

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة بغداد
كلية الاعلام



العدد

١٩

ثمنه احدى الف دينار

العدد



الباحث الإعلامي

ISSN 1995 - 8005

مجلة فصلية علمية محكمة
تصدر عن كلية الاعلام _ جامعة بغداد

العدد ١٩

كانون الثاني _ شباط _ آذار ٢٠١٣

AL-Bahith Al-Aalami

ISSN 1995 - 8005

Ministry of Higher Education and
Scientific Research
Baghdad University
College of media

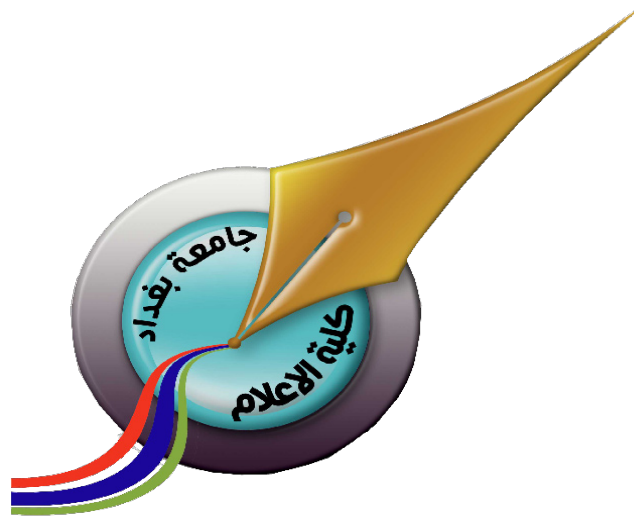
*A Specialized Refereed Quarterly Issued By The College
of Media - Baghdad University*

NO. 19 . January . February . March . 2013

رقم الايداع في دار الكتب والوثائق 1133 في ١٦-١٠-٢٠٠٨

الباحث الاعلامي

ISSN 1995 - 8005



مجلة فصلية علمية محكمة

تصدر عن كلية الاعلام - جامعة بغداد

العدد ١٩

كانون الثاني - شباط - اذار - ٢٠١٣م

للمراسلة

كلية الاعلام-جامعة بغداد - الجادرية

ص-ب 47190

البريد الالكتروني: bushra__155@yahoo.com

الاشتراك السنوي

الافراد:

داخل العراق	30000 دينار عراقي
داخل الوطن العربي	40 دولار مع اجور البريد
خارج الوطن العربي	60 دولار مع اجور البريد

المؤسسات:

داخل العراق	40000 دينار عراقي
داخل الوطن العربي	60 دولار مع اجور البريد
خارج الوطن العربي	70 دولار مع اجور البريد
اساتذة جامعة بغداد	30000 دينار عراقي
طلبة جامعة بغداد	24000 دينار عراقي

- تدفع اشتراكات الافراد ، والاساتذة والطلبة نقداً.
- يدفع اشتراك المؤسسات اما بشيك او نقداً.
- يتم تحويل الاشتراك على العنوان الآتي :

جامعه بغداد-كلية الاعلام
مجلة الباحث الاعلامي

سعر النسخة الواحدة : 5000 دينار عراقي

الباحث الاعلامي

**AL-bahith
al-aalami**

مجلة علمية
اكاديمية محكمة
تعنى بشؤون الاعلام
 والاتصال

تصدرها :
كلية الاعلام -جامعة بغداد

التصميم والاخراج الفني
حسام محمد احمد

رواء جمعة
مسؤولة الموقع الالكتروني للمجلة
rawaarawaa1166@yahoo.com

شروط النشر وقواعده في الباحث الاعلامي

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

- ١- تنشر مجلة الباحث الاعلامي البحوث والدراسات الاعلامية التي ترد اليها من الباحثين والاكاديميين والمؤسسات العلمية.
- ٢- يلتزم الباحث بالمنهجية العلمية والاكاديمية في إعداد بحثه.
- ٣- تخضع البحوث والدراسات جميعها للتقويم من قبل محكمين علميين متخصصين.
- ٤- ينبغي ان لا يزيد البحث عن ستة الاف كلمة ، اي ما يناهز ٢٠ صفحة.
- ٥- يقدم الباحث ثلاث نسخ مطبوعة من بحثه فضلاً عن قرص CD يحتوي على نص البحث.
- ٦- يكتب الباحث عنوان بحثه واسمه ومرتبته العلمية على صفحة مستقلة واحدة.
- ٧- يقدم الباحث مستخلص باللغتين العربية والانكليزية .
- ٨- تكتب عناوين البحوث باللغتين العربية والانكليزية.
- ٩- يلتزم الباحث بالتوثيق العلمي في متن البحث وقائمة المصادر.
- ١٠- المجلة غير ملزمة باعادة البحوث الى اصحابها ويبلغ الباحث بقبول بحثه او عدم قبوله برسالة من هيئة التحرير خلال شهرين من تسلم البحث أو الدراسة.
- ١١- ترحب المجلة بالتقارير التي تغطي المؤتمرات والندوات العلمية شريطة ان لا يزيد التقرير الواحد عن ٢٥٠٠ كلمة.

الهيئة الاستشارية

- أ.د. حميد جاعد محسن
- أ.د. زكي حسين الوردى
- أ.د. علي حسين طوينة
- أ.د. علي جبار الشمري
- أ.د. وسام فاضل راضي
- أ.د. عدنان ياسين مصطفى
- أ.د. عامر حسن فياض
- أ.د. كريم محمد حمزة

المشرف العام : -أ.د. هاشم حسن التميمي

هيئة التحرير

- | | |
|------------------|------------------------|
| مدير التحرير | د. محمد رضا مبارك |
| سكرتارية التحرير | { د. حمدان خضر السالم |
| | د. إرادة زيدان الجبوري |
| | د. عبد النبي خزعل |
| | د. رشيد حسين عكلة |
| عضواً | د. حسن كامل |
| عضواً | د. بشرى جميل |
| عضواً | |
| عضواً | |

٧	الافتتاحية.....
٣٠ - ٩	* المسؤولية الاجتماعية للمصحافة العراقية (دراسة في التوازن الوظيفي لمجريدتي الزمان والمدي د. حمدان خضر سالم- د. رواء هادي صالح
٥٥-٣١	* انعكاسات المجتمع الافتراضي وعلاقته بالقيم الاجتماعية لدى طلبة الجامعة..... د. عبد الأمير الفيصل
٧٦-٥٦	* الصحافة الالكترونية في العراق (دراسة في تقييم الواقع وسبل التنمية) د. جليل وادي - م.م. اياد خليل
٩٣-٧٧	* من البرولتاريا إلى البرونيتاريا رهانات التغيير الثقافي..... د. محمد الداوي
١٠٨ - ٩٤	* المسؤولية الأخلاقية والقانونية للقائم بالاتصال في مجال العمل الإخباري..... د. عادل عبد الرزاق مصطفى الغريري
١٢٤ - ١٠٩	* التلفزيون التفاعلي الرقمي (Interactive) والتلفزيون المحمول (M.TV)..... د. طارق علي حمود
١٣٦ - ١٢٥	* فن الكاريكاتير في الجرائد العراقية . (دراسة وصفية تحليلية)..... م.م. بيرق حسين جمعه الربيعي
١٥٣-١٣٧	* مشكلات السياسة الاتصالية في العراق بعد أحداث ٢٠٠٣/٤/١٩..... د. محمد عبود مهدي
١٨٠ - ١٥٤	* دور القنوات الفضائية العراقية في تشكيل معارف الطلبة واتجاهاتهم نحو الارهاب..... د. محسن جلوب الكناني
١٩٥ - ١٨١	* الابواب الثابتة.....
١٨٧-١٨٣	١- اخبار كلية الاعلام.....
١٩٢-١٨٨	٢- بيلوغرافيا: رسائل واطاريج كلية الإعلام - جامعة بغداد.....
١٩٦ - ١٩٣	٣- عرض الكتب.....
١٩٩ - ١٩٧	٤- قراءة في بحوث إعلامية مثيرة للجدل.....

افتتاحية

على ابواب عام جديد وعلى ابواب عدد جديد من مجلتنا. الباحث الاعلامي التي تنساب بهدوء وتأن دون ان تحدث ادنى ضجة ادارية او فنية. تتضافر جهود العاملين فيها بل الراعين لها وتتحد الاحلام بصور المطبوع الوليد بتحد واصرار من غير انتظار لكلمة شكر او عبارة ثناء.

جنود مجهولون يقفون معا يجمعهم الحب ويسودهم الوئام ويغمرهم الشعور بالانتماء. العمل المجاني ظل على مدى سنوات صدور المجلة شعار هيئة التحرير التي ظهرت نفسها من كل درن نفسي او اجتماعي او مهني. ولم يدر في خلدها ان تسأل عن المقابل ازاء ماتقوم به. سيما ونحن نعيش زمن اللامجان. ولكن يبقى الهاجس الاكبر والاوحد الذي يهيمن على افكار هيئة التحرير، هو كيف سيكون مستوى العدد الجديد. وكم سيحقق من فائدة للباحثين والدارسين. بل ولحركة البحث العلمي في العراق وماحجم الاضافة المتحققة. هذه وغيرها من التساؤلات التي منبعها الحرص على الاتيان بشئ جديد. وتقديم خدمة علمية تساهم في دفع عجلة التطور ومحاولة التواصل مع حركة البحث العلمي الانساني. ورب سائل يسأل او معترض يعترض او ناقد لا يجيد غير فن النقد. حول مستوى بعض البحوث وما يليق وما لايليق في هذا العدد او ذاك. نقول ان ماينشر هو جهود بحثية لاساتذة وباحثين هم نتاج هذه البيئة العلمية بمعنى ان هذه بضاعتهم وبدورنا قمنا باخضاعها للتقويم على ايد باحثين او متخصصين واجازوها. وازاء هذا العمل السائد في المجالات العلمية المحكمة كلها لايجوز حجبها واهمالها.

لذا فلا نجد مكانا للائم ولا حجة لمنتقد. املين ان نستقبل في الاعداد اللاحقة بضاعة بحثية افضل وجهدا علميا ارضن والله ولي التوفيق.

د . حمدان خضر السالم

سكرتير التحرير

المسؤولية الاجتماعية للصحافة العراقية دراسة في التوازن الوظيفي لجريدتي الزمان، المدى

د. حمدان خضر سالم- د. رواء هادي صالح
كلية الاعلام قسم الصحافة

المستخلص

تعد نظرية المسؤولية الاجتماعية تهذيباً لنظرية الحرية التي وجد المهتمون انها ذهبت في ممارساتها الى الحد الذي صار يهدد مصالح المجتمع. حتى ان البعض رأى ضرورة ان يضاف الى مبادئ النظام الليبرالي المعاصر مبادئ جديدين مثلاً في وجود التزام ذاتي من جانب الصحافة بمجموعة من المواثيق الاخلاقية التي تستهدف اقامة توازن بين حرية الفرد من ناحية ومصالح المجتمع من ناحية اخرى. اي لابد من وجود «حرية مسؤولية». والمبدأ الآخر ان يكون للصحافة وظيفة اجتماعية متمثلة بتقديم المعلومات والبيانات عن الاحداث بغض النظر عن التأثير الذي تحدثه على القراء.

ويأتي هذا البحث بتناول الجانب المتمثل بمسؤولية الصحافة الاجتماعية لاسيما ما يتعلق بالوظائف التي تؤديها في المجتمع. وانطلاقاً من هذه المسؤولية والدور الذي تلعبه. تم تحديد اثنين من ابرز الصحف العراقية اليومية والتي تجد لها حضوراً واضحاً لدى القراء. فكانت موضوعاً للدراسة من خلال متابعة ما ينشر من مواد مختلفة عبر فترة زمنية مثلت المجال الزمني للبحث.

ولقد حاول البحث الوقوف على الوظائف التي اسهمت هاتين الجريدتين في توفيرهما للقراء. كجزء من مسؤوليتها الاجتماعية. ومن خلال الجداول المرفقة مع البحث يمكن التعرف على ماقدمته صحف الدراسة وفق التسلسل الرتبي للنتائج والتي توضحت مع عرضها وتفسيرها.

كما وقفت الدراسة على التباين والتفاوت في كل من هذه الوظائف حيث اشترت عملية التحليل تفاوتاً واضحاً وصل في بعضها الى حد اهمال بعض الوظائف. وهو ما مثل اخلافاً في التوازن الوظيفي. سيما وان اولى واجبات الصحافة هو تقديم المعلومات المتنوعة وتلبية رغبات القراء واشباع حاجاتهم المختلفة. لقد مثل البحث على الرغم من محدوديته محاولة للوقوف على ابرز الوظائف التي اسهمت في توفيرها صحافتنا. وعدت ذلك بمثابة مقياس او مؤشر لمدى التزام الصحافة بمسؤوليتها الاجتماعية ازاء القراء ومدى قدرتها على خلق نوع من التوازن والتنوع الوظيفي بالشكل الي لا يظهر تفاوتاً بين الوظائف او تفضيلاً لوظيفة دون اخرى.

ويمكن القول ان البحث اعتمد في تحديد الوظائف على ماوفرته المصادر الاعلامية وعلى مااتفقت عليه مصادر عدة. على الرغم من ان البعض راح يعدد وينوع ويفرع الوظائف الى الحد الذي جعلها تتجاوز العشرات ربما. ولكن بعد الاطلاع والتمحيص اتضح ان كل تلك الانواع يمكن اختزالها في الوظائف الرئيسية المذكورة والتي تم التقصي عنها.

ختاماً يمكن القول ان البحث مثل محاولة لدراسة موضوعة اعلامية محلية ميدانية استعانت بلغة الارقام والجداول ولم تكتف بالتناول النظري للمعلومات ويمكن الركون الى نتائجه والبناء عليها في بحوث قادمة.

مقدمة

منذ منتصف القرن الماضي وحتى يومنا هذا ما زال موضوع المسؤولية الاجتماعية يثير الجدل بين الباحثين والإعلاميين مؤسسات وأفراد. وذلك لارتباط المسؤولية بسلوك الأفراد داخل المجتمع ومدى التزامهم بما ينسجم مع قيمه وعاداته وأعرافه. ولم يقف الاهتمام بهذا الأمر عند حدود المجتمعات المتقدمة، بل هي صحيحة انطلقت من تلك المجتمعات ليردها العالم بعدها. وفي مجال الإعلام كانت المسؤولية الاجتماعية رديفا لإخلاقيات المهنة. حتى أن البعض حدد المسؤولية الصحفية عن طريق ربطها بوظائف الصحافة في المجتمع والتي من بينها تزويد المجتمع بتقرير عن الإحداث والوقائع اليومية، والعمل كممبر لتبادل التعليق والنقد وتقديم المعلومات الكاملة عما يجري وتوضيح أهداف المجتمع وقيمه، كذلك توفير التنوع الكمي والنوعي لاشباع حاجات الجمهور.

ولعل هذا البحث يضع مهمة توفير التنوع من خلال وظائف الصحافة لتلبية احتياجات الجمهور مرتكزا أساسيا ينطلق منه لدراسة التوازن الوظيفي، وكيفية ممارسة الصحافة في العراق مسؤوليتها الاجتماعية عن طريق ما تؤديه من وظائف للمتلقي كونها واحدة من أهم الوسائل التي تمثل رافدا للمعلومات والإحداث والآراء ولإفكار، ولإهمية دورها في تشكيل الرأي العام.

مشكلة البحث

يمكن تحديد مشكلة البحث عن طريق التساؤل الرئيس الذي يمكن صوغه بالشكل الآتي: كيف مارست الصحافة العراقية مسؤوليتها الاجتماعية إزاء الجمهور من خلال التنوع الوظيفي؟ وما مدى التوازن الوظيفي الذي وفرته الصحافة للقارئ.

هدف البحث

تمثل هدف البحث في التعرف على الوظائف الصحفية الرئيسة التي قامت بها الصحف (موضوع الدراسة) كجزء من مسؤوليتها الاجتماعية إزاء القراء، وتبسيط الضوء على التوازن بين الوظائف ومدى مقدرة الصحافة على التحكم بالتنوع الوظيفي من خلال المادة المنشورة.

منهج البحث

تم استعمال المنهج الوصفي الذي يتماشى مع طبيعة البحث إذ يستهدف وصف موضوع معين كما هو في الواقع من حيث الخصائص العامة والتفصيلية بما تشتمل عليه من متغيرات وعناصر وعلاقات.

مجالات البحث

تمثل المجال الزماني بالمدة من ١-٣١ كانون الثاني لعام ٢٠١٢. فيما كان المجال المكاني الصحافة العراقية متمثلة بصحف بغداد. أما المجال الموضوعي فقد تمثل في جريدتي الزمان والمدي. ويأتي الاختيار لهاتين الجريدتين بسبب من كونهما تصدران عن مؤسسات خاصة، ولها حضورها لدى القارئ، وتوجهاتها العامة مستقلة بمعنى أنها بعيدة عن الولاء الحكومي أو الحزبي. وتصدر هاتان الجريدتان صدورا يوميا منتظما، بـ ٢٠ صفحة.

مجتمع البحث وعينته

تم اعتماد أسلوب الحصر الشامل لجريدتي الزمان والمدي لشهر كانون الثاني من عام ٢٠١٢

فاتضح أن مجموع أعداد جريدة الزمان الصادرة خلال هذا الشهر (٢٣) عدداً، ومجموع أعداد جريدة المدى (٢٣) عدداً.

ومردّ النقص الحاصل في الأعداد يعود إلى احتجاب الجريدتين عن الصدور أيام العطل الأسبوعية (الجمعة)، وكذلك عطل المناسبات الدينية التي صدف في هذا الشهر. وقد تم تقسيم البحث إلى إطار نظري تناول تعريف المسؤولية الاجتماعية للصحافة، وعرج على الوظائف الصحفية، ثم إجراءات البحث العملية وانتهى بخاتمة بينت أبرز النتائج التي توصل إليها البحث.

المسؤولية الاجتماعية المفهوم والتعريف

مثل كثير من المفاهيم الاجتماعية خضع مفهوم المسؤولية الاجتماعية للعديد من التفسيرات التي مثلت مراحل تطور هذا المفهوم. إذ تبدأ من إدراك الفرد لمتطلبات المجتمع الذي يعيش فيه وتنتهي بممارسة المسؤولية الاجتماعية كل من موقعه وعلى وفق أنماط سلوكية مختلفة تجسد التزامات الفرد إزاء الجماعة^(١).

وتمثل المسؤولية الاجتماعية امتداداً يبدأ بالمسؤولية عن النفس فالأسرة فالمجتمع المحلي فالوطن حتى تنتهي بالعالم كله. فهي تمثل ممارسة سلوكية دالة على المسؤولية نحو المجتمع الانساني من دون أن تقف عند حدود معينة^(٢).

وعلى الرغم من أن المسؤولية هي تكوين ذاتي يقوم على الضمير الاجتماعي ويمثل رقيباً داخلياً، إلا أنها في الوقت ذاته تمثل نتاجاً اجتماعياً. لأن المجتمع هو صاحب الفضل في تعليمها واكسابها، كما وأنها تتشكل من خلال نمو تدريجي عن طريق التربية والتنشئة الاجتماعية^(٣). وبذلك تترتب على الفرد مسؤولية داخل المجتمع تتمثل بالالتزام بالواجبات التي يتطلبها المجتمع مثلما تترتب على المجتمع مسؤولية إعداد أفراده إعداداً صحيحاً ليمارسوا دورهم الفاعل في البناء والتطور^(٤).

ومن هذا المعنى يمكن النظر إلى المسؤولية الاجتماعية على أنها تعبير عن التزام الفرد إزاء الآخرين بكل ما يترتب على ذلك الالتزام من اهتمام بهم والعمل على حل مشكلاتهم، فضلاً عن الاحساس بحاجاتهم النفسية والاجتماعية.

ولقد أورد الباحثون العديد من التعريفات للمسؤولية الاجتماعية كل وفق رؤيته في تحديد هذا المصطلح. فقد عرفها (جيرة) بأنها «مدى انتماء الفرد للمجتمع الذي يعيش فيه واحساسه بمشكلاته ومدى مشاركته انفعالياً للأحداث التي تدور حوله محلياً وعالمياً»^(٥). في حين عبر عنها (الشافعي) بأنها «جميع النظم والتقاليد الاجتماعية التي يلتزم بها الانسان تجاه المجتمع الذي يعيش فيه وتقبله لما ينتج عنها من محمودة على سلوك محمود أم مذمة على سلوك مذموم»^(٦).

بينما يراها البعض، بأنها «مسؤولية الفرد الذاتية عن الجماعة والالتزام الفعلي بقيمها ومعاييرها والاهتمام بها والعمل على فهم مشكلاتها والاحساس بحاجتها ومشاركتها في إنجاز مهامها»^(٧).

ومن هنا يتضح أن المسؤولية الاجتماعية هي شعور الفرد بالإنتماء إلى الجماعة والالتزام بنظامها القيمي التزاماً فعلياً والعمل على الحفاظ على هذا النظام والوقوف بالضد إزاء كل ما يؤدي إلى خرقه أو خريفه أو الإضرار به.

المسؤولية الاجتماعية.. المنطلقات الفكرية

تشير العديد من الدراسات إلى أن نظرية المسؤولية الاجتماعية كانت ولادة طبيعية لنظرية الحرية مثلما كانت النظرية الشمولية ولادة طبيعية لنظرية السلطة^(٨).

ففي ظل نظرية الحرية صار هم الصحافة تعظيم الأرباح وزيادة التوزيع، وذلك عن طريق تسليبة القارئ وترفيهه وإثارة غرائزه وبما يتماشى مع مفهوم الفلسفة الليبرالية التي كانت سائدة في أوروبا وأمريكا. الأمر الذي ساعد على ارتفاع الأصوات المنددة بإسراف الصحافة في بحثها عن الأثارة وجأوزها على حياة الناس الخاصة والتلصص عليهم بغية الحصول على قصص مثيرة تشد من خلالها انتباه القراء باتباع أساليب رخيصة تتنافى مع أخلاقيات المجتمع والمهنة^(٩).

ولعل من بين الأصوات المرتفعة بالنقد لوسائل الإعلام في ظل نظرية الحرية ما وجهه (تيودور بترسون) والذي استنكر استغلال وسائل الإعلام لقوتها المؤثرة لخدمة أهدافها الخاصة والترويج لآراء وأفكار أصحابها على حساب الآراء المعارضة. كذلك فأنها وضعت نفسها في خدمة الأهداف الرأسمالية الكبيرة، فهيمن المعلنون على سياستها التحريرية. كما أنها وقفت بالضد من أية محاولة لتغيير نمط المجتمع، فضلاً عن اهتمامها بالأمور التافهة والسطحية والترفيهية. وقد وصفها بأنها تقتحم حياة الأفراد الخاصة دون ميرر وتعرض الأخلاق العامة للخطر^(١٠).

ولعل تلك الانتقادات وغيرها فتحت الباب واسعاً أمام موجة الأصوات المطالبة بوضع القيود على الصحافة وإيجاد مجموعة موثيق أخلاقية توازن بين حرية الصحافة ومصلحة المجتمع. وبدأ الحديث عن (الحرية المسؤولة) والمطالبة بإخضاع الصحافة لرقابة الرأي العام والقانون^(١١).

لقد ولدت هذه الدعوات الناقدة لحرية الصحافة المطلقة مناخاً مطالبا بتحديد حرية الصحافة بالشكل الذي يحدد هدف الصحافة بخدمة الصالح العام وأن يتم النظر إلى الصحافة بأنها تؤدي خدمة عامة ذات طبيعة مهنية تخدم المجتمع^(١٢).

كما أن مفهوم حرية الصحافة وفق نظرية المسؤولية الاجتماعية، هو أن الحرية تعد حقاً من حقوق الأفراد في المجتمع الديمقراطي، ولكن هذا لا يعني غياب الرقابة عن مواد يعد نشرها جريمة، وإنما يعني فقط عدم تطبيق القيود القديمة على المطبوعات. فكل فرد له الحق بالتعبير عن آرائه وأفكاره وعرضها على الجمهور. وإن حرمان الفرد من حقه هذا نسف حرية الصحافة من أساسها. ولكن إذا أستخدم هذا الحق في نشر مواد غير لائقة وضارة بالمجتمع أو خارجة عن القانون فعليه أن يتحمل نتيجة جرائمه وجأوزه. ومع أن إرادة الأفراد يجب أن تحترم دائماً، غير أن سوء استعمال هذه الإرادة هو الذي يقع تحت طائلة القانون^(١٣).

ويمكن القول أن نظرية المسؤولية الاجتماعية مركبة من أفكار عدة جاءت من رحم نظرية الحرية، فهي تعترف بالوظائف الليبرالية في تنوير الجماهير، وخدمة النظام السياسي، وصيانة الحقوق المدنية، ولكنها ترى أن وسائل الإعلام لم تقم بأداء واجباتها بالشكل المطلوب.

وتقر هذه النظرية مهمة خدمة النظام الاقتصادي وتقديم الترفيه وتحقيق الربح ولكنها تضع هذه المهام في مرتبة ثانية تلي الوظائف المهمة المتمثلة بالنهوض بالعملية الديمقراطية وتنوير الرأي العام. وهي هنا تقر بالمهام الموكلة لوسائل الإعلام ولكنها لا تقر بالسبل التي تتبعها هذه الوسائل عموماً في أداء هذه الوظائف^(١٤).

فالصحافة على وفق نظرية المسؤولية الاجتماعية لا تثير الغرائز بقدر ما تثير عقول القراء. ففي الوقت الذي تقوم به الصحافة بتلبية احتياجات القراء. فهي لا تهمل البحث عن الحقيقة ومحاولة توصيلها إلى القراء^(١٥). وهنا يمكن القول أن فكرة نظرية المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام تقوم على التوازن بين الحرية والمسؤولية. لا سيما بعد أن أضافت هذه النظرية إلى مبادئ النظام الإعلامي مبدئين جديدين يتمثلان في الالتزام الذاتي من جانب الصحفي بالمواثيق الأخلاقية التي تحقق التوازن بين حرية الإعلام ومصلحة المجتمع. والالتزام الاجتماعي في تقديم الأحداث الجارية وتفسيرها في إطار له معنى^(١٦).

لقد حدد البعض مجموعة مهام عدّها ركائز لنظرية المسؤولية الاجتماعية للصحافة والتي من بينها. الاهتمام بالمصلحة العامة والاهتمام بحاجات المجتمع والعمل على سعادته. وأن تنصف الصحافة بالدقة والعدل وسداد الرأي. وأن تراعي الجوانب الأخلاقية وتقدم ما هو مفيد ونافع مع التشويق. ومع مراعاة الأنية والفورية في النشر^(١٧).

وقد تختلف أولويات هذه المهام للصحافة تبعاً لظروف المجتمع وأحواله ولكن في كل الأحوال تجتمع هذه الأولويات تحت عبارة (مسؤولية الصحافة). وتتمثل وظيفة وسائل الإعلام الجماهيرية في ضوء هذه النظرية في مناقشة القضايا التي تمس المصلحة العامة والمصالح الخاصة للأفراد. وكذلك خدمة النظام الاقتصادي للبلاد وتوعية الجماهير بهدف تحقيق تنمية المجتمع ومناقشتها وانتقاد أي مظاهر للإساءة في استخدام الموارد. ونقد أوجه القصور في أداء أي نشاط في المجتمع. وحماية الحرية الفردية وثقافة الجماهير^(١٨).

وظائف الصحافة.. التنوع والتداخل

يقترّب مفهوم الوظيفة من معنى العمل. إذ ترد كلمة «وُظَّفَ» بمعنى «عين له عملاً»^(١٩). ومن هنا تلتقي الوظيفة مع العمل أو المنصب.

ويتفق المعنى الاصطلاحي مع المعنى اللغوي. إذ يشير معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية. إلى أن الوظيفة «نوع من العمل الذي يمكن للنظام أدائه. ويتضمن الواجبات والمسؤوليات والسلطات.. الخ»^(٢٠).

والوظيفة كمفهوم اجتماعي هي نوع العمل الذي يؤديه النظام أو البناء بوضوح لتحقيق أهداف معينة. ويتضمن المفهوم الإداري للكلمة «الواجبات والمسؤوليات والسلطات» وهي مكونات الوظيفة^(٢١).

وبما أن المفهوم العام للوظيفة هو أداء عمل أو دور معين. فإن الوظيفة الصحفية تمثل «مجموعة الفعاليات والنشاطات التي تؤديها الصحف بهدف صياغة رسالة إعلامية ذات مضامين واضحة وبثها إلى الجمهور المتلقي عن طريق تخطيط مسبق وفي ضوء رؤية تتفق مع منهج

الصحيفة وتوجهاتها العامة. وتهدف إلى التأثير في الجمهور (٢٢).

وتبرز وظيفة الصحافة عن طريق العديد من الفنون الصحفية التي تعرض الآراء بشأن مختلف القضايا السياسية والاجتماعية والاقتصادية لجعل الجمهور يتبنى وجهة نظر معينة تخدم النظم السياسية والاجتماعية كما تتصل هذه الفنون بالتواريخ والأحداث والمناسبات التي تترك أثرها لدى الجمهور (٢٣).

ويجد البعض أن وسائل الإعلام بشكل عام ومن خلال أدائها لوظائفها فانها تلبي الاحتياجات والمتطلبات الفردية والجماعية بما يؤدي إلى تحقيق الاستقرار (٢٤).

وقد يختلف مع هذا الرأي من يرى بأن عمل وسائل الإعلام قد يؤدي أحيانا إلى خلق اختلال وظيفي في المجتمع ويساهم في اضطرابه بدلا من استقراره. إلا أن أصحاب هذا الرأي لا يصمدون أمام اجماع الآراء التي تؤكد أهمية وسائل الإعلام ودورها في البناء والتنمية بالشكل الذي يمنحها دورا ايجابيا بناء يلبي حاجات الجمهور المتلقي ويحقق له اشباعا متنوعة عن طريق التعرض لهذه الوسائل وبما يتفق مع وجود مجموعة من الحاجات لها جذور في الخصائص السيكولوجية للأفراد ضمن السياق الاجتماعي الذي يعيشون فيه. وهذه الحاجات تمثل دافعا للأفراد لانتهاج سلوكيات اتصالية في التفاعل مع وسائل الإعلام من أجل اشباعها (٢٥).

وهنا لا بد من الإشارة إلى أن هناك من يرى، أن المدخل الوظيفي في دراسة وسائل الإعلام يواجه العديد من الصعوبات أولها ذلك التداخل في معنى كلمة (الوظيفة) فكما يقول دينيس ماكويل «أن هذا المصطلح يمكن أن يستخدم بمعنى هدف أو بمعنى نتيجة أو بمعنى مطلب أساس أو التوقع - وإذا طبق هذا المصطلح على الاتصال الجماهيري مثلا، فإن الوظيفة الاخبارية يمكن أن تشير إلى ثلاثة أمور منفصلة، فإذا قلنا أن وسائل الإعلام تحاول إحاطة الناس علما بأحداث الحياة من حولهم، فالوظيفة هنا بمعنى (الهدف) أو الغرض. وإذا قلنا أن الناس يتعلمون من وسائل الإعلام، فالوظيفة هنا بمعنى (النتيجة).. وهكذا فأن مصطلح الوظيفة يمكن أن يأخذ معاني عدة، والأمر يتوقف على الزاوية التي ننظر منها إلى هذا المصطلح (٢٦).

وعلى الرغم من الانتقادات التي وجهت إلى المدخل الوظيفي لوسائل الإعلام بوجه عام، «فأن صلاح هذا المدخل في دراسة وسائل الاتصال الجماهيري ما تزال قائمة إذ أنه يقدم مجالا لدراسة العلاقة بين وسائل الإعلام والمجتمع. ويقدم العديد من المفاهيم التي يصعب التخلي عنها. حيث أنه يساعدنا على وصف الأنشطة الأساسية التي تقوم بها وسائل الإعلام من حيث علاقتها بالعمليات الاجتماعية والبناء الاجتماعي» (٢٧).

التنوع والتداخل

في الوقت الذي يحدد فيه الباحثون مجموعة من الوظائف التي تؤديها وسائل الإعلام، غير أن هناك من يرى أن هذه الوظائف لا يمكن تحديدها أو حصرها بسبب نموها وتزايدها وفقا لتعدد المراحل التاريخية التي يمر بها المجتمع. إذ تضيف كل مرحلة تاريخية جديدة وظائف جديدة للصحافة لتلبي حاجات التطور. ويشير إلى اختلاف الوظائف وتنوعها من مجتمع إلى آخر باختلاف النظام السياسي أو باختلاف درجة التقدم الحضاري للمجتمعات (٢٨).

ويعدم ذلك الرأي القول بأن ممارسة وظائف الإعلام في المجتمعات النامية تختلف عنها في المجتمعات المتقدمة. فوسائل الإعلام في المجتمع النامي لا تستطيع أن تُعلِّم أو تُوجه أو تُسلي فقط. فقد ينطوي الإعلام على التوجيه ويحتوي التعليم على التسلية، وكذلك التسلية قد تُخبر وتُعلِّم. ولذلك فالتفرقة غير واقعية عند الممارسة الفعلية لهذه الوظائف (٢٩).

فهناك تداخل بين الترفيه والتعليم والثقيف. فأصبح التعليم والثقيف يقدمان عبر شاشات التلفزيون في قالب ترفيهي يشجع المشاهد على اللحاق بالبرامج من خلال هاتفه أو التصفح عبر شبكة الانترنت (٣٠).

وأصبح من الصعب الفصل بين الترفيه والثقافة. إذ يقدمان عبر وسائل الاتصال في قالب ترفيهي ومسلٍ. وهذا أدى إلى دمج الوظيفتين الترفيهية والثقافية (٣١). أما علاقة الترفيه والتعليم تتضح في أن ما يتعلمه الفرد من التلفزيون يكون بمثابة كسب يأتي عن طريق البرامج المعدة للترفيه (٣٢). وتداخل الوظيفة الترفيهية والإعلان، إذ تتحقق الوظيفة الترفيهية في الإعلان بشكل عرضي وهو ما أثبتته العديد من الدراسات والبحوث الإعلامية. فالإعلان يقدم نوعاً من التسلية للمشاهدين لا تخلو من الفائدة (٣٣).

وقد تشارك الوظيفة الترفيهية الوظائف الأخرى في غاياتها. فهي وظيفة إخبارية وثقافية وتعليمية وتنموية. ولكن في قالب طريف ومستتر وغير مباشر تستغل فيها ساعات الفراغ (٣٤). ويندرج تحت هذه الوظيفة، التنفيس عن الجمهور وإلهائه وابعاده عن الهموم والمشكلات فضلاً عن توفير المتعة والتسلية حينما تحقق له فرصة الهروب من ضغوط الحياة اليومية (٣٥). وتوصف الوظيفة الترفيهية بأنها نشاط يسلي ويضحك ويلهي ويلفت انتباه الآخرين، كما يحقق نوعاً من الاسترخاء والرضا والتوازن النفسي (٣٦).

وقد يجد المتلقي اليوم هذا التداخل بين الوظائف جلياً وقد يغلب التداخل بين الوظائف الأخرى والوظيفة الترفيهية إلى الحد الذي أثار بعض الباحثين فراحوا يتهمون وسائل الإعلام بـ«تكريس التهاية والسطحية والضحالة عبر تركيزها على الترفيه مقابل الثقيف وبناء الوعي» (٣٧). وربط بعضهم بين النموذج التجاري الذي تسوق له الصحف وبين المصير الذي ينتظر مستقبل الصحافة. لا سيما في سياق الاشارات التي تناولها الباحث الفرنسي (فيليب مير) وهو أحد الباحثين الذي درسوا مستقبل المروئية في الصحافة المطبوعة في الولايات المتحدة الأمريكية وقد تنبأ بسقوط الجريدة ونهايتها مستنداً إلى انخفاض أرقام التوزيع للصحف. وتوقع أن تسقط الجريدة في العام ٢٠٤٣ م. لكنه رغم هذا التوقع رأى أن هناك فرصة مؤقتة أمام الصحف لإنقاذ ذاتها إذا اعتمدت النموذج الاقتصادي الذي يركز على وظيفة المسؤولية الاجتماعية للصحافة والتي يجب أن تكون المنتج الأساس للصحافة. أي أن نموذج التأثير أو النفوذ هو الذي يجب أن تسوق له الصحافة وليس النموذج التجاري (٣٨).

وهو هنا يحاول أن يربط بين النموذج التجاري المتعلق بالإعلان متمزجاً بالتسلية والترفيه. ويعزز ذلك الرأي. الدعوات التي راحت تطالب وسائل الإعلام بضرورة إحداث نوع من التوازن بين وظائف الإعلام بالشكل الذي لا يغلب وظيفة على أخرى. لا سيما الوظيفة الترفيهية (٣٩).

إن هذه الوظائف بكل تعددها وتنوعها إنما تحقق إشباعاً لحاجات الجمهور، ومن ثم من غير السليم أن تغرق وسائل الإعلام جمهورها بالبرامج الترفيهية بالشكل الذي يخلق ثقافة سطحية مبتعدة عن تلبية الحاجات الأخرى التي توفرها الوظائف الإعلامية والتي تعد من صلب مهامها الأساسية والمعبر الحقيقي عن عن مسؤوليتها الاجتماعية تجاه جمهورها، خاصة وأن المسؤولية الاجتماعية تلزم وسائل الإعلام بإمداد الجمهور بالمعلومات وبذل الجهد لعدم الإساءة للأفراد، وإعلام المواطنين بما تفعله الحكومة والقوى السياسية الأخرى بحيث تغدو جزءاً متكاملًا من العملية السياسية وهو ما يعرف بالوظيفة الرقابية، وكذلك إتاحة الفرصة لعرض الأفكار والآراء ومناقشتها لتكون منتدى للأفكار، فضلاً عن خدمة ضخ المعلومات المتوازنة والدقيقة وتقديم خدمة التعريف بالسلع والخدمات (٤٠).

وعلى الرغم من أن معظم الكتاب والباحثين أجمعوا على وظائف معينة عدوها الوظائف الأساسية لوسائل الإعلام، لكن ذلك لم يمنع البعض من الإشارة إلى أن هذه الوظائف الأساسية تتضمن وظائف فرعية متعددة، فوظيفة الإعلام تتضمن كما ذهب إليه (شرام) وظائف فرعية مثل توسيع الآفاق ورفع مستوى التطلعات، وممارسة هذه الوظائف الفرعية لا تكون بدرجة واحدة، وإنما تختلف وفقاً لمستوى التحضر أو اختلاف فئات الجمهور (٤١).

وقد اجتهد الباحثون في تحديد وظائف الإعلام رئيسة وفرعية الأمر الذي وضعنا أمام عشرات الوظائف التي تعبر عن فهم كل منهم ووجهة نظره، فضلاً عن الاتفاق على الوظائف الرئيسية أو الأساسية التي ما زالت حتى اليوم تعتمد كأساس وظيفي لوسائل الإعلام، فإن وظائف وجدت طريقها إلى كتب الباحثين اتفقوا على بعضها واختلفوا على بعضها الآخر، وهو ما حتم التعدد والتنوع والتداخل أحياناً.

ولا بد من القول أن بعض هذه الوظائف المذكورة كانت نتائج وليست وظائف «فالاقناع وتوسيع الآفاق ورفع مستوى التطلعات واتخاذ القرارات وفهم ما يحيط بالفرد من ظواهر وأحداث وتعلم المهارات الجديدة» (٤٢) كلها نتائج لوظيفة الإخبار أو توفير المعلومات.

ويمكن تحديد وظائف الإعلام على وفق رؤية (شرام) في «الاقناع وتوسيع الآفاق ورفع مستوى التطلعات واتخاذ القرارات وفهم ما يحيط بالمجتمع من ظواهر وأحداث والحصول على معلومات جديدة وتعلم مهارات جديدة وتركيز الاهتمام» (٤٣).

في حين حددها (بيير ألبير) بوظيفتين هما «العلاج النفسي والاندماج الاجتماعي للفرد داخل الهيكل الاجتماعي» (٤٤).

أما (حجاب) فيرى أنها «التفسير والتوضيح وتهيئة المناخ الملائم للتنمية ونشر الأفكار المستحدثة وتوفير منتدى للمناقشة ووضع القرار والرقابة على المجتمع وخلق المثل الاجتماعي والتنشئة الاجتماعية وقيادة التغيير الاجتماعي وغرس الرغبة في التغيير وغرس الشعور بالانتماء للوطن» (٤٥).

بينما حددها (سعاد جبر) بـ «الاتصال الاجتماعي والعلاقات البينية والرقابة والوظيفة التنموية والتنشئة الاجتماعية والاستثمار التقني للتكنولوجيا الحديثة» (٤٦).

وهناك من يراها بأنها «الاستطلاع ورقابة البيئة والخدمات العامة والشرح والتفسير والتحليل وتوثيق الأحداث وتكوين الرأي العام والرقابة على المؤسسات الاجتماعية وتحقيق التماسك الوطني...» (٤٧).

ويشير إليها (عبد القادر) بأنها تتمثل في «خدمة النظام السياسي وخدمة النظام الاقتصادي وخدمة النظام الاجتماعي وخدمة النظام الدولي» (٤٨). ويضيف عليها (النكلاوي)، «الدعوة والتبشير ومقاومة الشائعات والقضاء عليها وإبراز الشخصية القومية وإيمائها وضبط اتجاه الرأي العام» (٤٩).

ويتفق لازويل ورايت ودي فليز على أنها «مراقبة البيئة والترابط ونقل التراث الاجتماعي» (٥٠). ويضيف ميرتون ولازرسفيلد، «التشاور وفرض المعايير الاجتماعية وتخفيف الاحساس بالاختلال الوظيفي» (٥١).

ويشير (الموسى) إلى أنها تتمثل في «التنشئة الاجتماعية والحفز والمناقشة والحوار والتقارب الاجتماعي» (٥٢).

ويرى (بيرلسون) أنها «تفسير الشؤون العامة واعطاء المكانة الاجتماعية وتحقيق التواصل الاجتماعي» (٥٣).

ولا يتعد (الحكيم) عن من سبقوه إذ يحددها بـ «تنمية العلاقات الانسانية وزيادة التماسك الاجتماعي» (٥٤).

ويتفق (الساري) مع من قالوا أنها «وظيفة الاستطلاع ومراقبة البيئة والخدمات العامة وتوثيق الأحداث وتكوين الرأي العام» (٥٥).

ويعبر عنها (خوري) بـ «التنشئة الاجتماعية وخلق الدوافع والحوار والنقاش والتربية والتكامل» (٥٦). أما (الشهاب) فيضيف إليها «الوظيفة السيكلوجية وبث قيم التوحد والانسجام الاجتماعي» (٥٧).

ويضيف (الضبيح)، «الرصد والتقييم والمتابعة والتفسير والتوضيح وتنمية الوعي واكتشاف المهارات فضلا عن الوظائف الأخرى» (٥٨).

ويحددها (السيد) بـ «الوظائف الاجتماعية والتنموية والتربوية والديمقراطية والخدمات العامة» (٥٩).

ولو تفحصنا هذا التعدد والتنوع والتفرع لوظائف الصحافة لوجدنا أنها لم تبعد كثيرا عن الوظائف الأساسية التي أشار إليها الباحثون والتي ما زالت تمثل الأساس الوظيفي لوسائل الإعلام والمتمثلة في:

أولا: الوظيفة الإخبارية

ثانيا: وظيفة الإرشاد والتوجيه

ثالثا: وظيفة التعليم

رابعا: وظيفة التثقيف وتكوين الرأي العام

خامسا: وظيفة التسلية والإمتاع والترفيه

سادسا: وظيفة التسويق والإعلان

وهذه الوظائف سيتم التطرق إليها بإيجاز لتوضيح الصورة واكمال المشهد مع الإشارة إلى أهم المصادر التي حددتها.

الوظائف الأساسية للصحافة(*):

أولاً: الوظيفة الإخبارية/ الإعلام:

وتتمثل هذه الوظيفة في نشر المعلومات الخاصة بالوقائع والأحداث التي تقع داخل المجتمع وخارجه، وتحديد اتجاهات القوى الفاعلة والعلاقات بينها، وتسهيل عملية التحديق والتقويم عن طريق التعرف على المستجدات في التجارب الأخرى(١٠).

ويعود ذلك إلى أن الصحافة أول ما نشأت كانت تؤدي وظيفة أساسية واحدة هي نشر الأخبار، ثم تعددت وتنوعت وظائفها بعد ذلك نتيجة تطور المجتمعات وبروز الحاجة إلى وظائف جديدة سعت وسائل الإعلام إلى تأديتها(١١).

ثانياً: وظيفة التوجيه والإرشاد والتوعية:

وتتركز هذه الوظيفة في التوجيه وتكوين المواقف والاتجاهات عن طريق اهتمامها بتشجيع الحوار والنقد ونشر الرأي والرأي الآخر والاستعانة بأصحاب الفكر والرأي لإثراء الحياة الفكرية بالنقاش الواسع المثمر، وبخاصة إذا كانت القضايا موضع البحث ذات صلة وثيقة بالمسائل المحورية في حياة المجتمع(١٢).

ولا تنحصر هذه الوظيفة في اكساب الجمهور اتجاهات جديدة أو تعديل اتجاهات قديمة، بل تعمل أيضاً على تثبيت الاتجاهات التقليدية المرغوبة عن طريق تكرار هذه الاتجاهات مضمرة أو صريحة(١٣).

ثالثاً: وظيفة التعليم:

تؤدي وسائل الإعلام وظيفة التعليم للمجتمع والأفراد بما يغذي البعد الفكري والوجداني والقيمي والاجتماعي ويثري شخصيته في الحياة، إما في إطار المؤسسات التعليمية الرسمية وعبر نشاطات تعليمية معينة أو تقدم له ذلك في إطار حقائب تعليمية أو المادة التعليمية الألكترونية في إطار التعليم غير الرسمي. ويتضح ذلك مؤخراً في مجال الإعلام التربوي ودور الإعلام وأدواته الحديثة في العملية التربوية بالشكل الذي جعله شريكاً في العملية التعليمية عن طريق توظيف تكنولوجيا المعلومات لصالح التربية والتعليم(١٤).

رابعاً: وظيفة التثقيف:

تمارس وسائل الإعلام دوراً واضحاً في التثقيف عن طريق زيادة ثقافة الفرد ويحدث ذلك في الإطار الاجتماعي للفرد سواء كان ذلك بشكل عفوي وعارض أم بشكل مخطط ومقصود. ويتم التثقيف عن طريق تقديم معلومات وأفكار وصور وآراء، والتثقيف العفوي يحدث عند مصادفة الفرد لصحيفة ما تحمل معلومات أو أفكار يتعرض لها فتعلق في ذاكرته. أما التثقيف المقصود فيتمثل في البرامج والمخططات والحملات التي يتعرض لها الفرد عن طريق الدورات أو حلقات الإرشاد أو البرامج المتخصصة(١٥).

خامسا: وظيفة الترفيه والتسلية:

لا تقل وظيفة الترفيه أهمية عن بقية الوظائف، بل هي من أقدم الوظائف التي عرفها الإنسان. لعدم قدرة المرء على العيش في حياة كلها عمل جاد، دون أن يجد ما يخفف عنه متاعبه. ولقد أدركت وسائل الإعلام أهمية هذه الوظيفة، فتركزت مساحات واسعة للترفيه والتسلية لتحقيق الاشباع السايكولوجية والاجتماعية وإزالة التوتر وضغوطات الحياة عن الفرد. وتقوم وسائل الإعلام بمهمة ملء الفراغ لدى الجمهور بما هو مُسلٍّ ومُرفِّه مثل أبواب التسلية في الصحافة والبرامج الكوميديية في التلفزيون. وقد تحمل برامج الترفيه مضامين هادفة تدعو عن طريقها إلى مواقف وأفكار وآراء داعمة لآجهاات جادة ومهمة لكنها تقدم بقالب مسلي وكوميدي(١٦).

سادسا: وظيفة الإعلان والتسويق:

لم يتحول الإعلان إلى وظيفة من وظائف الصحافة إلا بعد مدة طويلة على نشأة الصحافة. إذ لم تستعمل كلمة (إعلان) إلا في منتصف القرن السابع عشر الميلادي. وكان فرض الضرائب سببا في تأخر نشر الإعلانات في الصحف. واليوم أصبح لا غنى لأية وسيلة إعلامية عن نشر الإعلان لأنه يمثل المورد الرئيس لها. وانعكس ذلك على ديمومتها وتطورها. ولقد أدت الثورة الصناعية دورا في اتساع مساحة الإعلان في الصحافة بسبب زيادة الانتاج وهو ما استدعى زيادة الإعلانات للمساعدة في تصريف البضائع أو الانتاج الفائض. وساعدت إيرادات الإعلان الصحف في تخفيض سعرها الذي أدى بدوره إلى زيادة مبيعاتها وأصبحت في متناول الجميع. وبعد الإعلان اليوم الوظيفة الأبرز في وسائل الإعلام حتى بات ينافس الوظائف الأخرى ويتدافع معها على صفحات الصحف أو شاشات التلفزيون(١٧).

وعن طريق ما تقدم من تحديد لأهم الوظائف الإعلامية يمكن القول أن هذه الوظائف الرئيسية تمثل مجمل ما اتفق عليه الباحثون الإعلاميون فضلا عن ما تم ذكره في مدخل البحث من وظائف فرعية مثلت إما امتدادات لهذه الوظائف أو فروعاً أحدثتها الحاجة المستمرة للمجتمع لغرض اشباعها لاسيما في ظل التنوع والتعدد والتطور الذي وسم العصر الحديث. لذلك كان لا بد من اتخاذ هذه الوظائف الرئيسية مركزاً لبحثنا لغرض مسح الصحف موضوع الدراسة ومتابعتها لمعرفة مدى التزامها بمسؤوليتها الاجتماعية إزاء القراء عن طريق تأدية هذه الوظائف. وكيف تعاملت هذه الصحف مع موضوعة التوازن في أداء وظائفها وهو محور تساؤلات البحث.

عرض نتائج التحليل وتفسيرها**التحليل في جريدة الزمان**

لدى تحليل الموضوعات المنشورة في جريدة الزمان لغرض الوقوف على الوظائف التي تؤديها، تبين أن الجريدة وضعت جلَّ اهتمامها بالجانب الاخباري. فقد احتلت الوظيفة الاخبارية المرتبة الأولى محققة عدد تكرارات بلغ (١٤٧١) تكرارا وبنسبة مئوية قدرها (٥٣,٥٥ ٪) من مجموع تكرارات ونسب الموضوعات المنشورة.

في حين جاءت الوظيفة التثقيفية بالمرتبة الثانية، فقد بلغ عدد تكراراتها (٦٦٩) وكانت نسبتها

المئوية (٢٤,٣٥٪).
بينما ظهرت وظيفة التوعية بالمرتبة الثالثة محققة عدد تكرارات بلغ (٣٥٦) تكرارا وبنسبة مئوية قدرها (١٢,٩٦٪).
وجاءت وظيفة الإعلان في المرتبة الرابعة وبلغ مجموع تكراراتها (٢٢٠) تكرارا وبنسبة مئوية قدرها (٨,٠١٪).
أما وظيفة الترفيه فقد حازت على (٢٨) تكرارا وبنسبة مئوية قدرها (١,٠٢٪) وكانت في المرتبة الخامسة.
ولم تحصل الوظيفة التعليمية الا على المرتبة السادسة والاخيرة . إذ لم تتعد نسبتها (٠,١١٪) وبواقع ثلاثة تكرارات طوال مدة البحث.

جدول رقم (١) يبين مجموع تكرارات ونسب الوظائف في جريدة الزمان

ن	العدد	ك الإخبار	ن	ك التثقيف	ن	ك التوعية	ن	ك الترفيه	ن	ك التعليم	ن	ك الإعلان	ن	المجموع
١	٤٠٨٥-٤٠٨٦	٧٢	٤,٨٩	٢٦	٣,٨٩	١٠	٢,٨١	٢	٧,١٤	—	—	٩	٤,٠٩	
٢	٤٠٨٧	٧٠	٤,٧٦	٢٧	٤,٠٤	٢٧	٧,٥٨	١	٣,٥٧	—	—	٥	٢,٢٧	
٣	٤٠٨٨	٦١	٤,١٥	٢٩	٤,٣٣	١٥	٤,٢١	—	—	—	—	١٥	٦,٨٢	
٤	٤٠٨٩	٧٤	٥,٠٣	٣٩	٥,٨٣	١٢	٣,٣٧	—	—	—	—	١٣	٥,٩١	
٥	٤٠٩٠	٧٠	٤,٧٦	٣٥	٥,٢٣	٥	١,٤٠	٢	٧,١٤	٢	٦٦,٦٧	٩	٤,٠٩	
٦	٤٠٩١	٧٠	٤,٧٦	٢٥	٣,٧٤	٢٥	٧,٠٢	١	٣,٥٧	—	—	١٠	٤,٥٥	
٧	٤٠٩٢	٦٢	٤,٢١	٣١	٤,٦٣	١٤	٣,٩٣	١	٣,٥٧	—	—	١٦	٧,٢٧	
٨	٤٠٩٣	٦٥	٤,٤٢	٣١	٤,٦٣	١٩	٥,٣٤	٢	٧,١٤	١	٣٣,٣٣	١٤	٦,٣٦	
٩	٤٠٩٤-٤٠٩٧	٥٣	٣,٦٠	٣٨	٥,٦٨	٨	٢,٢٥	١	٣,٥٧	—	—	١٨	٨,١٨	
١٠	٤٠٩٨	٦٩	٤,٦٩	٣٣	٤,٩٣	١١	٣,٠٩	١	٣,٥٧	—	—	١٠	٤,٥٥	
١١	٤٠٩٩	٦٦	٤,٤٩	٤٠	٥,٩٨	٧	١,٩٧	٢	٧,١٤	—	—	١٥	٦,٨٢	
١٢	٤١٠٠	٥٤	٣,٦٧	٣٣	٤,٩٣	٢٥	٧,٠٢	١	٣,٥٧	—	—	٥	٢,٢٧	
١٣	٤١٠١	٧١	٤,٨٣	٣٦	٥,٣٨	١٠	٢,٨١	١	٣,٥٧	—	—	٣	١,٣٦	
١٤	٤١٠٢	٧١	٤,٨٣	٣٤	٥,٠٨	١٥	٤,٢١	١	٣,٥٧	—	—	٧	٣,١٨	
١٥	٤١٠٣	٥٩	٤,٠١	٣١	٤,٦٣	١٠	٢,٨١	٤	١٤,٢٩	—	—	١٨	٨,١٨	
١٦	٤١٠٤	٨١	٥,٥١	١٩	٢,٨٤	٢٦	٧,٣٠	١	٣,٥٧	—	—	٣	١,٣٦	
١٧	٤١٠٥	٧٠	٤,٧٦	٢٧	٤,٠٤	١٢	٣,٣٧	١	٣,٥٧	—	—	٨	٣,٦٤	
١٨	٤١٠٦	٧٠	٤,٧٦	٢٥	٣,٧٤	٢٦	٧,٣٠	١	٣,٥٧	—	—	٩	٤,٠٩	
١٩	٤١٠٧	٧٠	٤,٧٦	٣٠	٤,٤٨	١٤	٣,٩٣	٢	٧,١٤	—	—	١٢	٥,٤٥	
٢٠	٤١٠٨	٦٦	٤,٤٩	٢٧	٤,٠٤	٢١	٥,٩٠	١	٣,٥٧	—	—	٥	٢,٢٧	
٢١	٤١٠٩	٦٢	٤,٢١	٢٨	٤,١٩	١٣	٣,٦٥	١	٣,٥٧	—	—	١٠	٤,٥٥	
٢٢	٤١١٠	٦٥	٤,٤٢	٢٥	٣,٧٤	٣١	٨,٧١	١	٣,٥٧	—	—	٦	٢,٧٣	
مجم التكرارات		١٤٧١	١٠٠,٠١	٦٦٩	١٠٠	٣٥٦	٩٩,٩٨	٢٨	٩٩,٩٧	٣	١٠٠	٢٢٠	٩٩,٩٩	٢,٧٤٧
مجم ن		٥٣,٥٥	٢٤,٣٥	١٢,٩٦	١,٠٢	١,٠١	٨,٠١	٠,١١	٠,١١	٠,١١	٠,١١	٠,١١	٠,١١	١,٠٠

ومن خلال الجدول رقم (١) يتبين أن اهتمام جريدة الزمان انصب بنسبة عالية على الوظيفة الاخبارية. ولعل ذلك أمر متوقع من جريدة يومية تهتم بالشؤون العامة والأحداث الجارية. كما أن

الوقائع والمستجدات اليومية في العراق فرضت نفسها على حركة النشر في أغلب وسائل الإعلام الأمر الذي جعل الخبر يحتل المرتبة الأولى. لا سيما في ظل ظروف العراق المعروفة والتي تنسم بالديناميكية وعدم الاستقرار. وبخاصة وأن الخبر من أسرع الفنون الصحفية انتقالاً، بل هو الأساس الذي تبنى عليه الفنون الأخرى كالعمود والمقال والتحقيق وغيرها.

أما الوظيفة التثقيفية فكانت في المرتبة الثانية من حيث التكريس لها في الموضوعات والمقالات والفنون الصحفية والأدبية المختلفة من شعر وقصة؛ وحلت وظيفة التوعية بمرتبة أدنى (ثالثة) ما يعني أن الجريدة كانت معنية ومهتمة أكثر بالقضية التثقيفية منها بقضية التوعية والتوجيه؛ ويلاحظ أن وظيفة الاعلان احتلت المرتبة الرابعة على اعتبار انها تتعلق بالإيرادات والمدخولات التي تسهم بتحقيق الاستقلال الاقتصادي للمؤسسة. كما أن وظيفة الترفيه احتلت المرتبة الخامسة إذ لم تكن موضع اهتمام من قبل الجريدة. وانعدمت أو كادت أن تكون كذلك الوظيفة التعليمية التي احتلت المرتبة الأخيرة على اعتبار أن هناك قنوات أخرى معنية بقضية التعليم. كالمؤسسات التعليمية والتربوية والقنوات التلفزيونية المتخصصة وبعض البرامج الإذاعية.

