرديستاني	المؤتمر الوطني	الدعوة	المؤتمر الأشوري	الفضيلية	الشبك	المجموع	
١	الدعاية الحزبية	3	3	3	4	0	2	2	2	19	21.1
٢	توفير المعلومات	5	4	5	6	6	5	7	5	43	47.8
٣	مشاركة المستخدمين	1	2	2	4	0	1	3	1	14	15.6
٤	التشبيك	3	1	1	2	2	1	2	3	15	16.7
	المجموع	12	10	11	16	8	9	14	11	90	

يشمل الجدول اعلاه الفئات الرئيسية التي مثلت المعايير المستخدمة في الدراسة الحالية لقياس انماط التواصل التفاعلي ومدى توفرها او اتاحتها من قبل المواقع الالكترونية للأحزاب السياسية لغرض المشاركة السياسية من قبل المستخدمين. وكما يبين الجدول وفق المعطيات التالية:

١. جاءت فئة توفير المعلومات بالمرتبة الاولى بنسبة (٤٧,٧٧٪) من مجموع العناصر التي توفرت على مواقع الاحزاب السياسية والبالغة ٩٠ عنصراً، اذ اشتركت جميع الاحزاب في توفير عناصر هذه الفئة، فيما كان اكثرها في موقع حزب الفضيلة بواقع سبعة عناصر، واقلها في موقع الحزب الاسلامي بأربعة عناصر فقط.

٢. جاءت فئة الدعاية الحزبية ثانياً بنسبة (٢١,١١٪) وكان اكثرها توفراً على موقع حزب المؤتمر الوطني بواقع اربعة عناصر، فيما يلاحظ عدم وجود أي عنصر لهذه الفئة في موقع حزب الدعوة.

٣. جاءت فئة الاتصال الشبكي ثالثاً بنسبة (١٦,٦٦٪) وتواجدت عناصرها في جميع المواقع الالكترونية للأحزاب السياسية لعينة الدراسة، وكان اكثرها بواقع ثلاثة عناصر في موقعي الحزب الشيعي وحزب تجمع الشبك، واقلها بواقع عنصر واحد في مواقع حزب المؤتمر الاشوري والحزب الاسلامي والحزب الديمقراطي الكرديستاني.

٤. جاءت في المرتبة الاخيرة فئة مشاركة المستخدمين بنسبة (١٥,٥٥٪) وهي تدل على ضعف التوظيف لأدوات التواصل بين الموقع الالكتروني للحزب السياسي وبين الجمهور، فيما انعدم وجود أي عنصر لهذه الفئة في موقع حزب الدعوة.
٥. على مستوى موقع كل حزب سياسي جاء حزب المؤتمر الوطني اولاً في جمعه لاكثر العناصر الاتصالية التفاعلية ضمن الفئات مجتمعة بواقع ١٦ عنصراً، يليه حزب الفضيلة بواقع ١٤ عنصراً، ثم ثالثاً الحزب الشيوعي بواقع ١٢ عنصراً، ورابعاً كل من الحزب الديمقراطي الكردستاني وحزب تجمع الشبك بواقع ١١ عنصراً، وخامساً جاء حزب المؤتمر الاشوري بواقع تسعة عناصر، فيما احتل المرتبة الاخيرة موقع حزب الدعوة الذي وفر لمستخدميه ثمانية عناصر فقط والذي لم يوفر اطلاقاً أي عنصر خاص بفئة الدعاية الحزبية وفئة مشاركة المستخدمين.
٦. يتضح ان العناصر الخاصة بفئة مشاركة المستخدمين التي تمثل جوهر العملية التفاعلية بين الحزب السياسي ومستخدميه من ناحية اتاحة فرص المشاركة السياسية والتعبير عن الرأي وإمكانية التعرف على رغبات الجمهور جاءت في اخر اهتمام الاحزاب السياسية عينه الدراسة وهو ما يعطي صورة سلبية عن واقع التواصل بين الاحزاب السياسية ومستخدميها من جهة، وعدم ادراك الاحزاب لأهمية هذا التواصل في عملية ارتباطها بقضايا المواطن وأهمية التعرف عليها من جهة اخرى.

الاستنتاجات والتوصيات

الاستنتاجات

- ١- سادت الوظيفة الاعلامية على نمط توظيف المواقع الالكترونية للأحزاب السياسية عينة الدراسة لأدوات او عناصر التواصل مع المتلقي سواء في مجال الدعاية والترويج لنفسها او في مجال توفير المعلومات ذات الطابع الاعلامي الذي اقتصر على تزويد القارئ بالمعلومات او الاخبار او النشاطات الحزبية.
- ٢- عدم فاعلية الاتصال السياسي للأحزاب السياسية العراقية عبر مواقعها الالكترونية، اذ ان هناك ضعفاً واضحاً في توظيف التطبيقات الاتصالية التفاعلية التي تعكس وجود تفاعل بين ادارة المواقع الالكترونية عينة الدراسة وبين المستخدمين، ويتأتى ذلك من خلال غياب عناصر مثل الاستجابة للبريد الالكتروني او توظيف غرف الحوار ومنتديات النقاش او التعليقات التفاعلية وغيرها.
- ٣- كان نمط الاتصال الغالب على اغلب المواقع الالكترونية ومن خلال توظيفها لأنماط الاتصال التفاعلية ذات اتجاه احادي لا يكشف عن وجود تفاعل بين الموقع والمستخدم، وحتى عناوين البريد الالكتروني فأنها اقتصر على وجود البريد الخاص بالموقع ذاته وعدم اتاحة عناوين لأعضاء الحزب او زعيمه بما يتيح فرصة التواصل بين الجمهور وهؤلاء القادة .

٤- هناك قصور في توظيف تطبيقات اتصالية مهمة تتيح معرفة اتجاهات المستخدمين وردود افعالهم وبما يساعد في رسم السياسات العامة للحزب ومواقفه مثل استطلاعات الرأي او تعليقات المستخدمين. ويعكس ذلك عدم اهتمام الاحزاب عينة البحث بتوظيف ادوات التكنولوجيا الاتصالية الحديثة في خدمة برامجها التي لا بد ان تبني على اتجاهات المجتمع وحاجاته.

٥- اصبحت مشاركة الجمهور في صناعة القرار السياسي من اهم اولويات الاحزاب التي تؤمن بالمشاركة السياسية في العالم عموماً، لاسيما في مجال الديمقراطية الالكترونية، لكن هذه الخاصية لم تستثمر بشكل كبير من قبل المواقع الالكترونية للأحزاب السياسية العراقية عينة الدراسة، اذ لم تسعى هذه المواقع على تضمين مواقعها التطبيقات الاتصالية التفاعلية التي تتيح التزامنية والأنية في التواصل مع المستخدم، وبالتالي تعكس عدم اهتمام الاحزاب السياسية بهذا الجانب المهم.

٦- لم تحرص الاحزاب السياسية العراقية على مشاركة مواقعها لروابط الكترونية مع مواقع جهات حكومية او حزبية خاصة، سواء كانت من نفس الاتجاه السياسي او الايدولوجي، وهذا يمكن تفسيره على انه يعكس موقفاً سياسياً لدى تلك الاحزاب فيما بينها، فيما نلاحظ كثرة الروابط الخاصة بمواقع التواصل الاجتماعي التي تمثل مضامين تعكس نشاطاتها، وهو امر يدل على اهتمامها بتوظيف تلك المواقع الاجتماعية في خدمة سياساتها.

التوصيات:

يوصي الباحث من خلال ما توصلت اليه الدراسة وانتهت اليه من نتائج بما يلي:

١- تبني الاحزاب السياسية العراقية لسياسة اتصالية عبر مواقعها الالكترونية تقوم على استثمار المستحدثات الاتصالية بشكل فعال وايلائها اهمية في التواصل مع الجمهور من خلال اشراكه بعملية صنع القرار والتعرف على اتجاهاته ومواقفه لهذا الغرض.

٢- ضرورة ان تعي ادارات المواقع الالكترونية اهمية التنوع في التطبيقات الاتصالية والعمل على ايجادها على مواقعها الالكترونية وعدم الاقتصار على عناصر طبوغرافية تقليدية في عملية التفاعلية بين الموقع والجمهور.

٣- الاهتمام بتضمين المواقع الالكترونية للأحزاب السياسية ادوات استطلاعية تكشف عن مواقف الجمهور ازاء الحزب او القضايا العامة، اذ لوحظ غياب هذا النمط الاتصالي في المواقع الالكترونية عينة الدراسة ولما لها من اهمية في رسم السياسة الحزبية.

٤- يقترح الباحث دراسة فاعلية الاتصال السياسي في مواقع الاحزاب السياسية من وجهة نظر المستخدمين وبمقارنة استكمال لدراسة هذا النوع عبر ما توفره مواقع الاحزاب السياسية من تطبيقات اتصالية على الانترنت.

٥- دراسة فاعلية مواقع الاحزاب السياسية قبل الانتخابات ومقارنتها بأوقات اخرى للتعرف على مدى اهتمام الاحزاب بأهمية الموقع الالكتروني في توجيه الرأي العام والتفاعل معه.

هوامش الدراسة ومصادرها

- 1- سمير حسين: تحليل المضمون، عالم الكتب، القاهرة، ط1، 3891، ص 88.
- 2- ذو الفقار زغيب، شفاء: مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 9002، ص901.
- draW nehpetS و nosbiG lehcaR3 : استاذان في علم السياسة في جامعة مانجستر البريطانية ولهما بحوث ومؤلفات عديدة في مجال الاتصال السياسي لاسيما من قبل الأحزاب السياسية في وسائل الإعلام الجديد. حول المقياس الذي وضعه لقياس توظيف الأحزاب السياسية للانترنت وتكنولوجيا الاتصال الحديثة ينظر: ehgooH craM : looT ngiapmaC a sa setisbeW : //:ptth :ta elbaliava osla .5p ,8002 ,sserP notgnixeL :mahnaL .seitrap lacityloP naigleB rof fdp.2/elif/noitacilbup/selif/tluafed/setis/ue.peritrap
- tnemailraP naeporuE 9002 eht ni setisbeW 'seitrap lacityloP ?beW ediW eporuE A - 4 5730661=tcartsba/moc.nrss//:ptth :NRSS ta elbaliava .9p.(0102 ,71 tsuguA) snoitceIE 5730661.nrss/9312.01/gro.iod.xd//:ptthro
- 5- الدليمي، حافظ علوان: ديمقراطية الاحزاب واحزاب الديمقراطية، دراسة لحالة العراق بعد عام 3002، مجلة العلوم السياسية، العدد 44 ، بغداد، 2102.ص272.
- 6- ينظر : 38195=DI?xpsa.wohSelcitra/qi.haabasla.www//:ptth
- 7- ذو الفقار زغيب، شفاء، مصدر سابق، ص211.
- 8- كل من: د سعد ابراهيم كاظم/ ا.م.د هادي فليح حسن/ د. عبد السلام شهيدعجمي/ من كلية الاعلام جامعة ذي قار.
- 9- محمود محمد، حلمي: توظيف مواقع الأحزاب السياسية العربية في نشر برامج الإصلاح السياسي عبر الإنترنت دراسة تحليلية، اجامعة جنوب الوادي (مصر) مجلة كلية لاداب بقنا، العدد 72، 9002. تتوفر ايضا على cMVjga/lg.oog//:ptth
- 10- resu eht morf tnrael snosseL .etisbew ytrap lacityloP a fo elor ehT:datsløF nrøjbsA .evitcepsrep 450507962/noitacilbup/ten.etaghcraeser.www//:ptth :ta elbaliava
- 11- lacitilop dnalaeZ weN fo noitaulave nA» (4002) .naD ,renroD dna wehttaM ,yawnoC

- 11- RnoitamrofnI//:ptth ta elbaliavA] 691 repap (4)9 ,hcraseR noitamrofnI <<.setisbeW ytrap [lmth.691repap/4-9/ri/ten
- 12- gniydutS rof ygolodohteM desoporP A(0002:guA) draW nehpetS dna nosbiG lehcaR -12 retupmoC ecneicS laicoS ,setis beW etadidnaC dna ytraP fo ssenevitceffe dna noitcnuF eht ,weiveR .lov .81 :pp .103 - 913.
- 13- ytraP dna noitapicitraP ,msilarulP ?detrovnoC eht ot gnihcaerP(3002)sirroN appiP -13 54-12 .pp 1.oN .9 LOV ,scitiloP ytraP ,setisbeW
- 14- ,snoitcelE 6002 eht ni setisbeW <seitraP nailatI :etoN hcraseR (8002) iraccaV naitSirC -14 77-96:PP ,ION ,32 lov ,noitacinummoC fo lanruoJ naeporuE
- 15- عليوة، منى محمود: المشاركة السياسية- موسوعة الشباب السياسية، مركز الدراسات السياسية والإستراتيجية بمؤسسة الأهرام، القاهرة، (0002)، ص5.
- 16- الجوهري، عبد الهادي: قاموس علم الاجتماع، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 8991، ص52.
- 17- خضر صالح، سامية: المشاركة السياسية والديمقراطية، سلسلة كتب عربية، جامعة عين شمس، 5002، ص91، 22.
- 18- ,PU dravraH ,scitiloP naciremA ni msiratnuloV civic :ytilauqe dna ecioV :la te ,abreV -18 .6p ,9991 ,nodnoL
- 19- الدليمي، عبد الرزاق: الصحافة الالكترونية والتكنولوجيا الرقمية، دار الثقافة، عمان، 02، ص122.
- 20- عبدة، عزيز: الاعلام السياسي والرأي العام، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 4002، ص57.
- 21- ,setisbew ytrap dna noitapicitrap ,msilarulP :detrovnoC eht ot gnihcaerP :sirroN ,appiP -21 41A7aM/lg.oog//:ptth :ta elbaliavA .62p ,3002 ,snoitacilbup agas
- 22- resu eht morf tnaeL snossel ,etisbew ytrap lacitilop fo elor eht :la te dna nrojsA -22

zKoMqa/lg.oog//:ptth :ta elbaliavA .64 P .evitcepsrep

//:ptth :ta elbaliavA.8p ,ycarcomed dna seitrap lacitilop :sirroN appiP :osla .35 p ,dibI -23
8gzSMc/lg.oog

- 24- غيطاس، جمال محمد: الديمقراطية الرقمية، دار نهضة مصر، ط1، القاهرة، 6002، ص591.
- 25- بن شعبان، رمضان: الديمقراطية الالكترونية كبديل لتفعيل المشاركة السياسية، رسالة ماجستير، جامعة قسنطينة، الجزائر، 9002، ص25.
- 26- عبد الصادق، عادل: الديمقراطية الالكترونية، المركز الدولي للدراسات المستقبلية والإستراتيجية، القاهرة، 9002، ص71.
- 27- عادل عبد الصادق: الإعلام الجديد وبرز الفاعلين الجدد في المجال العام، المركز العربي لأبحاث الفضاء الالكتروني، القاهرة، 9002، ص51 www.enilnorcca.moc.elcitra.liated_ 31011=di?xpsa

-28 appiP :sirroN pO tiC pp .8

-29 appiP :sirroN dna seitrap lacitilop ni ycarcomed dna secitcarp ,evitcepsrep
8gzSMc/lg.oog//:ptth :ta elbaliavA.9p

دور مواقع التواصل الاجتماعي في ترتيب أولويات الإصلاح السياسي لدى أساتذة الجامعات

(دراسة مسحية على اساتذة جامعة كربلاء من ٢٠١٥/٨/١ الى ٢٠١٥/٩/١)

م.م.حسين سعدي محمد الفتلاوي

م.م. خلف كريم كيوش التميمي

كلية الاعلام جامعة واسط

المستخلص ...

مع تطور وسائل الاعلام الحديثة وشيوع استخدامها يواصل كل من الباحثين والممارسين جهودهم لفهم كيف تؤثر هذه الوسائل على كل من الفرد والمؤسسات والمجتمع والثقافة ككل، ويعني ذلك الحاجة الى تطوير نماذج ونظريات تفسر وتتنبأ بتأثيرات استخدام هذه الوسائل لذا فإن دراسة التقنيات الحديثة للاتصال والمعلومات ك مجال بحثي صارت ناشجة لتأسيس قاعدة فكرية متماسكة، ولكنها ليست ناشجة بالقدر الكافي مما يستدعي المزيد من التطورات البحثية لذا أضحت مواقع التواصل الاجتماعي عبر الانترنت، (الفييس بوك، واليوتيوب، و توتير) تعرف اليوم بالإعلام الاجتماعي الجديد، الذي يشهد حركة ديناميكية من التطور والانتشار، وقد كان في بداياته مجتمعا افتراضيا على نطاق ضيق ومحدود، ثم ما لبث أن ازداد مع الوقت ليتحول من أداة إعلامية نصية مكتوبة إلى أداة إعلامية سمعية وبصرية تؤثر في قرارات المتأثرين واستجاباتهم، بضغط من القوة المؤثرة التي تستخدم في تأثيرها الأنماط الشخصية للفرد (السمعي، والبصري، والحسي)، أن مواقع التواصل الاجتماعي أسهمت في تفعيل مبدأ المشاركة لتحقيق رغبة كل فئة مشتركة في الاهتمامات والأنشطة نفسها، فإن لها أيضا دورًا في التشبيك والمناصرة والضغط و التفاعل والتأثير بقيادات غير منظمة، وفي تحقيق المسؤولية المجتمعية إذا ما أحسن استثمارها واستغلالها وتوجيهها بشكل جيد، فقد استطاعت أن تحول الأقوال والأفكار والتوجهات إلى مشروعات عمل جاهزة للتنفيذ وتعد مواقع التواصل الاجتماعي عبر الانترنت، من أحدث منتجات تكنولوجيا الاتصالات وأكثرها شعبية، ورغم أن هذه المواقع أنشئت في الأساس للتواصل الاجتماعي بين الأفراد، فإن استخدامها امتد ليشمل النشاط السياسي من خلال تداول المعلومات الخاصة بالأحداث السياسية، وكذلك الدعوة إلى حضور الندوات أو التظاهر.

abstract:

With the development of modern mass media and the prevalence of use continues to both researchers and practitioners their efforts to understand how the media affect Hzha on both the individual and the institutions, society and culture as a whole, which means that the need to develop models and theories explain and predict the effects of the use of such means, therefore, the study of modern technologies of communication and information as an area of research has become mature to establish the intellectual base cohesive, but they are not mature enough, which calls for more research developments therefore become social networking sites online, (Facebook, and YouTube, and straining) known today as the new social media, which is witnessing the dynamics of development and deployment movement, it has been in its infancy virtual community on a small and limited scale, and then he grew with time to shift from information tool text written to the audio-visual media tool influence the decisions of those affected and their responses, under pressure from influential force used in the impact of personal styles of the individual (auditory, visual, and sensory), that social networking sites have contributed to the activation of the principle of participation to achieve the desire of each category in the interests and activities itself, it also has a role in networking and advocacy and lobbying and interaction and influence with leaders of non-organization, and the achievement of social responsibility if properly invested and exploited and directed well, it has has been able to transform words and ideas and trends to ready work projects for implementation is social networking sites via the Internet «, from the latest communications technology products and the most popular, despite the fact that these sites were established in the foundation of social communication between individuals, their use extended to include political activity during the trading information political events, as well as the invitation to attend seminars or demonstrations.

الاطار المنهجي

اولا : أهمية البحث واهدافه

أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي تقوم بدور مهم في التوعية والتنمية وتشكيل الثقافات المتنوعة والسلوكيات للأفراد ، وأداة مهمة من أدوات التغيير ، والتواصل عبر هذه المواقع والمشاركة والتفاعل مع الآخرين من خلال مختلف الأنشطة وذلك بتبادل المعلومات والآراء والأفكار مع الغير ويكتسب خبرات وثقافات متنوعة ، وان التفاعل مع الآخرين من خلال الأنشطة المختلفة وخصوصا السياسية منها عبر الصفحات و (الكروبات ، المجموعات) التي تتكون في مواقع التواصل الاجتماعي (الفيس بوك) وهي بذلك تتخطى الحدود والحواجز ويمتد تأثيرها إلى مختلف الأماكن والمواقع الاجتماعية ومن هنا تتشكل أهمية بحثنا في: (دور مواقع التواصل الاجتماعي في ترتيب أولويات الإصلاح السياسي لدى أساتذة الجامعات).

يهدف البحث إلى :

1. يستمد هذا الموضوع أهميته من طبيعة فئة اساتذة الجامعات داخل المجتمع ودورهم التعليمي ، فهذه الفئة تعدّ طاقة بشرية مهمة ومؤثرة في دفع مسيرة الإصلاح السياسي في البلاد .
2. أهمية الشبكات الاجتماعية في تحقيق التواصل الفاعل مع الجمهور ، وبروزها كظاهرة جديدة على الساحة العراقية.
3. التعرف على نوع الأنشطة والمشاركات السياسية والاقتصادية التي يتابعها اساتذة الجامعات ودور مواقع التواصل الاجتماعي في إكسابهم ثقافة الإصلاح السياسي .
4. معرفة طبيعة الدور الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية ثقافة الإصلاح السياسي لدى اساتذة الجامعات .
5. الوقوف على بعض الجوانب والنقاط المهمة والمؤثرة في مواقع التواصل الاجتماعي، وعلاقتها بالإصلاح السياسي لدى اساتذة الجامعات.

ثانياً: مشكلة البحث :

تعد مواقع التواصل الاجتماعي (الفيس بوك، واليوتيوب ، و توتير) الظاهرة الاتصالية الأبرز في عالمنا ، إذ إنها تجذب شريحة كبيرة من فئات المجتمع ، ومنهم أساتذة الجامعات والنخب المثقفة والأكاديمية ... ، بعدهم الشريحة الأكثر تأثيراً في أي مجتمع بما يمثلونه ويحملونه من أفكار تملك القدرة على الإصلاح والتغيير والتطوير ، وتعد مواقع التواصل الاجتماعي ، وسيلة مهمة للتعبير عن الرأي وهي التي وطدت مفهوم الحق في المشاركة بالأفكار والآراء السياسية اتجاه قضايا الإصلاح السياسي ، وركز بحثنا هذا في الدور الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي (الفيس بوك، واليوتيوب و توتير) في ترتيب أولويات الإصلاح السياسي لدى أساتذة الجامعات.. وتكمن مشكلة البحث في التساؤلات التالية:

١. هل تعد مواقع التواصل الاجتماعي (الفيس بوك ، واليوتيوب و توتير) وسيلة لتشكيل الوعي السياسي لدى اساتذة الجامعات ؟
٢. ما دور مواقع التواصل الاجتماعي (الفيس بوك، واليوتيوب و توتير) كوسيلة اتصال في ترتيب أولويات الإصلاح السياسي لدى أساتذة الجامعات ؟
٣. ما أهم المشكلات التي ينبغي إجراء الإصلاح السياسي فيها عاجلاً ؟
٤. ما الجهات التي يقع على عاتقها دفع مسيرة الإصلاح السياسي في البلاد ؟

ثالثاً: منهج البحث وادوات الدراسة :

يعد هذا البحث وصفيًا إذ يقوم بوصف الحقائق بإتباع النهج العلمي وعرض خصائص ظاهرة أو موضوع معين بأسلوب موضوعي دقيق، ويتطلب ذلك ضرورة الاهتمام بأسلوب التعبير عن البيانات الواردة بالبحث بالأساليب الكمية ، ويعتمد البحث على المنهج المسحي باعتباره من انسب المناهج المستخدمة في مجال الدراسات الإعلامية، إذ يستهدف تسجيل الظواهر وتحليلها وتفسيرها بعد جمع البيانات والمعلومات الكافية والملائمة عنها.

١- صدق الاستمارة :

للتحقق من صدق الأداة تم استخدام طريقة صدق المحتوى بأسلوب صدق المحكمين حيث وزع الاستمارة في صورتها الأولية على مجموعة من المحكمين بلغ عددهم^(١) (٥) من المتخصصين في مجالات الاعلام وعلم النفس، وعلوم السياسية ، بهدف التأكد من مناسبة الاستبانة لما أعد له، وسلامة صياغة الفقرات ، وقد بلغت نسبة الاتفاق بين المحكمين على جميع فقرات المقياس بدرجة ٨٠ ٪ فأكثر وهو ما يشير إلى أن المقياس يتمتع بصدق مقبول ، وتم إجراء بعض التعديلات على

الصياغة اللغوية للفقرات في ضوء آراء المحكمين، ولم يتم استبعاد أي فقرة من فقرات المقياس، وإنما عدل الباحث عدداً من الفقرات من حيث الصياغة واختصار بعضها وتوضيح ما هو غامض منها.

٢- ثبات أداة الدراسة :

تم عرض الاستمارة للمرة الأولى على عينة استطلاعية قوامها (١٠) من اساتذة جامعة كربلاء من مجتمع الدراسة ومن خارج أفراد العينة، حيث تم اختيارهم بصيغة عشوائية، وقد قام المبحوثون بالاستجابة على فقرات الاستبانة، ثم أعيد تطبيق المقياس على أفراد العينة الاستطلاعية نفسها بعد مضي أسبوعين على التطبيق الأول، وحساب معامل الثبات فيما بين التطبيقين، وقد بلغت قيمة معامل الثبات على الدرجة الكلية للقلق بين التطبيقين (٠,٨٩) وهو معامل ثبات مرتفع و مناسب للأغراض الدراسة .

رابعاً: مجتمع البحث وعينته :

اعتمد هذا البحث على أسلوب العينة العشوائية المنتظمة في إطار نوع العينات غير الاحتمالية، كما أشار إليها كل من (ويرم و دومينيك) بوصفه أسلوباً مناسباً لسحب وحدات بحثية متاحة، وسهل الوصول إليها بحيث تمثل مجتمع البحث، وتضمنت العينة (٦٥) مبحوث من اساتذة جامعة كربلاء من أعضاء هيئة التدريس في كليات (الإدارة والاقتصاد، والقانون، والطب، الزراعة، والصيدلة، التربية، والعلوم الإسلامية، الفنون الجميلة، والسياحة،)، تم تصميم استمارة تضم أربع عشرة فقرة مع البيانات الشخصية للمبحوثين، لمعرفة طبيعة «ترتيب اولويات قضايا الإصلاح السياسي عبر مواقع التواصل الاجتماعي لدى أساتذة الجامعات» وقد وظف الباحث أداة الاستبانة بعدها (أداة مفيدة من أدوات البحث العلمي للحصول على الحقائق، والتوصل إلى الوقائع والتعرف على الظروف والأحوال ودراسة المواقف، والاتجاهات والآراء، تساعد الملاحظة وتكملها في بعض الأحيان، والوسيلة العملية الوحيدة للقيام بالدراسة العلمية).

وقد صنف الباحثون مجتمع الدراسة إلى مجالات وهي كما مبينة باللاتي :

١. المجال الموضوعي : اقتضت هذه الدراسة على معرفة «ترتيب اولويات قضايا الإصلاح السياسي عبر مواقع التواصل الاجتماعي لدى أساتذة الجامعات» حصراً على تدريسي جامعة كربلاء .

٢. المجال المكاني : اقتصرت الدراسة على عينة ممثلة من أساتذة جامعة كربلاء موزعة على كليات الجامعة ب (الادارة والاقتصاد ، والقانون ، والطب ، الزراعة ، والصيدلة ، التربية ، والعلوم الاسلامية).

٣. المجال الزماني : تم تطبيق الدراسة من المدة الممتدة من (٢٠١٥/٧/١ لغاية ٢٠١٥/١٠/١).
سادسا: الدراسات السابقة :

دراسة (حسني عوض):^(٢)

بعنوان : (أثر مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية المسؤولية المجتمعية لدى الشباب تجربة مجلس شبابي عرار أئموذجا)هدفت الدراسة إلى فحص أثر مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية المسؤولية المجتمعية لدى فئة الشباب ، وذلك من خلال تطبيق برنامج تدريبي على مجموعة من شباب مجلس شبابي ، ومن أجل تحقيق أغراض الدراسة قام الباحث بتطبيق البرنامج التدريبي على أفراد المجموعة التجريبية التي تم اختيارها بشكل مقصود من شباب مجلس شبابي عرار بلغ عددهم (١٨) شاباً وفتاة ، ثم طبق عليهم مقياس المسؤولية الاجتماعية (القياس القبلي) الذي قام الباحث بتطويره، وتم التأكد من صدقه وثباته، أما محتوى البرنامج فقد تكون من هدف رئيس وعدد من الأهداف السلوكية التي انبثقت عنه، و تكون البرنامج من (٥) لقاءات نفذت خلال خمسة أيام بمعدل (٤) ساعات لكل لقاء ، وقد حدد الباحث عدة أهداف لكل لقاء وقد أظهرت الدراسة النتائج الآتية : وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط درجات أفراد المجموعة التجريبية عند مستوى في مستوى المسؤولية الاجتماعية قبل تطبيق البرنامج وبعده لصالح بعد تطبيق $\geq \alpha$ (الدلالة $0,05$ البرنامج التدريبي . بين متوسط درجات $\geq \alpha$ عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $0,05$ الذكور والإناث في المجموعة التجريبية في مستوى المسؤولية الاجتماعية بعد تطبيق البرنامج.

دراسة (بيرق حسين الربيعي):^(٣)

بعنوان : (دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الثقافة السياسية للنخب الإعلامية العراقية «الفيسبوك أئموذجا») هدفت هذه الدراسة الى : التعرف على نوع الأنشطة والمشاركات التي تمارسها النخب الإعلامية ودور الفيسبوك في إكسابهم الثقافة السياسية، وتضمنت العينة (١٠٠) مبحوث من الإعلاميين قسمت إلى (الإعلاميين الأكاديميين من أعضاء هيئة التدريس في كلية الإعلام واقسام الإعلام ، والاعلاميين المهنيين) وجاءت بواقع (٥٠) مبحوثاً لكل فئة من الفئات المذكورة في العينة ، تم تصميم استمارة تضم سبعة عشر سؤالاً مع البيانات الشخصية للمبحوثين ، لمعرفة طبيعة الدور الذي يؤديه الفيسبوك في عملية التنمية الثقافية (تنمية الثقافة

السياسية). وقد وظفت الباحثة أداة الاستبانة بعدها (أداة مفيدة من أدوات البحث العلمي للحصول على الحقائق، والتوصل إلى الوقائع والتعرف على الظروف والأحوال ودراسة المواقف، والاتجاهات والآراء، توصلت الدراسة الى مجموعة من النتائج اهمها: أن أغلب الباحثين وبنسبة ٤٠٪ للأكاديميين ، و بنسبة ٤٤٪ للصحفيين يستخدمون الفيسبوك منذ أكثر من ثلاث سنوات ، وهذا يدل ان الباحثين نشطوا في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي اثناء وبعد ثورات الربيع العربي لنقل الافكار والآراء والتعليق على ما ينشر من موضوعات وصور وفيديوهات وكذلك كشفت نتائج البحث ان موقع الفيسبوك له شعبية كبيرة من بين مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى وذلك لما يحمله من مواصفات تجمع تقريباً جميع مواصفات مواقع التواصل الاجتماعي ، إذ جاءت نسبة من يفضلون الفيسبوك ٥٧,٣٪ من الباحثين ، وحصل موقع اليوتيوب نسبة ٣٦,٨٪ في المرتبة الثانية ، أما موقع تويتر جاء بالمرتبة الاخيرة وبنسبة ٥,٨٪ ، في ضوء ما توصلت إليه الدراسة من نتائج ومناقشتها فإن الباحثة توصي على : تشجيع النخب المثقفة والشبابية في تشكيل مجموعات وانشاء صفحات على مواقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك) لجذب جيل الشباب الاكثر تأثراً بمتغيرات الحياة وتبادل المعرفة والثقافة نشر الوعي لدى الشباب حول دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية ثقافتهم العامة والسياسية خاصة وإرشادهم للاستخدام الأمثل لموقع الفيسبوك في خدمة مصالحهم الشخصية وقضايا بلدانهم .

دراسة (خيرت معوض محمد عياد) (٤)

ركزت هذه الدراسة على أهمية شبكة الانترنت كوسيلة اتصال للعلاقات العامة, وان هذه الوسيلة على الرغم من الفائدة الكبيرة للانترنت إلا أنها تمثل تحدياً لممارسي العلاقات العامة إذ ركزت الدراسة على تحليل وتوصيف الاستراتيجيات الاتصالية التي تستعملها المؤسسات الربحية وغير الربحية في مصر والأمارات عبر مواقعها الالكترونية, وعلى ذلك فقد اختار الباحث (٤٠) مؤسسة لتحليل مواقعها على شبكة الانترنت ، بواقع (٢٠) مؤسسة لكل من مصر والامارات وكان نصف المؤسسات ربحية والأخرى غير ربحية ، وخلصت الدراسة إلى إن هناك أربع استراتيجيات هي: (الإعلام, والاقتناع, وبناء الاجماع, والحوار) فكل استراتيجية لها مضمونها والروابط الخاصة بها التي يمكن ان يعكسها الموقع الالكتروني لمؤسسة ما على شبكة الانترنت ، فقد أشارت النتائج إلى إن هذه المواقع استعملت استراتيجية الإعلام ، إلا إن استراتيجيتي (الاقتناع وبناء الاجماع) كان اعتمادها ضعيفاً بوجه عام مع اشارة إلى إن استعمالها في المؤسسات غير الربحية اكثر من الربحية ، واما استراتيجية الحوار فان ادارات العلاقات العامة في المؤسسات المختلفة بعيدة كل البعد من تطبيق هذه الاستراتيجية مع استعمال ضعيف جداً. وأشارت النتائج أيضا إلى حرية ممارسي العلاقات العامة في ادارة الموقع الالكتروني لمؤسسات وتحريرها كان على حساب مسؤوليتهم الإعلامية اتجاه جماهير هذه المؤسسات نتيجة استعمال استراتيجية الإعلام والتي

تعبّر عن الاتصال باتجاه واحد أكثر من الاستراتيجيات الاتصالية الأخرى.