التحليل في جريدة المدى

ويتبين عن طريق البحث والتحليل للمادة الصحفية المنشورة في جريدة المدى أن وظيفة الإخبار حلت بنفس المرتبة من الإهتمام. إذ رعت المدى الوظيفة الإخبارية فكانت على رأس الوظائف الأخرى وجاءت في المرتبة الأولى وحصلت على (١٤٠٣) تكرارا وبنسبة مئوية قدرها (٥٩,٦٥٪). وجاءت وظيفة التثقيف في المرتبة الثانية وبلغ مجموع تكراراتها (٤١٣) تكرارا وبنسبة مئوية قدرها (١٧,٥٦٪).

وكانت في المرتبة الثالثة الوظيفة التوعوية التي بلغ عدد تكراراتها (٣٦٣) تكرارا وبنسبة مئوية قدرها (١٥,٤٣٪).

وحلت وظيفة الإعلان في المرتبة الرابعة محققة (١٤٣) تكرارا وبنسبة قدرها (٦,٠٨٪). أما وظيفة الترفيه فجاءت في المرتبة الخامسة وحصلت على (٣٠) تكرارا وبنسبة قدرها (١,٢٨٪). بينما لم تحصل الوظيفة التعليمية على أية نسبة تذكر.

جدول رقم (٢) يبين مجموع تكرارات ونسب الوظائف في جريدة المدى

ن	العدد	ك الأخبار	ن	ك التثقيف	ن	ك التوعية	ن	ك الترفيه	ن	ك التعليم	ن	ك الإعلان	ن	المجموع
١	٢٣٥١	٥٦	٣,٩٩	٢٣	٥,٥٧	١٠	٢,٧٥	٢	٦,٦٧	—	—	٦	٤,٢٠	
٢	٢٣٥٢	٥٦	٣,٩٩	٢٤	٥,٨١	١٤	٣,٨٦	١	٣,٣٣	—	—	٥	٣,٥٠	
٣	٢٣٥٣	٧١	٥,٠٦	٢١	٥,٠٨	١٠	٢,٧٥	١	٣,٣٣	—	—	٩	٦,٢٩	
٤	٢٣٥٤	٧٣	٥,٢٠	٢٢	٥,٣٣	٢٧	٧,٤٤	٢	٦,٦٧	—	—	٥	٣,٥٠	
٥	٢٣٥٦	٧٠	٤,٩٩	٢١	٥,٠٨	٤	١,١٠	١	٣,٣٣	—	—	٢	١,٤٠	
٦	٢٣٥٧	٤٣	٣,٠٦	١٨	٤,٣٦	٢٩	٧,٩٩	١	٣,٣٣	—	—	٧	٤,٨٩	
٧	٢٣٥٨	٧٨	٥,٥٦	١٧	٤,١٢	١١	٣,٠٣	٢	٦,٦٧	—	—	٥	٣,٥٠	
٨	٢٣٥٩	٧٦	٥,٤٢	١٦	٣,٨٧	٢٨	٧,٧١	١	٣,٣٣	—	—	١٠	٦,٩٩	
٩	٢٣٦٠	٦٥	٤,٦٣	٢٢	٥,٣٣	١٠	٢,٧٥	—	—	—	—	١٢	٨,٣٩	
١٠	٢٣٦٥	٨٢	٥,٨٤	١٦	٣,٨٧	١٤	٣,٨٦	١	٣,٣٣	—	—	٤	٢,٨٠	
١١	٢٣٦٦	٥٩	٤,٢١	١٩	٤,٦٠	١٧	٤,٦٨	٢	٦,٦٧	—	—	٥	٣,٥٠	
١٢	٢٣٦٧	٧٢	٥,١٣	٢٢	٥,٣٣	١٠	٢,٧٥	١	٣,٣٣	—	—	٤	٢,٨٠	
١٣	٢٣٦٨	٦٠	٤,٢٨	٨	١,٤٩	١١	٣,٠٣	٢	٦,٦٧	—	—	١٠	٦,٩٩	
١٤	٢٣٧٠	٦٢	٤,٤٢	١٧	٤,١٢	١٤	٣,٨٦	١	٣,٣٣	—	—	٧	٤,٨٩	
١٥	٢٣٧١	٥٧	٤,٠٦	١٩	٤,٦٠	٢٥	٦,٨٩	١	٣,٣٣	—	—	٧	٤,٨٩	
١٦	٢٣٧٢	٤٠	٢,٨٥	١٦	٣,٨٧	٨	٢,٢٠	٢	٦,٦٧	—	—	٩	٦,٢٩	
١٧	٢٣٧٣	٧٦	٥,٤٢	١٢	٢,٩١	١٨	٤,٩٦	١	٣,٣٣	—	—	٧	٤,٨٩	
١٨	٢٣٧٤	٥٩	٤,٢١	١٨	٤,٣٦	٩	٢,٤٨	١	٣,٣٣	—	—	٨	٥,٥٩	
١٩	٢٣٧٥	٣٧	٢,٦٤	١٥	٣,٦٣	١٨	٤,٩٦	١	٣,٣٣	—	—	٨	٥,٥٩	
٢٠	٢٣٧٧	٥٦	٣,٩٩	٢١	٥,٠٨	١٦	٤,٤١	١	٣,٣٣	—	—	٣	٢,١٠	
٢١	٢٣٧٨	٤٦	٣,٢٨	١٣	٣,١٥	٢٧	٧,٤٤	٢	٦,٦٧	—	—	٤	٢,٨٠	
٢٢	٢٣٧٩	٦٦	٤,٧٠	١٥	٣,٦٣	١٥	٤,١٣	٢	٦,٦٧	—	—	٣	٢,١٠	
٢٣	٢٣٨٠	٤٣	٣,٠٦	١٨	٤,٣٦	١٨	٤,٩٦	١	٣,٣٣	—	—	٣	٢,١٠	
مجم التكرارات														
١٤٠٣														
٩٩,٩٩%														
٤١٣														
١٠٠%														
٣٦٣														
٩٩,٩٩%														
٣٠														
١,٢٨														
١٥,٤٣														
١٧,٥٦														
٥٩,٦٥														
مجم ن														
١٠٠%														
٦,٠٨														
١٠٠%														

وبلاحظ أن جريدة المدى عنت بالوظيفة الإخبارية بشكل خاص كما فعلت (الزمان) ما يدل على أن الصحافة معنية بموضوعة الإخبار وتوصيل المعلومات إلى المتلقي أكثر من باقي الوظائف المتمثلة بالثقيف والتوعية والترفيه. كما أن الجريدة لم تنشغل بالوظيفة التعليمية وعدتها هدفاً غير أساس للصحافة ويمكن أن تنهض بهذه الوظيفة مؤسسات أخرى؛ أما وظيفة الإعلان وكما هو الحال في (الزمان) فقد أولته المدى اهتمامها لنفس الإعتبارات المتمثلة بمحاولة الصحافة والإعلام بوجه عام تحقيق الإستقلال المالي والإقتصادي للمؤسسة.

نتائج البحث وتحليل البيانات

عن طريق مقارنة منهجية بين الجريدتين (الزمان والمدى) فأن نتائج البحث الحالي تشير إلى تفوق وظيفة الإخبار على باقي وظائف الصحافة في كلتا الجريدتين. إذ بلغت نسبتها في جريدة الزمان (٥٣,٥٥٪)، تقابلها نسبة مقاربة في جريدة المدى بلغت (٥٩,٦٥٪). وجاءت وظيفة التثقيف في المرتبة الثانية في كلتا الجريدتين. إذ بلغ حجم الموضوعات والمقالات والمواد الصحفية التي كرست لهذه الوظيفة ما نسبته (٢٤,٣٥٪) في جريدة الزمان. وبنسبة أقل في جريدة المدى بلغت (١٧,٥٦٪). وحلت وظيفة التوعية في المرتبة الثالثة في كلتا الجريدتين بنسبة (١٢,٩٦٪) في جريدة الزمان و (١٥,٤٣٪) في جريدة المدى. وجاءت وظيفة الإعلان في المرتبة الرابعة في كلتا الجريدتين وقد بلغت نسبته (٨,٠١٪) في جريدة الزمان و (٦,٠٨٪) في جريدة المدى. أما وظيفة الترفيه فلم يكن لها مكان واهراً في كلتا الجريدتين. إذ كان بنسبة (١,٠٢٪) في جريدة الزمان وبنسبة (١,٢٨٪) في المدى وكانت في المرتبة الخامسة. وانعدمت الوظيفة التعليمية أو كادت أن تكون كذلك في جريدة الزمان ولم تتعد نسبتها (٠,١١٪) بينما اختفت نهائياً في جريدة المدى. أنظر الجدول رقم (٣).

ت	الوظيفة	ك الزمان	ن %	ك المدى	ن %	المرتبة
ت	الوظيفة	ك الزمان	ن %	ك المدى	ن %	المرتبة
١	الإخبار	١٤٧١	٥٣,٥٥٪	١٤٠٣	٥٩,٦٥٪	١
٢	التثقيف	٦٦٩	٢٤,٣٥٪	٤١٣	١٧,٥٦٪	٢
٣	التوعية	٣٥٦	١٢,٩٦٪	٣٦٣	١٥,٤٣٪	٣
٤	الإعلان	٢٢٠	٨,٠١٪	١٣٤	٦,٠٨٪	٤
٥	الترفيه	٢٨	١,٠٢٪	٣٠	١,٢٨٪	٥
٦	التعليم	٣	٠,١١٪	—	—	٦
	المجموع	٢,٧٤٧	١٠٠٪	٢,٣٥٢	١٠٠٪	

جدول رقم (٣) يبين مراتب ونسب الوظائف في كل من جريدتي الزمان والمدى إن تفوق وظيفة الإخبار على باقي وظائف الصحافة في كلتا الجريدتين يحمل دلالة على اهتمام

الصحافة وتكريسها القدر الأكبر من مساحاتها لهذه الوظيفة وعدّها الوظيفة الأساس التي تخدمها؛ ونلمس في هذا الموضع تناظرا وظيفيا بين الجريدتين من حيث إيلاؤهما القدر نفسه من الإهتمام لوظيفة الإخبار، وكما هو مبين في الجدول رقم (٣).

كما أن ظهور الوظيفة الثقافية كثاني وظيفة في كلتا الجريدتين بعد وظيفة الإخبار والتي تركز لها الصحيفتان مختلف الفنون الصحفية؛ ما يعني أن الجريدتين تجدان أن المهمة الثقافية هي ثاني المهام التي على الصحافة النهوض بمسؤوليتها. وما يعني أيضا أن هناك تناظرا بين الجريدتين من حيث عنايتهما بهذه الوظيفة.

ومرة أخرى يظهر التناظر الوظيفي من حيث الموضوع. ومدى الإهتمام الذي توليه الجريدتان للوظيفة التوعوية التي جاءت في المرتبة الثالثة. ما يعني أن الجريدتين الزمان والمدي. تجدان أن مسؤولية الصحافة في موضوعة التوعية تأتي بمرتبة وتوجه أقل من المهمة الثقافية.

أما وظيفة الإعلان فقد جاءت في المرتبة الرابعة في كلتا الجريدتين. نظرا لما يمثله الإعلان من أهمية في رفد الصحافة والإعلام بإيرادات ومدخولات تعمل على تأمين الإستقلال الإقتصادي للمؤسسات الإعلامية والصحفية وجعلها في منأى عن الضغوط التي قد تتعرض لها من قبل جهات مختلفة.

ومن اللافت أن الجريدتين لم تعنيا كثيرا بوظيفة الترفيه التي جاءت في خامس مرتبة بين وظائف الصحافة ما يعني أن الصحافة بوجه عام والجريدتين بشكل خاص لم تكن معنية بقضية الترفيه والتي يمكن أن تركز لخدمتها وسائل إعلام أخرى كالتلفزيون والراديو. كما يلاحظ أن السمة الإخبارية والثقافية قد غلبت على كلتا الجريدتين وبذلك تفوقت هتان الوظيفتان على بقية الوظائف ما يعني وجود تفاوت في التوزيع الوظيفي من حيث تركيز الجريدتين على وظائف معينة تمثلت بوظيفتي الإخبار والتثقيف على حساب وظائف الصحافة والإعلام الأخرى. ما يعني بشكل ما الإفتقار إلى التوازن الوظيفي العام مع المحافظة على التناظر الخاص لدى الجريدتين إزاء اهتمامهما المشترك بالنوع الوظيفي؛ وهذا ما يمكن ملاحظته أيضا على الوظيفة التعليمية التي انعدمت أو كادت أن تكون كذلك في جريدة الزمان واختفت نهائيا في جريدة المدى. وربما يعود عدم إيلاء هذه الوظيفة قدرا من العناية والإهتمام الى صعوبة نهوض الصحافة المكتوبة بمهمة التعليم. وأن وسائل أخرى كالإذاعة والتلفزيون بوجه خاص يمكن أن تؤدي هذه المهمة بشكل أفضل وأيسر كالبroadcast التعليمية في القنوات التعليمية المتخصصة أو برامج إذاعية كبرنامج تعليم اللغة الإنجليزية في إذاعة BBC. وغيرها من البرامج. كذلك فأن مهمة التعليم عادة ما تنهض بها مؤسسات مجتمعية وظيفتها الأساس هي التعليم كالمؤسسات التربوية والمنظمات التعليمية المتخصصة في مجالات تعليمية بعينها.

ويتضح مما تقدم وعلى ضوء النتائج التي ظهرت في الجداول السابقة أن الجريدتين موضع الدراسة كانتا قد أظهرتا اختلالا وظيفيا واضحا إذ غاب التوازن الوظيفي. وبنات الهوية الكبيرة بين نسبة بروز الوظائف في كل منهما ولعل ذلك يظهر بشكل جلي بين وظيفتي الإخبار والتعليم أو التثقيف والترفيه. وإذا كان هناك من يبرر هذا التفاوت وعدم التوازن في الوظائف فمن المؤكد أن

على القائمين في الاتصال إعادة النظر في أمر التوازن الوظيفي سيما وأن وظائف الصحافة والاعلان بشكل عام يجب أن لا تخضع لرغبة المرسل فحسب وإنما تحكمها حاجة المتلقي وهو ما يعني تلبية رغبات القراء واشباع حاجاتهم. كما أن مقياس النجاح لأية وسيلة إعلامية هو مدى قربها من اهتمامات الجمهور وأن الوظائف التي حددها المختصون في الإعلام لم تأت عبثاً بل جاءت لتتناغم مع حاجات هذا الجمهور الذي يمثل الرصيد الفعلي لأية وسيلة إعلامية. ومن هنا يمكن القول إن التفاوت الواضح في الاهتمام بالوظائف والصحف العراقية يدعو القائمين عليها إلى إعادة النظر في كيفية خلق نوع من التوازن بالشكل الذي لا يدع وظيفة تغطي على بقية الوظائف مهما كانت الظروف والأحوال. والعمل على توزيع الاهتمام بما يقدم خدمة لجمهور القراء عن طريق التنوع الوظيفي سيما وأن المسؤولية الاجتماعية للصحافة تفرض هذا التنوع والتعدد لتقترب الصحافة من أداء مسؤوليتها إزاء الجمهور عن طريق وظائفها.

الاستنتاجات

من خلال النتائج التي افرزتها عملية التحليل يمكن الوقوف على عدة استنتاجات تمثلت في ما يأتي :

- ١- ان التفاوت الواضح والكبير بين الوظائف يمكن ان يكون فرضته حالة غياب الرؤية الشاملة لدور ومسؤولية الصحافة والتي لاتقف عند حدود نشر الاخبار ومتابعتها .
- ٢- غياب التوازن بين الوظائف يؤشر عدم وجود سياسة نشرتهاشى مع حاجات القراء ورغباتهم وسبب ذلك عدم الاعتماد على استطلاع آراء الجمهور ومعرفة تفضيلاتهم .
- ٣- تغيب واهمال بعض الوظائف كالوظيفة التعليمية والترفيهية قد يكون وراءه ان هاتين الوظيفتين تضطلع بهما بعض الوسائل الاعلامية كالقنوات الاذاعية والتلفزيونية بفاعلية اكثر. ولكن ذلك ليعفي الصحافة من ان تاخذ دورها وتمارس مسؤوليتها الاجتماعية ازاء القراء.

الهوامش والمصادر

- ١- كاترين دورين وآخرون. تنظيم وقيادة المجتمعات. ترجمة د. محمد طلعت. القاهرة. مطبعة عيسى. ١٩٦٥، ص ١٥.
- ٢- حميد سالم خلف الجبوري. المسؤولية الاجتماعية لدى أبناء الريف والمدينة. رسالة ماجستير غير منشورة مقدمة الى كلية الآداب/ جامعة بغداد. ١٩٩٦، ص ١٧-١٨.
- ٣- حامد عبد السلام زهران. علم النفس الاجتماعي. ط ٥. القاهرة. عالم الكتب. ١٩٨٤، ص ٢٣٣.
- ٤- حميد سالم خلف الجبوري. م.س.ذ. ص ٢٠.
- ٥- أيمن أحمد جيره. علاقة انتاجية الجماعات الصغيرة بأبعاد عملية الإدراك الاجتماعي. رسالة ماجستير غير منشورة مقدمة الى جامعة الكويت. ١٩٧٩، ص ١١٣.
- ٦- محمد ابراهيم الشافعي. المسؤولية والجزاء في القرآن الكريم. القاهرة. مطبعة السنة المحمدية. ١٩٨٢، ص ٣٩.
- ٧- صاحب عبد مرزوك الجنابي. المسؤولية الاجتماعية وعلاقتها بفاعلية المرشد التربوي في العراق. اطروحة دكتوراه غير منشورة مقدمة الى كلية التربية (ابن رشد) / جامعة بغداد. ١٩٩٨، ص ١٧.
- ٨- د. محمد متولي. د. لطيف عبد القادر. الإعلام وحرية المجتمع. القاهرة. مكتبة نهضة الشرق. ١٩٨٧، ص ٩١.
- ٩- عبد اللطيف حمزة. الإعلام والدعاية. بغداد. مكتبة بغداد. ١٩٦٨، ص ٩٠.
- ١٠- د. محمد متولي و د. لطيف عبد القادر. م.س.ذ. ص ١٠١-١٠٢.
- 11- Harold Evas, «Social Responsibility, London, William- Heinemann L.T.D, 1983, PP. 33-34.
- نقلا عن: حافظ ياسين حميد. المسؤولية الاجتماعية للإعلان في تلفزيون العراق. رسالة دكتوراه غير منشورة مقدمة الى كلية الإعلام/ جامعة بغداد. ٢٠٠٥، ص ٨٨.
- ١٢- د. أحمد بدر. الاتصال الجماهيري والدعاية الدولية. الكويت. دار العلم. ١٩٧٤، ص ٣٥١.
- ١٣- محمد متولي ولطيف عبد القادر. م.س.ذ. ص ١٣٩.
- ١٤- وليم ريفرن. وسائل الإعلام والمجتمع الحديث. ترجمة ابراهيم امام. القاهرة. دار المعرفة. ١٩٧٥، ص ١١١.
- ١٥- عبد اللطيف حمزة. م.س.ذ. ص ١٣٩.
- ١٦- فاروق ابو زيد. النظم الصحفية في الوطن العربي. القاهرة. عالم الكتب. ١٩٨٦، ص ٦.
- ١٧- عزة عبد العزيز. المسؤولية الاجتماعية للصحافة المصرية- دراسة تحليلية لوظائف الصحافة مع التطبيق على صحيفتي الاهرام والاهالي خلال المدة من ١٩٧٨-١٩٨٧. رسالة ماجستير غير منشورة. كلية الآداب بسوهاج/ جامعة اسيوط. ١٩٩٢، ص ٥٠-٥١.
- 18- Brauners Siegmund, The Formation and Development National. (Prague: International Organization Of Journalists 1975) p.107.
- نقلا عن: حافظ ياسين حميد. م.س.ذ. ص ٩٨.
- ١٩- المعجم الوسيط. ابراهيم مصطفى وآخرون. الجزء الاول والثاني. بيروت. دار احياء التراث العربي

- للطباعة والنشر والتوزيع. ٢٠٠٨، ص ٦٢٤.
- ٢٠- معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية، أحمد زكي بدوي، بيروت، مكتبة لبنان، ١٩٧٧، ص ١٧٠.
- ٢١- المصدر نفسه، ص ١٧٠.
- 22- Edwin Emery, Introduction To Mass Communications. New York, 1970, p.202-204.
- ٢٣- سعد مطشر عبد الصاحب، المضامين والاشكال الفنية للبرامج التلفزيونية في تلفزيون العراق والتلفزيون العربي السوري/ دراسة مقارنة، اطروحة دكتوراه غير منشورة مقدمة الى كلية الإعلام/ جامعة بغداد، ٢٠٠٥، ص ١٤٩-١٥٠.
- ٢٤- عمر عناد شلال، الوظيفة السياسية لبرامج (BBC) العربية، برنامج السياسة بين السائل والمجيب، رسالة ماجستير غير منشورة مقدمة الى كلية الإعلام/ جامعة بغداد، ٢٠٠٦، ص ٢٨.
- ٢٥- م. دي فلورس، بال روكاخ، نظريات الإعلام، ترجمة: محمد ناجي، أريد، دار الأمل للنشر والتوزيع، ١٩٩٤، ص ٢٣.
- ٢٦- د. حمدي حسن، الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام، القاهرة، دار الفكر العربي، ١٩٩١، ص ٣٣.
- ٢٧- المصدر نفسه، ص ٣٤.
- ٢٨- د. فاروق ابو زيد، مدخل الى علم الصحافة، القاهرة عالم الكتب، ١٩٨٦، ص ٥٧.
- ٢٩- د. محمد منير حجاب، الإعلام والتنمية الشاملة، ط ٥، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠٠٧، ص ١٤٥.
- ٣٠- محمد محمود وهيب، الإعلام المعاصر، عمان، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، ٢٠٠٧، ص ٣٤.
- ٣١- زين الدين العياضي، وسائل الإعلام والمجتمع - ظلال واضواء، العين، دار الكتاب الجامعي، ٢٠٠٤، ص ١٤١.
- ٣٢- ادب خضور، سوسيولوجيا الترفيه في التلفزيون - الدراما التلفزيون، دمشق، منشورات المكتبة الإعلامية، ١٩٩٧، ص ١١٠.
- ٣٣- تمارا حلمي، المجتمع الحديث والإعلان، لندن، مركز الكتاب العربي، ١٩٩٨، ص ٩٦.
- ٣٤- د. فضيل دليو، الاتصال - مناهجه نظرياته ووسائله، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠٠٣، ص ٧٦.
- ٣٥- محمد عبد القادر، دور الإعلام في التنمية، بغداد، دار الحرية للطباعة، ١٩٨٢، ص ٣٦١.
- ٣٦- محمد عودة، اساليب الاتصال والتغيير الاجتماعي، الكويت، ذات السلاسل للطباعة والنشر، ١٩٨٩، ص ٤٢.
- أنظر ايضاً:
- د. صالح أبو اصبع، الاتصال الجماهيري، عمان، دار الشروق للطباعة والنشر والتوزيع، ١٩٩٩، ص ١٦٥.
- ٣٧- د. سمير محمود، الإعلام العلمي، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠٠٨، ص ١١.
- 38- Meyer Philip, The Vanishing News Paper: Saving Journalism In The Information Age, University Of Missouri Press, 2004.
- نقلا عن: د. علي بن شويبل القرني، الاتجاهات المدنية في الصحافة الدولية - من الصحافة التقليدية

- الى الإعلانات الشخصية، دراسة جامعة الملك سعود، ٢٠٠٨، ص ٦٩.
- ٣٩- صالح ابو اصبح، م.س.ذ، ص ١٦٥.
- ٤٠- موسى علي الشهاب، علم اجتماع الإعلام، الاردن/ عمان، دار اسامة للنشر والتوزيع، ٢٠١١، ص ٤٦-٥٠.
- ٤١- د.محمد منير حجاب، م.س.ذ، ص ١٤٥.
- ٤٢- المصدر السابق، ص ١٣٥.
- ٤٣- المصدر نفسه، ص ١٣٦.
- ٤٤- بيير ألبير، الصحافة، ترجمة: فاطمة عبدالله، القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب/ سلسلة الألف كتاب (الثاني) ٤٤، ١٩٨٧، ص ٣٨-٣٤.
- ٤٥- د.محمد منير حجاب، م.س.ذ، ص ١٤٦.
- ٤٦- سعاد جبر سعيد، سايكولوجية الاتصال الجماهيري، الاردن/ أريد، عالم الكتب الحديث/ جدار، الكتاب العالمي، ٢٠٠٨، ص ٦٩-٦٨.
- ٤٧- أنظر كل من:
- د.محمد منير حجاب، م.س.ذ، ص ١٤٦.
- ميرفت الطرابيشي، مدخل الى الصحافة، القاهرة، دار النهضة العربية، ٢٠٠٥، ص ٩٥-٩٩.
- محمود عبد الله الخوالدة، حسين علي العموش، علم النفس السياسي والإعلامي، الاردن، دار الحامد للنشر والتوزيع، ٢٠٠٨، ص ٢١.
- ٤٨- محمد عبد القادر، دور الإعلام في التنمية، بغداد، منشورات وزارة الثقافة والإعلام، دار الرشيد للنشر، ١٩٨٢، ص ٤٤-٤٦.
- ٤٩- د.محمد منير حجاب، م.س.ذ، ص ١٤٢.
- ٥٠- د.حميد جاعد محسن، الادارة الإعلامية - التطور المفهوم المقومات النماذج، بغداد، دار الشؤون الثقافية العامة، ٢٠٠٨، ص ٦٣.
- أنظر كذلك: د.محمد منير حجاب، م.س.ذ، ص ١٣١-١٣٣.
- مرزوق عبد الحكيم، الإعلانات الصحفية - دراسة في الاستخدامات والاشباعات، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠٠٤، ص ١٠١.
- ٥١- مرزوق عبد الحكيم، م.س.ذ، ص ١٠٢.
- ٥٢- عصام سليمان الموسى، مدخل في الاتصال الجماهيري، ط ٦، الاردن، اثناء للنشر والتوزيع، ٢٠٠٩، ص ١٦٧-١٧٤.
- ٥٣- علي بن محمد المرهون، استخدامات النخبة العمانية للقنوات الفضائية العربية والاجنبية والاشباعات المتحققة، رسالة ماجستير غير منشورة/ معهد البحوث والدراسات العربية، القاهرة، ٢٠٠٧، ص ٧٢.
- ٥٤- فواز منصور الحكيم، سوسيولوجيا الإعلام الجماهيري، الاردن/ عمان، دار اسامة للنشر والتوزيع، ٢٠١٠، ص ٣٢-٣٣.
- ٥٥- د.فؤاد احمد الساري، وسائل الإعلام النشأة والتطور، الاردن/ عمان، دار اسامة للنشر والتوزيع.

- ٢٠١١، ص ٦١-٧١.
- ٥٦- د. نسيم خوري، الإعلام العربي وانهيار السلطات اللغوية، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، ٢٠٠٥، ص ٥٣.
- ٥٧- د. موسى علي الشهاب، علم اجتماع الإعلام، عمان، دار اسامة للنشر والتوزيع، ٢٠١١، ص ٤٦-٥٠.
- ٥٨- رفعت عارف الضبع، الخبر، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠١١، ص ٢٦-٢٨.
- ٥٩- د. محمد منير حجاب، م. س. ذ.، ص ١٤٤.
- (*) - لمعرفة المزيد من الذين أشاروا إلى هذه الوظائف انظر:
- د. عبد الستار جواد، صناعة الاخبار، بغداد، وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، ٢٠٠٠، ص ١٩.
- د. شاهيناز طلعت، وسائل الاعلام والتنمية الاجتماعية، القاهرة، المكتبة الأنجلو المصرية، بلا تاريخ، ص ٢٣.
- د. عبد الجواد سعيد ربيع، فن الخبر الصحفي، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠٠٩، ص ٣١-٣٣.
- د. احمد بخوش، الاتصال والعولة، دراسة سوسيولوجية، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠٠٨، ص ١٤-١٥.
- ٦٠- د. حسن عماد مكاوي، و. د. ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية للكتاب، ٢٠١٠، ص ٧٤.
- ٦١- د. فاروق ابو زيد، مدخل الى علم الصحافة، م. س. ذ.، ص ٧٤.
- ٦٢- سعاد جبر سعيد، م. س. ذ.، ص ٦٩.
- ٦٣- د. محمود عبد الله الخوالدة، حسين علي عموش، م. س. ذ.، ص ٣٦.
- ٦٤- سعاد جبر سعيد، م. س. ذ.، ص ٧٢.
- ٦٥- سامي ذبيان، م. س. ذ.، ص ٥١.
- ٦٦- سعاد جبر سعيد، م. س. ذ.، ص ٧٤.
- ٦٧- فاروق ابو زيد، مدخل الى علم الصحافة، م. س. ذ.، ص ٦٥.

المسؤولية الاجتماعية للصحافة العراقية دراسة في التوازن الوظيفي لجريدتي الزمان، المدى

د. حمدان خضر سالم - د. رواء هادي صالح
كلية الاعلام - جامعة بغداد

المستخلص

تعد نظرية المسؤولية الاجتماعية تهذيباً لنظرية الحرية التي وجد المهتمون انها ذهبت في ممارساتها الى الحد الذي صار يهدد مصالح المجتمع. حتى ان البعض رأى ضرورة ان يضاف الى مبادئ النظام الليبرالي المعاصر مبادئ جديدين مثلاً في وجود التزام ذاتي من جانب الصحافة بمجموعة من المواثيق الاخلاقية التي تستهدف اقامة توازن بين حرية الفرد من ناحية ومصالح المجتمع من ناحية اخرى. اي لابد من وجود «حرية مسؤولية». والمبدأ الآخر ان يكون للصحافة وظيفة اجتماعية متمثلة بتقديم المعلومات والبيانات عن الاحداث بغض النظر عن التأثير الذي تحدثه على القراء.

ويأتي هذا البحث بتناول الجانب المتمثل بمسؤولية الصحافة الاجتماعية لاسيما ما يتعلق بالوظائف التي تؤديها في المجتمع. وانطلاقاً من هذه المسؤولية والدور الذي تلعبه. تم تحديد اثنين من ابرز الصحف العراقية اليومية والتي تجد لها حضوراً واضحاً لدى القراء. فكانت موضوعاً للدراسة من خلال متابعة ما ينشر من مواد مختلفة عبر فترة زمنية مثلت المجال الزمني للبحث.

ولقد حاول البحث الوقوف على الوظائف التي اسهمت هاتين الجريدتين في توفيرهما للقراء. كجزء من مسؤوليتها الاجتماعية. ومن خلال الجداول المرفقة مع البحث يمكن التعرف على ماقدمته صحف الدراسة وفق التسلسل الرتبي للنتائج والتي توضحت مع عرضها وتفسيرها.

كما وقفت الدراسة على التباين والتفاوت في كل من هذه الوظائف حيث اشترت عملية التحليل تفاوتاً واضحاً وصل في بعضها الى حد اهمال بعض الوظائف. وهو ما مثل اخلافاً في التوازن الوظيفي. سيما وان اولى واجبات الصحافة هو تقديم المعلومات المتنوعة وتلبية رغبات القراء واشباع حاجاتهم المختلفة. لقد مثل البحث على الرغم من محدوديته محاولة للوقوف على ابرز الوظائف التي اسهمت في توفيرها صحافتنا. وعدت ذلك بمثابة مقياس او مؤشر لمدى التزام الصحافة بمسؤوليتها الاجتماعية ازاء القراء ومدى قدرتها على خلق نوع من التوازن والتنوع الوظيفي بالشكل الي لا يظهر تفاوتاً بين الوظائف او تفضيلاً لوظيفة دون اخرى.

ويمكن القول ان البحث اعتمد في تحديد الوظائف على ماوفرته المصادر الاعلامية وعلى مااتفقت عليه مصادر عدة. على الرغم من ان البعض راح يعدد وينوع ويفرع الوظائف الى الحد الذي جعلها تتجاوز العشرات ربما. ولكن بعد الاطلاع والتمحيص اتضح ان كل تلك الانواع يمكن اختزالها في الوظائف الرئيسية المذكورة والتي تم التقصي عنها.

ختاماً يمكن القول ان البحث مثل محاولة لدراسة موضوعة اعلامية محلية ميدانية استعانت بلغة الارقام والجداول ولم تكتف بالتناول النظري للمعلومات ويمكن الركون الى نتائجه والبناء عليها في بحوث قادمة.

مقدمة

منذ منتصف القرن الماضي وحتى يومنا هذا ما زال موضوع المسؤولية الاجتماعية يثير الجدل بين الباحثين والإعلاميين مؤسسات وأفراد. وذلك لارتباط المسؤولية بسلوك الأفراد داخل المجتمع ومدى التزامهم بما ينسجم مع قيمه وعاداته وأعرافه. ولم يقف الاهتمام بهذا الأمر عند حدود المجتمعات المتقدمة، بل هي صحيحة انطلقت من تلك المجتمعات ليردها العالم بعدها. وفي مجال الإعلام كانت المسؤولية الاجتماعية رديفا لإخلاقيات المهنة. حتى أن البعض حدد المسؤولية الصحفية عن طريق ربطها بوظائف الصحافة في المجتمع والتي من بينها تزويد المجتمع بتقرير عن الإحداث والوقائع اليومية، والعمل كممبر لتبادل التعليق والنقد وتقديم المعلومات الكاملة عما يجري وتوضيح أهداف المجتمع وقيمه، كذلك توفير التنوع الكمي والنوعي لاشباع حاجات الجمهور.

ولعل هذا البحث يضع مهمة توفير التنوع من خلال وظائف الصحافة لتلبية احتياجات الجمهور مرتكزا أساسيا ينطلق منه لدراسة التوازن الوظيفي، وكيفية ممارسة الصحافة في العراق مسؤوليتها الاجتماعية عن طريق ما تؤديه من وظائف للمتلقي كونها واحدة من أهم الوسائل التي تمثل رافدا للمعلومات والإحداث والآراء ولإفكار، ولإهمية دورها في تشكيل الرأي العام.

مشكلة البحث

يمكن تحديد مشكلة البحث عن طريق التساؤل الرئيس الذي يمكن صوغه بالشكل الآتي: كيف مارست الصحافة العراقية مسؤوليتها الاجتماعية إزاء الجمهور من خلال التنوع الوظيفي؟ وما مدى التوازن الوظيفي الذي وفرته الصحافة للقارئ.

هدف البحث

تمثل هدف البحث في التعرف على الوظائف الصحفية الرئيسة التي قامت بها الصحف (موضوع الدراسة) كجزء من مسؤوليتها الاجتماعية إزاء القراء، وتسلط الضوء على التوازن بين الوظائف ومدى مقدرة الصحافة على التحكم بالتنوع الوظيفي من خلال المادة المنشورة.

منهج البحث

تم استعمال المنهج الوصفي الذي يتماشى مع طبيعة البحث إذ يستهدف وصف موضوع معين كما هو في الواقع من حيث الخصائص العامة والتفصيلية بما تشتمل عليه من متغيرات وعناصر وعلاقات.

مجالات البحث

تمثل المجال الزماني بالمدة من ١-٣١ كانون الثاني لعام ٢٠١٢. فيما كان المجال المكاني الصحافة العراقية متمثلة بصحف بغداد. أما المجال الموضوعي فقد تمثل في جريدتي الزمان والمدي. ويأتي الاختيار لهاتين الجريدتين بسبب من كونهما تصدران عن مؤسسات خاصة، ولها حضورها لدى القارئ، وتوجهاتها العامة مستقلة بمعنى أنها بعيدة عن الولاء الحكومي أو الحزبي. وتصدر هاتان الجريدتان صدورا يوميا منتظما، بـ ٢٠ صفحة.

مجتمع البحث وعينته

تم اعتماد أسلوب الحصر الشامل لجريدتي الزمان والمدي لشهر كانون الثاني من عام ٢٠١٢

فاتضح أن مجموع أعداد جريدة الزمان الصادرة خلال هذا الشهر (٢٣) عددا. ومجموع أعداد جريدة المدى (٢٣) عددا.

ومرد النقص الحاصل في الأعداد يعود إلى احتجاب الجريدتين عن الصدور أيام العطل الأسبوعية (الجمعة). وكذلك عطل المناسبات الدينية التي صدفت في هذا الشهر. وقد تم تقسيم البحث إلى إطار نظري تناول تعريف المسؤولية الاجتماعية للصحافة. وعرج على الوظائف الصحفية. ثم إجراءات البحث العملية وانتهى بخاتمة بينت أبرز النتائج التي توصل إليها البحث.

المسؤولية الاجتماعية المفهوم والتعريف

مثل كثير من المفاهيم الاجتماعية خضع مفهوم المسؤولية الاجتماعية للعديد من التفسيرات التي مثلت مراحل تطور هذا المفهوم. إذ تبدأ من إدراك الفرد لمتطلبات المجتمع الذي يعيش فيه وتنتهي بممارسة المسؤولية الاجتماعية كل من موقعه وعلى وفق أنماط سلوكية مختلفة تجسد التزامات الفرد إزاء الجماعة^(١). وتمثل المسؤولية الاجتماعية امتداداً يبدأ بالمسؤولية عن النفس فالأسرة فالمجتمع المحلي فالوطن حتى تنتهي بالعالم كله. فهي تمثل ممارسة سلوكية دالة على المسؤولية نحو المجتمع الانساني من دون أن تقف عند حدود معينة^(٢).

وعلى الرغم من أن المسؤولية هي تكوين ذاتي يقوم على الضمير الاجتماعي ويمثل رقيباً داخلياً. إلا أنها في الوقت ذاته تمثل نتاجاً اجتماعياً. لأن المجتمع هو صاحب الفضل في تعليمها واكسابها. كما وأنها تتشكل من خلال نمو تدريجي عن طريق التربية والتنشئة الاجتماعية^(٣). وبذلك تترتب على الفرد مسؤولية داخل المجتمع تتمثل بالالتزام بالواجبات التي يتطلبها المجتمع مثلما تترتب على المجتمع مسؤولية إعداد أفراده إعداداً صحيحاً ليمارسوا دورهم الفاعل في البناء والتطور^(٤).

ومن هذا المعنى يمكن النظر إلى المسؤولية الاجتماعية على أنها تعبير عن التزام الفرد إزاء الآخرين بكل ما يترتب على ذلك الالتزام من اهتمام بهم والعمل على حل مشكلاتهم. فضلاً عن الاحساس بحاجاتهم النفسية والاجتماعية.

ولقد أورد الباحثون العديد من التعريفات للمسؤولية الاجتماعية كل وفق رؤيته في تحديد هذا المصطلح. فقد عرفها (جيرة) بأنها «مدى انتماء الفرد للمجتمع الذي يعيش فيه واحساسه بمشكلاته ومدى مشاركته انفعالياً للأحداث التي تدور حوله محلياً وعالمياً»^(٥). في حين عبر عنها (الشافعي) بأنها «جميع النظم والتقاليد الاجتماعية التي يلتزم بها الانسان تجاه المجتمع الذي يعيش فيه وتقبله لما ينتج عنها من محمودة على سلوك محمود أم مذمة على سلوك مذموم»^(٦).

بينما يراها البعض. بأنها «مسؤولية الفرد الذاتية عن الجماعة والالتزام الفعلي بقيمها ومعاييرها والاهتمام بها والعمل على فهم مشكلاتها والاحساس بحاجتها ومشاركتها في إنجاز مهامها»^(٧).

ومن هنا يتضح أن المسؤولية الاجتماعية هي شعور الفرد بالإنتماء إلى الجماعة والالتزام بنظامها القيمي التزاماً فعلياً والعمل على الحفاظ على هذا النظام والوقوف بالضد إزاء كل ما يؤدي إلى خرقه أو خريفه أو الإضرار به.

المسؤولية الاجتماعية.. المنطلقات الفكرية

تشير العديد من الدراسات إلى أن نظرية المسؤولية الاجتماعية كانت ولادة طبيعية لنظرية الحرية مثلما كانت النظرية الشمولية ولادة طبيعية لنظرية السلطة^(٨).

ففي ظل نظرية الحرية صار هم الصحافة تعظيم الأرباح وزيادة التوزيع، وذلك عن طريق تسليبة القارئ وترفيهه وإثارة غرائزه وبما يتماشى مع مفهوم الفلسفة الليبرالية التي كانت سائدة في أوروبا وأمريكا. الأمر الذي ساعد على ارتفاع الأصوات المنددة بإسراف الصحافة في بحثها عن الأثارة وجأوزها على حياة الناس الخاصة والتلصص عليهم بغية الحصول على قصص مثيرة تشد من خلالها انتباه القراء باتباع أساليب رخيصة تتنافى مع أخلاقيات المجتمع والمهنة^(٩).

ولعل من بين الأصوات المرتفعة بالنقد لوسائل الإعلام في ظل نظرية الحرية ما وجهه (تيودور بترسون) والذي استنكر استغلال وسائل الإعلام لقوتها المؤثرة لخدمة أهدافها الخاصة والترويج لآراء وأفكار أصحابها على حساب الآراء المعارضة. كذلك فأنها وضعت نفسها في خدمة الأهداف الرأسمالية الكبيرة، فهيمن المعلنون على سياستها التحريرية. كما أنها وقفت بالضد من أية محاولة لتغيير نمط المجتمع، فضلاً عن اهتمامها بالأمور التافهة والسطحية والترفيهية. وقد وصفها بأنها تقتحم حياة الأفراد الخاصة دون ميرر وتعرض الأخلاق العامة للخطر^(١٠).

ولعل تلك الانتقادات وغيرها فتحت الباب واسعاً أمام موجة الأصوات المطالبة بوضع القيود على الصحافة وإيجاد مجموعة موثيق أخلاقية توازن بين حرية الصحافة ومصلحة المجتمع. وبدأ الحديث عن (الحرية المسؤولة) والمطالبة بإخضاع الصحافة لرقابة الرأي العام والقانون^(١١).

لقد ولدت هذه الدعوات الناقدة لحرية الصحافة المطلقة مناخاً مطالبا بتحديد حرية الصحافة بالشكل الذي يحدد هدف الصحافة بخدمة الصالح العام وأن يتم النظر إلى الصحافة بأنها تؤدي خدمة عامة ذات طبيعة مهنية تخدم المجتمع^(١٢).

كما أن مفهوم حرية الصحافة وفق نظرية المسؤولية الاجتماعية، هو أن الحرية تعد حقاً من حقوق الأفراد في المجتمع الديمقراطي، ولكن هذا لا يعني غياب الرقابة عن مواد يعد نشرها جريمة، وإنما يعني فقط عدم تطبيق القيود القديمة على المطبوعات. فكل فرد له الحق بالتعبير عن آرائه وأفكاره وعرضها على الجمهور. وإن حرمان الفرد من حقه هذا نسف حرية الصحافة من أساسها. ولكن إذا أستخدم هذا الحق في نشر مواد غير لائقة وضارة بالمجتمع أو خارجة عن القانون فعليه أن يتحمل نتيجة جرائمه وجأوزه. ومع أن إرادة الأفراد يجب أن تحترم دائماً، غير أن سوء استعمال هذه الإرادة هو الذي يقع تحت طائلة القانون^(١٣).

ويمكن القول أن نظرية المسؤولية الاجتماعية مركبة من أفكار عدة جاءت من رحم نظرية الحرية، فهي تعترف بالوظائف الليبرالية في تنوير الجماهير، وخدمة النظام السياسي، وصيانة الحقوق المدنية، ولكنها ترى أن وسائل الإعلام لم تقم بأداء واجباتها بالشكل المطلوب.

وتقر هذه النظرية مهمة خدمة النظام الاقتصادي وتقديم الترفيه وتحقيق الربح ولكنها تضع هذه المهام في مرتبة ثانية تلي الوظائف المهمة المتمثلة بالنهوض بالعمليات الديمقراطية وتنوير الرأي العام. وهي هنا تقر بالمهام الموكلة لوسائل الإعلام ولكنها لا تقر بالسبل التي تتبعها هذه الوسائل عموماً في أداء هذه الوظائف^(١٤).

فالصحافة على وفق نظرية المسؤولية الاجتماعية لا تثير الغرائز بقدر ما تثير عقول القراء. ففي الوقت الذي تقوم به الصحافة بتلبية احتياجات القراء. فهي لا تهمل البحث عن الحقيقة ومحاولة توصيلها إلى القراء^(١٥). وهنا يمكن القول أن فكرة نظرية المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام تقوم على التوازن بين الحرية والمسؤولية. لا سيما بعد أن أضافت هذه النظرية إلى مبادئ النظام الإعلامي مبدئين جديدين يتمثلان في الالتزام الذاتي من جانب الصحفي بالمواثيق الأخلاقية التي تحقق التوازن بين حرية الإعلام ومصلحة المجتمع. والالتزام الاجتماعي في تقديم الأحداث الجارية وتفسيرها في إطار له معنى^(١٦).

لقد حدد البعض مجموعة مهام عدّها ركائز لنظرية المسؤولية الاجتماعية للصحافة والتي من بينها. الاهتمام بالمصلحة العامة والاهتمام بحاجات المجتمع والعمل على سعادته. وأن تتصف الصحافة بالدقة والعدل وسداد الرأي. وأن تراعي الجوانب الأخلاقية وتقدم ما هو مفيد ونافع مع التشويق. ومع مراعاة الأنية والفورية في النشر^(١٧).

وقد تختلف أولويات هذه المهام للصحافة تبعاً لظروف المجتمع وأحواله ولكن في كل الأحوال تجتمع هذه الأولويات تحت عبارة (مسؤولية الصحافة). وتتمثل وظيفة وسائل الإعلام الجماهيرية في ضوء هذه النظرية في مناقشة القضايا التي تمس المصلحة العامة والمصالح الخاصة للأفراد. وكذلك خدمة النظام الاقتصادي للبلاد وتوعية الجماهير بهدف تحقيق تنمية المجتمع ومناقشتها وانتقاد أي مظاهر للإساءة في استخدام الموارد. ونقد أوجه القصور في أداء أي نشاط في المجتمع. وحماية الحرية الفردية وثقافة الجماهير^(١٨).

وظائف الصحافة.. التنوع والتداخل

يقترّب مفهوم الوظيفة من معنى العمل. إذ ترد كلمة «وُظَّفَ» بمعنى «عين له عملاً»^(١٩). ومن هنا تلتقي الوظيفة مع العمل أو المنصب.

ويتفق المعنى الاصطلاحي مع المعنى اللغوي. إذ يشير معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية. إلى أن الوظيفة «نوع من العمل الذي يمكن للنظام أدائه. ويتضمن الواجبات والمسؤوليات والسلطات.. الخ»^(٢٠).

والوظيفة كمفهوم اجتماعي هي نوع العمل الذي يؤديه النظام أو البناء بوضوح لتحقيق أهداف معينة. ويتضمن المفهوم الإداري للكلمة «الواجبات والمسؤوليات والسلطات» وهي مكونات الوظيفة^(٢١).

وبما أن المفهوم العام للوظيفة هو أداء عمل أو دور معين. فإن الوظيفة الصحفية تمثل «مجموعة الفعاليات والنشاطات التي تؤديها الصحف بهدف صياغة رسالة إعلامية ذات مضامين واضحة وبثها إلى الجمهور المتلقي عن طريق تخطيط مسبق وفي ضوء رؤية تتفق مع منهج

الصحيفة وتوجهاتها العامة. وتهدف إلى التأثير في الجمهور (٢٢).

وتبرز وظيفة الصحافة عن طريق العديد من الفنون الصحفية التي تعرض الآراء بشأن مختلف القضايا السياسية والاجتماعية والاقتصادية لجعل الجمهور يتبنى وجهة نظر معينة تخدم النظم السياسية والاجتماعية كما تتصل هذه الفنون بالتواريخ والأحداث والمناسبات التي تترك أثرها لدى الجمهور (٢٣).

ويجد البعض أن وسائل الإعلام بشكل عام ومن خلال أدائها لوظائفها فانها تلبي الاحتياجات والمتطلبات الفردية والجماعية بما يؤدي إلى تحقيق الاستقرار (٢٤).

وقد يختلف مع هذا الرأي من يرى بأن عمل وسائل الإعلام قد يؤدي احيانا إلى خلق اختلال وظيفي في المجتمع ويساهم في اضطرابه بدلا من استقراره. إلا أن أصحاب هذا الرأي لا يصمدون أمام اجماع الآراء التي تؤكد أهمية وسائل الإعلام ودورها في البناء والتنمية بالشكل الذي يمنحها دورا ايجابيا بناء يلبي حاجات الجمهور المتلقي ويحقق له اشباعا متنوعة عن طريق التعرض لهذه الوسائل وبما يتفق مع وجود مجموعة من الحاجات لها جذور في الخصائص السيكولوجية للأفراد ضمن السياق الاجتماعي الذي يعيشون فيه. وهذه الحاجات تمثل دافعا للأفراد لانتهاج سلوكيات اتصالية في التفاعل مع وسائل الإعلام من أجل اشباعها (٢٥).

وهنا لا بد من الإشارة إلى أن هناك من يرى. أن المدخل الوظيفي في دراسة وسائل الإعلام يواجه العديد من الصعوبات أولها ذلك التداخل في معنى كلمة (الوظيفة) فكما يقول دينيس ماكويل «أن هذا المصطلح يمكن أن يستخدم بمعنى هدف أو بمعنى نتيجة أو بمعنى مطلب أساس أو التوقع - وإذا طبق هذا المصطلح على الاتصال الجماهيري مثلا. فإن الوظيفة الاخبارية يمكن أن تشير إلى ثلاثة أمور منفصلة. فإذا قلنا أن وسائل الإعلام تحاول إحاطة الناس علما بأحداث الحياة من حولهم. فالوظيفة هنا بمعنى (الهدف) أو الغرض. وإذا قلنا أن الناس يتعلمون من وسائل الإعلام. فالوظيفة هنا بمعنى (النتيجة).. وهكذا فأن مصطلح الوظيفة يمكن أن يأخذ معاني عدة. والأمر يتوقف على الزاوية التي ننظر منها إلى هذا المصطلح (٢٦).

وعلى الرغم من الانتقادات التي وجهت إلى المدخل الوظيفي لوسائل الإعلام بوجه عام. «فأن صلاح هذا المدخل في دراسة وسائل الاتصال الجماهيري ما تزال قائمة إذ أنه يقدم مجالا لدراسة العلاقة بين وسائل الإعلام والمجتمع. ويقدم العديد من المفاهيم التي يصعب التخلي عنها. حيث أنه يساعدنا على وصف الأنشطة الأساسية التي تقوم بها وسائل الإعلام من حيث علاقتها بالعمليات الاجتماعية والبناء الاجتماعي» (٢٧).

التنوع والتداخل

في الوقت الذي يحدد فيه الباحثون مجموعة من الوظائف التي تؤديها وسائل الإعلام. غير أن هناك من يرى أن هذه الوظائف لا يمكن تحديدها أو حصرها بسبب نموها وتزايدها وفقا لتعدد المراحل التاريخية التي يمر بها المجتمع. إذ تضيف كل مرحلة تاريخية جديدة وظائف جديدة للصحافة لتلبي حاجات التطور. ويشير إلى اختلاف الوظائف وتنوعها من مجتمع إلى آخر باختلاف النظام السياسي أو باختلاف درجة التقدم الحضاري للمجتمعات (٢٨).

ويعدم ذلك الرأي القول بأن ممارسة وظائف الإعلام في المجتمعات النامية تختلف عنها في المجتمعات المتقدمة. فوسائل الإعلام في المجتمع النامي لا تستطيع أن تُعلِّم أو تُوجه أو تُسلي فقط. فقد ينطوي الإعلام على التوجيه ويحتوي التعليم على التسلية، وكذلك التسلية قد تُخبر وتُعلِّم. ولذلك فالتفرقة غير واقعية عند الممارسة الفعلية لهذه الوظائف (٢٩).

فهناك تداخل بين الترفيه والتعليم والثقيف. فأصبح التعليم والثقيف يقدمان عبر شاشات التلفزيون في قالب ترفيهي يشجع المشاهد على اللحاق بالبرامج من خلال هاتفه أو التصفح عبر شبكة الانترنت (٣٠).

وأصبح من الصعب الفصل بين الترفيه والثقافة. إذ يقدمان عبر وسائل الاتصال في قالب ترفيهي ومسلٍ. وهذا أدى إلى دمج الوظيفتين الترفيهية والثقافية (٣١). أما علاقة الترفيه والتعليم تتضح في أن ما يتعلمه الفرد من التلفزيون يكون بمثابة كسب يأتي عن طريق البرامج المعدة للترفيه (٣٢). وتداخل الوظيفة الترفيهية والإعلان، إذ تتحقق الوظيفة الترفيهية في الإعلان بشكل عرضي وهو ما أثبتته العديد من الدراسات والبحوث الإعلامية. فالإعلان يقدم نوعاً من التسلية للمشاهدين لا تخلو من الفائدة (٣٣).

وقد تشارك الوظيفة الترفيهية الوظائف الأخرى في غاياتها. فهي وظيفة إخبارية وثقافية وتعليمية وتنموية. ولكن في قالب طريف ومستتر وغير مباشر تستغل فيها ساعات الفراغ (٣٤). ويندرج تحت هذه الوظيفة، التنفيس عن الجمهور وإلهائه وابعاده عن الهموم والمشكلات فضلاً عن توفير المتعة والتسلية حينما تحقق له فرصة الهروب من ضغوط الحياة اليومية (٣٥). وتوصف الوظيفة الترفيهية بأنها نشاط يسلي ويضحك ويلهي ويلفت انتباه الآخرين، كما يحقق نوعاً من الاسترخاء والرضا والتوازن النفسي (٣٦).

وقد يجد المتلقي اليوم هذا التداخل بين الوظائف جلياً وقد يغلب التداخل بين الوظائف الأخرى والوظيفة الترفيهية إلى الحد الذي أثار بعض الباحثين فراحوا يتهمون وسائل الإعلام بـ«تكريس التهاية والسطحية والضحالة عبر تركيزها على الترفيه مقابل الثقيف وبناء الوعي» (٣٧). وربط بعضهم بين النموذج التجاري الذي تسوق له الصحف وبين المصير الذي ينتظر مستقبل الصحافة. لا سيما في سياق الاشارات التي تناولها الباحث الفرنسي (فيليب مير) وهو أحد الباحثين الذي درسوا مستقبل المروئية في الصحافة المطبوعة في الولايات المتحدة الأمريكية وقد تنبأ بسقوط الجريدة ونهايتها مستنداً إلى انخفاض أرقام التوزيع للصحف. وتوقع أن تسقط الجريدة في العام ٢٠٤٣ م. لكنه رغم هذا التوقع رأى أن هناك فرصة مؤقتة أمام الصحف لإنقاذ ذاتها إذا اعتمدت النموذج الاقتصادي الذي يركز على وظيفة المسؤولية الاجتماعية للصحافة والتي يجب أن تكون المنتج الأساس للصحافة. أي أن نموذج التأثير أو النفوذ هو الذي يجب أن تسوق له الصحافة وليس النموذج التجاري (٣٨).

وهو هنا يحاول أن يربط بين النموذج التجاري المتعلق بالإعلان متمزجاً بالتسلية والترفيه. ويعزز ذلك الرأي. الدعوات التي راحت تطالب وسائل الإعلام بضرورة إحداث نوع من التوازن بين وظائف الإعلام بالشكل الذي لا يغلب وظيفة على أخرى. لا سيما الوظيفة الترفيهية (٣٩).

إن هذه الوظائف بكل تعددها وتنوعها إنما تحقق إشباعاً لحاجات الجمهور، ومن ثم من غير السليم أن تغرق وسائل الإعلام جمهورها بالبرامج الترفيهية بالشكل الذي يخلق ثقافة سطحية مبتعدة عن تلبية الحاجات الأخرى التي توفرها الوظائف الإعلامية والتي تعد من صلب مهامها الأساسية والمعبّر الحقيقي عن عن مسؤوليتها الاجتماعية تجاه جمهورها، خاصة وأن المسؤولية الاجتماعية تلزم وسائل الإعلام بإمداد الجمهور بالمعلومات وبذل الجهد لعدم الإساءة للأفراد، وإعلام المواطنين بما تفعله الحكومة والقوى السياسية الأخرى بحيث تغدو جزءاً متكاملًا من العملية السياسية وهو ما يعرف بالوظيفة الرقابية، وكذلك إتاحة الفرصة لعرض الأفكار والآراء ومناقشتها لتكون منتدى للأفكار، فضلاً عن خدمة ضخ المعلومات المتوازنة والدقيقة وتقديم خدمة التعريف بالسلع والخدمات (٤٠).

وعلى الرغم من أن معظم الكتاب والباحثين أجمعوا على وظائف معينة عدّوها الوظائف الأساسية لوسائل الإعلام، لكن ذلك لم يمنع البعض من الإشارة إلى أن هذه الوظائف الأساسية تتضمن وظائف فرعية متعددة، فوظيفة الإعلام تتضمن كما ذهب إليه (شرام) وظائف فرعية مثل توسيع الآفاق ورفع مستوى التطلعات، وممارسة هذه الوظائف الفرعية لا تكون بدرجة واحدة، وإنما تختلف وفقاً لمستوى التحضر أو اختلاف فئات الجمهور (٤١).

وقد اجتهد الباحثون في تحديد وظائف الإعلام رئيسة وفرعية الأمر الذي وضعنا أمام عشرات الوظائف التي تعبر عن فهم كل منهم ووجهة نظره، فضلاً عن الاتفاق على الوظائف الرئيسية أو الأساسية التي ما زالت حتى اليوم تعتمد كأساس وظيفي لوسائل الإعلام، فإن وظائف وجدت طريقها إلى كتب الباحثين اتفقوا على بعضها واختلفوا على بعضها الآخر، وهو ما حتم التعدد والتنوع والتداخل أحياناً.

ولا بد من القول أن بعض هذه الوظائف المذكورة كانت نتائج وليست وظائف «فالاقناع وتوسيع الآفاق ورفع مستوى التطلعات واتخاذ القرارات وفهم ما يحيط بالفرد من ظواهر وأحداث وتعلم المهارات الجديدة» (٤٢) كلها نتائج لوظيفة الإخبار أو توفير المعلومات.

ويمكن تحديد وظائف الإعلام على وفق رؤية (شرام) في «الاقناع وتوسيع الآفاق ورفع مستوى التطلعات واتخاذ القرارات وفهم ما يحيط بالمجتمع من ظواهر وأحداث والحصول على معلومات جديدة وتعلم مهارات جديدة وتركيز الاهتمام» (٤٣).

في حين حددها (بيير ألبير) بوظيفتين هما «العلاج النفسي والاندماج الاجتماعي للفرد داخل الهيكل الاجتماعي» (٤٤).

أما (حجاب) فيرى أنها «التفسير والتوضيح وتهيئة المناخ الملائم للتنمية ونشر الأفكار المستحدثة وتوفير منتدى للمناقشة ووضع القرار والرقابة على المجتمع وخلق المثل الاجتماعي والتنشئة الاجتماعية وقيادة التغيير الاجتماعي وغرس الرغبة في التغيير وغرس الشعور بالانتماء للوطن» (٤٥).

بينما حددها (سعاد جبر) بـ «الاتصال الاجتماعي والعلاقات البينية والرقابة والوظيفة التنموية والتنشئة الاجتماعية والاستثمار التقني للتكنولوجيا الحديثة» (٤٦).

وهناك من يراها بأنها «الاستطلاع ورقابة البيئة والخدمات العامة والشرح والتفسير والتحليل وتوثيق الأحداث وتكوين الرأي العام والرقابة على المؤسسات الاجتماعية وتحقيق التماسك الوطني...» (٤٧).

ويشير إليها (عبد القادر) بأنها تتمثل في «خدمة النظام السياسي وخدمة النظام الاقتصادي وخدمة النظام الاجتماعي وخدمة النظام الدولي» (٤٨). ويضيف عليها (النكلاوي)، «الدعوة والتبشير ومقاومة الشائعات والقضاء عليها وإبراز الشخصية القومية وإيمائها وضبط اتجاه الرأي العام» (٤٩).

ويتفق لازويل ورايت ودي فليمر على أنها «مراقبة البيئة والترابط ونقل التراث الاجتماعي» (٥٠). ويضيف ميرتون ولازرسفيلد، «التشاور وفرض المعايير الاجتماعية وتخفيف الاحساس بالاختلال الوظيفي» (٥١).

ويشير (الموسى) إلى أنها تتمثل في «التنشئة الاجتماعية والحفز والمناقشة والحوار والتقارب الاجتماعي» (٥٢).

ويرى (بيرلسون) أنها «تفسير الشؤون العامة واعطاء المكانة الاجتماعية وتحقيق التواصل الاجتماعي» (٥٣).

ولا يتعد (الحكيم) عن من سبقوه إذ يحددها بـ «تنمية العلاقات الانسانية وزيادة التماسك الاجتماعي» (٥٤).

ويتفق (الساري) مع من قالوا أنها «وظيفة الاستطلاع ومراقبة البيئة والخدمات العامة وتوثيق الأحداث وتكوين الرأي العام» (٥٥).

ويعبر عنها (خوري) بـ «التنشئة الاجتماعية وخلق الدوافع والحوار والنقاش والتربية والتكامل» (٥٦). أما (الشهاب) فيضيف إليها «الوظيفة السيكولوجية وبث قيم التوحد والانسجام الاجتماعي» (٥٧).

ويضيف (الضبيح)، «الرصد والتقييم والمتابعة والتفسير والتوضيح وتنمية الوعي واكتشاف المهارات فضلا عن الوظائف الأخرى» (٥٨).

ويحددها (السيد) بـ «الوظائف الاجتماعية والتنموية والتربوية والديمقراطية والخدمات العامة» (٥٩).

ولو تفحصنا هذا التعدد والتنوع والتفرع لوظائف الصحافة لوجدنا أنها لم تبعد كثيرا عن الوظائف الأساسية التي أشار إليها الباحثون والتي ما زالت تمثل الأساس الوظيفي لوسائل الإعلام والمتمثلة في:

أولاً: الوظيفة الإخبارية

ثانياً: وظيفة الإرشاد والتوجيه

ثالثاً: وظيفة التعليم

رابعاً: وظيفة التثقيف وتكوين الرأي العام

خامساً: وظيفة التسلية والإمتاع والترفيه

سادسا: وظيفة التسويق والإعلان

وهذه الوظائف سيتم التطرق إليها بإيجاز لتوضيح الصورة واكمال المشهد مع الإشارة إلى أهم المصادر التي حددتها.

الوظائف الأساسية للصحافة(*):

أولاً: الوظيفة الإخبارية/ الإعلام:

وتتمثل هذه الوظيفة في نشر المعلومات الخاصة بالوقائع والأحداث التي تقع داخل المجتمع وخارجه، وتحديد اتجاهات القوى الفاعلة والعلاقات بينها، وتسهيل عملية التحديق والتقويم عن طريق التعرف على المستجدات في التجارب الأخرى(١٠).

ويعود ذلك إلى أن الصحافة أول ما نشأت كانت تؤدي وظيفة أساسية واحدة هي نشر الأخبار، ثم تعددت وتنوعت وظائفها بعد ذلك نتيجة تطور المجتمعات وبروز الحاجة إلى وظائف جديدة سعت وسائل الإعلام إلى تأديتها(١١).

ثانياً: وظيفة التوجيه والإرشاد والتوعية:

وتتركز هذه الوظيفة في التوجيه وتكوين المواقف والاتجاهات عن طريق اهتمامها بتشجيع الحوار والنقد ونشر الرأي والرأي الآخر والاستعانة بأصحاب الفكر والرأي لإثراء الحياة الفكرية بالنقاش الواسع المثمر، وبخاصة إذا كانت القضايا موضع البحث ذات صلة وثيقة بالمسائل المحورية في حياة المجتمع(١٢).

ولا تنحصر هذه الوظيفة في اكساب الجمهور اتجاهات جديدة أو تعديل اتجاهات قديمة، بل تعمل أيضاً على تثبيت الاتجاهات التقليدية المرغوبة عن طريق تكرار هذه الاتجاهات مضمرة أو صريحة(١٣).

ثالثاً: وظيفة التعليم:

تؤدي وسائل الإعلام وظيفة التعليم للمجتمع والأفراد بما يغذي البعد الفكري والوجداني والقيمي والاجتماعي ويثري شخصيته في الحياة، إما في إطار المؤسسات التعليمية الرسمية وعبر نشاطات تعليمية معينة أو تقدم له ذلك في إطار حقائب تعليمية أو المادة التعليمية الألكترونية في إطار التعليم غير الرسمي. ويتضح ذلك مؤخراً في مجال الإعلام التربوي ودور الإعلام وأدواته الحديثة في العملية التربوية بالشكل الذي جعله شريكاً في العملية التعليمية عن طريق توظيف تكنولوجيا المعلومات لصالح التربية والتعليم(١٤).

رابعاً: وظيفة التثقيف:

تمارس وسائل الإعلام دوراً واضحاً في التثقيف عن طريق زيادة ثقافة الفرد ويحدث ذلك في الإطار الاجتماعي للفرد سواء كان ذلك بشكل عفوي وعارض أم بشكل مخطط ومقصود. ويتم التثقيف عن طريق تقديم معلومات وأفكار وصور وآراء. والتثقيف العفوي يحدث عند مصادفة الفرد لصحيفة ما تحمل معلومات أو أفكار يتعرض لها فتعلق في ذاكرته. أما التثقيف المقصود فيتمثل في البرامج والخطط والحملات التي يتعرض لها الفرد عن طريق الدورات أو حلقات الارشاد أو البرامج المتخصصة(١٥).

خامسا: وظيفة الترفيه والتسلية:

لا تقل وظيفة الترفيه أهمية عن بقية الوظائف، بل هي من أقدم الوظائف التي عرفها الإنسان. لعدم قدرة المرء على العيش في حياة كلها عمل جاد، دون أن يجد ما يخفف عنه متاعبه. ولقد أدركت وسائل الإعلام أهمية هذه الوظيفة، فتركزت مساحات واسعة للترفيه والتسلية لتحقيق الاشباع السايكولوجية والاجتماعية وإزالة التوتر وضغوطات الحياة عن الفرد. وتقوم وسائل الإعلام بمهمة ملء الفراغ لدى الجمهور بما هو مُسلٍّ ومُرفِّه مثل أبواب التسلية في الصحافة والبرامج الكوميديّة في التلفزيون. وقد تحمل برامج الترفيه مضامين هادفة تدعو عن طريقها إلى مواقف وأفكار وآراء داعمة لآجهاات جادة ومهمة لكنها تقدم بقالب مسلي وكوميدي(١٦).

سادسا: وظيفة الإعلان والتسويق:

لم يتحول الإعلان إلى وظيفة من وظائف الصحافة إلا بعد مدة طويلة على نشأة الصحافة. إذ لم تستعمل كلمة (إعلان) إلا في منتصف القرن السابع عشر الميلادي. وكان فرض الضرائب سببا في تأخر نشر الإعلانات في الصحف. واليوم أصبح لا غنى لأية وسيلة إعلامية عن نشر الإعلان لأنه يمثل المورد الرئيس لها. وانعكس ذلك على ديمومتها وتطورها. ولقد أدت الثورة الصناعية دورا في اتساع مساحة الإعلان في الصحافة بسبب زيادة الانتاج وهو ما استدعى زيادة الإعلانات للمساعدة في تصريف البضائع أو الانتاج الفائض. وساعدت إيرادات الإعلان الصحف في تخفيض سعرها الذي أدى بدوره إلى زيادة مبيعاتها وأصبحت في متناول الجميع. وبعد الإعلان اليوم الوظيفة الأبرز في وسائل الإعلام حتى بات ينافس الوظائف الأخرى ويتدافع معها على صفحات الصحف أو شاشات التلفزيون(١٧).

وعن طريق ما تقدم من تحديد لأهم الوظائف الإعلامية يمكن القول أن هذه الوظائف الرئيسية تمثل مجمل ما اتفق عليه الباحثون الإعلاميون فضلا عن ما تم ذكره في مدخل البحث من وظائف فرعية مثلت إما امتدادات لهذه الوظائف أو فروعاً أحدثتها الحاجة المستمرة للمجتمع لغرض اشباعها لاسيما في ظل التنوع والتعدد والتطور الذي وسم العصر الحديث. لذلك كان لا بد من اتخاذ هذه الوظائف الرئيسية مركزاً لبحثنا لغرض مسح الصحف موضوع الدراسة ومتابعتها لمعرفة مدى التزامها بمسؤوليتها الاجتماعية إزاء القراء عن طريق تأدية هذه الوظائف. وكيف تعاملت هذه الصحف مع موضوعة التوازن في أداء وظائفها وهو محور تساؤلات البحث.

عرض نتائج التحليل وتفسيرها**التحليل في جريدة الزمان**

لدى تحليل الموضوعات المنشورة في جريدة الزمان لغرض الوقوف على الوظائف التي تؤديها، تبين أن الجريدة وضعت جلَّ اهتمامها بالجانب الاخباري. فقد احتلت الوظيفة الاخبارية المرتبة الأولى محققة عدد تكرارات بلغ (١٤٧١) تكرارا وبنسبة مئوية قدرها (٥٣,٥٥ ٪) من مجموع تكرارات ونسب الموضوعات المنشورة.

في حين جاءت الوظيفة التثقيفية بالمرتبة الثانية، فقد بلغ عدد تكراراتها (٦٦٩) وكانت نسبتها

المئوية (٢٤,٣٥٪).
بينما ظهرت وظيفة التوعية بالمرتبة الثالثة محققة عدد تكرارات بلغ (٣٥٦) تكرارا وبنسبة مئوية قدرها (١٢,٩٦٪).
وجاءت وظيفة الإعلان في المرتبة الرابعة وبلغ مجموع تكراراتها (٢٢٠) تكرارا وبنسبة مئوية قدرها (٨,٠١٪).
أما وظيفة الترفيه فقد حازت على (٢٨) تكرارا وبنسبة مئوية قدرها (١,٠٢٪) وكانت في المرتبة الخامسة.
ولم تحصل الوظيفة التعليمية الا على المرتبة السادسة والاخيرة . إذ لم تتعد نسبتها (٠,١١٪) وبواقع ثلاثة تكرارات طوال مدة البحث.

جدول رقم (١) يبين مجموع تكرارات ونسب الوظائف في جريدة الزمان

ن	العدد	ك الإخبار	ن	ك التدقيق	ن	ك التوعية	ن	ك الترفيه	ن	ك التعليم	ن	ك الإعلان	ن	المجموع
١	٤٠٨٥-٤٠٨٦	٧٢	٤,٨٩	٢٦	٣,٨٩	١٠	٢,٨١	٢	٧,١٤	—	—	٩	٤,٠٩	
٢	٤٠٨٧	٧٠	٤,٧٦	٢٧	٤,٠٤	٢٧	٧,٥٨	١	٣,٥٧	—	—	٥	٢,٢٧	
٣	٤٠٨٨	٦١	٤,١٥	٢٩	٤,٣٣	١٥	٤,٢١	—	—	—	—	١٥	٦,٨٢	
٤	٤٠٨٩	٧٤	٥,٠٣	٣٩	٥,٨٣	١٢	٣,٣٧	—	—	—	—	١٣	٥,٩١	
٥	٤٠٩٠	٧٠	٤,٧٦	٣٥	٥,٢٣	٥	١,٤٠	٢	٧,١٤	٢	٦٦,٦٧	٩	٤,٠٩	
٦	٤٠٩١	٧٠	٤,٧٦	٢٥	٣,٧٤	٢٥	٧,٠٢	١	٣,٥٧	—	—	١٠	٤,٥٥	
٧	٤٠٩٢	٦٢	٤,٢١	٣١	٤,٦٣	١٤	٣,٩٣	١	٣,٥٧	—	—	١٦	٧,٢٧	
٨	٤٠٩٣	٦٥	٤,٤٢	٣١	٤,٦٣	١٩	٥,٣٤	٢	٧,١٤	١	٣٣,٣٣	١٤	٦,٣٦	
٩	٤٠٩٤-٤٠٩٧	٥٣	٣,٦٠	٣٨	٥,٦٨	٨	٢,٢٥	١	٣,٥٧	—	—	١٨	٨,١٨	
١٠	٤٠٩٨	٦٩	٤,٦٩	٣٣	٤,٩٣	١١	٣,٠٩	١	٣,٥٧	—	—	١٠	٤,٥٥	
١١	٤٠٩٩	٦٦	٤,٤٩	٤٠	٥,٩٨	٧	١,٩٧	٢	٧,١٤	—	—	١٥	٦,٨٢	
١٢	٤١٠٠	٥٤	٣,٦٧	٣٣	٤,٩٣	٢٥	٧,٠٢	١	٣,٥٧	—	—	٥	٢,٢٧	
١٣	٤١٠١	٧١	٤,٨٣	٣٦	٥,٣٨	١٠	٢,٨١	١	٣,٥٧	—	—	٣	١,٣٦	
١٤	٤١٠٢	٧١	٤,٨٣	٣٤	٥,٠٨	١٥	٤,٢١	١	٣,٥٧	—	—	٧	٣,١٨	
١٥	٤١٠٣	٥٩	٤,٠١	٣١	٤,٦٣	١٠	٢,٨١	٤	١٤,٢٩	—	—	١٨	٨,١٨	
١٦	٤١٠٤	٨١	٥,٥١	١٩	٢,٨٤	٢٦	٧,٣٠	١	٣,٥٧	—	—	٣	١,٣٦	
١٧	٤١٠٥	٧٠	٤,٧٦	٢٧	٤,٠٤	١٢	٣,٣٧	١	٣,٥٧	—	—	٨	٣,٦٤	
١٨	٤١٠٦	٧٠	٤,٧٦	٢٥	٣,٧٤	٢٦	٧,٣٠	١	٣,٥٧	—	—	٩	٤,٠٩	
١٩	٤١٠٧	٧٠	٤,٧٦	٣٠	٤,٤٨	١٤	٣,٩٣	٢	٧,١٤	—	—	١٢	٥,٤٥	
٢٠	٤١٠٨	٦٦	٤,٤٩	٢٧	٤,٠٤	٢١	٥,٩٠	١	٣,٥٧	—	—	٥	٢,٢٧	
٢١	٤١٠٩	٦٢	٤,٢١	٢٨	٤,١٩	١٣	٣,٦٥	١	٣,٥٧	—	—	١٠	٤,٥٥	
٢٢	٤١١٠	٦٥	٤,٤٢	٢٥	٣,٧٤	٣١	٨,٧١	١	٣,٥٧	—	—	٦	٢,٧٣	
مجم التكرارات		١٤٧١	١٠٠,٠١	٦٦٩	١٠٠	٣٥٦	٩٩,٩٨	٢٨	٩٩,٩٧	٣	١٠٠	٢٢٠	٩٩,٩٩	٢,٧٤٧
مجم ن		٥٣,٥٥	٢٤,٣٥	١٢,٩٦	١,٠٢	٠,١١	٨,٠١	٠,١١	٠,١١	٠,١١	٠,١١	٠,١١	٠,١١	١٠٠

ومن خلال الجدول رقم (١) يتبين أن اهتمام جريدة الزمان انصب بنسبة عالية على الوظيفة الاخبارية. ولعل ذلك أمر متوقع من جريدة يومية تهتم بالشؤون العامة والأحداث الجارية. كما أن

الوقائع والمستجدات اليومية في العراق فرضت نفسها على حركة النشر في أغلب وسائل الإعلام الأمر الذي جعل الخبر يحتل المرتبة الأولى. لا سيما في ظل ظروف العراق المعروفة والتي تنسم بالديناميكية وعدم الاستقرار. وبخاصة وأن الخبر من أسرع الفنون الصحفية انتقالاً، بل هو الأساس الذي تبنى عليه الفنون الأخرى كالعمود والمقال والتحقيق وغيرها.

أما الوظيفة التثقيفية فكانت في المرتبة الثانية من حيث التكريس لها في الموضوعات والمقالات والفنون الصحفية والأدبية المختلفة من شعر وقصة؛ وحلت وظيفة التوعية بمرتبة أدنى (ثالثة) ما يعني أن الجريدة كانت معنية ومهتمة أكثر بالقضية التثقيفية منها بقضية التوعية والتوجيه؛ ويلاحظ أن وظيفة الاعلان احتلت المرتبة الرابعة على اعتبار انها تتعلق بالايرادات والمدخولات التي تسهم بتحقيق الاستقلال الاقتصادي للمؤسسة. كما ان وظيفة الترفيه احتلت المرتبة الخامسة اذ لم تكن موضع اهتمام من قبل الجريدة. وانعدمت أو كادت أن تكون كذلك الوظيفة التعليمية التي احتلت المرتبة الاخيرة على اعتبار أن هناك قنوات أخرى معنية بقضية التعليم. كالمؤسسات التعليمية والتربوية والقنوات التلفزيونية المتخصصة وبعض البرامج الاذاعية.

التحليل في جريدة المدى

ويتبين عن طريق البحث والتحليل للمادة الصحفية المنشورة في جريدة المدى أن وظيفة الإخبار حلت بنفس المرتبة من الإهتمام. إذ رعت المدى الوظيفة الإخبارية فكانت على رأس الوظائف الأخرى وجاءت في المرتبة الأولى وحصلت على (١٤٠٣) تكرارا وبنسبة مئوية قدرها (٥٩,٦٥٪). وجاءت وظيفة التثقيف في المرتبة الثانية وبلغ مجموع تكراراتها (٤١٣) تكرارا وبنسبة مئوية قدرها (١٧,٥٦٪).

وكانت في المرتبة الثالثة الوظيفة التوعوية التي بلغ عدد تكراراتها (٣٦٣) تكرارا وبنسبة مئوية قدرها (١٥,٤٣٪).

وحلت وظيفة الاعلان في المرتبة الرابعة محققة (١٤٣) تكرارا وبنسبة قدرها (٦,٠٨٪). أما وظيفة الترفيه فجاءت في المرتبة الخامسة وحصلت على (٣٠) تكرارا وبنسبة قدرها (١,٢٨٪). بينما لم تحصل الوظيفة التعليمية على أية نسبة تذكر.

جدول رقم (٢) يبين مجموع تكرارات ونسب الوظائف في جريدة المدى

ن	العدد	ك الإخبار	% ن	ك التثقيف	% ن	ك التوعية	% ن	ك الترفيه	% ن	ك التعليم	% ن	ك الإعلان	% ن	المجموع
١	٢٣٥١	٥٦	٣,٩٩	٢٣	٥,٥٧	١٠	٢,٧٥	٢	١,٦٧	—	—	٦	٤,٢٠	
٢	٢٣٥٢	٥٦	٣,٩٩	٢٤	٥,٨١	١٤	٣,٨٦	١	٣,٣٣	—	—	٥	٣,٥٠	
٣	٢٣٥٣	٧١	٥,٠٦	٢١	٥,٠٨	١٠	٢,٧٥	١	٣,٣٣	—	—	٩	٦,٢٩	
٤	٢٣٥٤	٧٣	٥,٢٠	٢٢	٥,٣٣	٢٧	٧,٤٤	٢	١,٦٧	—	—	٥	٣,٥٠	
٥	٢٣٥٦	٧٠	٤,٩٩	٢١	٥,٠٨	٤	١,١٠	١	٣,٣٣	—	—	٢	١,٤٠	
٦	٢٣٥٧	٤٣	٣,٠٦	١٨	٤,٣٦	٢٩	٧,٩٩	١	٣,٣٣	—	—	٧	٤,٨٩	
٧	٢٣٥٨	٧٨	٥,٥٦	١٧	٤,١٢	١١	٣,٠٣	٢	١,٦٧	—	—	٥	٣,٥٠	
٨	٢٣٥٩	٧٦	٥,٤٢	١٦	٣,٨٧	٢٨	٧,٧١	١	٣,٣٣	—	—	١٠	٦,٩٩	
٩	٢٣٦٠	٦٥	٤,٦٣	٢٢	٥,٣٣	١٠	٢,٧٥	—	—	—	—	١٢	٨,٣٩	
١٠	٢٣٦٥	٨٢	٥,٨٤	١٦	٣,٨٧	١٤	٣,٨٦	١	٣,٣٣	—	—	٤	٢,٨٠	
١١	٢٣٦٦	٥٩	٤,٢١	١٩	٤,٦٠	١٧	٤,٦٨	٢	١,٦٧	—	—	٥	٣,٥٠	
١٢	٢٣٦٧	٧٢	٥,١٣	٢٢	٥,٣٣	١٠	٢,٧٥	١	٣,٣٣	—	—	٤	٢,٨٠	
١٣	٢٣٦٨	٦٠	٤,٢٨	٨	١,٤٩	١١	٣,٠٣	٢	١,٦٧	—	—	١٠	٦,٩٩	
١٤	٢٣٧٠	٦٢	٤,٤٢	١٧	٤,١٢	١٤	٣,٨٦	١	٣,٣٣	—	—	٧	٤,٨٩	
١٥	٢٣٧١	٥٧	٤,٠٦	١٩	٤,٦٠	٢٥	٦,٨٩	١	٣,٣٣	—	—	٧	٤,٨٩	
١٦	٢٣٧٢	٤٠	٢,٨٥	١٦	٣,٨٧	٨	٢,٢٠	٢	١,٦٧	—	—	٩	٦,٢٩	
١٧	٢٣٧٣	٧٦	٥,٤٢	١٢	٢,٩١	١٨	٤,٩٦	١	٣,٣٣	—	—	٧	٤,٨٩	
١٨	٢٣٧٤	٥٩	٤,٢١	١٨	٤,٣٦	٩	٢,٤٨	١	٣,٣٣	—	—	٨	٥,٥٩	
١٩	٢٣٧٥	٣٧	٢,٦٤	١٥	٣,٦٣	١٨	٤,٩٦	١	٣,٣٣	—	—	٨	٥,٥٩	
٢٠	٢٣٧٧	٥٦	٣,٩٩	٢١	٥,٠٨	١٦	٤,٤١	١	٣,٣٣	—	—	٣	٢,١٠	
٢١	٢٣٧٨	٤٦	٣,٢٨	١٣	٣,١٥	٢٧	٧,٤٤	٢	١,٦٧	—	—	٤	٢,٨٠	
٢٢	٢٣٧٩	٦٦	٤,٧٠	١٥	٣,٦٣	١٥	٤,١٣	٢	١,٦٧	—	—	٣	٢,١٠	
٢٣	٢٣٨٠	٤٣	٣,٠٦	١٨	٤,٣٦	١٨	٤,٩٦	١	٣,٣٣	—	—	٣	٢,١٠	
مجم التكرارات		١٤٠٣	%٩٩,٩٩	٤١٣	%١٠٠	٣٦٣	%٩٩,٩٩	٣٠	%٩٩,٩٨			١٤٣	%٩٩,٩٩	٢٣٥٢
مجم ن %		٥٩,٦٥		١٧,٥٦		١٥,٤٣		١,٢٨				٦,٠٨		%١٠٠

وبلاحظ أن جريدة المدى عنت بالوظيفة الإخبارية بشكل خاص كما فعلت (الزمان) ما يدل على أن الصحافة معنية بموضوعة الإخبار وتوصيل المعلومات إلى المتلقي أكثر من باقي الوظائف المتمثلة بالثقيف والتوعية والترفيه. كما أن الجريدة لم تنشغل بالوظيفة التعليمية وعدتها هدفاً غير أساس للصحافة ويمكن أن تنهض بهذه الوظيفة مؤسسات أخرى؛ أما وظيفة الإعلان وكما هو الحال في (الزمان) فقد أولته المدى اهتمامها لنفس الإعتبارات المتمثلة بمحاولة الصحافة والإعلام بوجه عام تحقيق الإستقلال المالي والإقتصادي للمؤسسة.

نتائج البحث وتحليل البيانات

عن طريق مقارنة منهجية بين الجريدتين (الزمان والمدى) فأن نتائج البحث الحالي تشير إلى تفوق وظيفة الإخبار على باقي وظائف الصحافة في كلتا الجريدتين. إذ بلغت نسبتها في جريدة الزمان (٥٣,٥٥٪)، تقابلها نسبة مقاربة في جريدة المدى بلغت (٥٩,٦٥٪). وجاءت وظيفة التثقيف في المرتبة الثانية في كلتا الجريدتين. إذ بلغ حجم الموضوعات والمقالات والمواد الصحفية التي كرست لهذه الوظيفة ما نسبته (٢٤,٣٥٪) في جريدة الزمان. وبنسبة أقل في جريدة المدى بلغت (١٧,٥٦٪). وحلت وظيفة التوعية في المرتبة الثالثة في كلتا الجريدتين بنسبة (١٢,٩٦٪) في جريدة الزمان و (١٥,٤٣٪) في جريدة المدى. وجاءت وظيفة الإعلان في المرتبة الرابعة في كلتا الجريدتين وقد بلغت نسبته (٨,٠١٪) في جريدة الزمان و (٦,٠٨٪) في جريدة المدى. أما وظيفة الترفيه فلم يكن لها مكان واهراً في كلتا الجريدتين. إذ كان بنسبة (١,٠٢٪) في جريدة الزمان وبنسبة (١,٢٨٪) في المدى وكانت في المرتبة الخامسة. وانعدمت الوظيفة التعليمية أو كادت أن تكون كذلك في جريدة الزمان ولم تتعد نسبتها (٠,١١٪) بينما اختفت نهائياً في جريدة المدى. أنظر الجدول رقم (٣).

ت	الوظيفة	ك الزمان	ن %	ك المدى	ن %	المرتبة
ت	الوظيفة	ك الزمان	ن %	ك المدى	ن %	المرتبة
١	الإخبار	١٤٧١	٥٣,٥٥٪	١٤٠٣	٥٩,٦٥٪	١
٢	التثقيف	٦٦٩	٢٤,٣٥٪	٤١٣	١٧,٥٦٪	٢
٣	التوعية	٣٥٦	١٢,٩٦٪	٣٦٣	١٥,٤٣٪	٣
٤	الإعلان	٢٢٠	٨,٠١٪	١٣٤	٦,٠٨٪	٤
٥	الترفيه	٢٨	١,٠٢٪	٣٠	١,٢٨٪	٥
٦	التعليم	٣	٠,١١٪	—	—	٦
	المجموع	٢,٧٤٧	١٠٠٪	٢,٣٥٢	١٠٠٪	

جدول رقم (٣) يبين مراتب ونسب الوظائف في كل من جريدتي الزمان والمدى إن تفوق وظيفة الإخبار على باقي وظائف الصحافة في كلتا الجريدتين يحمل دلالة على اهتمام

الصحافة وتكريسها القدر الأكبر من مساحاتها لهذه الوظيفة وعدّها الوظيفة الأساس التي تخدمها؛ ونلمس في هذا الموضع تناظرا وظيفيا بين الجريدتين من حيث إيلاؤهما القدر نفسه من الإهتمام لوظيفة الإخبار، وكما هو مبين في الجدول رقم (٣).

كما أن ظهور الوظيفة الثقافية كثاني وظيفة في كلتا الجريدتين بعد وظيفة الإخبار والتي تركز لها الصحيفتان مختلف الفنون الصحفية؛ ما يعني أن الجريدتين تجدان أن المهمة الثقافية هي ثاني المهام التي على الصحافة النهوض بمسؤوليتها. وما يعني أيضا أن هناك تناظرا بين الجريدتين من حيث عنايتهما بهذه الوظيفة.

ومرة أخرى يظهر التناظر الوظيفي من حيث الموضوع. ومدى الإهتمام الذي توليه الجريدتان للوظيفة التوعوية التي جاءت في المرتبة الثالثة. ما يعني أن الجريدتين الزمان والمدة. تجدان أن مسؤولية الصحافة في موضوعة التوعية تأتي بمرتبة وتوجه أقل من المهمة الثقافية.

أما وظيفة الإعلان فقد جاءت في المرتبة الرابعة في كلتا الجريدتين. نظرا لما يمثله الإعلان من أهمية في رفد الصحافة والإعلام بإيرادات ومدخولات تعمل على تأمين الإستقلال الإقتصادي للمؤسسات الإعلامية والصحفية وجعلها في منأى عن الضغوط التي قد تتعرض لها من قبل جهات مختلفة.

ومن اللافت أن الجريدتين لم تعنيا كثيرا بوظيفة الترفيه التي جاءت في خامس مرتبة بين وظائف الصحافة ما يعني أن الصحافة بوجه عام والجريدتين بشكل خاص لم تكن معنية بقضية الترفيه والتي يمكن أن تركز لخدمتها وسائل إعلام أخرى كالتلفزيون والراديو. كما يلاحظ أن السمة الإخبارية والثقافية قد غلبت على كلتا الجريدتين وبذلك تفوقت هتان الوظيفتان على بقية الوظائف ما يعني وجود تفاوت في التوزيع الوظيفي من حيث تركيز الجريدتين على وظائف معينة تمثلت بوظيفتي الإخبار والتثقيف على حساب وظائف الصحافة والإعلام الأخرى. ما يعني بشكل ما الإفتقار إلى التوازن الوظيفي العام مع المحافظة على التناظر الخاص لدى الجريدتين إزاء اهتمامهما المشترك بالنوع الوظيفي؛ وهذا ما يمكن ملاحظته أيضا على الوظيفة التعليمية التي انعدمت أو كادت أن تكون كذلك في جريدة الزمان واختفت نهائيا في جريدة المدى. وربما يعود عدم إيلاء هذه الوظيفة قدرا من العناية والإهتمام الى صعوبة نهوض الصحافة المكتوبة بمهمة التعليم. وأن وسائل أخرى كالإذاعة والتلفزيون بوجه خاص يمكن أن تؤدي هذه المهمة بشكل أفضل وأيسر كالبroadcast التعليمية في القنوات التعليمية المتخصصة أو برامج إذاعية كبرنامج تعليم اللغة الإنجليزية في إذاعة BBC. وغيرها من البرامج. كذلك فأن مهمة التعليم عادة ما تنهض بها مؤسسات مجتمعية وظيفتها الأساس هي التعليم كالمؤسسات التربوية والمنظمات التعليمية المتخصصة في مجالات تعليمية بعينها.

ويتضح مما تقدم وعلى ضوء النتائج التي ظهرت في الجداول السابقة أن الجريدتين موضع الدراسة كانتا قد أظهرتا اختلالا وظيفيا واضحا إذ غاب التوازن الوظيفي. وبنات الهوية الكبيرة بين نسبة بروز الوظائف في كل منهما ولعل ذلك يظهر بشكل جلي بين وظيفتي الإخبار والتعليم أو التثقيف والترفيه. وإذا كان هناك من يبرر هذا التفاوت وعدم التوازن في الوظائف فمن المؤكد أن

على القائمين في الاتصال إعادة النظر في أمر التوازن الوظيفي سيما وأن وظائف الصحافة والاعلان بشكل عام يجب أن لا تخضع لرغبة المرسل فحسب وإنما تحكمها حاجة المتلقي وهو ما يعني تلبية رغبات القراء واشباع حاجاتهم. كما أن مقياس النجاح لأية وسيلة إعلامية هو مدى قربها من اهتمامات الجمهور وأن الوظائف التي حددها المختصون في الإعلام لم تأت عبثاً بل جاءت لتتناغم مع حاجات هذا الجمهور الذي يمثل الرصيد الفعلي لأية وسيلة إعلامية. ومن هنا يمكن القول إن التفاوت الواضح في الاهتمام بالوظائف والصحف العراقية يدعو القائمين عليها إلى إعادة النظر في كيفية خلق نوع من التوازن بالشكل الذي لا يدع وظيفة تغطي على بقية الوظائف مهما كانت الظروف والأحوال. والعمل على توزيع الاهتمام بما يقدم خدمة لجمهور القراء عن طريق التنوع الوظيفي سيما وأن المسؤولية الاجتماعية للصحافة تفرض هذا التنوع والتعدد لتقترب الصحافة من أداء مسؤوليتها إزاء الجمهور عن طريق وظائفها.

الاستنتاجات

من خلال النتائج التي افرزتها عملية التحليل يمكن الوقوف على عدة استنتاجات تمثلت في ما يأتي :

- ١- ان التفاوت الواضح والكبير بين الوظائف يمكن ان يكون فرضته حالة غياب الرؤية الشاملة لدور ومسؤولية الصحافة والتي لاتقف عند حدود نشر الاخبار ومتابعتها .
- ٢- غياب التوازن بين الوظائف يؤشر عدم وجود سياسة نشر تماشى مع حاجات القراء ورغباتهم وسبب ذلك عدم الاعتماد على استطلاع آراء الجمهور ومعرفة تفضيلاتهم .
- ٣- تغيب واهمال بعض الوظائف كالوظيفة التعليمية والترفيهية قد يكون وراءه ان هاتين الوظيفتين تضطلع بهما بعض الوسائل الاعلامية كالقنوات الاذاعية والتلفزيونية بفاعلية اكثر. ولكن ذلك ليعفي الصحافة من ان تاخذ دورها وتمارس مسؤوليتها الاجتماعية ازاء القراء.

الهوامش والمصادر

- ١- كاترين دورين وآخرون. تنظيم وقيادة المجتمعات. ترجمة د. محمد طلعت. القاهرة. مطبعة عيسى. ١٩٦٥، ص ١٥.
- ٢- حميد سالم خلف الجبوري. المسؤولية الاجتماعية لدى أبناء الريف والمدينة. رسالة ماجستير غير منشورة مقدمة الى كلية الآداب/ جامعة بغداد. ١٩٩٦، ص ١٧-١٨.
- ٣- حامد عبد السلام زهران. علم النفس الاجتماعي. ط ٥. القاهرة. عالم الكتب. ١٩٨٤، ص ٢٣٣.
- ٤- حميد سالم خلف الجبوري. م.س.ذ. ص ٢٠.
- ٥- أيمن أحمد جيره. علاقة انتاجية الجماعات الصغيرة بأبعاد عملية الادراك الاجتماعي. رسالة ماجستير غير منشورة مقدمة الى جامعة الكويت. ١٩٧٩، ص ١١٣.
- ٦- محمد ابراهيم الشافعي. المسؤولية والجزاء في القرآن الكريم. القاهرة. مطبعة السنة المحمدية. ١٩٨٢، ص ٣٩.
- ٧- صاحب عبد مرزوك الجنابي. المسؤولية الاجتماعية وعلاقتها بفاعلية المرشد التربوي في العراق. اطروحة دكتوراه غير منشورة مقدمة الى كلية التربية (ابن رشد)/ جامعة بغداد. ١٩٩٨، ص ١٧.
- ٨- د. محمد متولي. د. لطيف عبد القادر. الإعلام وحرية المجتمع. القاهرة. مكتبة نهضة الشرق. ١٩٨٧، ص ٩١.
- ٩- عبد اللطيف حمزة. الإعلام والدعاية. بغداد. مكتبة بغداد. ١٩٦٨، ص ٩٠.
- ١٠- د. محمد متولي و د. لطيف عبد القادر. م.س.ذ. ص ١٠١-١٠٢.
- 11- Harold Evas, «Social Responsibility, London, William- Heinemann L.T.D, 1983, PP. 33-34.
- نقلا عن: حافظ ياسين حميد. المسؤولية الاجتماعية للإعلان في تلفزيون العراق. رسالة دكتوراه غير منشورة مقدمة الى كلية الإعلام/ جامعة بغداد. ٢٠٠٥، ص ٨٨.
- ١٢- د. أحمد بدر. الاتصال الجماهيري والدعاية الدولية. الكويت. دار العلم. ١٩٧٤، ص ٣٥١.
- ١٣- محمد متولي ولطيف عبد القادر. م.س.ذ. ص ١٣٩.
- ١٤- وليم ريفرن. وسائل الإعلام والمجتمع الحديث. ترجمة ابراهيم امام. القاهرة. دار المعرفة. ١٩٧٥، ص ١١١.
- ١٥- عبد اللطيف حمزة. م.س.ذ. ص ١٣٩.
- ١٦- فاروق ابو زيد. النظم الصحفية في الوطن العربي. القاهرة. عالم الكتب. ١٩٨٦، ص ٦.
- ١٧- عزة عبد العزيز. المسؤولية الاجتماعية للصحافة المصرية- دراسة تحليلية لوظائف الصحافة مع التطبيق على صحيفتي الاهرام والاهالي خلال المدة من ١٩٧٨-١٩٨٧. رسالة ماجستير غير منشورة. كلية الآداب بسوهاج/ جامعة اسيوط. ١٩٩٢، ص ٥٠-٥١.
- 18- Brauners Siegmund, The Formation and Development National. (Prague: International Organization Of Journalists 1975) p.107.
- نقلا عن: حافظ ياسين حميد. م.س.ذ. ص ٩٨.
- ١٩- المعجم الوسيط. ابراهيم مصطفى وآخرون. الجزء الاول والثاني. بيروت. دار احياء التراث العربي

- للطباعة والنشر والتوزيع. ٢٠٠٨، ص ٦٢٤.
- ٢٠- معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية، أحمد زكي بدوي، بيروت، مكتبة لبنان، ١٩٧٧، ص ١٧٠.
- ٢١- المصدر نفسه، ص ١٧٠.
- 22- Edwin Emery, Introduction To Mass Communications. New York, 1970, p.202-204.
- ٢٣- سعد مطشر عبد الصاحب، المضامين والاشكال الفنية للبرامج التلفزيونية في تلفزيون العراق والتلفزيون العربي السوري/ دراسة مقارنة، اطروحة دكتوراه غير منشورة مقدمة الى كلية الإعلام/ جامعة بغداد، ٢٠٠٥، ص ١٤٩-١٥٠.
- ٢٤- عمر عناد شلال، الوظيفة السياسية لبرامج (BBC) العربية، برنامج السياسة بين السائل والمجيب، رسالة ماجستير غير منشورة مقدمة الى كلية الإعلام/ جامعة بغداد، ٢٠٠٦، ص ٢٨.
- ٢٥- م. دي فلورس، بال روكاخ، نظريات الإعلام، ترجمة: محمد ناجي، أريد، دار الأمل للنشر والتوزيع، ١٩٩٤، ص ٢٣.
- ٢٦- د. حمدي حسن، الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام، القاهرة، دار الفكر العربي، ١٩٩١، ص ٣٣.
- ٢٧- المصدر نفسه، ص ٣٤.
- ٢٨- د. فاروق ابو زيد، مدخل الى علم الصحافة، القاهرة عالم الكتب، ١٩٨٦، ص ٥٧.
- ٢٩- د. محمد منير حجاب، الإعلام والتنمية الشاملة، ط ٥، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠٠٧، ص ١٤٥.
- ٣٠- محمد محمود وهيب، الإعلام المعاصر، عمان، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، ٢٠٠٧، ص ٣٤.
- ٣١- زين الدين العياضي، وسائل الإعلام والمجتمع - ظلال واضواء، العين، دار الكتاب الجامعي، ٢٠٠٤، ص ١٤١.
- ٣٢- ادب خضور، سوسيولوجيا الترفيه في التلفزيون - الدراما التلفزيون، دمشق، منشورات المكتبة الإعلامية، ١٩٩٧، ص ١١٠.
- ٣٣- تمارا حلمي، المجتمع الحديث والإعلان، لندن، مركز الكتاب العربي، ١٩٩٨، ص ٩٦.
- ٣٤- د. فضيل دليو، الاتصال - مناهجه نظرياته ووسائله، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠٠٣، ص ٧٦.
- ٣٥- محمد عبد القادر، دور الإعلام في التنمية، بغداد، دار الحرية للطباعة، ١٩٨٢، ص ٣٦١.
- ٣٦- محمد عودة، اساليب الاتصال والتغيير الاجتماعي، الكويت، ذات السلاسل للطباعة والنشر، ١٩٨٩، ص ٤٢.
- أنظر ايضاً:
- د. صالح أبو اصبع، الاتصال الجماهيري، عمان، دار الشروق للطباعة والنشر والتوزيع، ١٩٩٩، ص ١٦٥.
- ٣٧- د. سمير محمود، الإعلام العلمي، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠٠٨، ص ١١.
- 38- Meyer Philip, The Vanishing News Paper: Saving Journalism In The Information Age, University Of Missouri Press, 2004.
- نقلا عن: د. علي بن شويبل القرني، الاتجاهات المدنية في الصحافة الدولية - من الصحافة التقليدية

- الى الإعلانات الشخصية، دراسة جامعة الملك سعود، ٢٠٠٨، ص ٦٩.
- ٣٩- صالح ابو اصبح، م.س.ذ، ص ١٦٥.
- ٤٠- موسى علي الشهاب، علم اجتماع الإعلام، الاردن/ عمان، دار اسامة للنشر والتوزيع، ٢٠١١، ص ٤٦-٥٠.
- ٤١- د.محمد منير حجاب، م.س.ذ، ص ١٤٥.
- ٤٢- المصدر السابق، ص ١٣٥.
- ٤٣- المصدر نفسه، ص ١٣٦.
- ٤٤- بيير ألبير، الصحافة، ترجمة: فاطمة عبدالله، القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب/ سلسلة الألف كتاب (الثاني) ٤٤، ١٩٨٧، ص ٣٨-٣٤.
- ٤٥- د.محمد منير حجاب، م.س.ذ، ص ١٤٦.
- ٤٦- سعاد جبر سعيد، سايكولوجية الاتصال الجماهيري، الاردن/ أريد، عالم الكتب الحديث/ جدار الكتاب العالمي، ٢٠٠٨، ص ٦٩-٦٨.
- ٤٧- أنظر كل من:
- د.محمد منير حجاب، م.س.ذ، ص ١٤٦.
- ميرفت الطرابيشي، مدخل الى الصحافة، القاهرة، دار النهضة العربية، ٢٠٠٥، ص ٩٥-٩٩.
- محمود عبد الله الخوالدة، حسين علي العموش، علم النفس السياسي والإعلامي، الاردن، دار الحامد للنشر والتوزيع، ٢٠٠٨، ص ٢١.
- ٤٨- محمد عبد القادر، دور الإعلام في التنمية، بغداد، منشورات وزارة الثقافة والإعلام، دار الرشيد للنشر، ١٩٨٢، ص ٤٤-٤٦.
- ٤٩- د.محمد منير حجاب، م.س.ذ، ص ١٤٢.
- ٥٠- د.حميد جاعد محسن، الادارة الإعلامية - التطور المفهوم المقومات النماذج، بغداد، دار الشؤون الثقافية العامة، ٢٠٠٨، ص ٦٣.
- أنظر كذلك: د.محمد منير حجاب، م.س.ذ، ص ١٣١-١٣٣.
- مرزوق عبد الحكيم، الإعلانات الصحفية - دراسة في الاستخدامات والاشباع، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠٠٤، ص ١٠١.
- ٥١- مرزوق عبد الحكيم، م.س.ذ، ص ١٠٢.
- ٥٢- عصام سليمان الموسى، مدخل في الاتصال الجماهيري، ط ٦، الاردن، اثناء للنشر والتوزيع، ٢٠٠٩، ص ١٦٧-١٧٤.
- ٥٣- علي بن محمد المرهون، استخدامات النخبة العمانية للقنوات الفضائية العربية والاجنبية والاشباع، رسالة ماجستير غير منشورة/ معهد البحوث والدراسات العربية، القاهرة، ٢٠٠٧، ص ٧٢.
- ٥٤- فواز منصور الحكيم، سوسيولوجيا الإعلام الجماهيري، الاردن/ عمان، دار اسامة للنشر والتوزيع، ٢٠١٠، ص ٣٢-٣٣.
- ٥٥- د.فؤاد احمد الساري، وسائل الإعلام النشأة والتطور، الاردن/ عمان، دار اسامة للنشر والتوزيع.

- ٢٠١١، ص ٦١-٧١.
- ٥٦- د. نسيم خوري، الإعلام العربي وانهيار السلطات اللغوية، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، ٢٠٠٥، ص ٥٣.
- ٥٧- د. موسى علي الشهاب، علم اجتماع الإعلام، عمان، دار اسامة للنشر والتوزيع، ٢٠١١، ص ٤٦-٥٠.
- ٥٨- رفعت عارف الضبع، الخبر، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠١١، ص ٢٦-٢٨.
- ٥٩- د. محمد منير حجاب، م. س. ذ.، ص ١٤٤.
- (*) - لمعرفة المزيد من الذين أشاروا إلى هذه الوظائف انظر:
- د. عبد الستار جواد، صناعة الاخبار، بغداد، وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، ٢٠٠٠، ص ١٩.
- د. شاهيناز طلعت، وسائل الاعلام والتنمية الاجتماعية، القاهرة، المكتبة الأنجلو المصرية، بلا تاريخ، ص ٢٣.
- د. عبد الجواد سعيد ربيع، فن الخبر الصحفي، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠٠٩، ص ٣١-٣٣.
- د. احمد بخوش، الاتصال والعولة، دراسة سوسيولوجية، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠٠٨، ص ١٤-١٥.
- ٦٠- د. حسن عماد مكاوي، و. د. ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية للكتاب، ٢٠١٠، ص ٧٤.
- ٦١- د. فاروق ابو زيد، مدخل الى علم الصحافة، م. س. ذ.، ص ٧٤.
- ٦٢- سعاد جبر سعيد، م. س. ذ.، ص ٦٩.
- ٦٣- د. محمود عبد الله الخوالدة، حسين علي عموش، م. س. ذ.، ص ٣٦.
- ٦٤- سعاد جبر سعيد، م. س. ذ.، ص ٧٢.
- ٦٥- سامي ذبيان، م. س. ذ.، ص ٥١.
- ٦٦- سعاد جبر سعيد، م. س. ذ.، ص ٧٤.
- ٦٧- فاروق ابو زيد، مدخل الى علم الصحافة، م. س. ذ.، ص ٦٥.

الصحافة الالكترونية في العراق دراسة في تقييم الواقع وسبل التنمية

د. جليل وادي حمود - م.م. اياد خليل إبراهيم
جامعه ديالى

المستخلص

أتاح الانفتاح الإعلامي للمؤسسات الإعلامية والدوائر الحكومية ومنظمات المجتمع المدني والأفراد فرصة تأسيس مواقع الكترونية على شبكة المعلومات الدولية للإفادة من مجموعة الخصائص التي تتسم بها الشبكة والقدرات الفائقة للحاسوب. وإمكانية توظيف هذه القدرات في عمليات التنمية بمختلف أشكالها. فضلاً عما يعنيه ذلك في إطار مواكبة التطورات التكنولوجية التي يشهدها المجال الاتصالي.

ومع قصر المدة الزمنية التي أتاحت بها خدمة الانترنت إلا أنَّ المواقع الالكترونية العراقية قد شهدت نمواً متسعا، وتنوعت أشكالها ومضامينها واهتماماتها الأمر الذي جعلنا إزاء المئات من تلك المواقع التي يتعذر إحصاؤها على المتصدين لدراساتها. وقد انطوت تلك المواقع على ما سمي بالصحف الالكترونية على اختلاف أنواعها. ممثلة بذلك تجربة عراقية جديدة في هذا المجال. إذ لم تعرف الحركة الإعلامية المحلية هذا النمط الاتصالي من قبل سوى محاولات مبتدئة خارج العراق مارسته جهات سياسية معارضة للنظام السابق.

لقد كشفت الأحداث السياسية الأخيرة التي شهدتها المنطقة العربية أن شبكة الانترنت كانت من بين الوسائل التي أسهمت في قيام انتفاضتي تونس ومصر. إذ استثمر الشباب الصحافة الالكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي والبريد الالكتروني وغرف المحادثة وغيرها للتنسيق فيما بينهم وتبادل وجهات النظر وتحديد المواعيد للتظاهر.

ويهدف البحث إلى التعرف على واقع الصحافة الالكترونية في العراق. وإلى أي مدى اتسمت المواقع الإخبارية العراقية بخصائص الصحافة الالكترونية، وما هي السبل التي من شأنها تنمية الصحافة الالكترونية العراقية.

وقد توصل البحث إلى مجموعة من النتائج. من أبرزها:

١. اتضح أن هذا النمط الاتصالي وفي ضوء المؤشرات الراهنة بحاجة إلى زمن طويل ليستكمل أدواته وبناء بالشكل الذي يؤهله لإشباع الحاجات الإعلامية المتجددة للجمهور. فضلاً عن تحوله إلى قناة للتواصل الاجتماعي الآني.

٢. تبين أن أغلب الصحف الالكترونية العراقية لم تتمثل من سمات العمل الإعلامي الالكتروني إلا قدر ضئيل جداً. ما جعلها صحافة شكلية خاصيتها الأساسية تتجسد في وجودها على شبكة الانترنت. الأمر الذي أفقدها القدرة حتى على منافسة الصحافة الورقية.

٣. افتقرت الصحافة الالكترونية إلى الكوادر البشرية المؤهلة لإدارتها فنياً وحريراً. فلم يتضح وجود احترافية في هذا المجال الاتصالي. وإن نسبة من العاملين فيه ينحدرون من وسائل إعلامية تقليدية.

٤. أفادت معطيات واقع الصحافة الالكترونية العراقية عن انعدام أو محدودية الإمكانيات المالية التي تعين القائمين بالاتصال على إنتاج صحافة الكترونية إخبارية حقيقية وفاعلة.
٥. اتضح أن اغلب الصحف الالكترونية العراقية قد تخلفت بحدود واسعة عن وسائل الإعلام الأخرى فيما يتعلق بمواكبة الأحداث والتطورات المحلية والإقليمية والدولية. كما أنها لم تمكن الجمهور من التعمق المعرفي الذي تتيحه شبكة الانترنت.
٦. يلاحظ أن الصحافة الالكترونية المستقلة اقل تطوراً في الجوانب الفنية والتحريرية عن نظيرتها التي لها امتدادات ورقية أو غير ورقية ، ويبدو أن ذلك مرتبط بان الصحافة الممتدة لها مؤسسات إعلامية وتتوافر على كوادرات بشرية محترفة في العمل الإعلامي.

Abstract:

Electronic press in Iraq

Study to assess the reality and ways of development

Professor assist dr. Jaleel Wady

Assistant lecturer Ayad khaleel ibrahim

Allowed the media's openness to media organizations, government departments and civil society organizations and individuals the opportunity to establish Web sites on the Internet for the benefit of group characteristics of the network and capability of the computer, and the possibility of employing these capabilities in the development processes in various forms, as well as what this means in the context of technological developments taking place in the communication field.

However short time made available by the Internet service but the websites Iraqi grew ample, varied forms and their contents and concerns which made us about the hundreds of those sites that can not be counted for researchers to study, have involved those sites on the so-called newspapers electronic different types, representing a new Iraqi experience in this area, they did not know the local media this movement pattern communication by only attempts beginner outside Iraq practiced by political opposition to the former regime.

Have revealed recent political events in the Arab region that the Internet was one of the means by which contributed to the uprisings of Tunisia and Egypt, since invested young electronic press and social networking and e-mail, chat rooms and other coordination among themselves and exchange views and make appointments to demonstrate.

The research aims to identify the reality of the electronic press in Iraq, and the extent to which Iraqi news sites marked characteristics of electronic media, and what are the ways that will develop electronic press Iraqi.

The search had reached a set of results, notably:

1. It turns out that this communication style and in light of the current indicators need a long time to complete its tools and built in the form in which it takes to satisfy the needs of the renewable media to the public, as well as its transformation to a channel for real-time social networking.
2. Show that most of the Iraqi electronic newspapers are not characteristic of electronic media work but very little, making it a formal press cryptographic key is embodied in its presence on the Internet, which lose the ability even to compete with the printed press.
3. Electronic press lacked qualified staff to manage technically and editorially, it remained unclear and a professional in this field communication, and the proportion of its employees come from traditional media.

4. Reported data and the reality of electronic press Iraqi lack of or limited financial resources that help existing contact to produce electronic journalism news real and effective.
5. It became clear that most of the Iraqi electronic newspapers have lagged broad limits and other media with respect to keep pace with local events and developments, regional and international. They also did not enable the public to deepen knowledge offered by the Internet.
6. Notes that the independent electronic media less sophisticated in technical and editorial aspects from those that have extensions and paper or non-paper, and it seems that this is linked to that of the press extended media organizations are available on the human cadres in professional media work

المقدمة:

من بين التحولات الجذرية التي شهدتها المجال الإعلامي العراقي بعد أحداث التغيير السياسي في عام ٢٠٠٣ اتساع مساحة خدمة الانترنت سواء ما تعلق منها باستخدامات الجمهور أو استفادة الجهات الإعلامية وغير الإعلامية . ذلك أن هذه الخدمة التي عرفها العراق أواخر التسعينيات من القرن المنصرم لم تكن متاحة بشكل يمكن الاستفادة من طاقتها الكبيرة . اذ قيدت بمجموعة من الاشتراطات التي فرضتها السلطات آنذاك بذرائع أمنية وأخلاقية . الأمر الذي جعل استخداماتها محدودة ومقتصرة على جهات بعينها . وأماكن توافرها محدودة ومعلومة للجهات الرقابية . وعليه فإن المدة التي أعقبت تغير النظام السياسي في العراق تعد التاريخ الفعلي لتوفر خدمة الانترنت على نطاق واسع.

لقد أتاح الانفتاح الإعلامي للمؤسسات الإعلامية والدوائر الحكومية ومنظمات المجتمع المدني والأفراد فرصة تأسيس مواقع الكترونية على الشبكة للإفادة من مجموعة الخصائص التي تتسم بها الشبكة والقدرات الفائقة للحاسوب . وإمكانية توظيف هذه القدرات في عمليات التنمية بمختلف أشكالها. فضلاً عما يعنيه ذلك في إطار مواكبة التطورات التكنولوجية التي يشهدها المجال الاتصالي. ومع قصر المدة الزمنية التي أتاحت بها خدمة الانترنت إلا أن المواقع الالكترونية العراقية قد شهدت نمواً متساعاً . وتنوعت أشكالها ومضامينها واهتماماتها . الأمر الذي جعلنا إزاء المئات من تلك المواقع التي يتعذر احصاؤها على المتصدين لدراساتها . فلزالت حدود النمو في هذا المجال غير معروفة حتى للجهات الحكومية المعنية بهذا النمط الاتصالي.

وقد انطوت تلك المواقع على ما سمي بالصحف الالكترونية على اختلاف أنواعها . مثله بذلك تجربة عراقية جديدة في هذا المجال . اذ لم تعرف الحركة الإعلامية المحلية هذا النمط الاتصالي من قبل سوى محاولات مبتدئة خارج العراق مارسته جهات سياسية معارضة للنظام السابق .

وانطلاقاً من أهمية الصحافة الالكترونية بوصفها وسيلة مستقبلية . وشيوع ظاهرة الاتصال الالكتروني الذي ينمو بتسارع لافت . وضرورة توظيف الصحافة لخدمة التنمية الوطنية سياسياً واقتصادياً وثقافياً واجتماعياً . وأهمية النهوض بالصحافة الالكترونية بغية تفعيل دورها . كل ذلك يستدعي اخضاع هذه الظاهرة للبحث العلمي للوقوف على واقعها والبحث عن السبل التي من شأنها تنمية هذا المجال الاتصالي المهم . بخاصة ان مواقع الصحف الالكترونية العراقية لم تدرس من قبل.

مشكلة البحث:

إذا كان الإعلام الالكتروني يعد نوعاً جديداً من الإعلام يشترك مع الإعلام التقليدي في المفهوم والمبادئ العامة والأهداف . ويتميز عنه بكونه يعتمد على وسيلة جديدة من وسائل الإعلام الحديثة (١) . وهي الدمج بين كل وسائل الاتصال التقليدي . بهدف إيصال المضامين المطلوبة بأشكال متميزة ومؤثرة بطريقة أكبر . وهو يعتمد بصورة رئيسة على شبكة الانترنت التي تتيح للإعلاميين فرصة كبيرة لتقديم موادهم الإعلامية المختلفة بطريقة الكترونية بحتة (٢) فإن الصحافة الالكترونية العراقية شكلت حيزاً كبيراً في ذلك الاعلام . ذلك ان الصحافة الالكترونية تمثل أحد أهم الأنماط الإعلامية والاتصالية التي تكونت على شبكة الانترنت . وهي تشهد تحولات عديدة جعلت منها ظاهرة متغيرة تتفاعل مع التطورات التقنية والثقافية للشبكة . كما انها ترتبط بمفهوم آخر أكبر وأعم هو مفهوم النشر الالكتروني الذي يستخدم للإشارة إلى استخدام الكمبيوتر في عمليات إنشاء وتخزين وتصميم

المطبوعات (٣) . بالمقابل تثير عدداً من الإشكاليات بدءاً بالتعريف ومروراً بالممارسة. فالبعض يفتح تعريفه ليشمل كل موقع يحمل معلومات على الشبكة الدولية. والبعض الآخر يضيقه فيجعله قاصراً على تلك الصحف التي تصدر وليس لها نموذج ورقي مطبوع (٤) . لكن تعبير (On Line Journalism) يشير تحديداً في معظم الأدبيات الغربية إلى تلك الصحف أو المجلات الالكترونية المستقلة التي ليس لها علاقة بشكل أو بآخر بصحف ورقية مطبوعة.