الاطار النظري

أولاً: الإصلاح السياسي :

مفهوم الإصلاح السياسي :

الإصلاح لغة من فعل أصلح يصلح إصلاحًا ، أي إزالة الفساد بين القوم، والتوفيق بينهم . وهو نقيض الفساد ، فالإصلاح هو التغيير الى استقامة الحال على ما تدعو إليه الحكمة ، ومن هذا التعريف يتبين أن كلمة إصلاح تطلق على ما هو مادي ، وعلى ما هو معنوي ، فالمقصود بالإصلاح من الناحية اللغوية ، الانتقال أو التغيير من حال إلى حال أحسن ، أو التحول عن شيء والانصراف عنه الى سواه . وقد ورد لفظ الإصلاح في القرآن الكريم في أكثر من سورة مثل قوله تعالى: (والله يعلم المصلح من المفسد) ، وقوله مخاطباً فرعون : (إن تريد إلا أن تكون جباراً في الأرض، وما تريد أن تكون من المصلحين) (٥) أما اصطلاحاً فيعرفه قاموس «أكسفورد» الإصلاح بأنه «تغيير أو تبديل نحو الأفضل في حالة الأشياء ذات النقص ، وخاصة في المؤسسات و الممارسات السياسية الفاسدة أو الجائرة ، إزالة بعض التعسف أو الخطأ». الإصلاح يوازي فكرة التقدم ، وينطوي جوهرياً على فكرة التغيير نحو الأفضل، وخاصة التغيير الأكثر ملاءمة من أجل تحقيق الأهداف الموضوعية من قبل أصحاب القرار في حقل معين من حقول (النشاط الإنساني) . (٦) ويعرف قاموس «وبستر» للمصطلحات السياسية (١٩٨٨) الإصلاح السياسي بأنه «تحسين النظام السياسي من أجل إزالة الفساد والاستبداد» . (٧) ويعتبر الإصلاح السياسي : ركناً أساسياً مرشحاً للحكم الصالح ، ومن مظاهره سيادة القانون و الشفافية و المشاركة الشعبية في اتخاذ القرار والعدل وفعالية الإنجاز وكفاءة الإدارة و المحاسبة والمسائلة والرؤية الإستراتيجية ، وهو تجديد للحياة السياسية ، وتصحيح لمساراتها ، ولصيغها الدستورية ، والقانونية ، بما يضمن توافقاً عاماً للدستور ، وسيادة للقانون ، وفصلاً للسلطات ، وتحديدًا للعلاقات فيما بينها «وهو التعريف الذي يتبناه برنامج الأمم.

٢- عملية الإصلاح السياسي :

إن عملية الإصلاح لا تحدث في فراغ ولا تنطلق مجرد الرغبة في التغيير، إذ لابد من توافر بيئة مناسبة أو ظروف موضوعية تدفع باتجاه الإصلاح، وذلك لتجنب الآثار السلبية المترتبة على بقاء الوضع على ما هو عليه، من جمود وجمود ولاستعراض هذه الظروف والكيفية التي تتم فيها عملية الإصلاح وحجم أو درجة الإصلاح المطلوب، فانه لا بد من الإشارة إلى الحقائق التالية : (٨)

أ- إن الإصلاح عادة ما يتم في ظروف الأزمة The Context of Crisis فنقطة الانطلاق هي الأزمة التي تمثل خطراً أو تحدياً للنظام القائم، وبالتالي لا بد من التصدي لهذه الأزمة باتخاذ قرارات حاسمة وإجراء إصلاحات جذرية، وقد تكون الأزمة خارجية تهدد امن واستقرار أو كيان الدول، فالخطر الخارجي هو الذي دفع بالقادة العثمانيين إلى إجراء إصلاحات عسكرية، وذلك للدفاع عن سيادة وأمن الإمبراطورية في وجه التهديدات والأطماع الخارجية للدولة الأوروبية، وقد تكون الأزمة ناتجة عن عوامل داخلية مثل تردي الأوضاع الاقتصادية أو عدم الاستقرار السياسي أو فقدان الشرعية في نظام الحكم، أو هذه العوامل مجتمعة بحيث يكون الإصلاح هو الاستجابة العقلانية لمواجهة هذه الظروف الصعبة، وفي هذا السياق يمكن اعتبار سياسة الإصلاح أو إعادة البناء التي تبناها الزعيم السابق للاتحاد السوفيتي غورباتشوف في التحول نحو اقتصاد السوق وإنهاء حكم الحزب الواحد، مثال على تبني الإصلاح لمواجهة الظروف الاقتصادية والسياسية السيئة في نظام ما. فالأزمة هي لحظة تاريخية حاسمة لا تقبل التوفيق أو التلفيق أو الإبطاء من أجل التقدم والازدهار وتلافي المصاعب والأخطار الناجمة عن عدم الإمساك بتلك اللحظة واستثمارها.

ب- إن دعاة الإصلاح عادة ما يستندوا في دعواتهم الإصلاحية إلى عقيدة فكرية أو إيديولوجية Ideology تساعدهم في تبرير الأفكار الإصلاحية والدفاع عنها، فالدعوة الإصلاحية التي نادى بها الجيل الأول من القوميين العرب من أمثال: الكواكبي واليازي وورشيد رضا ورفاعة الطهطاوي وغيرهم كانت نابعة من تأثرهم بالأفكار الغربية ولاسيما فكرة القومية Nationalism والإصلاحات الاقتصادية التي تبناها الزعيم الراحل جمال عبد الناصر كانت نتاج تأثره بالعقيدة الاشتراكية. فالخطاب الإصلاحية المستند إلى عقيدة أيديولوجية يتميز بوضوح الرؤية وقوة الحججة عند المبادرة أو المشاركة أو حتى عند النقاش، فالعلمانية والديمقراطية والعقلانية والمواطنة هي جميعاً إيديولوجيات يمكن لقادة الإصلاح الاستناد إليها في دفاعهم أو تبريرهم لتوجهاتهم الإصلاحية وإقناع الجماهير بضرورتها. إلا أنه ليس من الضروري أن تكون كافة الدعوات الإصلاحية نتاج عقائد سياسية، لا بل إن بعض قادة الإصلاح قد يتبنون أفكاراً إصلاحية تتناقض وعقائدهم السياسية، فعلى سبيل المثال تبنت رئيسة وزراء بريطانيا السابقة ماركرت تاتشر برنامجاً اقتصادياً إصلاحياً نادى ببيع القطاع العام إلى القطاع الخاص بالرغم من انتماء تاتشر إلى التيار المحافظ.

ج- أن الإصلاح الذي يأتي بمبادرة من القائد ومن هم حوله «المنخبة الحاكمة» Reform from Above لا بد من أن يدفع نحو توسيع قاعدة المشاركة السياسية، وخلق عناصر وفئات تستفيد من عملية الإصلاح حتى يكتب له النجاح والاستمرارية، أي خلق جبهة للإصلاح، فكلما اتسعت قاعدة المشاركة في عملية الإصلاح كلما زادت شرعية الإصلاحات، فالإصلاح الذي يتم من أجل حريات الناس ومصالحهم ومن أجل مستقبلهم، لا شك سوف يدفعهم إلى التمسك به وحمائته ما يحاولون عرقلته أو الإساءة إليه، ومن ثم لا بد من أن يؤدي الإصلاح إلى حراك اجتماعي وخلق

إرادة مجتمعية، وبلغت أخرى يواكب المبادرات الإصلاحية من أعلى إصلاح تدريجي من الأسفل Reform from below، وبخلاف ذلك فإنه تبقى الإصلاحات جزئية وغير مؤثرة يسهل التراجع عنها، وذلك لغياب الجماهير التي يمكن أن تدافع عن هذه الإصلاحات وتتمسك فيها.

٣- الشروط أو الظروف الواجب توفرها في عملية الإصلاح السياسي:^(١)

أ- أن يكون هناك وضع شاذ يحتاج إلى إصلاح أو علة تحتاج إلى دواء. إذ أنه في ظل غياب الوضع الشاذ فإنه لا مبرر للإصلاح، لأنه يصبح اقرب إلى الترف. فالعلة قد تكون غياب العدالة أو الحرية أو انتشار الفقر أو المرض وعدم الاستقرار، فالعلة تساعد في تحديد موطن الخلل لكي يتم اختيار العلاج الشافي.

ب- أن يكون التغيير نحو الأفضل، فتسود الحرية محل الاستبداد، أو العدالة محل الظلم، أو الأمن محل الخوف والتعليم محل الأمية، أو الاستقرار محل الفوضى.

ج- أن يكون التغيير له صفة الاستمرارية ولا يتم التراجع عنه، فالتغيرات المؤقتة التي يمكن التراجع عنها لا يمكن اعتبارها إصلاحاً بالمعنى الحقيقي، فتحويل نظام سلطوي إلى نظام ديمقراطي هش يمكن زواله بسرعة لا يعد إصلاحاً.

ثانياً: مواقع التواصل الاجتماعي :

تعريف مواقع التواصل الاجتماعي :

الشبكات الاجتماعية هي مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الإنترنت، تتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم حسب مجموعات اهتمام أو شبكات انتماء (بلد، جامعة، مدرسة، شركة... إلخ)، كل هذا يتم عن طريق خدمات التواصل المباشر؛ مثل: إرسال الرسائل، أو الاطلاع على الملفات الشخصية للآخرين، ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم التي يتيحونها للعرض.^(١)

أهم الخصائص التي تتمتع بها مواقع التواصل الاجتماعي هي:^(١)

١. التفاعلية والتشاركية: وتعني ان المستخدم يستطيع الحصول على المعلومات، ويتمكن من التفاعل مع مصدر المعلومات ومع المستخدمين الآخرين، وعن طريق هذه الميزة يتشارك المستخدمون ما ينشرون من موضوعات عبر الحوار والمناقشات وابداء الآراء والاستفادة من آراء الآخرين، وذلك يؤدي الى إثراء الموضوعات المطروحة والتفاعل يؤدي إلى استمرار المستخدم بالتواصل ومشاركة المضامين مع الآخرين.

٢. الحضور الدائم غير المادي: لا تتطلب عملية الاتصال في مواقع التواصل الاجتماعي الحضور

الدائم المادي ، إذ يمكن للمستخدم الاتصال بالمستخدم الآخر عن طريق ترك رسالة نصية أو صور أو معلومات عن أفلام أو موسيقى... الخ وغيرها من مجالات اهتمام الشخص الآخر ، الذي يمكن ان يرد عليه بالطريقة نفسها من دون أن يلتقيا في وقت متزامن كما يمكن لهما الاتصال مباشرة .

٣. الانفتاح : يمثل المحتوى المرسل من المستخدمين أغلبية المحتوى المنشور على مواقع التواصل الاجتماعي وذلك يزيد الرغبة لدى الاعضاء (المستخدمين) بالمزيد من التواصل والتفاعل والمشاركة لأنهم هم من يقوم بعملية انتاج المحتوى ، عكس وسائل الاعلام التقليدية التي يمثل الشخص دور المتلقي أو المستهلك للمحتوى.

٤. الانفتاح: تتوافر في شبكات التواصل الاجتماعي خدمة تتيح للأشخاص إنشاء مجموعات تشترك بالاختصاص ، الانتماء الديني أو الاجتماعي أو الفكري.

٥. قدرته على التعبئة : يستطيع مستخدمو التواصل الاجتماعي أن يستثمر قدراته على تعبئة الجمهور من خلال الصفات المتنوعة التي يتسم بها الموقع (النص - الرسالة القصيرة - الفيديو - الإعجاب - انشاء صفحات - تشكيل مجموعات متنوعة و خاصة ... وغيرها من الصفات الأخرى ودليل ذلك واضحاً في شباب الثورات العربية الأخيرة ما وظفوا كافة هذه الامكانيات حيث رفعوا الشعارات التي تحرك روح الغضب والاحتجاج في نفوس المتظاهرين .

٦. ونستطيع ان نبين دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنظيمها للمعلومات جاء عبر ثلاثة معايير (١٢) :

٧. المعيار الاجتماعي : يتأكد دور المعلومات كوسيلة للارتقاء بمستوى المعيشة وينتشر وعي الكمبيوتر والمعلومات ، وتتاح للعامّة والخاصة ومعلومات على مستوى عالٍ من الجودة المعيار السياسي : تؤدي حرية المعلومات الى تطوير العملية السياسية وبلورتها وذلك من خلال مشاركة اكبر من الجماهير وزيادة معدل إجماع الرأي .

٨. المعيار الثقافي : الاعتراف بالقيم الثقافية للمعلومات كاحترام الملكية الذهنية والحرص على حرية البيانات الشخصية والهدف الاعلامي والامانة العلمية ، ويتم ترويج هذه القيم من اجل الصالح القومي وصالح الافراد على حد سواء .

دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الثقافة السياسية :

أهتم الباحثون في مجال علم الاجتماع والنفوس والإعلام والسياسة على حد سواء بمفهوم الدور ، وذلك لأهميته في تلك المجالات وتم تناوله بأساليب وطرق مختلفة في دراساتهم وتعددت التعاريف حسب المجالات التي ينظر للدور عن طريقها . ويعرف الدور بأنه (السلوك المنظم الذي يؤديه الشخص في المراكز المناسبة ليشارك في المواقف ، وتنظمه مجموعة المعايير والقيم الاجتماعية لاتجاهات يفرضها المجتمع و لا يؤدي الشخص دوراً واحداً بل مجموعة من الأدوار) وقد أسهمت مواقع التواصل الاجتماعي في نقل مجريات الأحداث وتحديداً في أحداث تونس ومصر .. اذ رغم التشدد من الأجهزة الامنية لتلك البلدان الا أن الافراد المشاركين في مواقع التواصل الاجتماعي وخصوصاً الفيس بوك استطاعوا ان يوثقوا وينقلوا الوقائع عبر هذه المواقع التي اصبحت مصدراً للمعلومات لختلف وسائل الاعلام . وبذلك خلقت مواقع التواصل الاجتماعي مجتمعاً واسعاً خاصاً بها ممكن ان نطلق عليه (مجتمع المعلومات التواصلية) وهو ما يميز شبكات التواصل الاجتماعي عبر نقل ومشاركة وتفاعل مع المعلومات النصية والصورية والفيديوهات وغيرها من المنشورات والتعليق عليها بشكل مستمر او شبه مستمر وهذا الامر اثر على انتاج المجتمع وطرق تعليمه والعلاقات الاجتماعية بين افراده (اعضاء مواقع التواصل الاجتماعي) ، وسياساته ومختلف اوجه النشاط المجتمعي^(٣١).

ثالثاً: ترتيب الاولويات :

تعريف ترتيب الاولويات :

تعني الأولويات لغة بانها الأحق والأجدر^(٣١)، والأولويات هي عملية تقوم خلالها وسائل الإعلام بإبراز بعض القضايا وعدم إبراز قضايا أخرى ، ومن ثم تضع المعايير التي يقيم بها الناس المرشحين^(٣١) وهي كذلك تسهم في خلق واقع اجتماعي يعيش في افراد الجمهور و ذلك تبدد أي عملية تغيير في المنظومة الفكرية و الثقافية لدى الفرد غير ناجحة إذا لم توظف وسائل الاعلام بالشكل الصحيح وتعني كلمة (أجندة) لغوياً برنامج أو جدول الاعمال^(٣١) وتمثل نظرية «وضع الأجندة» إحياءً «لنموذج التأثير المعتدل، اذ تشير إلى ان وسائل الإعلام لديها القدرة على توجيه انتباه الجمهور نحو قضايا بعينها، اذ تقوم هذه النظرية على فرض رئيس مفاده «انه كلما زاد تركيز وسائل الإعلام على موضوعات وقضايا بعينها، ترتب على ذلك ادراك الجمهور للموضوعات والقضايا نفسها، بوصفها قضايا بالغة الأهمية^(٣١) تفترض نظرية ترتيب الاولويات بوجود علاقة ايجابية بين ما تؤكد وسائل الاعلام في رسائلها و بين ما يراه الجمهور مهماً ، أي أن لوسائل الاعلام دور في ترتيب الاولويات عند الجمهور ، و من ثم فإن وسائل الاعلام بهذا المعنى تقوم بمهمة تعليمية ، فقد اصبحت وسائل الاعلام الجماهيرية هي الوسيط بين الاحداث و بين افراد الجمهور ، فهي تنقل

الاجبار المعلومات والرأي والتفسير والتحليل^(٨١) ويقصد بها (أن وسائل الاعلام لديها القدرة على توجيه انتباه الجمهور نحو قضايا معينة ، أي كلما زاد تركيز وسائل الاعلام على موضوعات وقضايا بعينها ترتب على ذلك إدراك الجمهور لموضوعات والقضايا نفسها ، بوصفها قضايا بالغة الأهمية^(٨٢) كما تعرف بأنها (قائمة من القضايا والاحداث التي يتم النظر فيها في وقت من الاوقات على انها مرتبة طبقاً لأهميتها)^(٨٣).

مفهوم نظرية ترتيب الأولويات ويتخلص في النقاط الآتية: (12)

- ١- تركيز وسائل الإعلام على موضوع أو شخص مع إعطائه حيزاً كبيراً يدل لدى الجمهور على أن الموضوع أو الشخص له من الأهمية ما يجعله حاضراً باستمرار أو بكثرة في وسائل الإعلام وأن الموضوعات الأخرى أو الأشخاص الآخرين ليس لهم حضور أو أهمية لدى الجمهور.
- ٢- إبراز وسائل الإعلام لقضايا معينة وأشخاص محددین لا يؤدي فقط إلى تضخيم تلك القضايا على حساب قضايا أهم... بل إن لذلك كله اثاراً بعيدة على الوعي العام بقضايا الأمة.
- ٣- تأثير وسائل الإعلام على الناس من خلال قصر الحصيلة المعرفية لدى الجمهور على مسائل محددة لا تتعدى في الغالب البرامج الرياضية والترفيهية و الموضوعات العاطفية.
- ٤- إدمان الجمهور على استهلاك المواد الإعلامية التي تقدمها له وسائل الإعلام على أساس ترتيبها هي، قد يؤدي إلى تشكيكه وتأثره بما تشتمل عليه تلك المواد، فهذا وجه من أوجه التأثير التراكمي لوسائل الإعلام.

الأهمية العلمية لنظرية وضع الاجندة : (٢٢)

فقد اشارت اول دراسة منشورة (Show & McCombs) إلى اتساع المجالات البحثية لوضع الأجندة يوماً بعد يوم، وتضاعف التقدير العلمي لهذا التوجه البحثي نتيجة استكشافه الأدوار الفاعلة التي تمارسها الصحافة ووسائل الإعلام الأخرى في حياتنا السياسية والاجتماعية، وانطلاقاً من مبدأ أن أهم من يميز النظرية العلمية هو قدرتها المستمرة على توليد التساؤلات والفروض الحديثة الجديدة واستكشاف مجالات وطرق بحثية جديدة فمن هذا المنطلق.

يمكن تحديد ما تتميز به نظرية ترتيب الأولويات بما يأتي :-

١. النمو المستمر والمنظم للدراسات التطبيقية في مجال وضع الأولويات منذ بدء الاهتمام بها حتى هذا اليوم .
٢. قدرتها على تحقيق التكامل بين عدد من المجالات البحثية الفرعية للاتصال الجماهيري تحت ظلال ترتيب الأولويات .

٣. قدرتها على توليد قضايا بحثية و اساليب منهجية جديدة تتنوع بتنوع المواقف و المتغيرات الاتصالية الا ان كيفية ممارسة الرأي العام لدوره في العملية السياسية لم تحظ بنفس الدرجة من الاتفاق فالديمقراطية التقليدية تفترض الاستجابة الحكومية المباشرة لرغبات الرأي العام ، فيما ينظر المفكرون و السياسيون الى الاحزاب السياسية كوسيط بين الحكومة و الشعب بينما يعمل الاعلام على ترجمة اهتمامات الراي العام الى سياسات و قرارات تعكس هذه الاهتمامات .

الاطار العملي

اولا : البيانات العامة

الجنس :

كشفت نتائج الدراسة أن جنس المبحوثين من اساتذة جامعة كربلاء متمثلا في كلياتها المختلفة قد بلغ (٥١) مبحوثاً من الذكور مشكلين ما نسبة (٧٨,٤٦) ، وبلغ (١٤) مبحوثات من الإناث، ويشكلن ما نسبة (٢١,٥٣) ، إذ يعد هذا الفارق طبيعياً، بين الذكور والإناث في المجتمعات الإسلامية .

جدول (١) يبين النوع البشري للمبحوثين

المرتبة	النسبة	التكرار	النوع	ت
الاولى	78.46%	51	ذكر	1
الثانية	21.53%	14	انثى	2
	100%	65	المجموع	

التحصيل الدراسي

كشفت نتائج الدراسة أن التحصيل العلمي للمبحوثين في كليات جامعة كربلاء كانت كالاتي :
الحاصلون على شهادة الدكتوراه كان عددهم (٣٥)، و مشكلين ما نسبته (٥٣,٨٤) ، والحاصلة على شهادة الماجستير بلغ عددهم (٣٠)، مشكلين ما نسبته (٤٦,١٥) .

جدول (٢) يبين التحصيل الدراسي للمبحوثين

المرتبة	النسبة	التكرار	التحصيل الدراسي	ت
الاولى	53.84%	35	دكتوراه	1
الثانية	46.15%	30	ماجستير	2
	100%	65	المجموع	

الفئات العمرية للمبحوثين

أوضحت نتائج الدراسة أن أعمار التدريسي في جامعة كربلاء تتراوح بين فئات مختلفة إذ بلغت (١٥) مبحوثاً يقعون في الفئة العمرية من (٢٥ - ٣٤) سنة وبنسبة (٢٣,٠٧%) تلتها الفئة العمرية (٣٥- ٤٤) وبنسبة (٤٣,٠٧%) وعدد (٢٨) مبحوثاً فيما جاء بالمرتبة الثالثة الفئة العمرية (٤٥) فما فوق) بـ (٢٢) مبحوثين وبنسبة (٣٣,٤٤%).

جدول (٣) يبين الفئات العمرية للمبحوثين

المرتبة	النسبة	التكرار	الفئة العمرية	ت
الثالثة	23.07%	15	34 - 25	1
الاولى	43.07%	28	44 - 35	2
الثانية	33.44%	22	45 فما فوق	3
	100%	65	المجموع	

ثانياً : بيانات المشاهدة او المتابعة

يبين مدى استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي

أوضحت إجابات المبحوثين عن مدى استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي ، والتي تم ترتيبها في أدناه حسب وعلى وفق المحصلة النهائية للنسب المئوية من أعلى نسبة مئوية إلى أقل نسبة مئوية، كما يلي: أشار (٥٠,٧٦%)، و بواقع (٣٣) مبحوثاً إلى أن ممارستهم لهذا النشاط يكون بشكل دائم، في حين أشار (٣٢,٣٠%)، و بواقع (٢١) مبحوثاً إلى أنهم يمارسون هذا النشاط أحياناً، وأن (١٠,٧٦%)، و بواقع سبعة مبحوثين يؤكدون على أنهم يمارسونه نادراً، بينما أشار (٦,١٥%)، و بواقع (أربعة) مبحوثين إلى أنهم لا يتابعون هذا النشاط .

جدول رقم (٤) يبين مدى استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي

المرتبة	النسبة	التكرار	استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي	ت
الاولى	50.76%	33	دائماً	-1
الثانية	32.30%	21	أحياناً	-2
الثالث	17.12%	11	نادراً	-3
	100%	65	المجموع	

مواقع التواصل الاجتماعي التي تحرص على متابعتها :

لقد أشار (٤٧،٦٤٪)، و بواقع (٤٩) مبحوثاً إلى أنهم لديهم صفحات على (Face book) وأنهم يتابعون منشورات الموقع، في حين أشار (٢٣،٦٨٪) بواقع (١٨) مبحوثاً على أنهم يتابعون موقع (YouTube)، و أشار (١١،٨٤٪) و بواقع (٩) مبحوثين إلى أنهم يتابعون موقع (Tweeter) من مجموع عدد المبحوثين الـ (٧٦) ... ويرى الباحث أن مواقع التواصل الاجتماعي تسهم في بشكل عام، في تزويد الجمهور بالمعلومات السياسية والاقتصادية والاجتماعية... الخ.

جدول رقم (٥) يبين مواقع التواصل الاجتماعي التي يحرص على متابعتها المبحوثين

المرتبة	النسبة	التكرار	مواقع التواصل الاجتماعي التي يحرص المبحوثين على متابعتها .	ت
الاولى	64.47%	49	Face book	1
الثانية	23.68%	18	YouTube	2
الثالثة	11.84%	9	Tweeter	3
	100%	76	المجموع	

مدى متابعة المبحوثين للأخبار على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي :

أشار (٤٣،٠٧٪)، و بواقع (٢٨) مبحوثاً إلى أن متابعتهم على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي تكون بشكل دائماً، في حين أشار (٣٨،٤٦٪) و بواقع (٢٥) مبحوثاً إلى أنهم يتابعون المواقع بمدى أحياناً، وأن (١٢،٣٠٪) و بواقع (٨) مبحوثاً يؤكدون على أنهم يتابعون بمستوى نادراً، في ما أشار ما نسبته (٦،١٥٪) و بواقع (٤) لا اتابع مواقع التواصل الاجتماعي ، نستدل ما تقدم أن هناك نسبة كبيرة قد أكدت بان هناك ...

جدول رقم (٦) يبين مدى متابعة المبحوثين للأخبار على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي

ت	مشاهدة المبحوثين للأخبار على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي	التكرار	النسبة	المرتبة
1	دائماً	28	43.07%	الاولى
2	احياناً	25	38.46%	الثانية
3	نادراً	8	12.30%	الثالثة
4	لا اتابع	4	6.15%	الرابعة
	المجموع	65	100%	

المدة الزمنية التي يحرص المبحوثين على متابعة الأخبار فيها :

تشير آراء المبحوثين الى إن هنالك نسبة كبير من قِبَل المبحوثين يحرصون على متابعة الاخبار عبر مواقع التواصل الاجتماعي في اوقات المساء ، فقد أشارت آراء المبحوثين ، و بواقع (٣٠) تكراراً، وبنسبة (٤٩,١٨%) أكدوا على أنهم يعملون على رصد اخبار المواقع الالكترونية اثناء الليل ،أما (فترة بعد الظهر) فقد شكلوا ما نسبته (٣٧,٧٠%)، وبواقع (٢٣) تكراراً، وهذه النسبة تعد نسبة عالية ايضاً مقارنة بالنسبة التي سبقتها ،أما (فترة الصباح) فقد شكلوا ما نسبته (٩,٨٣) % ، وبواقع (٦) وحلت نسبة المشاهدة فس فترة الظهر بالمرحلة الرابعة والاخيرة بواقع (تكرارين) وبنسبة (٣,٢٧) %.

جدول رقم (٧) يبين المدة الزمنية التي يحرص على متابعة المبحوثين للاخبار فيها .

ت	المدة الزمنية التي يحرص على متابعة المبحوثين للأخبار فيها	التكرار	النسبة	المرتبة
1	فترة الصباح	6	9.83%	الثالثة
2	فترة الظهر	6	9.83%	الرابعة
3	فترة بعد الظهر	23	37.70%	الثانية
4	فترة المساء	30	49.18%	الاولى
	المجموع	65	100%	

الأخبار التي يحرص المبحوثون على متابعتها :

إتضح إن ما نسبته (٥٩,٥٢%) بواقع (٥٠) تكراراً كانت إجاباتهم بأنهم يتابعون الاخبار المحلية بلدهم ، في حين كانت الإجابة بمتابعة اخبار الشأن العربي ، بواقع (٢٠) تكراراً وبنسبة (٢٣,٨٠%) أما يتعلق بالشأن العالمي فقد كانت اجابات المبحوثين بنسبة (١٤) وبواقع (١٦,٦٦%) تكراراً.

جدول رقم (٨) يبين الأخبار التي يحرص المبحوثون على متابعتها .

المرتبة	النسبة	التكرار	يبين الأخبار التي يحرص المبحوثين على متابعتها	ت
الأولى	59.52%	50	أخبار الشأن المحلي	1
الثانية	23.80%	20	أخبار الشأن العربي	2
الثالثة	16.66%	14	الأخبار العالمية	3
	100%	84	المجموع	

مضامين الاخبار المنشورة الكترونيا :

سيطرت القضايا (السياسية) على نسبة متابعة المبحوثين لما تنشره في مضامين مواقع التواصل الاجتماعي- محل الدراسة، والتي حصلت على نسبة (٥٢,٨٪) وبواقع (٥٠) تكرارا من مجموع تكرارات القضايا الاخرى والبالغة (٩٦)، وفي المرتبة الثانية حلت الموضوعات (الاجتماعية) اذ بلغت نسبتها (٢١,٨٧٪) وبمقدار (٢٥) تكرارا، فيما حلت الموضوعات (الاقتصادية) بالمرتبة الثالثة بواقع (٢١) تكرارا وبنسبة (٢١,٨٧٪)، وتشير البيانات ان الموضوعات (العلمية، الرياضية والتطورات التكنولوجية الثقافية التربوية والتنمية البشرية الأمنية والإرهاب) تأتي بعد ذلك بالمراتب الرابعة والخامسة والاخيرة وبنسب مختلفة.

جدول رقم (٩) يبين القضايا المحلية التي يحرص على متابعتها المبحوثون في مضامين الاخبار المنشورة الكترونيا

المرتبة	النسبة	التكرار	مضامين الاخبار المنشورة على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي التي يحرص على متابعتها المبحوثون	ت
الأولى	52.08%	50	السياسية	1
الثانية	21.87%	21	الاقتصادية	2
الثالث	26.04%	25	الاجتماعية	3
	100%	96	المجموع	

ثالثاً : الإصلاح السياسي :

مدى متابعة المبحوثين للقضايا الإصلاح السياسي في العراق :

أشار (٧٢,٣٠٪)، و بواقع (٤٧) مبحوثاً إلى أن متابعتهم لقضايا الإصلاح السياسي في العراق يكون بشكل دائماً، في حين أشار (٢١,٥٣٪)، و بواقع (١٤) مبحوثاً إلى أن متابعتهم لقضايا الإصلاح السياسي تكون بمدى أحياناً، وأن (٦,١٥٪)، و بواقع (أربعة) مبحوثين يؤكدون على أنهم أن متابعتهم لقضايا الإصلاح السياسي تكون نادراً.

جدول رقم (١٠) يبين مدى متابعة المبحوثين للقضايا الإصلاح السياسي في العراق:

المرتبة	النسبة	التكرار	متابعة المبحوثين للقضايا الإصلاح السياسي في العراق	ت
الأولى	72.30%	47	دائماً	1
الثانية	21.53%	14	أحياناً	2
الثالثة	6.15%	4	نادراً	3
	100%	65	المجموع	

وسائل الاتصال التي يحصل عن طريقها المبحوثون على معلومات بشأن الإصلاح السياسي:

تؤكد إجابات المبحوثين على إن (التلفاز) احتلت المرتبة الأولى، بواقع (٤٥) تكراراً، وبنسبة (٤٥٪) 'وحل (الانترنت) بالمرتبة الثانية، بواقع (٣٧) تكراراً، وبنسبة (٣٠,٨٣٪) وفي المرتبة الثالثة حلت الجماعات الاجتماعية الأهل والاصدقاء و بواقع (١٧) تكراراً، وبنسبة (١٤,١٦٪) إما (الإذاعة) فقد حلت بالمرتبة الرابعة و بواقع (٧) تكرارات وبنسبة (٥,٨٣٪)، وجاءت الندوات بالمرحلة الخامسة و بواقع (٣) تكراراً، وبنسبة (٢,٥٪)، وجاءت الصحف والمجلات بالمرتبة السادسة والأخيرة و بواقع تكرارين، وبنسبة (١,٦٦٪)، في حين لم يسجل أي تكرار معين للوسائل الأخرى، إذ يعدّ التلفزيون من أسرع وسائل الاتصال وصولاً إلى الجمهور في أي مكان، فهو يعتمد على مخاطبة كل مستويات الجمهور.

جدول رقم (١١) يوضح وسائل الاتصال التي يحصل عن طريقها المبحوثون على معلومات بشأن الإصلاح السياسي في العراق:

المرتبة	النسبة	التكرار	الوسيلة التي من خلالها يحصل المبحوثون على معلومات بشأن الإصلاح السياسي في العراق.	ت
الأولى	45%	54	التلفاز	1
الثانية	30.83%	37	الانترنت	2
الثالثة	14.16%	17	الأهل والاصدقاء	3

4	الإذاعة	7	5.83%	الرابعة
5	الندوات	3	2.5%	الخامسة
6	الصحف والمجلات	2	1.66%	السادسة
	المجموع	120	100%	

مدى اهتمام المبحوثين بقضايا الإصلاح السياسي في ظل حكومة الدكتور العبادي: تباينت إجابات المبحوثين حول مدى اهتمامهم بقضايا الإصلاح السياسي في ظل حكومة الدكتور العبادي: فقد اشار ما نسبته (٥٨,٤٦%)، و بواقع (٣٨) مبحوثاً الى انهم يهتمون بدرجة (أهم جداً) ، في حين أجاب (٢٠) تكررًا ، مشكلين ما نسبته (٣٠,٧٦%) على أنهم (يهتمون الى حد ما) ، في حين أشار (٤) تكررًا ، وبنسبة (٦,١٥%) على أنهم (يهتمون الى حد كبير) ، وجاء في المرتبة الرابعة والاخيرة بمدى (عدم اهتمامهم) بالإصلاحات السياسية وبواقع (٣) تكررًا ، وبنسبة (٤,٦١%).

جدول رقم (12) يبين مدى اهتمام المبحوثين بقضايا الإصلاح السياسي في ظل حكومة العبادي

ت	اهتمام المبحوثين بقضايا الإصلاح السياسي في ظل حكومة العبادي	التكرار	النسبة	المرتبة
1	اهتم جداً	38	58.46%	الاولى
2	اهتم الى حد ما	20	30.76%	الثانية
3	اهتم الى حد كبير	4	6.15%	الثالثة
4	لا اهتم	3	4.61%	الرابعة
	المجموع	65	100%	

مدى متابعة المبحوثين لمسيرة الإصلاح السياسي الذي يقوم بها العبادي في سؤال وُجّه إلى أفراد العينة عن مدى متابعة المبحوثين لمسيرة الإصلاح السياسي الذي يقوم بها الدكتور العبادي:

كانت إجابات (٣٥) مبحوثاً بأنهم يمارسون هذا النشاط، وبشكل (دائمًا) وبنسبة بلغت (٥٣,٨٤%)، في حين أجاب (٢٥) من أفراد العينة بأنهم يمارسون هذا النشاط (احياناً) و بنسبة (٣٨,٤٦%)، أما (نادراً) كانت الإجابة بواقع (٣) وبنسبة (٤,٦١%) مبحوثين، فيما بين بمدى (لا أتابع) بواقع مبحوثين، وبنسبة (٣,٢٢%).

جدول رقم (١٣) يبين مدى متابعة المبحوثين لمسيرة الإصلاح السياسي الذي يقوم بها العبادي :

المرتبة	النسبة	التكرار	متابعة المبحوثين لمسيرة الإصلاح السياسي الذي يقوم بها العبادي	ت
الاولى	53.84%	35	دائماً	1
الثانية	38.46%	25	احياناً	2
الثالثة	4.61%	3	نادراً	3
الرابعة	3.22%	2	لا اتابع	4
	100%	65	المجموع	

يبين مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر أهمية في الحصول على المعلومات عن الإصلاح السياسي

تباينت إجابات المبحوثين حول اي المواقع التواصل الاجتماعي الأكثر أهمية في الحصول على المعلومات عن قضايا الإصلاح السياسي فقد اشار المبحوثين ضمن التفضيل الاول : الى ما نسبته (٨٤,٦١%)، و بواقع (٥٥) مبحوثاً الى انهم يفضلون (الفييس بوك) وعدوه في المرتبة الاولى , في حين اجاب ما نسبتهم (٩,٢٣%) بواقع (٦) مبحوثين على ان يكون (YouTube) في المرتبة الاولى , كما ذكر (٤) مبحوثين بنسبة (٦,١٥%) على ان تكون (Tweeter) في المرتبة الاولى وعليه تكون فئة (الفييس بوك) في المرتبة الاولى كونها حصلت على اكثر عدد من التكرار ، اما ضمن التفضيل الثاني : فقد اجاب (٤٠) مبحوثاً، مشكلين ما نسبته (٦١,٥٣%) على أنهم يولون اهمية لموقع (Youtube) في ان يكون في المرتبة الثانية ، في حين أشار (١٧) مبحوثاً ، وبنسبة (٢٦,١٥%) على أن يكون (Tweeter) في المرتبة الثانية ، كما اجاب (٨) مبحوثين وبنسبة (١٢,٣٠%) ليكون (Facebook) في المرتبة الثانية ، تدل هذه النتائج على ان يكون (You tube) في المرتبة الثانية كونه حصل على اكثر عدد من التكرار ، اما في ما يخص التفضيل الثالث : اشار ما نسبتهم (٦٣,٠٧%) وبتكرار (٤١) على ان يكون (Tweeter) في المرتبة الثالثة ، وذكر (٢٠) مبحوثاً وبنسبة (٣٠,٧٦%) ليكون (You tube) في المرتبة الثالثة ، في حين اجاب أربعة مبحوثين ونسبتهم (٦,١٥%) على ان يكون (Facebook) في المرتبة الثالثة، وهذا يدل على ان Tweeter حصلت على المرتبة الثالثة لكونها حصلت على اكثر عدد من التكرارات .

جدول رقم (١٤) يبين مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر أهمية في الحصول على المعلومات عن الإصلاح السياسي لدى المبحوثين

المرتبة	٣ ف		٢ ف		١ ف		مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر أهمية في الحصول على المعلومات عن الإصلاح السياسي لدى المبحوثين	ت
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
الاولى	6.15%	4	12.30%	8	84.61%	55	Face book	1
الثانية	30.76%	20	61.53%	40	9.23%	6	YouTube	2
الثالثة	63.07%	41	26.15%	17	6.15%	4	Tweeter	3
	100%	65	100%	65	100%	65	المجموع	

أهم خطوات الإصلاحات السياسية الدستورية من وجهة نظر المبحوثين

تباينت وجهات نظر المبحوثين حول خطوات الإصلاح السياسي الدستورية فقد تبين ضمن التفضيل الاول: ان (١٠) مبحوثين ونسبتهم (١٥,٣٨٪) اشاروا الى فئة « إلغاء مجالس البلدية والمحلية للأقضية والنواحي » الى ان تكون في المرتبة الاولى , فيما ذكر (٢٠) مبحوثاً وبنسبة (٣٠,٧٦٪) لفئة « الغاء مناصب رئيس الجمهورية » في ان تكون في المرتبة الاولى , في حين ما نسبتهم (٥٣,٨٤٪) بواقع (٣٥) تكراراً اجابوا على ان تكون فئة « تغيير الدستور» في المرتبة الاولى , وعلية تكون فئة « تغيير الدستور » في المرتبة الاولى لكونها حققت اكبر عدد من التكرار , اما بخصوص التفضيل الثاني : فقد اختار (٢٥) مبحوثاً فئة « الغاء مجالس البلدية والمحلية للأقضية والنواحي » وبنسبة (٣٨,٤٦٪) لتكون في المرتبة الثانية , في حين (٣٠) مبحوثاً ونسبتهم (٤٦,١٥٪) اختاروا فئة « الغاء مناصب رئيس الجمهورية » لتكون في المرتبة الثانية , كما اجابوا ما نسبتهم (١٥,٣٨٪) بواقع (١٠) تكرارات على ان تكون فئة «تغيير الدستور» في المرتبة الثانية , تدل هذه النتائج على ان فئة « الغاء مناصب نواب رئيس الجمهورية » احتلت المرتبة الثانية لحصولها على اكثر عدد من التكرار, ويبين التفضيل الثالث : عدد من المبحوثين والبالغ عددهم (٢٨) وبنسبة (٤٣,٠٧٪) اختاروا فئة « إلغاء مجالس البلدية والمحلية للأقضية والنواحي , في ان تكون في المرتبة الثالثة , في حين اشاروا ما نسبتهم (٢٠٪) وبتكرار (١٣) الى فئة « الغاء مناصب رئيس الجمهورية » لتكون في المرتبة الثالثة , فيما اجاب (٢٤) مبحوثاً وبنسبة (٣٦,٩٢٪) الى فئة « تغيير الدستور» لتكون في المرتبة الثالثة , يتضح لنا من هذه النتائج ان فئة « الغاء مجالس البلدية للأقضية والنواحي » تكون في المرتبة الثالثة لكونها فاقت الفئات الاخرى بعدد التكرار.

جدول (١٥) ما تم اتخاذه من خطوات او ما يجب اتخاذه كقرار بشأن الإصلاح السياسي الدستورية بحسب اهميتها

المرتبة	٣ ف		٢ ف		١ ف		أهم خطوات الإصلاحات السياسية الدستورية من وجهة نظر المبحوثين.	ت
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
الثالثة	43.07%	28	38.46%	25	15.38%	10	إلغاء مجالس البلدية والمحلية للأقضية النواحي	1
الثانية	20%	13	46.15%	30	30.76%	20	إلغاء مناصب نواب رئيس الجمهورية.	2
الأولى	36.92%	24	15.38%	10	53.84%	35	تغيير الدستور .	3
المجموع	100%	65	100%	65	100%	65		

أهم خطوات الإصلاحات السياسية التنفيذية من وجهة نظر المبحوثين :

كشفت وجهات نظر الاساتذة حول خطوات الإصلاح السياسي التنفيذية فقد تبين ضمن التفضيل الاول: ان (١٥) مبحوثاً ونسبتهم (٢٣,٠٧%) اشاروا الى فئة "إلغاء مناصب نواب رئيس الوزراء". الى ان تكون في المرتبة الثانية, فيما ذكر (٢٦) مبحوثاً وبنسبة (٤٠%) لفئة "ترشيح عدد الوزارات في الحكومة الحالية". في ان تكون في المرتبة الاولى, في حين ما نسبتهم (١٨,٤٦%) بواقع (١٢) تكرر اجابوا على ان تكون فئة "تقليل عدد مستشاري الوزراء". في المرتبة الثالثة, فيما ذكر (١٢) مبحوثاً وبنسبة (١٨,٤٦%) لفئة «تقليل حمايات المسؤولين». في ان تكون في المرتبة الرابعة, اما بخصوص التفضيل الثاني: فقد اختار (٢٠) مبحوثاً فئة «إلغاء مناصب نواب رئيس الوزراء» وبنسبة (٣٠,٧٦%) لتكون في المرتبة الثانية, في حين (١٨) مبحوثاً ونسبتهم (٢٧,٦٩%) اختاروا فئة "ترشيح عدد الوزارات في الحكومة الحالية". لتكون في المرتبة الاولى, كما اجابوا ما نسبتهم (٢٦,١٥%) بواقع (١٧) تكرر على ان تكون فئة "تقليل عدد مستشاري الوزراء". في المرتبة الثالثة, فيما ذكر (١٠) مبحوثاً وبنسبة (١٥,٣٨%) لفئة "تقليل حمايات المسؤولين" في ان تكون في المرتبة الرابعة, ويبين التفضيل الثالث: عدد من المبحوثين والبالغ عددهم (١٠) وبنسبة (١٥,٣٨%) اختاروا فئة «إلغاء مناصب نواب رئيس الوزراء» في ان تكون في المرتبة الثانية, في حين اشاروا ما نسبتهم (١٥,٣٨%) وبتكرار (١٠) الى فئة "ترشيح عدد الوزارات في الحكومة الحالية". لتكون في المرتبة الاولى, فيما اجاب (٣١) مبحوثاً وبنسبة (٤٧,٦٩%) الى فئة «تقليل عدد مستشاري الوزراء». لتكون في المرتبة الثالثة, في حين اشاروا ما نسبتهم (٢١,٥٣%) وبتكرار (١٤) الى فئة «تقليل حمايات المسؤولين» ويبين التفضيل الرابع: عدد من المبحوثين والبالغ عددهم (١٨) وبنسبة (٢٧,٦٩%) اختاروا فئة «إلغاء مناصب نواب رئيس الوزراء» في ان تكون في المرتبة الثانية, في حين اشاروا ما نسبتهم (١٢,٣٠%) وبتكرار (٨) الى فئة «ترشيح عدد الوزارات في الحكومة الحالية». لتكون في المرتبة الاولى, فيما اجاب (١٠) مبحوثين وبنسبة

(١٥,٣٨٪) الى فئة « تقليل عدد مستشاري الوزراء .» لتكون في المرتبة الثالثة , في حين اشار ما نسبتهم (٤٤,٦١٪) وبتكرار (٢٩) الى فئة « تقليل حمايات المسؤولين .

جدول رقم (١٦) يبين أهم خطوات الإصلاحات السياسية التنفيذية من وجهة نظر المبحوثين

المرتبة	٤ ف		٣ ف		٢ ف		١ ف		أهم خطوات الإصلاحات السياسية التنفيذية من وجهة نظر المبحوثين .	ت
	النسبة	تكرار	النسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار		
الثانية	27.69%	18	15.38%	10	30.76%	20	23.07%	15	إلغاء مناصب نواب رئيس الوزراء .	1
الاولى	12.30%	8	15.38%	10	27.69%	18	40%	26	ترشيح عدد الوزارات في الحكومة الحالية .	2
الثالثة	15.38%	10	47.69%	31	26.15%	17	18.46%	12	تقليل عدد مستشاري الوزراء .	3
الرابعة	44.61%	29	21.53%	14	15.38%	10	18.46%	12	تقليل حمايات المسؤولين	4
	100%	65	100%	65	100%	65	100%	65	المجموع	

أهم خطوات الإصلاحات السياسية التشريعية من وجهة نظر المبحوثين :

اشارت وجهات نظر المبحوثين إلى خطوات الإصلاح السياسي التشريعية فقد تبين ضمن التفضيل الاول: ان (٢٠) مبحوثاً ونسبتهم (٣٠,٧٦٪) اشاروا الى فئة تقليل مخصصات رواتب المسؤولين. الى ان تكون في المرتبة الثانية , فيما ذكر (٢٨) مبحوثاً ونسبة (٤٣,٠٧٪) لفئة " إصلاح السلطة القضائية." في ان تكون في المرتبة الاولى , في حين ما نسبتهم (١٢,٣٠٪) بواقع (٨) تكرار اجابوا على ان تكون فئة " إقرار قانون الاحزاب." في المرتبة الرابعة , فيما ذكر تسعة مبحوثين ونسبة (١٣,٨٤٪) لفئة " تعديل سلم رواتب الموظفين" في ان تكون في المرتبة الثالثة , اما بخصوص التفضيل الثاني : فقد اختار (٢١) مبحوثاً فئة « تقليل مخصصات رواتب المسؤولين » ونسبة (٣٢,٣٠٪) لتكون في المرتبة الثانية , في حين (٢٠) مبحوثاً ونسبتهم (٣٠,٧٦٪) اختاروا فئة " إصلاح السلطة القضائية ." لتكون في المرتبة الاولى , كما اجابوا ما نسبتهم (٢٦,١٥٪) بواقع (١٧) تكراراً على ان تكون فئة " إقرار قانون الاحزاب." في المرتبة الرابعة , فيما ذكر تسعة مبحوثين ونسبة (١٠,٧٦٪) لفئة " تعديل سلم رواتب الموظفين " في ان تكون في المرتبة الثالثة , ويبين التفضيل الثالث : عدداً من المبحوثين والبالغ عددهم (١٤) ونسبة (٢١,٥٣٪) اختاروا فئة « تقليل مخصصات رواتب المسؤولين " في ان تكون في المرتبة الثانية , في حين اشاروا ما نسبتهم (١٦,٩٢٪) وبتكرار (١١) الى فئة " إصلاح السلطة القضائية." لتكون في المرتبة الاولى , فيما اجاب (١٧) مبحوثاً ونسبة (٢٦,١٥٪) الى فئة " إقرار قانون الاحزاب." لتكون في المرتبة الرابعة , في حين اشاروا ما نسبتهم (٢١,٥٣٪) وبتكرار (٢٣) الى فئة " تعديل سلم رواتب الموظفين "

ويبين التفضيل الرابع : عدد من المبحوثين والبالغ عددهم (١٩) وبنسبة (٢٩,٢٣ %) اختاروا فئة " تقليل مخصصات رواتب المسؤولين " في ان تكون في المرتبة الثانية , في حين اشاروا ما نسبتهم (٦,١٥ %) وبتكرار (٤) الى فئة " إصلاح السلطة القضائية." لتكون في المرتبة الاولى , فيما اجاب (٢٢) مبحوثا وبنسبة (٣٣,٨٤ %) الى فئة " إقرار قانون الاحزاب ." لتكون في المرتبة الرابعة , في حين اشاروا ما نسبتهم (٣٠,٧٦ %) وبتكرار (٢٠) الى فئة " تعديل سلم رواتب الموظفين .

جدول رقم (١٧) يبين أهم خطوات الإصلاحات السياسية التشريعية من وجهة نظر التدريسين

المرتبة	٤ ف		٣ ف		٢ ف		١ ف		أهم خطوات الإصلاحات السياسية التشريعية من وجهة نظر المبحوثين .
	النسبة	تكرار	النسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	
الثانية	29.23 %	19	21.53 %	14	32.30 %	21	30.76 %	20	1 تقليل مخصصات رواتب المسؤولين
الاولى	6.15 %	4	16.92 %	11	30.76 %	20	43.07 %	28	2 إصلاح السلطة القضائية
الرابعة	33.84 %	22	26.15 %	17	26.15 %	17	12.30 %	8	3 إقرار قانون الاحزاب
الثالثة	30.76 %	20	35.38 %	23	10.76 %	7	13.84 %	9	4 تعديل سلم رواتب الموظفين
	100 %	65	100 %	65	100 %	65	100 %	65	المجموع

اداء الجهات التي تدفع مسيرة الإصلاح السياسي في العراق

شكلت نتائج آراء المبحوثين حول اداء الجهات الاتية التي يقع على عاتقها دفع مسيرة الإصلاح الى الامام ماييلي : فقد حل أداء رئيس الوزراء بواقع (٨) مبحوثاً إلى أن أدائه (إيجابي) ، وبنسبة بلغت (١٢,٣٠ %)، وان نسبة (٥٣,٨٤ %)، و بواقع (٣٥) مبحوثاً أشاروا إلى أنه أدائه (إيجابي الى حد ما) ، في حين أشار (٢٢) مبحوثاً وبنسبة (٣٣,٨٤ %) إلى أن أدائه (غير إيجابي) ، فيما أشار فئة الاداء العسكري للقوات الامنية والحشد الشعبي : على واقع (٣٥) مبحوثاً إلى أن أدائهما (إيجابي) ، وبنسبة بلغت (٥٣,٨٤ %)، وان نسبة (٤١,٥٣ %)، و بواقع (٢٧) مبحوثاً أشاروا إلى أنه أدائه (إيجابي الى حد ما) ، في حين أشار (٣) مبحوثاً وبنسبة (٤,٦١ %) إلى أن أدائه (غير إيجابي) ، فيما أشارت فئة اداء الجماهير في ساحات التظاهر: على واقع (١٩) مبحوثاً إلى أن أدائهما (إيجابي) ، وبنسبة بلغت (٢٩,٢٣ %)، وان نسبة (٥٥,٣٨ %)، و بواقع (٣٦) مبحوثاً أشاروا إلى أنه أدائه (إيجابي الى حد ما) ، في حين أشار (١٠) مبحوثاً وبنسبة (١٥,٣٨ %) إلى أن أدائه (غير إيجابي) ، فيما بينت فئة اداء المرجعية الدينية الداعم للإصلاح: على واقع (٥٠) مبحوثاً إلى أن أدائها (إيجابي) ، وبنسبة بلغت (٧٦,٩٢ %)، وان نسبة (٢١,٥٣ %)، و بواقع (١٤) مبحوثاً أشاروا إلى أنه أدائه (إيجابي الى حد ما) ، في

حين أشار (١) مبحوثاً وبنسبة (١,٥٣%) إلى أن أدائه (غير إيجابي) ، فيما وضحت فئة أداء الاحزاب السياسية الداعم للإصلاح : على واقع (صفر) مبحوثاً إلى أن أدائها (إيجابي) ، وبنسبة بلغت (صفر%)، وان نسبة (٧,٦٩%)، وواقع (٥) مبحوثاً أشاروا إلى أنه أدائه (إيجابي الى حد ما) ، في حين أشار (٦٠) مبحوثاً وبنسبة (٩٢,٣٠%) إلى أن أدائها (غير إيجابي) ، فيما كشفت نتائج فئة أداء مواقع التواصل الاجتماعي : على واقع (٢٢) مبحوثاً إلى أن أدائها (إيجابي) ، وبنسبة بلغت (٣٣,٨٤%)، وان نسبة (٤١,٥٣%)، وواقع (٢٧) مبحوثاً أشاروا إلى أنه أدائها (إيجابي الى حد ما) ، في حين أشار (١٦) مبحوثاً وبنسبة (٢٤,٦٤%) إلى أن أداء المواقع الاجتماعية غير إيجابي (غير إيجابي).

جدول رقم (١٨) يوضح اداء الجهات التي تدفع مسيرة الاصلاح السياسي في العراق :

ت	اداء الجهات التي تدفع مسيرة الاصلاح السياسي في العراق		ايجابي		ايجابي الى حد ما		غير ايجابي		المجموع
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	
1	8	12.30%	35	53.84%	22	33.84%	65	100%	أداء رئيس الوزراء الدكتور حيدر العبادي
2	35	53.84%	27	41.53%	3	4.61%	65	100%	الاداء العسكري للقوات الامنية والحشد الشعبي
3	19	29.23%	36	55.38%	10	15.38%	65	100%	اداء الجماهير في ساحات التظاهر
4	50	76.92%	14	21.53%	1	1.53%	65	100%	اداء المرجعية الدينية الداعم للإصلاح
5	0	%	5	7.69%	60	92.30%	65	100%	أداء الاحزاب السياسية الداعم للإصلاح
6	22	33.84%	27	41.53%	16	24.64%	65	100%	أداء مواقع التواصل الاجتماعي

أهم المشكلات التي ينبغي إجراء الإصلاح السياسي فيها عاجلاً

أشارت وجهات نظر المبحوثين حول أهم المشكلات التي ينبغي إجراء الإصلاح السياسي فيها عاجلاً كالآتي : التفضيل الاول: ان (٢٤) مبحوثاً ونسبتهم (٣٦,٩٢%) أشاروا الى فئة « محاربة الفساد المالي والإداري » الى ان تكون في المرتبة الاولى , فيما ذكر (١٧) مبحوثاً وبنسبة (٦,١٥%) لفئة « البيروقراطية الإدارية في دوائر الدولة » في ان تكون في المرتبة السابعة , في حين ما نسبتهم (١٠,٧٦%) بواقع (٧) تكرر اجابوا على ان تكون فئة « تدني مستوى الخدمات (البنى التحتية ، الكهرباء...الخ) » في المرتبة الثانية , فيما ذكر (٧) مبحوثاً وبنسبة (٠,٧٦%) لفئة « تدني مستوى

التربية والتعليم » في ان تكون في المرتبة الرابعة , وان (٢) مبحوثا ونسبتهم (٣,٠٧٪) اشاروا الى فئة « البطالة » الى ان تكون في المرتبة الثالثة , فيما ذكر (٢) مبحوثا وبنسبة (٣,٠٧٪) لفئة « تقليل الفوارق الاجتماعية بين المواطن والمسؤول » في ان تكون في المرتبة الخامسة , في حين ما نسبتهم (٩,٢٣٪) بواقع (٦) تكرار اجابوا على ان تكون فئة « إصلاح الهياكل التنظيمية للوزارات » في المرتبة السادسة...

اما بخصوص التفضيل الثاني :

ان (٦) مبحوثا ونسبتهم (٩,٢٣٪) اشاروا الى فئة « محاربة الفساد المالي والإداري » الى ان تكون في المرتبة الاولى , فيما ذكر (١٠) مبحوثا وبنسبة (١٥,٣٨٪) لفئة « البيروقراطية الإدارية في دوائر الدولة » في ان تكون في المرتبة السابعة , في حين ما نسبتهم (٣٣,٨٤٪) بواقع (٢٢) تكرار اجابوا على ان تكون فئة « تدني مستوى الخدمات (البنى التحتية ، الكهرباء...الخ) » في المرتبة الثانية , فيما ذكر (١٠) مبحوثا وبنسبة (١٥,٣٨٪) لفئة « تدني مستوى التربية والتعليم » في ان تكون في المرتبة الرابعة , وان (٢) مبحوثا ونسبتهم (٩,٢٣٪) اشاروا الى فئة « البطالة » الى ان تكون في المرتبة الثالثة , فيما ذكر (٧) مبحوثا وبنسبة (١٠,٧٦٪) لفئة « تقليل الفوارق الاجتماعية بين المواطن والمسؤول » في ان تكون في المرتبة الخامسة , في حين ما نسبتهم (٦,١٥٪) بواقع (٦) تكرار اجابوا على ان تكون فئة « إصلاح الهياكل التنظيمية للوزارات » في المرتبة السادسة.

اما بخصوص التفضيل الثالث :

ان (٣) مبحوثا ونسبتهم (٤,٦١٪) اشاروا الى فئة « محاربة الفساد المالي والإداري » الى ان تكون في المرتبة الاولى , فيما ذكر (٧) مبحوثا وبنسبة (١٠,٧٦٪) لفئة « البيروقراطية الإدارية في دوائر الدولة » في ان تكون في المرتبة السابعة , في حين ما نسبتهم (٢١,٥١٪) بواقع (١٤) تكرار اجابوا على ان تكون فئة « تدني مستوى الخدمات (البنى التحتية ، الكهرباء...الخ) » في المرتبة الثانية , فيما ذكر (١٢) مبحوثا وبنسبة (١٨,٤٦٪) لفئة « تدني مستوى التربية والتعليم » في ان تكون في المرتبة الرابعة , وان (١٨) مبحوثا ونسبتهم (٢٧,٦٩٪) اشاروا الى فئة « البطالة » الى ان تكون في المرتبة الثالثة , فيما ذكر (٦) مبحوثا وبنسبة (١٦,٩٪) لفئة « تقليل الفوارق الاجتماعية بين المواطن والمسؤول » في ان تكون في المرتبة الخامسة , في حين ما نسبتهم (٧,٦٩٪) بواقع (٥) تكرار اجابوا على ان تكون فئة « إصلاح الهياكل التنظيمية للوزارات » في المرتبة السادسة.

اما بخصوص التفضيل الرابع :

ان (٢) مبحوثا ونسبتهم (٣,٠٧٪) اشاروا الى فئة « محاربة الفساد المالي والإداري » الى ان تكون في المرتبة الاولى , فيما ذكر (٥) مبحوثا وبنسبة (٧,٦٩٪) لفئة « البيروقراطية الإدارية في دوائر الدولة »

في ان تكون في المرتبة السابعة , في حين ما نسبتهم (٢٠٪) بواقع (١٣) تكراراً اجابوا على ان تكون فئة ” تدني مستوى الخدمات (البنى التحتية ، الكهرباء...الخ)“ في المرتبة الثانية , فيما ذكر (١٨) مبحوثاً وبنسبة (٢٧,٦٩٪) لفئة ” تدني مستوى التربية والتعليم ” في ان تكون في المرتبة الرابعة , وان (١٢) مبحوثاً وبنسبتهم (١٨,٤٦٪) اشاروا الى فئة ” البطالة ” الى ان تكون في المرتبة الثالثة , فيما ذكر (١١) مبحوثاً وبنسبة (١٦,٩٢٪) لفئة ” تقليل الفوارق الاجتماعية بين المواطن والمسئول » في ان تكون في المرتبة الخامسة , في حين ما نسبتهم (٦,١٥٪) بواقع أربع تكرارات اجابوا على ان تكون فئة ” إصلاح الهياكل التنظيمية للوزارات ” في المرتبة السادسة.

اما بخصوص التفضيل الخامس :

إن مبحوثين وبنسبتهم (٣,٠٧٪) اشاروا الى فئة ” محاربة الفساد المالي والإداري » الى ان تكون في المرتبة الاولى , فيما ذكر سبعة مبحوثين وبنسبة (١٠,٧٦٪) لفئة ” البيروقراطية الإدارية في دوائر الدولة ” في ان تكون في المرتبة السابعة , في حين ما نسبتهم (٩,٢٣٪) بواقع (٦) تكرارات اجابوا على ان تكون فئة ” تدني مستوى الخدمات (البنى التحتية ، الكهرباء...الخ)“ في المرتبة الثانية , فيما ذكر (١٠) مبحوثاً وبنسبة (١٥,٣٨٪) لفئة ” تدني مستوى التربية والتعليم ” في ان تكون في المرتبة الرابعة , وان (١٢) مبحوثاً وبنسبتهم (١٨,٤٦٪) اشاروا الى فئة ” البطالة ” الى ان تكون في المرتبة الثالثة , فيما ذكر (٢٠) مبحوثاً وبنسبة (١٢,٣٠٪) لفئة ” تقليل الفوارق الاجتماعية بين المواطن والمسئول » في ان تكون في المرتبة الخامسة , في حين ما نسبتهم (١٢,٣٠٪) بواقع (٨) تكرارات اجابوا على ان تكون فئة ” إصلاح الهياكل التنظيمية للوزارات ” في المرتبة السادسة.

اما بخصوص التفضيل السادس :

إن مبحوثين وبنسبتهم (٣,٠٧٪) اشاروا الى فئة ” محاربة الفساد المالي والإداري ” الى ان تكون في المرتبة الاولى , فيما ذكر خمسة مبحوثين وبنسبة (٧,٦٩٪) لفئة ” البيروقراطية الإدارية في دوائر الدولة ” في ان تكون في المرتبة السابعة , في حين ما نسبتهم (٦,١٥٪) بواقع أربعة تكرارات اجابوا على ان تكون فئة ” تدني مستوى الخدمات (البنى التحتية ، الكهرباء...الخ)“ في المرتبة الثانية , فيما ذكر (٦) مبحوثين وبنسبة (٩,٢٣٪) لفئة ” تدني مستوى التربية والتعليم ” في ان تكون في المرتبة الرابعة , وان (١١) مبحوثاً وبنسبتهم (١٦,٩٢٪) اشاروا الى فئة ” البطالة ” الى ان تكون في المرتبة الثالثة , فيما ذكر (١٣) مبحوثاً وبنسبة (٢٠٪) لفئة ” تقليل الفوارق الاجتماعية بين المواطن والمسئول » في ان تكون في المرتبة الخامسة , في حين ما نسبتهم (٣٦,٩٢٪) بواقع (٢٤) تكرار اجابوا على ان تكون فئة ” إصلاح الهياكل التنظيمية للوزارات ” في المرتبة السادسة...

اما بخصوص التفضيل السابع والاخير :

أن (١١) مبحوثاً ونسبتهم (١٦,٩٢٪) اشاروا الى فئة " محاربة الفساد المالي والإداري " الى ان تكون في المرتبة الاولى , فيما ذكر (٢٢) مبحوثاً وبنسبة (٣٣,٨٤٪) لفئة " البيروقراطية الإدارية في دوائر الدولة " في ان تكون في المرتبة السابعة , في حين ما نسبتهم (٩,٢٣٪) بواقع (٦) تكرار اجابوا على ان تكون فئة " تدني مستوى الخدمات (البنى التحتية ، الكهرباء...الخ)" في المرتبة الثانية , فيما ذكر مبحوثون وبنسبة (٣,٠٧٪) لفئة " تدني مستوى التربية والتعليم " في ان تكون في المرتبة الرابعة , وان (٥) مبحوثون ونسبتهم (٧,٦٩٪) اشاروا الى فئة " البطالة " الى ان تكون في المرتبة الثالثة , فيما ذكر (٦) مبحوثين وبنسبة (٩,٢٣٪) لفئة " تقليل الفوارق الاجتماعية بين المواطنين والمسؤول » في ان تكون في المرتبة الخامسة , في حين ما نسبتهم (٢,٠٪) بواقع (١٣) تكراراً اجابوا على ان تكون فئة " إصلاح الهياكل التنظيمية للوزارات " في المرتبة السادسة.

دور الجهة التي يقع على عاتقها دفع مسيرة الإصلاح السياسي الى الأمام في ظل حكومة الدكتور العبادي

سيطرت جهة (السلطة القضائية) على المرتبة الاولى من بين الجهات الاخرى التي يقع على عاتقها دفع مسيرة الإصلاح السياسي في البلاد : والتي حصلت على نسبة (١٩,١٨٪) وبواقع (٤٧) تكراراً من مجموع تكرارات القضايا الاخرى والبالغة (٢٤٥), وفي المرتبة الثانية حلت (المرجعيات الدينية) اذ بلغت نسبتها (١٧,٥٥٪) وبمقدار (٤٤) تكراراً، فيما حلت (السلطة التشريعية والجماهير) على نفس بالمرتبة الثالثة بواقع (٤٣) تكراراً وبنسبة (١٧,٥٥٪), فيما جاءت (السلطة التنفيذية) بالمرتبة الرابعة وبواقع (٣٩) تكراراً وبنسبة (١٥,٩١٪) من مجموع العينة , وحلت جهة الاحزاب السياسية في المرتبة الخامسة والاخيرة وبواقع (٢٩) مبحوثاً، وبنسبة (١١,٣٨٪).

جدول رقم (١٩) يبين الجهات التي يقع على عاتقها دفع مسيرة الإصلاح السياسي في البلاد .