عموماً ففي اطار المفهوم الواسع يعرفها محمود علم الدين بأنها (الصحافة التي تستعين بالحاسبات في عمليات الإنتاج والنشر الالكترونية) (٥) . وكذلك تعريف نجوى فهمي التي حددت بأنها (منشور الكتروني دوري يحتوي على الأحداث الجارية سواء المرتبطة بموضوعات عامة أو ذات طبيعة خاصة. ويتم قراءتها من خلال جهاز الكمبيوتر. وغالباً ما تكون متاحة عبر الانترنت) (٦) . اما في اطار المفهوم الضيق فينظر الى الصحافة الالكترونية بأنها (وضع الصحيفة اليومية الكبيرة على الخط. أي جعلها في متناول القراء عبر كومبيوتر مجهز بمودم) (٧) بحسب تعريف مي عبد الله سنو . وفريق ثالث قدم لها وصفاً لا يندرج ضمن النوعين السابقين كما هو الحال في تعريف رضا عبد الواحد أمين الذي قال انها (الصحف التي يتم إصدارها ونشرها على شبكة الانترنت. وتكون على شكل جرائد مطبوعة على شاشات الحاسبات الالكترونية تغطي صفحات الجريدة وتشمل المتن والصور والرسوم والصوت والصور المتحركة) (٨) .

وبذا فان الصحافة الالكترونية نوع من الاتصال بين البشر يتم عبر الفضاء الالكتروني (الانترنت وشبكات المعلومات والاتصالات الأخرى) تستخدم فيه فنون وآليات ومهارات العمل في الصحافة المطبوعة مضافاً إليها مهارات وآليات تقنيات المعلومات التي تناسب استخدام الفضاء الالكتروني كوسيط أو وسيلة اتصال بما في ذلك استخدام النص والصورة والصوت والمستويات المختلفة من التفاعل مع المتلقي. لاستقصاء الأخبار الآنية وغير الآنية ومعالجتها وتحليلها ونشرها على الجمهور عبر الانترنت بسرعة (٩). وعلى وفق هذه الحقائق فإنها تجمع بين أساليب العمل في كل من الوسائط الصحفية المطبوعة التقليدية والوسائط الصحفية الالكترونية معاً. ففضلاً عن كونها صورة مطورة من الصحف التقليدية. فإن لها القدرة على تغيير الأخبار والمعلومات التي تنشر فيها في أي وقت. كما يمكن إعادة تنظيم صفحاتها بصورة سهلة وسريعة . كما تجمع بين طبيعة الصحافة التقليدية ونظام الملفات المتتابعة أو المتسلسلة . وفي كل الاحوال فإن الممارسة تشير الى انها عبارة عن تفاعل إمكانات الحاسبة الالكترونية وما تملكه من قدرات هائلة في تخزين المعلومات وتنسيقها وتبويبها وتصنيفها واسترجاعها في ثوان معدودة . وبين التطور الهائل في وسائل الاتصال التي تشكل الانترنت ابرز مظاهره . بمعنى اخر تشير العملية الى استعمال قواعد المعلومات وكذلك الانترنت للحصول على مصادر ووثائق ومعلومات عن ملايين الموضوعات (١٠).

ويرى بعض الباحثين إن الصحافة الالكترونية هي صحافة (الخط المباشر). بينما يراها آخرون أنها (صحافة المعلومة). وليست صحافة الحدث على عكس الصحافة الورقية في الماضي وليس الآن أيضاً. بينما يختلف البروفيسور لورنس ماير* في فكرة وضع تعريف معين للصحافة الالكترونية. إذ يعتبرها استمراراً للصحافة التقليدية بشكل يواكب التطور الإعلامي الذي نشهده في عصرنا الحالي. غير أنها تتميز عنها بنوع من المرونة على صعيد الجمع بين عدة أشكال من الإنتاج الصحفي. كالنص المكتوب والمسموع والمرئي (١١).

ويذهب الباحثان الى ان النظر للصحافة الالكترونية من منظور الصحافة التقليدية امر فيه تضيق لهذه الصحافة . وان النظرة يفترض ان تنطلق من المقارنة بين هذه الوسيلة ومجمل وسائل الاتصال الجماهيرية الاخرى . ذلك ان الصحافة الالكترونية تشبه الوسائل الاخرى من حيث المضمون . وتختلف عنها من حيث الشكل وآليات العمل والخصائص والتكيف مع متغيرات العصر . وطالما انها مختلفة في جوانب عديدة عن جميع الوسائل . فأنها مع التلفزيون ستكونان الاداتين الأكثر فاعلية حاضرا ومستقبلا . وذلك من ابرز الدواعي للاهتمام بهذه الصحافة واخضاعها للبحث العلمي للوقوف على طبيعتها ووظيفتها وحدود تأثيرها وسماتها . بخاصة ان البحوث والدراسات التي تناولتها لم ترق الى مستوى هذه الظاهرة المتنامية وحجم التعاطي معها من الجمهور افرادا ومؤسسات . وفي هذه الجوانب تكمن مشكلة هذا البحث .

أهمية البحث:

كشفت الاحداث السياسية الاخيرة التي شهدتها المنطقة العربية ان شبكة الانترنت كانت من بين الوسائل التي اسهمت في قيام انتفاضتي تونس ومصر. اذ استثمر الشباب الصحافة الالكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي والبريد الالكتروني وغرف المحادثة وغيرها للتنسيق فيما بينهم وتبادل وجهات النظر وتحديد المواعيد للتظاهر . ويشير هذا في جانب منه الى ان هذا النمط الاتصالي بدأ يحدث تأثيراته الملموسة في الجماهير على الرغم من حداثة التجربة العربية في هذا المجال ومحدوديتها . ذلك ان حجم الجمهور العربي المستخدم للشبكة لم يتجاوز (٥٧) مليون مواطن . ولم يشكل المحتوى العربي في الانترنت سوى ١٪ . وبذا غدت المواقع الالكترونية على اختلاف انواعها تشكل تهديدا للانظمة السياسية واداة فاعلة بيد الجماهير لاحداث التأثيرات المطلوبة . فضلا عن كونها واجهة للتعبير عن همومها وتطلعاتها . وقناة اتصالية لاغنى عنها اثناء الازمات . وكانت الصحافة الالكترونية مواكبة لهذه التطورات عبر نقلها الآني والفوري للاحداث والوقائع عبر مختلف الفنون الصحفية كالاخبار والمقالات والقصص الاخبارية . معززة ذلك بالتحليل والتفسير . وقدمت ذلك بأساليب فنية انطوت على الاقناع والتضليل والدعاية . ما يشير الى دور لا يقل اهمية عن الادوار التي قامت بها الفضائيات والاذاعات والصحافة الورقية . وطالما الامر بهذا الشكل . فان اهمية هذا البحث تنبع من اهمية الصحافة الالكترونية والادوار الحالية والمستقبلية التي يمكن ان تؤديها في الاوساط الجماهيرية على صعد الاعلام والثقافة والتنمية والترويج والترويج . ذلك ان هذا النمط الاتصالي الذي لم يصل بعد الى المستوى الجماهيري يتوقع ان تكون له ادوارا ووظائف جمة . ما يستدعي الاهتمام به علميا بغية البحث عن السبل الكفيلة التي من شأنها توظيفه لخدمة المجتمع .

واذا كان يراد للصحافة الالكترونية تأدية ادوار فاعلة في الحياة الراهنة والمستقبلية ماثلة للادوار التي تؤديها الصحافة الالكترونية في الدول المتطورة . فان ذلك يتطلب الوقوف على واقع الصحافة الالكترونية العراقية لتبين حدودها ومديات تأثيرها . والتعرف على مدى اتسامها بالخصائص التي يفترض ان تتسم بها الصحافة الالكترونية المفترضة . وتشخيص مواطن قوتها وضعفها . ذلك ان الملاحظات تشير الى ان الكثير من مواقع الصحافة الالكترونية العراقية لازالت مواقع شكلية على مستوى الاشكال والمضامين والأساليب التحريرية ومحدودية الاستفادة من التقنيات التي يوفرها الحاسوب والانترنت . بالمقابل فان هذه الملاحظات وان كانت تنطوي على جوانب علمية الا انه لا يمكن الركون اليها في اطلاق احكام وتعميمها على مجمل هذه الظاهرة الجديدة . لذلك فان اخضاع هذه

الظاهرة للتحليل العلمي على وفق دراسة منهجية من شأنه توصيف واقعها وبالتالي تحديد السبل التي يمكن من خلال سلوكها تفعيل هذه الصحافة للقيام بوظيفتها الاساسية المتمثلة بتعزيز التواصل الاجتماعي والاخبار والتثقيف وغيرها من الوظائف التي تشترك فيها مع وسائل الاتصال الجماهيرية. بمعنى اخر البحث في الكيفيات التي يمكن من خلالها الاستفادة من هذه الصحافة في عمليات التنمية الوطنية.

واذا كان من المتعذر تحقيق تنمية وطنية حقيقية من دون الاستعانة بوسائل فاعلة ومؤثرة . كالصحافة الالكترونية التي يتوقع لها مستقبلا ان تكتسب سمة الجماهيرية الى جانب وسائل الاعلام التقليدية . فان الارتقاء بأداء هذه الصحافة يغدو ضرورة قصوى . وذلك لن يكون الا من خلال المعرفة العلمية بواقعها . وبالتالي تحديد المتطلبات الكفيلة بالنهوض بها . وهذا ما يسعى اليه هذا البحث الذي وضع تقييم الواقع من بين الاهداف الرئيسية التي يروم الوصول اليها.

وبما ان لكل زمن ادواته الاتصالية . فان الصحافة الالكترونية تعد من بين ابرز ادوات المستقبل على المدى المنظور . ولذا فان التمكن من المستقبل وتحقيق حضور فاعل فيه . يقتضي عناية فائقة في ادواته . وامتلاك المهارات التي تشغلها باقصى قدراتها . لكن الواقع الاعلامي في العراق يشير الى هيمنة التلفزيون على غالبية حركة الاتصال الجماهيري بما في ذلك الاتصال عبر الانترنت . وخيل هذه الهيمنة الى دالتين : اولها ان جهات الاتصال منشغلة بالحاضر اكثر من المستقبل . وذلك يعزى الى خطورة المرحلة التاريخية التي يمر بها العراق بعد الاحتلال الامريكي وتغيير النظام السياسي . ومن ثم فانها تستعين لتعبئة الجماهير بالوسائل الاكثر تأثرا في الواقع . وهي بالتأكيد الوسائل التقليدية وبخاصة الفضائيات . ذلك ان الصحافة الالكترونية لم تأخذ المديات المنافسة للفضائيات بسبب محدودية تعرض الجمهور لها . وثانيهما ان وعيا حقيقيا في المستقبل لم يتبلور بعد . مع ان الحراك الاجتماعي والسياسي يعكس قلقا واضحا بشأن المستقبل . الا ان هذا القلق الذي تظهر بشكل تعبيرية سواء كانت اشكال عنفية او اجراءات سياسية . لم يقابله اهتمام واضح بادوات المستقبل او اجراءات عملية او استراتيجيات من شأنها رسم صورة او ملامح محددة للمستقبل الذي نريد . وبذا يمكن القول ان النمو الحاصل في استخدامات الانترنت او الصحافة الالكترونية جاءت بطريقة كيفية عشوائية من دون ان يسهم فيها التخطيط العلمي او انعكاسا لاستراتيجيات مرسومة مسبقا . لذلك فان اخضاع هذه الظاهرة للدراسة قد يشيع ثقافة علمية للتعامل مع ادوات المستقبل التي تأتي الصحافة الالكترونية من بينها.

ان حداثة التجربة العربية في مجال الانترنت عموما والصحافة الالكترونية على وجه الخصوص حملت الكثير من المعنيين بهذا المجال الى الانشغال في ايضاح آليات عمل الشبكة وصياغة المفاهيم التي افرزتها ظاهرة ثورة الاتصال وواجهتها الابرز الانترنت وتحديد الاطر النظرية . لذا لازال البحث العلمي العربي لم ينطلق بمدى واسع في اخضاع التطبيقات العملية للدراسة . واقتصرت الدراسات في هذا الميدان على مواقع بعينها تمكنت من تحقيق نجاحات على الصعيد العالمي من دون ان تمتد الى المئات من المواقع العربية المحلية التي نأمل منها الكثير . وعلى هذا انصب اهتمام هذا البحث على الصحافة الالكترونية العراقية للخروج بمعطيات علمية تمكننا من التعرف على واقعها بغية تعزيز نجاحاتها وتشخيص اخفاقاتها . وبالتالي تبين السبل التي من شأن سلوكها الوصول الى كيفية توظيفها لخدمة المجتمع عبر اشباع حاجاته الاعلامية.

هدف البحث

بما ان البحث ينطلق من ملاحظة لم يتم التحقق منها علميا , تفيد ان سمة الشككية تغطي على الصحافة الالكترونية بسبب حداثة التجربة وغياب التأهيل وعدم شيوع ثقافة الحاسوب والانترنت بشكل واسع في المجتمع لاسباب اقتصادية او حضارية , لذا فان أهداف البحث تتجسد في الاسئلة الآتية:

١. كيف هو واقع الصحافة الالكترونية في العراق؟
 ٢. إلى أي مدى اتسمت المواقع الإخبارية العراقية بخصائص الصحافة الالكترونية؟
 ٣. ما هي السبل التي من شأنها تنمية الصحافة الالكترونية العراقية ؟
- واذا كانت الصحافة الالكترونية تستمد قدراتها التقنية والتأثيرية من مجموعة الخصائص التي تكتسبها من الطاقات الهائلة التي يوفرها الانترنت والحاسوب , لذا فان التعرف على حدود اتسام المواقع الاخبارية العراقية بخصائص الصحافة الالكترونية يعطي تصورا وافيا عن واقع الصحافة الالكترونية العراقية , وبالتالي تقود معرفة الواقع الى تحديد سبل تنمية هذه الصحافة بما يجعلها مواكبة لمثيلاتها في العالم , فضلا عن تمكينها من اداء وظائفها .

مجتمع البحث:

اختلفت تصنيفات الخبراء للصحافة الالكترونية بحسب الأسس التي يجري عليها ذلك التصنيف, غير أن التصنيف العام لا يخرج عن الأنواع الثلاثة الآتية:

أولاً: الصحف الالكترونية الكاملة:

هي صحف قائمة بذاتها, وإن كانت تحمل نفس إسم الصحيفة الورقية, وتتميز هذه الصحف بأنها تقدم الخدمات الإعلامية والصحفية نفسها التي تقدمها الصحيفة الورقية من أخبار وتقارير وغيرها من مواد صحفية, كما تقدم خدمات صحفية وإعلامية إضافية لا تستطيع الصحيفة الورقية تقديمها, مثل البحث داخل الصحيفة وخدمات الرد الفوري والتعليق والأرشفة وغيرها, فضلاً عن تقديم خدمة الوسائط المتعددة النصية والصوتية (١٢) , ويندرج تحت هذا النوع المواقع التابعة لمؤسسات إعلامية صحفية تقليدية كالصحف والإذاعات والقنوات التلفزيونية. وتهدف مثل هذه المواقع الى الترويج للمؤسسة الإعلامية التي تتكامل معها وتدعم دورها ورسالتها, وإعادة إنتاج المحتوى الذي تقدمه المؤسسة الأم بشكل آخر لتحقيق الغاية المنشودة من الرسالة , وإن هذا الشكل من الصحف الالكترونية في الغالب لا ينتج أو ينشر مادة إعلامية أو صحفية غير منتجة في مؤسساتها الأصلية إلا في نطاق ضيق وغير رئيسي . وتعد هذه المواقع شائعة الاستخدام كوسيلة إخبارية على شبكة الويب, إذ أنها تقدم في بعض الأحيان مختارات من المحتوى التحريري المرتبط بالوسيلة الأم, أو منتجاً مخصصاً للنشر على الويب (١٣).

ثانياً: النسخ الالكترونية من الصحف الورقية:

وهي عبارة عن مواقع للصحف الورقية على شبكة الانترنت, إذ تقتصر خدماتها على تقديم كل أو جزء من مضمون مادة الصحيفة الورقية مع بعض الخدمات المتصلة بها مثل خدمات الاشتراك والإعلانات والربط بالمواقع الأخرى (١٤) , وتعتمد هذه المواقع في إطلاق نسخة كربونية صماء من الصحيفة المطبوعة, إذ تكون الصحيفة الالكترونية عبارة عن نسخة من الصحيفة المطبوعة باستثناء المواد الإعلانية .

ثالثاً: الصحف الالكترونية المستقلة:

في أواخر التسعينيات من القرن الماضي ظهرت شركات تعمل على الانترنت فقط دون أن يكون لها نشاط أو وجود مادي على أرض الواقع. وقد ظهرت مئات الشركات من هذا النوع في مجالات عديدة، منها المجال الإعلامي والصحفي. فتشكلت مؤسسات لم تكن سوى مواقع على الشبكة تعمل في مجال الصحافة والإعلام. وعرفت بإسم بوابات الانترنت الصحفية، وتخصصت في تقديم المواد الإخبارية والتحليلات الصحفية والمقابلات والحوارات والنشرات البريدية الالكترونية وخدمات البريد الالكتروني وخدمات البحث في الأرشفة. وهذه البوابات تجسد حالياً الصحافة الالكترونية الصرفة التي تمارس عملها بالكامل عبر الانترنت دون أن يكون لها أي نسخ مطبوعة. أو امتدادات لأي وسيلة إعلامية أخرى. الأمر الذي يجعل منها مدخلاً جيداً وغنياً يمكن الاقتراب منه وفقاً للعديد من النقاط الخاصة بالتصميم ودورية التحديث وتنوع الخدمة والجهات القائمة على الموقع وتوجهاته العامة والرؤية التي يحملها القائمون عليه (١٥). وفي هذا النوع لا يكون للمادة الصحفية المنشورة الكترونياً أصل مطبوع. إذ أن الصحيفة تظهر بشكل مباشر من خلال النشر عبر شبكة الانترنت، وهو ما يصدق على الصحف الالكترونية التي تصدر مستقلة على الشبكة في إدارتها، والتي لا تمتلك دعامة ورقية. فهي مستقلة بكل أجهزتها وإدارتها. وتجري كل مراحل عملية إنتاجها الكترونياً. وهذا النوع يطلق عليه البعض صفة الصحافة الالكترونية الحقيقية لأنها تستغني كلياً عن عمليات الطباعة والنشر والتوزيع. وتستبدل ذلك بالنشر الالكتروني (١٦).

وعلى وفق هذا التصنيف فإن هذا البحث معني بالنوع الثالث، أي أنه سيخضع للدراسة الصحف الالكترونية العراقية التي ليس لها امتداد ورقي أو اذاعي أو تلفزيوني. وبما أن اختبار عينة مثله تمثيلاً دقيقاً للمجتمع المدروس يقتضي تحديد مفردات ذلك المجتمع، إلا أن هذا يعد من الأمور المتعذرة في هذا البحث، إذ لا يمكن اختبار عينة مثله بسبب عدم توفر احصائية بعدد مواقع الصحافة الالكترونية العراقية لدى الجهات الرسمية مثله بوزارة الاتصالات وهيئة الاعلام والاتصالات التي اقتصر عملها على منح اجازات المواقع التي تندرج في (نطاق العراق) على الشبكة (iq) (١٧). فما كان من سبيل سوى القيام بجولة مضمينة على الشبكة لحصر ما يمكن من مواقع الصحافة الالكترونية، ولذلك لا يعد عدد المواقع التي تمكن الباحثان من احصائها ارقاماً نهائية لسببين: اولهما أن عملية الحصر جهد شخصي ويعتمد على الصدفة، وبذلك قد يغفلان بعض المواقع، وثانيهما أن شبكة الانترنت تشهد تأسيس مواقع الكترونية بشكل يكاد أن يكون يومياً، فلاغربة أن تؤسس مواقع اخبارية خلال مدة اعداد تقرير هذا البحث، الأمر الذي يجعلها خارج التحليل.

وبما أن جهات عديدة على اختلاف انواعها واهتماماتها قد اتخذت من الاعلام الالكتروني وسيلة للتعريف بها والترويج لبرامجها ونشر الاخبار وغيرها من الاهداف، لذا استبعد البحث جميع المواقع الاخبارية العائدة لمؤسسات الدولة أو لمنظمات المجتمع المدني أو للاحزاب والتيارات السياسية. بسبب أن اهدافها ليست اخبارية بالدرجة الاساس، بل انشئت لغايات ترويجية دعائية، ومثل هذه الغايات قد لا تجعل الكثير منها حريصاً على التحلي بسمات الصحافة الالكترونية والمعايير المهنية للعمل الاعلامي بصفة عامة (١٨).

ولابد من التأكيد أن الاستبعادات جرت في ضوء علم الباحثين المتعلقة بعائدية هذه المواقع، ولا يدعيان الاحاطة بجميع خلفيات هذه المواقع، فقد يكون من بين المواقع الخاضعة للبحث من تعود لجهة

معينة من دون ان يعرفا.

وتمكن الباحثان من خلال البحث على شبكة الانترنت وعلى مدى ايام من حصر (٨٧) موقعا اخباريا عراقيا يندرج ضمن مفهوم الصحافة الالكترونية ، واكتفيا بهذا العدد لاعتبارين اساسيين : الاول ان عملية الحصر ليست لها نهاية في ضوء تواصل عملية تأسيس المواقع ، وان الاستمرار بالبحث عن المواقع قد يستنزف وقتا طويلا وان اضاف مواقع جديدة لكنها محدودة بحسب توقعاتهما ، والثاني يعزى الى ان هذا العدد مناسب للبحث وفي الغرض وان نتائج التحليل يمكن تعميمها على ما تبقي من مواقع لم يتم التعرف عليها ، او اطلقت على الشبكة خلال المجال الزمني الذي اجري فيه البحث . وفيما يأتي قائمة بأسماء مواقع الصحف الالكترونية العراقية.

ت	اسم الموقع	ت	اسم الموقع	ت	اسم الموقع
١	السليمانية اليوم	٣٠	الجوار	٥٩	الرابطة العراقية
٢	انا كردي	٣١	شبكة البرلمان العراقي	٦٠	الجديدة
٣	كركوك	٣٢	شبكة الوليد للاعلام	٦١	العراق نت
٤	وكالة الديوانية نيوز	٣٣	موقع الاخبار	٦٢	بغداد بوس
٥	وكالة الانباء الوطنية العراقية	٣٤	وكالة اخبار الكاظمية المقدسة	٦٣	وكالة انباء بغداد الدولية
٦	شبكة عراق اونلاين	٣٥	العراق الواحد الموحد	٦٤	وكالة انباء الاعلام العراقي واع
٧	شبكة إعمار العراق	٣٦	شبكة اخبار واسط	٦٥	البيت العراقي
٨	وكالة انباء شط العرب	٣٧	المرصد نيوز	٦٦	المواطنة العراقية
٩	العراق للجميع	٣٨	النبا	٦٧	الناس
١٠	شبكة الناصرية الفيحاء	٣٩	صوت الحرية	٦٨	بنت الرافدين
١١	صوت الناصرية	٤٠	رافدين الاخباري	٦٩	شبكة الرشيد العراقية
١٢	شبكة الصحافة العراقية	٤١	شبكة الفهد الاخبارية	٧٠	مجلة اجيال الالكترونية
١٣	رسالتنا اونلاين	٤٢	وكالة الصحافة المستقلة (ايبا)	٧١	القوة الثالثة
١٤	عراقنا مستقبلا	٤٣	بوابة الرائد	٧٢	عنكاوة
١٥	وكالة الكوفة للانباء	٤٤	الوثيقة نت	٧٣	فراطين نت
١٦	شنعار	٤٥	وكالة يقين للانباء	٧٤	الملف
١٧	الوكالة الوطنية العراقية	٤٦	الانبار اليوم	٧٥	العراق السياسي

١٨	نينا للأنباء	٤٧	وكالة انباء البصرة	٧٦	شبكة بيدر
١٩	وكالة السلطة الرابعة للأنباء	٤٨	شبكة عراق المستقبل	٧٧	وكالة انباء الرأي العام
٢٠	وكالة بلاد نيوز	٤٩	شبكة العراق الجديد الاعلامية	٧٨	الندوى
٢١	المترو	٥٠	الدار العراقية	٧٩	كركوك بوست
٢٢	وكالة العراق بيتنا	٥١	البديل العراقي	٨٠	الحقيقة في العراق
٢٣	باب نيوز	٥٢	العين الاعلامية	٨١	شبكة سي ان ان عراق
٢٤	شبكة الفيحاء الاخبارية	٥٣	موطني	٨٢	الرابطه الاسلاميه للاعلام
٢٥	شبكة اخبار العراق	٥٤	صوت العراق	٨٣	التحدي
٢٦	الدار العراقية	٥٥	شبكة عراقنا الاخبارية	٨٤	وكالة خبر للانباء
٢٧	الاخبار العراقية	٥٦	الاخبار	٨٥	تركمين تايمز
٢٨	شبكة ذي قار للانباء	٥٧	شبكة عالم العراق الاخبارية	٨٦	شبكة المراسلين العراقية
٢٩	موسوعة النهرين	٥٨	شبكة يا عراق الاخبارية	٨٧	شبكة اخبار النجف الأشرف

الاجراءات المنهجية:

إذا كان التقييم يعني إصدار حكم في ضوء معايير محددة ، فان تقييم واقع الصحافة الالكترونية العراقية بالنسبة لهذا البحث الذي يعد من البحوث الوصفية بحسب نوعه ، سيجري على وفق السمات التي يفترض ان تتسم بها الصحافة الالكترونية ، ذلك ان غياب هذه السمات عن اي موقع اخباري يفقد ذلك الموقع خاصيته من حيث انه موقع الكتروني ، وبالتالي فان هذه السمات المستمدة من الطاقات التي توفرها شبكة الانترنت والحاسوب هي التي تميز هذه الوسيلة الاتصالية عن بقية الوسائل الاتصالية الاخرى سواء اكانت جماهيرية ام غير جماهيرية ، فهذه السمات تجمع كل الخصائص التي تتسم بها بقية الوسائل الاتصالية ، وعليه فان عدم استثمار هذه الميزات من قبل القائمين بالاتصال يفقد هذه الوسيلة حركيتها وتأثيراتها في الجمهور ، ما يعني ان تعامله مع هذه الوسيلة لا يرقى الى مستواها ، بل ويسحبها الى مصاف الوسائل الاخرى التي تتسم بجزء من خصائصها وليس كلها كما هو الحال في الاذاعة والتلفزيون ، بخاصة ان خصائص الوسيلة تفرض شكلا واسلوبا معينا في التعبير عن المضامين . من هذا الجانب تحديدا تستمد خصائص الصحافة الالكترونية اهميتها بوصفها معيارا لمحاكمة المواقع الاخبارية ، ذلك ان جميع المعايير التي يمكن صوغها لتقييم واقع الصحف الالكترونية لا يمكن ان تكون بذات الاهمية التي تتجسد في سمات الصحافة الالكترونية ، لاسيما ان الادبيات الاعلامية التي اخضعت هذه الظاهرة للبحث لم تصغ معايير محددة لتقييم مستوى الصحافة الالكترونية يمكن الاستناد اليها بحسب علم الباحثين .

انطلاقاً من ذلك فان فقرات هذا المعيار تتكون من بعض سمات الصحافة الالكترونية التي اكدتها الادبيات الاعلامية ويمكن قياسها من الناحية العملية .
وتتمثل خصائص الصحافة الالكترونية بما يأتي (١٩) :

١. التفاعلية *interactivity*

تتجسد التفاعلية في الصحافة الالكترونية عبر اعتماد تكتيك النص المترابط او الفائق الذي يتضمن روابط (links) لنقاط داخل الموضوع او الخبر (معلومات خلفية , اراء سابقة , موضوعات ذات صلة) , وتنقسم التفاعلية الى قسمين :

- أ . تفاعلية مباشرة , مثل مشاركة القراء في غرف الحوار مع ادارة الصحيفة ومحرريها ومراسليها.
- ب . تفاعلية غير مباشرة , مثل البريد الالكتروني , والاستفتاءات والمنشآت الحوارية والقوائم البريدية

٢ . العمق المعرفي

وتتمثل هذه السمة في قدرة الصحافة الالكترونية على تزويد قرائها بخدمات اضافية كخلفيات الاحداث , استخدام ارشيف الصحيفة , تصفح موضوعات ذات صلة , الاطلاع على نسخ سابقة وكذلك مختلف النسخ التي تصدرها في الوقت نفسه , وينطبق ذلك على المواقع التي تشكل امتدادا لصفح ورقية بطبوعات مختلفة بحسب البلدان التي تصدر فيها.

٣ . الفورية *immediacy*

وتعني قدرة الصحيفة على تزويد قرائها باخر الاحداث من خلال نقلها للاحداث فور وقوعها.

٤ . تعدد الوسائط

وتشير هذه السمة إلى إمكانية تقديم المضمون بوسائط مختلفة كالصوت والصورة والنص. مستفيدة بذلك من التقنيات العالية التي يتوفر عليها الحاسوب .وهي بذلك تجمع مختلف الخصائص التي تتسم بها وسائل الاتصال الجماهيرية (التلفزيون , الإذاعة , الصحيفة)

٥ . التحديث *updating*

وتشير الى تقديم خدمات اخبارية آنية تتيح لجمهورها الاحاطة بالتطورات المختلفة للاحداث , ومسايرة طبيعة الانترنت التي تشكل المباشرة والفورية من ابرز سماتها .

٦ . سهولة التعرض

وتعني ان الصحافة الالكترونية لا تتطلب من جمهورها بذل الكثير من الجهد الجسدي والعقلي لاستيعاب المضامين التي تقدمها , وانها توفر لهم تعرضا سهلا بكثير من التعرض للصحيفة الورقية.

٧ . التمكين

تتيح هذه السمة لجمهور الصحافة الالكترونية الوصول الى المضامين المختلفة الجديدة منها والقديمة وكذلك التي في اماكن اخرى غير الصحيفة التي امامه بطرق ووسائط مختلفة , كالصور الفديوية والنصوص والمقاطع الصوتية والروابط التي تحيلك الى موضوعات ذات صلة منشورة في اماكن اخرى .

٨ . النشر على نطاق واسع او العالمية *Global Reach*

وتستمد الصحافة الالكترونية هذه السمة من الطبيعة الخاصة لشبكة الانترنت , اذ تتيح هذه الشبكة للمضامين النشر الواسع , وبذلك فان النشر الالكتروني على شبكة الانترنت لا يخضع للصحفي او آليات العمل الاعلامي .

٩ . القدرة على الربط بين العناصر المتعددة داخل هيكل المعلومات .

ويتأتى ذلك من خلال القدرة على ربط الاشكال المختلفة للمعلومات مع بعضها البعض ، واتاحة الفرصة امام الجمهور لمتابعة المضامين على اختلاف اماكنها .

١٠ . الأرشيف الالكتروني الفوري

توفر هذه السمة لجمهور الصحافة الالكترونية سياقاً شاملاً عن الموضوعات والاحداث التي هم بصدد الاطلاع عليها. وذلك من خلال ما توفره الصحيفة الالكترونية من أرشيف فوري تمكن الجمهور من استكمال تصوراتهم عن تلك الاحداث او الموضوعات .

١١ . اللامجاهيرية

وتشير الى تخلي الصحافة الالكترونية عن مفهوم الحشد في التعامل مع مستخدمي الوسيلة الاعلامية . بمعنى تقديم منتج اعلامي يتكيف مع الاهتمامات الفردية للقراء .
وتتحقق هذه السمة بطريقتين :

أ . الطريقة التقليدية : وتحقق عبر اتاحة خيارات عديدة امام القارئ (نظام الوصلات links).

ب . طريقة دفع المحتوى push content

إذ يقوم الموقع بتزويد القارئ بما يريد بعد ان يحدد القارئ قائمة تتضمن الموضوعات التي يفضل الاطلاع عليها ، ما يتيح للقارئ الاطلاع على هذه المواد في الوقت الذي يرغب به من على حاسبته.

١٢ . الخدمات الاضافية القائمة على السرعة

وتقوم الصحيفة وفقاً لهذه السمة بدور حلقة الاتصال اللحظية والانية بين جمهورها من خلال الحلقات النقاشية وغرف المحادثة وقوائم البريد ومواقع تبادل رسائل البريد الالكتروني وغيرها .

١٣ . الشخصية

وتعني حرية استخدام ما تنطوي عليه الصحيفة الالكترونية واوقات التعرض ، اذ بإمكان القارئ ان ينتقي ما يشاء من موضوعات وابواب بشكل شخصي ، واختيار الابواب التي تتوافق مع رغباته ، وتحديد اوقات التعرض التي تناسبه من دون ان يكون هناك اي تأثير لادارة الصحيفة في هذه الحرية.
ويمكن تقسيم السمات المذكورة الى ثلاثة انواع :

١ . السمات الخاصة : وهي السمات التي تنفرد بها الصحافة الالكترونية عن غيرها من وسائل الاعلام مثل سمة (التفاعلية) و (تعدد الوسائل) و (التمكين) والقدرة على الربط بين العناصر المتعددة داخل هيكل المعلومات) و (الأرشيف الالكتروني الفوري) والخدمات الاضافية القائمة على السرعة) و (اللامجاهيرية) .

٢ . السمات المشتركة : وهي السمات التي تشترك بها مع غيرها من الوسائل الاتصالية مثل سمة (الفورية) و (التحديث) و (سهولة التعرض) .

٣ . السمات العامة : وهي السمات التي ترتبط بالغايات النهائية لوظائف الوسائل الاتصالية الاعلامية مثل (العمق المعرفي) و (الشخصنة) و (النشر على نطاق واسع او العالمية) .

وفي هذا الاطار لا يمكن اعتماد جميع السمات المذكورة في المعيار الذي سيجري اعتماده لتقييم واقع الصحافة الالكترونية ، وذلك لعمومية بعض السمات مثل (العمق المعرفي) و (الشخصنة) و (سهولة التعرض) و (التمكين) و (النشر على نطاق واسع او العالمية) او تشابه نتائج مضامينها في حالة قياسها مع نتائج سمات اخرى مثل سمة (التمكين) التي تتشابه نتائجها مع سمة (تعدد الوسائط

(و) الخدمات الاضافية القائمة على السرعة . وعلى هذا فان المعيار سيتكون من السمات الآتية: التفاعلية , الفورية , تعدد الوسائط , التحديث . القدرة على الربط بين بين العناصر المتعددة داخل هيكل المعلومات , الأرشفة الالكترونية الفوري . اللامهايرية , الخدمات الإضافية القائمة على السرعة.

تفسير النتائج:

جدول (١) بين تكرار السمات المتوفرة في الصحف الالكترونية العراقية

ت	السمات	تكرارات السمات المتوفرة	النسبة المئوية	عدد الصحف الالكترونية
١	التفاعلية	٨	٩,٢٪	٨٧
٢	الفورية	١٨	٢٠,٧٪	
٣	تعدد الوسائط	١٦	١٨,٤٪	
٤	القدرة	٣	٣,٤٪	
٥	الأرشفة	١٥	١٧,٢٪	
	الأرشفة الإلكترونية	٥٤	٦٢,١٪	
٦	اللامهايرية	٨٧	١٠٠٪	
	تقليدية	١٠	١١,٥٪	
٧	خدمات اضافية	١٨	٢٠,٧٪	
	التحديث	٦٢	٧١٪	

أولاً . غياب التفاعلية

اتضح ان المواقع الالكترونية الاخبارية العراقية تفتقد للحيوية التي توفرها سمة التفاعلية . ذلك ان افتقادها لهذه السمة بشقيها المباشر وغير المباشر , وعدم اعتمادها على تكنيك النصوص المترابطة التي تحيل الى موضوعات ذات صلة بالخبر المنشور يشير الى انها لم تتمكن من استثمار القدرات التي يوفرها الانترنت . وذلك مرهون بالملاكات المؤهلة لإدارة المنتديات الحوارية والاجابة المباشرة على اسئلة الزوار وتبادل وجهات النظر معهم .

واذا كان يراد للاتصال الالكتروني ان يكون مائلا للاتصال الشخصي الذي يستطيع المرسل من خلاله التعرف على ردود افعال المستقبل ومدى ادراكه للرسالة الاتصالية عبر اساليب عديدة يتيحها الانترنت , فان غياب التفاعلية عن الصحف الالكترونية يعني في جانب منه عدم معرفة رجوع الصدى (٢٠) . على الرغم من اهمية ذلك للمصدر الذي يتمكن من خلاله تعديل رسائله على وفق القدرات الادراكية للجمهور , وفي هذا الجانب تكون الصحافة الالكترونية اقرب الى الصحافة الورقية منها الى الاتصال الشخصي .

ان غياب هذه السمة المهمة يدل بشكل واضح على ان المواقع الاخبارية لم تستكمل بعد الادوات التي من شأنها جعل المواقع الاخبارية مؤسسات اعلامية بهيكلية محددة تفرضها دواعي العمل في هذه الوسيلة . فقد بدا من خلال واقع هذه المواقع ان بعضها يديرها شخص واحد او مجموعة لاتتجاوز ثلاثة اشخاص . ومثل هذه المواقع لايمكنها باي حال من الاحوال ان تكون تفاعلية .

ذلك ان المواقع الاخبارية التفاعلية تقتضي فريقا من المحررين والفنيين لادامة التواصل مع الجمهور على مدى الاربع والعشرين ساعة . ذلك ان العمل في المواقع الالكترونية التي يراد لها ان تكون تفاعلية له اشتراطاته التي تتحكم بها رغبات وميول الزوار بخاصة المتعلقة منها بأوقات التعرض التي يتعذر على القارئ بالاتصال معرفتها او خديدها مثلما يحصل مع بقية وسائل الاتصال الاخرى.

ان تحول الصحف الالكترونية العراقية الى مؤسسات مرهون بالتمويل اللازم . فلا زالت تلك الصحف لأسباب ذاتية وموضوعية غير مغرية للاستثمار فيها . كما انها وللأسباب ذاتها لم تتمكن من جذب الاعلان . وبالتالي يتعذر عليها تغطية نفقاتها في حال ارادت ان تكون صحافة تفاعلية.

ثانيا . افتقاد الفورية

اظهرت نتائج البحث ان سمة الفورية لم تتجسد في الصحافة الالكترونية العراقية الا بحدود ضيقة جدا . ويدل ذلك على ان هذه الصحف لم تأخذ بالحسبان تزويد زوارها باخر الاحداث وتطوراتها فور وقوعها . بينما يتيح الفضاء الالكتروني لهذه المواقع مواكبة الاحداث لحظة بلحظة سواء بالاعتماد على مصادره الخاصة او على المصادر الخارجية الاخرى كوكالات الانباء والقنوات الفضائية . لكن تكاد اغلب المواقع الاخبارية العراقية قد اهملت هذا الجانب على اهميته . ويكشف هذا القصور عن عدم اهتمام ادارات التحرير بما يجري من احداث في العالم او عدم قدرتها على متابعة ذلك بسبب محدودية امكانياتها البشرية او افتقادها للحافزية بشكليها المادي والمعنوي.

ومع ان جمهور الصحف الالكترونية كبقية وسائل الاعلام يزداد تعرضهم لتلك الوسائل كلما اتسع الاهتمام بالدائرة المحلية للجمهور . الا ان الاحداث السياسية والامنية في الساحة العراقية على كثرتها لم تجد لها انعكاسا انيا مناسباً في تلك المواقع الا بعد حين . الامر الذي يجعل من تلك الاحداث غير ذات اهمية بالنسبة للجمهور الذي تعرف عليها من خلال وسائل اعلام اخرى وفي مقدمتها الفضائيات .

ويبدو ان شعورا بلا جدوى يهيمن على القارئ بالاتصال . اذ لم يتلمس مردودات معينة جراء عمله على الرغم من ادراكه لاهمية الاعلام الالكتروني بدلالة المبادرة بتأسيس موقعه الاخباري . لذا غدت ادارة الصحيفة الالكترونية عملا ثانويا تدار في اوقات الفراغ .

ثالثا . انحسار الوسائط المتعددة

مع ان جميع خصائص الوسائل الاتصالية الجماهيرية جتمع في الحاسوب كالصوت والصورة والنص . الا ان استخدامات الصحافة الالكترونية اقتصر على الاستعانة بالنصوص في تقديم المضامين مهمة الوسائط الاخرى. وهذا ما تمثل في اغلب المواقع الخاضعة للدراسة . وقد جعلت هذه الاستخدامات الصحافة الالكترونية شبيهة بالصحافة الورقية الى حد كبير . الامر الذي افقد الجمهور حرية اختيار الوسائط التي يرغب بها في التعرض للمضامين الصحفية . وما يقتضيه ذلك من جهد بالمقدور تخفيفه فيما لو اعتمد على الوسائط الاخرى . فضلا عن ان الاقتصار على واسطة واحدة يبعث الملل في الجمهور .

ان الاستعانة بوسائط متعددة توسع من امكانيات القارئ بالاتصال في عملية تجسيد الوقائع والاحداث . واطهار ما تنطوي عليه من معاني . بخاصة ان عمليات التجسيد المعززة بالصوت والصورة الفيديوية يجعلها اكثر واقعية مما لو اقتصر التجسيد على النصوص فحسب . وتزيد الواقعية من مساحة المصادقية التي يوليها الجمهور الى مصادر اخباره . بما يحقق اشباعاته لمعرفة هذه الوقائع

وبغنيه عن التعرض لمصادر اعلامية اخرى . ذلك ان العلاقة بين الاستخدامات والاشباعات ترتبط الى حد كبير بمستوى المصادقية التي يحظى بها المصدر.

ان مستوى الثقة التي تولى للنصوص مستمدة من ثقة الجمهور بالقائم بالاتصال . بينما تستمد تلك الثقة من وسيلة الاتصال في حال نقلت الوقائع والاحداث بوسائط صوتية وصورية . وعلى هذا كانت ثقة الجمهور بالتلفزيون اكثر من الصحيفة الورقية . جراء تعزيز التلفزيون الاحداث المنقولة بالصورة الحية.

ويمكن القول في هذا الاطار ان عدم استعانة الصحافة الالكترونية العراقية بالوسائط المتعددة اضعف ثقة الجمهور بها . وقلل من فرص تعرضه لها . ما انعكس سلبا على مستوى اهتمام القائم بالاتصال بوسيلته . بسبب انعدام الحافزية او ضعفها المترتبة على عدم تمتعه بجمهور واسع.

رابعا . انعدام القدرة

إن المرونة الكبيرة التي يتيحها الحاسوب والانترنت تزيد من قدرات القائم بالاتصال على صياغة مضامينه بأشكال مختلفة . فضلا عن الربط بين هذه الاشكال على اختلاف اماكن وجودها داخل الموقع او خارجه . لكن هذه المرونة والقدرات انعدمت في الصحافة الالكترونية العراقية . نتيجة عدم استخدام المواقع لوسائط متعددة في تقديم المضامين التي ترتبط بوشائج معينة . كما انها لم تضع بالحسبان الانفتاح على مواقع اخرى ذات صلة بالمعلومات التي تتناولها عبر النصوص المترابطة . لذا لم تعمل على الربط بين الاشكال الاعلامية التي تستخدمها . ذلك ان المضامين القريبة من بعضها داخل الموقع وفكرة الانفتاح على مضامين منشورة في مواقع اخرى تستدعي من ادارة الموقع تفعيل قدراتها للربط بين الاشكال المختلفة للمعلومات المقدمة للجمهور .

وقد تعود اسباب ذلك الى عدم ايلاء ادارة المواقع الاخبارية الانفتاح على المواقع الاخرى واستخدام وسائط مختلفة الاهتمام الذي تستحقه او بسبب محدودية امكانياتها او افتقادها الخبرات الفنية في هذا المجال . فالتجربة العراقية لازالت حديثة ولم تتوفر لها الموارد البشرية المدربة الكافية .

خامسا . ضعف الارشيف الالكتروني

على الرغم من ان خدمة الارشيف تعود بالفائدة على الجمهور وجهة الاتصال على حد سواء . الا ان الاغلب الاعم من ادارات الصحف الالكترونية لم تتمكن من تفعيل هذه الخدمة . مع انها تعد من اساسيات العمل الاعلامي بوسائله المختلفة بدءا من لحظات انطلاقها الاولى . ذلك ان الارشيف بالنسبة لجهة الاتصال يعني التوثيق لعمل هذه الجهات وانجازاتها . فضلا عن جذب الجمهور الباحث عن معلومات سابقة بشأن وقائع وقضايا مثيرة لاهتمامه . ومع ان العديد من المواقع قد وضعت نافذة للبحث في الموقع . الا ان البحث في الغالب يفضي الى فراغ او الى موضوعات غير ذات صلة . وعلى هذا لا يمكن عد البحث في الموقع معوضا عن الارشيف . لان بعضا من الزوار يرغبون في الاطلاع على جانب من الارشيف بخاصة عندما لا تكون في اذهانهم موضوعات محددة . فضلا عن ذلك فان بعض المواقع الاخبارية التي اتخذت وظيفة الوكالات الاخبارية لاتتيح للزوار البحث في مواقعها او الاطلاع على ارشيفها الالكتروني من دون ان يسجلوا كمستخدمين . وعلى الرغم من ان هذه الاشتراطات تعد من طبيعة عمل وكالات الانباء عموما التي تبغي من الاشتراك الحصول على مبالغ مالية لتمويل عملها . الا انها بطبيعة الحال تحجب الكثير من الاخبار عن الزوار وتكتفي باطلاعهم على العناوين او فقرات بسيطة من الخبر.

سادسا . اللامهاتية

اكتفت اغلب المواقع بتقديم الاخبار بالطريقة التقليدية القائمة على اتاحة خيارات عديدة امام الزوار عبر نظام الوصلات ، ولم ترتق بعملها الى طريقة دفع المحتوى الذي يزود من خلاله الموقع زواره بالموضوعات التي يرغبون بالاطلاع عليها ، ذلك ان بعض الزوار يطلبون من المواقع الاخبارية تزويدهم بمجموعة من الاخبار ليتسنى الاطلاع عليها في حاسباتهم في الاوقات التي يرغبون بها ، ومع ان هذه الطريقة تتيح للزوار حرية اكبر في التعامل مع المعلومات والاخبار كما هو الحال في المواقع الالكترونية العريقة ، الا ان الصحافة الالكترونية العراقية لم تتمكن من العمل على وفق هذا الاسلوب ، ما افقد الصحافة الالكترونية واحدة من خواصها المهمة المتمثلة في اتاحة المرونة الكافية للزوار في التكيف الشخصي . وهي السمة التي تميز هذا النوع من التعرض عن بقية انواع التعرض الاخرى التي تتصف بالجماهيرية كما هو الحال في الصحف الورقية والتلفزيون وغيرها من وسائل الاتصال الجماهيرية (٢١) ، وفي ضوء المعطيات الراهنة للصحافة الالكترونية يبدو ان الوصول الى طريقة دفع المحتوى امرا صعبا وبجاجة الى وقت طويل ويقتضي ظروفنا موضوعية مناسبة .

سابعاً . خدمات اضافية

تتكون كل سمة من سمات الصحافة الالكترونية من مجموعة عناصر مادية ، بغياها تفقد تلك السمة وظيفتها . بالمقابل هناك سمات يتوقف جانب من عملها على عناصر في سمات اخرى ، كما هو الحال في سمة التفاعلية التي تعتمد على مجموعة العناصر التي تتكون منها سمة الخدمات الاضافية القائمة على السرعة ، فغرف الحادثة وقوائم البريد ومواقع تبادل رسائل البريد الالكتروني تشكل عناصر الخدمة الاضافية ، وعليه فان تفعيل هذه السمة يقود الى تفعيل سمة التفاعلية . لكن الملاحظ في الصحافة الالكترونية العراقية افتقادها الى الخدمات الاضافية او اقتصرها على عنصر واحد واهمال بقية العناصر بالشكل الذي يتعذر معه الحكم بأنها توفر لزوارها خدمات اضافية . بمعنى انها لم تتمكن من ان تكون حلقة التواصل الآتي بين زوارها . وبذلك فانها افتقدت الى جانب كبير من التفاعلية التي يقتضيها الاعلام الالكتروني . ومع ان تقديم خدمات اضافية ليس من بين وظائف الصحافة الالكترونية بوصفها معنية بتقديم الفنون الخبرية حصراً ، الا ان الاكتفاء بهذه الوظيفة يحرم المعنيين بالصحف الالكترونية من التعرف على نوع الجمهور المتعرض وميوله ورغباته التي تتضح من خلال الخدمات الاضافية ، فضلاً عن ان الحصول على اكبر جمهور ممكن يرتبط بنوع ومستوى الخدمات التي تقدمها مواقع الصحف الالكترونية ، ولذا فلا غرابة عندما ينحسر جمهور الصحافة العراقية .

ثامناً . التحديث

على الرغم من ان اغلب الصحف الالكترونية العراقية يجري تحديثها اذا ما نظر الى التحديث من زاوية التواريخ المذكورة على واجهة المواقع ، الا ان بعضاً من التحديث ايهامياً . فالتاريخ المثبت يشير الى اليوم نفسه الذي يشاهد فيه الزوار المواقع ، بينما الاخبار المنشورة قديمة ، والبعض منها يعود الى اشهر ماضية ، ومثل هذا النوع من التحديث يجري بطريقة آلية ، الامر الذي اضطر مواقع اخرى لتأكيد مصداقية التحديث الى تثبيت التواريخ في نهاية نصوص اخبارها .

وبالرغم من ان التحديث يشكل من الجانب الفني مسابقة لطبيعة الانترنت التي تشكل المباشرة والفورية ابرز سماتها ، ومن الناحية الموضوعية احاطة الزوار بتطورات الاحداث اولا بأول ، فان هذين الجانبين يكشفان عن مدى جدية عمل الصحافة الالكترونية ، انطلاقاً من ذلك فان عدم الجدية هي السمة الغالبة على مواقع الصحافة الالكترونية العراقية ، ويمكن ان يستثنى من هذا الحكم وكالات

الانباء الالكترونية . التي تعمل بطريقة مزدوجة في الوقت نفسه . فهي من جانب تعمل كصحيفة الكترونية تتيح لزوارها فرصة الاطلاع على بعض اخبارها وخدماتها . ومن جانب اخر تحجب اخبار اخرى بطريقة التشفير . ولا تسمح بالاطلاع عليها سوى للجهات المشتركة فيها التي تشكل وسائل الاعلام غالبيتها .

الاستنتاجات:

- ١ . كشف النمو المتسارع للصحافة الالكترونية عن تبلور وعي باهمية هذا النمط الاتصالي الجديد على المجتمع العراقي . الامر الذي يوفر الارضية المناسبة لامكانية توظيفه في عمليات التنمية الوطنية في حال رسمت الاستراتيجيات الكفيلة بتنميته وتفعيله .
- ٢ . اتضح ان هذا النمط الاتصالي وفي ضوء المؤشرات الراهنة بحاجة الى زمن طويل ليستكمل ادواته وبناء بالشكل الذي يؤهله لاشباع الحاجات الاعلامية المتجددة للجمهور . فضلا عن تحوله الى قناة للتواصل الاجتماعي الآتي .
- ٣ . يلاحظ ان الصحف الالكترونية تمضي باتجاهات احادية على مستوى وظيفة اشباع الحاجات الاعلامية للجمهور . في وقت يفترض فيه ان تسعى الى التكامل سواء ما تعلق منه بالضمون او الادوات المستخدمة . ذلك ان الجمهور صار يبحث عن التنوع في المواقع الالكترونية مضمونا واشكالا .
- ٤ . تبين ان اغلب الصحف الالكترونية العراقية لم تتمثل من سمات العمل الاعلامي الالكتروني الا قدر ضئيل جدا . ما جعلها صحافة شكلية خاصيتها الاساسية تتجسد في وجودها على شبكة الانترنت . الامر الذي افقدها القدرة حتى على منافسة الصحافة الورقية .
- ٥ . لم تتمكن الصحافة الالكترونية العراقية من تأكيد مصداقيتها لدى الجمهور بسبب ضعفها الناج عن عدم قدرتها على توظيف الوسائط المتعددة التي يتيحها الحاسوب والانترنت في تقديم المضامين الاخبارية باشكال مختلفة . ما يقود الى ضعف ثقة الجمهور بها .
- ٦ . افتقرت الصحافة الالكترونية الى الكوادر البشرية المؤهلة لادارتها فنيا وحريريا . فلم يتضح وجود احترافية في هذا المجال الاتصالي . وان نسبة من العاملين فيه ينحدرون من وسائل اعلامية تقليدية .
- ٧ . انعكست الخدمة المحدودة للانترنت وعدم انتشار اجهزة الحاسوب في المجتمع . سلبا على الارتقاء بالصحافة الالكترونية . ما افقدها الانتشار على نطاق واسع . وبالتالي انخفاض فاعلية ادائها لوظائفها الاخبارية والخدمات الاضافية المنوطة بها .
- ٨ . افادت معطيات واقع الصحافة الالكترونية العراقية عن انعدام او محدودية الامكانيات المالية التي تعين القائمين بالاتصال على انتاج صحافة الكترونية اخبارية حقيقية وفاعلة .
- ٩ . بدا ان احباط كبيرا يتعرض له القائمين بالاتصال الالكتروني . وتجسد ذلك الاحباط في عدم عنايته الواضحة بصحيفته . ويبدو ان احباطه مرتبط بافتقار الحوافز المادية والمعنوية . وعدم توفر المستلزمات التي تعينه على القيام بدوره في هذا المجال .
- ١٠ . اتضح ان اغلب الصحف الالكترونية العراقية قد تخلفت بحدود واسعة عن وسائل الاعلام الاخرى فيما يتعلق بمواكبة الاحداث والتطورات المحلية والاقليمية والدولية . كما انها لم تتمكن الجمهور من التعمق المعرفي الذي تتيحه شبكة الانترنت .
- ١١ . يلاحظ ان الصحافة الالكترونية المستقلة اقل تطورا في الجوانب الفنية والتحريرية عن نظيرتها التي لها امتدادات ورقية او غير ورقية . ويبدو ان ذلك مرتبط بان الصحافة الممتدة لها مؤسسات

اعلامية وتتوافر على كوادر بشرية محترفة في العمل الاعلامي .

سبل التنمية:

تتطلب تنمية الصحافة الالكترونية في العراق ما يأتي :

- ١ . إصدار التشريعات القانونية التي من شأنها التأكيد بان الصحافة الالكترونية وسيلة إعلامية كبقية وسائل الإعلام الأخرى . وان العاملين في هذه المهنة صحفيون يتمتعون بجميع الحقوق التي لزملائهم في الصحافة التقليدية وعليهم الواجبات نفسها .
- ٢ . ضرورة عمل الجهات الرسمية المعنية على إيجاد الآليات الإدارية والقانونية التي بمقدورها مؤسسة الصحافة الالكترونية . بخاصة انها لازالت في جانب كبير منها نشاطا فرديا . يتعذر عليها والحال هذه تأدية الوظائف التي يفترض القيام بها .
- ٣ . أهمية أن حظى الصحافة الالكترونية بدعم مالي حكومي لمدد محددة في مراحل التأسيس الأولى . بخاصة ان عنصر التمويل يعد مدخلا أساسيا للنهوض بهذه الصحافة .
- ٤ . استحداث أقسام للصحافة الالكترونية في الجامعات التي فيها كليات للإعلام وفروع ماثلة في الكليات التي فيها أقسام للإعلام .
- ٥ . إقامة دورات نوعية لتأهيل الملاكات البشرية للعمل في مجال الاعلام الالكتروني برمجة و تحريراً .
- ٦ . توجيه دوائر الدولة المختلفة بأهمية استحداث وحدات للإعلام الالكتروني .
- ٧ . العمل على إشاعة بيئة الكترونية عبر اتخاذ الدولة الإجراءات الكفيلة بتمكين المجتمع والمؤسسات التعليمية من الحصول على المنتجات الالكترونية كالحاسوب والأجهزة المتعلقة بخدمة الانترنت . والضغط باتجاه تحسين الخدمات التي تقدمها شركات الانترنت وتخفيض أسعارها .
- ٨ . على وزارتي التربية والتعليم العالي ايلاء مادة الحاسوب اهتماما استثنائيا يتناسب مع أهمية هذه المادة . بوصف التعامل مع الحاسوب مهارة أساسية لمستقبل الطلبة والبلاد .