ت	الجهة التي يقع على عاتقها دفع مسيرة الإصلاح السياسي في البلاد	التكرار	النسبة	المرتبة
1	السلطة التشريعية	43	17.55 %	الثالثة
2	السلطة القضائية	47	19.18%	الاولى
3	السلطة التنفيذية	39	15.91%	الرابعة
4	الاحزاب السياسية	29	11.38%	الخامس
5	المرجعيات الدينية	44	17.55 %	الثانية
6	الجماهير	43	17.55%	الثالثه متكرر
	المجموع	245	100%	

أهم النتائج :

١. أوضحت إجابات المبحوثين عن مدى استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي ، والتي تم ترتيبها في أدناه حسب وعلى وفق المحصلة النهائية للنسب المئوية من أعلى نسبة مئوية إلى أقل نسبة مئوية، كما يلي: أشار (٥٠,٧٦٪)، و بواقع (٣٣) مبحوثاً إلى أن ممارستهم لهذا النشاط يكون بشكل دائم، في حين أشار (٣٢,٣٠٪)، و بواقع (٢١) مبحوثاً إلى أنهم يمارسون هذا النشاط أحياناً، وأن (١٠,٧٦٪)، و بواقع (٧) مبحوثاً يؤكدون على أنهم يمارسونه نادراً، في حين أشار (٦,١٥٪)، و بواقع (٤) مبحوثاً إلى أنهم لا يتابعون هذا النشاط .
٢. حصلت القضايا (السياسية) متابعة المبحوثين لما تنشره في مضامين مواقع التواصل الاجتماعي- محل الدراسة، والتي حصلت على نسبة (٥٢,٠٨٪) وبواقع (٥٠) تكراراً من مجموع تكرارات القضايا الأخرى والبالغة (٩٦)، وفي المرتبة الثانية حلت الموضوعات (الاجتماعية) إذ بلغت نسبتها (٢١,٨٧٪) وبمقدار (٢٥) تكراراً، فيما حلت الموضوعات (الاقتصادية) بالمرتبة الثالثة بواقع (٢١) تكراراً وبنسبة (٢١,٨٧٪)، وتشير البيانات ان الموضوعات (العلمية، الرياضية والتطورات التكنولوجية الثقافية التربوية والتنمية البشرية الأمنية والإرهاب) تأتي بعد ذلك بالمراتب الرابعة والخامسة والاخيرة وبنسب مختلفة.
٣. أشار (٧٢,٣٠٪)، و بواقع (٤٧) مبحوثاً إلى أن متابعتهم لقضايا الإصلاح السياسي في العراق يكون بشكل دائماً، في حين أشار (٢١,٥٣٪)، و بواقع (١٤) مبحوثاً إلى أن متابعتهم لقضايا الإصلاح السياسي تكون بمدى أحياناً، وأن (٦,١٥٪)، و بواقع أربعة مبحوثين يؤكدون على متابعتهم لقضايا الإصلاح السياسي تكون نادراً.
٤. سيطرت جهة (السلطة القضائية) على المرتبة الاولى من بين الجهات الأخرى التي يقع على عاتقها دفع مسيرة الإصلاح السياسي في البلاد : والتي حصلت على نسبة (١٩,١٨٪) وبواقع (٤٧) تكراراً من مجموع تكرارات القضايا الأخرى والبالغة (٢٤٥)، وفي المرتبة الثانية حلت (المرجعيات الدينية) إذ بلغت نسبتها (١٧,٥٥٪) وبمقدار (٤٤) تكراراً، فيما حلت (السلطة التشريعية والجماهير) على نفس المرتبة الثالثة بواقع (٤٣) تكراراً وبنسبة (١٧,٥٥٪)، فيما جاءت (السلطة التنفيذية) بالمرتبة الرابعة وبواقع (٣٩) تكراراً وبنسبة (١٥,٩١٪) من مجموع العينة ، وحلت جهة الاحزاب السياسية في المرتبة الخامسة والاخيرة وبواقع (٢٩) مبحوثاً، وبنسبة (١١,٣٨٪).

التوصيات

- أهمية نشر ثقافة سياسية تزيد من الوعي لقضايا الإصلاح السياسي لدى اساتذة الجامعات، بما يحفزهم على ممارسة حقوقهم السياسية والمشاركة المجتمعية الفاعلة.
1. ضرورة ان تبدي مواقع التواصل الاجتماعي اهتمام اساتذة الجامعات من خلال تفعيل دور الاساتذة وتقديم معلومات لهم عن كافة النواحي السياسية والاقتصادية والاجتماعية وغيرها، بالإضافة الى قيام اساتذة الجامعات بدعم قضايا الإصلاح السياسي ومواجهة التحديات التي تواجه البلد ولاسيما البطالة وتردي التعليم وغيرها والتي من شأنها التأثير في الوضع الاجمالي للبلد .
 2. ضرورة ان تبدي مواقع التواصل الاجتماعي اهتماما أكبر بقضايا الإصلاح السياسي والمعرفة السياسية .
 3. ضرورة توعية الجمهور من الجهات المسؤولة على ايجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي ، وحثهم على الاستثمار الوقت فيما بالاتجاه الصحيح.

الهوامش والمصادر :

- ١ - أ.د.رياض خمات العتايي، أ.د.م. اقبال كاظم المؤمن، أ.م.د. محمد حسين علوان ، أ.م.د. حسوني سلام الشجيري م.د. سلام حسين الشمري.
- ٢ - د.حسني عوض ، أثر مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية المسؤولية المجتمعية لدى الشباب تجربة مجلس شبابي عمار أمودجا ، بحث منشور على الشبكة العنكبودية الدولية ٢٠١٢ .
- ٣ - م . م : يبرق حسين جمعة الربيعي ، (دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الثقافة السياسية للنخب الإعلامية العراقية الفيسبوك أمودجا) ، ورقة بحثية مقدمة لمؤتمر الاتصال الرقمي في زمن المكاشفة - جامعة اليرموك - أربد ٢٠١٥ .
- ٤ - د.خيرت معوض محمد عياد، المسؤولية الإعلامية للعلاقات العامة عبر شبكة الانترنت، (دراسة مسحية على المؤسسات الربحية وغير الربحية في مصر والامارات)، مجلة جامعة الشارقة للعلوم الانسانية والاجتماعية، المجلد ٦، العدد ٣، ٢٠٠٩ .
- ٥ - الشيخ محمد بن أبي بكر بن عبد القادر الرازي ، مختار الصحاح، (الكويت ، دار الرسالة ، ١٩٩٢) ، ص ٢٦٥ .
- ٦ - Webster Third . New Dictionary (new York Portland House- ١٩٧٩) ، p١٢٢ .
- ٧ - Tan seen - KhayaT - press in The Arabic Text in The English Text oxford university p . ٦٥٥ . (١٩٨٠) .
- ٨ - محمود العريان، الإصلاح في الوطن العربي: بحث في دلالة المفهوم ، موقع شبكة الصحافة غير المنحازة، متوفر على : <http://www.voltairenet.org/article١٢٩٨١٢.html> .
- ٩ - محمد تركي بني سلامة، الإصلاح السياسي دراسة نظرية، موقع شبكة دهشة، متوفر على : <http://www.dahsha.com/viewarticle.php?id=٣٠٩٧٦> .
- ١٠ - مصعب حسام الدين قتلوني ، ثورات الفيسبوك مستقبل وسائل التواصل الاجتماعي في التغيير ، (بيروت ، شركة المطبوعات للتوزيع والنشر ، ٢٠١٤) ، ص ٧٠ .
- ١١ - ينظر كل من :
- مرسي مشري ، شبكات التواصل الاجتماعي الرقمي نظرة في الوظائف ، مجلة المستقبل العربي ، العدد ٣٩٥ كيون الثاني ٢٠١٢ ، ص ١٨٥
- علي خليل شقرة ، الاعلام الجديد شبكات التواصل الاجتماعي ، (عمان دار اسامة للنشر والتوزيع ، ٢٠١٤) ، ص ١٤٧
١٢ - مصعب حسام الدين قتلوني ، ثورات الفيسبوك مستقبل وسائل التواصل الاجتماعي في التغيير ، (بيروت ، شركة المطبوعات للتوزيع والنشر ، ٢٠١٤) ، ص ٧٥ .
- ١٣ - د. بشري جميل الراوي ، دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير ، مجلة تواصل مجلة شهرية تصدر عن هيئة الإعلام والاتصالات السنة الرابعة \ شباط ٢٠١٤ العدد ٥٨ ، ص ٤٧ .
- ١٤ - المعجم الوجيز، مجمع اللغة العربية، القاهرة، ١٩٩٢، ص ٦٨٢ .
- ١٥ - د. حسني محمد نصر، نظريات الاتصال ، (العين : دار الكتاب الجامعي ، ٢٠١٥) ص ١٨٣ .
- ١٦ - منير بعلبكي ، قاموس المورد، (بيروت ، دار العلم ، ٢٠٠٦) ص ٣٣ .
- ١٧ - د. عبد الرحيم درويش ، مقدمة الى علم الاتصال (بيروت ، مكتبة نانسى ، ٢٠٠٥) ص ٢٧ .
- ١٨ - د. صالح خليل ابو اصبح ، الاتصال و الاعلام في المجتمعات المعاصرة (عمان ، دار ارام للدراسات و التوزيع ، ٢٠٠٦) ص ١٢٠ .
- ١٩ - د. شكريّة كوكز السراج ، دور الصحافة النسوية في ترتيب اولويات المرأة العراقية نحو القضايا العامة ، بحث منشور في مجلة الباحث الاعلامي جامعة بغداد ، كلية الاعلام ، ع ٢٦ ، ٢٠١٤ ص ٨٨ .
- ٢٠ - د. عبد الرحيم درويش ، مقدمة الى علم الاتصال ، مصدر سبق ذكره ، ص ٢٨ .
- ٢١ - د. بسيوني ابراهيم حمادة ، دراسات في الاعلام وتكنولوجيا الاتصال والرأي العام (القاهرة: عالم الكتب ، ٢٠٠٨) ص ١٨٤ .
- ٢٢ - د. حيدر محمود محسن الخزرجي ، نظرية ترتيب الاوليات بحث منشور في مجلة الباحث الاعلامي ، جامعة بغداد ، كلية الاعلام ع ٩-١٠ ، ٢٠١٠ ، ص ٢٦٣-٢٦٤ .

اتجاهات الجمهور العراقي أزاء المنطق الدعائي للتنظيمات الارهابية (دراسة ميدانية)

م. سعد محمد خضير

جامعة بغداد / كلية الاعلام / قسم الصحافة

مستخلص

تضمن هذا البحث الموسوم {اتجاهات الجمهور العراقي أزاء المنطق الدعائي للتنظيمات الارهابية} والمتمثلة بتنظيمات داعش، القاعدة، وجمهية النصر، دراسة ميدانية على أساتذة كلية الاعلام وطلبتها في جامعة بغداد عام ٢٠١٤.

وبعد إعلان الحرب العالمية على {الارهاب} في ١١ سبتمبر ٢٠٠١، وجد الباحث أهمية دراسة هذا الموضوع لخطورته على وحدة العراق وسيادته بعد احتلال {داعش} جزءاً من أراضية. ويعد هذا البحث من البحوث الوصفية لدراسة تعرض الجمهور العراقي لمنطق الدعائي للتنظيمات الارهابية، كما استخدم الباحث أسطورة {الاستبانة} لاثبات النتائج والتعبير عن دلائلها الرقمية.

أن الدعاية تتجه الى مخاطبة العاطفة عند أفراد الجمهور أولاً ثم الجانب العقلي ثانياً، وتستغل التنظيمات الارهابية الجانب العاطفي كركيزة أساسية لتحقيق مآربها وأهدافها أبان الازمات التي ترتدي الطابع الطائفي. أن تنظيم {داعش} يمثل أقصى درجات الخطورة والتطرف الديني على المجتمع العراقي من {القاعدة وجمهية النصر}، ويشكل تهديداً للامن والسلم في المنطقة العربية، وأن فلسفته تكفيرية لتفتيت العالم العربي والاسلامي سيما أن مصادر تمويله هو تمويل دولي.

كما أنه يستخدم الاساليب الدعائية المتعددة لاقتناع الجمهور وخلق فتنة طائفية بالعنف والقوة بين مكونات المجتمع العراقي وكانت دعوته الى الجهاد من أكثر الطروحات تأثيراً في الجمهور المستجيب لها وخاصة الشباب منهم. ويعتمد تنظيم {داعش} على وسائل الاعلام الالكترونية أكثر من الوسائل التقليدية لسعة أنتشارها وسهولة تصفحها من معظم المواطنين.

ومن أهم أسباب تراجع هذا التنظيم على الارض هو تشكيل الحشد الشعبي لدعم القوات المسلحة العراقية .

Abstract

The research entitled “the attitudes of Iraqi People towards the Logic Propaganda for Terrorist Organization such as Daash Regulation, as-Qaida, and Jabhat al-Nasra”. It is a field study on the professors and the students of the College of Mass Media at Baghdad University in 2014.

After the global war on terrorism declared in September 11, 2011, the researcher finds it is important to study such subject as it threatens the unity and sovereignty of Iraq especially after the invasion of Daash regulation of parts of its lands. This research is a descriptive one. The researcher has used the “questionnaire form” to show the results and to express their digital implications. Propaganda addresses firstly the emotions of people and secondly their minds. The terrorist organizations exploit the emotional side as an essential pillar to achieve their goals especially in crisis of a sectarian character. Daash regulation represents religious extremism on the Iraqi society. It threatens peace and security in the Arab Homeland; its philosophy is non-religious in order to break up the Arabs and Muslim world particularly its funding sources are an international funding.

It also uses different styles of propaganda to convince the public and create an environment of sectarian through violence and power (force) among the components of Iraqi society. Daash regulation depends on electronic media more than the traditional one due to its quickly spread and easily browsed by most people.

One of the most important reasons behind the decline of this regulation is the formation of the popular crowd troops to support the Iraqi armed forces.

المقدمة:

بعد احداث (١١) سبتمبر ٢٠٠١ انتهت الى الابد حالة الرضا بالامن والسلام التي سادت العديد من دول العالم بعد انتهاء الحرب الباردة، وظهر الى الوجود- عدو جديد- بفعل تنظييات تحمل تهديدات فلسفية غطاؤها الاسلام وجوهرها التطرف، الا وهو (الارهاب الكوني) ... مستغلة الازمات وثورات الربيع العربي لبسط نفوذها وهيمنتها لاقامة نظام حكم على الشريعة الاسلامية. وقد شهد العالم متغيرات في السنوات الاخيرة ما بعد اعلان الحرب العالمية على الارهاب، الذي بات يهدد القريب والبعيد والفكر الانساني والارادة الحرة للشعوب دون هوادة.

وبالرغم من الخطط التي وضعها التحالف الدولي بعد احتلال مدينة الموصل في حزيران عام ٢٠١٤ من تنظيم (داعش) الارهابي ، ألا أنها جاءت متاخرة وبطيئة على أرض الواقع، وان مسألة السيطرة عليه وأيقافه ليست سهلة بل تحتاج الى بعض الوقت سيما ان المتطوعين العرب يرفدون هذا التنظيم باستمرار، وان سر بقاءه وديمومته مرهون بالمتغيرات السياسية والعسكرية في ساحات القتال .

المبحث الاولمنهجية البحثمشكلة البحث

يمكن تلخيص مشكلة البحث في الاجابة عن التساؤلات الآتية:

١. ما حجم تعرض الجمهور العراقي لمنطق التنظيمات الارهابية الدعائي (القاعدة، داعش، جبهة النصرة)؟.
٢. أي الطروحات والأفكار وجدت صدى لدى الجمهور؟.
٣. ما هي الاساليب التي استخدمتها هذه التنظيمات لبث دعايتها؟.

اهمية البحث

ان الأزمة التي خلقها تنظيم (داعش) الارهابي بعد احتلاله جزء من شمال العراق وغربه في شهر حزيران من العام ٢٠١٤، طرحت الكثير من التساؤلات على الصعيد المحلي والاقليمي والدولي ، مما يستلزم اقامة تحالفات سياسية جديدة لأدارة الصراع والبحث عن القوى التي يمكن تكتيلها لمعالجة الازمة . من هنا وجد الباحث اهمية دراسة هذا الموضوع لخطورته على وحدة العراق من جانب، وتهديده للامن والسلم في المنطقة من جانب آخر.

هدف البحث:

يأتي هذا البحث للوقوف ولدراسة المنطق الدعائي للتنظيمات الارهابية المتمثلة بتنظيم القاعدة وداعش وجبهة النصرة، ومدى تعرض الجمهور للوسائل والاساليب التي استخدمتها اثناء احتلالهم مدينة الموصل بتاريخ ٢٠١٤/٦/٩ حتى تشكيل حكومة حيدر العبادي في ٢٠١٤/٩/٩. وما هي الاجراءات الكفيلة لمواجهة اساليب هذا التنظيم.

مجتمع البحث:

استند الباحث في دراسته على عينة عمدية من اساتذة وطلاب المرحلة الرابعة في اقسام (الصحافة، الاذاعة والتلفزيون، والعلاقات العامة) في كلية الاعلام- جامعة بغداد للعام الدراسي ٢٠١٣-٢٠١٤، وبلغ عدد المبحوثين (١٥٠) مبحوثاً وكالاتي:

المجموع	الاساتذة (المبحوثين)		طلبة المرحلة الرابعة (المبحوثين)		الاقسام
	اناث	ذكور	اناث	ذكور	
٤٩	٩	١٠	١٠	٢٠	الصحافة
٥٣	٨	١٥	١٠	٢٠	الاذاعة والتلفزيون
٤٨	٨	١٠	١٠	٢٠	العلاقات العامة
١٥٠	٢٥	٣٥	٣٠	٦٠	

بلغ عدد الاستمارات المسترجع منها (١٢٢) استمارة استبانة تمثل العينة المبحوثة , وبلغ عدد الاستمارات المهملة (٢٨) استمارة .

منهج البحث:

يمكن استخدام عدة مناهج في اعداد بحث ما، خاصة وان المنهج العلمي هو جملة العمليات العلمية التي يقوم بها الباحث منذ بداية بحثه حتى نهايته من اجل الكشف عن الحقيقة او البرهنة عليها^(١).

ويعد هذا البحث من البحوث الوصفية من حيث نوعه، وهو يستخدم منهج المسح في دراسة تعرض الجمهور العراقي للمنطق الدعائي للتنظيمات الارهابية لمعرفة اتجاهاتهم وميولهم بما يسمح اظهار النتائج والتعبير عن دالاتها الرقمية بشكل يسهم في بناء تصورات وتعميمات علمية واعلامية.

كما استخدم الباحث استمارة (الاستبانة) بوصفها اداة علمية يمكن بواسطتها تحقيق اهداف البحث .

حدود البحثالمجال المكاني

يتحدد البحث في عينة مختارة من اساتذة وطلبة الاقسام العلمية في (الصحافة، الاذاعة والتلفزيون، والعلاقات العامة) في كلية الاعلام- جامعة بغداد.

المجال الزمني

هي المدة المحصورة لاجراء البحث بين سقوط مدينة الموصل بيد الارهابيين في ٢٠١٤/٦/٩ وتشكيل الحكومة الجديدة برئاسة حيدر العبادي بتاريخ ٢٠١٤/٩/٩. وأختار الباحث هذه المدة بسبب انتهاء مهام عمل الحكومة السابقة برئاسة نوري المالكي وحصول فراغ سياسي انسحب على أجهزة الدولة وخاصة القوات المسلحة .

التعريف بالمصطلحات:الاتجاه:

يعرف الاتجاه بأنه (شعور الفرد وسلوكه حيال المواقف والاحداث الاجتماعية التي تسود الجماعة)^(٢).

كما يعرف بانه (استعداد او تهيؤ عقلي يتكون عند الشخص نتيجة العوامل المؤثرة في خبراته، يجعله يقف موقفاً معيناً نحو بعض الافكار او الاشخاص او الاشياء التي تختلف فيها وجهات النظر بحسب قيمتها الخلقية او الاجتماعية)^(٣).

الجمهور:

هو مجموعة من الافراد يجمع بينهم ميل او اتجاه او عاطفة مشتركة او ادراك في وحدة المصالح، لذلك تولد لديهم شعور بالوحدة وتحقيق الذات^(٤).

المنطق الدعائي:

ان المنطق الدعائي يعني الصورة القادرة على اقناع المواطن الذي توجه اليه الدعاية والتي تحاول جعله ينسب في الوعاء اللاشعوري للمستقبل، بحيث تغدو عملية اقتناعه بالمنطق ووجهات النظر التي يضمها وكأنها عملية ذاتية محضة. وبالتالي ضمان تحقيق الاهداف الدعائية، سواء كانت العناصر التي يضمها هذا المنطق ايجابية هدفها تقديم الصورة المحببة الى المواطن او كانت تعني جانباً سلبياً محضاً يهدف الى تشويه الصورة التي يمتلكها المستقبل والعمل على تطويع ارادته وقناعاته وفقاً لذلك.

التنظيمات الارهابية:

هي تلك المجاميع المسلحة التي تتخذ من العنف اسلوباً قسرياً لخلق اجواء من الخوف بين المواطنين للتأثير فيهم بما يخدم مآربها وتحقيق اهدافها.

الصدق والثبات:

اعتمد الباحث في حساب صدق الاستبانة وكذلك المقياس الخماسي طريقة الصدق الظاهري، وذلك بعرض فقرات الاستبانة والمقياس على مجموعة من المحكمين لتقدير مدى مناسبتهما وصلاحيتهما لموضوع البحث، وتم اجراء التعديلات المناسبة عليهما حسب الملاحظات التي ابداهها المحكمون^(٦).

اما فيما يخص الثبات فأن الباحث اعتمد طريقة اعادة الاختبار وتم استعمال مربع (كاي) لايجاد ثبات اسئلة الاستبانة وتحليل اجابات العينة والتي بلغت (١٠%) من العدد الكلي لمبحوثين، تبين ان الاسئلة ثابتة بمستوى دلالة (٠,٠٥)، ودرجة حرية (٢) وهو مستوى مقبول. لذا فان الاسئلة تعد ثابتة أي ان الاستبانة تتمتع بمعيار الثبات.

المبحث الثاني:الاطار النظري:العقل والعاطفة

ان الدعاية من حيث جوهرها لا تعدو ان تكون دعوة الى الاقناع وهي بهذا المعنى منطق كلي متكامل، هي لغة وخطاب تفترض جوهرها معيناً يقوم على اساس التناسق وعدم التناقض من حيث مقوماته الداخلية. بهذا المعنى الرسالة الدعائية يجب ان تتصف بصفات معينة: فهي وجهة نظر تعرض بخصوص مشكلة معينة وهذا يعني منطقاً كلياً شاملاً خاصاً بتلك المشكلة او بالموقف المرتبط بتلك المشكلة وقد تحدد من حيث المكان والزمان^(٧). أي ان المنطق الدعائي هو الذي يسمح بالتجانس في الاستراتيجية الدعائية، فالدعاية هي عملية اقناع وجوهرها نادراً ما يكون صحيحاً في جميع عناصره او كاذباً في جميع عناصره، اذن المنطق الدعائي هو الحصول على اكبر قسط ممكن من الاقناع ولو كان ذلك على حساب الحقيقة^(٧).

والمنطق الدعائي يتكون من الأسانيد المنطقية او الواقعية او القانونية التي تؤيد وجهة النظر وتقود الى التسليم بها ورفض وجهة النظر المخالفة، فمن المعروف لدى خبراء الدعاية فكرة

أختلاق الموقف الذي يسمح بخلق شحنة انفعالية اساسها التعاطف نتيجة للاشعاع الذاتي من شخصية الفرد المستقبل للدعاية نحو شخصية مرسل الدعاية، ومن خلال هذه العملية التي تتم في العادة عقب دراسة رد الفعل المتوقع والتخطيط على اساسه حيث تكون قد خلقنا نقطة التعاطف نستطيع ان نطلق المنطق الدعائي الذي يزيد، في لحظة اولى يحدث التعاطف ولكن في اللحظة الثانية وقد حدث الارتباط ولو اللاشعوري يبدأ المنطق الاصيل ينساب في المستقبل يتسرب ولو ببطء دون اثاره^(٨). والمنطق الدعائي يفترض مسلكين متوازيين يكمل كل منهما الاخر ويدعمه: منطق ايجابي وهو جوهر الغزو، ومنطق سلبي وهو منطلق رفض المنطق العكسي^(٩).

ان الدعاية تعتمد من خلال توقعها الى احداث التغيير السلوكي، على مخاطبة العاطفة والمشاعر والاحاسيس الدفينة عند افراد الجمهور دون اهمال الجانب العقلي ومخاطبة الذهن. وعلى الرغم من ان العقل يعتبر عنصراً هاماً يجب استهدافه لتحقيق غاية الدعاية، فان اهميته تأتي غالباً في المرتبة الثانية بعد العاطفة في مدى التأثير والتحرك^(١٠). فالاسلوب الدعائي هو صفة للكلام الذي يعتمد لغة العاطفة اكثر من العقل^(١١).

ان جناحي الدعاية- العقل والعاطفة- مترافقان في العمل الدعائي الناجح والمنتج، وعند غياب احد الجناحين تسقط الدعاية بعد فترة، ويستعمل الجناح العاطفي كركيزة اساسية في حالات الدعاية ابان الازمات التي ترتدي طابع العصبية الطائفية، ففي مثل هذه المناخات يكون من

المستبعد ان يكون التأثير الدعائي حاسماً عن طريق العقل، بل تكون العاطفة هي المرتكز الاساسي، لان التفكير يحتاج الى وقت وطاقه اكثر مما تحتاجه العاطفة والغريزة، وبما ان قليلاً من افراد الجمهور يستطيع اختيار المناخ لتحديد وتكوين رأيه، فالاسلوب الدعائي الذي يركز بصورة رئيسيه على العاطفة والكوامن الشعورية هو المناخ المفضل لدى الدعاة والاقوى والاسرع في احراز الهدف المتوخى^(١٢).

وهناك ثلاثة انواع من الاستمالات يمكن ان يعتمدها جميعا او بعضها رجل الدعاية في توجهه الى الجمهور لتحقيق نجاح رسالته الدعائية:

١. استمالات عقلية منطقية تعتمد الحجج والادلة والبراهين في حملته الموجهة الى جمهور اكثر ثقافة ووعياً واطلاعاً على جوانب في الموضوع الذي يتناوله مرسل الدعاية.

٢. استمالات عاطفية تلامس المشاعر والاحاسيس والغرائز، تستثير حمية الجمهور وایمانه وحماسه.

٣. استمالات الخوف التي تقوم على اثاره مشاعر الخوف بكل درجاته وبكل ما تعنيه الاثاره من مبالغة وتهويل واوهام وذعر^(١٣).

٤.

مستويات التعامل الدعائي

بما ان للتعامل الدعائي له درجاته وله مستوياته، الا انه لا يبد من التذكر بان الحرب النفسية (هي نوع من القتال النفسي لا يتجه إلا إلى العدو لتحطيم الإرادة الفردية) تتفاعل من خلال عمليات خمس مستقلة بالرغم من ارتباطها واختلاطها هي: الدعاية (عملية الأثارة النفسية بقصد الوصول إلى تلاعب معين في المنطق كما تتجه إلى الصديق وغير الصديق)، الدعوة (نوع من الأقتناع المستند إلى الصدق والأيمان للحصول على علاقة الولاء)، غسل المخ (أسلوب من أساليب التعامل النفسي لتحطيم الشخصية الفردية إلى درجة التلاعب بها لتصبح أداة طيعة في يد من يتحكم بها)، الحرب الأيديولوجية (نوع من الصراع النفسي أساسه الرغبة في سيادة أيديولوجية على أخرى سواء بالتأكيد أو بالأقتناع)، وحرب المعلومات لتحقيق هدف مزدوج، الأهداف هي بالتتابع تفتيت الوحدة الوطنية من جانب^(١٤)، الذي يخفف الانتماء إلى الوطن في مرحلة أولى ويلغيه في مرحلة ثانية^(١٥)، وتنظيم عملية التسميم السياسي (زرع أفكار معينة من خلال الخديعة بحيث تؤدي إلى تصور معين للموقف يختلف عن حقيقته وبالتالي عدم القدرة على عملية المواجهة) من جانب آخر. وبالرغم من تنوع هذه الأدوات إلا ان جميعها تنبع من حقيقة واحدة هي البحث عن خير المطارق حتى تصيب العقل الجماعي فاذا به يستسلم لعملية الانهيار النفسي ويتخلى كلياً عن ارادة الصراع^(١٦). كما ان التعامل الدعائي يجب ان يسبقه اعداد فكري للشحنات التي تتجه إلى المستقبل فتعيد تشكيل مدركاته، التعامل الدعائي يملك مستوياته المتعددة هذه المستويات تتحدد بمستويات العملية الاتصالية^(١٧).

والعمل الدعائي يتطلب استراتيجيات ذكية تكمن في اغراق الخصم بالمعلومات حتى يصعب عليه التمييز بين الخطأ والصواب بحيث تؤدي إلى دفع الجمهور لاتخاذ ردود افعال ومواقف طبقاً لما تريده تلك القوى المسيطرة، وتؤدي أيضاً إلى زيادة الخوف لدى الجماهير والخضوع لسياسة الخصم^(١٨).

ان التعامل الدعائي اضحى اليوم احد المظاهر الثابتة والمرتبطة بالصراع الدولي في جميع ابعاده، فهو اولاً تأكيد للصراع الأيديولوجي وهو ثانياً تنظيم للعنف في صورة معينة^(١٩)، وهذا المفهوم يعد جزء من المنطق الدعائي الذي تلجأ إليه التنظيمات الارهابية لتنفيذ سياستها واهدافها بالمنطقة والعالم في الوقت الحاضر.

الحرب العالمية على الارهاب

يعد مصطلح الارهاب من اكثر المصطلحات هلامية وغموضاً وليس هناك تعريف محدد له، حيث يقول دنيس ماكويل (من الصعب استخدام مصطلح الارهاب لانه مفهوم متغير من ثقافة الى اخرى وهو يشير الى اعمال عنف ضد الاخر ونادراً ما تصف وسائل الاعلام الاعمال العنيفة التي تقوم بها الدول بانها ارهاب خاصة اذا كانت الدول التي تقوم بهذا العمل دولاً صديقة).

وتعتبر الولايات المتحدة هي اول من استخدم مصطلح الارهاب وحددت قوانينه انه (نوع من انواع العنف المتعمد والمحرض من جهات سياسية يمارس ضد اهداف مدنية بواسطة مجاميع او عملاء تهدف بافعالها التأثير في الرأي العام او اثاره الرعب والهلع في المجتمع المستهدف)^(٢٠).

ولم يقتصر التغيير الذي احدثته هجمات ١١ سبتمبر عام ٢٠٠١ على مركز التجارة العالمي والبنتاغون الامريكي على السياسة العالمية فقط، بل غيرت ايضا وسائل الاعلام الدولية. وقد اولت بعض شبكات التلفزيون الرئيسة والصحف الامريكية اهتماماً كبيراً لتغطية الهجمات وتداعياتها وخصصت لها مساحات كبيرة وعملت على لفت النظر العالمي للحرب العالمية على الارهاب، كما سارعت في تصميم الحملات الدعائية المناهضة للارهاب العالمي، وقد ابقت الاحداث التالية هجمات ١١ سبتمبر والحرب على الارهاب في الواجهة الاعلامية^(٢١).

وثمة جوانب اتفاق واختلاف بين الارهاب والعنف اذ تتمثل جوانب الاتفاق في ان المصطلحين (يعبران عن المضمون نفسه في السلوكيات، التي تستخدم القوة او تهدد بها، لتلحق الاذى والضرر لتحقيق اهداف سياسية لجماعات معينة تنتهج هذه السلوكيات عن طريق التخويف)^(٢٢). اما جوانب الاختلاف فتكمن في ان مصطلح العنف يؤثر ظاهرة عامة ولكن الارهاب يصف ظاهرة خاصة، كما ان العنف وسيلة او اداة ولكن الارهاب ناتج للعنف. وهناك فارق آخر يتمثل في نشأة كلا الاستخدامين، اذ ان اصطلاح الارهاب غير مصكوك صحفياً او اعلامياً وانه مأخوذ من التعبيرات الامنية التي نقلت الى الصحافة في القرن الماضي لوصف احداث العنف السياسي المهتدة للدولة^(٢٣). اما اصطلاح العنف فيستخدمه اكثر دارسي العلوم السياسية والاجتماعية، أي ان نشأته كانت بين الاوساط الاكاديمية^(٢٤).

ولقد اسفرت التغييرات في موازين القوى عن زعزعة في الاستقرار عن حرب على الغالب، وهذه الحرب سميت الحرب على الارهاب^(٢٥).

وفي موضوع التيارات الاسلامية التي برزت في الآونة الاخيرة، حاولت وسائل الاعلام الدولية توصيفها جميعاً بالارهاب الاسلامي وتناولت الاسلام ديناً وتراثاً وثقافة من زاوية تشويه صورته وتقويمه في الغرب وكأنه يحض على القتل والقوة ويعادي الحرية والديمقراطية^(٢٦).

المبحث الثالث:

نتائج الدراسة الميدانية

اظهرت نتائج البحث ان معظم افراد العينة المبحوثة هم من جنس الذكور وبعدها بلغ (٧٦) تكراراً وبنسبة (٦٢,٢٩%) وجاءت بالمرتبة الاولى، وفي المرتبة الثانية جاء جنس الاناث بعدد بلغ (٤٦) تكراراً وبنسبة (٣٧,٧٠%) من مجموع افراد العينة المبحوثة،

جدول (١) يبين جنس العينة المبحوثة

نوع الجنس	التكرار	النسبة المئوية
ذكور	٧٦	٦٢,٢٩
اناث	٤٦	٣٧,٧٠
المجموع	١٢٢	%١٠٠

وان معظم افراد عينة البحث هم من الفئة العمرية (٢٧-١٨) سنة وبعدها بلغ (٧٦) تكراراً وبنسبة (٦٢,٢٩%) وجاءت بالمرتبة الاولى، وفي المرتبة الثانية حلت الفئة العمرية (٤٧-٣٨) سنة وبعدها بلغ (١٥) تكراراً وبنسبة (١٢,٢٩%)، في حين جاءت في المرتبة الثالثة الفئة العمرية (٦٠-٤٨) سنة وبعدها بلغ (١٤) تكراراً وبنسبة (١١,٤٧%)، وفي المرتبة الرابعة جاء المبحوثون من الفئة العمرية (٣٧-٢٨) سنة وبعدها بلغ (١٢) تكراراً وبنسبة (٩,٨٣%)، وفي المرتبة الاخيرة حل المبحوثون من الفئة العمرية (٦٠ سنة- فاكثراً) وبعدها بلغ خمسة تكرارات وبنسبة (٤,٠٩%)، ينظر الجدول (٢).

جدول (٢) يبين الفئات العمرية لعينة البحث

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الفئة العمرية
الاولى	٦٢,٢٩	٧٦	٢٧-١٨
الثانية	١٢,٢٩	١٥	٤٧-٣٨
الثالثة	١١,٤٧	١٤	٦٠-٤٨
الرابعة	٩,٨٣	١٢	٣٧-٢٨
الخامسة	٤,٠٩	٥	٦٠-فاكثر
	%١٠٠	١٢٢	المجموع

واظهرت نتائج الدراسة ان افراد العينة المبحوثة هم من المتعلمين وجاء في المرتبة الاولى من يحملون شهادة الاعدادية (طلبة البكالوريوس) وبعدهم بلغ (٨٠) تكراراً وبنسبة (٦٥,٥٧٪)، وفي المرتبة الثانية جاء المبحوثون من حملة شهادة الدكتوراه وبعدهم بلغ (٣٦) تكراراً وبنسبة (٢٩,٥٠٪)، وحلت بالمرتبة الثالثة حملة شهادة الماجستير وبعدهم بلغ (٦) تكراراً وبنسبة (٤,٩١٪) من المجموع الكلي لافراد العينة المبحوثة، ينظر الجدول (٣).

جدول (٣) يبين التحصيل العلمي للعينة المبحوثة

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الشهادة
الثانية	٢٩,٥٠	٣٦	دكتوراه
الثالثة	٤,٩١	٦	ماجستير
الاولى	٦٥,٥٧	٨٠	اعدادية (طلبة بكالوريوس)
	%١٠٠	١٢٢	المجموع

١- رأي المبحوثين في تنظيمات (القاعدة، داعش، جبهة النصرة) من حيث مستوى التطرف والخطورة:

اتفق معظم افراد العينة المبحوثة بان تنظيم (داعش) احتل المرتبة الاولى وبعدها بلغ (١٢٧) تكراراً وبنسبة (٣٥,١٨٪)، وجاء تنظيم (القاعدة) في المرتبة الثانية وبعدها بلغ (١٢١) تكراراً وبنسبة (٣٣,٥١٪)، وحلت (جبهة النصرة) المرتبة الاخيرة وبعدها بلغ (١١٣) تكراراً وبنسبة (٣١,٣٠٪)، ينظر الجدول (٤).

جدول (٤) يبين رأي جنس المبحوثين في درجة تطرف التنظيمات الارهابية(*)

المرتبة	المجموع	لاتفق بشدة		لا اتفق		اتفق الى حد ما		اتفق		اتفق بشدة		رأي لمبحوثين										
		الاناث	الذكور	الاناث	الذكور	الاناث	الذكور	الاناث	الذكور	الاناث	الذكور											
		النسبة	التكرار	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	التنظيمات										
الاولى	٣٥,١٨	١٢٧	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٢,٣٦	٣	٢,٣٦	٣	١٥,٧٤	٢٠	٢٢,٠٤	٢٨	١٩,٦٨	٢٥	٣٧,٧٩	٤٨	داعش
الثانية	٣٣,٥١	١٢١	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٢,٤٧	٣	٤,١٣	٥	١٨,١٨	٢٢	٢٠,٦٦	٢٥	١٥,٧٠	١٩	٣٨,٨٤	٤٧	القاعدة
الثالثة	٣١,٣٠	١١٣	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	١١,٥٠	١٣	١٣,٢٧	١٥	١٠,٦١	٢١	٢٠,٣٥	٢٣	١٥,٠٤	١٧	٢٩,٢٠	٣٣	جبهة النصرة
المجموع	١٠٠٪	٣٦١								١٩	٢٣	٥٤	٧٦	٦١	١٢٨							

٢- رأي المبحوثين بان تنظيمات تشكل تهديداً للامن والسلم في المنطقة العربية، وكانت الاجابة كالآتي:

ان معظم افراد العينة المبحوثة اجابوا (اتفق بشدة) وبعدها بلغ (٩٠) تكراراً وبنسبة (٧٣,٧٧٪) وجاءت بالمرتبة الاولى، وفي المرتبة الثانية حلت فئة (اتفق) وبعدها بلغ (٢٤) تكراراً وبنسبة (١٩,٦٧٪)، وجاءت فئة (اتفق الى حد ما) وبعدها بلغ (٨) تكراراً وبنسبة (٦,٥٥٪) في المرتبة الاخيرة، ينظر الجدول (٥).

(*) ترك للمبحوثين حرية الاختيار لاكثر من بديل فجاء المجموع اكثر من عدد العينة المبحوثة (١٢٢)

جدول (٥) يوضح رأي المبحوثين بان التنظيمات تهدد الامن والسلم في المنطقة العربية

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الاجابة
الاولى	٧٣,٧٧	٩٠	اتفق بشدة
الثانية	١٩,٦٧	٢٤	اتفق
الثالثة	٦,٥٥	٨	اتفق الى حد ما
	صفر	صفر	لا اتفق
	صفر	صفر	لا اتفق بشدة
	%١٠٠	١٢٢	المجموع

٣- رأي المبحوثين بفلسفة هذه التنظيمات:

اجاب معظم افراد العينة المبحوثة بان هذه التنظيمات (تكفيرية) وبعدهد بلغ (٦٨) تكراراً وبنسبة (٥٥,٧٣%) وجاءت بالمرتبة الاولى، وحلت فئة (عقائدية) في المرتبة الثانية وبعدهد بلغ (١٩) تكراراً وبنسبة (١٥,٥٧%)، وفي المرتبة الثالثة كان رأي المبحوثين بانها (جهادية) وبعدهد بلغ (١٨) تكراراً وبنسبة (١٤,٧٥%)، وحصلت فئة (سياسية) على المرتبة الاخيرة وبعدهد بلغ (١٧) تكراراً وبنسبة (١٣,٩٣%)، ينظر الجدول (٦).

جدول (٦) يبين رأي المبحوثين بفلسفة هذه التنظيمات

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الاجابة
الاولى	٥٥,٧٣	٦٨	تكفيرية
الثانية	١٥,٥٧	١٩	عقائدية
الثالثة	١٤,٧٥	١٨	جهادية
الرابعة	١٣,٩٣	١٧	سياسية
	%١٠٠	١٢٢	المجموع

٤- رأي المبحوثين بمصادر تمويل هذه التنظيمات:

اتفق معظم افراد العينة المبحوثة بان مصادر تمويل تنظيمات (القاعدة، داعش، جبهة النصرة) هو (تمويل دولي) وجاءت في المرتبة الاولى وبعدهد بلغ (٤٢) تكراراً وبنسبة (٣٤,٤٢%) وتتلقي

(تمويل اقليمي) ومن دول الجوار بالمرتبة الثانية وبعدهد بلغ (٣٣) تكراراً وبنسبة (٢٧,٠٤٪)، وحلت فئة (دعم من شخصيات) في المرتبة الثالثة وبعدهد بلغ (٢٢) تكراراً وبنسبة (١٨,٠٣٪)، واجاب المبحوثين بانها تحصل على (غنائم واثاوات) في المرتبة الرابعة وبعدهد بلغ (١٥) تكراراً وبنسبة (١٢,٢٩٪)، وفي المرتبة الاخيرة حلت فئة (تمويل ذاتي) وبعدهد بلغ (١٠) تكراراً وبنسبة (٨,١٩٪)، ينظر الجدول (٧).

جدول (٧) يوضح رأي المبحوثين بمصادر التمويل

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الاجابة
الاولى	٣٤,٤٢	٤٢	تمويل دولي
الثانية	٢٧,٠٤	٣٣	تمويل اقليمي
الثالثة	١٨,٠٣	٢٢	دعم من شخصيات
الرابعة	١٢,٢٩	١٥	غنائم واثاوات
الخامسة	٨,١٩	١٠	تمويل ذاتي
	%١٠٠	١٢٢	المجموع

٥- رأي المبحوثين بالاسلوب الدعائي لهذه التنظيمات:

اجاب معظم المبحوثين بان هذه التنظيمات تمارس عملية (غسيل دماغ) وهو اسلوب من اساليب التعامل النفسي لتحطيم الشخصية الفردية الى درجة التلاعب بتلك الشخصية لتصبح اداة طيعة في يد من يتحكم بها.

وجاءت في المرتبة الاولى وبعدهد بلغ (٤٨) تكراراً وبنسبة (٣٠,١٨٪)، وفي المرتبة الثانية حلت فئة (ترهيب وترغيب) وبعدهد بلغ (٤١) تكراراً وبنسبة (٢٥,٧٨٪)، وتستخدم (شائعات) في المرتبة الثالثة وبعدهد بلغ (٢٩) تكراراً وبنسبة (١٨,٢٣٪)، وجاءت فئة (دعوة عقائدية) في المرتبة الرابعة وبعدهد بلغ (١٨) تكراراً وبنسبة (١١,٣٢٪)، وتلجأ الى (دعاية وحرب نفسية) بالمرتبة الخامسة وبعدهد بلغ (١٣) تكراراً وبنسبة (٨,١٧٪)، وحلت فئة (حرب ايدولوجية) في المرتبة الاخيرة وبعدهد بلغ (١٠) تكراراً وبنسبة (٦,٢٨٪)، ينظر الجدول (٨).

جدول (٨) يوضح رأي المبحوثين بالاسلوب الدعائي للتنظيمات

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الاجابة
الاولى	٣٠,١٨	٤٨	غسيل دماغ
الثانية	٢٥,٧٨	٤١	ترهيب وترغيب
الثالثة	١٨,٢٣	٢٩	شائعات
الرابعة	١١,٣٢	١٨	دعوة عقائدية
الخامسة	٨,١٧	١٣	دعاية وحرب نفسية
السادسة	٦,٢٨	١٠	حرب ايدولوجية
	%١٠٠	١٥٩	المجموع

٦- رأي المبحوثين باهداف هذه التنظيمات:

اجاب معظم افراد العينة المبحوثة بان هدف هذه التنظيمات هو (بث التفرقة الطائفية) بين مكونات المجتمع العراقي وحصلت على المرتبة الاولى وبعدها بلغ (٦٢) تكراراً وبنسبة (٣٦,٩٠)٪، وجاء في المرتبة الثانية هدف (غزو مدن لتوسيع النفوذ) وبعدها بلغ (٤١) تكراراً وبنسبة (٢٤,٤٠)٪، وحل هدف (اقامة نظام حكم على الشريعة الاسلامية) المرتبة الثالثة وبعدها بلغ (٣٣) تكراراً وبنسبة (١٩,٦٤)٪، اما هدف (السيطرة على المنشآت النفطية) فحدها في المرتبة الرابعة وبعدها بلغ (١٨) تكراراً وبنسبة (١٠,٧١)٪، وحل هدف (تشويه الاسلام) بالمرتبة الخامسة وبعدها بلغ تسع تكرارات وبنسبة (٥,٣٥)٪، وجاء هدف (احتلال مواقع عسكرية) على المرتبة الاخيرة وبعدها بلغ خمس تكرارات وبنسبة (٢,٩٧)٪، ينظر الجدول (٩).

جدول (٩) يوضح رأي المبحوثين باهداف هذه التنظيمات

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الاجابة
الاولى	٣٦,٩٠	٦٢	بث التفرقة الطائفية
الثانية	٢٤,٤٠	٤١	غزو مدن (توسيع نفوذ)
الثالثة	١٩,٦٤	٣٣	اقامة نظام حكم على الشريعة الاسلامية
الرابعة	١٠,٧١	١٨	سيطرة على المنشآت النفطية
الخامسة	٥,٣٥	٩	تشويه الاسلام
السادسة	٢,٩٧	٥	احتلال مواقع عسكرية
	١٠٠%	١٦٨	المجموع

٧- رأي المبحوثين بقدرة هذه التنظيمات على اقناع الجمهور:

اجاب معظم افراد العينة المبحوثة على (اتفق الى حد ما) وبعدهد بلغ (٥١) تكراراً وبنسبة (٤١,٨٠٪)، وجاءت في المرتبة الاولى، وحلت (لا اتفق) في المرتبة الثانية وبعدهد بلغ (٣٩) تكراراً وبنسبة (٣١,٩٦٪)، وحصلت (لا اتفق بشدة) على المرتبة الثالثة وبعدهد بلغ (١٩) تكراراً وبنسبة (١٥,٥٧٪)، واجاب المبحوثون على (اتفق) في المرتبة الرابعة وبعدهد بلغ ثمانية تكرارات وبنسبة (٦,٥٥٪)، وفي المرتبة الاخيرة (اتفق بشدة) وبعدهد بلغ خمسة تكرارات وبنسبة (٤,٠٩٪)، ينظر الجدول (١٠).

جدول (١٠) يوضح رأي المبحوثين بقدرة التنظيمات على اقناع الجمهور

المرتبة	المجموع		الاناث		الذكور		جنس المبحوثين اقناع الجمهور
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
الاولى	٤١,٨٠	٥١	٢٩,٤١	١٥	٧٠,٥٨	٣٦	اتفق الى حدما
الثانية	٣١,٩٦	٣٩	٤١,٠٢	١٦	٥٨,٩٧	٢٣	لا اتفق
الثالثة	١٥,٥٧	١٩	٤٢,١٠	٨	٥٧,٨٩	١١	لا اتفق بشدة
الرابعة	٦,٥٥	٨	٥٠	٤	٥٠	٤	اتفق

اتفق بشدة	٢	٤٠	٣	٦٠	٥	٤,٠٩	الخامسة
المجموع	٧٦	٤٦	٤٦	١٢٢	١٢٢	١٠٠%	

٨- رأي المبحوثين بالطروحات التي وجدت صدى لدى الجمهور:

اتفق معظم افراد العينة المبحوثة بان اكثر الطروحات التي وجدت صدى لدى الجمهور هي (الدعوة الى الجهاد) واحتلت المرتبة الاولى وبعدها بلغ (٣٦) تكراراً وبنسبة (٢٩,٥٠٪)، وجاءت (الاثارة النفسية للحصول على الولاء) أي التعبئة الطائفية للمذهب السني في المرتبة الثانية وبعدها بلغ (٢٨) تكراراً وبنسبة (٢٢,٩٥٪)، وحلت في المرتبة الثالثة (الاعراض المالي) وبعدها بلغ (٢٤) تكراراً وبنسبة (١٩,٦٧٪)، واجاب المبحوثون على (الاقناع المستند الى الايمان) واحتلت المرتبة الرابعة وبعدها بلغ (٢٢) تكراراً وبنسبة (١٨,٠٣٪)، وفي المرتبة الاخيرة (مناهضة سياسية الغرب) وبعدها بلغ (١٢) تكراراً وبنسبة (٩,٨٣٪)، ينظر الجدول (١١).

جدول (١١) يوضح رأي المبحوثين بالطروحات التي وجدت صدى لدى الجمهور

المرتبة	المجموع		الاناث		الذكور		جنس المبحوثين
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	الطروحات
الاولى	٢٩,٥٠	٣٦	٢٧,٧٧	١٠	٧٢,٢٢	٢٦	الدعوة الى الجهاد
الثانية	٢٢,٩٥	٢٨	٤٢,٨٥	١٢	٥٧,١٤	١٦	الاثارة النفسية للحصول على الولاء
الثالثة	١٩,٦٧	٢٤	٤٥,٨٣	١١	٥٤,١٦	١٣	الاعراض المالي
الرابعة	١٨,٠٣	٢٢	٣٦,٣٦	٨	٦٣,٦٣	١٤	الاقناع المستند الى الايمان
الخامسة	٩,٨٣	١٢	١٦,٦٦	٢	٨٣,٣٣	١٠	مناهضة سياسة الغرب
	١٠٠%	١٢٢		٤٣		٧٩	المجموع

٩- رأي المبحوثين بالفئات التي تستميل اكثر للتنظيمات:

اجاب معظم المبحوثين بان هذه التنظيمات تعتمد على فئة (الشباب) اكثر من غيرها وجاءت بالمرتبة الاولى وبعدها بلغ (٨٧) تكراراً وبنسبة (٧١,٣١٪)، وفي المرتبة الثانية فئة (العامة- كبار السن) وبعدها بلغ (٢٥) تكراراً وبنسبة (٢٠,٤٩٪)، بينما حصلت فئة (النساء) المرتبة الثالثة وبعدها بلغ (٦) تكراراً وبنسبة (٤,٩١٪)، وفي المرتبة الاخيرة فئة (الاطفال) وبعدها بلغ أربعة تكرارات وبنسبة (٣,٢٧٪)، ينظر الجدول (١٢).

جدول (١٢) يوضح رأي المبحوثين بالفئات التي تستميل اكثر للتنظيمات

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الفئات
الاولى	٧١,٣١	٨٧	الشباب
الثانية	٢٠,٤٩	٢٥	العامة (كبار السن)
الثالثة	٤,٩١	٦	النساء
الرابعة	٣,٢٧	٤	الاطفال
	١٠٠%	١٥٩	المجموع

١٠- رأي المبحوثين بالوسائل الاعلامية التي استخدمتها هذه التنظيمات اكثر من غيرها:

اجاب معظم افراد العينة المبحوثة بان هذه التنظيمات ركزت على وسيلة (الانترنت) اكثر من باقي الوسائل الاخرى وجاءت بالمرتبة الاولى وبعدها بلغ (٨٨) تكراراً وبنسبة (٢٨,٤٧٪)، وفي المرتبة الثانية على (فيس بوك) وبعدها بلغ (٦٦) تكراراً وبنسبة (٢١,٣٥٪)، اما (اليوتيوب) فحصلت على المرتبة الثالثة وبعدها بلغ (٥٣) تكراراً وبنسبة (١٧,١٥٪)، وفي المرتبة الرابعة (تويتر) وبعدها بلغ (٣٩) تكراراً وبنسبة (١٢,٦٢٪)، وحل في المرتبة الخامسة (التلفزيون) وبعدها بلغ (٣٢) تكراراً وبنسبة (١٠,٣٥٪)، في حين جاءت بالمرتبة السادسة (البريد الالكتروني) وبعدها بلغ (١٤) تكراراً وبنسبة (٤,٥٣٪)، وحصلت وسيلة (انستكرام) على المرتبة السابعة وبعدها بلغ (١٠) تكراراً وبنسبة (٣,٢٣٪)، وحلت (الصحف) في المرتبة الثامنة وبعدها بلغ (٤) تكراراً وبنسبة (١,٢٩٪)، وجاء في المرتبة الاخيرة (الراديو) وبعدها بلغ (٣) تكراراً وبنسبة (٠,٩٧٪)، ينظر الجدول (١٣).

جدول (١٣) يبين رأي المبحوثين بالوسائل الاعلامية التي استخدمتها التنظيمات اكثر من غيرها

الاجابة	كثيرا	قليلا	الى حد ما	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
وسائل الاعلام التقليدية	راديو	-	٢	١	٣	التاسعة
	تلفزيون	٢٠	١٠	٢	٣٢	الخامسة
	صحف	-	٣	١	٤	الثامنة
وسائل الاعلام الكترونية	انترنت	٧٠	١٥	٣	٨٨	الاولى
	فيس بوك	٤٧	١٦	٣	٦٦	الثانية
	تويتر	٢٦	١٠	٣	٣٩	الرابعة
	انستكرام	٥	٤	١	١٠	السابعة
	بريد الكتروني	٥	٩	-	١٤	السادسة
	يوتيوب	٣٥	١٥	٣	٥٣	الثالثة
	المجموع	٢٠٨	٨٤	١٧	٣٠٩	%١٠٠

ويتضح لنا من تحليل اجابات المبحوثين ان التنظيمات الارهابية استخدمت وسائل الاعلام الاللكترونية اكثر من وسائل الاعلام التقليدية وذلك لتوفرها وسهولة تداولها وقدرة تقنياتها على الوصول الى الاشخاص المتعاونين والمتعاطفين معها.

١١- رأي المبحوثين باسباب تراجع هذه التنظيمات بعد اكثر من تسعة اشهر من بدء العمليات العسكرية:

اجاب معظم افراد العينة المبحوثة بان من اهم الاسباب هو (تشكيل الحشد الشعبي) وجاءت بالمرتبة الاولى وبعدد بلغ (٦١) تكراراً وبنسبة (٣٣,٣٣٪)، وبعدها في المرتبة الثانية (الضربات الجوية الامريكية وحلفاءها) وبعدد بلغ (٤٦) تكراراً وبنسبة (٢٥,١٣٪)، وفي المرتبة الثالثة (تأييد مواقف الدول العربية للعراق ضد الارهاب) وبعدد بلغ (٢٩) تكراراً وبنسبة (١٥,٨٤٪)، وحصل على المرتبة الرابعة (الدعم الايراني للعراق) وبعدد بلغ (٢٠) تكراراً وبنسبة (١٠,٩٢٪)، اما (مشاركة الاكراد والبشمركة في القتال) فحلت بالمرتبة الخامسة وبعدد بلغ (١٥) تكراراً وبنسبة (٨,١٩٪)،

وفي المرتبة الاخيرة (الخبراء والمستشارون الاجانب) وبعدهد بلغ (١٢) تكراراً وبنسبة (٦,٥٥٪)، ينظر الجدول (١٤).

جدول (١٤) يبين رأي المبحوثين باسباب تراجع هذه التنظيمات على الارض

المرتبة	%	التكرار	الى حد ما	قليلا	كثيرا	الاسباب
الاولى	٣٣,٣٣	٦١	٤	١٢	٤٥	تشكيل الحشد الشعبي
الثانية	٢٥,١٣	٤٦	٣	١٠	٣٣	الضربات الجوية الامريكية وحلفاءها
الثالثة	١٥,٨٤	٢٩	٣	٨	١٨	تأييد مواقف الدول العربية للعراق ضد الارهاب
الرابعة	١٠,٩٢	٢٠	٢	٥	١٣	الدعم الايراني للعراق
الخامسة	٨,١٩	١٥	٢	٥	٨	مشاركة الاكراد والبيشمركة بالقتال
السادسة	٦,٥٥	١٢	٥	١	٦	الخبراء والمستشارون الاجانب
	%١٠٠	١٨٣	١٩	٤١	١٢٣	المجموع

الاستنتاجات

١. توصل الباحث الى ان تنظيم (داعش) يمثل اقصى درجات الخطورة والتطرف الديني على المجتمع العراقي من تنظيم القاعدة .
٢. ان تنظيم (داعش) يعتمد على وسائل الاعلام الالكترونية (وبالخاص الانترنت) اكثر من وسائل الاعلام التقليدية وذلك لسعة انتشارها وسهولة تصفحها من قبل معظم المواطنين .

النتائج

١. اتفق معظم افراد العينة المبحوثة ان تنظيم (داعش) يشكل تهديداً للامن والسلم على العراق خاصة ودول الجوار والمنطقة العربية عامة.
٢. اتفق معظم افراد العينة المبحوثة على ان فلسفة تنظيم (داعش) تكفيرية، لتفتيت العالم العربي والاسلامي والدليل احادية تفكيرهم وطروحاتهم .

٣. أجاب المبحوثين ان مصادر تمويل تنظيم (داعش) هو تمويل دولي.
٤. اتفق معظم افراد العينة المبحوثة ان تنظيم (داعش) يستخدم الاساليب الدعائية المتعددة وفي مقدمتها عملية غسيل الدماغ .
٥. اتفق معظم افراد العينة المبحوثة بان من أهداف تنظيم (داعش) هو بث التفرقة الطائفية بالعنف والقوة بين مكونات المجتمع العراقي.
٦. كان رأي المبحوثين ان (الدعوة الى الجهاد) كانت من اكثر الطروحات تأثيرا في الجمهور المستجيب لها.
٧. اتفق معظم افراد العينة المبحوثة بان تنظيم (داعش) يعتمد على فئة الشباب اكثر من غيرهم.
٨. أجاب معظم المبحوثين ان من اهم اسباب تراجع تنظيم (داعش) على الارض مؤخرا هو تشكيل الحشد الشعبي الذي جاء تلبية لنداء المرجعية الدينية الرشيدة لدعم القوات المسلحة العراقية ، حيث أستطاع أبطال الحشد الشعبي تحرير الاراضي العراقية وتطهيرها من دنس تنظيم (داعش) في قاطعي ديالى وصلاح الدين وغيرها .

المقترحات

- ١- الأيعاز الى وسائل الإعلام العراقية القيام بما يلي
 ١. نشر مقالات وتحقيقات صحفية ميدانية عن الانتصارات التي حققتها القوات المسلحة العراقية في جهات القتال ضد الارهاب .
 ٢. تقديم أدلة دامغة ووثائق تكشف الاساليب الدعائية لتنظيم (داعش) ، والتأكيد على الهوية الوطنية والتماسك الاجتماعي .
 ٣. إجراء تحقيقات صحفية مع رجال الدين لتوضيح مفهوم الجهاد الشرعي في الدين الاسلامي ردا على الطروحات الارهابية في هذا الموضوع .
 ٤. ٢. إنشاء قسم (التخطيط) يرتبط بمديرية مكافحة الارهاب يتولى رصد بيانات ونشاطات تنظيم (داعش) على الانترنت ووضع الاجراءات الكفيلة لمواجهتها .

الهوامش والمصادر

١. محمد عبد الحميد، تحليل المحتوى في بحوث الاعلام، بيروت، دار ومكتبة الهلال، ٢٠٠٨، ص ٥٤.
 ٢. عبد الرحمن عيسوي، اتجاهات جديدة في علم النفس الحديث، بيروت، دار النهضة العربية، ١٩٨٣، ص ٨٠.
 ٣. محمد خليفة بركات، علم نفس التعليم، ج ٣، الكويت، دار القلم، ١٩٧٦، ص ١٣٧.
 ٤. احمد بدر، الرأي العام طبيعته وتكوينه وقياسه ودوره في السياسة العامة، القاهرة، دار قباء للنشر والتوزيع، ١٩٩٨، ص ٧٢.
 ٥. عبد الباسط محمد حسن، اصول البحث الاجتماعي، القاهرة، مكتبة الانجلو مصرية، ١٩٧١، ص ٢٥١.
- (*) وهؤلاء المحكمين هم كل من:
- أ.م.د. حمدان خضر سام
 - أ.م.د. عبد النبي خزعل
 - أ.م.د. عبد الامير فيصل
 - أ.م.د. سهام الشجيري
 - أ.م.د. محمد رضا مبارك
٦. حامد عبد الله ربيع، فلسفة الدعاية الاسرائيلية، بيروت، مركز الابحاث، منظمة التحرير الفلسطينية، ١٩٩١، ص ١٦١.
 ٧. المصدر السابق، ص ٢٤.
 ٨. noslereB ,iwonaJ .zt cilbuP dna noinipo noitacinummoc ,٦٦٩١ ,٩٦٣.p
 ٩. حامد ربيع، الحرب النفسية في المنطقة العربية، بيروت، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، ط ١، ٤٧٩١، ص ٧٩١.
 ١٠. علي عواد، الاعلام والرأي، بيروت، بيسان للنشر والتوزيع والاعلام، ط ٢، ٢٠١٢، ص ٢٥١.
 ١١. المعجم العربي الاساسي، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، لاروس، ١٩٨٩.
 ١٢. علي عواد، الاعلام والرأي، مصدر سابق، ص ٣٥١.
 ١٣. حسن عماد مكاي، الاعلام ومعالجة الازمات، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، ٥٠٠٢، ص ٣٦.
 ١٤. حامد ربيع، الحرب النفسية في المنطقة العربية، مصدر سابق، ص ٥٣.
 ١٥. علي عواد، الاعلام والرأي، مصدر سابق، ص ٧٥١.
 ١٦. حامد ربيع، الحرب النفسية في المنطقة العربية، مصدر سابق، ص ٥٣.
 ١٧. حامد ربيع، اعادة كتابة التاريخ ونظرية الحرب النفسية: حول تحليل ظاهرة الصراع القومي في العالم العربي، بغداد، بحث غير منشور، في ٧٨٩١/٢١/٧١، ص ٦.
 ١٨. مي العبد الله سنو، التلفزيون وقضايا الاتصال في عالم متغير، بيروت، دار النهضة العربية، ٦٠٠٢.
 ١٩. حامد ربيع، الحرب النفسية في المنطقة العربية، مصدر سابق، ص ١٣.
 ٢٠. نهى عاطف العبد، الاعلام الدولي، القاهرة، الدار العربية للنشر، ٩٠٠٢، ص ٢٤.
 ٢١. diahpcM.L samoTh، الاعلام الدولي، النظريات- الاتجاهات والملكية، ترجمة حسني نصر وعبد الله الكندي، الامارات العربية المتحدة، دار الكتاب الجامعي، ١١٠٢، ص ١٣.
 ٢٢. محمد حسام الدين، المسؤولية الاجتماعية للصحافة، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، ٣٠٠٢، ص ٩٠٢.
 ٢٣. reTeP reTeyLa ,”eTh eScitnameS fo lacitiloP lacneloiV retepinI gnidloG late ,scitilop gnitacinummoc (LnoDnoI . retsecielL ytisrevinu sserp ,٦٨٩١ ,١٠١p .
 ٢٤. محمد حسام الدين، مصدر سابق، ص ١٢٠.
 ٢٥. سهام الشجيري، وكالات الانباء والتحكم الاخباري، الاردن، دار اسامة للنشر والتوزيع، ط ١، ٤١٠٢، ص ٤٥١.
 ٢٦. المصدر السابق، ص ٥٦١.
 ٢٧. المكتبة الافتراضية

وسائل الاعلام الجديد والوعي السياسي لدى الشباب

أ.م.د سلام خطاب الناصري

قسم الإعلام - كلية الاداب - جامعة تكريت

المستخلص:

تسعى هذه الدراسة للإجابة عن اسئلة ملحة حول دور وسائل الاعلام الجديد التي برزت مؤخراً مثل شبكة الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي والخدمات الاعلامية عبر المحمول وغيرها في زيادة الوعي لدى الشباب وبخاصة طلبة الجامعات من خلال دراسة ميدانية جرت على عينة من طلبة قسم الاعلام في جامعة البترا بالملكة الاردنية الهاشمية خلال الفصل الدراسي الثاني في عام ٢٠١٣، وقد توصلت الدراسة الى زيادة الاهتمام والمتابعة من الشباب للعديد من الاحداث العالمية والاقليمية والمحلية عن طريق التعرض الى عدد من وسائل الاعلام الجديد؛ في مقدمتها شبكة الانترنت وان زيادة مستوى الوعي والاهتمام افرز قيام الشباب بالعديد من الفعاليات على صعيد مواقع التواصل الاجتماعي او في تبادل المعلومات والحوار مع الآخرين في اطار تقني واتصالي جديد يفتح ابواباً جديدة على صعيد وسائل الاعلام والاتصال ودورها على صعيد الفرد والمجتمع واهميتها في التأثير على الرأي العام.

New Media and Political Awareness of the Youth

Ph.D. Salam Katab al-Nasiri

University of Tikrit/ College of Arts /Department of Media

Abstract

This study seeks to answer urgent questions about the role of new media that have emerged recently, such as the Internet and social networking sites and information services through mobile and others to increase awareness among young people, especially university students. during a field study that took place on a sample of students in the Department of Media at the University of Petra Kingdom of Jordan during the second semester in 2013 in the study the researcher finds increased attention and follow-up by young people for many of the world events and regional and local communities through exposure to a number of new media; in the forefront of the Internet and increase the level of awareness and interests young people do many of the events at the level of social networking sites or in the exchange of information and dialogue with others as part of a new technical and communicative opens new doors in terms of media and communication and its role at the level of the individual and society and its importance in influencing public opinion.

الاطار المنهجي للبحث

يستأثر الاعلام الجديد بوسائله المختلفة ومضامينه المتعددة بالكثير من الاهتمام من الباحثين والمهتمين بشؤون الاعلام والاتصال, باعتباره انعكاساً لحالة الاندماج التكنولوجي التي يشهدها مجتمع المعلوماتية الذي تمر به الانسانية حالياً, حيث ان هنالك جملة تطبيقات اتصالية وتكنولوجية جديدة افرزت حالة تفعيل للانتقال السريع من مرحلة الاعلام التقليدي الذي مثلته العديد من الوسائل الاعلامية والاتصالية منذ مطلع القرن العشرين الى حالة جديدة ومتطورة تشهد تطبيقاً لفكرة الحتمية التكنولوجية التي نادى بها (مارشال مكلوهان) منذ سنوات عديدة منصرمة, او لما يسمى بانهييار (الكلمة) مقابل صعود الصورة, وفي انتقال ادوات السيطرة على الاتصال وتطبيقاته من قبضة المؤسسات المالكة الى الجمهور او بظهور انماط جديدة من الاشكال الاعلامية, مثل البرامج الواقعية, والتفاعلية في الاذاعة والتلفزيون, او في نمط تقديم الاخبار الحية المباشرة, وفق قاعدة (ماذا يحدث الان, وليس ماذا حدث), او ربما يمثل الاعلام الجديد في انطلاقة تكنولوجيا الاتصال من خلال انتشار اطاق البث التلفزيوني الفضائي المباشر وشبكات الكمبيوتر والانترنت او وسائل معالجة والتقاط المعلومات عن طريق التكنولوجيا الرقمية وتنوع اجهزة الاتصال المحمولة .