—

الهوامش:

- ١ . اياد بندر ومنير المجايدة، المشهد الاعلامي الفلسطيني، بحث منشور على الموقع www.minfo.ps ، تونس، معهد الصحافة وعلوم الأخبار، ٢٠٠٣، استرجع بتاريخ ٢٠١١/٢/٢١.
- ٢ . استرجع بتاريخ ٢٠١١/٢/٢٤ . <http://www.khayma.com/librarians/archives/lis.htm> .
- ٣ . حسني نصر، الخبر الصحفي: التحرير الصحفي في عصر المعلومات، ط٢، العين، دار الكتاب الجامعي، ٢٠٠٤، ص ٣١٤.
- ٤ . <http://mtaj.maktoobblog.com> استرجع بتاريخ ٢٠١١/٢/٢٤.
- ٥ . <http://topic-30dz.justgoo.com/t3111/> استرجع بتاريخ ٢٠١١/٢/٢٦.
- ٦ . المصدر نفسه
- ٧ . المصدر نفسه
- ٨ . رضا عبد الواحد أمين، الصحافة الالكترونية، القاهرة، دار الفجر، ٢٠٠٧، ص ٩٣.
- ٩ . فيصل ابو عيشة، الاعلام الالكتروني، عمان، دار اسامة، ٢٠١٠، ص ٩٩.
- ١٠ . كارول ريتش، كتابة التقارير والأخبار الصحفية، ترجمة: عبد الستار جواد، العين، دار الكتاب الجامعي، ٢٠٠٢، ص ٤٠٦.
- * رئيس قسم الصحافة الالكترونية في جامعة دارمشتات الألمانية، أنظر: <http://old.openarab.net/ar> استرجع بتاريخ ٢٠١١/٣/٤.
- ١١ . المصدر نفسه
- ١٢ . <http://etudiantdz.net/vb/t39106.html> ، استرجع بتاريخ ٢٠١١/٣/١.
- ١٣ . محمد عبد الحميد، الاتصال والإعلام على شبكة الانترنت، القاهرة، عالم الكتب، ٢٠٠٧، ص ١٥١.
- ١٤ . ماجد سالم تريان ، الانترنت والصحافة الالكترونية : رؤية مستقبلية ، القاهرة ، الدار المصرية اللبنانية ، ٢٠٠٨ ، ص ١١٨
- ١٥ . <http://difaf.net/main> ، استرجع بتاريخ ٢٠١١/٣/٣.
- ١٦ . <http://topic-30dz.justgoo.com/t3111/> ، استرجع بتاريخ ٢٠١١/٢/٢٦.
- ١٧ . جليل وادي ، حدود استخدام الإعلام الالكتروني في العراق ، مجلة تواصل ، هيئة الإعلام والاتصالات ، بغداد ، العدد ٤٥ ، ص ٢٥
- ١٨ . بشأن هذه الفكرة انظر : محمد عهدي فضلي ، الإعلام الرقمي بين الصحافة الرقمية والورقية ، القاهرة ، دار أخبار اليوم ، بدون تاريخ نشر ، ص ١٠٢ — ١٠٣
- ١٩ . انظر بهذا الخصوص:
- أ . ماجد سالم تريان ، مصدر سابق ، ص ١٢٨ — ١٤٥
- ب . محمد عهدي فضلي ، مصدر سابق ، ص ٧٨ — ٨٣
- ج . جمال عبد ناموس ، الأخبار في الصحافة الالكترونية ، رسالة ماجستير ، كلية الإعلام / جامعة بغداد ، ٢٠١١ ، ص ٧٠ — ٨٢
- ٢٠ . شريف درويش اللبان ، الصحافة الالكترونية : دراسات في التفاعلية وتصميم المواقع، ط٢ ، القاهرة ، الدار المصرية اللبنانية ، ٢٠٠٧، ص ٩٢
- ٢١ . محمد صاحي حسين ، الانترنت : الشبكة التلفزيونية المقبلة ومستقبل التلفزيون التقليدي (رؤية مستقبلية) ، مجلة الباحث ، كلية الإعلام / جامعة بغداد ، العدد الخامس، ٢٠٠٩ ، ص ٤٢

من البروليتاريا إلى البرونيتاريا رهانات التغيير الثقافي

د. محمد الداوي

جامعة محمد الخامس، الرباط، المملكة المغربية

توطئة:

من بين العوامل التي أحدثت الرجة العربية (ما اصطلح عليه بالربيع العربي) نذكر أساسا تنامي الوعي الثقافي لدى الشباب العربي بفضل تمكنه من أدوات تواصلية جديدة، مما أسعفه على ترويض خطاب التغيير والتأثير في فئات عريضة من المواطنين. وهو ما عجزت عنه الأحزاب السياسية خلال عقود طويلة سبب تشبثها بأساليب تقليدية ومتقادمة، حالت دون إيصال خطابها إلى الفئات المستهدفة. ما يهمني من إثارة موضوع « ثقافة الانترنت »، التي أدت دورا أساسيا في كسب رهان التغيير السياسي ببعض البلدان العربية، هو بيان حدودها وإمكاناتها في دعم التغيير الثقافي باعتباره محركا أساسيا لتسريع وتيرة التنمية المستدامة ودمقرطة المؤسسات الاجتماعية، وترسيخ «الثقافة التشاركية» حتى يؤدي المواطن دوره في المجتمع على الوجه الأحسن. ويكون عنصرا فاعلا في خضم أحداثه واختياراته.. وكلما ازداد الفرد ثقافة ووعيا.. كلما تحسنت مؤهلاته وقدراته، واسهم، بفاعية ونجاعة، في تنمية مجتمعه وتقدمه.

1- ظهور البرونيتاريا:

علقت الأدبيات الماركسية آمالا عريضة على دور الصراع الطبقي في تغليب كفة الطبقة البروليتارية Les prolétaires على الطبقة البورجوازية لإقامة مجتمع عادل ولا طبقي تسود فيه دكتاتورية البروليتارية. وبفضل التطور التكنولوجي ظهر صراع من نوع آخر بين طبقة رأسمالي المعلومات Les infocapitalistes وبين الطبقة البرونيتاريا Les pronétaires (١) من أجل التحكم في سلطة المعلومات ودواليب الديمقراطية التواصلية (٢). تحتكر الطبقة الأولى وسائل إنتاج المعلومات والأخبار وترويجها على نطاق واسع بمختلف الدعامات الممكنة (البرامج الالكترونية، المحطات الإذاعية و القنوات التلفزية، وكبريات الصحف، ووسائل توزيع الأفلام والأغاني) وتتحكم في اللوبيات المسيرة للفضاءات التواصلية والمنتجة للبرامج الوقائية. وتتكون الطبقة الثانية من مستعملي الأنترنت الذين أصبحوا يشكلون قبائل افتراضية لمنافسة خصومهم الطبقيين. وتمكين الجماهير العريضة في مختلف ربوع العالم من الانتفاع عن بعد و مجانا بالمعارف والأخبار والخدمات (٣). ومن بين الأسباب التي أدت إلى ظهور هذه الطبقة نذكر ما يلي:

أ- ارتفعت نسبة المتعلمين، وتعزز مطلب ديمقراطية الثقافة والمعرفة حتى لا يظللان حكرين على فئات محدودة

ب- تطورت وسائل الاتصال والإعلام، وأضحى الانترنت عاملا أساسيا للانخراط في مجتمع المعرفة.

ج-تأزمت الديمقراطية التمثيلية بسبب عدم قدرتها على تلبية المطالب الملحة لـ مختلف الشرائح الاجتماعية. وأصبحت الأنظار، بفعل الثورة المعلوماتية، متجهة نحو ترسيخ الديمقراطية التواصلية سعياً إلى إشراك أكبر عدد من المواطنين في مناقشة الشأن العام وتديره، وتبادل الخبرات والمعارف التي تعمل على تحسين المؤهلات التواصلية للفرد وتنمية قدراته المهنية، وتعزيز الحوار بين السياسة والمواطنين بهدف إعمال الحكامة الجيدة، وحل المشاكل الاجتماعية المعقدة (٤).

د-فقدت الجماهير الثقة بوسائل الإعلام التقليدية بحكم احتكارها للأخبار وحرصها على استخدام الأسلوب الدعائي بهدف تحسين صورة النظام السياسي القائم، وتضليل الرأي العام ومغالطته بطمس الحقائق وتمويهها.

ج-أصبحت معظم القنوات التلفزية والإذاعية تركز على الجانب التجاري سعياً إلى الاستفادة من المردود المادي للوصلات الإشهارية والإعلانات التجارية. وهذا ما جعلها تولي أهمية قصوى للجانبين الترفيهي والفرجوي، ولا تخصص إلا هامشاً منحصراً للنقاشات العمومية التي يمكن أن تساهم في تنوير الرأي العام، وحفزه على مواكبة الشأن العام، والرقى بفكره ووعيه وذوقه، وتلقي مختلف الردود لتصحيح مكامن الخلل والتعثر التي تؤثر سلباً في المسيرة التنموية، وفي سيروية التواصل بين الطبقة السياسية وعامة الشعب.

٢- من جماهيرية الوسائط إلى وسائطية الجماهير

وقع إبدال في التعامل مع المعلومات وترويجها، كانت الدولة، من قبل، تستحوذ على وسائل الاتصال (التلفاز، والمذياع، والصحف، والفيلم، والفرن) لـخاطبة جمهور أوسع بهدف ترسيخ مبادئ ومواقف معينة في أذهانهم. وقد تنامي هذا المفعول الدعائي إبان الحرب الباردة بين المعسكرين الشيوعي والرأسمالي. سعياً معاً إلى السيطرة على « جماهيرية الوسائط mass média » بهدف التحكم في الأسلوب الدعائي والمراهنه على « الدبلوماسية العمومية» للتأثير على شريحة كبيرة من الجماهير الشعبية أياً كان موطنها ومنزعاها، وحملها على اعتقاد ما يبث إليها وتصديقه. وفي هذا الصدد لعب الفن الموجه دوراً كبيراً للمزاوجة بين الإمتاع والإقناع. وتلميع صورة طرف على حساب الخط من صورة الغريم. سخرت الدعاية السوفياتية فيلم « أكتوبر» لسيرجي آيزنشتاين لإبراز مدى نجاح الثورة البلشفية وفاعليتها على جميع المستويات. وبالمقابل، استثمرت الدعاية الأمريكية سلسلة « رامبو» لاستعراض قوتها وعظمتها. وترسيخ صورة الأمريكي الهامام « الذي لا يقهر». اعتمدت كثير من الدول المستبدة على الأسلوب الدعائي (أقلية مستبدة في مواجهة جماهير عريضة مستضعفة) لفرض الفكر الأحادي وإخراص الصوت المعارض. اختلت وتزحزحت هذه المعادلة في العقود الأخيرة بسبب انتشار وسائطية الجماهير (Les médias de masse) التي أصبحت مشاعة بين الناس ومطلوبة بإلحاح بما لها من دور في التواصل الاجتماعي وتبادل المعلومات والخبرات والمشاعر، والقيام بصفقات تجارية ومشاريع جماعية، وتقويض المحظورات. وساهمت هذه الوسائطية الجديدة في ظهور طبقة البرونيتاريا وتعزيز دورها لمنافسة رأسماليي المعلومات رغم توفرهم على خبرات تقنية عالية ومعدات تكنولوجية متطورة.

أصبحت البرونيتاريا تملك الوسائل التي كانت، إلى حد قريب، يحتكرها المهنيون. مما أدى إلى « قلب علائق القوى التقليدية» و« تنامي شبكات الذكاء الصناعي» (٥). وهكذا أصبح بإمكان

جماعات معينة، رغم تباعدها، أن تنظم صفوفها، وتنسق مصالحها، وتتواعد لإقامة تظاهرات في الشارع، واتخاذ قرارات حاسمة لمحاربة المفسدين الذين عاثوا في الأرض فسادا (على نحو ما عايناه . إبان الربيع العربي، في شارع بورقيبة بتونس وميدان التحرير بالقاهرة). ولم تظل هذه الطبقة المتنامية، كما كانت من قبل، طرفا سلبيا يكتفي بتلقي الأخبار، وإنما أضحت طرفا مشاركا ومنتجا، وعاملا من عوامل الضغط للتأثير على النقاش العمومي وتوجيهه، والمراهنة على المواطنة الرقمية (وفق منظور خوسي مانويل روبلس). وبفضل المدونات والمواقع الاجتماعية وصحافة المواطن (Journalisme citoyen) والرسائل الالكترونية أصبحت المعلومات تتناقل عبر المعمور بسرعة فائقة على مدار الساعة. وأي حدث يقع في العالم ، ولو في منطقة نائية ومهمشة، يمكن أن يشغل البرونيتاريا وتعمل على ترويجه معززا بالصور وشهادات منتقاة من عين المكان، وتتيح إمكانات إثرائه بالتعليقات المختلفة للإلمام بحديثاته من جميع الجوانب. لم يكن هذا ممكنا خلال العقود الماضية بسبب احتكار الدولة لوسائل الإعلام. وعندما ينشر خبر لا يروق حكامها تقوم بتكذيبه أو تمويهه واتهام مروجيه بـ«التخريب المسخرين» من لدن جهات أجنبية لزعزعة استقرار البلاد ونشر البلبلة في نفوس المواطنين.

كانت الدولة، حسب وجهة نظر Michel Serres، تتقن «إخراج تمثلية الخوف». فكل ما تبثه قنواتها ومحطاتها هو عبارة عن محتويات منتقاة بعناية لترهيب الجماهير بما يقع في العالم من كوارث طبيعية وأحداث ممتة. وموازة مع أسلوب الترهيب تحسن الدولة تدبير « الندرة». فهي تخلق لدى المواطن حاجات معينة بواسطة الوصلات الإشهارية، وتشجعه على اقتنائها قبل نفاذها بحجة ندرتها وكثرة الطلب عليها. لكن نتيجة توطد وسائلية الجماهير حل الترهيب محل الترهيب، وعوضت الندرة بالوفرة(١). وهكذا أصبح مستعملو الانترنت يرتادون عوالم افتراضية ترضي فكرهم وذوقهم، وتشعرهم بحريتهم واستقلاليتهم وإنسانيتهم. ويعاينون ، عن كثب، أن الندرة مجرد وهم لحفزهم أكثر على الاستهلاك وتحسيسهم بتواضع قدراتهم . و يكتشفون ، بالمقابل، أن الوفرة هي نتاج طبيعي لتقدم البشر، وتزايد حاجاتهم ورغباتهم، وتكافؤ قدراتهم ومؤهلاتهم، وإمكانية وصول بعضهم إلى سلطة القرار بفضل مآثرتهم وتحسين أدائهم. وهذا مما سيؤدي إلى تقويض النموذجين الاقتصادي والسياسي التقليديين القائمين على تدبير الندرة، وإثارة مزيد من النقاش حول التدابير القانونية والجزرية لحماية حقوق الملكيتين الفكرية والصناعية، وتعزيز ديمقراطية المجتمع حتى لا تظل فئة محدودة تحتكر السلطة السياسية وتوجه المعلومات والأخبار كما يحلو لها.

٣-رهانات جديدة للاتصال:

« أصبح بإمكان الفرد أن يشغل مكانا في الأنترنت، ويسهم، بفاعلية، في إنشائه دون أن تتدخل فروق العادات والخصوصيات التي تحكم في العالم الواقعي»(٧). وهكذا انحسرت « التراتبية الاجتماعية» بفضل ديمقراطية المعرفة وتيسير سبل الولوج إليها. أصبح الفرد ، أكاشفا عن هويته أم متسترا عليها، مشاركا في المنتديات والمدونات والدردشات لكسب مزيد من التجربة، وتبادل المعلومات والخبرات والمواقف، والتعارف مع أنداده من داخل البلد وخارجه. لعبت وسائل الإعلام التقليدية دورا هاما في إرساء دعائم الديمقراطية رغم ما نجم عنها من

عيوب (خاصة ما يتعلق بتوجيه الرأي العام وتطويعه وتضليله) أدت، مع مر الأيام، إلى فقدان الثقة بجدوى الانتخابات مادامت تخدم مصالح فئة على حساب أخرى. و نتيجة التقدم التكنولوجي ظهرت أشكال جديدة لتفاعل الناس فيما بينهم وتواصلهم وتفاهمهم في منأى عن أشكال المضايقة والمراقبة التي كانت تخدم من حرياتهم الشخصية والجماعية، وتصدهم عن التعبير عن مواقفهم وآرائهم.

أ- تحول كل فرد إلى مراسل ينتقي الأخبار، ويلتقط الصور المناسبة، ثم يعمل، فيما بعد، على ترويج المحتويات على نطاق واسع . وهو ما عجزت عنه وكالات الأنباء الدولية بسبب عدم قدرتها على وضع مراسلين معتمدين في كل الأحياء والأزقة والمناطق.

ب- تعززت حرية التعبير، وتنامي لدى الفرد الإحساس بـ«الحق في التواصل». كانت المعلومات، فيما سبق، تروج بتباطؤ وتقدير، وتخضع للرقابة والوصاية. في حين نعين الآن ثورة معلوماتية هائلة تعبر القارات دون حسيب أو قريب. ما يتخوف منه هو تفاقم التلوث المعلوماتي الذي يلزم غالبا الوفرة، ويصيب الأفراد بتخمة ذهنية، وهو ما يتطلب التحري فيما ينشر، والتأكد من صحته وصدقته.

ج- يتبادل المتصفحون المعلومات والخدمات والخبرات فيما بينهم سعيا إلى تحسين أدائهم التقني، وإدارة المواقع بفاعلية حرصا على إنتاج المعارف الطرية والأصيلة، وحميل المحتويات المرجوة. « لقد عملت هذه العادات الجديدة على إرباك الإشهار، وقلب علائق القوى» (٨). أصبح العالم عبارة عن بيت من زجاج يشف عما يتوفر عليه ويحتويه. يمكن أن نتعرف، في رمشة عين، إلى شخص مفترض، ونأخذ معلومات عنه، ونواكب مستجداته وأنشطته وأعماله عن طريق مدونته أو صفحته في المواقع الاجتماعية فهما، علاوة على دعائم الكترونية أخرى، تساهمان في تمكين الروابط الاجتماعية والثقافية بين المتصفحين، وخفزانهم أكثر على التلاحم والانسجام لاتخاذ موقف جماعي ومشترك إزاء حيف أو عائق ما.

د- أصبح المتصفح لا يتلقى الأخبار بسلبية، وإنما يتفاعل معها، ويعلق عليها، ويضطر أحيانا إلى تعديلها أو تنقيحها. ظهرت في البداية تجربة الويكي wkies التي أتاحت للمتصفحين إمكانيات تصحيح ما يطلعون عليه وتعديله، ثم برزت، فيما بعد، تجربة «الموسوعات الحرة» التي يساهمون في تطعيمها بالمحتويات المناسبة، وتصحيح هفواتها، وملء بياضاتها. كما أن المتصفح يعلم من خلال نسبة الزوار أن الخبر المعين اطلع عليه عدد كبير من القراء نظرا لطراوته وأصالته وجدته، و في المنحى نفسه، يكون على بينة من مدى ملائمة الكتاب المعروض للبيع في موقع «أمازون» من خلال عدد النجوم المضافة عليه.

هـ أصبح التواصل غير مكلف وغير بطيء على نحو ما كان عليه من قبل. يمكن للفرد، بواسطة الخدمات المجانية التي يوفرها الأنترنت، أن يسهب في التواصل بالصوت والصورة مع غيره لمدة طويلة. ونظرا لتقدم المعدات التكنولوجية قلت درجة «التشويش» التي كانت تبطئ أو تعرقل تواصل الناس فيما بينهم بأريحية وسلاسة واسترسال. وعلى عكس التواصل التقليدي أصبح بإمكان الفرد أن يتواصل مع أكثر من شخص في الوقت نفسه.

يرهص جول دو روزناي بحدوث نقلة ، في المنظومة الكونية، من الاقتصاد الطاقى إلى الاقتصاد المعلوماتي. وهو ما يؤشر عموما على وقوع تحول حضاري. ستخضع، إثره، جميع النماذج التقليدية

(العمل، التجديد، أنظمة المكافأة والتبادل، بنية العائلة، الديمقراطية، العولة الاقتصادية والمالية) إلى المساءلة والتبدل. وسيعمل التواصل العمودي أو الممتد (الجميع إزاء الجميع) على تسريع وثيرة التبادلات الاقتصادية والمالية والثقافية، وتوطيد « اقتصاد المجانية» حتى يتوفر الجميع على البرامج الحرة والمعدات التقنية المتطورة التي تيسر لهم الولوج إلى مجتمع المعرفة ومواكبة تحولاته السريعة.

ليست هذه المكاسب التكنولوجية، التي حققتها البرونيتاريا، كافية لوحدها، لا بد لها أن تتماشى جنباً إلى جنب مع ما يسميه جول دو روزنباي ب « الاشتراكية البيئية» (écosocialisme) حتى تستفيد الأجيال الحالية والقادمة من الثروات الطبيعية والبيئية بنوع من الإنصاف والعدل.

٤-مطامح البرونيتاريا العربية:

لم تكن الأنظمة العربية، المتشبثة بالأسلوب الدعائي، تعتقد أن أحداثاً كبيرة وسريعة تقع خارج سيطرتها ونفوذها ومراقبتها. لم تتوقع أن البرونيتاريا وجدت ضالتها في الشبكة العنكبوتية، بعد سنين من القمع المسلط على رقابها، فشككت جبهة افتراضية لإسماع صوتها المعارض والمقموع. استثمرت غضبة الشارع العربي لإشعال فتيل الثورة والدعوة إلى إسقاط الأنظمة المستبدة التي كهمت الأفواه وقطعت الأنفاس حتى يظل صوتها الأوحده هو المتحكم في زمام البلاد ورقاب العباد.

استفادت البرونيتاريا العربية من مكاسب الثورة الإعلامية والتكنولوجية لإيصال مطالبها إلى العالم. استخدمت كل الدعامات الرقمية الممكنة لنقل صور وشهادات وأشرطة فيديو عن انتهاكات حقوق الإنسان العربي، والتعريف بأشكال التضيق على الحريات الشخصية والجماعية. لم يتوقع الرئيس المخلوع زين العابدين بنعلي، جريا على عادات منهم على شاكلته وقالبه، أن حدثا، من قبيل ما وقع في سيدي بوزيد إثر إقدام العاظم محمد البوزيدي على إحراق ذاته، سيخترق الحصار المضروب على الإعلام، ويصبح مادة دسمة تتناقلها مختلف المنابر الإعلامية، ويكشف عن مظاهر الاستبداد والظلم، ويقلب موازين القوى بحثا عن نظام ديمقراطي يكفل الكرامة للتونسيين.

وبعد أيام من ثورة تونس انتفضت كثير من الشعوب العربية سعيا إلى رحيل النظام المستبد وحرصا على إقامة انتخابات نزيهة تفضي بوصول حكام يحظون باختيار الشعب وثقته ومحاسناته. سعت البرونيتاريا العربية، في كل قطر على حدة، إلى تشكيل «قبيلة افتراضية» على الفايبرسبوك لتنسيق مصالحها، وتوحيد الخطط والشعارات، وبرمجة صيغ نضالية للاحتجاج والاعتصام في الساحات العمومية.

وما يهمني أساسا من حراك الربيع العربي، الذي تعددت أسماؤه بحكم تضارب الآراء والتحليلات حوله، هو بيان الدور الذي اضطلعت به البرونيتاريا العربية في تقويض الأنظمة المستبدلة والمتقادمة، واستجلاء طبيعة ما قامت به في ضوء التحديات الكبرى التي تواجه العالم العربي، وإبراز ما إن حققت الرهان المنشود فيما يخص استثمار الانترنت على الوجه المطلوب سعيا إلى تقليص الفجوة الرقمية والولوج إلى مجتمع المعرفة. وفي هذا الصدد نضطر، بداية، إلى .

إبداء الملاحظات الآتية:

أ- أي دور للمثقف؟

لوحظ في السنوات الأخيرة انحسار دور المثقف بسبب عزلته واهتمامه بقضايا علمية وثقافية صرفة أو بحثه عن مواقع اجتماعية وحزبية تضمن له الترقى والأبهة الاجتماعيين. وهو ما جعله ينأى عن النقاشات الساخنة والقضايا الجوهرية. ويتخلى عن سلطته النقدية الهادفة إلى ترسيخ ثقافة مضادة، ولا يعير اهتماما كبيرا للتحويلات الاجتماعية والثقافية المبالغية التي لا تستجيب لتوقعاته وخطواته. إن أغلب المثقفين يتبنون الدورية الخطية الصارمة والاحتمية التقنية (مستوحاتان، على التوالي من التاريخانية و الفلسفة الوضعية) ولا يكترون بالتطورية الفوضوية التي تفضي إلى الفوضى الخلاقة، والانشطار الثنائي، وكارثة الشعب العادي، وكارثة الشعب الكارثي الفراشي أي كل ما تنتج عنه صيرورة غير منتظمة، وما تترتب عليه تحولات مفاجئة لم تكن متوقعة أو في الحسبان.

بدد الحراك العربي مفهوم المثقف العضوي، وأسهم في ظهور مثقف جديد (ناشط إعلامي وحقوقى ومدني) يحمل من الهم الثقافي ما يمت بصلة إلى الشأن العام، ويدون مقالات بمواصفات معينة (لها طول معلوم، لغتها سهلة، قدرتها على المزج بين الخبر والتعليق والشعب، تنوع عقدها (اللغة، الصورة، شريط فيديو)) لإيصال فكره إلى شريحة عريضة من المتصفحين وتلقي ردودهم وتعليقاتهم، ويتوفر على مؤهلات تقنية لاستعمال الحاسوب والولوج إلى الانترنت والمشاركة في المنتديات والمواقع الاجتماعية.

وهذا ما أدى إلى بروز أسماء ثقافية جديدة لعبت دورا كبيرا في مواكبة الثورة من عين المكان، والمشاركة في النقاشات العمومية لتنوير الرأي العام وبيان فداحة ما يقع من مجازر إنسانية وانتهاكات فظيعة. ولقد اضطلعت قنوات بعينها بدور طلائعي لمواكبة مجريات «الربيع العربي». ونظرا للحصار المضروب على الإعلام في مختلف الدول العربية، اضطرت القناة إلى الاستفادة من جهود البرونيتاريا العربية التي كانت تمدّها بصور وشهادات وأشرطة من قلب الحدث. ورغم رداءة التصوير وعدم احترافيته فقد استطاعت محتوياته أن تؤدي وظيفتها الإعلامية في نقل أبشع الجرائم التي ترتكب في حق شعب أعزل يحلم بالحرية وينشد الكرامة الإنسانية.

ب- المواطنة الافتراضية:

اكتشفت البرونيتاريا تدريجيا أن هناك مواطنة افتراضية عابرة للأوطان والقارات لا تمت بصلة إلى ما تعايته في محيطها الاجتماعي. وأضحت مواصفات هذه المواطنة تفعل في نفوس المتصفحين ووجدانهم، وتؤثر في فلسفتهم في الحياة، وتحرضهم على الثورة بحثا عن تحقيق ما يتمتع به أندادهم في الدول المتقدمة.

وفي المنحى نفسه، وجد كثير من المثقفين في الرواية متنفسا للتعبير عن المشاكل الاجتماعية والسياسية بطريقة فنية، وتشخيص معالم «مواطنة تخيلية» تتحقق فيها مطالب الذات (الحنين الملحمي)، وتتقلص فيها الفوارق الاجتماعية والطبقية. وتقوم هذه «المواطنة» أساسا على نقد الإيديولوجية السائدة، وبيان هشاشة اللغة الواحدة الأمرة، وإفساح المجال للشخصيات للتعبير عن آرائها ومواقفها ومطالبها على نحو تتفاعل أو تتصارع فيه الأصوات والعينات

الإيديولوجية واللغات الفردية والجماعية على قدم وساق سعياً إلى توطين القيم الكونية التي تضمن حقوق المواطن وتسعفه على أداء واجباته بعدالة وإنصاف.

يمكن، من باب التمثيل، أن نورد مثالا عن بعض العينات الروائية العربية التي تستحضر جوانب من هذه المواطنة المغيبة في أرض الواقع لانهيار كثير من القيم العليا، وانسداد الآفاق أمام الجماهير العريضة، وتضييق الخناق على الحريات العامة.

يتسم عنوان رواية « ذات لصنع الله إبراهيم(٩) بالصبغة الإيحائية. فهو اسم امرأة موظفة في أرشيف صحيفة عانت الأمرين من انتقال مصر من النظام الاشتراكي إلى النظام الليبرالي لعدم قدرتها على مواكبة مسيرة الهدم والبناء (توفير مصروف يلبي حاجات الأسرة بسبب غلاء المعيشة). تتباهى أمام زميلاتها في العمل بقدراتها الفائقة على تدبير شؤون بيتها وتأثينه بمعدات ولوازم فاخرة، لكنها لما تعود إليه تدخل في مواجهة عنيفة مع زوجها عبد المجيد لعدم استجابته لطلباتها الملحة لقلّة موارده المالية. وذات، من جهة أخرى، هي مصر التي دخلت عهد الخصخصة التي أسهمت في تعميق الفجوات بين الطبقات الاجتماعية وتفاقم المشاكل الاقتصادية والاجتماعية، وتهريب الأموال إلى الخارج، وتبذير المال العام، وانتشار برامج البث المعتادة (الشائعات-الطرائف-الفوازير-الاغتياب). أجبرت سياسة الانفتاح الاقتصادي والسياسي مختلف الفئات على الانخراط في مسيرة «الهدم والبناء»، والبحث عن المال للتغلب على صروف الدهر. ونتيجة تعمق الهوية بين الواقع والأمني (وخاصة بين ما يزعمه الخطاب الرسمي وبين ما يعاينه الفرد في حياته اليومية) تقوى خطاب الجماعات الإسلامية في أفئدة الناس لأنه أضحى يدغدغ مشاعرهم واعداء إياهم ببدائل مثلى ووعد براق. ونتيجة معاناة ذات من أزمة نفسية حادة (دخول زوجها إلى السجن بعد تشاجره مع الشنقيطي وكثرة المصاريف وارتفاع الأسعار) أصبحت مفعمة بالخطاب الديني لطرد العفاريت التي أصبحت تقلقل راحتها وتقض مضجعها.

ركزنا، فيما تقدم، على نمطين من المواطنة (الافتراضية والتخييلية) لبيان المفارقة بين الواقع والطوبى، وبين المعيشي والافتراضي، وإبراز الإمكانيات التي تتيحها الفضاءات الرحبة والمفتوحة لفرز نخب جديدة من رحم الثورة الرقمية، والتعبير عن الهواجس المغفية، والتطلع نحو آفاق جديدة، والتحرر من أشكال التلصص والرقابة والوصاية المفروضة من عل. مكنت الفضاءات الافتراضية الشباب، على اختلاف مستوياتهم التعليمية والثقافية وتباين أقطارهم، من التواصل فيما بينهم، وتبادل الخبرات والآراء والمواقف، وتوحيد الخطط والرغبات والمشاريع المشتركة. وهكذا أصبحوا يشكلون قوة ضاغطة ومنتجة وعبر قارية لتغيير الأوضاع الاجتماعية المزرية، ومناشدة مجتمع بديل يضمن كرامة المواطن، ويعترف بالحقوق الإنسانية والكونية (الحق في التنمية، والحق في التعليم، والحق في الشغل، الحق في الاختلاف، الحق في المشاركة الثقافية والسياسية، الحق في الهوية الثقافية). اكتشفوا ضالتهم بعيداً عن الأشكال الثقافية والإعلامية السائدة التي لا يجدون فيها ما يشفي غليلهم، وما يعبر عن همومهم ومشاكلهم. اهتموا، بفضل الثورة التكنولوجية، إلى فضاءات افتراضية (اليوتيوب Youtube، الفيسبوك Facebook، تويتر Twitter، المدونات الشخصية Blogs، ما سبيس My Sapace، وركوت Orkut...) تحولت، مع مر السنين، من قنوات للتسلية والاسترواح والتعارف إلى منابر لانتقاد الأساليب الاستبدادية في الحكم والشطط

في استعمال السلطة، و تعبئة الرأي العام وحفره على الثورة، والسعي إلى تغيير العقلية والرؤى للوجود، والإرهاص بقيم كونية يتمتع بها المواطن في كل بقعة من ربوع الكون. وهكذا تجاوزوا. في ظرف وجيز، الوظيفة التقليدية للفئة المثقفة والنخبة السياسية، وأصبحوا صناع القرار السياسي في منأى عن أشكال الاحتواء والالتفاف والتوافق المعتادة التي غالبا ما ترضي حفنة صغيرة على حساب الجماهير العريضة، وحرف النقاش عن أداء وظيفته الحقيقية لتفادي تراكم المشاكل واستفحالها عوض تقديم حلول سطحية ومؤقتة (ما يصطلح عليه بالحلول الترفيعة). وجد المثقف أو السياسي نفسه - في خضم هذه التحولات والثورات المفاجئة - خارج اللعبة الجديدة، وغير مؤثر في دواليبها، وغير متحكم في زمامها ونتائجها. فما عليه إلا أن يتربص الوقت المناسب ليتلون بألوانها، ويتكيف مع آلياتها محاولا استكشاف خلفياتها ومغازيها، وبيان تأثيرها على زحزحة موازين القوى وعلائقها.

وبالمقابل، أسهمت المواطنة التخيلية (وإن كانت محدودة التأثير) في تشخيص المشاكل الاجتماعية والسياسية بطريقة فنية، و نقد الإيديولوجية السائدة واللغة المتخشبة، و المطالبة باستنابات القيم الأصيلة في المجتمع، والحنين إلى كلفة خفية (التناسب والتناغم بين الذات ومطالبها) (١٠). أثارت الرواية، على اختلاف مشاربها وتوجهاتها، بعض المشاكل التي تحول دون تقدم المجتمع وازدهاره وضمنها غياب التأطير الاجتماعي السياسي، واستئثار الليبرالية المتوحشة، وغلبة السلطة على المجتمع.

ج- هاجس التغيير وليس الحكم:

لم يستند الحراك العربي، عكس الثورات الإنسانية السابقة، إلى منظومة إيديولوجية واضحة، ولم يفرز قيادة كاريزماتية لقيادة الثورة وتوجيهها أو «قوة تغيير تهيمن، بالمعنى الكرامشي، على الشارع، وتحمل مشروعا تنضوي تحته الجماهير الواسعة، وتتمتع بقدرة فعلية على تولي الحكم» (١١). كان هاجس البرونيتاريا العربية هو اقتلاع ضرر الاستبداد، ثم مواكبة سيرورة التغيير حتى لا يزيغ عن سبيله. وبعد أي ثورة يأتي من يأكل ثمارها مؤقتا إلى أن تسترجع نسفها ونبضها مع مر الأيام إن لم نقل مع مر السنين. استفادة الحركات الإسلامية، بحكم عذريتها السياسية، ومحافظة الجماهير، وشعبوية شعاراتها وخاليلها، من الحراك العربي، وهو مؤشر إيجابي بدخول هذه الحركات إلى المعترك السياسي، عوض الانسحاب منه ومقاطعته، لامتحان قدراتها على تدبير الشأن العام، وحل المشاكل الاجتماعية للمواطنين، ومحاربة مظاهر الفساد، والاحتكام إلى نتائج صناديق الاقتراع لمعرفة حجمها في المعادلة السياسية، والاعتراف بتعددية الأفكار والآراء والبدائل. وفي هذا المضمار لا بد من الإشارة إلى أن الأحزاب المسيحية الديمقراطية لعبت دورا هاما في ترسيخ الأعراف الديمقراطية بأوروبا. ومع مر الزمن أضحت أحزابا عادية لا يجادل أحدا في مرجعياتها الدينية. كما أن التدبير العمومي هو من صنع البشر وخميرة لاجتهاداتهم التي تختمل الخطأ والصواب. وعندما نتوصل إلى هذه النتيجة، بفضل الممارسة والتقويم والنقد المستمرين، سيتيسر على الناس التمييز بين أحزاب ذات شرعية تاريخية وأخرى ذات شرعية شعبية، أو بين المرجعية السياسية / المؤسسية و المرجعية الدينية / التاريخية.

وما يسترعي الانتباه في الحراك العربي ظهور مفارقات كثيرة يمكن أن نذكر بعضها منها.

تتجلى المفارقة الأولى في عدم حُلّ الشباب القائد للثورة إلى تيار أو حزب سياسي يسعى إلى الوصول إلى السلطة لتطبيق برامجه والاستجابة لمطالب الشارع. وتكمن المفارقة الثانية في رفض شرائح كبيرة من البرونيتاريين الانخراط في أي حزب سياسي. ومن نافلة القول التأكيد على دور الأحزاب السياسية في استقواء الخيار الديمقراطي، وتعزيز تعديدية الآراء والأفكار بمختلف مظاهرها وجلياتها (وليس تعددية الأعراق واللل والانتماءات القبلية والطائفية). لا يمكن للخيار الديمقراطي أن ينتعش ما دامت كثير من الفئات والتوجهات منكمشة على نفسها ومتوارية عن المشهد السياسي. إنه خيار « قائم على التسليم بحتمية التعايش مع الخطأ وبنسبية الحقيقة. ولهذا-وليس لأي سبب آخر-وجب التمييز بين الشأن السياسي الذي هو شأن بشري دنيوي والشأن الديني الذي هو شأن رباني وأخروي» (١٢).

٥- شبكات التواصل الاجتماعي: الواقع والمآل.

لقد ساهم الربيع العربي في تزايد عدد المنخرطين في الشبكات التواصلية وفي مقدمتها الفيسبوك. وهو مؤشر إيجابي مكنهم من مواكبة الثورة الإعلامية والتواصلية، والمشاركة في القضايا الحيوية التي تهم أساسا حرية الفرد وكرامته، وتنسيق المصالح المشتركة ذات الصبغة السياسية أو المهنية أو الثقافية أو الترفيهية. ومن بين الأسئلة التي يمكن أن تثار بصدد فاعلية الفيسبوك وملاءمته نذكر أساسا سؤالاً يهم ما إن كان لهذه الظاهرة الافتراضية تأثير أو مردود ثقافي إيجابي على من يركب غواربها وينغمر في لجها بهدف الاستفادة من ذخيرتها، وتطوير قدراته ومؤهلاته. و يمكن لإجابتنا في هذا الصدد، أن تنفرع إلى النقاط الآتية:

١- أسهم الانترنت بشكل كبير في الإطاحة بالطغاة العرب. وهو ما حذا بكريستوف أغيتون Christophe Aguiton إلى التحدث عن « ثورة الأنترنت» (١٣) التي تعززت بوسائل أخرى من قبيل الهاتف النقال وعينة من الفضائيات التي اضطلعت بتعبئة الجماهير وحفزها على مقاومة الخوف والانخراط في المد الثوري. بدأنا نعاين، مع مر الشهور، أن مختلف الشبكات الاجتماعية أضحت مخترقة من لدن الحابرات لرصد المتظاهرين وتعتيم الحقائق وكذلك من لدن نشطاء الحركات الإسلامية لتوجيه الجماهير وفق وجهات نظرها وشعاراتها ومواقفها. وهو ما أسهم، علاوة على عوامل أخرى، في انحسار حماس « الشباب الثوري». وتعرضه إلى أشكال التشويش والتعتيم. فبمجرد أن ينشر خبر إلا ويجد بالمرصاد من يرد عليه ويعلق على الردود المتناسلة بصده بأسماء مستعارة. مما يبين أن هناك « حربا افتراضية» معلنة تسعى من خلالها الحركات الإسلامية، أمام تراجع المد الليبرالي، إلى كسب رهانها وفرض وجهات نظرها. ومن خلال تصفح المواقع ذات الاستقطاب الجماهيري الكبير يتبين مدى اضطلاع أطراف معينة ب« تقسيم المهمات والأدوار» للمداومة على الإشادة بمدى سداد مواقفها وآرائها. وتسفيه الآراء المعارضة.

وما يستأثر أكثر باهتمام المتصفحين هو الدردشة، وتعالق الجمالة المقتضبة، وتبادل التهاني والصور وأشرطة الفيديو. لقد حوّلت هذه الفضاءات، في عمومها، إلى مشاهد للفرجة والترفيه يتبادل فيها الأصدقاء صورا مثيرة وأشرطة فيديو نادرة ومناظر جذابة. وهو ما أدى إلى الوفرة المفرطة surabondance أو التلوث الإخباري infopollution الذي يصعب فيه التمييز بين الغث والسمين، الجوهري والعاير، الجدي والهزلي. وإن أثّرت قضايا حيوية (غالبا ما تمت بصلة إلى المطالب

السياسية واللغوية والهوية) فهي ، غالبا، ما تعالج بطريقة جدالية تتسم عموما بالانفعال والعنف اللفظي والسطحية واللامبالاة.

ب- أصبحت هذه الفضاءات تكرر الثقافة بوصفها عاملا من عوامل « التقسيم الاجتماعي وموطننا ، على الدوام، للنزاعات التي لا تخلو من نزعات سياسية» (١٤). ما أدى إلى تنامي المطالب العرقية والدينية واللغوية من جهة، وتناسل الأقليات والجماعات المطالبة بحقوقها في ممارسة حرية المعتقد أو الجنس من جهة ثانية. أصبحت الثقافة/ العالم تنحو منحى متطرفا (الثأر الثقافي La revanche de la culture) حرصا على إعادة الاعتبار للأقليات أو الجماعات التي مورست عليها مختلف صنوف التعذيب والإبادة والقهر والتهميش. وهكذا نزع الجدل بين الأطراف المتنازعة إلى در الملح في الجراح الرمزية والمادية (الذاكرة الجريحة)، وتطويع الذاكرة لأغراض إيديولوجية أو سياسية (الذاكرة المطوعة)، وتعتيم علاقة البشر بالعالم. إن الأمر ، في نظر جيل ليوفتسكي، يقتضي ، توخيا لإقامة مصالح جديدة مع الذاكرة والعالم، تمكين المواطن من الثقافة العامة (أي الثقافة التاريخية) حتى يتسنى له أن يتمثل التوجهات والمعاليم الكبرى للتطور البشري. ويفهم العالم الذي يعيش فيه. وما هو منتظر من الثقافة لا يتوقف عند هذا الحد. لا بد من تحسين مؤهلات الفرد وقدراته الإبداعية حتى يؤدي دوره على أحسن ما يرام في مختلف المجالات. ويمكن لهذا الدور الجديد للثقافة أن « يشكل عدلا لإمبراطورية الاستهلاك السلبي وذلك بتفجير قوى التخيل» (١٥).

ج- كرس الانترنت « ثقافة البزنيس» . وهي علامة من علامات التحول الذي عرفته الثقافة مع الثورة الإعلامية والتواصلية. انتقلت الثقافة من ثقافة تعنى بالقيم النبيلة إلى ثقافة تهتم أكثر بما يضفي جمالية ورونق على المنتجات الثقافية (مصا يصطلح عليه أيضا بال رأسمالية الثقافية) لجلب أكبر عدد من المثقفين. وفي هذا الصدد أصبحنا نعاين كثرة المدونات والصفحات والمواقع التي ينشد أصحابها الشهرة والتألق والأبهة. « أن تنجح هو تريح المال وتكسب الشهرة وتصبح منتصرا winner » (١٦). كما أصبحنا نعاين مختلف مظاهر « التسليع الثقافي» لجلب الأموال وترويجها على نطاق واسع. وفي هذا الصدد استطاع دانيان هيرست Danien Hirst أن يبيع ٢٢٣ من لوحاته بالمزاد العلني دون عرضها في المعارض. وارتفعت المعاملات التجارية من ٢٧,٧ مليار أورو عام ٢٠٠٢ إلى ٤٣,٣ مليار أورو عام ٢٠٠٦. و أصبحت عواصم بعينها تستقطب أكثر من غيرها مثل هذه المعاملات التجارية التي تعنى بترويج الفن المعاصر. و في مقدمتها تأتي لندن ثم نيويورك ثم بكين. تمثل الصين لوحدها ٢٤ بالمائة من السوق العالمي للفن المعاصر. ومن بين ٢٥ فنانا عالميا الأكثر بيعا لأعمالهم نجد أن نصفهم من الصين. أصبحنا اليوم أمام صيغ جديدة لترويج المنتج الثقافي وبيعه. تضطلع به مؤسسات عالمية (دور للبيع بالمزاد العلني، مندوبو المعارض، محافظو المتاحف الكبرى) تقدم خدمات جديدة للاستثمار في الأعمال الفنية (إقامة حفلات موسيقية، تنظيم عروض سينمائية، تنشيط السياحة الثقافية).

د- أضحى النشر الإلكتروني متاحا وسريعا على عكس ما يتسم به النشر الورقي من بطء وتميز ورقابة. وتيسرت سبل النشر للشباب سواء بإنشاء مدونات خاصة بهم أو النشر في مواقع ذات قاعدة جماهيرية عريضة. وقد مكنهم النشر الإلكتروني من ترويج منتجاتهم، والتعريف بأنفسهم، وتلقي ردود محفزة من أصدقاء افتراضيين ينتمون إلى أقطار مختلفة. و في هذا الصدد،

نقتطف مقطعاً من شهادة أحمد القاضي صاحب مدونة «يا مراكبي»، التي تبين كيف تورط تدريجياً في شرك النشر الإلكتروني إلى أن أصبح مداوماً عليه ومساهماً فيه بانتظام. وذلك بعد أن استنشر ثقته بنفسه بفصل الردود المشجعة والمحفزة التي يتلقاها من قرائه الافتراضيين. «فقد بدأت بداية حذرة للغاية وكأنني أحسس طريقي. وكنت أعرض حينها خواطري بإيجاز وخفّظ شديد. إلى أن شجعتني التعليقات وتفاعلات القراء على أن أنطلق بحرية شيئاً فشيئاً» (١٧). ومع مر السنين تألفت كثير من الأسماء بفضل مئذنتها على النشر. وقدرتها على التواصل مع أجيال مختلفة. وتوفرها على أعداد كثيرة من عناوين الأشخاص الذاتيين والمعنويين. وسعيها الحثيث إلى تقديم خدمات ثقافية متنوعة (على نحو التعريف باللقاءات الثقافية أو تقديم تقارير عنها. وترويج البلاغات والإعلانات الثقافية. وإعادة نشر مقالات بعينها مع الحرص على ذكر أصحابها...). وبفضل تألقهم الإلكتروني شقوا طريقهم بسهولة إلى عالم النشر الورقي الذي كان عصياً عليهم من قبل. وأصبحوا، بعدما كانوا قابعين خلف حواسيبهم، يُستدعون إلى المشاركة في المنتديات واللقاءات الثقافية.

يسعف الفضاء الشبكي الكتاب على تشكيل قبيلتهم الافتراضية بحكم أنهم يتقاسمون المشاعر والأفكار والميول نفسها. ويدعم مساعيهم نحو التعارف والتفاهم الاندماج والتكتل والتنسيق والتعاون وتبادل الخبرات ووجهات النظر والمواقف. وبما أن النشر الورقي يستصغر من قيمة منتجاتهم فهم يجدون في أعضاء القبيلة ما يشد بأزرهم. ويرفع من معنوياتهم. ويعزز ثقتهم بأنفسهم. ويعضد مساعيهم للانخراط في المشروعات الجماعية والتعريف باللقاءات والمنتديات الثقافية. ويطري ما تجود به قريحتهم دون قيد أو شرط. ويحضهم على المغامرة والتحدي. ويسهم في تزايد شهرتهم وتحسين أوضاعهم الاعتبارية.

يتبادلون فيما بينهم الرسائل والردود والتعليقات والصور وأشرطة الفيديو حرصاً على موافاة بعضهم البعض بالمستجدات. وسعيًا إلى تحسين أدائهم التواصلية وتنمية رصيدهم المعرفي. وهكذا أحدثوا لأنفسهم - بصفتهم «جيلاً رقمياً» (حسب وجهة نظر إيف غونزاليس كيخانو)- فضاء تواصلية جديداً قوامه التفاعل المشيد على التقاط الرسائل المسترجعة بهدف تعزيز مكانة القوة وتدارك مواطن الضعف وتوسيع جماهيرية المنتج وإشعاعه ورواجه في أرجاء المعمور. ويصاب الشباب المبدع بالدهشة عندما يعاين كثرة الردود السريعة التي تلاحق منتجه وتواكبه عن كثب. في حين لا يتحقق المفعول نفسه لو نشره في جريدة أو مجلة. سيشعر حينئذ. كما لو أن صوته الأحادي يضيع هباءً منثوراً في صحراء مترامية الأطراف دون أن يكون له رجع الصدى المتوقع.

هـ- يرى برنار بولي Bernard Poulet أن الوسائل الجديدة للتواصل «غيرت جزءاً كبيراً من سلوكياتنا الاجتماعية: كيف نتكلم، ونلتقي، ونصغي، ونقرأ، ونكتب، ونستهلك، وندخل في علاقات مع الغير» (١٨).

ومن علامات التغيير أن القراءة أضحت، عكس ما كانت عليه من قبل، أفقية تتوقف بسرعة فائقة عند العناوين والملخصات والمحتويات البارزة. وهي، في جوهرها، ليست قراءة بمعنى الكلمة وإنما هي إبحار متشعب في ربوع الكلمات والصور وأشرطة الفيديو بحثاً عن المعلومات

المطلوبة دون عناء يذكر. ولا تكمن فاعلية المحتويات المتصفح في عدد الزوار الذين ارتادوها أو في قيمة المعلومات المعروضة وإنما في عدد الروابط المتضمنة واللامحدودة التي تحيل على نصوص أخرى (١٩).

وما يهم المتصفح أساساً جاهزية المعلومات وبساطتها، وإيجازها، وسرعة تحميلها. وعندما يتواصل مع غيره لا يكثر للنقاشات المثارة وللأفكار المتداولة بقدر ما يهمه التعرف إلى ما أنجزه أصدقاؤه أو ما هم بصدد إنجازه. إن اللحظة الراهنة، بكل ما حمله من مفاجآت وأسرار وبرامج، هي التي تستأثر باهتمام المتصفح للتعرف، عن كثب، على ما مستجدات أصدقائهم المفترضين (لقاءات، رحلات، خواطر) على نحو تكون فيه معززة بصور حية وتعليقات منتظمة.

٦- عوائق التغيير الثقافي:

يمكن أن نجملها فيما يلي:

أ- مازال العرب، وإن تقلصت نسبياً الفجوة الرقمية (٢٠)، يعانون من مخلفاتها بسبب استفحال الأمية الرقمية التي تمس شريحة كبيرة من المواطنين، وعدم استفادة المستعملين عموماً من البرامج الحرة لدعم مساهمهم الشخصي أو المهني، واشتغال المراهقين (digitals natives) (٢١) أساساً بالرياضة والموسيقى والترفيه في حين لا يكون إلا أهمية نادرة للحقول المعرفية المتوفرة مجاناً. فما يهم المبحرين، في المقام الأول، هو « الدينامية العلائقية dynamique relationnelle » التي تسعف أغلبهم على خلق علاقات جديدة مع كائناً افتراضية من مختلف الأقطار بهدف تبادل المعلومات والمشاعر والآراء التي تمت بصلة إلى ذوقهم وفلسفتهم في الحياة.

ب- بدأت الخبرة Expertise تتراجع تدريجياً خاصة بعد ظهور الويب الثاني. أضحى البشر متساوين في إنتاج المعرفة وترويجها، وهو ما يكرس ظاهرة الديمقراطية الثقافية حتى لا تظل حكراً على فئات بعينها. وأحسن مثال هو تجربة « ويكيبيديا » (الموسوعة « التعاونية » على الخط) التي تتيح لأي فرد أن ينتج مادة ويصح أو يضيف ما يراه مناسباً. وأصبحت، مع مر السنين، من المواقع الهامة التي يعتمد عليها في استجماع المعلومات المطلوبة والملاحقة. بدأ نعاين، بالمقابل، ظهور صحافيين هواة، ينافسون الصحافة التقليدية بوسائلهم الخاصة، وينزعون أكثر إلى « الخبر » بوصفه وسيلة لتجاوز المواطنين على قدم المساواة عوض اعتباره درساً يلقيه مختصون لمن هم أقل منهم معرفة واطلاعاً وخبرة.

ج- تستوعب الإيديولوجية المساواتية (idéologie égalitaire) مزايا كثيرة (دمقرطة الثقافة، فضح أساليب التطويق والتضليل، نشر أخبار طرية على مدار الساعة)، وما يعاب عليها هو طابعها الشعبوي لاضطلاعها بنشر الخبر بطريقة غير مهنية ودون التحري في صدقيته وصحته. وهو ما جعل كثيراً من الخبراء يشكون من عدم دقة بعض المعلومات المروجة، وسطحيتها، ومغالطتها للمتصفح. لما اطلع أندريو كين Andrew Keen على تعريف « المحرك النفثات النووي » المنشور في موسوعة « ويكيبيديا » وجده عاماً وغير دقيق يمكن أن يدلي به أي شخص ذي ثقافة محدودة. وهو ما جعله يدلي بالتصريح الآتي: « باسم الديمقراطية أنهكنا الحقيقة، وشوهنا الخطاب الحضاري، وارتدنا بالخبرة والتجربة والمهنية إلى الدرجات السفلى.. لا يقدم الويب الثاني، في الحقيقة، إلا معلومات سطحية عن العالم عوض أن يعرض خاليل عميقة، وآراء حاسمة، وتعليقات متزنة.. تحولت مهنة

الإعلام إلى صخب يمارسه ملايين من المدونين الذين يتحدثون عن أنفسهم في الوقت عينه» (٢٢). إن مثل هذا التصريح وغيره كثير. يثير أكثر من سؤال حول صدقية محتويات الإنترنت وملاءمتها بسبب إقدام أشخاص عاديين على منافسة الخبراء والمختصين في إنتاج المعرفة وترويجها على نطاق واسع. وهو ما نعين جزءاً منه في أبحاث الطلبة الذين يستنسخون معارف جاهزة دون التحري في مرجعيتها وسدادها. والتأكد من المستوى العلمي والثقافي لأصحابها. ناهيك عن استفحال مظاهر الانتحال والسرقة والتضليل والاعتداء على الحقوق المادية والمعنوية للمؤلف والحقوق المجاورة. ومن الخطورة بمكان أن نعين كثيراً من المعلومات المزيفة التي تمس سيادة الدولة دون أن تجد من ينبري لتصحيحها أو الرد عليها. مما يتطلب أكثر من أي وقت مضى استحداث لجان علمية وبيداغوجية لتنبيه الناشئة إلى بعض الأخطاء المعرفية الرائجة التي يمكن أن تلحق ضرراً بتكوينهم الثقافي والمعرفي وإرشادهم إلى المواقع والمكتبات الرقمية التي تحظى بالمصداقية وتحترم أخلاقية المهنة.

د- يقتضي ولوج مجتمع المعرفة وبناءها توفر البنيات التمكينية (توسيع مجال الحريات، استحداث المؤسسات الحاضرة، خلق الحوافز والمبادرات الداعمة للإبداع، صوغ التشريعات القانونية)، وتوطيد المعرفة باعتبارها فعلاً مركباً يستوعب النقل والترجمة والتربية والتدريب (٢٣) أي كل ما يسعف على الرقي من النقل والانبهار إلى الإنتاج والتوظيف. ينشأ في قلب هذه الشروط. إنسان مجتمع المعرفة الذي يستثمر المكاسب المعرفية والرقمية للانخراط في بناء الاقتصادات الجديدة (فضاءات العمل المثمر، والإنتاج المتنوع، والخبرات الثرة). لم تستوف الدول العربية هذه الشروط رغم تفاوتها في سلم تملك أنظمة مجتمع المعرفة ومركزاته. وهو ما يعني افتقار الإنسان العربي لكثير من المؤهلات التي يمكن أن تؤهله إلى الانفتاح على مكاسب العصر المعرفية والتواصلية، والتفاعل إيجاباً مع المستجدات الرقمية والتقنية، والتسلح بمهارات جديدة لبناء رأسمال معرفي متين، والانخراط في خضم التنمية المستدامة.

هـ- ما يميز العصر الحالي هو هيمنة «ثقافة الشاشة» التي أحدثت تغيرات جوهرية في مختلف التجليات الثقافية والأدبية (٢٤). أصبحت للأدب والثقافة وظائف جديدة تتطلب من الفرد التوفر على المؤهلات الضرورية لمواكبتها والاضطلاع بها. وبسبب استفحال «الأمية الرقمية» أصبح الإنسان العربي غير قادر على مسايرة الإيقاع السريع لتطور المعرفة وانفجارها على مستويات عديدة، والاستفادة من الخدمات المجانية التي يوفرها له الإنترنت. لا يستفيد الإنسان العربي إلا من النزر اليسير الذي يزخر به للتواصل مع غيره في شؤون حميمة وذاتية ذات صبغة آنية ومستعجلة. في حين ينتفي «النقاش العمومي» بحثاً عن الحلول الممكنة بالحوار الرصين والبرهان الحجاجي. تراجع دور كثير من الجمعيات الثقافية التي أضحت غير فاعلة في المشهد الثقافي بسبب أعطاب ومشاكل كثيرة. وهذا ما دفعها إلى التخلي عن وظيفتها النقدية. هذا الوضع استفادت منه كثير من الحركات الإسلامية التي اكتسحت الفضاءات العمومية. وبدأت تروج لخطابها ومطامحها وترهص بقدرتها على إصلاح الوضع الاجتماعية. لكن المحك الحقيقي لأي تجربة في التدبير ليس الأمان والمطامح والوعود وإنما تصحيح الوضع القائم وإحداث التغيير المرتقب.

و- بدأت كثير من الأسئلة ما بعد الحداثية Post-modernes وما بعد الإنسانية post-humans تستأثر باهتمام الشركات الكبرى (على نحو غوغل، والياهو، وميكروسافت، ولاري باج...) بهدف أولاً

« استحداث ذكاء اصطناعي يضاعف من قدرات الإنسان. وقد يعوض دماغه » (٢٥). ثم ثانيا خلق وجائه بين الإنسان والحاسوب لضمان تفاعلهما على الوجه الأحسن. سيتمكن هذا التفاعل من الحصول على «كفاءات استثنائية». والتحكم في السلوك البشري بوسائط الكترونية، وإدارة عقله وبرمجته كما لو كان جهازا متطورا. شكلت البرمجة البشرية، إلى حد قريب، مادة دسمة للخيال العلمي. وقد تصبح، في غضون العقود القادمة، حقيقة ملموسة. ما تسعى إليه البشرية، في نظر إريك شميت Eric Schmidt، هو تشييد ذكاء اصطناعي أكثر ذكاء من العقول البشرية (٢٦). وإن حقق هذا الحلم ستتغير كثير من العادات الإنسان وطرق تفكيره وتفاعله مع العالم وبني جنسه.