ان الاعلام الجديد هو حالة حديثة متطورة, قد لا تجيب عنها كل التساؤلات التي طرحت انفا يتطلب التركيز على اهميتها في سيرة اجهزة الاعلام والاتصال وتأثيراتها الآنية والمستقبلية ودورها في نشر وتعزيز الوعي السياسي لدى الجمهور وبخاصة الشباب, حيث تتزايد اعداد المشتركين والمتعرضين لهذه الوسائل بشكل مطرد وبأعداد كبيرة, مما جعلها تنافس وسائل الاعلام التقليدية بشدة وتتغلب عليها في احيان كثيرة وبخاصة في مجال تشكيل الرأي العام حول العديد من القضايا السياسية, والاقتصادية, والاجتماعية في بقاع عديدة من العالم, وفي امداد الجمهور الكثير من المعلومات والمواقف والاتجاهات, مساهمة بذلك في تشكيل دعيه واعداده ليكون اكثر قدرة لمساهمة والتفاعل مع الآخرين في بيئة اتصالية جديدة ومتطورة لها شروطها واستحقاقها .

مشكلة الدراسة

تكمن مشكلة هذه الدراسة, في ان وسائل الاعلام الجديد تشكل رافداً اساسياً في تعزيز ثقافة الجمهور ووعيه وفي زيادة مستوى التفاعل والتبادل المعرفة والمعلومات بين افراده, وفي تشكيل الرأي العام تجاه قضايا ومواقف مختلفة, وقد غدت هذه الوسائل قوة قادرة متصاعدة في اوساط الشباب, لا سيما طلبة الجامعات اللذين ادركوا ان وسائل الاعلام التقليدية لم تعد بمفردها قادرة على اشباع رغباتهم وحاجاتهم او تلبية متطلباتهم المعرفية, مما يفتح المجال لضرورة دراسة دور هذه الوسائل الجديدة وتأثيرها في اوساط الشباب.

اهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة الى

١. آ- التركيز في اهمية وسائل الاعلام الجديد, وما تقوم به في مجال الاعلام والاتصال .
٢. ب- الدور الذي تقوم به هذه الوسائل في نشر الوعي السياسي لدى الشباب .
٣. ج- بيان الوظيفة السياسية الجديدة لهذه الوسائل في اوساط الشباب, بما يؤثر في مواقفهم واتجاهاتهم .
٤. د- الكشف عن قدرة هذه الوسائل في منافسة الوسائل التقليدية في مجال متابعة وتغطية الاحداث وتشكيل الرأي العام .

أهمية الدراسة

تأتي أهمية هذه الدراسة من أنها تسلط الضوء بشيء من التركيز والإحاطة على وسائل الاعلام الجديد, ودورها في الحياة المعاصرة, وفي تشكيل انماط تفكير الشباب ووعيهم وتسخيرها للتكنولوجيا وللمضامين المختلفة في تحقيق ذلك .

أسئلة الدراسة

تسعى الدراسة للإجابة عن الاسئلة التالية:

١. آ- ما مدى تعرض الشباب لوسائل الاعلام الجديد والشعبية التي تمتلكها لديهم؟ .
٢. ب- ما أسباب متابعة الشباب وبخاصة طلبة الجامعات لهذه الوسائل؟ .
٣. ج- ما مزايا هذه الوسائل في إطار المنافسة مع الوسائل التقليدية؟ .
٤. د- ما مدى اسهام هذه الوسائل في تشكيل وعي الشباب وتحديد اهتماماتهم؟ .
٥. هـ- ما هي المواضيع او القضايا التي تستأثر باهتمام الشباب من خلال هذه الوسائل؟ .

حدود البحث

١. آ- الحدود المكانية: اجريت الدراسة في جامعة البترا في المملكة الاردنية الهاشمية على عينة من طلبة الجامعة .
٢. ب- الحدود الزمانية: الفترة من ٢٠١٣/٣/١ - ٢٠١٣/٦/١ .
٣. ج- الحدود الموضوعية: وسائل الاعلام الجديد مثل الانترنت, والخدمات الاعلامية عبر

المحمول، ومواقع التواصل الاجتماعية وغيرها، وتأثيرها على الوعي السياسي لدى الشباب .

مصطلحات البحث الاجرائية

أ- الوعي: كلمة تعبر عن حالة عقلية، يكون فيها العقل بحالة ادراك وعلى تواصل مباشر مع محيطه الخارجي عن طريق منافذ الوعي التي تتمثل بجواس الانسان الخمس، كما يمثل الحالة العقلية التي يتميز بها الانسان ويصبح فيها قادراً على الاحساس بالذات والادراك والحكمة والعقلانية .

ب- الوعي السياسي: هو ادراك الفرد لواقع مجتمعه ومحيطه الوطني والاقليمي والدولي، ومعرفة طبيعة الظروف السياسية، والاجتماعية، والاقتصادية التي تحيط به، ومعرفة مشكلات العصر المختلفة والقوى الفاعلة والمؤثرة في صناعة القرار وطنياً وعالمياً .

ج- وسائل الاعلام الجديد: الوسائل الاعلامية والاتصالية الجديدة التي برزت وانتشرت وبخاصة في مطلع القرن الحادي والعشرين مثل (الانترنت، مواقع التواصل الاجتماعي، الخدمات الاعلامية عبر المحمول، البث الفضائي المباشر عبر الاقمار الصناعية) .

ثانياً: الإطار النظري للدراسة:

يرى بعض الباحثين⁽¹⁾، أن التحول والتغيير عبر التطور التكنولوجي، هو جوهر حياة الاعلام والاتصال، فالإعلام كان وسيظل جديداً في كل طور من اطواره كذلك وسائل الاتصال، ألم يكن الاعلام جديداً مع ظهور الطباعة وجديداً مع تطور الصحافة المكتوبة، وجديداً مع ظهور الفوتوغرافيا، وجديداً مع ظهور الاذاعة، وجديداً كذلك مع ظهور التلفزيون، ألم يتساءل الخبراء والباحثون في هذا الحقل عن مصير المكتوب امام الدور الاعلامي والاتصالي الذي بدأت تؤديه الاذاعة بداية القرن العشرين، وعن مصير الاذاعة امام الاستقطاب الاعلامي الذي حققه التلفزيون، كل ذلك لان طبيعة التحول الذي تقود اليه التقنية في بعدها العلمي والتكنولوجي يقتضي النظر في أمر ما يسميه (مارشال مكلوهان) بـ (الاحتمية التكنولوجية) لتطور المجتمعات والامم تاريخياً. فيما يؤكد البعض من الباحثين⁽²⁾، ان فكرة البحث عن اعلام جديد ليست فقط وليدة التغيير الذي نشهده حالياً في كل نواحي الحياة منذ انهيار المعسكر الاشتراكي عام 1991م، وبروز مصطلحات مثل (العولمة، ونهاية التاريخ، وصراه الحضارات، والحدود المفتوحة، وغيرها)، بل يمكن ان نقول ان الصحوة الاتصالية التي افرزها مجتمع المعلومات والمعرفة والانتقال التكنولوجي للمجتمع الحديث، قد افرزت حالة جديدة من نشر المعلومات والافكار والمعرفة وتبادلها بصورة حرة ليس فقط تنفيذاً لأماني

وتطلعات حامت بها الشعوب عبر منظمة اليونسكو منذ عام ١٩٤٥م، بل لواقع حال برز حقيقة ملموسة تجسيدا للتطور التاريخي الطبيعي والمتسارع للمجتمع الانساني^(٣).

ووسائل الاعلام الاجتماعية الجديدة قد اسهمت في معالجة الفجوة الرقمية العالمية، ومكنت الافراد في الدول النامية من المشاركة في عملية التنمية وفي تعزيز الديمقراطية ورفع سقف الحريات فيها، واسهمت في مشاركة جماهيرية بإحداث التغيير في مجتمعاتها مثل ما حدث في مصر وتونس، وزادت من قدرات الناشطين والممارسة السياسية للأحزاب والتنظيمات السياسية التي برز دورها واضحا في الميدان السياسي اكثر من الميادين الاخرى^(٤).

ولكن ما يحدث اليوم من تبدل سريع في مشهد الاعلام والاتصال، يطرح قضايا معرفية جادة تدور كلها حول فهم الواقع الجديد الذي افرزته بيئة عالمية متطورة تتمتع بقوة تدفق فائقة للمعلومات حيث اصبح الحديث مناسباً مع ادراك الحضور المضاعف كتكنولوجيا الاتصال في حياة وانشطة المجتمع بالشكل الذي يعكس مدى اعتماد الافراد في نتائجهم ومبادلاتهم من الوسائط الجديدة للإعلام والاتصال، اذ لا يخلو نظام علائقي اجتماعي اليوم من وجود اثر يعكس ثقافة الاستخدام المرن لتكنولوجيا المعلومات. ومع إن الانساق الحديثة لمجتمع المعلومات التي اسهمت في تشكيلة هذه الوسائط الجديدة والذي يبرز تحديداً منذ بداية عقد التسعينيات من القرن الماضي عكس نجاحاً واسعاً النطاق للوظائف الاجتماعية الاولى لشبكة الانترنت على مستوى تبادل الرسائل الالكترونية وما رافقها من تأسيس علاقة جديدة بين الانسان والمعرفة والعالم، اعطت هذا الانسان خيارات متعددة ومتاحة في التواصل مع الآخرين وفي اعادة النظر في الوسط الثقافي الذي سيتعامل معه او نشأ فيه، وفي السلوك الانساني بشكل عام ليكون النظام الإتصالي الجديد السائد عالمياً هو عبارة عن نظام دمج الوسائط الجديدة في بعديها المعرفي والتكنولوجي لتمثل قوة انتاجية فائقة السرعة والتأثير، شكلت ملاح بداية عقد اجتماعي جديد للإنسانية^(٥)، ويحصر (فين كروسيبي)^(٦)، مميزات الاعلام الجديد بكونه عبارة عن عملية اتصال جديدة تختلف عن ما يميز نموذج الاتصال الشخصي او الاتصال الجمعي المعروفة سابقاً، وحتى اشكال الاتصال الجماهيري، حيث ان الرسائل الفردية يمكن ان تصل الى عدد غير محدد من البشر في وقت واحد، وان كل واحد من هؤلاء البشر له درجة السيطرة نفسها، ودرجة الاسهام المبادل نفسه في الرسالة. أما (ديفدوواين)^(٧)، فيصنفان الاعلام الجديد ضمن حالتين: جديد مقابل قديم، او بين التماثلية والرقمية، او مرحلة الانترنت ومرحلة ما قبل الانترنت وهكذا، بحيث يصنفان الاعلام الجديد وفق ثلاثة انواع هي:

- ١- الاعلام الجديد بتكنولوجيا قديمة ويشمل الاشكال الصحفية في الاذاعة والتلفزيون والصحف.
- ٢- الاعلام الجديد بتكنولوجيا جديدة وتمثله جميع الوسائل التي نعايشها الان والتي تعمل على منضدة الكمبيوتر وعلى رأسها شبكة الانترنت.
- ٣- الاعلام الجديد بتكنولوجيا مختلطة: وهنا تزول الفوارق بين القديم والجديد، فالعديد من الصحف الكبرى لديها مواقع ضخمة على شبكة الانترنت وتتواصل برامج التلفزيون مع الجمهور بأدوات الاعلام الجديد وهكذا .

فيما يرى (فيدلر)^(٨)، ان اساس التغير الجذري الذي تشهده حياتنا المعاصرة في ظل وسائل الاعلام الجديدة، تتحدد بالظواهر الآتية:

- ١- تعايش وتطور مشترك للأشكال الاعلامية القديمة والجديدة.
- ٢- تغير جذري متدرج للأشكال الاعلامية من القديمة الى الجديدة.
- ٣- انتشار السمات السائدة في الاشكال الاعلامية المختلفة بين بعضها بعضاً.
- ٤- بقاء اشكال اعلامية ومؤسسات في بيئات متغيرة.
- ٥- ظهور الاستحقاقات والحاجات الموضوعية لتبني اجهزة الاعلام الجديدة طبقاً (لفيدلر) فإن اهم ثلاث ادوات للتغير الجذري في مستحدثات الاعلام الجديد عبر مراحل تطور الاتصال الانساني هي اللغة المنطوقة، واللغة المكتوبة، ومن ثم اللغة الرقمية، التي مكنت من عملية الاتصال بين الآلة والانسان .

إن فهم دراسة تأثير وسائل الاعلام الجديد، وما أحدثته من آثار بالغة الأهمية في مجمل العملية الاتصالية، يستدعي إلقاء الضوء على أربعة متغيرات رئيسية لها علاقة بهذه الظاهرة هي^(٩):

أولاً: المتغير السياسي-الايديولوجي

والمرتبط بالتغيرات التي شهدتها الواقع الدولي، منذ انتهاء ما يسمى بالحرب الباردة، وانهييار جدار برلين، ابتداء من عام ١٩٨٩م، وما يشهده العالم الآن من محاولات اعادة التوازن للنظام الاعلامي السائد، ويمكن لهذا المتغير ان يتجسد على ارض الواقع اتصالياً من خلال ملامح متعددة ابرزها، شيوع العولمة، شيوع ظاهرة الارهاب، الديمقراطية والاصلاح.. الخ.

ثانياً: المتغير التقني (التكنولوجي):

ان عصر ثورة الاتصالات التي شملت ميادين وسائل الاتصال الجماهيري جميعها تقريباً، قد

مكنت هذه الوسائل توافق اختزال الابعاد والمسافات, واختراق الافاق بسرعة غير مسبوقة, مما مكنها من زيادة فرص نشر الثقافات والافكار والعقائد, وكذلك زيادة فرص الحوار والتبادل الحضاري بين الامم والشعوب, في الوقت نفسه مكن القوى المهيمنة والمتحكمة في مسارات هذه الثورة الاتصالية في بسط نفوذها وسيطرتها.

ثالثاً: المتغير الاقتصادي:

إن تحول المؤسسات الاعلامية والاتصالية الى مشاريع اقتصادية ضخمة, بحاجة الى استثمارات مالية كبيرة, ادى الى حصر ملكية هذه المشاريع او المؤسسات بالدول اولاً, او بإصحاب رؤوس الأموال وبالجهات التي تقف وراءهم, مما أثر بشكل او بآخر على مساحة (حرية التعبير), واعطى لوسائل الاعلام والاتصال كذلك دوراً أكبر في تكوين الانساق المعرفية والفكرية للمواطن العادي على حساب دور المؤسسات التكوينية والتربوية التقليدية مثل البيت, والمدرسة, وغير ذلك, فإن راس المال الذي يبحث عن الربح, كان قد حول هذه المؤسسات الى مشاريع اقتصادية- ايدلوجية تخدم مصالح وغايات قوى سياسية واقتصادية وثقافية, تعمل بالتنسيق والتناغم والدعم مع القوى الاقتصادية المالكة.

رابعاً: المتغير الاعلامي:

ان نشوء المجتمع المعلوماتي, قد مكن وسائل الاعلام والاتصال من التحول من ظاهرة تقديم الخدمات الاعلامية لمتلقي (السلبى) الى مشاركة فاعلة ومباشرة (ايجابية) من قبل المتلقي في اطار عملية الاتصال الجماهيري, مما اعطى لعناصر التركيبيية الاجتماعية الفرصة في المساهمة في عملية اختيار واعداد وتخزين ونشر وتوجيه المعلومات والافادة منها, والمشاركة الفاعلة والمؤثرة في اطار عملية التبادل والتفاعل والحوار داخل المجتمع الواحد او مع المجتمعات والجماعات الاخرى.

هذه المتغيرات التي عكست البيئة الجديدة للتغيير على صعيد وسائل الاعلام والاتصال, اسهمت في تكريس سمات محددة للتكنولوجيا الجديدة, كان لها دور بارز في صياغة مضمون ومحتوى هذه الوسائل, ومن ابرز هذه السمات^(١٠):

- ١- التفاعلية: حيث يتبادل القائم بالاتصال والمتلقي الأدوار.
- ٢- التفتيت: ويعني تعدد الوسائل التي يمكن الاختيار من بينها لتلائم الافراد والجماعات.
- ٣- اللاتزامنية: وتعني امكان ارسال واستقبال الرسائل الاتصالية في الوقت المناسب للمتلقي.
- ٤- الحركة والمرونة: حيث يمكن تحويل الرسائل الجديدة الى اي مكان يتواجد فيه الفرد او الحدث.
- ٥- قابلية التحويل: حيث اتاح الاتصال الرقمي امكانية تحويل الاشارات المسموعة الى رسائل

مطبوعة ومصورة او بالعكس.

٦- الانتشار: ويعني تحويل الرسائل الجديدة الى رسائل ضرورية ووظيفية للفرد.

٧- الكونية: حيث اصبحت بيئة الاتصال عالمية تتخطى حواجز الزمان والمكان والرقابة.

من خلال ما تم ذكره من تأصيل نظري لظاهرة وسائل الاعلام الجديد وتأثيراتها, فأن الباحث يرى أن هنالك عدداً من النظريات الاتصالية المتعلقة بتأثير الوسيلة الاتصالية على زيادة تأثير المضمون او في استجابة المتلقي لها, هي مناسبة لتعزيز وتكوين الاطار النظري لهذه الدراسة

ولعل من ابرز هذه النظريات واهمها ما جاء به (مارشال مكلوهان) في نظريته التي طرحها منذ عام ١٩٦٧م^(١١), والتي تحدث فيها عن اساليب النظر الى وسائل الاتصال باعتبارها:

أ- انها وسائل لنشر المعلومات والترفيه والتعليم.

ب- انها جزء من سلسلة التطور التكنولوجي للبشرية.

ج- انها امتداد للحواس الانسانية.

د- ان الوسيلة هي الرسالة الاتصالية بحد ذاتها.

هـ- ان هنالك وسائل اتصالية ساخنة ووسائل اتصالية باردة طبقاً لتفاعل المتلقي.

من هنا فقد خرج مكلوهان باستنتاجات عديدة في نظريته, ركزت بان الناس يتكيفون مع ظروف البيئة المحيطة بهم في كل عصر من خلال استخدام حواس معينة ذات صلة بنوع الوسيلة الاتصالية الشائعة او المستخدمة, وان وسائل الاتصال الالكترونية غيرت من توزيع الادراك الحسي او نسب استخدام الحواس طبقاً لطريقة التفكير والتصرف والادراك للعالم من حولنا من خلال التعامل مع هذه الوسائل كلاً حسب سماته وخصائصه, كذلك قدرة هذه الوسائل على اثاره التخيل بمستوى معين لدى المتلقي, ومدى قدرتها على خلق تفاعل مباشر معه, وذلك يمكن ان تقسم الى وسائل باردة ووسائل ساخنة, فالوسيلة الباردة درجة وضوحها منخفضة من حيث المعنى وتنقل معلومات قليلة وتحتاج الى جهد من جانب الجمهور لاستكمال التجربة (التخيل) او التفاعل, اما الوسيلة الساخنة فدرجة وضوحها مرتفعة وعلى درجة عالية من الفردية وتحتوي على قدر كبير من المعلومات المطلوبة^(١٢), ويمكننا اليوم على ضوء هذه النظرة التي انطلقت منذ عام ١٩٦٧م, ان نقيّم وسائل الاعلام الجديد, وان نبحت في آثارها وفعاليتها لدى المتلقي وعن دورها الذي تحدث عنه مكلوهان في زيادة الترابط والتفاعل بين الافراد, مما يجعلهم يشعرون بالانسجام بالتجارب الثقافية الشفهية المشتركة, وان الانسحاب او العزلة او الاقتصار على التفكير الفردي الانعزالي سوف لن يكون له وجود مع توفر الوسائل الجديدة للاتصال.

الا ان نظرة جديدة من (ريتشارد بلاك)^(١٣), احد علماء الاتصال الذي يرى ان مقولة مكلوهان وافكاره ونجاحه عن القرية الكونية لم تعد تناسب العصر وخاصة مع التطور المتسارع في وسائل الاتصال والمعلومات الذي حول هذه القرية التي كانت سائدة منذ مطلع الستينيات الى عقد التسعينيات الى مجرد (شظايا), وان العالم الان اقرب ويكون الى شكل البناية الضخمة التي تضم عشرات الشقق السكنية, ولكن كل ساكن يعيش في عزلة ولا يدري شيئاً عن جيرانه الذين يعيشون معه في نفس البناية, وبدلاً من ان يحدث الاندماج الثقافي بين الشعوب نجد انفسنا الان مستقطبين الى الاف المقاطعات المنزلة, حيث يستخدم كل فرد فيها وسيلته الخاصة ويطور اللغة التي تناسبه, وبالتالي تزداد الفروقات والتمايز بين الافراد بدلاً من ترسيخ التماسك والدمج في أمة واحدة, كما ان الباحث يجد ان نظرية الحاجات والاشباع يمكن ان تخدم الاطار النظري لهذه الدراسة من كونها تركز على صياغة العلاقة بين حاجات الفرد واتجاهاته السلوكية وبين اشباع هذه الحاجات عن طريق بدائل مختلفة منها وسائل الاعلام, وطبقاً لفرضيات هذه الدراسة^(١٤), فإن المتلقي او جمهور وسائل الاعلام يسعى الى تحقيق هدف معين من خلال تعرضه للوسيلة الاعلامية, يتحدد بمدى حاجاته لاشباع حاجاته الفردية على صعيد تلقي المعلومات والافكار والابخار وغيرها, وان جمهور الوسيلة الاعلامية هو المسؤول عن اختيار ما يناسبه من وسائل طبقاً لحاجاته ورغباته وان وسائل الاعلام تدخل في منافسة مع مصادر الاشباع الاخرى للحصول على فرص اكبر في تغطية وتلبية هذه الحاجات, وبالتالي تأثير مضمون المادة الاعلامية المقدمة يعود الى السياق الاتصالي برمته ومن ذلك طبيعة الوسيلة الاعلامية او الاتصالية المستخدمة وقدراتها التأثيرية على الجمهور, ويؤثر على هذا الاختيار ومن ثم التأثير على احساس الفرد وبالانساق بين اهتماماته واتجاهاته, ومحتوى الوسيلة ذاتها واهتماماتها, لذلك فإن الاختيار الانتقائي^(١٥), بالنسبة للجمهور لهذه الوسيلة او تلك يتفق مع هذا الانسان او الرغبة بالحصول على الاشباع الكامل للحاجات المتحققة لديه, وهذا يعطينا بدون شكل اسباب اختيار وسيلة دون اخرى من قبل الجمهور.

كما يجد الباحث كذلك بأن نظرية (ترتيب الاوليات) قد تكون مناسبة لتعزيز الاطار النظري للدراسة من خلال كونها تتحدث عن مضمون وسائل الاعلام ودرجة زيادة وعي الجمهور بالقضايا التي يتناولها المضمون, وان ذلك يساعد الجماهير على التعرف على القضايا المهمة من بين عدة قضايا يقدمها ذلك المضمون, وبالتالي فإن آثار ذلك تنعكس على ترتيب اولويات الاهتمام بالقضايا التي يعرضها المضمون^(١٦).

وانطلاقاً مما تقدم فإن المتغيرات المؤثرة في عملية ترتيب الاولويات وزيادة وعي الجمهور بقضايا معينة تتحدد ب^(١٧):-

- ١- طبيعة القضايا المثارة.
- ٢- اهمية القضايا المطروحة.
- ٣- توقيت اثار هذه القضايا.
- ٤- نوع الوسيلة الاتصالية المستخدمة وامكانياتها.
- ٥- المعدل الزمني او المدى الزمني لوضع الاولويات.
- ٦- تأثير الاتصال الشخصي في تحديد ذلك.

ثالثاً: الدراسة التجريبية:

١- تصميم استمارة البحث: تم تصميم استمارة الاستبيان على ضوء ما اسفر عنه الاطار النظري لهذا البحث, حيث عرضت فقرات الاستمارة في شكلها الاولي على الخبراء المختصين^(١٨), وتم تعديل الفقرات على ضوء ملاحظات لجنة الخبراء .

٢- اختيار العينة: جرى اختيار العينة بصورة عمدية او قصدية, من طلبة قسم الصحافة والاعلام في جامعة (البترا) في المملكة الاردنية الهاشمية, باعتبار ان طلبة هذا القسم من الشباب وهم معنيون اكثر من غيرهم بمتابعة والاهتمام بوسائل الاعلام الجديد ما يفرضه عليهم طبيعة دراستهم الجامعية واختصاصهم الاعلامي, ومن مجموع (٤٦٠) طالب وطالبة في مرحلتي البكالوريوس والماجستير يشكلون مجموع الطلبة في القسم, خلال اجراء الدراسة تم اختيار عينة مكونة من ١٢٠ طالب وطالبة, وتوزيع استمارات الاستبيان عليهم, وقد وردت (١٠٠) استمارة مطابقة للمعايير العلمية اخضعت للتحليل باعتبارها مستوفية للشروط وبما يشكل نسبة ٧٣,٢١% من العينة الكلية .

٣- تفسير النتائج: (التوزيع التكراري لإجابات عينة الدراسة) حسب البيانات الشخصية التي طلبت من العينة, كان مجموع الذكور (٥٥) طالب وبنسبة (٥٥%) من المجموع والانات (٤٥) طالبة وبنسبة (٤٥%), اما الاعمار التي خضعت للدراسة فقد كانت على الشكل التالي:

جدول (١) توصيف العينة حسب العمر

المرتبة	النسب المئوية	التكرارات	الفقرات
1	43%	43	18-22 سنة
2	31%	31	22-26 سنة
4	11%	11	26-30 سنة
3	15%	15	30 سنة فأكثر
	100%	100	المجموع

وكان مجموع طلبة البكالوريوس ٨٠ طالب وطالبة, اما الماجستير فكان مجموعهم ٢٠ طالب وطالبة.

جدول (٢) ماهي وسائل الاعلام الجديد التي تتابعها؟ (يمكن اختيار اكثر من وسيلة واحدة)

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الفقرات
1	21,48%	54	الانترنت
3	85,17%	20	القنوات الفضائية
2	78,26%	30	شبكات التواصل الاجتماعي
4	16,7%	8	الخدمات الاعلامية عبر المحمول
-	-	لا يوجد	اخرى تذكر
	100%	112	المجموع

اذ احتلت شبكة الانترنت المرتبة الاولى من وسائل الاعلام الجديد التي يتابعها طلبة الجامعة وبنسبة ٢١,٤٨% من العينة, فيما كانت شبكات التواصل الاجتماعي بالمرتبة الثانية وبواقع ٨٧,٢٦% من العينة, فيما كانت الخدمات الاعلامية المقدمة عبر الهاتف المحمول بالمرتبة الاخيرة وبنسبة ١٦,٧% وهذا يمكن ان يرجع الى التكلفة العالية لهذه الخدمات .

جدول (٣) ماهي المدة التي تقضيها يوميا في متابعة هذه الوسائل

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الفقرات
1	42%	42	نصف ساعة-ساعة واحدة
2	35%	35	ساعتان-ثلاث ساعات
3	23%	23	ثلاث ساعات فأكثر
		100	المجموع

كانت النسبة الاكبر وبواقع ٤٢% هي التي تتابع هذه الوسائل يوميا من نصف ساعة - ساعة واحدة, فيما كانت ٣٥% تتابع الوسائل من ساعتان الى ثلاث ساعات يوميا .

جدول (٤) هل تتابع البرامج والاحداث السياسية المقدمة عبر هذه الوسائل

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الفقرات
2	38%	38	دائماً
1	59%	59	احياناً
3	3%	3	كلا
	100%	100	المجموع

اوضحت النتائج ان ٥٩% من العينة تتابع احيانا البرامج والاحداث السياسية المقدمة عبر هذه الوسائل , فيما كان هنالك ٣٨% يتابع بشكل دائم هذه البرامج وهي نسبة تعد جيدة بالمقارنة مع اهتمامات الشباب الحالية .

جدول (٥) اذا كان الجواب دائماً او احيانا, ما هي اسباب متابعتك لها (يمكن اختيار اكثر من خيار واحد)

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الفقرات
1	54,48%	50	معرفة ما يدور في البيئة المحيطة
2	14,29%	30	زيادة المعلومات وحب الاطلاع
3	67,10%	11	قضاء وقت الفراغ بشيء مفيد
5	85,4%	5	المساعدة في اتخاذ قرار حول الموضوع المطروح
4	83,5%	6	التواصل مع الآخرين
6	97,0%	1	اخرى تذكر
	100%	103	المجموع

كان سبب معرفة ما يدور في البيئة المحيطة من احداث هو السبب الرئيسي لمتابعة هذه الوسائل من قبل العينة واحتل المرتبة الاولى وبنسبة ٥٤,٤٨%, اما زيادة المعلومات وحب الاطلاع فقد كان بالمرتبة الثانية وبنسبة ١٤,٢٩%, فيما كانت الاسباب الاخرى مثل السرعة والآنسية في متابعة الاخبار بالمرتبة الاخيرة وبنسبة ٩٧,٠% .

جدول (٦) هل تعتقد ان وسائل الاعلام الجديد تؤدي وظائفها بشكل جيد في مجال الاعلام (يمكن اختيار اكثر من خيار واحد)

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الفقرات
1	62,31%	37	توفير مساحة اكبر لحرية التعبير عن الآراء
3	64,25%	30	رفع المستوى الثقافي للمتلقين
4	96,11%	14	تعلم مهارات جديدة في التواصل مع الآخرين
2	22,28%	33	زيادة الوعي بالأحداث الجارية
5	56,2%	3	اخرى تذكر
	100%	117	المجموع

تعتقد نسبة ٦٢,٣١% من العينة ان هذه الوسائل الجديدة قد زادت من مساحة حرية التعبير عن الآراء بالمقارنة مع الوسائل التقليدية او القديمة, فيما يعتقد ٢٢,٢٨% بأن هذه الوسائل زادت من مستوى الوعي بالأحداث الجارية, فيما اعطى ٥٦,٢% من العينة لتعزيز ثقافة الشباب العربي وظيفة جيدة لهذه الوسائل وقد كان ذلك بالمرتبة الاخيرة .

جدول (٧) هل تعتقد ان هذه الوسائل زادت في مستوى وعيك السياسي بالأحداث الجارية؟

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الفقرات
1	50%	50	نعم
2	48%	48	الى حد ما
3	2%	2	كلا
	100%	100	المجموع

اعطى ٥٠٪ من العينة بأن هذه الوسائل زادت من مستوى الوعي السياسي لديهم، فيما كان ٤٨٪ منهم يعتقد انها الى حد ما قد زادت من مستوى ذلك، فيما رفض ٢٪ ان يكون لهذه الوسائل دوراً في زيادة مستوى الوعي السياسي لديهم.

جدول رقم (٨) في اي الأحداث الجارية حصل هذا (يمكن اختيار اكثر من فقرة)

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الفقرات
3	17,27%	53	الأحداث المحلية
2	38,35%	69	الأحداث الإقليمية
1	45,37%	73	الأحداث العالمية
	100%	195	المجموع

كانت الأحداث العالمية هي اكثر الأحداث الجارية التي زادت الوعي السياسي للعينة وبنسبة ٤٥,٣٧٪، اما الأحداث الإقليمية فقد كانت بالمرتبة الثانية وبنسبة ٣٨,٣٥٪، اما الأحداث المحلية فقد احتلت المرتبة الاخيرة وبنسبة ١٧,٢٧٪ .

جدول رقم (٩) فيما يتعلق بالحدث المحلي، هل زاد وعيك السياسي في موضوع؟

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الفقرات
1	89,33%	20	رفع الاسعار
2	53,30%	18	مكافحة الفساد
1	89,33%	20	الانتخابات البرلمانية
3	69,1%	1	اخرى تذكر
	100%	53	المجموع

كان الموضوع رفع الاسعار والانتخابات البرلمانية في الأردن نفس الترتيب حيث احتلت هذه الاحداث المرتبة الاولى وبنسبة ٨٩,٣٣٪ مكرراً، اما مكافحة الفساد فقد كان في المرتبة الثانية وبنسبة ٣٥,٣٠٪، فقد كان لمشاكل الشباب بالمرتبة الاخيرة وبواقع ٦٩,١٪ من العينة التي اختارت الاحداث المحلية الاردنية وكان لها اختيار اكثر من فقرة .

جدول رقم (١٠) فيما يتعلق بالحدث الاقليمي، هل زاد وعيك السياسي في موضوع؟

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الفقرات
1	61,47%	40	الربيع العربي
2	76,29%	25	الاحداث الراهنة في سوريا
3	11,13%	11	الأحداث الجارية في مصر
4	95,5%	5	الأحداث الجارية في العراق
5	57,3%	3	اخرى تذكر
	100%	84	المجموع

احتل ما يسمى بالربيع العربي المرتبة الاولى بالأحداث الاقليمية التي تعتقد العينة ان مستوى وعيها السياسي قد زاد فيها بنسبة ٦١,٤٧%, اما الاحداث الراهنة في سوريا احتلت المرتبة الثانية بنسبة ٧٦,٢٩%, فيما كان لأحداث ليبيا المرتبة الاخيرة وبواقع ٥٧,٣% من العينة .