ز- تشكل الفردانية الجديدة new-individualisme قطب الرحى في الشبكات التواصلية.. لا يتورع كل من له صفحة خاصة من إطلاع الآخرين على أحواله وأسراره ومنجزاته ومشاريعه. أصبح « كائنا دون طوية ودون جسد. يعيش في مجتمع خلو من السر. ينزع أكثر نحو ما هو اجتماعي. الذي ليس له وجود إلا من خلال تبادل الأخبار في مجتمع أضحى أكثر شفافية بفضل الآلات الجديدة للتواصل » (٢٧). وما يعزز الحميمية بين الأصدقاء المفترضين هو سعيهم إلى المكاشفة والمصارحة والتناجي. وهذا ما يجعل محادثاتهم مغرقة في الذاتية ومنشغلة بالآني واللحظي. وإن تكاثرت مؤخرا صفحات يعنى أصحابها بالقضايا الفكرية والثقافية، فهي، رغم إثارتها لمواضيع هامة وملائمة، لا تستلفت انتباه الزوار إلا نادرا. ولا تستقطب إلا ثلة من المتحاورين. ولا يرقى النقاش المثار إلى ما هو منتظر ومؤمل منه. إذ غالبا ما ينحرف عن جادة الصواب. ويختزل في ردود ذات صبغة جدالية وانفعالية لمناصرة فكرة ما أو مناهضتها.

ن- إن الفرد « لا يستمد طاقته وماهيته المعيشية من مؤهلاته الداخلية التي تنبع من أعماقه. وإنما من قدراته كإنسان موصول ومتصل » بأنماط التواصل الرحبة» لجمع ومعالجة وتحليل المعلومات التي هو في أمس الحاجة إليها للعيش» (٢٨). أضحى، بحكم الاحتكاك المنتظم بها، مجبولا على خلة جديدة تتمثل في التتابع التواصلي (continuité communicationnelle) التي ختم عليه أن يستعمل يوميا مختلف الأدوات التواصلية (مذياع، تلفاز، هاتف، انترنت..). لمعرفة المستجدات والتواصل مع غيره.. استعمل البرونيتاريون العرب كل الوسائل التواصلية الممكنة للتخلص من الحصار الإعلامي المفروض عليهم. وترويج خطاب التغيير على نطاق واسع. واقتراح بدائل جديدة للعيش الكريم. وقد استعانوا، في هذا الإطار، بمختلف الدعامات الثقافية (أشعار، خواطر، أقوال مأثورة، خطب، أشرطة فيديو، محاضرات) لإذكاء الحماس في المواطنين. وحثهم على مناهضة الخوف والخنوع، وحفزهم على الاحتجاج والاعتصام في الفضاءات العمومية.

كان من المؤمل أن تظل جذوة الحماس مشتعلة ومتوقدة حتى يحقق الربيع العربي أهدافه المرجوة.. وهذا ما يتطلب إثارة نقاش عمومي حول البرامج المقترحة وسبل تنفيذها وتحقيقها على أرض الواقع.. وما يؤثر سلبا في مسيرة التغيير هو انتفاء النقاش في مختلف الفضاءات العمومية.. لا يمكن للديمقراطية، في هذا الصدد، أن تتطور وتؤتي ثمارها بدون نقاش عمومي يشارك فيه المثقفون والسياسة لتعزيز مكانة القوة وتفادي مواطن الضعف من جهة، وتنوير الرأي العام حتى يكون على بينة مما يحدث في البلد وما تتخذ فيه من قرارات حاسمة.

أ- عزز الربيع العربي لدى الفرد الإحساس بالانتماء إلى ثقافته العربية-الإسلامية سعيا إلى مقاومة

أشكال الاستلاب والحفاظ على مقوماته الشخصية الأساس. وقد استطاع. في خضم الأحداث . أن يبلور خطابا جديدا لكسب رهان التغيير المنشود. وابتكر أسلوبا فريدا في مناهضة المستبدين. ومن بين القضايا التي استأثرت بنقاش البرونيتاريين نذكرنا أساسا قضية الديمقراطية..من إيجابيات هذا النقاش أنه لم يتخذ صبغة جدالية على نحو ما كان عليه من قبل لبيان أيهما أصلح وأفيد الشورى أو الديمقراطية..أضحى لفظ الديمقراطية متداولا ومستساغا حتى من لدن من كان يعتبره نبتة غريبة مستوردة..أصبح الجميع مقتنعا أن التغيير الممكن لا بد أن يمر من إعطاء الكلمة للشعب لاختيار من يراه أهلا لتدبير شؤونه والاستجابة لمطالبه الملحة...ومن نقائص النقاش المثار حول الديمقراطية أنه ظل حبيس الطرح السياسي النفعي (كيفية الوصول إلى الحكم واقتسام السلط) ولم يتعداه لإثارة قضايا أخرى لصيقة ومرتهنة به.. على نحو الاستلاب الثقافي. والتعدد الثقافي. والتعدد اللغوي.. وإن ظلت مثل هذه القضايا مغيبة من النقاش العمومي وبدون حلول مناسبة فإن التجربة الديمقراطية ستصبح. مع مر السنين. منهكة ومتعبة بسبب مشاكل تكتنفها من كل جانب. وتحول دون نضجها وبالتالي إسهامها في تفاهم البشر وتعاونهم وتعايشهم أيا كان انتماءهم الطائفي والديني والعرقي واللغوي.

خاتمة:

حاولنا. فيما قبل. أن نبين الدور الذي اضطلعت به « ثقافة الانترنت » في مناهضة الاستبداد. واقترح بدائل جديدة للحكم والعيش. لم يأت التغيير. رغم طابعه المبالغ. اعتباطا وإنما ساهمت في صنعه نخب متمكنة من الأدوات التقنية والتواصلية الجديدة. اجتازت بعض الدول العربية المرحلة الأولى (إزاحة المستبدين وتبني التجربة الديمقراطية) بنجاح وفاعلية بعد مخاض عسير..وهي الآن مقبلة على مرحلة جديدة وحاسمة تتمثل في الاستجابة لتوقعات المواطنين وحل مشاكلهم الاجتماعية حتى يشعروا بمواطنتهم وينعموا بالعيش الكريم. تعاني « ثقافة التغيير ». في هذه المرحلة . من كثير من المشاكل والمثبطات بسبب « تفاقم الأمية الرقمية » التي تحول دون استفادة السواد الأعظم من المنجزات العلمية والثقافية الكونية. وهذا ما يحرمها إن لم يقصها من الإسهام في التنمية المستدامة. والانخراط في المشاريع التشاركية التي تتطلب من الفرد حدا أدنى من المهارات والمؤهلات الأساسية.

لا ينبغي أن ننخدع ببريق « ثورة الانترنت » رغم دورها في فتح صفحة جديدة من تاريخ الأمة العربية..مازال الطريق عسيرا ومافتئت المشاكل المتراكمة عالقة..وهذا ما يتطلب وضع خطط تنموية شاملة قوامها الرأسمال البشري المؤهل. والمراهنه على الزمن لإحداث نقلة حضارية وثقافية في ذهنية الإنسان العربي.

الهوامش:

١. - الكلمة مركبة من السابقة (Pro) التي تفيد «قبل» و«أمام» و«مناسب» ولفظ (net) التي تعني بها شبكة الانترنت. والمقصود بالمصطلح طبقة جديدة من مستعملي الشبكات الرقمية الذين ينتجون محتويات رقمية ويروجونها على نطاق واسع. انظر: Joël de Roznay , La révolution du pronétariat des masses média aux média des masses, Fayard, 2006, p12.
٢. - لا يقصد بالديمقراطية التواصلية التصويت عن بعد (e-démocratie) أو التواصل بين الحكام والشعب (cyberdémocratie) وإنما تمكن المواطن من أدوات جديدة للتواصل مع غيره.
٣. - استفدنا في بيان أوجه هذا الصراع من الكتاب الآتي: Joël de Roznay , La révolution du pronétariat des masses média aux média des masses, op.cit.
٤. - وهو ما سيدعم سيروتي الديمقراطية التشاركية والديمقراطية الشبكية (syberdémocratie) لا تسعيان فقط إلى تيسير العمل الإداري عن بعد (على نحو دفع الضرائب والاستفادة من الخدمات على الخط) وإنما خلق حوار سليم وبناء بين الساسة والمواطنين. وتعتمد هذه الديمقراطية على التغذية الإرجاعية (استثمار ردود فعل المواطن أكانت سلبية أو إيجابية) تحسين التواصل بين المسؤولين والمواطنين وتعرف مكامن الخلل والقوة.
5. --Joël de Roznay , La révolution du pronétariat, op.cit p95.
٦. - رغم إيجابياتها فهي تحمل في طياتها جانبا سلبيا يتمثل في ظاهرة « التلوث المعلوماتي» الذي يتطلب من المتلقي أعمال ذكائه وفطنته لتمييز الحقيقي من المزيف. والصالح من الطالح.
7. - Joël de roznay, 2020 : les Scénario du futur comprendre le monde qui vient, Des idées et des Hommes, paris, avril, 2007.
8. - ibid p 113.
٩. - صنع الله إبراهيم. ذات. دار المستقبل العربي ط١. ١٩٩٢.
١٠. - انظر جورج لوكاش. نظرية الرواية. ترجمة الحسين سحبان. منشورات التل. ط١. ١٩٨٨. » ذلك هو عصر الملحمة. قطعاً ليس غياب الألم وأمن الكينونة هما ما يكسو البشر بقسمات بهيجة ودقيقة.... بل إن ما يكسوهم بذلك لهو هذا التناسب الكامل بين أفعال الروح ومطالبها: مطلب العظمة ومطلب الاكتمال ومطلب الامتلاء» ص ٢٥.
١١. - أحمد حرزني. أي صيف بعد الربيع العربي؟. الدرس الافتتاحي للموسم الجامعي ٢٠١١-٢٠١٢. منشورات جامعة محمد الخامس والمجلس الوطني لحقوق الإنسان. ص ١٠.
١٢. - المرجع نفسه ص١٦.
١٣. - انظر في هذا الصدد كتاب : Tariq Ramadan , L'islam et le réveil arabe, Presse Chât - Hervé Juvin & Gille Lipovestsky, L'occident mondialisé controversé let, 2011, p72. - sur la culture planétaire, Le livre de poche, 2010, p103.
14. - ibid p 107.
15. - ibid p 26.

16. - « المدونون يتحدثون شهادات من قلب مجتمع التدوين المصري ». مجلة فصول. العدد 79. شتاء- ربيع 2011، ص237.
17. -Bernard Poulet, La fin des journaux et l'avenir de l'information, édition revue et augmentée, Gallimard, 2011,p 140.
18. - انظر المرجع نفسه ص143.
19. - قدمت مؤخرا الوكالة الوطنية لتقنين المواصلات الأرقام الآتية: يبلغ عدد مقتني الهواتف النقالة عام ٢٠١١ ما يربو على ٣٧ مليون. وهي موزعة كما يلي : ١٧ مليون و١٦٤ ألف هاتف نقاد بالنسبة لشركة اتصالات المغرب. ١١ مليون و٢٢١ ألف هاتف نقال بالنسبة لشركة ميديتيل، و١١ مليون و٨١٠ ألف هاتف نقال بالنسبة لشركة ونا كوربوريث. وبلغ عدد المنخرطين في الانترنت إلى ٣ ملايين و٧٩٥ ألف. وهي موزعة وفق النسب الآتية : تأتي في المرتبة الأولى اتصالات المغرب ب ٥٣,٦٠ ٪، ثم بمديتيل ب ٢٩,٧٤ ٪، ثم وانا كوربوريث ب ١٦,٦٦ ٪. وسجلت الوكالة أن هناك تراجعاً في الاشتراك بالانترنت بنسبة ٢٨ ٪. اخذنا هذه الأرقام من جريدة أخبار اليوم، العدد ٨٢٣، بتاريخ ٢٠١٢ / ٠٨ / ٠٣.
٢٠. - يقصد بهذه العبارة الجيل الذي تربي وترعرع في خضم الثورة التكنولوجية.
21. - Bernard Poulet, La fin des journaux et l'avenir de l'information, op.cit p198.
٢٢. - انظر برنامج الأمم المتحدة الإنمائي ومؤسسة محمد بن راشد المكتوم ، تقرير المعرفة للعالم ٢٠٠٩، نحو تواصل معرفي منتج، دار الغرير/ دبي. الإمارات العربية المتحدة ، ص ٢٠٧،
٢٣. - ظهرت أنواع أدبية جديدة نذكر منها الرواية المتشعبة، والكتابة الجماعية، والشعر الإلكتروني والتخييل المتشعب، والقصيدة الحية. الخ. وفي هذا الصدد نلاحظ أن القصيدة مرت عبر مراحل متعددة بدءاً من القصيدة الملموسة (يتفاعل فيها الشعر بالفنون التشكيلية) إلى قصيدة الفيديو Vidéo-poème مروراً بالقصيدة البصرية والقصيدة المسموعة. وفي كل مرحلة تستثمر القصيدة مكاسب تقنية متطورة لتجديد نسغها وشكلها وكيونيتها بحثاً عن آفاق جديدة للمغامرة والتحول والتجديد.
٢٤. - قوله نيكولا كار Nocholas Carr مأخوذة من كتاب:
25. Bernard Poulet, La fin des journaux et l'avenir de l'information,op.cit p210
26. -ibdi p212.
27. -Philippe Breton , L'utopie de la communication le mythe du « village planétaire », La découverte/Poche,1997, p50.
28. -ibid p 56.

المسؤولية الأخلاقية والقانونية للقائم بالاتصال في مجال العمل الإخباري الإذاعي و التلفزيوني

دراسة مسحية للقائم بالاتصال في (قناة العراقية و إذاعة جمهورية العراق من بغداد أُنموذجاً)

د. عادل عبد الرزاق مصطفى الغريبي

كلية الاعلام - قسم الصحافة

المستخلص:-

أدت الثورة التكنولوجية الهائلة في مجال المعلومات والاتصال إلى تعدد وسائل الإعلام وتزايد قدرتها على جمع المعلومات وتوزيعها وتزايد قدرات الإنسان على الحصول على المعلومات. وتزايد الاهتمام بالإخبار بظهور مؤسسات إذاعية وتلفزيونية متعددة لذلك تزايدت الحاجة البشرية لأخلاقيات الإعلام في عصر تطورت فيه المعلومات والاتصال بدون نظرية وتنظيم وبدون أخلاقيات . فالعالم يتقدم مادياً بسرعة ويتخلف ثقافياً وحضارياً وأخلاقياً بشكل متزايد (١) ومع ذلك فإن هذا الموضوع بحاجة لإعادة النظر من قبل الأكاديميين والباحثين للبدء في بحث الأخلاقيات في مجال الأعلام بشكل علمي .

ومع سيطرة الدول المتقدمة التي تمتلك الإمكانيات الحديثة واحتكار السوق الإعلامي، ظهرت مشكلات في طبيعة تحديد هذه مفاهيم في مجال العمل الاعلامي بشكل عام والعمل في مجال الإخبار الإذاعية والتلفزيونية ومنها قضية الموضوعية والدقة والحياد وغيرها من المفاهيم الأخلاقية في مجال الإعلام الإخباري .

ويساعد تطبيق أخلاقيات الأعلام في تحسين جودة الرسائل الإعلامية وفي الأعداد الجيد للكوادر الإعلامية . كما تساعد في تحديد وظائف وسائل الأعلام في المجتمع وتوضيح دورها (٢) . لذلك تفرض قضية المسؤولية الاجتماعية للإعلامي الالتزام بضوابط أخلاقية تتفق ومقومات العمل الإعلامي من جانب وبأخلاقيات المجتمع من جانب آخر.

لذلك تم اختيار موضوع (المسؤولية الأخلاقية والقانونية وعلاقتها بالعمل الإعلامي في مجال العمل الإخباري الإذاعي والتلفزيوني) من أجل التعرف على مدى معرفة القائم بالاتصال لتلك المسؤولية الأخلاقية والقانونية التي تؤثر في توجهات القائمين بالاتصال ومدى التزامهم بها

Abstract

The tremendous technological revolution in the field of information and communication to multiple media and increasing their ability to collect and distribute information and increasing the capacity of rights to access information. The growing interest in the emergence of news organizations multiple radio and television to the human need for increased media ethics in an era evolved without information and communication theory, organization and without ethics, the world ahead financially and culturally lag quickly and culturally and morally increasingly. However, this issue needs to reconsider by academics and researchers to begin research in the field of media ethics in a scientific manner.

However control of developed countries that have the potential of modern and market monopoly media, appeared problems in the nature of identifying several concepts in the field of media work in general and work in the field of radio news and television, including the issue of objectivity and accuracy, neutrality and other moral concepts in the field of news media.

And helps application media ethics in improving the quality of media messages and good preparation for the cadres media, also helps in identifying the functions of the media in society and clarify its role, so imposing the issue of social responsibility of the media commitment controls ethical line and the ingredients media work by the ethics of society on the other.

So choose a topic (the moral and legal responsibility and its relationship to work in the field of media work radio and television news) in order to identify the extent of existing knowledge to connect to those moral and legal responsibility that affect the direction of those who communicate and the extent of their commitment to

أولاً- أهمية البحث

هناك دراسات عديدة اهتمت بتناول أخلاقيات الإعلام بالنسبة للقائم بالاتصال كنتيجة للتطور الهائل في مجال تكنولوجيا الإخبار ونشأة المؤسسات الإخبارية المتخصصة إضافة إلى ذلك جاء الاهتمام بدراسة أخلاقيات الإعلام للربحية في الارتقاء بمضمون الرسالة الإعلامية الإخبارية وزيارة مصداقيتها لدى الجمهور والاعتماد المتزايد للجماهير على وسائل الاتصال الإخبارية في الحصول على المعلومات وتفسير الأحداث وتزايد أهمية الوسيلة الإخبارية (المقروعة والمسموعة والرئية) في نقل الحدث مما يوضح أهميتها في تشكيل الرأي العام. وتبرز أهمية دراسة القائم بالاتصال باعتباره العنصر الأساسي لنجاح الرسالة الإخبارية، فالإخبار هي إنتاج عمل القائم بالاتصال ويتطلب ذلك التعرف على كيفية صنع القائم بالاتصال للرسالة الإخبارية ومدى التزامه بأخلاقيات العمل الإخباري ومدى تأثيرها على اختياراته وقراراته ومضمون الرسالة ومدى معرفته بالمسؤولية القانونية المترتبة على ذلك العمل.

ثانياً- مشكلة البحث

المشكلة هي: (موقف أو قضية أو فكرة أو مفهوم يحتاج إلى البحث والدراسة العلمية للوقوف على مقدماتها وبناء العلاقات بين عناصرها، ونتائجها الحالية، وإعادة صياغتها عن طريق نتائج الدراسة ووضعها في إطار العلمي السليم) (١)، ويتوقف أعداد الرسالة الإخبارية على القائمين بالاتصال فالإخبار هي إنتاج أعمالهم وبذلك يتزايد الاهتمام بتعرف على كيفية صنع القائم بالاتصال للإخبار، وماهية المسؤولية الأخلاقية من وجهه نظره التي تؤثر على اختياره واتخاذ قراره وبالتالي على مضمون الرسالة الإخبارية التي تساهم في صنع رؤية المتلقي في ظل عالم شديد التعقيد يتزايد خلاله اعتماد المتلقي على وسائل الإعلام للحصول على المعلومات وعلى تفسير ملاتم للأحداث، وتتحدد مشكلة البحث بالإجابة على التساؤلات الآتية:-

١- مدى معرفة المسؤولية الأخلاقية بالنسبة للقائم بالاتصال في ظل تعددية وسائل الإعلام التي تشهد الع راق بعد عام ٢٠٠٣.

٢- التعرف على مدى معرفة القائم بالاتصال لتلك المسؤولية الأخلاقية التي تؤثر في توجهات القائمين بالاتصال ومدى التزامهم بها في مجال العمل الإعلامي الإخباري الإذاعي والتلفزيوني

ثالثاً- أهداف البحث

يسعى البحث لتحقيق الأهداف الآتية .

١- تحديد أسس اختيار الأخبار لدى القائمين بالاتصال في المؤسسات الإذاعية والتلفزيونية.

٢- معرفة أهم المبادئ والقيم الأخلاقية التي من الضروري إن يلتزم بها القائمون بالاتصال.

٣- مدى معرفة القائم بالاتصال بالمصادر القانونية ومواثيق الشرف الخاصة بالعمل الإعلامي الإخباري.

٤- مدى معرفة القائم بالاتصال بالضوابط والعوامل التي تؤثر على اتخاذ القرار الأخلاقي .

رابعاً- منهج البحث

المنهج هو القاعدة أو الطريق الذي يتخذه الباحث للوصول إلى نتائج المشكلة التي حددها

والبحوث الإعلامية تعتمد عادة إلى المنهج الوصفي كونها الأكثر ملائمة لتوفير البيانات والمعلومات اللازمة لتوضيح أو شرح . ويعتبر بحثنا من البحوث الوصفية .

خامسا- مجتمع البحث

تم تحديد مجتمع البحث بالعاملين في مجال الأخبار في إذاعة جمهورية العراق من بغداد وقناة العراقية التابعتين إلى شبكة الأعلام العراقي التي تضم مجموعة من القنوات الإذاعية والتلفزيونية إضافة إلى الصحافة المقروءة مثل مجلة الشبكة وصحيفة الصباح وهي شبة رسمية أذناها مملوكة من الحكومة واعتمد الباحث عينة قوامها (١٠٠) مفردة من القائمين بالاتصال في مجال الأخبار الإذاعية والتلفزيونية وشملت العينة مختلف أنواع القائمين بالاتصال من محررين ومندوبين ومخرجين ومترجمين ومذيعين ومنسقي إخبار وسكرتارية تحرير ومدير أخبار ورئيس تحرير.

أخلاقيات العمل الإعلامي

يجمع المتخصصون بوسائل الاتصال الجماهيرية على أن لكل مهنة في المجتمع أخلاقيات وسلوكيات تعبر في مضمونها على العلاقات بين ممارسيها من ناحية والعلاقات بينهم وبين عملائهم من ناحية ثانية وبينهم وبين المجتمع الذي ينتمون إليه من ناحية ثالثة وهذه الأخلاقيات والسلوكيات قد تكون متعارفا عليها، وقد تكون مبادئ ومعايير يضعها التنظيم المهني للمهنة (١). ونعني بالأخلاقيات المهنية أن على العاملين في وسائل الاتصال الجماهيرية إن يلتزموا في سلوكهم اتجاه الآخرين واتجاه جماهيرهم بمبادئ وقيم أساسية، والالتزام بهذه المبادئ والقيم نوع من الواجبات الشخصية أي أنه التزام شخصي يقع على كل واحد من العاملين في وسائل الاتصال الجماهيرية (المقروءة والمسموعة والمرئية) وعليه فقد وضع المتخصصون في الأعلام والاجتماع أساساً أخلاقياً قيمياً للممارسة الصحفية تعبر عن وجود معايير سلوكية وقواعد أخلاقية تتبع من قواعد المهنة ذاتها . ومن متطلبات نجاح العمل المهني ، التزام الممارس بهذا النظام الأخلاقي والدستور المهني المتفق عليه صراحة (٢). ومن هذا الأسس والقواعد التي وضعها المتخصصون هي (القوانين والتشريعات التي تحدد حرية الاتصال وحق الفرد فيه والتي تستهدف تنظيم المهن من جهة ، ووضعها أمام مسؤولياتها الاجتماعية الوطنية من جهة أخرى، وهي تقوم بتحديد طرق الاتصال ونوعيته) (٣) .

أخلاقيات مهنة العمل الإعلامي :-

لمهنة الأعلام خصوصية كبيرة تختلف عن بقية المهن الأخرى كونها تخاطب العقول بمختلف مستوياتها . فهي الكلمة المكتوبة والمقروءة وهي الكلمة المسموعة والصورة المرئية . ويضع خبراء الأعلام لأخلاقيات المهنة خمسة دوائر أخلاقية يعمل في إطارها الصحفيون تسمى دوائر المتغيرات الأخلاقية الخمس (٤) والتي تتطلب منهم اتخاذ القرارات المناسبة لمواجهة المواقف التي يتعرضون إليها ... كما يمكن أن تطلق على هذه الدوائر الأخلاقية القيم التي يحتكم إليها حارس البوابة في انتقاء الأخبار ويستند إليها في ممارسة المهنة . فالدائرة الأولى في الوسط تمثل الأخلاقيات الخاصة التي يتمسك بها كل صحفي على حدة . أما الثانية فتتمثل بالمبادئ الأخلاقية التي تضعها كل مؤسسة صحفية للعاملين فيها كإطار أخلاقي خاص بها .

أما الثالثة فأنها تعبر عن أخلاقيات المهنة ككل. أي أنها تعبر عن السلوكيات التي تحكم كل من المهن الاتصالية الجماهيرية كالنقابات الصحفية وجمعيات الناشئين وغير ذلك . وتضم الدائرة الرابعة المبادئ والسلوكيات التي تفرضها أنظمة الاتصال في المجتمع ككل . وهي أنظمة تفرضها الفلسفات السياسية والاقتصادية لكل مجتمع . وأخيرا الدائرة الخامسة وهي تضم الحدود التي يضعها الناس في كل مجتمع على كل أنواع النشاط الأساسي ولا يستطيع أحد أن يتعداها.

مصادر أخلاقيات المهنة الصحفية

أولاً / السياسة الإعلامية :

تتأثر أخلاقيات المهنة الصحفية أساساً بالسياسة الإعلامية السائدة في البيئة التي يعمل فيها الصحفيون والمؤسسات الإعلامية المختلفة والتي تتحدد بموجبها الأطر العامة لأخلاقياتها. وهذه السياسات الإعلامية تختلف من دولة لأخرى بحسب طبيعة الأنظمة الحاكمة ، وفي العراق كانت السياسة الإعلامية ما قبل عام ٢٠٠٣ مصاغة من الناحيتين القانونية والسياسية بشكل منسق ينسجم بشكل ايجابي مع طبيعة الممارسة السياسية للنظام الحاكم وضمن أطار توجهاته . فقد حددت قوانين النشر والمطبوعات بشكل محدد ، أما بعد أحداث ٢٠٠٣ ومع قدوم الاحتلال الأمريكي جاءت الديمقراطية التي فتحت الباب أمام الكثير من الأشخاص والمنظمات والشركات وغيرها لممارسة العمل الإعلامي من خلال إصدار العديد من الصحف والمجلات وإنشاء العشرات من الإذاعات والقنوات الفضائية التلفزيونية ، ولكن كل ذلك لم يرسم السياسة الإعلامية للعراق بالشكل الذي يحقق الطموح المطلوب من وسائل الإعلام في ظل الظروف الراهنة .

ثانياً / المؤسسة الإعلامية :

لكل مؤسسة إعلامية تقاليدها وسياستها الخاصة بها التي تضعها لنفسها ، وتحكم آليات العمل لتحقيق أهدافها ومن ثم المطلوب من العاملين فيها الالتزام بتلك السياسة ، لذا ينعكس أثارها سلباً أو إيجاباً على طبيعة العلاقات السائدة فيها ، وتقع على عاتق رئيس التحرير أو المدير المسؤول لأي مؤسسة إعلامية مهمة خلق التقاليد وسياقات العمل التي تعد معياراً لنجاح سياسته الموضوعية أو فشلها لأنه يعد (اللولب السياسي والثقافي والحرفي للعملية الصحفية وهو الوجه والمنظم والمحيط بأبعاد الممارسة يوميا ، أي انه قائد جميع ميادين الحياة الصحفية في المؤسسة) (١).

ثالثاً / فريق العمل :

يعد فريق العمل الصحفي أحد المصادر الأخلاقية للمهنة ، إذ تحدد طبيعة العلاقات القائمة بين الصحفيين داخل المؤسسة الصحفية أجها سلباً أو إيجاباً . لذلك أكد الباحثون في الإدارة ، عن قيم وأخلاق العمل من خلال التعريف الذي وصفوه بأنها (القيم السائدة التي تنظم العلاقات بين الأفراد في المجتمع الواحد ، ثم تنتقل مع الفرد عند دخوله منشآت الأعمال وتؤثر في سلوك العاملين ومستوى إخلاصهم سواء كان ذلك بطريقة إيجابية أو سلبية) (١).

رابعاً / المجتمع :

من مصادر أخلاقيات المهنة الإعلامية هي المجتمع ، لأنه المنبع الرئيسي الذي يستمد الصحفي أخلاقياته المهنية منه ، ولتكون الرسالة الاتصالية الموجهة إلى الجمهور مؤثرة لا بد للصحفي أن يعبر عن نبض الجماهير وإحساسها ومشاكلها وهمومها ، وعرض هذه الرسالة بموضوعية وشفافية واضعاً الحلول المقترحة لها ، وذلك لأن الناس تميل إلى التطلع إلى وسائل الإعلام طلباً للمعلومات والتوجيه والعون المعنوي والتعليم والترفيه .

خامساً / التراث الديني والحضاري :

تعد التربية الأخلاقية البذرة الأولى لعمليات التنشئة الاجتماعية في زرع القيم والأخلاق التي أوصى بها الإسلام لخلق مجتمع متماسك تسوده الالفه والمحبة والتعاون والابتعاد عن الغش

والخداع والتضليل ،ومن مظاهر اهتمام السلام بالأخلاق أن الرسول محمد (ﷺ) جعل الأخلاق هدف رسالته السماوية . فقال: الرسول الكريم محمد (ﷺ) (أنما بعثت لإتمام مكارم الأخلاق) فمفهوم الأخلاق يختلف عند غير المسلمين ولا سيما الأنظمة الرأسمالية من حيث الأصل الذي تنبثق عنه. ومن حيث فحواها ومضمونها فالأصل الذي تنبثق عنه الأخلاق في الإسلام هو العقيدة، بينما تنفصل الأخلاق الغربية عن الدين ولا تمتلئ به بصله. وانا لأساسا الذي تنبثق منه هذا الأخلاق متغير، فهو أما القائد أو المنفعة (٢).

ويقدم تاريخ امتنا الحضاري التي كانت أرضها مهبط الأديان السماوية شواهد كثيرة على أن التربية الخلقية قد احتلت مكانه مرموقة عبر تاريخها. وكانت هدفا أساسيا من أهداف الإسلام لتكوين الفرد الصالح .

المصادر القانونية للعمل الإعلامي في العراق

لا شك أن سياسات الاتصال في أي دولة من دول العالم تجد في معظم الأحوال سندها التشريعي في الدستور والقانون المدني أو القانون الإداري، وتعتبر اللوائح والمذكرات التفسيرية مكملية للتشريعات الإعلامية، ويدخل في هذا الإطار مجازا المواثيق المهنية إلى جانب قوانين النشر والمطبوعات. وان مجالات تطبيق السياسة الإعلامية إنما يعتمد على ما تسنه الحكومات من قوانين وتشريعات وما تمارسه واقعا من التعامل مع المؤسسات الإعلامية والأفراد المجتمع. لذلك فان جميع دول العالم تقوم بوضع القوانين والتشريعات الخاصة بحرية الاتصال وحقوق الأفراد فيه والتي تستهدف تنظيم المهنة من جهة ووضعها أمام مسؤولياتها الاجتماعية والوطنية من جهة أخرى. ومن هذه الحقائق فان المصادر القانونية للعمل الإعلامي في العراق إنما تنبع من:

أولا / الدستور:

يعد الدستور احد المصادر الرئيسية التي تستند إليها السياسة الإعلامية كونه أطرا مرجعيا يحكم العمل الإعلامي وينطلق منه ، والدساتير عندما تنظم حرية الصحافة والعمل الإعلامي إنما تحدد الإطار والمبادئ للسلطة التشريعية التي تتولى تنظيمها عن طريق القوانين الخاصة. وبالرغم من تضمن الوثيقة الدستورية نصوصا تتعلق بحرية الصحافة ألا أن ذلك لا يقود إلى تحقيق الضمان الكامل لهذه الحرية ألا إذا حدد الدستور تنظيم إجراءات الرقابة على مخالفات السلطات العامة لهذه القوانين من خلال تنظيم الرقابة على دستورية القوانين والرقابة القضائية على قرارات السلطة الإدارية لتمكين الأفراد من التمتع بما تقرره النصوص الدستورية. وقبل احتلال العراق في ٢٠٠٣/٤/٩ فقد نصت المادة (٢٦) من الدستور العراقي المؤقت الصادر في ١٩٧٠/٧/١٦ ((يكفل الدستور حرية الرأي والنشر والاجتماع والتظاهر وتأسيس الأحزاب السياسية والنقابات والجمعيات وفق أغراض الدستور وفي حدود القانون . وتعمل الدولة على توفير الأسباب اللازمة للممارسة هذه الحريات التي تنسجم مع خط الثورة القومي والتقدمي)). ولم تكن هناك تعددية على مستوى المصادر الإعلامية رغم ما نصت عليه المادة (٢٦) منه . حيث كانت الحكومة تحتكر إصدار الصحف وإدارة المحطات الإذاعة والتلفزيونية ومنع استقبال البث الفضائي الوافد بكل إشكاله .

وفي بداية عام ٢٠٠٣ واحتلال العراق من قبل الولايات المتحدة الأمريكية في التاسع من نيسان أصبح الواقع الإعلامي حراً لا يحتكم إلى دستور وقد اصدر الحاكم المدني الأمريكي للعراق بول برمر الأمر المرقم (١٦) الخاص باستحداث الهيئة العراقية لخدمات البحث والإرسال . والتأكيد على عدم التدخل في استقلال الإعلام وعدم إخضاعه للرقابة وعدم التدخل في شؤونه . وبعدها

جاء الدستور العراقي الجديد الذي تضمن نصوصاً تشير إلى التعددية وحرية الأعلام . حيث نص الدستور على أن (لا يجوز سن قانون يتعارض مع الحقوق والحريات الأساسية الواردة في الدستور). فقد نصت المادة (٣٦) من الدستور الجديد : تكفل الدولة بما لا يخل بالنظام العام والآداب:

أولاً / حرية التعبير عن الرأي بكل الوسائل

ثانياً / حرية الصحافة والطباعة والإعلان والأعلام والنشر

ثالثاً / حرية الاجتماع والتظاهر السلمي وتنظيم بقانون .

ونصت المادة (٣٧) أولاً على أن حرية تأسيس الجمعيات والأحزاب السياسية أو الانضمام إليها وتنظيم بقانون . ونصت المادة (٤٠) لكل فرد حرية الفكر والضمير والعقيدة . ومن المؤشرات التي تلاحظ أن مؤسسات الأعلام الحزبية والحكومية والخاصة لم تنهياً بقدر كاف من أجل أداء مهامها الإعلامية وفق ما نص عليها الدستور الجديد ويرجع ذلك لأسباب تتعلق بالسياسة والأمن .

ثانياً / القوانين والتعليمات :

أ / القوانين :-

يعرف قانون الأعلام بأنه (مجموعة القواعد القانونية التي تحكم أنظمة الأعلام ووسائله في الداخل والخارج . وهو فرع من فروع القانون العام) (١) والذي يهمن من القوانين هو ما سنهها المشرع العراقي من القوانين خاصة بجرائم النشر والعقوبات لكل جريمة مرتكبة . فجريمة النشر تعرف بأنها (تلك الجرائم المرتكبة عن طريق وسائل الأعلام والناجمة عن أساءه استعمال حرية الأعلام بحيث ينجم عنها مسؤولية مدنية أو مسؤولية جنائية أو المسؤوليةين معاً) (٢).

ب / المسؤولية الجنائية :

إن أحكام القانون الجنائي هي اكبر معبر عن القيم الخلقية في أي مجتمع وان أول ظهور للقانون كان بصدد الدفاع عن القيم الخلقية الأساسية في المجتمعات . ويقصد بالمسؤولية الجنائية . أنها المسؤولية الناجمة عن مخالفة الصحفي أو الوسيلة الإعلامية لأحكام قانون المطبوعات والقوانين للمؤسسات الصحفية عند العمل فيها . إضافة إلى ما ورد من أحكام خاصة في قانون العقوبات (٣).

ج / النقابات والاتحادات الصحفية :

تعد نقابة الصحفيين العراقيين التي تأسست عام ١٩٥٩ احد المصادر غير الحكومية للسياسة الإعلامية في العراق . فقد عرفت المادة (٢١٠) من قانون العمل العراقي النقابة بأنها (منظمة عمالية حرة يكفلها نظام المجتمع . ولها شخصية معنوية وتتمتع باستقلال اداري ومالي).

د / مواثيق الشرف والعمل الإعلامي :

تعد مواثيق الشرف . أو مواثيق الأخلاق المهنية . مكمله للحقوق والضمانات المكفولة للقائمين بالاتصال . وتعد التنظيمات المهنية مسئولة عن تنفيذها ومراقبة مدى الالتزام بها . وقد نص دستور الاتحاد العام للصحفيين العرب الذي صدر عن الاجتماع التأسيسي للاتحاد في ٢١ / ٢ / ١٩٦٤ على مسؤوليات الصحفيين العرب المهنية والأخلاقية حيال مجتمعهم ()

الدراسة الميدانية

أولاً - تفسير نتائج العامة للبحث:

أ/ الخصائص الديمغرافية لعينة البحث:

١- الجنس:

تشير بيانات جدول رقم (١) أن نسبة فئة الذكور من العاملين في مجال الأخبار الإذاعية والتلفزيونية كانت أكبر حيث بلغت ٥٤٪ من مجموع العاملين في هذا المجال بينما احتلت نسبة الإناث المرتبة الثانية بنسبة ٤٦٪ من مجموع العاملين في مجال الأخبار الإذاعية والتلفزيونية .

جدول رقم (١)

الجنس	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	٥٤	٥٤٪
إناث	٤٦	٤٦٪
الإجمالي	١٠٠	١٠٠٪

٢- العمر :

تشير بيانات جدول الرقم (٢) الخاص بالعمر، أن نسبة العاملين في مجال الأخبار الإذاعية والتلفزيونية من عمر أقل من ٣٠ سنة قد احتل المرتبة الأولى حيث بنسبة ٥٠٪ من مجموع العاملين في الأخبار في الإذاعة والتلفزيون عينة البحث ينظر جدول رقم (٢)

توزيع عينة البحث وفقاً للعمر

العمر	التكرار	النسبة المئوية
أقل من ٣٠ سنة	٥٠	٥٠٪
من ٣٠ إلى أقل من ٤٠ سنة	٣٢	٣٢٪
من ٤٠ فما فوق	١٨	١٨٪
الإجمالي	١٠٠	١٠٠٪

٣- المؤهل العلمي :

أشارت بيانات جدول رقم (٣) الخاص بالمؤهل العلمي لعينة البحث التي أت نسبة الحاصلين على شهادة جامعية أولية قد جاءت بالمرتبة الأولى بنسبة ٣٧٪، بينما جاءت نسبة العاملين الحاصلين على شهادة أقل من إعدادية بالمرتبة الثانية بنسبة ٢٥٪ من عينة البحث ، وهذا يشير إلى أن نسبة كبيرة من الإعلاميين في قنوات شبكة الإعلام العراقي لا يمتلكون المؤهل العلمي بل هم في الغالب من منتسبي الإذاعة والتلفزيون السابقة . ينظر جدول رقم (٣).

المسؤولية الأخلاقية والقانونية للقائم بالاتصال في مجال العمل الإخباري د. عادل عبد الرزاق مصطفى الغريبي

توزيع عينة البحث وفقاً للمؤهل العلمي

المؤهل العلمي	التكرار	النسبة المئوية
تعليم فوق العالي ماجستير – دكتوراه	٢	٢٪
بكالوريوس	٣٧	٣٧٪
دبلوم	٢٠	٢٠٪
إعدادية	١٦	١٦٪
أقل من إعدادية	٢٥	٢٥٪
الإجمالي	١٠٠٪	١٠٠٪

٤- نوع العمل :-

توضح بيانات جدول رقم (٤) الخاصة بنوع العمل، أن نسبة المراسلين العاملين في مجال الأخبار في الأذعة والتلفزيون في شبكة الإعلام العراقي جاءت بالمرتبة الأولى وبنسبة ٣٧٪ وقد جاءت نسبة العاملين بصفة محرر بالمرتبة الثانية وبنسبة ٢٠٪، ينظر جدول رقم (٤).

توزيع عينة البحث وفقاً لنوع العمل

نوع العمل	التكرار	النسبة المئوية
رئيس تحرير	٢	٢٪
مدير أخبار	٢	٢٪
محرر	٢٠	٢٠٪
مندوب / مراسل	٣٧	٣٧٪
مذيع	١٢	١٢٪
مخرج	١٣	١٣٪
منسق أخبار	٨	٨٪
مترجم	٦	٦٪
الإجمالي	١٠٠٪	١٠٠٪

٥-الخبرة في مجال العمل الإعلامي/الإذاعي :-

تشير بيانات جدول رقم (٥) الخاص بالخبرة للعاملين في مجال الإخبار الإذاعية. أذ تشير البيانات أن أغلب العاملين في هذا المجال لا يمتلكون الخبرة الكبيرة، أذا احتلت خبرة أقل من ٥ سنوات المرتبة الأولى وبنسبة ٤٨٪، بينما جاءت الخبرة اكبر من خمس سنوات إلى عشرة سنوات بالمرتبة الثانية وبنسبة ٢٧٪، ينظر جدول رقم (٥)

توزيع عينة الدراسة وفقاً للخبرة في مجال العمل الإعلامي

الخبرة في العمل الإعلامي	التكرار	النسبة المئوية
أقل من ٥ سنوات	٤٨	٪٤٨
من ٥ سنة إلى ١٠ سنوات	٢٧	٪٢٧
من ١٠ سنوات إلى ٢٠ سنة	١٨	٪١٨
أكثر من ٢٠ سنة	٧	٪٧
الإجمالي	١٠٠	٪١٠٠

ب/ الأداء المهني للقائم بالاتصال

١ - الصفات الواجب توفرها في القائم بالاتصال :-

تشير بيانات جدول رقم (٦) إلى إن الصفات الواجب توفرها في القائم بالاتصال ، من وجهه نظر القائمين بالاتصال في مجال الأخبار الإذاعية والتلفزيونية في العراق ، يأتي في مقدمتها الثقافة العامة اذ احتلت نسبة ١٦, ٥ ٪ إما الصفة الثانية الواجب توفرها في القائم بالاتصال من وجهه نظر الباحثين هي الإعلام بسياسة الدولة فقد حصلت علة نسبة ١٥, ٥ ٪ وجاءت الدقة والموضوعية بنسبة ١٥, ٥ ٪ والحس وسرعة البديهة بنسبة ١٤, ٧ ٪ والالتزام بالعمل بنسبة ١٦, ٨ ٪ وإتقان اللغة بنسبة ٥, ٨ ٪ والموهبة بنسبة ١, ١ ٪ . ويتبين من نتائج البحث أن الثقافة العامة والمعرفة بالأحداث والمواقف السياسية المحلية والدولية تصدر قائمة المواصفات التأهيلية المطلوبة لأعداد الصحفيين المهنيين في القنوات الإذاعية والتلفزيونية . ينظر جدول رقم (٦).

الصفات الواجب توافرها في القائم بالاتصال في مجال الأخبار الإذاعية والتلفزيونية

الصفات	التكرار	النسبة المئوية
الثقافة العامة	٨٥	٪١٦, ٥
الإعلام بسياسة الدولة	٨٠	٪١٥, ٦
الدقة والموضوعية	٨٠	٪١٥, ٦
الحس وسرعة البديهة	٧٦	٪١٤, ٧
الحياد	٧٢	٪١٤, ٠
القدرة على اتخاذ القرارات	٥٠	٪٩, ٨
الالتزام بالعمل	٣٥	٪٦, ٨
إتقان اللغة	٣٠	٪٥, ٨
الموهبة	٦	٪١, ١
الإجمالي *	٥١٤	٪١٠٠

* إجمالي الاختيارات الثلاث التي قام الباحثون بتحديددها .

٢ - أسس اختيار الأخبار لدى القائم بالاتصال :-

تشير نتائج الجدول رقم (٧) إلى إن أسس اختيار الأخبار لدى القائم بالاتصال حيث تصدرت أهمية الخبر بنسبة ٢١, ٥ ٪ . يليها الاتفاق مع السياسة الإعلامية بنسبة ٢١, ١ ٪ . وحداثة الخبر بنسبة

المسؤولية الأخلاقية والقانونية للقائم بالاتصال في مجال العمل الإخباري د. عادل عبد الرزاق مصطفى الغريبي

٨, ١٧ ٪ مما يوضح إن طبيعة الوسيلة الإعلامية الإذاعية والتلفزيونية التي تعتمد بصفة أساسية على أهمية الخبر بالإضافة إلى الاتفاق مع السياسة الإعلامية للمؤسسة الإذاعية والتلفزيونية وطبيعة الملكية لهذه الوسائل كأساس لاختيار الأخبار انظر جدول رقم (٧) .

أسس اختيار الأخبار لدى القائم بالاتصال

أسس اختيار الأخبار	التكرار	النسبة المئوية
أهمية الخبر	٩٠	٢١, ٥ ٪
الاتفاق مع السياسة الإعلامية	٨٨	٢١, ١ ٪
حدثة الخبر	٧٥	١٧, ٨ ٪
القرب الجغرافي	٦٩	١٦, ٤ ٪
المساس بالمواطن	٦٥	١٥, ٥ ٪
الشهرة	٢٧	٦, ٥ ٪
المواصفات الفنية	٥	١, ٢ ٪
الإجمالي	٤١٩	١٠٠ ٪

٣ - درجة رضا العاملين في مجال الأخبار عن التغطية الإخبارية للوسيلة :

تشير بيانات جدول رقم (٨) إلى رضا الباحثين عن التغطية الإخبارية للوسيلة حيث جاء رضا الباحثين بشكل نسبي إذ عبر ٥٠ ٪ منهم عن رضاهم النسبي لهذه التغطية . مقابل ٣٦ ٪ من الباحثين عبروا عن رضائهم بشكل تام و ١٤ ٪ من عبروا عن عدم رضائهم .

درجة رضا العاملين في مجال الأخبار عن التغطية الإخبارية

درجة رضا العاملين	التكرار	النسبة المئوية
راضي بشكل نسبي	٥٠	٥٠ ٪
راضي بشكل تام	٣٦	٣٦ ٪
غير راضي	١٤	١٤ ٪
الإجمالي	١٠٠	١٠٠ ٪

ج - اتجاهات العاملين في مجال الأخبار نحو المسؤولية الأخلاقية والقانونية :

١- العوامل التي تؤثر في صنع القرار الأخلاقي لدى الباحثين:-

توضح نتائج البحث إلى إن العوامل التي تؤثر في صنع القرار الأخلاقي لدى العاملين في مجال الأخبار الإذاعية والتلفزيونية . حيث ان العاملين قد يواجهون أخباراً تتطلب تفكيراً حولها. إذ أجاب ٩٧ مبحوثاً . ويبرز دور سياسة المؤسسة في مقدمة العوامل التي تؤثر على صنع القرار الأخلاقي ويمكن تفسير ذلك على ضوء طبيعة السيطرة لسياسة المؤسسة الإذاعية أو التلفزيونية التي يلتزم العاملون فيها التزاماً صارماً بإطار السياسة العامة سواء كانت تلك المؤسسة حكومية أم حزبية أم خاصة (أفراد) . وقد جاءت توجيهات وسلطة رئيس العمل في المؤسسة الإعلامية بالدرجة الثانية بنسبة ٨ , ٢٦ ٪ وذلك لكونه يمثل سياسة المؤسسة وهم المنفذون لتلك السياسة مما يبرز دور الحارس البوابة الإعلامية في التحكم بالأخبار . وجاءت شخصية الصحفي في تقييم

المسؤولية الأخلاقية والقانونية للقائم بالاتصال في مجال العمل الإخباري د. عادل عبد الرزاق مصطفى الغريبي

أهمية القرار الأخلاقي بنسبة ٤, ١٥ لطبيعة فهمه لسياسة المؤسسة. انظر جدول رقم (٩)
العوامل التي تؤثر في صنع القرار الأخلاقي لدى العاملين في الإخبار الإذاعية والتلفزيونية

العوامل التي تؤثر في صنع القرار الأخلاقي	التكرار	النسبة المئوية
سياسة المؤسسة	٤٥	٣, ٤٦ %
رئيس العمل	٢٦	٨, ٢٦ %
شخصية الصحفي	١٥	٤, ١٥ %
ردة فعل الجمهور	٩	٢, ٩ %
المنافسة مع الوسائل الأخرى	٢	٠, ٢ %
الإجمالي	٩٧	١٠٠ %

٢ - مدى معرفة العاملين في مجال الإخبار بوجود مسؤولية قانونية وجنائية خاصة بالعمل الإعلامي:

تشير نتائج البحث حول مدى معرفة العاملين في مجال الإخبار الإذاعية والتلفزيونية بوجود مسؤولية قانونية وجنائية خاصة بالعمل الإعلامي والنشر، إذ أشارت البيانات إلى إن معظم الباحثين وبنسبة ٨٥ % لا يعرفون بالمسؤولية القانونية والجنائية المترتبة على الصحفي إذ أساء استخدام المعلومة الإخبارية. وقد أشارت ١٥ % من الباحثين بمعرفة هذه المسؤولية. مما يتطلب جهداً في معرفة القائمين بالاتصال بوجود المسؤولية القانونية والجنائية الخاصة بالنشر الصحفي. إذ قد تصل في بعض البلدان إلى الإعدام. مما يتطلب معرفة القائمين بالاتصال بنود وفقرات هذه الإجراءات. ينظر جدول رقم (١٠)

مدى معرفة العاملين في مجال الإخبار بوجود مسؤولية قانونية وجنائية خاصة بالعمل الإعلامي

مدى معرفة العاملين بالمسؤولية القانونية والجنائية	التكرار	النسبة المئوية
لا يعرف	٨٥	٨٥ %
يعرف	١٥	١٥ %
الإجمالي	١٠٠	١٠٠ %

٣ - مدى معرفة العاملين بالإخبار بوجود ميثاق شرف إعلامي :-

تشير نتائج البحث إلى أن أغلب الباحثين وبنسبة ٦٠ % لا يعرفون بوجود ميثاق شرف إعلامي مما يوضع ارتفاع نسبة عدم معرفة القائمين بالاتصال بأحد أهم جوانب أخلاقيات العمل الإعلامي وهذا يتطلب المزيد من الجهد من قبل النقابات والتجمعات والمؤسسات الإعلامية لاطلاع القائمين بالاتصال بوجود موثيق الشرف ومعرفة بنودها ومبادئها، ينظر جدول رقم (١١).

معرفة العاملين في مجال الإخبار بوجود ميثاق شرف إعلامي

النسبة المئوية	التكرار	مدى معرفة العاملين بميثاق الشرف الإعلامي
٪ ٦١	٦١	لا يعرف
٪ ٣٩	٣٩	يعرف
٪ ١٠٠	١٠٠	الإجمالي

٤- أهم بنود ميثاق الشرف الإعلامي من وجهة نظر المبحوثين:-

تشير نتائج البحث إلى أن أهم بنود ميثاق الشرف الإعلامي من وجهة نظر المبحوثين جاءت من خلال بعض المبادئ التي تعبر عن بنود ميثاق الشرف الإعلامي بينما جاء بعضها ليعبر عن قيم أخلاقية عامة غير متضمنة بالضرورة داخل ميثاق الشرف الإعلامي . ويرتبط ذلك بانخفاض نسبة امتلاك أو اطلاع المبحوثين على نسخ من ميثاق الشرف الإعلامي تساعدهم في التحديد الدقيق لبنوده , انظر جدول رقم (١٢)

أهم بنود ميثاق الشرف الإعلامي من وجهة نظر المبحوثين

النسبة المئوية	التكرار	أهم بنود ميثاق الشرف الإعلامي
٪ ١٥, ٢	٥٢	المصادقية
٪ ١٤, ٩	٥١	الدقة والأهمية
٪ ١٤, ٦	٥٠	الحياد
٪ ١٤, ٦	٥٠	مصلحة الوطن
٪ ٨, ٧	٣٠	احترام قيم المجتمع
٪ ٤, ٥	١٥	سرية المصدر
٪ ٣, ٨	١٣	البعد عن الإثارة
٪ ٣, ٢	١١	المرونة
٪ ٣, ٢	١١	الفورية
٪ ٢, ٩	١٠	التنافس الشريف
٪ ٢, ٦	٩	عدم استقلال سلطة العمل
٪ ٢, ٦	٩	احترام رموز البلد
٪ ٢, ٣	٨	أمانة الكلمة
٪ ١, ٤	٦	تقديم المعرفة للجميع
٪ ١, ٥	٥	احترام الخصوصية
٪ ٠, ٥	٢	الحصول على المعلومات بطرق مشروعة
٪ ١٠٠	٣٣٢	الإجمالي**

**** إجمالي الاختيارات الثلاث التي قام المبحوثين بتحديددها .**

٥- أهم المبادئ الأخلاقية التي يلتزم بها القائمون بالاتصال :

تشير النتائج إلى أهم المبادئ الأخلاقية التي يجب أن يلتزم بها الإعلاميين وتعتبر هذه المبادئ عن قواعد ميثاق الشرف الإعلامي كما تعبر أيضا عن قيم أخلاقية عامة تمثل المسؤولية الاجتماعية للقائم بالاتصال وهذه المعايير تلزم القائمين بالاتصال بالواجبات القانونية والمهنية ومنها الالتزام بضوابط ومعايير السلوك المهني والمسؤولية تجاه المجتمع واحترام الخصوصية وعدم نشر ما يؤثر على مصلحة البلد والقضاء , ينظر جدول رقم (١٣).

أهم المبادئ الأخلاقية التي يجب أن يلتزم بها القائمون بالاتصال من وجهة نظر المبحوثين

أهم المبادئ الأخلاقية	التكرار	النسبة المئوية	أهم المبادئ الأخلاقية	التكرار	النسبة المئوية
المصادقية - الصدق	٦٣	٪١١,٦	البعد عن الإثارة	٣٤	٪٩,٠
الموضوعية والحياد	٦١	٪١١,٢	العمل بروح الفريق	٢٠	٪٥,٣
الأمانة - الدقة	٥٨	٪١٥,١	احترام الجمهور	١٨	٪٤,٧
المسؤولية الاجتماعية	٥٦	٪١٤,٧	عدم استغلال العمل	١٠	٪٢,٦
الالتزام بمصلحة الوطن	٥٤	٪١٤,٣	المنافسة الشريفة	٦	٪١,٥
الإجمالي**					٪١٠٠

**** أجمال الاختيارات الثلاث التي قام المبحوثين بتحديددها**

الخلاصة والنتائج

أظهرت نتائج البحث انه من الضروري قيام المؤسسة الإذاعية والتلفزيونية بدورها في خلق بيئة اتصالية أفضل من حيث المهنية والأخلاقية وذلك من خلال نشر المواثيق الأخلاقية وتوزيعها على العاملين فيها ورفع المستوى الوعي الأخلاقي لديهم من خلال عقد الندوات والمؤتمرات وجلسات العمل والدورات التدريبية التي تعنى بالأمور الأخلاقية وبالمواصفات التي يجب أن تتوافر في القائم بالاتصال , وذلك لان نتائج البحث ظهرت أن ٦١٪ من المبحوثين لا يعرفون بميثاق الشرف الإعلامي . كما يقع على عاتق المؤسسة القيام بتطوير مواثيق أخلاقية تراعي طبيعة عمل المؤسسة ويفضل إن يشارك العاملين في وضع معاييرها , لان نتائج البحث أشارات إلى الخلط الحاصل لدى العاملين في المجال الإعلامي بين المبادئ والمحظورات والقيم الأخلاقية العامة في ميثاق الشرف الإعلامي . كما برز أيضا عدم معرفة العاملين في المؤسسات الإذاعية والتلفزيونية بالمسؤوليات القانونية والجنائية المترتبة على سوء استخدام العمل الصحفي من خلال نشر الأخبار الكاذبة أو التشهير والتحريض أو إفشاء أسرار تضر بالمصلحة العليا للبلد وهذا ما أظهرته نتائج البحث إذ إن نسبة ٨٥٪ من المبحوثين أشاروا أنهم لا يعرفون بوجود مسؤولية قانونية وجنائية مترتبة على العمل الصحفي , وهذا ما يتطلب من المسؤولين في تلك المؤسسات بضرورة تعريف العاملين بهذا

المسؤولية الأخلاقية والقانونية للقائم بالاتصال في مجال العمل الإخباري د. عادل عبد الرزاق مصطفى الغريبي

الجانب القانوني الخاص بعملهم الإعلامي من خلال إقامة ورش عمل وندوات خاصة بالمسؤولية القانونية والجنائية المترتبة على الصحفي في حال مخالفة القانون أو السياسة العامة أو سياسة المؤسسة الإعلامية ذاتها .

كما برز أيضا ضرورة تدريس أبعاد أخلاقيات العمل الإعلامي وقانون الإعلام وجرائم النشر في أقسام وكليات الإعلام المختلفة وتدريب الطلاب العاملين في المؤسسات الإعلامية عليها بحيث تصبح المبادئ الأخلاقية ومواثيق الشرف والمسائل القانونية الخاصة بالإعلام ليست مجرد مبادئ مثالية وإنما أساسا للوصول إلى الممارسة الإعلامية الجيدة التي تخدم المجتمع وترتقي بمضمون الرسالة الإعلامية وترفع من درجة المصداقية الوسيلة الإعلامية لدى الجمهور .

الهوامش

- ١- سليمان صالح . أخلاقيات الإعلام (الكويت : مكتبة الفلاح . ٢٠٠٢)
- ٢- محمد عبد الحميد. البحث العلمي في الدراسات الإعلامية (القاهرة . عالم الكتب . ٢٠٠٠).
- ٣- محمد محمد البادي. الإطار التربوي لقضية الأخلاقيات المهنية في وسائل الاتصال الجماهيري.
- ٤- محمد سيد فهمي. الإعلام من المنظور الاجتماعي , (الإسكندرية, دار المعارف)
- ٥- صالح خليل أبوأصبع ,الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة, (عمان , دار رام لنشر , ١٩٩٩)
- ٦- عزيز السيد جاسم , مبادئ الصحافة في عالم المتغيرات , العدد ٤ , (عمان , دار أفق عربية للصحافة والنشر , ١٩٨٥).
- ٧- زكي راتب غوشة أخلاقيات الوظيفة في الإدارة العامة . (عمان , مطبعة التوفيق , ١٩٨٣)
- ٨- رشيد عبد الحميد ومحمود الحياوي , أخلاقيات المهنة , ط ٢ (عمان , دار الفكر للنشر والتوزيع , ١٩٨٥)
- ٩- إبراهيم الداوقي, قانون الإعلام , (بغداد , مطبعة وزارة الأوقاف الدينية . ١٩٩٤)
- ١٠- صابر فلحوظ وسجاد الغازي . الاتحاد العام للصحفيين العرب . تأسيسه ومؤتمراته وقراراته . دراسة وثائقية . تقديم سعد قاسم حمودي . مراجعة حنا مقبل . (مؤسسة بتر للطباعة والنشر , بيروت . ١٩٨٢) .
- ١١- جريدة الوقائع العراقية , (العدد ١٩٠٦ , في ١٠/٦/١٩٧٠)

التلفزيون التفاعلي الرقمي (Interactive) والتلفزيون المحمول (M.TV) التقنية ...المضمون...الجمهور...دراسة مقارنة

د.طارق علي حمود
جامعه بغداد - كلية الاعلام

مستخلص

وتأتي أهمية هذا البحث من خلال أهمية التلفزيون ودوره الاساسي في عملة التعرف التي يتم خلالها تزويد الجمهور بالمضامين المختلفة ومن خلال اشكال متنوعة بما يتناسب مع رغباتها وحاجاتها فضلا عن دور البحث في التعرف على التقنيات المتسارعة التي تنتجها الشركات الاتصالية في مجال تطوير التقنية التلفزيونية ودورها في تغير نوعية المضامين واساليب واشكال عرضها وتعزز أهمية هذا البحث في تناوله لعنصرين من عناصر العمر التلفزيوني وهما المضمون والجمهور اذ يعود بالفائدة على معدي المواد التلفزيونية والقائمين على اساليب تنفيذها من اجل الارتقاء بالمضامين المعروضة بما يلائم هذه التقنية الجديدة.

ويهدف البحث الى التعرف على تقنية التلفزيون التفاعلي الرقمي والحمول والمضامين المعروضة على شاشاتها ونوعية الجمهور الذي يشاهد برامجه.

ويعتبر هذا البحث من البحوث الوصفية التي تعد اداة مهمة في درس الكمية والكيفية لمضمون ايه وسيلة اتصالية ويعتبر ذلك على الملاحظة ووصف مادة الاتصال وتم استخدام المنهج المقارن لغرضي مقارنة التقنيات والمضمون والجمهور لكلا التلفزيونين التفاعلي الرقمي والحمول.

وقد توصل البحث الى العديد من النتائج اهمها ان هذه التقنية الجديدة لم يصبح توزيعها جماهيريا وانما مملوكة من قبل فئة النخبة في المجتمع بسبب اسعارها المرتفعة وان الحصول على خدمة هذه التقنية يتطلب توفر شركات اتصالية محترفة تستطيع الربط مع الشركات الاتصالية العالمية فضلا ان استخدامها يتطلب توفر مهارات محددة من قبل المستخدمين واما من اهم التوصيات التي يرى الباحث اهميتها هو ان تسارع شركات الاتصال المحلية الى توفير هذه الخدمة لجمهورها قبل دخول شركات اجنبية منافسة فضلا عن ضرورة ان يعمل خبراء الاعلام الالكتروني على تهيئة الجمهور للتفاعل مع خدمة التقنية الجديدة.

تمهيد...

حتى عهد قريب كانت تقنيات بث برامج التلفزيون تعتمد على تحويل الصورة والصوت الى اشارات من الموجات التي يجري بثها عبر الاجواء ليلتقطها الهوائي في المنازل اما حالياً فان التلفزيون الرقمي احدث التطورات التي بدأت زحفها نحو المنازل التي اصبح بإمكان المشاهدين لها التمتع بالمزايا والخدمات المتفاعلة التي توفرها تكنولوجيا التلفزيون الرقمي من متابعة اخبار السياسة والمال والرياضة الى حجز تذاكر السفر ومتابعة اسعار الاسهم عبر شاشات تلفزيونه الجديد بالاضافة الى دخول بكات الانترنت بدلا من اجهزة الكمبيوتر الشخصي.

ويرى بعض الخبراء بان متابعة العروض على التلفزيون هي تجربة (الجلوس المسترخي) بالمقارنة مع عملية متابعة العروض على شاشة الكمبيوتر التي توصف بتجربة (الجلوس المناهض) ففي الحالة الاولى تكون المتابعة سلبية لان المشاهد يتلقى دفعات من العروض التلفزيونية اما في الحالة الثانية فان مستخدم الكمبيوتر يتعامل ايجابيا مع العروض على شاشته فهو يتدخل ويقدم ويؤخر في العرض التلفزيوني ويخزن ويحذف ما لا يلائمه من العروض وعموما فان الحدود الفاصلة بين التلفزيون والكمبيوتر بدأت بالاختفاء وذلك مع تقديم التلفزيون لخدمات تتفاعل مع رغبات ومتطلبات المشاهدين وتوفير امكانية الدخول على الانترنت دون الحاجة لجهاز الكمبيوتر الشخصي.

والاصل في التلفزيون التفاعلي الرقمي هو اندماج بين التكنولوجيا التلفزيون وتكنولوجيا الافلام وتكنولوجيا الكمبيوتر اذ تولد عنها جهاز متطور اختزل طبق التقاط البث التلفزيوني (Dish) وجهاز استقبال البث (receiving) وجهاز الكمبيوتر (computer) في جهاز واحد يتم التحكم به من خلال جهاز التحكم (remote control) هذا الجهاز الجديد هو interactive.TV التلفزيون التفاعلي.

ان هذا التحدي التقني الجديد يبرز الحاجة الى معرفة كيف يفكر صناع التقنية الاعلامية بهذا المستجد التقني؟ وما مدى ادراك العاملين في مجال الصحافة والاعلام التلفزيوني لمعنى لمواكبته على صعيد معادلة البث والتلقي التي تتحكم بعملهم؟ وهل تدفعهم هذه التقنية الجديدة الى تغيير او تطوير او تحسين ما يقدمون من مضامين تلفزيونية؟ ام انهم ينوون الاستمرار على المنوال ذاته واضعين نصب اعينهم الجمهور التقليدي القابع على الاربكة بمواجهة التلفزيون ذات التقنية القديمة؟ ويبرز في جانب اخر تحدي تقني جديد هو التلفزيون المحمول -- Mobil TV اذا قامت شركات الهاتف النقال بتوفير خدمة مشاهدة هذه القنوات التلفزيونية الفضائية عبر التشبيك مع الاقمار الصناعية وابراج الارسلات الارضية وتزويد الهواتف المحمولة بمستقبلات خاصة بالاشارة التلفزيونية لتتيح لجميع افراد الاسرة متابعة البرامج التلفزيونية وحسب تفضيلاتهم دون الحاجة الى الجلوس في المنازل بل اصبح بالامكان التمتع بالمشاهدة والتحدث والتحكم والتفاعل بالمضامين في السيارة والنشوارع والاسواق والساحات والملاعب الرياضية وفي المصاعد الكهربائية والطائرات والسفن وجميع اماكن تواجد الانسان ان الحاجة اصبحت ماسة في ضوء هذه التحديات التي التعرف الى نوعية التقنية المستخدمة في التلفزيون التفاعلي الرقمي والتلفزيون المحمول واخيرا التعرف على اوجه الشبه والاختلاف من خلا مقارنة تقنية ومضمون وجمهور كل من التلفزيون التفاعلي والرقمي والتلفزيون المحمول للتوصل الى نتائج يمكن من خلالها العاملين في مجال الصحافة والاعلام التلفزيوني من اعتماد معادلة جديدة وصيغ واساليب عمل لانتاج مضامين تلفزيونية تلائم جمهور المتابعين والمشاهدين بما يتيح تفاعلهم بصورة جديّة مع هذه المضامين من خلال التقنيات الجديدة والمتاحة والمتوفرة.

ولغرض تحقيق الاهداف المشار اليها فقد تم تقسيم البحث الى ثلاثة مباحث ففي المبحث الاول تم تناول ماهية التلفزيون التفاعلي الرقمي واهم تقنياته ومضمونه وجمهوره واختص المبحث الثاني بماهية التلفزيون الجوال وتقنياته ومضمونه وجمهوره واختص المبحث الثالث بالمقارنة بين التلفزيون التفاعلي الرقمي والتلفزيون المحمول من حيث التقنية والمضمون والجمهور واختتم المبحث بأهم النتائج التي توصل اليها البحث والتوصيات التي يرى الباحث اهميتها في هذا المجال.

-اهمية البحث:-

تبرز أهمية البحث من خلال أهمية التلفزيون ودوره الأساسي في عملية التعرض التي من خلالها تزويد الجمهور بالمضامين المتنوعة والمتنوعة التي تتناسب ورغباته وحاجاته فضلاً عن أهمية التعرف على التقنيات المتسارعة التي انتجت في مجال تطوير التقنية التلفزيونية ودورها في تغيير نوعية المضامين وأساليب عرضها. وتعزز أهمية البحث أيضاً في تناوله لعنصرين من عناصر العمل التلفزيوني وهما المضمون وجمهور التلفزيون التفاعلي الرقمي والتلفزيون المحمول إذ يعود بالفائدة على معدي المواد التلفزيونية والقائمين على أساليب تنفيذها من أجل الارتقاء بالمضامين المعروضة بما يلاءم هذه التقنية الجديدة وبما يلبي متطلبات جمهورها.

-مشكلة البحث:-

يمكن تلخيص مشكلة بحثنا في الإجابة عن التساؤلات الآتية:

- ١- ما هو التلفزيون التفاعلي الرقمي؟ وما هي تقنياته ومضامينه وجمهوره؟
- ٢- ما هو التلفزيون المحمول؟ وما هي تقنياته ومضامينه وجمهوره؟
- ٣- ما هي أوجه الشبه والاختلاف بين التلفزيون التفاعلي الرقمي والتلفزيون المحمول من حيث التقنية والمضمون والجمهور؟

-اهداف البحث:-

يسعى البحث في بعده النظري والتحليلي الى تحقيق ما يأتي:

- ١- التعرف الى التلفزيون الرقمي وأهم تقنياته والمضامين المعروضة على شاشته ونوعية الجمهور الذي يشاهد برامجه.
- ٢- الكشف عن ماهية التلفزيون المحمول وتحديد أهم تقنياته المستخدمة والمضامين المعروضة فيه وتشخيص نوعية الجمهور الذي يشاهد برامجه.
- ٣- تحديد أهم أوجه الشبه والاختلاف بين التلفزيون التفاعلي الرقمي والتلفزيون المحمول من حيث التقنية والمضمون والجمهور.

-منهج البحث:-

يعتبر بحثنا من البحوث الوصفية، البحث الوصفي هو دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة ظاهرة أو موقف أو مجموعة من الناس أو مجموعة من الحوادث أو مجموعة من الأوضاع. (١) والدراسات الوصفية تعني بالتصور الدقيق للعلاقة المتبادلة بين المجتمعات والاتجاهات والميول والرغبات والتطور بحيث يعطي البحث صورة للواقع الحياتي ووضع مؤشرات وبناء تنبؤات مستقبلية. (٢) وتقوم البحوث الوصفية على وصف لظاهرة من الظواهر للوصول الى اسباب هذه الظاهرة والعوامل التي تحكم فيها واستخلاص النتائج وتعميمها وذلك من أجل تجميع البيانات وتنظيمه وتحليلها. (٣) وتركز البحوث الوصفية على وصف طبيعة وسمات وخصائص مجتمع معين أو موقف أو فرد معين (٤)

استخدم بحثنا المنهج المقارن لغرض مقارنة تقنية ومضمون وجمهور كل من التلفزيون التفاعلي الرقمي والتلفزيون المحمول من أجل التوصل الى أوجه الشبه والاختلاف والمميزات التي يتميز بها

كليهما على الآخر.

المبحث الأول/ التلفزيون التفاعلي الرقمي..التقنية..المضمون..الجمهور

أولاً-تعريف التلفزيون التفاعلي،وتطوره،وخصائصه ومميزاته..

أولاً:تعريف التلفزيون التفاعلي ((Invision

الاسم مشتق من (الانترنت + التلفزيون) حيث In هي اول حرفين من كلمة ((Internet و ((Vision هي اخر ستة احرف من كلمة ((Television.

ويعرف بأنه التلفزيون عالي التقنية يتميز بوجود خط راجع بين الجهاز وجهة البث أي ان المشاهد لديه الفرصة الكاملة للارسال المعلومات او الطلبات وتلقي اجابات بصفة شخصية بحتة كما يستطيع ان يتحكم في الصورة التي امامه من حيث الحجم والتوقيت والايقاف فضلاً عن الحصول عن معلومات تفصيلية تكون ذات صلة بالمشهد امامه او خدماتية بحتة.(١)

ثانياً:تطور التلفزيون التفاعلي..

مر التلفزيون بثلاث مراحل رئيسية هي: (٧)

أ-البرمجة:بمعنى يمكن ترتيب القنوات واقفالها والسماح باخرى ووضع منبهات مع بيان تفاصيل القنوات المتاحة بالكامل.

ب-التلفزيون المحسن ((Enhanced:

وهو تطور ملموس يقدم تحسينات طفيفة تفاعلية للتلفزيون العادي مثل استعراض بعض المعلومات حول البرامج او حتى طلبات بسيطة(مثل مطعم...الخ).

ج-التلفزيون التفاعلي (ITV):

حيث الخدمات التفاعلية بالكامل ولقد بدأ العمل به في بعض الدول الاوربية وبعض الشبكات الامريكية وعدد من الدول العربية مثل السعودية ومصر.

ثالثاً:اهم خصائص التلفزيون التفاعلي:

١-توفير العديد من القنوات التلفزيونية.

٢-تقديم قوائم تفصيلية بالبرامج ونوعياتها ومواعيدها.

٣-امكانية التسجيل لمادة معينة وعرض اخرى.

٤-التسجيل الاوتوماتيكي لمادة معينة.

٥-توقيت عرض برامج معينة.

٦-بث القنوات والبرامج في اوقات محددة.

٧-مشاهدة موضوعين في ان واحد(عرض جزئي وعرض كلي).(٨)

٨-تقديم خدمات معلوماتية متنوعة على الطقس والسياحة والاخبار والرياضة وعن الافلام والمسلسلات ومعلومات عن الممثلين فيها.

٩-عرض العاب تفاعلية.(٩)

١٠-الدفع حسب الطلب للافلام.

١١-التسوق الالكتروني بعد المشاهدة.

١٢-البريد الالكتروني.

١٣- تصفح الانترنت.

١٤- إعلانات تفاعلية حسب طبيعة المشاهد وميوله (١٠).

رابعاً: مميزات التلفزيون التفاعلي:

- ١- تقديم الخدمة (التلفزيون التفاعلي+ المكالمات المجانية+ الانترنت بسرعات تصل الى ٢٠ ميغا ب/ث)
- ٢- مشاهدة المحتوى المرئي (قنوات تلفزيونية فضائية) بطريقة تفاعلية رائعة على شاشة جهاز التلفزيون بجودة ووضوح عاليتين ((High definition HD من خلال الاتصال بالانترنت.
- ٣- إمكانية حماية الاطفال وافراد العائلة من أي محتوى غير مناسب من خلا وضع الارقام السرية (١١)

٤- خدمة الدفع حسب البرامج ((Pay per view التي تمكن العميل من اختيار البرنامج الذي يرغب مشاهدته وتخزينه والرجوع اليه في أي وقت.

٥- اعادة اللقطات و التسجيل واسترجاع البرامج لمشاهدتها في أي وقت على مدار الاسبوع عبر تقنية ((Catch up TV

٦- خدمة الفيديو حسب الطلب ((Vod التي توفر مكتبة متنوعة من البرامج الدينية والوثائقية وتحميل ومشاهدة الافلام والبرامج الشهيرة.

٧- خدمات التعليم الالكتروني ((E-learning بشكل تمكن الطلاب من الاطلاع على المناهج الدراسية بطرق شيقة ومبتكرة.

٨- توفير جهاز مطور ((Stb للخدمة يمكن الاستفادة من الريموت كونترول واحدا لاستخدامه في تشغيل الجهاز وجهاز التلفزيون وجهاز (DVD) كما يمكن استخدامه في اختيار قنوات فضائية عبر اللاقط الهوائي على نظام القمر الصناعي المستخدم في المنزل.

٩- مشاهدة البطولات الرياضية العالمية الحصرية ومتابعتها بحرية.

١٠- تقديم اعلانات تفاعلية تقدم للمشاهد السلعة والحزمة المناسبة لتفضيلاته ثم تسويقها اليه عبر منافذ البيع القريبة (١٢)

خامساً: الاتجاهات الرئيسية في تقنيات التلفزيون الحالية وانظمتها..

يمكن عرض هذه الاتجاهات على النحو الاتي (١٣)

١- تلفزيون الدقة العالية. HDTV High Digital.

ويجمع بين تكنولوجيا التلفزيون وتكنولوجيا الكمبيوتر الافلام وينشر في اليابان وامريكا الشمالية واستراليا وبريطانيا والمانيا وفرنسا وبلجيكا ويصل سعر جهاز تلفزيون HDT.V الى نحو ثلاثة الاف دولار.

٢- التلفزيون التفاعلي Interactive TV

مع انتشار الانترنت والهواتف الخلوية في الاعوام العشرة الماضية انتشرت ايضاً البرامج التلفزيونية التي تعتمد عليها لاعطاء المشاهد دوراً اكبر في تحديد مسارات البرامج فيستطيع المشاهد ان يتفاعل مع البرنامج التلفزيوني بواسطة موقع على الانترنت او بواسطة (SMS) او (MMS) ولعل هذه التقنية هي الاكثر انتشاراً ولكن مفهوم التلفزيون التفاعلي اكبر من ذلك فقد وضع تجميع المصنعين نظاماً اسمه ملتي ميديا هوم بلاتي فورم Multimedia Home Palate Form يمكن

من تصفح الانترنت على شاشة التلفزيون اضافة الالعاب والتسوق والتصويت وغيرها. وتتنافس هذه التقنية مع تقنية تفاعلية اخرى اسمها (التلفزيون المفتوح) Open TV

٣- البث الارضي الرقمي Digital Terrestrial

تعتبر تقنية البث الرقمي قديمة نسبياً وتستعمل حالياً الفضائيات وتتحول الاقنية الارضية فبدل الحصول على ٨ قنوات ارضية او اكثر من دون لاقط يمكن الحصول على ٣٠ محطة لو ربما اكثر بواسطة التقنية الجديدة.

٤- تلفزيون بروتوكول انترنت -IPTV-

انتشر الانترنت السريع عبر الخطوط (دي اس آل) DSL ويمكن الحصول على قنوات التلفزيون وبما ان الانترنت موصول بشكل دائم يستطيع المشاهد طلب البرنامج الذي يريده كما يستطيع الحصول على دليل المحطات.

-انظمة التلفزيون التفاعلي ..

هناك نظامان للتلفزيون التفاعلي حسب نظام الاستقبال المشترك (١٤)

١- عبر الاقمار الصناعية.

٢- عبر خطوط الكابل.

وهذا النظام يتراوح بين اضافات بسيطة للتلفزيون الحالي تتضمن:

أ- معلومات تفاعلية (الضغط للحصول على معلومات وافرة عن احداث المسلسل او الفيلم وشخصياته)

ب- عرض اعلانات حول المادة التي المرغوب بشرائها.

ج- عرض برامج في وقت محدد.

د- حفظ وتخزين وتسجيل لمواد محددة.

سادساً: التقنية ..

نظام التلفزيون الحالي المستخدم في الولايات المتحدة الامريكية هو نظام NTSC الذي تم تطويره في الثلاثينيات والاربعينيات ثم ادخلت عليه الالوان في الخمسينيات ويتم العمل بهذا النظام بشكل عام في دول شمال القارة الامريكية واليابان في حين تستخدم معظم الدول الاخرى اما نظام (PAL) (Phase alternating line) وهو النظام الاوربي او النظام (Sequential color) with (Secan memory)

والذي تم تطويره في فرنسا واستخدم فيما كان يعرف بالاتحاد السوفييتي واطافة بعض دول الشرق الاوسط وشمال افريقيا وتختلف هذه الانظمة في كفاءتها الا انها جميعها تعاني من عيوب درجة نقاء الصورة والالوان وهي مشاكل يمكن رؤيتها بوضوح في استخدام شاشات العرض الكبيرة.

وقد ادت هذه المشاكل الى التطوير ما يعرف بالتلفزيون عالي الوضوح HD TV

الذالتلعي يعتبر التطوير الرئيسي الهم من نوعه في تكنولوجيا التلفزيون منذ اختلالون في الخمسينيات ويسعى مصممو الى جعله اختراعاً يجمع في داخله ثلاث انواع مختلفة من التكنولوجيا وهي تكنولوجيا التلفزيون وتكنولوجيا الكمبيوتر وتكنولوجيا الافلام بحيث يصبح

تلفزيون كمبيوتر متعدد الوسائط في الوقت الذي لم يكد البعض يبدأ فيه بالتفكير في اقتناء تلفزيون عالي الوضوح فان اليابان اسدلت مؤخر الستار على ما يعرف بالتلفزيون فائق الوضوح UD TV فقد احدث اكثر من ١٠٠ شركة ومنظمة للانتاج تلفزيون تكنولوجيا رقمية متفوقة تستخدم ٢٠٠٠ خط أي حوالي ضعف الرقم المستخدم في التلفزيون العالي الوضوح.(١٥)

وتختلف تكنولوجيا التلفزيون الرقمي عن تكنولوجيا التلفزيون التقليدية التناظرية بان الصورة والصوت في التلفزيون الرقمي يتم تحويلها الى اشارات ثنائية من الازهار والاحاد أي بنفس النظام الذي يستخدمه اجهزة الكمبيوتر هذه الاشارات يتم استقبالها بواسطة هوائي التلفزيون الذي يقوم ذاتياً أو من خلال جهاز خارجي اضافي بفك الرموز المستقبلية بينما في التلفزيون التقليدي يتم تحويل الصورة والصوت الى امواج كهرومغناطيسية تحدد جودتها مدى نقاء الصورة والصوت على الشاشة.(١٦)

وتنتشر شبكات التلفزيون الرقمي حالياً بالبث عبر الاقمار الصناعية او الكابلات او البث من المحطات الارضية وهي تجعل بالامكان عن طريق استخدام تكنولوجيا الضغط (Compressina) ارسال عدد اكبر من البرامج على نفس الموجة الهوائية التي تستخدمها التكنولوجيا التناظرية مقابل قناة واحدة للتلفزيون التقليدي الحالي بالاضافة الى ميزة الجودة العالية للصوت والصورة في التلفزيون الرقمي.

وقد ادت عملية توظيف التلفزيون للتكنولوجيا الرقمية الى الالغاء الحدود الفاصلة بين التلفزيون والكمبيوتر الشخصي بحيث يمكن ان يحل اي منهما مكان الآخر ويصبح عملية توظيف التلفزيون للتكنولوجيا الرقمية للقيام باي وظيفة من وظائف الكمبيوتر والعكس صحيح.(١٧)

سابعاً:مضمون التلفزيون التفاعلي...Invision

يقدم التلفزيون التفاعلي على شاشته مضامين متعددة منها (١٨)

- ١-البرامج الرياضية والثقافية والتحقيقات والافلام والمسلسلات.
- ٢-نوعية البرامج تناسب جميع افراد العائلة وميولهم كبرامج الشباب والمرأة والاطفال.
- ٣-البرامج الحصرية كالمباريات الرياضية والمنافسات العالمية.
- ٤-امكانية الحصول على معلومات فرعية مفصلة حول المضمون خاصة اعلانات التسوق والحصول على الخدمة او السلعة المناسبة لكل زبون.
- ٥-امكانية المشاهدة للمضمون مع اداء بقية الفعاليات(بريد الكتروني,تصفح,محادثة).
- ٦- رد الفعل الفوري على المضمون وامكانية تعديله وخزنه واسترجاعه.
- ٧-عدم الالتزام بمواعيد القنوات التلفزيونية في العرض انما يمكن المشاهدة في الوقت الملائم لتفرغ الشخص المضمون الذي يفضل.

ثامناً:جمهور التلفزيون التفاعلي..Invision

يتكون جمهور التلفزيون التفاعلي من جمهور الاسرة الذي يتجمع حول هذا الجهاز التفاعلي الرقمي لاشباع رغباته في مشاهدة البرامج كذلك هناك فئات اخرى للجمهور مثل فئة الحكه والرياضي وجمهور الطلبة وجمهور الاطفال وجمهور ربات البيوت وجمهور الشباب والعمال

التلفزيون التفاعلي الرقمي (Interactive) والتلفزيون المحمول (M.TV) د. طارق علي حمود

والمزارعين وغيرهم اذ تستطيع هذه الفئات مشاهدة ما يلائمها في مضامين على هذا الجهاز فضلاً عن امكانية تعديل المضامين والمشاركة في اعدادها وامكانية تخزينها واسترجاعها ومشاهدتها في أي وقت.

والجمهور يستطيع من خلال هذا الجهاز ان يحصل على السلعة المعلن عنها وان يشاهد تفاصيلها واسعارها وامكانية الدفع والشراء الالكتروني عبر شاشة التلفزيون التفاعلي ومن ثم وصولها الى البيت عبر اليات تسوق وبرمجة.

ويتطلب هذا الجهاز ان يكون الجمهور ملماً بالمهارات المطلوبة للحصول على الخدمة المناسبة لكل فرد خاصة فيما يتعلق بالاعدادات المطلوبة للجهاز من الاتصال بالمواقع وتقديم الاراء للتمكن من المشاهدة المناسبة للمضمون.

واخيراً لا بد من الاشارة الى ان المشاهدة للمضمون في هذا النوع من الجهاز تتم في المنزل بصورة اساسية لذلك تكون المشاهدة جماعية في اغلب الاحيان كالبرامج الاجتماعية والترفيهية والمسلسلات والاعمال. (١٩) انظر الى الجدول رقم ١- الذي يبين تقنية التلفزيون التفاعلي ومضمونه وجمهوره.

جدول رقم ١ يبين تقنية التلفزيون التفاعلي ومضمونه وجمهوره:-

التلفزيون	التقنية	المضمون	الجمهور
التفاعلي	١- يعتمد على تكنولوجيا التلفزيون وتكنولوجيا الكمبيوتر وتكنولوجيا الانترنت ٢- يعتمد على الاقمار الصناعية وخطوط الكيبل ٣- ثابت على المنضدة.	١- البرامج متنوعة والتحقيقات والمسلسلات والافلام. ٢- نوعية البرامج تلائم تفرغ المشاهد واستعداده لأنفاق وقت اطول. ٣- امكانية الحصول على معلومات مفصلة حول المضمون. ٤- امكانية المشاهدة مع اداء بقية فعاليات (التصفح، بريد الكتروني، محادثة) ٥- امكانية تعديل المضمون فوراً.	١- الجمهور جماعي كجمهور الاسرة او جمهور الطلبة او الجمهور الرياضي وغيرهم. ٢- المشاهدة غالباً ما تتم داخل الغرف في المنازل واماكن العمل.

المبحث الثاني/التلفزيون المحمول..التقنية..مضمونه..الجمهور

أولاً:تعريف التلفزيون التفاعلي او تلفزة الجوال--Mobile TV

وهي تقنيات استقبال البث التلفزيوني التي يدعمها الجوال ويتم الحصول على هذه الخدمة من خلال اندماج تكنولوجيا التلفزيون والكمبيوتر والموبايل لغرض توفير مشاهدة حية للبرامج التلفزيونية من اغاني وفديو كليب وبرامج رياضية وافلام واعمال تلفزيونية مفضلة يحددها المستخدم وحسب رغباته ووقاته المتاحة.(٢٠)

ثانياً:تطور التلفزيون المحمول M.TV

لقد كان التلفزيون المحمول ملماً في عقول هواة الابتكارات الالكترونية الجديدة واصبح هذا الحلم اليوم حقيقة فقد تم الانتقال من عصر الموبايل الى عصر التلفزيون المحمول اذ انتشرت هذه الاجهزة التي يتطابق حجمها مع راحة اليد في اوربا واليابان وامريكا وشهدت تقنياته طفرة حقيقية في وظائف التلفزيون وطرق استخدامه وازداد عدد مستخدميه القادرين على استقبال البث التلفزيوني الى ما بين ١٠٠ مليون الى ٢٧٠ مليون مستخدم في العالم بحلول العام ٢٠٠٩ ويتزايد الطلب على استخدامها بشكل كبير لانه يقدم خدمات فريدة لاتقدمها اجهزة الكمبيوتر التي تتطلب التفرغ التام لاستخدامها فضلاً عن لجوء كثير من شركات الاتصال على التنافس في اضافة خدمات جديدة ومفيدة ومثيرة تجذب اهتمام المستهلكين لتحقيق عوائد مالية ضخمة وقد اطلقت مجموعة (فودافون) خدمة التلفزيون المحمول (سكاي موبايل تي في) بالاشتراك مع شركة (سكاي للبث) في بريطانيا عمدت على بث اكثر من مليون فقرة تلفزيونية قبل انت تحول الخدمة الى مصدر للعوائد المالية اذ يدفع المشتري ١٦ دولار كرسوم للاشتراك الشهري.

وتمكننت شركة (اوراخ) الفرنسية من بلوغ اهدافها في مجال البث التلفزيوني للاجهزة المحمولة حين اصبح عدد زبائنهم مليون مشترك اذ انها بثت الى المشتركين ٢٢,٣ مليون فقرة تلفزيونية حية عبر الموبايل.(٢١)

ثالثاً:طرق بث المواد التلفزيونية الى (M.TV)

هناك طريقتان لبث المواد الى التلفزيون المحمول.

الاولى:عبر شبكة الاتصالات ذاتها.

الثانية:عبر شبكة بث خاصة ومنفصلة.

وفي عام ٢٠٠٧ نشرت شركة (اريكسون) طريقة لبث الاشارة تتميز بان تصل الاشارة الموجبة التي يتم بثها لكل من يريد استقبالها بشرط ان يمتلك جهاز الاستقبال المناسب مثل (الموبايل التلفزيوني) او (التلفزيون المحمول). وتكون البرامج المبتوثة على شبكة مختلفة عن الشبكة الاتصالية العامة.

رابعاً:معوقات عدم انتشار M.TV

١-عدم الاتفاق على وضع الضوابط التنظيمية لهذه الخدمات الجديدة بما فيها الاخبارية والرياضية والسياسية والاقتصادية وغيرها.

٢-عدم الاتفاق على وضع التنظيمات المتعلقة بطرق وضع الرسوم المناسبة على مستهلكين هذه الخدمة.(٢٢)

خامساً: خصائص التلفزيون المحمول M.TV

- ١- انه جعل المشاهدة فردية بعد ان كانت جماعية.
- ٢- ان المشاهدة تتحكم بها الظروف الوقتية للمشاهد.
- ٣- الرد العفوي على مضامين البرامج والاشتراك في تعديلها.
- ٤- اعتماد طريقة تقديم محتوى مناسب للجهاز المحمول.
- ٥- انه شنت التركيز في المتابعة التلفزيونية التقليدية.
- ٦- انه يزيد من فرص المشاهدة والمتابعة لبعض البرامج في التلفزيون التقليدي.
- ٧- اضافة المزيد من الحيوية والجدة والابتكار والابداع على مضامينه لتناسب مع التقنية الجديدة ومتطلباتها.
- ٨- انه وسيلة فعالة في متابعة الاخبار العاجلة كاخبار السياسة والرياضة والمال والطقس والاسعار وغيرها. (٢٣)

سادساً: تقنية التلفزيون المحمول M.TV

هناك عدة تقنيات للتلفزيون المحمول تتلخص فيما يلي:

١- تلفزة الجوال Mobile.TV:

وهي تقنيات استقبال البث التلفزيوني التي يدعمها الجوال ولها نوعين رئيسيين يعتمد الاول على شبكات الجيل الثالث (G 3) لتؤمن كل من الاستقبال الحي للبرامج او استقبال البرامج بناءً على الطلب كما يستطيع المستخدم تسجيل البرامج التي استقبلتها لاعادة مشاهدتها متى شاء ويتطلب ذلك قيام شركة اتصالات ببث الاقنية التي تختارها عبر شبكة الجيل الثالث التابعة لها اما النوع الثاني فيستقبل البث التلفزيوني الارضي فقط ولا يتطلب منها بث البرامج عبر شبكة الجيل الثالث.

٢-DVB-T: وهي تقنية اوروبية للبث التلفازي الارضي لم تصمم اصلاً لبث التلفزة الى الجوال ومع ذلك فان العديد من المنتجين استطاعوا استقبال اشارة DVB-T وعرضها على جوالهم لان DVB-T لم تصمم للجوال فانها تستهلك قدرًا كبيراً من طاقته اما الجانب الجيد فيها فهو انها لا تتطلب من شركة الاتصالات بث اقنية التلفاز على شبكاتها وبالتالي فلن يضطر المستخدم الى دفع المال ومشاهدة برامج التلفاز على جواله لكنها بالتأكيد تتطلب من قنوات التلفزيون المحلية ان تبث برامجها على DVB-T وهذا الامر محقق في جميع الدول الاوروبية كما في العديد من دول الشرق الاوسط والاقصى.

٣-DVB-H: وهي تقنية بث التلفزة الى الجوال قامت شركة نوكيا بتطويرها واعتمادها معهد الاتصالات الاوربي منذ ٢٠٠٤ وعلى خلاف DVB-T فقد صممت الـ DVB-TL خصيصاً للجوال مع مراعاة طاقتها المحدودة حيث استطاعت الجوال المستقبلة للـ DVB-H ان تستهلك عشر الطاقة التي تستهلكها جوال الـ DVB-T كما تختلف التقنيتين عن بعضهما في طريقة العمل اذ تقوم شركة الاتصالات باستقبال البث الحي للاقنية التي تختارها (فضائية وارضية) واعادة بثها على شبكتها من الجيل الثالث للتمكن الجوال المتمتعة بميزة استقبال البث الحي لتلك الاقنية.

٤- تقنية MEDIA FLO: وهي تقنية بث التلفزة الى الجوال التي طورتها شركة (كوالكوم) الامريكية

وكما هو الحال في الـ DVB-H فان شركة الاتصالات التي تبتئها التلفزة بواسطة M.Flo حالياً في الولايات المتحدة كما يجري التخطيط لتطبيقها في اليابان.

٥- تقنية Sprint.TV: وهي خدمة استقبال البث التلفزيوني على الجوال والمدعومة من قبل شركة (Sprint) وتوفر هذه الخدمة كل شئ من اخبار ورياضة وطقس وبرامج اطفال وتوفر خدمة مشاهدة البرامج حسب الطلب. (٢٤)

ومن الملاحظ ان من اهم المظاهر التقنية للتلفزيون المحمول انه يحمل باليد مما يتيح للمستخدم مزايا متعددة تسهل في عملية الاستخدام والمشاهدة.

سابعاً: مزايا اجهزة التلفزيون المحمول:

اهم مزايا جهاز التلفزيون المحمول Xoro HSD - ٧٥١٠:

١- توفير شاشة ذات (٩,٢) بوصة وتوفر مرونة وحركة تتيح المشاهدة المطلوبة.

٢- توفير السرعة اللازمة في تحديد واختيار (Free fiew)

٣- توفير قنوات التلفزيون والراديو.

٤- توفير عرض عالي الجودة للمستخدم من خلال تقنيات ضبط الصورة الالية.

٥- توفير ساعات من المشاهدة المتواصلة من خلال بطارية قابلة للشحن مع امكانية التوصيل المباشر لمصدر الطاقة.

٦- توفير مستقبل (ايربال) مدمج صغير اضافة الى مدخل التوصيل التي تتيح امكانية استخدام الانواع الاخرى من المستقبلات الهوائية.

جدول رقم ٢- يبين تقنية التلفزيون المحمول ومضمونه وجمهوره

التلفزيون	التقنية	المضمون	الجمهور
المحمول	١- يحمل باليد. ٢- يعتمد على تكنولوجيا التلفزيون وتكنولوجيا الكمبيوتر وتكنولوجيا الموبايل. ٣- يعتمد على شبكات الاتصالات الارضية والاقمار الصناعية.	١- يقدم الاخبار العاجلة السياسية والرياضية والفنية واخبار الخدمات والمال والطقس وغيرها. ٢- يمتاز مضمونه بالاختصار والسرعة والحوية وبطرق تقديم مبتكرة. ٣- التفاعل الفوري مع المضمون وحسب الحاجة. ٤- عدم ارتباط المشاهد بمواعيد مسبقة. ٥- يقدم الاغاني والفيديو كليب والالعاب الرياضية والفواصل الاعلانية كمادة اساسية.	١- الجمهور فردي. ٢- المشاهدة في الشارع والاسواق واماكن العمل وفي المناطق النائية.

ثامناً: مميزات التلفزيون الجوال M.TV

- ١- سرعة عالية في استعراض القنوات التلفزيونية.
- ٢- خيارات متعددة بين القنوات.
- ٣- جودة عالية ووضوح الصورة والصوت.
- ٤- إمكانية استقبال المكالمات خلال مشاهدة البث الحي.
- ٥- سرعة في الدخول الى الانترنت والتصفح تصل الى ٣٨٤ كيلو/ثا.
- ٦- ختسب التكلفة وفق حجم البيانات المرسله والمستقبله بغض النظر عن الوقت.
- ٧- يمكن الحصول على خدمة التلفزيون الجوال من خلال استخدام شريحة الجيل الثالث G٣

تاسعاً: مضمون التلفزيون المحمول M.TV

يتميز مضمون التلفزيون المحمول بما يأتي :

- ١- انه يقدم الاخبار العاجلة السياسية والرياضية والفنية واخبار الخدمات كالمال والطقس والمزور.
- ٢- تمتاز مضامينه بالاختصار والسرعة والحيوية وطرق تقديم مبتكرة.
- ٣- التفاعل الفوري مع المضمون وحسب الحاجة.
- ٤- عدم ارتباط المشاهد بمواعيد مسبقه لمشاهدة المضمون اذ يمكن تخزين العرض ومشاهدته لاحقاً.
- ٥- يقدم الاغاني والفيديو كليب والالعاب الرياضية كمادة اساسية.

عاشرأ: جمهور التلفزيون المحمول M.TV

يمتاز جمهور هذا النوع من التلفزيون بانه جمهور فردي يشاهد برامجه المفضلة في جهازه المحمول سواء اكان في الشارع او في مكان العمل او في السوق او في الملاعب الرياضية وبناءاً على ما تقدم فان المشاهدة الفردية تتطلب عرض مضامين بنوعيات واساليب مبتكرة تلبي الرغبات الخاصة لذلك لجأت شركات الاتصال الى الربط الالكتروني مع باقات لقنوات تلفزيونية خاصة سواء كانت شبابية او قنوات تقدم خدمات تسوق للحصول على عملاء وزبائن جدد. (٢٩)

انظر للجدول رقم-٢- الذي يبين تقنية التلفزيون المحمول ومضمونه وجمهوره.

المبحث الثالث / نتائج المقارنة بين التلفزيون التفاعلي والتلفزيون المحمول من حيث التقنية والمضمون والجمهور

اولاً: التقنية..

يلاحظ من الجدول رقم -٣- ان التقنية المستخدمة في التلفزيون التفاعلي تتمثل في اعتمادها على تكنولوجيا التلفزيون وتكنولوجيا الكمبيوتر وتكنولوجيا الانترنت بينما يعتمد التلفزيون المحمول في تقنيته على تكنولوجيا التلفزيون وتكنولوجيا الكمبيوتر وتكنولوجيا الموبايل.

اما في مجال البث فيعتمد التلفزيون التفاعلي على الاقمار الصناعية وخطوط الكيبل اما التلفزيون المحمول فيعتمد في بثه على الاقمار الصناعية وشبكات الاتصال الارضية ومن المظاهر التقنية المهمة للتلفزيون التفاعلي انه ثابت على المنضدة مما يحتم على المستخدم اوضاع جلوس معينة ومشاهدة محددة.

اما التلفزيون المحمول فانه يحمل باليد مما يتيح للمستخدم مرونة اكبر في استخدامه ومشاهدته.

ثانياً: المضمون..

تتلخص المضامين المقدمة في التلفزيون التفاعلي بالبرامج والتحقيقات والافلام والمسلسلات وفقاً لما تتيحه المظاهر التقنية لهذا النوع من التلفزيون لأنها تتطلب جلوس مسترخي يساهم في مشاهدة متتابعة للمضمون، اما المضامين المقدمة في التلفزيون المحمول فأنها محصورة بشكل اساسي في الاخبار العاجلة السياسية والرياضية والفنية واخبار الخدمات كالمال والطقس وغيرها فضلاً عن انه يقدم الفيديو كليب والفواصل الاعلانية السريعة. ومن جانب اخر فان التلفزيون التفاعلي يتيح امكانية الحصول على معلومات مفصلة حول المضمون وفق لطبيعة المشاهدة وذلك ما لا يحصل في التلفزيون المحمول.

فضلاً عن ان نوعية البرامج المعروضة في التلفزيون التفاعلي تلائم تفرغ المشاهد واستعداده لانفاق وقت اطول وذلك يلاحظ في المسلسلات والافلام والبرامج السياسية المعروضة على شاشته في حين يمتاز التلفزيون المحمول بان مضمونه يمتاز بالاختصار والسرعة والحيوية وبطريق تقديم مبتكرة تلائم وقت المشاهدة ووضاؤه.

ويوفر التلفزيون التفاعلي امكانية مشاهدة المضمون مع اداء بقية الفعاليات (تصفح، مشاهدة، بريد الكتروني) وذلك يلاحظ ايضاً امكانية ادائه في مضامين التلفزيون المحمول ولو بشكل ضيق وكما تمت الاشارة اليه لارتباطه باوضاع المشاهدة وضيق وقته ويتفق كل من التلفزيون التفاعلي والمحمول في عدم ارتباط المشاهد بمواعيد مسبقة للمضامين المعروضة على شاشتهما لامكانية تسجيل البرامج المعروضة اوتوماتيكياً واسترجاعها في الوقت المناسب للمشاهد.

ثالثاً: الجمهور..

يمتاز جمهور التلفزيون التفاعلي بانه جمهور جماعي كجمهور الاسرة او الجمهور الرياضي وجمهور الطلبة وغيرها اما التلفزيون المحمول فيمتاز بان جمهوره فردي ومن ناحية اخرى فان المشاهدة في التلفزيون التفاعلي تتم غالباً في داخل الغرف في المنازل او اماكن العمل اما المشاهدة في التلفزيون المحمول فتتم غالباً في الشوارع والاسواق والمناطق النائية واماكن العمل ايضاً.

التلفزيون التفاعلي الرقمي (Interactive) والتلفزيون المحمول (M.TV) د. طارق علي حمود

جدول رقم ١- يبين المقارنة بين التلفزيون التفاعلي والتلفزيون المحمول من حيث التقنية والمضمون والجمهور

الجمهور	المضمون	التقنية
١-الجمهور جماعي كجمهور الاسرة والجمهور الرياضي وجمهور الطلبة وغيرها. ٢-المشاهدة غالباً ما تتم داخل الغرف في المنازل واماكن العمل. ١-الجمهور فردي. ٢-المشاهدة في الشارع والاسواق واماكن العمل في المناطق النائية.	١-البرامج والتحقيقات والمسلسلات والافلام. ٢-نوعية البرامج تلاءم تفرغ المشاهد واستعداده للانفاق وقت اطول. ٣-امكانية الحصول على معلومات مفصلة حول المضمون. ٤-امكانية المشاهدة مع اداء بقية الفعاليات(تصفح,بريد الكتروني,محادثة). ٥-تعديل المضمون فوراً. ١-يقدم الاخبار العاجلة السياسية والرياضية وغيرها. ٢-يمتاز مضمونه بالاختصار والسرعة والحيوية وبطرق تقديم مبتكرة. ٣-التفاعل الفوري مع المضمون وحسب الحاجة. ٤-عدم ارتباط المشاهد بمواعيد مسبقة. ٥-يقدم الاغاني والفيديو كليب والالعاب الرياضية والفواصل الاعلانية كمادة اساسية.	١-يعتمد على تكنولوجيا التلفزيون وتكنولوجيا الكمبيوتر وتكنولوجيا الانترنت. ٢-يعتمد على الاقمار الصناعية وخطوط الكيبل. ٣-ثابت على المنضدة ١-يحمل باليد. ٢-يعتمد على تكنولوجيا التلفزيون وتكنولوجيا الكمبيوتر وتكنولوجيا الموبايل. ٣-يعتمد على شبكات الاتصالات الارضية والاقمار .

النتائج:-

اهم النتائج التي توصل اليها الباحث في هذا البحث هي:

- ١-ان هذه التقنية الجديدة تمتاز بامتلاكها من قبل فئات محددة ومقتدرة مادياً لذلك فان انتشارها بشكل جماهيري يتطلب وقتاً.
- ٢-ان مضامين هذه التقنية تخاطب رغبات وحاجات هذه الفئات والتخب المقتدرة مادياً.
- ٣-ان استخدام هذه التقنية يتطلب مهارات من قبل المستخدمين للحصول على ما يرغبون مشاهدته.
- ٤-ان الحصول على البث الخاص بهذه التقنية يتطلب من شركات الاتصالات في كل بلد التشبيك والربط مع شركات الاتصال العالمية التي توفر هذه الخدمة.

٥- ان الحصول على خدمة هذه التقنية تتطلب توفر أجهزة التلفزيون وهاتف محمول ذات تقنية محددة فضلاً عن ضرورة توفر شركات وطنية تقوم باتاحة متطلبات هذه الخدمة.

التوصيات:-

ان التوصيات التي يرى الباحث اهميتها هي:

- ١- ان تسارع الشركات الاتصالات المحلية الى اتخاذ الاجراءات اللازمة لتوفير هذه الخدمة قبل دخول شركات عالمية تنافسها في الاستحواذ على اسواقها.
- ٢- ان يعمل خبراء الاعلام الالكتروني على تهيئة المضامين الخاصة بجمهور بلدهم وفقاً للاستطلاعات مسبقة تحدد رغبات جمهورهم وحاجاتهم.
- ٣- تهيئة الجمهور للتفاعل مع هذه الخدمة التقنية الجديدة بمختلف الوسائل المطبوعة والمرئية والمسموعة واقامة ندوات ومؤتمرات لتوضيح مزايا هذه الخدمة الجديدة.

الهوامش:-

- ١- جمال زكي والسيد ياس، أسس البحث الاجتماعي، القاهرة، دار الفكر العربي، ١٩٦٢ ص ٨٤
- ٢- وجيه محجوب، أصول البحث العلمي ومناهجه، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠٠١ ص ٢٦٣.
- ٣- محمد الصاوي محمد مبارك، البحث العلمي أسسه وطريقة كتابته، المكتبة الأكاديمية، القاهرة، ١٩٩٢ ص ٣٠.
- ٤- سمية محمد حسين، بحوث الاعلام، الاسس والمبادئ، عالم الكتب، القاهرة، ١٩٧٦ ص ١١٤.
- ٥- موقع على الانترنت بعنوان: www.fautty.ksu.sa/malik/documents/.doc
- ٦- مالك بن ابراهيم الاحمد، التلفاز التفاعلي- ثورة تقنية ومعلوماتية، موقع على الانترنت بعنوان: www.thirdpower.org/ACG/yohs-PDFarfid
- ٧- نفس المصدر، ص ٤
- ٨- نفس المصدر، ص ٤-٥
- ٩- موقع على الانترنت سبق ذكره بعنوان: www.fautty.ksu.sa/malik/documents/.doc
- ١٠- مالك بن ابراهيم الاحمد، التلفاز التفاعلي- ثورة تقنية ومعلوماتية، موقع على الانترنت سبق ذكره.
- ١١- موقع على الانترنت بعنوان: www.alriyadh.com
- ١٢- مالك بن ابراهيم الاحمد، مصدر السابق ص ١
- ١٣- موقع على الانترنت سبق ذكره
- ١٤- مالك بن ابراهيم الاحمد، المصدر السابق ص ٣
- ١٥- محمد منير حجاب، وسائل الاتصال ونشئتها وتطورها، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ص ٢٢٦
- ١٦- نفس المصدر، ص ٢٤٧
- ١٧- نفس المصدر، ص ٢٤٨
- ١٨- مالك بن ابراهيم الاحمد، المصدر السابق ص ١
- ١٩- موقع على الانترنت بعنوان: www.siironline.org/alabweb/alhoda.culture.html
- ٢٠- عدنان عزيمة التلفزيون المحمول يغزو العالم، موقع على الانترنت بعنوان: www.av.wikipedia-org/wiki
- ٢١- محمد منير حجاب، وسائل الاتصال نشأتها وتطورها، مصدر سابق ص ٢٦
- ٢٢- عدنان عزيمة، التلفزيون المحمول يغزو العالم مصدر سابق ص ٢
- ٢٣- موقع على الانترنت بعنوان: www.alittihad.ae/details-php?id=49998y
- ٢٤- موقع على الانترنت سبق ذكره
- ٢٥- موقع على الانترنت سبق ذكره
- ٢٦- موقع على الانترنت سبق ذكره
- ٢٧- موقع على الانترنت سبق ذكره
- ٢٨- موقع على الانترنت نفس المصدر ص ٧

فن الكاريكاتير في الجرائد العراقية • دراسة وصفية تحليلية •

م.م. بيرق حسين جمعه الربيعي
جامعه بغداد - كلية الاعلام

المستخلص :

الرسم الكاريكاتيري هو عملية اتصالية ، و رسالة يخاطب بها الفنان قراءه بلغة فنية تشكيلية تعتمد على الخط واللون كأساس في التعبير عن واقع له إيجابياته وسلبياته . والكاريكاتير فن وأسلوب صحفي يقوم على الإبداع والابتكار وهو يحتاج إلى الاستعداد الفطري والموهبة وفي ذات الوقت أصبح فناً من الفنون التي تطورت وصارت علماً يقوم على قواعد و أسس علمية . واتسعت أهمية هذا الفن الصحفي إلى الحد الذي أصبح فيه الكاريكاتير يطرق كافة نواحي الحياة . وأهتمّ البحث في إبراز موقف الرسم الكاريكاتيري في الجرائد عينة الدراسة من خلال التحليل بتقسيم فئات البحث إلى نوعين فئات ماذا قيل؟ وكيف قيل؟ وبينت نتائج البحث بان الجرائد عينة البحث مهتمة برصد العيوب والأخطاء بأسلوب (سلبي) منتقد ساخر .

المقدمة :

باتت ثقافة الصورة تشكل مجاًلاً مميزاً في الخطاب الثقافي ، وفي أحيانا كثير تتفوق الصورة على ثقافة الكلمة في كثير من المقامات (الخطاب السياسي والاجتماعي)، حيث أن المثيرات البصرية والإيحاءات الرمزية المتوافرة في الخطاب الصوري تعد أكثر تأثيراً وإثارة من الدلالات التي يتضمنها الخطاب المقروء أو المسموع . وجاءت أهمية الصورة (الرسوم الكاريكاتيرية) من الدور* الذي تؤديه ، إذ أضحت الصورة (قناة تواصل) تملك قدرة على منافسة الكلمة ويأتي ذلك الدور نتيجة حزمة من الموصفات والمقومات منها إن الصورة توفر للمتلقى فضاءً يساعده على تأمل يتسع لكل الوقائع التي تعبر عنها ويداعب العواطف والأطراف الوجدانية التي تخلق تفاعل بين المتلقي والصورة . وقد تم اختيار الرسوم الكاريكاتيرية من بين الصورة الأخرى (الفوتوغرافية و التعبيرية و الكارتونية والتوضيحية) لدراستها لما حمله من محاكاة ورموز بسيطة معبرة وذات مدلولات وجدانية وعقلية متنوعة ومؤثرة .

منهجية البحث

الرسم الكاريكاتيري فن تعتمد عليه مختلف الصحف في شتى أنحاء العالم ، لكونه لغة صورية بسيطة معبرة ومؤثرة، و يمكن فهمها من قبل جميع القراء حتى لو كانت الصحيفة تصدر بلغة لا يفهمها القارئ . لذا تنبع أهمية البحث من الموقف** الذي تتخذه الرسوم الكاريكاتيرية في الصحف عينة البحث من الموضوعات المنشورة وأسلوب المعالجة التيبوغرافية لها.

ثانياً: مشكلة البحث :

يمكن القول أن مشكلة البحث وفيما يخص البحوث الإعلامية تتمثل في (عبارة عن موقف غامض أو موقف يعتريه الشك، أو ظاهرة تحتاج إلى تفسير ، أو قضية تم الاختلاف حولها

وتباينت وجهات النظر بشأنها . ويقتضي إجراء عملية البحث في جوهرها(١) ، وتسؤلات البحث تدور حول المحاور الآتية:

١. ما الموضوعات التي تم تناولها من قبل عينة البحث في الرسوم الكاريكاتيرية ؟
 ٢. أي الصفحات التي ينشر فيها الكاريكاتير؟
 ٣. ما موقف الجرائد العراقية والمتمثلة بعينة البحث من الموضوعات التي تم طرحها في فن الكاريكاتير؟
 ٤. أسلوب المعالجة التيبوغرافية للرسم الكاريكاتيري في الجرائد عينة البحث .
- ثالثاً : هدف البحث :
- معرفة الجوانب السلبية والإيجابية التي تعرض لها فن الكاريكاتير وأسلوب المعالجة الفنية لها في الجرائد العراقي عينة البحث .
- رابعاً : حدود البحث :

- يتحدد البحث في المجالات الآتية
١. الحدود المكانية : تتمثل في الجرائد العراقية اليومية متمثلة في عينة البحث (جريدتي الصباح والمستقبل العراقي) .
 ٢. الحدود الزمانية : من ٢٠١٢ إلى ٢٠١٩٣٠ لتتناسب مع المدة المحددة لبحث .

خامساً : منهج البحث:

اعتمدت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي كونه المنهج العلمي الأنسب لدراسة عينة البحث .

سادساً : مجتمع البحث والعينة :

حدد مجتمع البحث بالجرائد العراقية اليومية العامة ، وقد اختيرت عينة قصديه من المجتمع تمثل ميدانين مختلفين إذ اختيرت جريدة تمثل الجانب الرسمي للدولة متمثل بـ (جريدة الصباح) وأخرى تمثل الجانب المستقل متمثلة بـ (جريدة المستقبل العراقي) ، ومدة البحث الزمنية حددت بشهر واحد بأسلوب الحصر الشامل من ٢٠١٢ إلى ٢٠١٩٣٠ وهي المدة التي اجري بها البحث كما هي مبينة في الجدول رقم (١) . وتم اختيار وحدة التحليل في هذا البحث متمثلة بـ (الرسوم الكاريكاتيرية) المنشورة في الإعدادات الصادرة من الجرائد عينة البحث (جريدتي الصباح والمستقبل العراقي) في المدة المحصورة ما بين (٢٠١٢ إلى ٢٠١٩٣٠) . بأسلوب الحصر الشامل لإعداد العينة والبالغ عددها (٢٨) رسماً كاريكاتيرياً في جريدة الصباح ، و (٤٠) رسماً كاريكاتيرياً في جريدة المستقبل العراقي ما مجموعه ٦٨ رسماً كاريكاتيرياً . أما فئات التحليل فسمت في هذا البحث إلى فئتين هما فئات ماذا قيل ؟ وكيف قيل ؟

- (١) بفئة ماذا قيل ؟ الموضوعات التي تبناها الرسم الكاريكاتيري .
 - (٢) فئة كيف قيل ؟ يراد بها العناصر التيبوغرافية في فن الكاريكاتير بعده أحد الفنون الصحفية المستخدمة في الجرائد العراقية . وقد نظمت الفئات في المحاور الآتية :
- أ- الموضوعات التي تبنتها الجرائد في رسومها الكاريكاتيرية (سياسية ، اقتصادية ، ثقافية ، اجتماعية ، أمنية) .

- ب- موقف الرسوم الكاريكاتيري من الموضوعات سواء كان الموقف سلبي أم إيجابي أم موقف محايد.
- ت- المعالجة الفنية للرسم الكاريكاتيرية من حيث اللون وأسلوب العرض .

ث-موقع الكاريكاتيري في الجرائد من حيث الصفحات (الصفحة الأولى أو الصفحة الثانية ، أو الصفحات الداخلية أو الصفحة الأخيرة) (أعلى الصفحة ، وسط الصفحة ، أسفل الصفحة).