جدول رقم (١١) فيما يتعلق بالحدق العالمي, هل زاد وعيك السياسي في موضوع:

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الفقرات
4	261,15%	14	دور الامم المتحدة في حل النزاعات الدولية
2	17,27%	25	الأزمة الاقتصادية العالمية
3	47,18%	17	الهيمنة المتزايدة للأمم المتحدة الامريكية على السياسة الدولية
5	55,6%	6	بروز قوى سياسية دولية جديدة
1	60,32%	30	مناطق التوتر والنزاع في العالم
/	/	/	اخرى تذكر
	100%	92	المجموع

احتلت مناطق التوتر والنزاع في العالم المرتبة الاولى من بين المواضيع التي تعتقد العينة بان مستوى وعيها السياسي قد زاد حولها وبنسبة ٦٠,٣٢%, اما الازمة الاقتصادية العالمية فقد كانت بالمرتبة الثانية وبنسبة ١٧,٢٧% من العينة, اما موضوع بروز قوى سياسية دولية جديدة ومؤثرة في السياسة الدولية فقد احتل المرتبة الاخيرة وبنسبة ٥٥,٦% من العينة المختارة .

جدول (١٢) هل ان تأثرك بما تقدمه هذه الوسائل تحت ترجمته الى:

المرتبة	%	التكرار	الفقرات
2	92,25%	28	محاولة فهم القوى التي تقف وراء هذه الأحداث
3	88,13%	15	اتخاذ موقف ايجابي بالمساهمة بايجاد حلول لها (كتابة مقالات على شبكة التواصل مثلاً)
1	74,40%	44	الرغبة في الحصول على معلومات اكثر
4	59,17%	19	تنمية المسؤولية لديك في توعية الآخرين
5	87,1%	32	اخرى تذكر
	100%	108	المجموع

يعتقد ٧٤,٤٠ من العينة بأن تأثرهم بهذه الاحداث قد تمت ترجمته الى الرغبة في الحصول على معلومات اكثر منها, اما ٩٢,٢٥% فهم قد أكدوا على محاولة فهم القوى التي تقف وراء هذه الأحداث, فيما لو يوضح ٨٧,١% من العينة ما هي الوسائل التي يقترحونها لترجمة تأثرهم بهذه الوسائل التي اثرت على مستوى وعيهم السياسي .

نتائج البحث:

- ١- ان وسائل الاعلام الجديد تحظى بمتابعة دائمة ومستمرة من قبل الشباب وبخاصة البرامج السياسية فيها في ظل اهتمامات مختلفة ومتباينة لفئة الشباب في الوقت الراهن .
- ٢- كانت شبكة الانترنت بما تتضمنه من أنشطة اعلامية واتصالية بالمرتبة الاولى من حيث اهتمام ومتابعة الشباب .
- ٣- كانت من الاسباب الرئيسية لمتابعة هذه الوسائل من الشباب معرفة ما يدور في البيئة او العالم المحيط وزيادة المعلومات وحب الاطلاع .
- ٤- ان هذه الوسائل توفر للشباب مساحة اوسع للتعبير عن الآراء وحرية اكبر في تناول المعلومات وتبادلها مع الآخرين .
- ٥- ان ٥٠% من العينة المختارة اجمعت على ان هذه الوسائل زادت من مستوى الوعي السياسي بالأحداث الجارية لديهم .
- ٦- كانت الاحداث العالمية الراهنة بالمرتبة الاولى من حيث الاهتمام تلتها الاحداث الاقليمية ومن ثم المحلية .
- ٧- فيما يتعلق بالأحداث العالمية كان التركيز على مناطق التوتر والنزاع في العالم وعلى الأزمة الاقتصادية العالمية .
- ٨- فيما يتعلق بالأحداث الاقليمية كان الاهتمام بما يسمى بأحداث الربيع العربي ومن ثم الأحداث الجارية في سوريا .
- ٩- اما الأحداث المحلية فقط كان اهتمام الشباب الاردني منصباً على رفع اسعار المواد الاساسية والانتخابات البرلمانية ومن ثم مكافحة الفساد ومشاكل الشباب وعلى اولوياتهم موضوع البطالة .

هوامش البحث

- ١- عبدالله الزين الحيدري، الاعلام الجديد: النظام والفضوى، مجلة الاعلام، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، ٣٣ع، يناير-يونين، ٢٠٩، ص ٢٤٣ .
- ٢- بشير البرغوثي، النظام الاعلامي الجديد، دار رؤى للنشر، عمان، ٢٠٠٤، ص ١٢ .
- ٣- د.عبد الكريم الديبسي، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام، دراسات، مجلة العلوم الانسانية، الاجتماعية، الجامعة الاردنية، عمان، ١٤، شباط، ٢٠١٣، ص ٦٩ .
- ٤- محمد بن هلال، الاعلام الجديد ورهان تطوير الممارسة السياسية، مجلة المستقبل العربي، بيروت، ٣٩٦٤، ٢٠١٢، ص ١٩٨ .
- ٥- د. عبدالله الزين، مصدر سابق، ص ٢٤٥ .
- ٦- د. عباس مصطفى صادق، الاعلام الجديد: المفاهيم والرسائل والتطبيقات، دار الشرق، عمان، ٢٠٠٨، ص ٣٧ .
- ٧- المصدر السابق، ص ٣٩ .
- ٨- د. سعيد صالح كاتب، الاعلام القديم والاعلام الجديد، المدينة المنورة للطباعة والنشر، جدة، ٢٠٠٢، ص ٤٦ .
- ٩- د. انتصار ابراهيم ود. صفد حسام، الاعلام الجديد: تطور الاداء والوسيلة والوظيفة، الدار الجامعية للطباعة، بغداد، ٢٠١١، ص ١٢ .
- ١٠- د. عباس مصطفى صادق، مصدر سابق، ص ٢٤ .
- ١١- د. حسن عماد مكوي، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية للنشر، القاهرة، ٢٠٠٨، ص ٢٧٤ .
- ١٢- المصدر السابق، ص ٢٧٨ .
- ١٣- د. محمد عبد الحميد، نظريات الاعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتب، القاهرة، ٢٠٠٤، ص ٢٥٥ .
- ١٤- المصدر السابق، ص ٢٨٧ .
- ١٥- د. يسرى خالد ابراهيم، نظريات الاتصال، دار النهرين، بغداد، ٢٠١٠، ص ١١٢ .
- ١٦- د. محمد عبد الحميد، مصدر سابق، ص ٣١٠ .
- ١٧- د. يسرى خالد، مصدر سابق، ص ٨٦ .
- ١٨- تألفت اللجنة من أ.د تيسير ابو عرجة رئيس قسم الصحافة والاعلام في جامعة البترا والدكتور محمد صاحب سلمان والدكتور عبد الكريم الديبسي التدريسيان في القسم المذكور.

الصورة الذهنية لرجل الشرطة العراقي لدى جمهور محافظة الانبار

د . محمد حامد عبد الجابري

جامعة الانبار - كلية الآداب - قسم الاعلام

مستخلص

تُعَدُّ دراسات الصورة من الحقول المعرفية التي حازت اهتماما كبيرا من الباحثين سواء أكان ذلك في مجال الإعلام والعلاقات العامة أم في مجال العلوم الإنسانية الأخرى ، نظرا لأهميتها الكبيرة في تشكيل اتجاهات الرأي العام ولا سيما أن اتجاهات الأفراد وسلوكهم نحو الأشخاص أو المؤسسات أو الأفكار تتحدد بناء على الصور التي يحملونها تجاه هؤلاء الأشخاص أو تلك المؤسسات. لقد أدركت المؤسسات الحديثة سواء كانت حكومية كالوزارات والدوائر الرسمية أو غير حكومية كمنظمات المجتمع المدني ، أهمية دراسة صورتها السائدة في أذهان الجماهير واتخاذ القرارات ورسم الخطط الكفيلة بتكوين هذه الصورة على النحو الذي تتمناه هذه المؤسسات ، وتأتي هذه الدراسة في سياق معرفة صورة رجل الشرطة العراقي عن طريق قياس مدى معرفة المواطن العراقي بصورة الشرطة العراقية وواجباته ، ومدى رضاه عن أدائه. وتحقيقا لمتطلبات البحث فقد قسم الى ثلاث مباحث ، تضمن الاول منهجية البحث وجاء الثاني مفهوم الصورة ، وتاريخ الشرطة العراقية وتضمن المبحث الثالث تفسير النتائج التي حصل عليها الباحث عن طريق استمارة استبيان اعدت لهذا الغرض.

The Mental Image of Iraqi Policeman in the Attitudes of al-Anbar audiences

Ph.D. Muhammad Hamid

Abstract

The study of images in cognitive field receives considerable attention by researchers, whether in the field of media and public relations or in other humanities. Due to the great importance in shaping trends of public opinion, especially trends that individuals and the behaviors of people, institutions or ideas are determined by forming images that they hold in their minds towards these persons or institutions. Modern enterprises have realized, whether they are governmental ministries and official departments or non-governmental organizations as civil society organizations, the importance of studying the dominant image in the minds of the masses and make decisions and draw plans to configure this image as these institutions wishes.

المبحث الاول منهجية البحث

اولا: مشكلة البحث

لا بد لكل بحث علمي أكاديمي منهجي من وجود مشكلة يقوم الباحث في بحثه على حلها استناداً لمعايير علمية ومنهجية وبحثية ودراسية^(١). وتعد مشكلة البحث الحلقة الاولى والمهمه في سلسلة منهجية البحث العلمي فحيثما تكون هناك مشكلة يكون هناك مجال للبحث العلمي في تقصي هذه المشكلة وايلائها الدراسة الكافية من حيث استعمال الاساليب والطرق العلمية للوصول الى ايجاد حلول لهذه المشكلة . وتكمن مشكلة بحثنا في التعرف على الصورة الذهنية لرجل الشرطة العراقي في محافظة الانبار ، اذ مرت هذه المحافظة بسلسلة طويلة في التعامل مع الشرطة بعد الاحتلال الامريكي للعراق في نيسان ٢٠٠٣ واجهت هذه الشرطة مجموعة من المعوقات للوصول الى الشكل الحالي للشرطة العراقية .

لذلك وضع الباحث التساؤلات للاجابة عنها وفق الاسس العلمية عن طريق البحث الاكاديمي ومن هذه التساؤلات ماياتي .

١- مالصورة التي يحملها جمهور محافظة الانبار عن رجل الشرطة العراقي .

٢- مانوع هذه الصورة (سلبيا ام ايجابيا).

٣- التعرف على سلوك رجل الشرطة وادائه وارتباطه.

ثانيا :اهمية البحث

لا شك في أن تحديد أهمية أي بحث علمي أكاديمي جزء لا يتجزأ من القيمة المعيارية العلمية^(٢) وتكمن أهمية البحث في طبيعة الموضوع الذي يتناوله هذا البحث كونه احد الموضوعات التي تطرح نفسها في المرحلة الحالية . وتنطلق أهمية البحث من خلال دراسة الصورة الذهنية لرجل الشرطة العراقي كونه الاقرب الى الجمهور العراقي عن طريق تواجده في الشارع ينظم السير او في مراكز الشرطة لتقديم النجدة والدعم للمواطنين فضلا عن حفظ الامن الداخلي للبلاد. وتعد الصورة الذهنية لدى الجماهير عن رجل الشرطة واحدة من المشكلات المهمة التي يجدر دراستها وخاصة في ظل ظروف امنية تتفاقم خطورتها يوما بعد يوم بسبب تزايد معدلات البطالة والفقر وفي ظل التحولات الديمقراطية والتقدم التكنولوجي في مجال المعلومات وغيرها من الاسباب المؤدية الى خلق اجواء امنية غير مستقرة فضلا عن ازدياد معدلات الجريمة وظهور انواع واشكال واساليب جديدة للجريمة تشكل تهديدا وتحديا لرجل الشرطة . الامر الذي يدفعه الى تسخير كل الطاقات والامكانيات والبحث عن الوسائل لمواجهة مثل هذه الظروف والمستجدات المحيطة . ان بناء علاقات طيبة بين الجمهور ورجل الشرطة تساعد في مواجهة الظروف الامنية المختلفة . وتعد الصورة الذهنية الجيدة التي يشكلها الفرد عن رجل الشرطة خير وسيلة لبناء هذا النوع من العلاقات .

ثالثا: اهداف البحث

يسعى البحث الى تحقيق الاهداف الاتية .

١- الوقوف على ملامح الصورة الذهنية لرجل الشرطة العراقية في محافظة الانبار

٢- الكشف عن العوامل المشكلة للصورة الذهنية سواء السلبية او الايجابية.

رابعاً: منهج البحث.

يعد هذا البحث من البحوث الوصفية الهادفة الى تجميع الحقائق والمعلومات المتعلقة بالصورة الذهنية لرجل الشرطة العراقي لدى جمهور محافظة الانبار ، وقد استعمل الباحث المنهج المسحي كونه واحدا من المناهج الاساسية في البحوث الوصفية ، واستعان الباحث باستمارة استبيان لجمع البيانات والمعلومات من المبحوثين.

خامساً: مجالات البحث.١- المجال المكاني .

تمثل المجال المكاني في محافظة الانبار ولصعوبة اجراء المسح الشامل للمحافظة فقد اختار الباحث ثلاثة اقصية تمثل اعلى كثافة سكانية في المحافظة .

٢- المجال الزمني .

امتد المجال الزمني للبحث للفترة من (٢٠١٣/٣/١-٢٠١٣/٦/١) وشملت هذه الفترة اعداد استمارة الاستبيان وتوزيعها على افراد العينة ومن ثم استخلاص النتائج .

٣- المجال البشري .

تمثل المجتمع البشري في جمهور محافظة الانبار ولصعوبة الوصول الى جميع افراد المجتمع لجأ الباحث الى اختيار ثلاثة اقصية من اقصية المحافظة البالغ عددها (١٠) اقصية تمثلت في اقصية الرمادي مركز المحافظة والفلوجة وهيت على اعتبار انها الاكثر كثافة سكانية .

سادساً: اداة البحث .

استخدم الباحث استمارة استبيان للحصول على البيانات والمعلومات من المبحوثين وتضمنت مجموعة من الاسئلة وضعت بشكل محاور مع مراعاة ان تكون الاسئلة واضحة ومفهومة للمبحوثين لغرض الاجابة عنها بسهولة .

سابعاً : عينة البحث.

بعد الانتهاء من تصميم استمارة الاستبيان في صيغتها النهائية تم توزيعها على افراد العينة البالغ عددهم (٣٠٠) مبحوث موزعين على اقصية الرمادي والفلوجة وهيت ، بواقع (١٢٥) استمارة في قضاء الرمادي تم توزيعها على المناطق في المدينة والريف بواقع (٧٥) استمارة في المدينة و(٥٠) استمارة في المناطق الريفية في حين تم توزيع (١٠٠) استمارة في قضاء الفلوجة بواقع (٦٠) استمارة في المدينة و(٤٠) استمارة في المناطق الريفية وتم توزيع (٧٥) استمارة في قضاء هيت بواقع (٤٥) استمارة في

المدينة و(٣٠) استمارة في المناطق الريفية وبعد جمع الاستمارة من المبحوثين تم استبعاد (٣٠) استمارة لعدم مطابقتها لشروط البحث العلمي. علما ان عدد سكان قضاء الرمادي بلغ(٥٤١٩٤) نسمة وبلغ عدد سكان قضاء الفلوجة (٥٣٠٧٨٤) نسمة وبلغ عدد سكان قضاء هيت (١٥٧٤٥٢) نسمة. (٣)

اولا :- مفهوم الصورة الذهنية

تعد الصورة الذهنية من المواضيع المهمة والتي ازداد الاهتمام بها من قبل الافراد والمنظمات وذلك لما تقوم به من دور في تشكيل الاراء واتخاذ القرارات وتوجيه السلوك ، فهي بمثابة انطباع في الذهن عن الموضوعات والقضايا والجماعات والشعوب والدول. والصورة الذهنية تتكون من نتاج الخبرة والاحتكاك المباشر فضلا عن المعلومات والبيانات المقدمة من قبل وسائل الاعلام ، لذلك يسعى الافراد والمنظمات الى تشكيل صورة ذهنية جيدة عن طريق الاداء الطيب الذي يتفق مع احتياجات الجماهير المؤثرة والمتأثرة بسياسة الفرد والمنظمة .

وقد تعددت التعريفات الاصطلاحية للصورة الذهنية فقد عرف هارولد ماركس صورة المؤسسة بانها ((إجمالي الانطباعات الذاتية للجماهير عن المنظمة ، وهي انطباعات عقلية غير ملموسة تختلف من فرد إلى آخر ، وهي مشاعر توجد بالمنظمة لدى الجماهير بتأثير ما تقدمه من منتجات ، وتعاملاتها مع الجماهير ، وعلاقتها مع المجتمع ، واستثماراتها في النواحي الاجتماعية ومظهرها الإداري ، وتندمج تلك الانطباعات الفردية وتتوحد لتكوين الصورة الذهنية الكلية للمنظمة)) (٤)

وتُعرّف الصورة الذهنية أنها ((مجموعة من التصورات والأحكام والانطباعات القديمة المتوارثة والجديدة المستحدثة الايجابية منها والسلبية التي يأخذها شخص أو جماعة أو مجتمع عن الآخر ويستخدمها أساساً ومنطلقاً لتقويم هذا الشخص ولتحديد موقفه وسلوكه إزاءها))(٥).

ويعرف إبراهيم الداكوقي الصورة الذهنية بانها (تلك التي تقوم على الإدراك العقلي السابق دون أن تكون لها انعكاسات سلبية على تفاعل الأفراد والمجموعات لان معظم تلك الصور الذهنية عاطفية يصيها النسيان أو التحوير أو إعادة النظر بمرور الزمن لاعتمادها على الخيال)(٦)

ويحظى مفهوم الصورة عموماً والصورة الذهنية (image) على وجه الخصوص بحضور متزايد في العلوم الاجتماعية المختلفة والحقول المعرفية الإنسانية ، (إذ يتوزع استخدامه وبشكل متباين في الأجهزة الاصطلاحية لعدة حقول معرفية وفروع علمية ، فن الفلسفة (نظرية الوجود ونظرية المعرفة) والمنطق والرياضيات ، مروراً بعلم النفس وعلم النفس الاجتماعي وعلم الاجتماع والقانون والدراسات الاتصالية والإعلامية)(٧)

والصورة هي عملية معرفية نفسية نسبية ذات اصول ثقافية، تقوم على ادراك الافراد الانتقائي، المباشر وغير المباشر لخصائص وسما موضوع ما، وتكوين اتجاهات عاطفية نحوه (ايجابية او سلبية) وما ينتج عن ذلك من توجهات سلوكية (ظاهرة او باطنة) في اطار مجتمع معين، وقد تاخذ هذه المدركات والاتجاهات والتوجهات شكلا ثابتا او غير ثابت دقيقا او غير دقيق(٨) وتسهم الصورة الذهنية في اتخاذ الفرد لقراراته واتجاهاته سواء اكان ذلك سلبا ام ايجابا وهي بهذا (إحدى القوى النفسية او البدنية التي تحدد اتجاهات الفرد وانماط سلوكه وهي قابلة للتغيير لانها عملية ديناميكية تتغير وتتبدل بحسب تطور الواقع الاجتماعي وتغير الأوضاع الاقتصادية والظروف السياسية والثقافية , غير ان ذلك لا يعني بالضرورة فقدانها لصفة الثبات , لاسيما اذا كان الجمهور يعيش جوا اتصاليا تتوافق فيه الرسائل التي يتلقاها مع الصورة الذهنية التي يحملها ازاء الاشياء وهذا بالضرورة يؤدي الى ثبات ورسوخ الصور التي تكونت سابقاً(٩) ومع هذا فان الافراد يحملون صورا مختلفة للواقع، وبما إن هناك اختلافات عدة في الطريقة التي بنيت بها صور الافراد الذهنية - تبعا لتفسيرات واستجابات مختلفة للمعلومات فالافراد مستعدون لتقبل معلومات معينة ولكنهم يتجاهلون او يتجنبون معلومات اخرى وبعبارة اخرى فان طبيعة المعلومات الكامنة في تاريخ خبرة الفرد تشكل اساسا او قاعدة ينظم بمقتضاها كل فرد صورته الذهنية ولانه لا يوجد اثنان يواجهان التجارب نفسها او يستوعبان المعلومات نفسها ومن ثم فانهم يفسرون المعلومات نفسها ولكن بشكل مختلف)(١٠)

والصورة الذهنية هي اداة غير مباشرة لنقل المعلومات ولكونها غير مباشرة فان هناك بعض الصعاب التي تؤثر فيها، ومن هذه الصعاب ما يتصل بعوامل خارجية وهي الجزئية، التلون ، وعدم الدقة ، وهذه تتطلب الحرص الشديد من جانب العلاقات العامة حينما تسعى الى تشكيل الصورة الذهنية .(١١)

وتكمن اهمية الصورة الذهنية في انها تتصل اتصالا وثيقا بالاتجاهات وانواع السلوك التي يتعامل بها الفرد او الجماعة مع القضايا والموضوعات والاخرين في الحياة، ومن المؤكد ان هذه الصورة ليست صورة جامدة بل تتغذى بما تقدمه وسائل الاعلام وذلك عن طريق الاتصال بانماطه المتعددة تصبح مع الالحاح الاتصالي وتكرار الوسائل في اتجاه معين عملية نمطية مقولبة ومنمذجة جاهزة الصنع. وهي جاهزة ايضا في ردود افعالها دون النظر الى التغيير الفعلي تجاه الموضوع او الشخصية او الجماعة التي تكونت عنها هذه الصورة المترسخة.(١٢)

وتتضح أهمية الصورة الذهنية في كونها تصور لنا أشياء عن الواقع غير دقيقة غالبا، ومع ذلك نشعر أن انطباعنا نحو الموضوعات والشخصيات والدول حقيقي، في حين أنها لا تمثل إلا صورا ذهنية نكونها لأنفسنا، ومن ثم فان الواقع ليس هو الصورة الذهنية، والصورة الذهنية

ليست هي انعكاس للواقع، ولذا فان لكل شخص صوراً ذهنية ينطلق منها للحكم على الأشياء والأشخاص والدول، وهنا يأتي دور وسائل الإعلام في تشكيل الصورة الذهنية للجمهور. (١٣)

كما ترجع أهمية الصورة الذهنية في كونها تؤدي دوراً مهماً في حياة الأفراد والدول إذ يفترض أنها تكون عند الأفراد صوراً عديدة عن أشياء كثيرة كاللؤلؤ او الشعوب وغيرها، وقد لا يعرف الناس شيئاً عن ذلك ولكنهم إذا ما تعرضوا لمعلومات كثيرة عنها وتكونت بالتالي صور معينة في أذهانهم فانه يصعب تغيير هذه الصور. (١٤)

ولكنها لا تظل ثابتة في معالمها بلا أي تغيير فهي لا تتصف بالثبات والجمود وإنما تتسم بالمرونة والتفاعل المستمر فتتطور وتنمو وتتسع وتتعدد وتتعمق وتقبل التغيير طول الحياة. (١٥)

ثانياً:- تاريخ الشرطة العراقية

تألفت قوة الشرطة العراقية في بادئ امرها بموجب بيان البوليس رقم (٧٢) لسنة ١٩٢٠ من صفوف المشاة والخيالة والهجانة و(٢) ضابطين عراقيين و(٩٢) مفوضاً من الهنود والعراقيين وغيرهم و(٧١) موظفاً «بريطانيا» و(٢٢) ضابطاً بريطانياً. (١٦) في عام ١٩٢١ عندما تألفت الحكومة العراقية اصدرت وزارة الداخلية العراقية امراً «بتشكيل قوة من الشرطة كانت اول نواة للشرطة العراقية في العراق .. وفي عام ١٩٢٢ عين لأول مرة مدير شرطة لكل لواء من الوية العراق مع عدد من معاونين له وكان التعاون متواصلاً بين الضباط العراقيين والبريطانيين بشأن تدريب القوة وتعيين واجباتها وتحديد المسؤوليات حتى عام ١٩٢٧. (١٧)

وفي عام ١٩٢٤ عين أول مدير عام للشرطة بعد تولي المسؤولين من الضباط العراقيين وحددت واجبات مدير الشرطة العام ومديرية الشرطة في الألوية ومسؤولياتهم أمام مدير الشرطة العام وحددت واجبات معاوني مديري الشرطة وأمور المراكز ومفتش الشرطة العام وهيئة ضباط التفتيش التابعين له وعلاقاته بمدير الشرطة العام ومديري شرطة الألوية. (١٨) وفي عام ١٩٤٠ صدر قانون خدمة الشرطة وانضباطها رقم ٧ لسنة ١٩٤١ اذ الغي بيان البوليس رقم ٧٢ لسنة ١٩٢٠ ونظام البوليس العثماني النافذ والاحتفاظ باحكام التعليقات سارية المفعول ثم صدر قانون خدمة الشرطة وانضباطها رقم ٤٠ لسنة ١٩٤٣ وصدر قانون تعديله رقم ٦١ لسنة ١٩٥٠ وكان تعديله الثاني رقم ٣٩ لسنة ١٩٥١ واشتمل على شروط التعيين ودرجات الضباط والمفوضين وتثبيت الصنوف والدرجات والرواتب وشؤون التفتيش والدورات ونوط الشرطة والمكافآت والرتب والعلامات والازياء والترفيه .

استراتيجية مديرية العلاقات والإعلام .

تعد مديرية العلاقات والاعلام لوزارة الداخلية النافذة التي تطل عن طريقها على المجتمع والمواطن ، للقيام بدور مهم وبارز ينسجم مع طبيعة المهام الملقاة على عاتقها ، فلا يقتصر دورها على ترجمة جهود ونشاطات الوزارة وحجم ثقلها في المشهد العراقي ، بل يضاف إلى ذلك أنها جزء من منظومة الأعلام الحكومي ، ولهذا لا بد لها على وفق هذه المعطيات ، ان تضع وتترسم تصورات في سياسات اعلامية ، تعبر عن مضامينها وسائل اعلام (مقروءة - مسموعة - مرئية) باتجاهين (١٩) الأول هو الرصد والمراقبة .

والثاني هو التثقيف مع توفير مساحة من الحرية واعتماد الكلمة الصادقة من دون اي تزويق .

الأهداف الإستراتيجية

تسعى مديرية العلاقات والاعلام إلى تحقيق جملة من الأهداف الإستراتيجية لبلورة اهداف رئيسية هي (المواطن - المؤسسات الحكومية - ومؤسسات المجتمع المدني بكل الوانها) ، وقد حققت مديرية الإعلام والعلاقات العامة الكثير من الانجازات في هذا المجال ، فعلى مستوى المواطن تهدف المديرية إلى صياغة الجهود التي تبذلها الوزارة في خطاب اعلامي يهدف الى بناء جسور من الثقة بينهما . ما يمكنها من اداء دورها ازاء المواطن وتعاطيه بايجابية مع جهود المديرية العامة وتعميق الثقة من خلال اشراك المواطن في مجلة الانجاز الامني الذي يشهده العراق وزرع ثقافة الشراكة الامنية والشعور بالمسؤولية الامنية التضامنية فلا يمكن ان تحقق الوزارة اهدافها من دون مشاركة فعالة من قبل المواطن . وعلى صعيد التعاون مع مؤسسات الدولة كان لمديرية العلاقات والاعلام روح المبادرة في فتح جسور من الاتصال والتعاون والبناء لإشاعة ثقافة الشراكة الامنية والشعور بالمسؤولية (٢٠)

قنوات الاتصال لمديرية العلاقات والأعلام العامة:

١- الأعلام الالكتروني : تماشياً مع روح العصر وسهاته المتطورة ولفتح افق الانتشار من دون عوائق ولغرض مواكبة التطورالحاصل في ادوات الاتصال بالجمهور شرعت مديرية العلاقات والاعلام إلى فتح موقع اليكتروني خاص بالوزارة ويعد واحداً من اهم وسائل الاتصال التي اوصلت صوت وعمل الوزارة إلى ابعد نقطة في العالم والعمل جاري على تحديثه وفق احدث تقنيات المواقع الالكترونية .

٢- الاعلام المقروء : لاهمية الكلمة المطبوعة عملت المديرية على فتح قناة جديدة مع المواطن ومنتسبي الوزارة اصدرت الوزارة صحيفة البلد الامين الاسبوعية الصادرة عن مديرية العلاقات

والأعلام العامة في الوزارة هدفها الرئيسي نقل نشاطات الوزارة إلى الرأي العام بأسلوب صحفي حديث وبانفتاح على المجتمع بمختلف شرائحه . بالإضافة إلى التواصل في نشر نشاطات وفعاليات المديرية العامة في جميع المجالات والصحف اليومية والاسبوعية والرد على جميع الاستفسارات والشكاوي والملاحظات الواردة فيها.

٣- الإعلام المرئي : من الامور البديهية في مجال الاعلام هو حجم تأثير الاعلام المرئي وانطلاقا من هذا السياق كان لوزارة الداخلية الاهتمام والتعاون الكبير مع جميع مكاتب الفضائيات في البلاد لبث التقارير والقصص الخبرية التلفزيونية المتخصصة في تغطية الإخبار ومستجدات النشاطات الخاصة بالوزارة وتوابعها فضلا عن المؤتمرات الصحفية واللقاءات الخاصة فضلا عن (اعداد - ومونتاج - وتقطيع - وتصوير - وإخراج) الأفلام الوثائقية المتخصصة التي تعرض في الاحتفالات والتي تحكي وتوثق جوانب تسلسل الاحداث والمواقف والقصص البطولية لرجال الشرطة والحالات الانسانية والاجتماعية الاستثنائية التي يبديها منتسبي الشرطة .

٥- الإعلانات الضوئية: بالتعاون مع الجهات ذات العلاقة باشرت مديرية العلاقات والاعلام في الوزارة بحملة توعية امنية تستهدف المواطنين عن طريق الإعلانات الضوئية الهادفة التي تتضمن الشعارات والاقوال والرسوم والصور الهادفة التي تبرز التحسن الأمني الملحوظ وتراجع الإرهاب والجريمة والتي تبين دور الوزارة في حفظ الامن والاستقرار وكذلك العمل على رفع الحواجز النفسية بين رجال الامن والمجتمع .

٦- المطبوعات والبوسترات والملصقات : اصدرت مديرية العلاقات والاعلام في الوزارة عددا من المطبوعات والبوسترات والملصقات والتي تصب في مجال التوعية والتثقيف الامني وإعطاء صورة عن النهوض الحاصل في القوى الامنية .وقوة الاجهزة الامنية بما يعزز انطباع المواطن(٢١)

تفسير النتائج

اظهرت نتائج الدراسة ان ٧٠ مبحوثا يعتقدون على ان اختيار رجل الشرطة مبني على ضوابط مهنية وبنسبة مئوية بلغت ٢٥,٩٢% وان ٧٢ مبحوثا يعتقدون احيانا وبنسبة مئوية بلغت ٢٦,٦٦% في حين اشار ١٢٦ مبحوثا الى انهم لا يعتقدون ان اختيار رجل الشرطة مبني على ضوابط مهنية وبنسبة مئوية بلغت ٤٧,٤٠% من مجموع افراد العينة وذلك لان جهاز الشرطة مبني بصورة سريعة دون الاعتماد على الاسس والضوابط السليمة وذلك للحاجة الملحة لبناء جهاز شرطة لسد النقص الحاصل في هذا الجهاز بعد قرار الحاكم المدني بول بريمر حل المؤسسة العسكرية العراقية بكافة اشكلها بما في ذلك جهاز الشرطة انظر الجدول رقم (١)

جدول (١) يبين اجابات المبحوثين عن اعتقادهم ان اختيار رجل الشرطة مبني على ضوابط مهنية

القيم	عدد التكرارات	النسبة المئوية%
اعتقد	٧٠	٢٥,٩٢
احيانا	٧٢	٢٦,٦٦
لا اعتقد	١٢٨	٤٧,٤٢
المجموع	٢٧٠	١٠٠

بينما اشار ٦٢ مبحوثا الى انهم يعتقدون ان رجل الشرطة يتسم بالكفاءة وبنسبة مئوية بلغت ٢٢,٩٦% من مجموع افراد العينة واجاب ٧٤ مبحوثا انهم يعتقدون احيانا وبنسبة مئوية بلغت ٢٧,٤٠% من افراد العينة و اشار ١٣٤ مبحوثا انهم لا يعتقدون وبنسبة مئوية بلغت ٤٩,٦٤% من مجموع افراد العينة وذلك يرجع ايضا الى انشاء هذا الجهاز بسرعة كبيرة مما اثر بشكل كبير في اختيار العناصر ذات الكفاءة انظر الجدول رقم (٢)

جدول (٢) يبين اجابات المبحوثين حول اعتقادهم ان رجل الشرطة يتسم بالكفاءة

القيم	عدد التكرارات	النسبة المئوية%
اعتقد	٦٢	٢٢,٩٦
احيانا	٧٤	٢٧,٤٠
لا اعتقد	١٣٤	٤٩,٦٤
المجموع	٢٧٠	١٠٠

وافادت نتائج الدراسة ان ٥٤ مبحوثا يعتقدون ان رجل الشرطة قادر على تحمل المسؤولية الامنية وبنسبة مئوية بلغت ٢٠% من مجموع افراد العينة و اشار ٨٣ مبحوثا يعتقدون احيانا وبنسبة مئوية بلغت ٣٠,٧٤% من مجموع افراد العينة في حين اجاب ١٣٣ مبحوثا لا يعتقدون وبنسبة مئوية بلغت ٤٩,٢٦% من مجموع افراد العينة وهذا مانلاحظه من كثرة الخروقات الامنية التي تسبب في كثرة الانفجارات التي نلاحظها تقع في العراق يوميا دون ان يكون للكثير من رجال الشرطة دور في التصدي لهذه الهجمات . انظر الجدول رقم (٣)

جدول (٣) يبين اجابات المبحوثين حول اعتقادهم ان رجل الشرطة قادر على تحمل المسؤولية الامنية

القيم	عدد التكرارات	النسبة المئوية%
اعتقد	٥٤	٢٠
احيانا	٨٣	٣٠,٧٤
لا اعتقد	١٣٣	٤٩,٢٦
المجموع	٢٧٠	١٠٠

واجاب ٤٨ مبحوثا انهم يعتقدون ان رجل الشرطة يتعامل مع المواطنين باحترام وبنسبة مئوية بلغت ١٧,٧٧% من مجموع افراد العينة و اشار ٩٢ مبحوثا الى انهم يعتقدون احيانا وبنسبة مئوية بلغت ٣٤,٧% من مجموع افراد العينة و اجاب ١٣٠ مبحوثا الى انهم لا يعتقدون وبنسبة مئوية بلغت ٤٨,١٦% من مجموع افراد العينة وهذا ما انعكسه بعض تصرفات افراد الشرطة مع المتهمين من ضرب واهانة قبل ان تثبت عليهم التهم وخاصة بعد وقوع الانفجارات التي تستهدفهم وما يرافقها من اطلاق العيارات النارية التي قد تصيب المواطنين انظر الجدول رقم (٤)

جدول (٤) يبين اجابات المبحوثين حول اعتقادهم ان رجل الشرطة يتعامل مع المواطنين باحترام

القيم	عدد التكرارات	النسبة المئوية%
اعتقد	٤٨	١٧,٧٧
احيانا	٩٢	٣٤,٧
لااعتقد	١٣٠	٤٨,١٦
المجموع	٢٧٠	١٠٠

تبين من نتائج الدراسة ان ٦٦ مبحوثا يعتقدون ان رجل الشرطة امين على مصالح الناس وممتلكاتهم وبنسبة مئوية بلغت ٢٤,٤٤% من افراد العينة في حين اجاب ٥٢ مبحوثا انهم يتفقون احيانا وبنسبة مئوية بلغت ١٩,٢٦% من مجموع افراد العينة و اجاب ١٥٢ انهم لا يعتقدون وبنسبة مئوية بلغت ٥٦,٣٠% من مجموع افراد العينة وهذا ما يعلنه بعض المواطنين بعد عمليات المداهمة والتفتيش عن فقدان مبالغ نقدية او مصوغات ذهبية انظر الجدول رقم (٥)

جدول (٥) يبين اجابات المبحوثين حول اعتقادهم ان رجل الشرطة امين على مصالح الناس وممتلكاتهم

القيم	عدد التكرارات	النسبة المئوية%
اعتقد	٦٦	٢٤,٤٤
احيانا	٥٢	١٩,٢٦
لااعتقد	١٥٢	٥٦,٣٠
المجموع	٢٧٠	١٠٠

نلاحظ من نتائج الدراسة ان ٤٨ مبحوثا يعتقدون ان اداء رجل الشرطة يمتاز بالحياد والعدل والنزاهة وبنسبة مئوية بلغت ١٧,٧٧% من مجموع افراد العينة و اجاب ٤٥ مبحوثا انهم يعتقدون احيانا وبنسبة مئوية بلغت ١٦,٦٧% من مجموع افراد العينة وبلغ عدد الذين لا يعتقدون ١٧٧ مبحوثا وبنسبة مئوية بلغت ٦٥,٥٦% من مجموع افراد العينة وهذا يتضح عن طريق كثرة الاعتقالات العشوائية والتي يتم فيها القاء القبض على اناس ابرياء ويتم ايداعهم في السجون لمدة طويلة دون محاكمة او يبقى مدة طويلة ثم تبرئه المحكمة لعدم اثبات اي تهمة عليه انظر الجدول رقم (٦)

جدول (٦) يبين اجابات المبحوثين حول اعتقادهم ان اداء رجل الشرطة يمتاز بالحياد والعدل والنزاهة .

القيم	عدد التكرارات	النسبة المئوية%
اعتقد	٤٨	١٧,٧٧
احيانا	٤٥	١٦,٦٧
لااعتقد	١٧٧	٦٥,٥٦
المجموع	٢٧٠	١٠٠

واشار ٦٦ مبحوثا الى انهم يعتقدون ان رجل الشرطة موضع ثقة المواطنين وبنسبة مئوية بلغت ٢٤,٤٥% من مجموع افراد العينة و اشار ٣٤ مبحوثا انهم يعتقدون احيانا وبنسبة مئوية بلغت ١٢,٥٩% من مجموع افراد العينة واجاب ١٧٠ مبحوثا انهم لا يعتقدون وبنسبة مئوية بلغت ٦٢,٩٦% من مجموع افراد العينة وذلك بسبب الوضع الامني غير المستقر الذي ولد فجوة كبيرة بين رجل الشرطة والمواطن انظر الجدول رقم (٧)

جدول (٧) يبين اجابات المبحوثين حول اعتقادهم ان رجل الشرطة موضع ثقة المواطنين

القيم	عدد التكرارات	النسبة المئوية%
اعتقد	٦٦	٢٤,٤٥
احيانا	٣٤	١٢,٥٩
لااعتقد	١٧٠	٦٢,٩٦
المجموع	٢٧٠	١٠٠

تبين من نتائج الدراسة ان ٦٨ مبحوثا يعتقدون ان رجل الشرطة قادر على حفظ النظام وردع المجرمين وبنسبة مئوية بلغت ٢٥,٢٠% من مجموع افراد العينة في حين اجاب ٤١ مبحوثا انهم يتفقون احيانا وبنسبة مئوية بلغت ١٥,٢٠% من مجموع افراد العينة و اشار ١٦١ مبحوثا انهم لا يعتقدون وبنسبة مئوية بلغت ٥٩,٦٠% من مجموع افراد العينة وهذا ما يعكسه الوضع الامني المتردي في الكثير من مناطق العراق والضعف في السيطرة عليه من قبل رجال الشرطة انظر الجدول رقم (٨)

جدول (٨) يبين اجابات المبحوثين حول اعتقادهم ان رجل الشرطة قادر على حفظ النظام وردع المجرمين

القيم	عدد التكرارات	النسبة المئوية%
اعتقد	٦٨	٢٥,٢٠
احيانا	٤١	١٥,٢٠
لااعتقد	١٦١	٥٩,٦٠
المجموع	٢٧٠	١٠٠

اتضح من نتائج الدراسة ان ٧١ مبحوثاً يعتقدون ان رجل الشرطة قادر على تطبيق القانون على الجميع في كل الاحوال وبنسبة مئوية بلغت ٢٦,٢٩% من مجموع افراد العينة فيما اشار ٦٨ مبحوثاً الى انهم يعتقدون احياناً وبنسبة مئوية ٢٥,٢٠% من مجموع افراد العينة واجاب ١٣١ مبحوثاً انهم لا يعتقدون وبنسبة مئوية بلغت ٤٨,٥١% من مجموع افراد العينة يمكن ان نلاحظ عدم القدرة على تطبيق القانون بسبب عدم استقرار الوضع الامني الذي يرتبط به تطبيق القانون انظر الجدول رقم (٩)

جدول (٩) يبين اجابات المبحوثين حول اعتقادهم ان رجل الشرطة قادر على تطبيق القانون على الجميع في كل الاحوال

القيم	عدد التكرارات	النسبة المئوية%
اعتقد	٧١	٢٦,٢٩
احيانا	٦٨	٢٥,٢٠
لااعتقد	١٣١	٤٨,٥١
المجموع	٢٧٠	١٠٠

اشار ١٦٨ مبحوثاً انهم يعتقدون ان رجل الشرطة يهرب في الظروف الصعبة وبنسبة مئوية بلغت ٦٢,٢٣% من مجموع افراد العينة في حين اجاب ٤٧ مبحوثاً انهم يعتقدون احياناً وبنسبة مئوية بلغت ١٧,٤١% من مجموع افراد العينة واشار ٥٥ مبحوثاً الى انهم لا يعتقدون وبنسبة مئوية بلغت ٢٠,٣٧% من مجموع افراد العينة ان الكثير من رجال الشرطة قد دخل هذا السلك من اجل الحصول على الراتب ودون ان يكون للدولة عليه اي اجراءات في حال تركه الخدمة لذلك نلاحظ ان هناك من يهرب في الظروف الصعبة للحفاظ على حياته انظر الجدول رقم (١٠)

جدول (١٠) يبين اجابات المبحوثين حول اعتقادهم ان رجل الشرطة يهرب في الظروف الصعبة

القيم	عدد التكرارات	النسبة المئوية%
اعتقد	١٦٨	٦٢,٢٣
احيانا	٤٧	١٧,٤١
لااعتقد	٥٥	٢٠,٣٧
المجموع	٢٧٠	١٠٠

اظهرت نتائج الدراسة ان ١٦٥ مبحوثاً يعتقدون ان رجل الشرطة يفضل المصلحة الخاصة على المصلحة العامة وبنسبة مئوية بلغت ٦١,١١% من مجموع افراد العينة وبين ٥٤ مبحوثاً انهم يعتقدون احياناً وبنسبة مئوية بلغت ٢٠% من مجموع افراد العينة واشار ٥٢ مبحوثاً انهم لا يعتقدون وبنسبة مئوية بلغت ١٨,٨٩% من مجموع افراد العينة وهذا ينطبق على الكثير من رجال الشرطة الذين دخلوا هذا السلك لتحقيق مكاسب مادية ومعنوية واجتماعية انظر الجدول رقم (١١)

جدول (١١) يبين اجابات المبحوثين حول اعتقادهم ان رجل الشرطة يفضل المصلحة الخاصة على المصلحة العامة

القيم	عدد التكرارات	النسبة المئوية%
اعتقد	١٦٥	٦١,١١
احيانا	٥٤	٢٠
لااعتقد	٥١	١٨,٨٩
المجموع	٢٧٠	١٠٠

بينت نتائج الدراسة ان ٨٨ مبحوثاً يعتقدون ان رجل الشرطة يلتزم سياسة الحياد تجاه الخلافات السياسية وبنسبة مئوية بلغت ٣٢,٦٠% من مجموع افراد العينة واجاب ٧٨ مبحوثاً انهم يعتقدون احياناً وبنسبة مئوية بلغت ٢٨,٨٨% من مجموع افراد العينة و اشار ١٠٤ مبحوثين انهم لا يعتقدون وبنسبة مئوية بلغت ٣٨,٥٢% من مجموع افراد العينة وهو ما نلاحظه عن طريق ارتباط اعداد كبيرة من رجال الشرطة باحزاب وتيارات ويكون ولاؤهم لها بدلاً من ان يكون هذا الولاء للوطن انظر الجدول رقم (١٢)

جدول (١٢) يبين اجابات المبحوثين حول اعتقادهم ان رجل الشرطة يلتزم سياسة الحياد تجاه الخلافات السياسية

القيم	عدد التكرارات	النسبة المئوية%
اعتقد	٨٨	٣٢,٦٠
احيانا	٧٨	٢٨,٨٨
لااعتقد	١٠٤	٣٨,٥٢
المجموع	٢٧٠	١٠٠

بينت نتائج الدراسة ان ١٩٧ مبحوثاً يعتقدون ان رجل الشرطة يخالف قواعد المرور اكثر من غيره وبنسبة مئوية بلغت ٧٢,٩٦% من مجموع افراد العينة وبين ٣٢ مبحوثاً انهم يعتقدون احياناً وبنسبة مئوية بلغت ١١,٨٥% من مجموع افراد العينة في حين اشار ٤١ انهم لا يعتقدون وبنسبة مئوية بلغت ١٥,١٩% من مجموع افراد العينة وذلك ما نلاحظه من تصرفات رجال الشرطة اثناء تجوالهم في الدوريات والسير بسرعة كبيرة عكس السير مما يولد خطراً على رجال الشرطة والمواطنين انظر الجدول رقم (١٣)

جدول (١٣) يبين اجابات المبحوثين حول اعتقادهم ان رجل الشرطة يخالف قواعد المرور اكثر من غيره

القيم	عدد التكرارات	النسبة المئوية%
اعتقد	١٩٧	٧٢,٩٦
احيانا	٣٢	١١,٨٥
لااعتقد	٤١	١٥,١٩
المجموع	٢٧٠	١٠٠

اظهرت نتائج الدراسة ان ١٣٠ مبحوثا يعتقدون ان رجل الشرطة متواطء مع الجماعات الارهابية والمسلحة وبنسبة مئوية بلغت ٤٨,١٤% من مجموع افراد العينة و اشار ٦٦ مبحوثا الى انهم يعتقدون احيانا وبنسبة مئوية بلغت ٢٤,٤٤% من مجموع افراد العينة وبين ٧٤ مبحوثا لايعتقدون وبنسبة مئوية بلغت ٢٧,٤٢% من مجموع افراد العينة وهذا ما يذهب اليه البعض نتيجة اختراق هذا الجهاز من قبل عناصر من الارهابيين والجماعات المسلحة انظر الجدول رقم (١٤)

جدول (١٤) يبين اجابات المبحوثين حول اعتقادهم ان رجل الشرطة متواطء مع الجماعات الارهابية والمسلحة

القيم	عدد التكرارات	النسبة المئوية%
اعتقد	١٣٠	٤٨,١٤
احيانا	٦٦	٢٤,٤٤
لااعتقد	٧٤	٢٧,٤٢
المجموع	٢٧٠	١٠٠

اوضحت نتائج الدراسة ان ٨٤ مبحوثا يعتقدون ان ولاء رجل الشرطة للوطن وبنسبة مئوية بلغت ٣١,١١% من مجموع افراد العينة في حين اوضح ٨٩ مبحوثا يعتقدون احيانا وبنسبة مئوية بلغت ٣٢,٩٦% و اشار ٩٧ مبحثا الى انهم لايعتقدون وبنسبة مئوية بلغت ٣٥,٩٣% من مجموع افراد العينة ونلاحظ من ذلك ان المواطن لايعتقد بولاء رجل الشرطة للوطن وانما اصبح ولاؤه للحزب او الطائفة او القومية التي ينتمي اليها انظر الجدول رقم (١٥)

جدول (١٥) يبين اجابات المبحوثين حول اعتقادهم ان ولاء رجل الشرطة للوطن

القيم	عدد التكرارات	النسبة المئوية%
اعتقد	٨٤	٣١,١١
احيانا	٨٩	٣٢,٩٦
لااعتقد	٩٧	٣٥,٩٣
المجموع	٢٧٠	١٠٠

نلاحظ من خلال نتائج الدراسة ان ٨٣ مبحوثا يعتقدون ان حفظ الامن هو مسؤولية رجال الشرطة وبنسبة مئوية بلغت ٣٠,٧٤% من مجموع افراد العينة قيا اشار ٨٨ مبحوثا الى انهم يعتقدون احيانا وبنسبة مئوية بلغت ٣٢,٥٩% من مجموع افراد العينة وبين ٩٩ مبحوثا انهم لا يعتقدون وبنسبة مئوية بلغت ٣٦,٦٧% من مجموع افراد العينة وهذا يعني ان رجل الشرطة ليس المسؤول عن حفظ الامن وحده بل لا بد ان تتضافر كل الجهود معه كلاً من موقعه للمساعدة في حفظ الامن والنظام انظر الجدول رقم (١٦)

جدول (١٦) يبين اجابات المبحوثين حول اعتقادهم ان حفظ الامن مسؤولية رجال الشرطة وحدهم

النسبة المئوية%	عدد التكرارات	القيم
٣٠,٧٤	٨٣	اعتقد
٣٢,٥٩	٨٨	احيانا
٣٦,٦٧	٩٩	لااعتقد
١٠٠	٢٧٠	المجموع

الاستنتاجات

١. اظهرت نتائج الدراسة ان اختيار رجل الشرطة لم يبنى على ضوابط مهنية وذلك لسرعة تشكيل هذا الجهاز بعد احتلال العراق عام ٢٠٠٣
٢. لم يكن عمل رجل الشرطة يتسم بالكفاءة والمهنية نتيجة للظروف التي رافقت تشكيل الشرطة العراقية من السرعة في تجنيد الافراد دون ادخالهم في دورات تدريبية وان وجدت فهي مكثفة وسريعة .
٣. ان رجل الشرطة لم يكن بمستوى المسؤولية في التصدي للاعمال الارهابية .
٤. ان رجل الشرطة يخالف قواعد المرور اكثر من غيره وذلك باستخدام وضعه القانوني والسير عكس الاتجاه في الشوارع واطلاق العيارات النارية.
٥. هناك اختراق من قبل الجماعات الارهابية والمسلحة لجهاز الشرطة.
٦. هناك الكثير من افراد الشرطة يكون ولاؤهم للحزب او الطائفة او القومية على حساب الولاء للوطن .
٧. ان مسؤولية حفظ الامن لاتقع على رجل الشرطة فقط ولكن لابد من تضافر الجهود من كل ابناء الوطن للحفاظ عليه

التوصيات

١. بناء جهاز شرطة عراقية على ضوابط مهنية مدروسة .
٢. زيادة الدورات التدريبية التي تساعد رجل الشرطة في القيام بواجباته بكفاءة .
٣. بناء شرطة ذات عقيدة وطنية .
٤. اختيار الاشخاص الذين يدخلون في سلك الشرطة من العناصر المعروفة والتي ليس لديها اتجاهات مشبوهة .
٥. بناء شرطة وطنية بعيدة عن الارتباطات الحزبية والطائفية والقومية ويكون ولاؤها للوطن .
٦. مساعدة رجال الشرطة في حفظ الامن والنظام على اعتبار انها مسؤولية افراد المجتمع كافة.

الهوامش

- نور كال ، مناهج البحث العلمي (دمشق ، بلا دار نشر ١٩٩٩م):ص ١٧٨ .
- ٢ سارة حامد ، اصول في البحث العلمي (ط١، دار ابن خلدون بيروت لبنان، ٢٠٠٢م) :ص ١٧٨ .
- ٣-وزارة التخطيط ، الجهاز المركزي للإحصاء فرع الانبار ، ٢٠١٣
- ٤- علي مجوة ، كريمة فريد : إدارة العلاقات العامة بين الإدارة الإستراتيجية وإدارة الأزمات ((القاهرة : عالم الكتب ، ٢٠٠٥))
- ٥ أديب خضور: صورة العرب في الإعلام الغربي، دمشق، المكتبة الإعلامية، ٢٠٠٢.
- ٦-إبراهيم الداوق، صورة الأتراك لدى العرب (بيروت : مركز دراسات الوحدة العربية ، ٢٠٠١).
- ٧-صفاء سنكور جبارة، صورة بريطانيا في الصحافة العراقية ، أطروحة دكتوراه ، (غير منشورة) ، جامعة بغداد، كلية الآداب ، قسم الصحافة ، ٢٠٠١
- ٨-إيمن منصور ، الصورة الذهنية والاعلامية (عوامل التشكيل واستراتيجيات التغيير، كيف يرانا الغرب)، القاهرة، المدينة برس، ٢٠٠٤.
- ٩-علي جبار الشمري ، الصورة الذهنية لمجلس النواب لدى الجمهور العراقي ، مجلة الباحث الإعلامي ، (جامعة بغداد - كلية الإعلام - ٢٠٠٧) ، العدد الثالث.
- ١٠-جيهان رشتي، الاسس العلمية لنظريات الاعلام، القاهرة، دار الفكر العربي ، ١٩٧٥ .
- ١١-علي مجوة ، الاسس العلمية للعلاقات العامة، القاهرة ، عالم الكتب ، ١٩٧٧ .
- ١٢-عبد الرحمن المطيري ،صورة المملكة العربية السعودية في الصحف الامارتية: صحيفة الاتحاد نموذجاً، رسالة ماجستير ، جامعة الملك سعود ، قسم الاعلام.
- ١٣-إيمان نعمان جمعة: حدود تأثير التغطية الإعلامية لمجلس الشعب على صورته الذهنية وانعكاساتها على المشاركة في الانتخابات البرلمانية ٢٠٠٠، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، المجلد الثاني، العدد الأول، آذار، ٢٠٠١ .
- ١٤-راجية أحمد قنديل: صورة إسرائيل في الصحافة المصرية من عام ١٩٧٢ إلى عام ١٩٧٨، رسالة دكتوراه (غير منشورة) جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ١٩٨١ .
- ١٥-الموقع الرسمي لشرطة بابل ، تاريخ الشرطة العراقية .
- ١٦- الموسوعة الحرة في ٢٠١٣/٥/١١ .
- ١٧- الموقع الرسمي لمديرية شرطة ذي قار ، الشرطة العراقية العيون الساهرة ، ٢٠١٣ .
- ١٨- اكرم عبد الرزاق المشهداني ،محطات من تاريخ الشرطة العراقية منشور على الانترنت ٢٢/٨/٢٠١٢ .
- ١٩- الموقع الرسمي لمديرية شرطة بابل ، مصدر سبق ذكره .
- ٢٠- الموقع الرسمي لمديرية شرطة ذي قار ، مصدر سبق ذكره .
- ٢١- نقلًا عن الموقع الإلكتروني www.ipbabylon .

بيلوغرافيا : رسائل واطاريح كلية الإعلام / جامعة بغداد

للعام الدراسي ٢٠١٥ - ٢٠١٦

إعداد

م.م بيرق حسين جمعه

<p>أ.م.د.زهنت محمود احمد عبد الكاظم عودة / دبلوم / الدعاية والحرب النفسية الاساليب الدعائية لموقع وزارة الخارجية الاسرائيلية الالكترونية الناطق باللغة العربية</p>
<p>أ.م.د.عمار طاهر محمد براء عبد المطلب علي يوسف / ماجستير / الصحافة الاذاعية والتلفزيونية التخطيط البرامجي في الاذاعات العراقية دراسة تقويمية مقارنة</p>
<p>أ.م.د.زهنت محمود هادي حسن هادي / دبلوم / الدعاية والحرب النفسية التغطية الخبرية لموضوعات الارهاب في الصحافة العراقية</p>
<p>أ.د. هاشم حسن التميمي محمد كريم تولي / دبلوم / الدعاية والحرب النفسية اشكال الاستمالات في المواقع الالكترونية للجماعات الارهابية</p>
<p>أ.م.د. حمدان خضر السالم ميثم حميد رحيمه / دبلوم / الدعاية والحرب النفسية اتجاهات النكتة السياسية في العراق</p>
<p>أ.م.د. ربا قحطان احمد هدى عادل طه / دكتوراه / العلاقات العامة الاعلان التلفزيون ودوره في تحفيز السلوك الشرائي للمرأة العرقية دراسة ميدانية</p>
<p>أ.م.د. طالب عبد المجيد سهاد عدنان جلوب / دكتوراه / الصحافة الاذاعية والتلفزيونية برامج المرأة في القنوات الفضائية العربية وانعكاساتها على السلوك الاستهلاكي</p>
<p>أ.د. هاشم حسن فتح الله غازي اسماعيل / دكتوراه / الصحافة دور وسائل الاعلام في تشكيل اتجاهات اعضاء مجلس النواب ازاء الازمات</p>

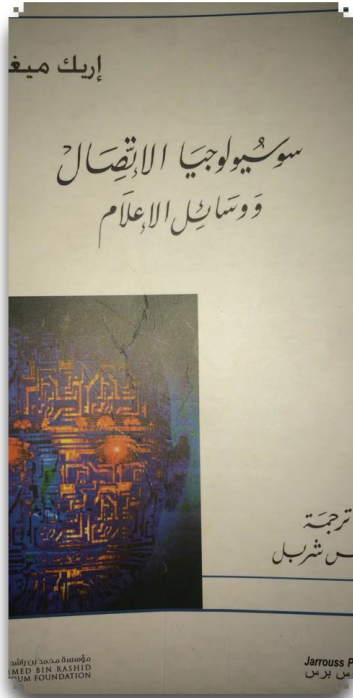
<p>أ.م.د طالب عبد المجيد حوراء عدنان فائق / دكتوراه / الصحافة الاذاعية والتلفزيونية المسلسلات التاريخية ودورها في نشر المعرفة الاسلامية لدى جمهور مدينة بغداد</p>
<p>أ.م.د ايمان عبد الرحمن مصطفى عباس محمد رضا / ماجستير / الصحافة الاذاعية والتلفزيونية اساليب الانتاج الفني التلفزيوني في نشرات الاخبار دراسة مقارنة لقناتي العراقية نيوز وروسيا اليوم</p>
<p>أ.م.د وسام فاضل راضي مهند حميد عبيد / ماجستير / الصحافة الاذاعية والتلفزيونية استخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته بالتعرض التلفزيوني</p>
<p>أ.م.د احمد عبد المجيد ماجد كامل مرزا / ماجستير / الصحافة الرسائل الاتصالية لتنظيم (داعش) الارهابي ضد العرق دراسة تحليلية لخطابات قيادات التنظيم</p>
<p>أ.م.د. جاسم طارش ايثار طارق خليل / دكتوراه / العلاقات العامة دور برامج العلاقات العامة في تحفيز السلوك الانتخابي لدى المواطن العراقي</p>
<p>أ.م.د. عمار طاهر محمد انمار غافل صيهود / دكتوراه / الصحافة الاذاعية والتلفزيونية دور القنوات الفضائية العراقية في تعزيز القيم الوطنية دراسة مسحية لمكونات مدينة كركوك</p>
<p>أ.م.د. حمدان خضر السالم خضير عباس ضاري / ماجستير / الصحافة مستويات الصحافة العراقية لدى جمهور مدينة بغداد بعد عام ٢٠٠٣ دراسة مسحية</p>
<p>أ.م.د. ناهض فاضل زيدان احمد ناهي عطيه / دكتوراه / العلاقات العامة اتجاهات الاكاديميين والصحفيين الرياضيين ازاء المؤسسات الرياضية في العراق</p>
<p>أ.م.د. ارادة زيدان الجبوري سارة جمال منعم / دكتوراه / العلاقات العامة العلاقات العامة وادارة الازمات في قطاع الطاقة دراسة تحليلية</p>

سوسيولوجيا الاتصال ووسائل الاعلام

يقدم علم الاتصال كمؤسسة تراكمية اجتازت مراحل لا يمكن محوها، وتعود جذورها الى ما بين المدرسة التجريبية الأميركية ومدرسة فرانكفورت، ومن ثم التفاعلية المتبادلة، والى نظريات البنية والصيغة، والى الترجمات المتعددة للدراسات الثقافية، والى نظرية هابرماس وما بعد نظرية هابرماس للحيز الشعبي.

تأليف: إريك ميغريه، ترجمة: مورييس شربل، صادر لعام ٢٠٠٩. جاء الكتاب بـ ٥١٢ صفحة.

متضمناً مقدمة عن: العلاقة بين علم الاجتماع ونظريات علم الاتصال، إضافة الى ستة عشر فصلاً. استعرض الفصل الأول: صعوبات التفكير في الاتصال، وتطرق الفصل الثاني الى: التحول الخائب لعلم اجتماعي للتواصل. ثم قسم الكتاب فصوله اللاحقة الى ثلاثة أقسام، جاء القسم الأول بعنوان: الحرمان من الحقوق الجنسية للتواصل، واندرجت تحته خمسة فصول هي: الفصل الثالث عن: خداع النظريات والنتائج المباشرة. والفصل الرابع شرح: مدرسة فرانكفورت ونظرية ثقافة الجماهير، والفصل الخامس استعرض: نظرية لازاريفيلد للأثار المحدودة، والفصل السادس فضّل في: النموذج المستمد من الرياضيات الى أنترولوجيا علم الإتصال، والفصل السابع تحدث: عن ماكلوهان والحتمية التكنولوجية. اما القسم الثاني من الكتاب فقد جاء بعنوان: تثقيف وسائل الاتصال، متضمناً خمسة فصول أيضاً هي: الفصل الثامن: من علم الدلالات الى البراجماتية، والفصل التاسع: علم اجتماع الممارسات الثقافية، والفصل العاشر استعرض: الدراسات الثقافية، اما الفصل الحادي عشر فتناول: علم اجتماع من التواصل، وحمل الفصل الثاني عشر عنوان: من المهن الى الإنتاج. وجاء القسم الثالث من الكتاب بعنوان تعددية تواصلية، بواقع أربعة فصول، وهي: الفصل الثالث عشر: النظريات السياسية للرأي العام، والفصل الرابع عشر: نظريات الحيز الشعبي، والفصل الخامس عشر: علم الاجتماع الجديد لوسائل الاعلام، والفصل السادس عشر: الانترنت وتكنولوجيا الإعلام الجديدة. من الممكن قراءة هذا الكتاب كمدخل الى دراسة نظريات الاتصال، إذ يتضمن سلسلة متتالية من الضوابط المتعلقة بالموضوعات التاريخية والتيارات الفكرية ذات الصلة، كما يتضمن طروحات واسهامات هذه التيارات، ولا يكفي بذلك، بل يسلط الضوء على التطورات التي تشهدها نظريات الاتصال والرهانات المبتكرة من مبدعيها. فالكتاب



لغة الخطاب الإعلامي

يقع الكتاب في ٢٠٠ صفحة ، من القطع الكبير ، وصدر عن شبكة الأعلام العراقي، سلسلة برنامج العراقية تطبع لعام ٢٠١٥م

صدر كتاب لغة الخطاب الإعلامي للدكتور (حيدر محمد عبد) ، وقدم للكتاب الاستاذ الدكتور طارق الجنابي ، اذ يقول اختار الباحث اثنتي عشرة حلقة لثلاثة برامج سياسية يكون فيها الحوار ثنائياً بين المقدم والمحاور، انتقى منها مقتطفاتٍ كأنها عينة البحث ، كما يحللها بما تسليح به من قراءات، وما ثقفه من أفكار أتاحتها اللسانيات المعاصرة، وربما اظطر إلى أن تكون تلك الملتقيات بمستويات مختلفة في لغة الحوار تقع بين الفصيحة المخففة والعامية الدارجة الهابطة بحسب ثقافة كل أحد، واللغة هي حياة المجتمع تجري بين الناس على هون، وانها تعني اللغة القدرة على نقل محمولاتها، بأن المتحدث بها لا يتعمل في استحضار القواعد ، ولأنه قد مُرِن عليها ، وقد ذهب فلاسفة أكسفورد الى القول : لاتسأل عن المعنى وأسأل عن الأستعمال ، وذلك هو الذي جعل لغة التداول بما يحيط بها ، ويعمل على تشكيلها وهي لغة التواصل ، وهو ما يغييه الاعلام كي تنفذ رسالته الى كل سامع أو راءٍ .

يضم الكتاب مقدمة وتمهيداً وفصولاً أربعة

- تناول الفصل الاول المفاهيم والسمات .
- الفصل الثاني الخصائص الدلالية المستوى الصوتي والمستوى التركيبي،
- مركز الفصل الثالث في السياق .
- أما الفصل الرابع فكان أهم فصول الكتاب يتناول عناصر الخطاب الاعلامي والافعال الأنجازية .

إن هذا الكتاب هو ضمن سلسلة من الكتب اللغوية التي تقصد العلاقة بين اللغة والأعلام ، وقد اتسع نطاق هذه البحوث في الدراسات الأكاديمية و غير الأكاديمية ، بسبب التطور الهائل الذي حصل في وسائل الأعلام والاتصال .

يقول مؤلف الكتاب : الهدف الأساسي للدراسة ، هو تعرّف الطبيعة اللغوية بالمتكلمين في الحوارات، ضمن اطارها السياسي التلفازي ، التي

تعد مكوناً أساسياً من مجموع مكونات الخطاب السياسي، الذي ينبني على ثلاثة مبادئ أساسية:

- أخلاقيات المجتمع
- محاكاة مشاعر الجمهور
- المنطق



Correspondence
College of Media - University of
Baghdad - Jadiriya

١٩٠ ٤٧ Po. Box

Email

yahoo.com@١٥٥_bushra

Annual subscription

Individuals

٤٠ \$ Arab countries

٦٠ \$ Other countries

Institutions

Iraqi dinars ٤٠,٠٠٠ ,Iraq

٦٠ \$ Arab countries

٧٠ \$ Other countries

Baghdad University Faculty

ID ٣,٠٠٠ members

ID ٧٤,٠٠٠ 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-
Wazera

Price per A copy

ID ٥٠٠٠ Postgrads students

students Undergrads ٢,٥٠٠

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

Research translation in Arabic by
Ph.D. Muhammad Rihda Mubarak

Research translation in English by
Usher Luma Hassan

Research translation in Arabic by
Ph.D. Muhammad Rihda Mubarak

Research translation in English by
Usher Luma Hassan

Art direction

Shatha Abdullah Hussein

Sh_ad77 @yahoo.com

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

The ministry site

?[http:// www.jasj.net/iasj](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. Mohmmad 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 -30
October - November - Desember

رقم الايداع في دار الكتب والوثائق ١١٣٣ في ١٦ - ١٠ - ٢٠٠٨