التسلسل	جريدة الصباح			التسلسل	جريدة المستقبل العراقي		
	اليوم	التاريخ	عدد الكاريكاتير		اليوم	التاريخ	عدد الكاريكاتير
١	السبت	٢٠١٢-٩-١	١	١	السبت	٩-١	-
٢	الأحد	٩-٢	١	٢	الأحد	٩-٢	٢
٣	الاثنين	٩-٣	١	٣	الاثنين	٩-٣	١
٤	الثلاثاء	٩-٤	٢	٤	الثلاثاء	٩-٤	٢
٥	الأربعاء	٩-٥	٣	٥	الأربعاء	٩-٥	٢
٦	الخميس	٩-٦	١	٦	الخميس	٩-٦	٢
٧	السبت	٩-٨	١	٧	الأحد	٩-٩	٢
٨	الأحد	٩-٩	-	٨	الاثنين	٩-١٠	٢
٩	الاثنين	٩-١٠	١	٩	الثلاثاء	٩-١١	٢
١٠	الثلاثاء	٩-١١	-	١٠	الأربعاء	٩-١٢	٢
١١	الأربعاء	٩-١٢	١	١١	الخميس	٩-١٣	٢
١٢	الخميس	٩-١٣	١	١٢	الأحد	٩-١٦	٢
١٣	السبت	٩-١٥	١	١٣	الاثنين	٩-١٧	٢
١٤	الأحد	٩-١٦	١	١٤	الثلاثاء	٩-١٨	٢
١٥	الاثنين	٩-١٧	١	١٥	الأربعاء	٩-١٩	٢
١٦	الثلاثاء	٩-١٨	١	١٦	الخميس	٩-٢٠	٢
١٧	الأربعاء	٩-١٩	١	١٧	الأحد	٩-٢٣	٢
١٨	الخميس	٩-٢٠	١	١٨	الاثنين	٩-٢٤	٢
١٩	السبت	٩-٢٢	١	١٩	الثلاثاء	٩-٢٥	٢
٢٠	الأحد	٩-٢٣	١	٢٠	الأربعاء	٩-٢٦	١
٢١	الاثنين	٩-٢٤	١	٢١	الخميس	٩-٢٧	٢
٢٢	الثلاثاء	٩-٢٥	١	٢٢	الأحد	٩-٣٠	٢
٢٣	الأربعاء	٩-٢٦	٢				
٢٤	الخميس	٩-٢٧	١				
٢٥	السبت	٩-٢٩	١				
٢٦	الأحد	٩-٣٠	١				
المجموع			٢٨	المجموع			٤٠

أولاً : الكاريكاتير تعريفه وأنواعه :

الرسوم الساخرة (الكاريكاتيري) هي رسوم تتميز بالطرافة ، وبالقدرة على جذب انتباه القارئ ونقل الفكرة إليه ، والتعبير عن وجهات النظر بالرسم ، ويعتمد الرسام هنا على الإيجاز والتبسيط وانتقاء صفة بارزة في الشخصية التي يتحدث عنها لتحقيق هدف مهم ، وتشكل الرسوم الساخرة مكوناً مهماً في صفحة الرأي في الجريدة ، إلى جانب نشرها في صفحات أخرى (٢). وهناك من يعرف الكاريكاتير بأنه « خطوط بسيطة تعبر عن واقع معين بطريقة هزلية مع شيء من المبالغة وتسخر هذه الخطوط من الأوضاع المتردية والممارسات الخاطئة على الصعيدين السياسي والاجتماعي ولا يجد المحرر الصحفي العبارات المناسبة لانتقاد تلك الأوضاع والممارسات كما لا يستطيع معالجتها بواسطة قلمه بالقدر الذي تتيحه ريشة الرسام الساخر حين تعري الواقع وتكشفه للناس بخطوط بسيطة وفي حيز ضيق » (٣). وهذا لا يعني أن الرسم الكاريكاتيري هو فن السخرية من أجل الانتقاد والانتقاد فقط ، وإنما هو فن تصوير الواقع بشيء من البساطة المضحكة المسلية إذ يعطي الكاريكاتير رأياً حول موضوع ما سواء كان سلبياً أو إيجابياً . والكاريكاتير صورة تبالغ في إظهار خريف الملامح الطبيعية أو خصائص وميزات شخص أو جسم ما بهدف النقد الاجتماعي والسياسي (٤) .

إذ حقق الرسوم الكاريكاتيرية هدف مهم وهو أن يفهم القارئ بنظرة خاطفة ما يهدف الرسام إليه في أقصر وقت ممكن وبأقل عدد من الخطوط (٥) . وان الهدف الأساس من الكاريكاتير هو تحميل رسالة يمكن أن تفهم بطريقه مباشرة وسهلة لما يحتويه هذا الفن من أشارات وإيحاءات مبسطة قادرة على تشكيل وعي مسبق عن قضية ما ، إذ إن الهدف من الكاريكاتير في الصحافة يسمو على السخرية والإضحاك فلو كان كذلك فقط لما قبل كبار الملوك والزعماء أن يصبحوا مادة لهذا الفن (٦) .

ويحدد الدكتور عمرو عبد السميع الرسم الكاريكاتيري في خمسة جوانب وهذه الجوانب الخمسة هي (٧):

١. تثبيت بعض الصور الكامنة لدى المتلقي أو العكس .
 ٢. تعديل الاتجاه السلوكي لدى المتلقي .
 ٣. إثارة المتلقي .
 ٤. التنفيس بحيث لا يتكون لدى المتلقي تراكم في تراث الرفض لظاهرة ، سياسية أو اجتماعية .
 ٥. إثارة الرغبة في الضحك أو السخرية (التسلية والترفيه) .
- ينقسم الكاريكاتير إلى عدة أنواع تبعاً للمضمون الذي يعالجه وتتمثل في أربعة أنواع وهي:
١. الكاريكاتير السياسي ٢. الكاريكاتير الاجتماعي ٣. كاريكاتير البورتريه ٤. كاريكاتير الفكاهة (٨)
- بينما قسم د. عمرو عبد السميع الكاريكاتير إلى نوعين هما (٩):
١. الكاريكاتير السياسي: هو ما يتعرض الرسام فيه بالسخرية من عوامل القهر المادي السياسي .
 ٢. الكاريكاتير الإنساني: هو ما ينزع فيه الرسام في حالة عجزه عن مواجهة عوامل القهر المادي إلى السخرية من بني جنسه ، في شتى مجالات النشاط الإنساني الصرفة من رياضة وفنون وغيرها أو إلى السخرية من نفسه أو من عبثية الحياة .

وإلى جانب هذه الأنواع هناك وظائف يؤديها الرسم الكاريكاتيري في الصحافة يعبر عنها من خلال

كل نوع من الأنواع وهذه الوظائف هي (١٠)

١. الوظيفة الخيرية.

٢. الوظيفة التربوية.

٣. الوظيفة المعلوماتية.

٤. الوظيفة الاتصالية.

٥. الوظيفة الترفيهية.

ثانياً : نبذة تعريفية عن بدايات الكاريكاتير في الجرائد العراقية:

مرت الصحافة العراقية منذ نشوؤها عام ١٨٦٩م حتى بؤادر الاستقلال عام ١٩٢١م بأؤوار ثلاثة يتميز كل دور عن الذي يليه بميزات مختلفة ، تجلت فيها اختلافات سياسة الهيئة الحاكمة وأجاهاتها فنعكس الاختلاف على الصحف عامة من حيث أهدافها وسياستها العامة ، والصحافة العراقية مثلت الأؤوار المختلفة التي مرت بها ضمن واقعها السياسي والفكري وهذه الأؤوار هي (١١) :

□ الدور الأول : ويبدأ منذ نشؤ الصحافة عام ١٨٦٩م إلى إعلام الدستور العثماني عام ١٩٠٨م .

□ الدور الثاني : ويبدأ من إعلان الدستور العثماني عام ١٩٠٨م إلى احتلال العراق من قبل القوات البريطانية (البصرة) عام ١٩١٤م .

□ الدور الثالث : ويبدأ ببء الاحتلال البريطاني للعراق عام ١٩١٤م حتى بؤادر الاستقلال عام ١٩٢١م.

ولما تألفت الحكومة الأهلية بانتخاب فيصل ملكاً على العراق عام ١٩٢١م أخذت الصحف تنتشر في طول البلاد وعرضها فانتعشت الصحافة في هذه الفترة وبءت الحاجة ماسة لها لأءاء واجبها القومي (١٢).

ورغم أن العراق عرف الصحافة منذ عام ١٨٦٩م على يد الوالي مءحت باشا بإصدار جريدة (زوراء) ثم تلتها بعء ذلك جريدة الموصل عام ١٨٨٥م ومن ثم جريدة البصرة عام ١٨٩٥م وهي صحف رسمية أصدرها الؤلاة العثمانيون . وبعد إعلان الدستور العثماني عام ١٩٠٨م أيضا صدرت عءء من الصحف وخصوصاً في المءة المحصورة ما بين عامي ١٩٠٨ و ١٩٠٩ وذلك لعءم الاستقرار السياسي في البلاد (١٣) . لكن الفترة الذهبية للصحافة العراقية هي الفترة التي تلت الاحتلال البريطاني للعراق حيث صدرت العءءء من الصحف التي تمثل أوائل الصحف العراقية التي استخدمت الرسوم الكاريكاتيرية وهي (١٤) :

١. جريدة جءا الرومي ١١ صدرت في ١٩ تشرين الأول عام ١٩٢٣م . وقء زين الرسم الكاريكاتيري صفءتها الأولى وأحتل مساحة واسعة من مساحة الجريدة . وامتازت رسوم الصفءة الأولى بكبر مساحتها على الرغم من بءائية الرسم وظهر الرسم الكاريكاتيري في الصفءة الأخيرة من الجريدة أيضا.

٢. جريدة الهزل ١١ صدرت في ٢٤ تشرين الأول عام ١٩٢٤م وبرز الكاريكاتير على صفءتها الأولى.

٣. جريدة بالك ٢٨ صدرت في ٢٨ آب عام ١٩٢٥م رغم استخدامها للكاريكاتير في إعدادها الأولى إلا إنها اهتمت به فيما بعء إذ غالباً ما استخدمت الكاريكاتير بشكل متوافق مع مضمون الافتتاحية.

٤. جريدة الناقد ١١ صدرت ١٣ حزيران ١٩٢٩ م عنيت بالرسم الكاريكاتير في صفحتها الأولى وكانت أغلب معالجتها سياسية .

٥. جريدة حبيبوز ١١ صدرت في ٢٩ أيلول ١٩٣١م وقد خصصت الجريدة صفحتها الأولى للرسم الكاريكاتيري الذي لم يفارق صفحتها طيلة مدة صدورها إلا إعداد قليلة وامتازت بالمعالجة الجريئة للموضوعات مما جعلها تحتل مكانة ورواجاً لدى القراء.

٦. جريدة أبو أحمد ١١ صدرت في ١٩ تشرين الأول ١٩٣٣م وكانت على غرار جريدة حبيبوز إذ جاءت مقلد لها وخصصت الصفحة الأولى لمعالجة مختلف الموضوعات عبر الكاريكاتير .

٧. جريدة الناقد ١١ صدرت في ٦ أيار ١٩٣٦م ورغم أنها لم تحتفل بنشر الصورة الفوتوغرافية إلا إنها اكتفت بنشر الرسم الكاريكاتير في صفحاتها .

ورغم استخدام الرسم الكاريكاتيري في هذه الجرائد المذكورة إلا إنه كان بدائياً في بعضها ، إذ الرسم الكاريكاتيري الكاملة يكون مؤلف من عدة عناصر هي (الخط- الكتلة- الفراغ- اللون- الحركة -المفارقة -المبالغة -الموضوع -المضمون -الهدف -التعليق) ويذكر ضياء حجازي أيضاً إن أول رسم كاريكاتيري عراقي يحتوي كامل العناصر المذكورة ظهر في الصحافة العراقية هو للفنان (عبد الجبار محمود) نشر على الصفحة الأولى للعدد الأول من جريدة حبيبوز التي أصدرها (نوري ثابت) ويمثل الرسم شخص نوري ثابت (حبيبوز) وهو يظهر بملابس الفارس متمطياً طوب أبو خزامة ويحمل قلماً طويلاً بيده .وفوق الرسم تعليق (سيارة حبيبوز الجديدة وقلمه السيلال) وتحت الكاريكاتير حوار من سؤال وجواب (١٥) .

ومنذ ذلك الوقت استمر الرسم الكاريكاتير في الاستخدام في الصحف العراقية على مختلف أنواعها واتجاهاتها السياسية والتحريرية ولكل عصرًا رسمه واخذ الرسم الكاريكاتيري بالتطور مع تطور الفنون التشكيلي وتطور المطابع .

ثالثاً : عوامل نجاح الرسم الكاريكاتيري :

يعتمد نجاح الرسوم الكاريكاتيرية من الناحية الطباعية على مدى العناية بالدرجات اللونية الخاصة بالمستويات الظلية للأشكال إضافة إلى مدى العناية بالإطارات الخاصة بها وذلك لقدرة الأطر على دعم المضامين المتجسدة في هذه الرسوم من خلال فصلها التام عن الوحدات الأخرى في الصفحة . إضافة إلى مدى توافر البياض اللازم لإضاءة هذه الرسوم . مع أهمية العناية بالتعليقات المصاحبة من حيث طريقة إنتاجها وموقعها من الرسم (١٦). ولنجاح الكاريكاتير في العرض والإبراز يجب الانتباه لعاملين هما (١٧):

أ-مقاس الكاريكاتير: ويقصد به نسبة الطول والعرض فليس كل كاريكاتير ستة أو خمسة أعمدة هو كاريكاتير ناجح و إنما يجب النظر إلى نسب البياض والسواد وطريقة كتابة التعليق .

ب-طريقة وضع الكاريكاتير : الكاريكاتير دائماً في حاجة إلى إطار يحدده . حتى لا يختلط ببقية الموضوعات في الصفحة وليس اختيار نوع الإطار الذي يجذب انتباه القارئ ويصرفه عن النظر عن الكاريكاتير .

وكذلك هناك أنساق إدراكية للكاريكاتير يجب مراعاتها لنجاح الرسم الكاريكاتيري هما (١٨) :

أ-نسق غير لغوي : ويمثله الجانب الصوري في الرسم بكل أجزائه و إبعاده .

ب-نسق لغوي : ويقصد به الحوار والتعليق اللغوي المرافق للنسق الأول .

الإطار العملي

أولاً : عرض الجداول وتفسيرها:

جدول ٢ يوضح موضوعات الكاريكاتير في الجرائد عينة الدراسة

الترتبة	النسبة	التكرار	الموضوعات	الترتبة	النسبة	التكرار	الموضوعات
١	٣٧,٥	١٥	السياسية	١	٣٢,١٤	٩	السياسية
٢	٣٠	١٢	الاجتماعية	١	٣٢,١٤	٩	الاجتماعية
٣	٢٢,٥	٩	الاقتصادية	٢	١٧,٨٥	٥	الثقافية
٤	٧,٥	٣	الثقافية	٣	١٤,٢٨	٤	الأمنية
٥	٢,٥	١	الأمنية	٤	٣,٥٧	١	الاقتصادية
	٪١٠٠	٤٠	المجموع		٪١٠٠	٢٨	المجموع

يتبين من خلال تحليل الرسوم الكاريكاتيرية التي يوضحها الجدول رقم (٢) أعلاه أن الموضوعات السياسية هي التي حظيت باهتمام الجرائد عينة البحث ثم تلتها الموضوعات الاجتماعية وثم الاقتصادية والثقافية ومن ثم الأمنية هذا في عموم عينة البحث . أما في جريدة الصباح فأُن الموضوعات السياسية والاجتماعية حظيت باهتمام متساوي بنسبة (٣٢,١٤٪) وتلتها الموضوعات الثقافية (١٧,٨٥٪) والموضوعات الأمنية بنسبة (١٤,٢٨٪) والاقتصادية (٣,٥٧٪) في المرتبة الأخيرة . وتختلف اهتمامات جريدة المستقبل العراقي بالموضوعات المتناولة في الرسوم الكاريكاتيرية . حيث أخذت الموضوعات السياسية أعلى نسبة من الاهتمام تقدر بـ(٣٧,٥٪) تليها الموضوعات الاجتماعية بنسبة (٣٠٪) ومن ثم الموضوعات الاقتصادية (٢٢,٥٪) والثقافية بنسبة (٧,٥٪) . وجاء الاهتمام بالموضوعات الأمنية في المرتبة الأخيرة بنسبة (٢,٥٪) .

جدول رقم ٣ يوضح الصفحات التي ينشر فيها الكاريكاتير في الجرائد عينة الدراسة

الصفحة الأولى	جريدة الصباح				جريدة المستقبل العراقي	
	موقع الكاريكاتير في الصفحة		التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
	أعلى الصفحة		—	—	—	—
	وسط الصفحة		—	—	—	—
الصفحة الثانية	أسفل الصفحة		—	—	—	—
	أعلى الصفحة		—	—	٢١	٥٢,٥
	وسط الصفحة		—	—	—	—
	أسفل الصفحة		—	—	—	—
الصفحات الداخلية	أعلى الصفحة		٢٦	٩٢,٨	—	—
	الداخلية		—	—	—	—
	أسفل الصفحة		٢	٧,١٤	—	—
	أعلى الصفحة		—	—	١٩	٤٧,٥
الصفحة الأخيرة	وسط الصفحة		—	—	—	—
	أسفل الصفحة		—	—	—	—
	المجموع		٢٨	٪١٠٠	٤٠	٪١٠٠

توضح نتائج الجدول أعلاه رقم (٣) تفاوت الجرائد عينة الدراسة في موضع عرض الرسوم الكاريكاتير من حيث الصفحات فنجد أن جريدة الصباح تعرض الرسم الكاريكاتيري أعلى الصفحات الداخلية بنسبة (٩٢,٨)٪ ، وأسفل الصفحة بنسبة (٧,١٤)٪ ، والصفحات التي يظهر فوقها الرسم الكاريكاتيري هي في غالبيتها صفحات الرأي والثقافة في جريدة الصباح. أما جريدة المستقبل العراقي يلاحظ أن (٥٢,٥)٪ نشرت في الصفحة الثانية وهي صفحة سياسية إخبارية ، وعرض الكاريكاتير في الصفحة الأخيرة من الجريدة وهي صفحة متنوعة بنسبة (٤٧,٥)٪ وفي كلتا الصفحتين يوضع الكاريكاتير في الأعلى .

جدول رقم ٤ يوضح موقف الكاريكاتير من الموضوعات المتداولة

موقف الجرائد من الموضوعات التي تبنتها	جريدة الصباح			جريدة المستقبل العراقي	
	التكرار	النسبة	المرتبة	التكرار	النسبة
موقف سلبي	٢٢	٧٨,٥٧	١	٣٤	٨٥
موقف ايجابي	٣	١٠,٧١	٢	٢	٥
موقف محايد	٣	١٠,٧١	٢	٤	١٠
المجموع	٢٨	٪١٠٠		٤٠	٪١٠٠

يعكس الجدول رقم (٤) موقف فن الكاريكاتير من الموضوعات المطروقة في الجرائد عينة البحث إذ

يلاحظ أن الرسوم التي تبنت موقفاً سلبياً أو معارضاً للموضوعات المطروحة في الجرائد هي النسبة الأعلى في عموم عينة البحث ومن ثم يليها الموقف المحايد والايجابي . ونرى في الجدول أن جريدة المستقبل العراقي تبنت الموقف السلبي بنسبة (٨٥٪) ، وثم الموقف المحايد بنسبة (١٠٪) والموقف الايجابي بنسبة (٥٪) . في حين جريدة الصباح تختلف عنها كما هو مبين في الجدول إذ جاء تبنيه للموقف السلبي بالمرتبة الأولى ، وقد اشترك الموقفين الايجابي والمحايد بالمرتبة الثانية .

جدول رقم (٥) يبين المعالجة اللونية للرسوم الكاريكاتيري في الجرائد عينة البحث

المعالجة اللونية	جريدة الصباح		جريدة المستقبل العراقي	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
ملون	١٨	٦٤,٢٨	١٩	٤٧,٥
أسود و ابيض	١٠	٣٢,٧١	٢١	٥٢,٥
المجموع	٢٨	١٠٠٪	٤٠	١٠٠٪

يعكس الجدول رقم ٥ أن عموم عينة البحث تميل إلى استخدام الرسوم الكاريكاتيرية الملونة وذلك لأن لكل لون دلالة الخاصة واستخدام اللون يعكس مدى اهتمام الجريدة بالموضوعات المطروحة والرسوم الموضح لها . وعند عقد مقارنة بين الجرائد عينة البحث نجد أن جريدة الصباح تهتم بالرسوم الكاريكاتيرية الملونة بنسبة (٦٤,٢٨٪) إذ جاءت بالمرتبة الأولى ، في حين اهتمت جريدة المستقبل العراقي بالرسوم ذات الخطوط غير الملونة (الأسود والأبيض) بنسبة (٥٢,٥٪) في المرتبة الأولى .

جدول رقم (٦) يوضح أسلوب عرض الرسوم الكاريكاتيرية في الجرائد عينة البحث

أسلوب العرض المستخدم	جريدة الصباح			جريدة المستقبل العراقي		
	التكرار	النسبة	المرتبة	التكرار	النسبة	المرتبة
الأسلوب الصامت	١٥	٥٣,٥٧	١	١٠	٢٥	٢
الأسلوب الحوارى	٦	٢١,٤٢	٣	١٠	٢٥	٢
أسلوب التعليق	٧	٢٥	٢	٢٠	٥٠	١
المجموع	٢٨	١٠٠٪		٤٠	١٠٠٪	

أن قراءة البيانات المبينة في الجدول رقم ٦ توضح مدى اهتمام الجرائد عينة البحث بأساليب عرض معينة دون غيره إذ يتضح أن (أسلوب التعليق) الأكثر توظيفاً من بين الأساليب الأخرى . ومن ثم يأتي الأسلوب الصامت ويتبعه الأسلوب الحوارى . في تتباين الجرائد فيما بينه بتوظيف أسلوباً ما أكثر من غيره ففي جريدة الصباح الأسلوب الصامت هو الأكثر استخداماً بنسبة (٥٣,٥٧٪) ، وأسلوب التعليق يأتي بالمرتبة الثانية ومن ثم يليه الأسلوب الحوارى في المرتبة الأخيرة بنسبة (٢١,٤٢٪) . في حين جريدة المستقبل العراقي فأن أسلوب التعليق هو الأكثر توظيفاً من بين الأساليب المذكورة إذ جاء بنسبة (٥٠٪) ، ومن ثم يأتي الأسلوبين (الصامت والحوارى) بنسبة متساوية (٢٥٪) .

ثانياً : النتائج :

- وفيما يأتي استعراض لأبرز النتائج التي توصل لها البحث :
١. أولت الجرائد عينة البحث اهتماماً بالرسوم الكاريكاتيرية إذ نشرت جريدة الصباح (٢٨) رسماً كاريكاتيرياً من مجموع (٢٦) عدداً صادر طوال مدة البحث . وجريدة المستقبل العراقي نشرت (٤٠) رسماً من مجموع (٢٢) عدداً صادر من الجريدة طوال مدة البحث .
 ٢. جاءت الرسوم الكاريكاتيرية التي عالجت الموضوعات السياسية بنسبة عالية مقارنة بالموضوعات الأخرى بنسبة (٣٥,٢٩٪) من مجموع (٦٨) رسماً كاريكاتيرياً . تأتي بعدها الموضوعات الاجتماعية بنسبة (٣٠,٨٨٪) ومن ثم الاقتصادية بنسبة (١٤,٧٠٪) ، والثقافية بنسبة (١١,٧٦٪) ومن ثم الأمنية بنسبة (٧,٣٥٪) . وذلك يعود لكثرة الأزمات و الأحداث السياسية .
 ٣. تباين الجرائد عينة البحث فيما بينها في معالجتها للموضوعات إذ جاءت الموضوعات السياسية والاجتماعية في جريدة الصباح بمرتبة واحدة (الأولى) تليها الثقافية بالمرتبة (الثانية) والأمنية في المرتبة (الثالثة) والاقتصادية بالمرتبة (الرابعة) ، في حين أن جريدة المستقبل العراقي احتلت الموضوعات السياسية المرتبة (الأولى) و جاءت الاجتماعية بالمرتبة (الثانية) والاقتصادية بالمرتبة (الثالثة) والثقافية بالمرتبة (الرابعة) والأمنية بالمرتبة (الخامسة) وهذا يشير إلى اهتمام الصحف بالجانب السياسي والاجتماعي أكثر من الجوانب الأخرى وذلك لتأثر أحدهما بالآخر .
 ٤. بينت نتائج الجدول رقم ٣ عدم اتفاق الجرائد عينة البحث في الصفحات التي تنشر فيها الرسوم الكاريكاتيرية إذ تباينت ما بين الصفحات الداخلية والصفحة الثانية والأخيرة مع اتفاقها في موقع الرسوم من الصفحة إذ جاءت الرسوم في أعلى الصفحة بنسبة (٩٧,٠٥٪) في عينة البحث ؛ وذلك يعود لقيم معين تخص جريدة ما عن الأخرى. ولغرض تمييز الواحدة عن الثانية ودليل ذلك ميل جريدة الصباح إلى نشر الرسوم الكاريكاتيرية في صفحات الرأي إذ تعبر عن رأي معين. في حين تميل جريدة المستقبل إلى نشر الرسوم الكاريكاتيرية في الصفحة الثانية (السياسية) والصفحة الأخيرة (المنوعة).
 ٥. احتلت الرسوم الكاريكاتيرية التي اتخذت موقفاً سلبياً من الموضوعات التي ناقشتها الرسوم الكاريكاتيرية في الجرائد عينة البحث أعلى نسبة بواقع (٨٢,٣٥٪) ؛ وذلك لتناولها موضوعات تمثل مشاكل وأزمات متداولة في الشارع العام .
 ٦. تبين النتائج أن الجرائد عينة البحث استخدمت الألوان بالرسوم الكاريكاتيرية بنسبة (٥٤,٤١٪) واستخدمت الرسوم غير الملونة بنسبة (٤٥,٥٨٪) . ويلاحظ من بيانات الجدول رقم ٥ أن جريدة الصباح تميل إلى استخدام الرسوم الكاريكاتيرية الملونة بنسبة (٦٤,٢٨٪) من مجموع ٢٨ رسماً كاريكاتيرياً . في حين تميل جريدة المستقبل العراقي إلى الرسوم الكاريكاتيرية غير الملونة بنسبة (٥٢,٢٥٪) من مجموع ٤٠ رسماً كاريكاتيرياً . وهذا يعود إلى نوع الصفحة المنشورة فيها الرسم إن كانت ملونة نشر رسم ملون وأن كانت غير ملونه نشر فيها رسوم غير ملون.
 ٧. جاءت نتائج أسلوب عرض الرسوم الكاريكاتيرية في عينة البحث بما يأتي : احتل أسلوب التعليق أعلى نسبة بواقع (٣٩,٧٠٪) من المجموع الكلي للرسوم الكاريكاتيرية البالغ ٦٨ رسماً . ويليه الأسلوب الصامت بنسبة (٣٦,٧٦٪) ومن ثم الأسلوب الحوار بنسبة (٢٣,٥٢٪) . في حين تباينت النتائج بين جريدة الصباح وجريدة المستقبل العراقي إذ احتل الأسلوب الصامت المرتبة

الأولى في جريدة الصباح بنسبة (٥٣,٥٧٪) ، يليه أسلوب التعليق ومن ثم الأسلوب الحواري . وجاء أسلوب التعليق بالمرتبة الأولى بنسبة (٥٠٪) في جريدة المستقبل العراقي يليه بالتساوي الأسلوبين الصامت والحواري بالمرتبة الثانية بنسبة (٢٥٪) لكل واحد منهما .

ثالثاً : التوصيات :

١. تعزيز الجرائد بالرسوم الكاريكاتيرية ذات المعاني والدلالات التي تعبر عن معاني وقيم اجتماعية.
٢. دعم الأكاديميات الصحفية والإعلامية طلبتها من ذوي الميول الفنية (الرسم) وصقل مواهبهم عبر تدريسهم (فن الرسم) بأسلوب فني صحفي . بحيث يكونوا مؤهلين أكاديمياً وعملياً في تقديم الرسوم الكاريكاتيرية .
٣. استخدام التقنيات البرمجية الحديثة (برامج الكرافك) في الرسوم الكاريكاتيرية لمواكبة التطور التقني .

Abstract:

Drawing caricature is a communication process, and addresses the artist Read Fine art language depends on the line and color as a basis to express the reality has its own advantages and disadvantages. And caricature art and style journalist based on creativity and innovation, and he needs to prepare innate talent and at the same time become an art form that has evolved and become note of the rule-based and scientific basis.

The importance of this expanded art journalist to the extent that it became caricature knocking on all aspects of life. Search and care to highlight the position of Drawing in the study sample newspapers through the analysis of the division of search categories into two categories what was said? And how it was said? The results showed that the sample newspapers interested in monitoring defects and errors in a manner (negative) sarcastic critic.

والهوامش

- *الدور كلمة مستعارة من المسرح، والدور شيء مستقل عن الفرد الذي يقوم بهذا الدور. فالفرد بشر، أما الدور فهو سيناريو يحدد السلوك أو يعبر عن الأفعال ويحدد الأقوال. حامد عبد السلام زهران، علم النفس الاجتماعي، ط ٥، (القاهرة، عالم الكتب، دار إلهنا للطباعة، ١٩٨٤)، ص ١١٩.
- ** (الموقف) هو متغير، ويُعرّف (المتغير) بأنه: ((عبارة عن موقف أو مشكلة أو ظاهرة أو سلوك، مشاهد أو ملاحظ، يمكن أن توصف بأنها ذات بُعد أو قيمة، لها إبعادها المادية أو الاعتبارية)) د. إبراهيم عبد الخالق رعوف: التصاميم التجريبية في الدراسات النفسية والتربوية، دار عمار للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة الأولى، ٢٠٠١، ص ١٦٣.
- (١) حميد جاعد، أساسيات البحث المنهجي، ج ١، (بغداد، شركة الحضارة للطباعة والنشر، ٢٠٠١) ص ٣٤.
- (٢) محمود علم الدين، أساسيات الصحافة في القرن الحادي والعشرين ط ٢، (القاهرة، دن، ٢٠٠٩)، ص ١٩٣.
- (٣) عبد العزيز سيد الصوبعي، الإخراج الصحفي والتصميم، (بيروت دار الملتقى للطباعة والنشر، ١٩٩٨) ص ٣٠٣.
- (٤) مقالة عن الكاريكاتير في الموسوعة الحرة ويكيبيديا تاريخ الاسترجاع ٢٠١٢/١٨/١٧.
- (٥) زكريا فكري، الإخراج الصحفي، (مصر - دار المعرفة الجامعية، ٢٠٠٦)، ص ٦٧.
- (٦) علي منعم القضاة، فن الكاريكاتير في الصحافة البحرينية اليومية، بحث منشور في مجلة الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية العدد (٨) ٢٠١٢، جامعة الدمام المملكة العربية السعودية، ص ١٥٤.
- (٧) فاروق أبو زيد وليلى عبد المجيد، فن التحرير الصحفي، (القاهرة، دن، ٢٠٠٠)، ص ٢٥٦-٢٥٧.
- (٨) علي منعم القضاة، م.س، ص ١٥٤.
- (٩) فاروق أبو زيد وليلى عبد المجيد، م.س، ص ٢٥٨.
- (١٠) علي منعم قضاة، م.س، ص ١٥٦.
- (١١) منير بكر التكريتي، الصحافة العراقية وأجالاتها السياسية والاجتماعية والثقافية من ١٨٦٩ - ١٩٢١، (بغداد - مطبعة الإرشاد - ١٩٦٩)، ص ٥٣-٥٤.
- (١٢) نفس المصدر، ص ٧١.
- (١٣) نفس المصدر، ص ٤٦-٤٧.
- (١٤) حمدان خضر السالم، صحافة السخرية والفكاهة في العراق ١٩٠٩ م - ١٩٣٩ م، (بغداد - دار الشؤون الثقافية العامة، ٢٠١٠)، ص (٥٠-٥١-٥٢-٥٣-٥٤-٥٥-٥٦-٥٧-٥٨-٥٩-٦٠).
- (١٥) ضياء حجازي، الكاريكاتير في الصحافة العراقية، مقالة منشورة بتاريخ ٢٠١٠/١٩/٢٢ على الموقع <http://i3aq.yoo7.com/topic-com%t578> تاريخ الاسترجاع ٢٠١٢/١١/١٧.
- (١٦) غسان عبد الوهاب الحسن إيديولوجيا الإخراج الصحفي، (عمان، دار أسامة، ٢٠١٢)، ص ١١١.
- (١٧) محمد منير حجاب، مدخل إلى الصحافة، (القاهرة، دار الفجر، ٢٠١٠)، ص ٤١٠.
- (١٨) محمد منير حجاب، م.س، ص ٤١١.

مشكلات السياسة الاتصالية في العراق بعد أحداث ٢٠٠٣\٤\٩ الصحافة الورقية أمودجاً

د. محمد عبود مهدي
جامعة بغداد - كلية الاعلام

مستخلص

تؤثر السياسات الاتصالية المتبعة في مختلف بلدان العالم سلباً أو إيجاباً في أركان العملية الاتصالية الجماهيرية الأساسية المعروفة، (مرسل، رسالة، وسيلة، جمهور، رجع الصدى). ويأتي هذا التأثير في حقيقة أن السياسة الاتصالية في أي بلد ليس إلا نتاجاً واقعياً للأنظمة العقائدية والفكرية والاجتماعية والسياسية والاقتصادية في ذلك البلد .

كما ان السياسة الاتصالية تتوقف أيضاً على الفلسفة التي تسير المجتمع فمثلاً المجتمعات الديمقراطية هي أكثر المجتمعات انفتاحاً على حرية الأفراد وحرية المؤسسات الإعلامية. والحق في الوصول إلى المعلومات، ولكنها ليست مطلقة فإن الحكومات الغربية تمارس أحياناً الرقابة وتمنع كتباً من النشر وتحول دون مشاركة الصحفيين في تغطية بعض الأحداث، وتراقب الرسائل الإعلامية وتحظر على المراسلين التحرك بحرية أو بنقل الصورة كما يرونها .

أما السياسة الاتصالية في العالم الشيوعي فان الصحفي يعمل وفق اشتراطات إيديولوجية تميزه عن العالم الرأسمالي الأمر الذي أوقعه في إشكالية مفادها ان الرسالة الاتصالية فيها الكثير من الجمود واللهجة الإيعازية الواعظة والمتسلطة مما أبعداها عن التأثير في الجمهور وباستخدام مختلف المطبوعات الاجتماعية والثقافية والسياسية، هذا إذا ما علمنا ان التأثير بالجمهور لا يحصل بقوة الأوامر والتوجيهات بل بقوة الهيبة والاحترام .

أما في الدول العالم الثالث فان مشكلاته الاتصالية كثيرة تقف في مقدمتها الافتقار الدائم لعنصر الكفاءة في الإعداد وتدريب وتعليم الصحفيين والموارد الضئيلة في الاتصال لتلك الدول . فضلاً عن كونها تعد من الدول المستهلكة لأغلب الرسائل الاتصالية المتدفقة بشكل سريع ومذهل من دول العالم الرأسمالي، مما انعكس سلباً على أداء الصحفيين في ممارسة أعمالهم بشكل منظم وتبنيها للخطاب الإعلامي الغربي.

أما مشكلات السياسة الاتصالية في العراق فتقف في مقدمتها الإرباك الذي حصل في عمليات الاتصال الصحفي بعد الاحتلال عام ٢٠٠٣ وتحول سياسة الاتصال من المركزية في الاتصال الجماهيري قبل الاحتلال الذي يشبه إلى حد ما النظام في العالم الشيوعي إلى نظام الاتصال الحر الذي يشبه النظام المتبع في دول العالم الرأسمالي مما أطلق العنان لأصحاب رؤوس الأموال من إصدار العشرات من الصحف من غير ضوابط أو حتى الالتزام بأخلاقيات المهنة الصحفية، مما انعكست آثارها السلبية على شكل ومضمون الرسالة الاتصالية فضلاً عن دخول الطارئ على

المهنة وغياب رؤية سياسية واضحة لممارستها.

الإطار المنهجي للبحث

أولاً: مشكلة البحث وتساؤلاته

تشكل السياسة الاتصالية في أي نظام إعلامي في العالم دعامة أساسية لتوجهاته للعمل بها. وفي العراق فان السياسة الاتصالية عانت الكثير من المشكلات لاسيما بعد الاحتلال عام ٢٠٠٣. والفوضى التي عاشها العراق بسببه. ولم تكن الأحوال السياسية الاتصالية السائدة قبل هذا التاريخ بأحسن منها. إذ لا يخلو أي نظام اتصالي في العالم من مشكلات لاسيما دول العالم الثالث الذي ينتمي العراق إليه. وبغية الوصول إلى حقائق علمية رصينة للبحث. فقد وضع الباحث لمشكلة البحث التساؤل التالي: ما هي الإشكاليات السائدة في السياسة الاتصالية للصحافة العراقية. وما سبل معالجتها؟

ثانياً: أهمية البحث

يعد التطرق لمشكلات السياسة الاتصالية في الصحافة العراقية لاسيما في الوقت الحاضر من الأهمية بمكان بسبب اختلاف النظام الاتصالي المتبع بعد عام ٢٠٠٣ وتحول الإعلام العراقي إلى نظام الإعلام الحر. وما سبب هذا الاختلاف الذي لم يألفه من قبل إلى إرباك العملية الاتصالية وظهور أكثر من ٢٠٠ صحيفة ومجلة من غير ضوابط سياسية ولا اعتماد أسس ومعايير صحفية معتمدة وأخلاقيات متعارف عليها.

ثالثاً: منهج البحث

لغرض إجراء هذا البحث استخدام المنهج الوصفي لأنه يساعد في دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة ظاهرة أو موقف أو مجموعة من الناس أو مجموعة من الأوضاع وهذا ما يتفق مع طبيعة البحث الحالي.

المبحث الأول : مفهوم ومجالات تطبيق السياسة الاتصالية

أ- مفهوم السياسة الاتصالية

لأجل الوصول إلى تعريف واضح للسياسة الإعلامية أو (الاتصالية) لابد من توضيح ذلك التطابق الضمني لمفهومي الإعلام والاتصال لكونهما أكثر المصطلحات ذكراً في المصادر الإعلامية ووسائل الإعلام المختلفة. والذي يتبين من خلال التعاريف التي وضعت لكل منهما. إذ يعرف بعض المتخصصين الإعلام بأنه: نشر المعلومات السليمة والدقيقة. بحيث تؤثر في الناس تأثيراً واعياً الهدف منه التنوير وتعريف الجماهير بالحقائق الواجبة لخدمة الحقيقة والمجتمع والأفراد. ويرى آخرون الاتصال بأنه: فن نقل المعلومات والأفكار والاتجاهات من طرف إلى آخر من خلال عملية اجتماعية معقدة. تنطوي على عملية تفاعل حيث تعتمد اعتماداً كاملاً على الاتصال الذي لا يحصل أي تفاعل اجتماعي بدونه. أي لا يحصل تأثير متبادل في السلوك من خلال الكلام والإشارات. باعتبار أن موقف التفاعل الاجتماعي يتضمن ذات تنظيم نفسي واجتماعي هي الأفراد والجماعات. وعمليات معرفية متعددة كالإحساس والإدراك والتفكير. وما يترتب على هذه العمليات من تغيرات في سلوك الفرد أو الجماعة .

إذن، نستنتج من هذين التعريفين أن هناك تطابقاً ضمنياً بين مفهومي الإعلام والاتصال يتضح من كون الإعلام نشاطاً اتصالياً تنسحب عليه كافة مقومات النشاط الاتصالي ومكوناته الأساسية وهي مصدر المعلومات والرسائل الإعلامية والوسائل الإعلامية التي تنقل هذه الرسائل إلى جمهور المتلقين والمستقبلين للمادة الإعلامية، وترجع الأثر الإعلامي .

وانطلاقاً من هذا التطابق، فقد وضع الباحثون تعاريف عدة للسياسة الإعلامية ((الاتصالية)) التي تعرف بأنها: مجموع المبادئ والمعايير التي تحكم نشاط الدولة تجاه عمليات تنظيم وإدارة ورقابة وتقييم ومواءمة نظم وأشكال الاتصال المختلفة، على الأخص منها وسائل الاتصال الجماهيري والأجهزة الرئيسية للمعلومات من أجل تحقيق أفضل النتائج الاجتماعية الممكنة، في إطار النموذج السياسي والاجتماعي الذي تأخذ به الدولة .

ويعرفها آخرون بأنها : الممارسات الواعية والمدروسة، والسلوكيات الاتصالية في مجتمع ما والتي تهدف إلى تلبية الاحتياجات الاتصالية الفعلية من خلال الاستخدام الأمثل للإمكانيات أو المصادر البشرية والطبيعية في المجتمع .

من هذا نستنتج أن السياسة الاتصالية تنبع من طبيعة الحقائق الاجتماعية والاقتصادية والثقافية والسياسية الخاصة بها ولا يمكن إدراكها إلا من خلال معرفة السياق العام لهذه الحقائق والبيئة التي تحيط بها.

ويؤكد المتخصصون بحقل السياسة والإعلام وجود مؤثرات لظهور السياسة الاتصالية تحدد دورها في المجتمع وتبني على أساسها فلسفتها الخاصة بها. ومن هذه المؤثرات طبيعة النظام السياسي وعلاقة الفرد بالدولة وطبيعة المعرفة ونظام العقيدة فيه .

وتتفاوت المجتمعات في العالم بدرجة اكتساب المعرفة ومقدار التطور الحاصل في شتى ميادين الحياة الأمر الذي ينعكس على مدى وضوح الرؤية للسياسة الاتصالية المتبعة من دولة لأخرى وقد يكون مقدار التطور مقياساً لذلك، ولا يعني بالضرورة أن تكون... السياسة الاتصالية معلنة أو مكتوبة في وثيقة ما، بل أن القليل من مكونات هذه السياسة هو الذي يدون. وطبيعي أن عدم وجود هذه ((الوثيقة)) لا يعني عدم وجود سياسة اتصال، ولكنه يعني أن الصورة غامضة غير واضحة المعالم، وهو ما ينبغي أن تبذل الجهود لتفاديه .

ويركز الباحثون على اعتبارات عدة موجهة وضابطة للنظام الاتصالي وما يحتويه هذا النظام من مكونات مختلفة، لأن السياسات الاتصالية تتناول النظام الاتصالي كله بمكوناته وهياكله ووظائفه وجوهره ومضمونه إلى جانب مجموعة من الاعتبارات المتنوعة الضابطة والموجهة للنظام مثل الاعتبارات السياسية والتشريعية والاجتماعية والأخلاقية والتقنية والاقتصادية والإدارية والقانونية والبحثية... الخ .

بعد أن أوضحنا التطابق بين مفهومي الإعلام والاتصال وذكرنا ما تعنيه السياسة الإعلامية ((الاتصالية)) من خلال تعاريف عدة فأئنا نجد من الضروري أن نستخلص أهم الملامح المشتركة فيما بينها وهي:

١-ارتباط الإعلام بالسياسة ارتباطاً وثيقاً.

٢-تولي الحكومات أهمية كبيرة للإعلام بعدد الوجه الآخر للسياسة.

٣- تنبع السياسة الإعلامية من طبيعة الحقائق الاجتماعية والاقتصادية والثقافية والسياسية الخاصة بها.

إذن خلاصة السياسة الإعلامية ((الاتصالية)) تكمن في أنها مجموعة من المبادئ والمعايير التي تحكم نشاط الدولة من أجل تحقيق أفضل النتائج الاجتماعية الممكنة في إطار النموذج السياسي والاجتماعي الذي تأخذ به الدولة.

ب: مجالات تطبيق السياسة الاتصالية

يمكن ملاحظة تطبيقات السياسة الاتصالية بشكل واضح على المهنة الصحفية والمؤسسة الصحفية والمضمون. بشكل عام وفقاً لطبيعة واختلاف الأساليب المنظمة لحق مزاولة العمل الصحفي في النظم الاتصالية والإعلامية المختلفة وتبعاً لاختلاف الأيديولوجيات .

إن اختلاف الأنظمة في العالم يحتم على الإعلام والقائمين عليه إتباع النظام الذي تسير عليه الدولة، فهناك النظام الليبرالي الذي يسمح بموجبه إطلاق حق العمل الصحفي للمواطنين جميعاً، ولا يعني إطلاق مثل هذا الحق الابتعاد عن احترام دستور الدولة والمس بالحياة الشخصية للأفراد بحجة منح الحرية إلى أقصاها بل أن المؤسسات الصحفية تلزم العاملين فيها بشروط العمل الذي يعد أحد أبواب السياسة الإعلامية الداخلية للمؤسسة. وما يعزز ما ذهبنا إليه هو لجوء (لجنة شكاوى الصحافة في بريطانيا) * إلى إصدار ميثاق ومبادئ الممارسة الصحفية الصادر بمناسبة الضجة حول حرية الصحافة وحرمة الحياة الخاصة بعد مقتل الأميرة ديانا والتي اتهمت الصحافة البريطانية من جرائمها بانتهاك حرمة الحياة الخاصة ونشر الفضائح.

ومن جانب آخر فأن هناك أنظمة تنحو منحاً اشتراكياً وتتبع المركزية في إدارة نظام الاتصال والإعلام فيه بحيث تشترط على من يريد ممارسة العمل الصحفي الحصول على ترخيص مسبق من الحكومة. كما أن هناك أنظمة أخرى تأخذ بأسلوب القيد المسبق لدى الأجهزة الحكومية قبل مزاولة العمل الصحفي كما في دولة الإمارات العربية المتحدة .

وفي ضوء ذلك يمكن ملاحظة انعكاسات السياسة الاتصالية في التصنيف الذي وضع من خلال أربعة نظريات ما تزال تحكم المسيرة الإعلامية بشكل عام. وهي:

أولاً: النظرية السلطوية

تعتقد هذه النظرية أن الحقيقة ليست نتاج الجماهير لكنها نتاج قلة حكيمة من البشر الذين هم في مركز يؤهلهم لإرشاد وتوجيه أتباعهم. وإن الحقيقة تتمركز قريباً من مصدر القوة - السلطة وإن الصحافة تؤدي وظيفتها من القمة إلى القاعدة. وتستخدم الصحافة لإعلام الشعب بأفكار الحكام التي يعرفوها ويساندوها.

والصحافة بحسب هذه النظرية مجبرة على مساندة أو تأييد السياسة الملكية مع احتفاظ مصدر السلطة بحقه في التشريع وتغيير السياسة وحق الترخيص والرقابة.

ثانياً: النظرية الشيوعية - الشمولية

الدولة بموجب هذه النظرية تمتلك وسائل الإعلام وتسيطر عليها من خلال الموارد. وينحصر دورها من خلال دعم الدولة لها وذلك بالمساعدة في تحقيق أهدافها. وهذه النظرية تركز على جانبين مهمين هما:

١- الدور الإيجابي لوسائل الإعلام في التحريض على إنجازات الثورة العالمية وتوظيفها لتحقيق أهدافها ودعم سياستها.

٢- احتكار الدولة لكل السبل للوصول إلى الجماهير.

ثالثاً: النظرية الليبرالية

ظهرت هذه النظرية في القرن السادس عشر وتطورت في القرن الثامن عشر عندما وجدت المبادئ التحررية طريقها داخل إطار دستور الدولة.. وتقوم النظرية الليبرالية لوسائل الإعلام على أساسيات الفلسفة الليبرالية التي ترى أن الإنسان حيوان عاقل وكائن مفكر باستطاعته تنظيم الحياة من حوله . وقد طرحت هذه النظرية شعارين هما:

١- عملية التصحيح الذاتي ٢- السوق الحر للأفكار

أي إطلاق مبدأ الحرية الذي يكفل للإنسان حرية التفكير وحرية الاختيار وإنها تطرح ملكية وسائل الإعلام بعدّها مشروعات خاصة يتنافس الأفراد في إطار السوق الحر للأفكار وكذلك الاقتصاد.. ومن عيوب هذه النظرية فشلها بتزويد معايير ثابتة تحكم سير الإعلام يوماً بيوم مما يوفر التمييز بين الحرية والإساءة في استخدام الحرية. كما أنها غامضة وغير متماسكة . رابعاً: نظرية المسؤولية الاجتماعية

تعتقد هذه النظرية التي ظهرت في القرن العشرين أن الصحافة لها الحق في انتقاد الحكومة والمؤسسات. ولكن عليها أيضاً مسؤوليات أساسية معينة للحفاظ على استقرار المجتمع. تقع في ست وظائف هي:

١- خدمة النظام السياسي بتوفير المعلومات والمناقشات والمناظرات عن المسائل العامة.

٢- تنوير الجمهور كي يستطيع أن يحكم نفسه.

٣- حراسة حقوق الأفراد وذلك بأن تعمل وسائل الاتصال كرقيب عمومي على الحكومة.

٤- خدمة النظام الاقتصادي عن طريق الإعلانات.

٥- توفير الترفية.

٦- المحافظة تمويلاً على اكتفائها الذاتي وذلك كي تتحرر من ضغوط المصالح الخاصة.

وتسعى نظرية المسؤولية الاجتماعية إلى الاحتفاظ بمبدأ الحرية الصحفية وربط الصحافة بقضايا المجتمع من خلال إلزام الصحفيين بمسؤوليات أخلاقية تجاه المجتمع عن طريق موثيق شرف تكفل التعبير الصادق عن الآراء. ونقل الأنباء والمعلومات ونشرها بموضوعية وبدون خريف واتخاذها إجراءات لمنع التركيز والاحتكار في مجال الصحافة لضمان استمرار الصحافة في التعبير عن وجهات النظر المتباينة .

إن الأركان الرئيسة التي تتضح بموجبها تطبيقات السياسة الاتصالية هي:

أولاً: المهنة

أ- التنظيمات المهنية:

تعد التنظيمات المهنية الجهة المعنية أساساً بتنظيم حقوق القائمين بالاتصال وحمايتهم. لأن هذه التنظيمات في مجالات الاتصال والإعلام هي أحد الأجهزة المشاركة في وضع السياسات الاتصالية في جوانبها المهنية والعملية وتحدد التزاماتهم المهنية ومسؤولياتهم وواجباتهم حيال

المهنة وحيال المجتمع. ووضع قيمها ومواثيق الشرف المهنية ومراقبة تطبيقها. إلى جانب الإشراف على الممارسة المهنية نفسها ويتباين شكل هذه التنظيمات المهنية وطبيعتها. تبعاً للأيدولوجية القائمة التي تسمح بـ/أو تقوم هي بإنشاء التنظيم المهني.

ففي الدول الليبرالية يشترك أصحاب الصحف والقائمون بالاتصال على أساس تعاوني في تنظيم الممارسة المهنية في إطار نقابي. وفي الدول الاشتراكية تضطلع هذه التنظيمات المهنية بمهام ومسؤوليات مكثفة. فقد تتولى هذه التنظيمات إدارة المؤسسات ومباشرة عمليات التدريب وإجراء البحوث.

أما الضمانات المهنية التي تسعى إليها هذه التنظيمات فتشمل حق الصحفي في الإطلاع على الحقائق، وعدم جواز الضغط عليه لإفشاء أي سر من أسرار المهنة، وحرية في الاحتفاظ بسرية مصادره كلها، وعدم جواز اعتقاله أو حجزه أو توقيفه أو التحقيق معه بسبب المهنة إلا عن طريق السلطات القضائية غير الاستثنائية، وعلى نقابته أن تنيب أحد المحامين للدفاع عنه... الخ.

ثانياً: المؤسسة

تخضع المؤسسات الإعلامية في أغلب دول العالم إلى طبيعة النظام السياسي الحاكم في تلك الدول وتستمد سياستها منه.

وتؤثر هذه السياسة وقوانين المطبوعات واللوائح المنظمة للعمل الإعلامي في إدارة المؤسسات تأثيراً مباشراً وغير مباشر. فهي تؤثر على طبيعة الرسالة الإعلامية كما تؤثر على التوظيف وعلى عملية النشر ذاتها، وعلى اتخاذ القرار.

وتأتي تطبيقات السياسة الاتصالية للدولة على المؤسسات الإعلامية بأشكال مختلفة للسيطرة عليها وبحسب طبيعة تلك السياسة، ففي الوطن العربي مثلاً هناك قيود قانونية مفروضة على المؤسسات، فضلاً عن وجود كوابح سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية، إلى عوامل ضغط داخلية ترتبط بطبيعة المؤسسة نفسها من حيث بيئتها التنظيمية وملاكاتها التي تلخص بالعناوين الآتية:

١- حق الدولة في منح الترخيص وسحبه والإشراف المباشر: فمثلاً وجود وزارات أعلام في الوطن العربي تمتلك الحق في منح الترخيص وسحبه للمؤسسات الإعلامية كالمؤسسات الصحفية ومؤسسات الطباعة والنشر، بينما لا توجد في كثير من الدول الأوروبية الأميركية وزارة للأعلام أصلاً. كما تقوم هذه الوزارات أو الجهات المتخصصة بالرقابة بمتابعة المؤسسات الصحفية ورصد ما تنشره ما يمكن عدّه مخالفات للسياسة العامة، كما في الأردن وتكون قرارات سحب الترخيص بناءً على درجة مخالفات المؤسسة الإعلامية لقوانين المطبوعات، والوجه الآخر لتطبيقات السياسة الإعلامية للدولة يكمن في إشرافها المباشر وملكيته لوسائل النشر المختلفة.

كما أن الدولة هي التي تقوم بتعيين المديرين ووضع سياستها الاتصالية وهي التي تحدد ميزانيتها وتؤثر في الإدارات بالضغط على الموظفين في وظائفهم.

٢- السيطرة الاقتصادية من خلال تحكم مالك وسائل الإعلام لها سواء أكان المالك هو الدولة أم الأفراد وكذلك من خلال تأثير المعلن في الإدارة. وفيه يقرر مالك المؤسسة الإعلامية سياستها وأهدافها ويقوم بتوجيهها سواء أكان هو مديرها أم لا.

٣- القوانين واللوائح المنظمة للإعلام، وفيه حق للدولة منح الترخيص وسحب.

المبحث الثاني: آثار السياسة الاتصالية

أولاً: آثار السياسة الاتصالية في العالم الرأسمالي

لغرض معرفة تأثيرات السياسة الاتصالية في الصحفي والمؤسسة والمضمون في العالم الرأسمالي، لا بد لنا من معرفة من أين يستمد هذا العالم سياسته الاتصالية؟ فهو يركز على أسس فكرية مستمدة من النظرية الليبرالية التي تعتمد على أن تكون للصحافة قاعدة كبيرة من الحرية كي تساعد الناس في بحثهم عن الحقيقة. ولكي يصل الإنسان إلى الحقيقة عن طريق العقل، ينبغي أن تتاح له حرية الوصول إلى المعلومات والأفكار... وأن عملية التغيير الاجتماعي لن يأتي عن طريق القوة، وإنما عن طريق النقاش والاقناع.

على الرغم من أن هناك شهادات تؤكد أن سياسة الحرية في العمل الإعلامي الرأسمالي هي ليست مطلقة لا سيما في الأحداث التي لا ترغب الحكومات في المجتمعات الرأسمالية تدخل الصحافة فيها كما حصل في منع الصحفيين من مرافقة العملية العسكرية الأمريكية لغزو جزيرة جرينادا في عام ١٩٨٣... وكيف وضعت القوات الأمريكية الصحفيين المغامرين في الحبس الأنفرادي.

يقول دانييل بورستين في كتابه الصورة: دليل للأحداث المتعلقة في أمريكا... نحن مهددون بتهديد جديد خاص بأمريكا وهو ليس تهديد الحرب الطبقية أو الأيدلوجيا أو الفقر أو المرض أو الأمية أو الغوغائية أو الطغيان.. بل أنه تهديد عدم الواقعية تهديد اللاشيئية هو خطر باستبدال الحلم الأمريكي، بالتضليل الأمريكي وجعلها حيوية وواقعية جداً ويستطيع أن يعيش بها.

وعن النزاهة والاستقلالية في العمل الصحفي في العالم الرأسمالي، فقد أظهرت دراسة أجرتها مؤسسة غالوب على الجمهور أن أغلب الناس يعتقدون بأن المؤسسات الأخبارية تستر على أخطائها وتعتدي على الحياة الخاصة للأفراد وتهتم بإبراز الأخبار السيئة قبل الجيدة.

والصحفيون في العالم الرأسمالي يتعرضون إلى ضغوط اقتصادية وحكومية ومهنية مما يجعل كتاب الصحافة المتمرسون يحورون الأخبار لتحقيق الانحياز بأساليب عديدة، بحيث يخضع الخبر لعملية تكرير جعلت من الموضوعية في الأخبار مسألة يحتدم فيها الجدل الساخن مرة أخرى. وقد تأثرت عملية تحرير الأخبار إلى حد كبير جداً بنوازع التأثير في المتلقي سلبي أو إيجاباً.

وهذا ما يؤكد لنا -هاتلنج- في كتابه أخلاقيات الصحافة في أن الصحفيين القدامى والجديد معاً يستمتعون بممارسة طريقة لنشر الأخبار تقع في المنطقة الرمادية بين نظرية التفسير والكذب الصريح وهذه طريقة تزيد الاعتماد على المصادر المجهولة.. ومن السهل أن يسقط المرء في الإغراء إذ بإمكان خداع القارئ بمثل هذه المعلومات فالتصريحات المنسوبة إلى مصادر مجهولة يمكن إعدادها بطريقة تجعلها أكثر إثارة وإمتاع وكذلك يمكن -فبركتها- من البداية إلى النهاية. بحيث تناسب موقفاً إخبارياً معيناً وتؤيد المنطق الذي تستند إليه القصص.. بأن هذه القصص تخدع القراء بظاهرها الذي يوحي بالحقيقة.

وهذا ما يؤيد سعي الصحفيين الغربيين وراء كل ما هو شاذ عن المؤلف بدلاً من سعيهم وراء المعتاد والمألوف كمعيار أساسي للاختبار ولذلك تتحين وكالات الأنباء الغربية الفرصة لتتنقص

على أية معلومة خاصة بالعنف والحرب والجريمة والفساد والكوارث والمجاعات والحرائق والفيضانات. مما تقدم يتضح أن الصحفيين في العالم الرأسمالي يتعرضون إلى ضغوط مختلفة على الرغم مما يروجه الأعلام الغربي من وجود حرية لممارسة العمل الصحفي. وإن أخلاقيات هذه الممارسة تتأثر بهذه الضغوط و تنعكس على أدائهم للمهنة. فنرى مثلاً الإعلام الغربي يركز على الإثارة في تناوله للموضوعات مثل أخبار العنف والحرب والجريمة والجنس وغيرها مما أصبحت جزءاً من الحياة اليومية لممارسة مهنة الصحافة في العالم الرأسمالي.

الانتقادات الموجهة إلى السياسة الاتصالية في العالم الرأسمالي:

تواجه السياسة الاتصالية في العالم الرأسمالي الكثير من الانتقادات لكونها تركز بالدرجة الأساس على الإثارة والجريمة والتضليل والحرية غير الملزمة مما يبعدها عن الالتزام الأخلاقي بمواثيق الشرف الإعلامي المتعارف عليها عالمياً.

ولعل هذا النهج الذي سارت عليه الصحافة الرأسمالية أنعكست آثاره السلبية على الصحفي والمؤسسة والمضمون الذي يتضح من خلال أهم الانتقادات الموجهة للإعلام الرأسمالي ولا سيما الأمريكي. وقد لخصها ثيودور بيترسون بالآتي.

١- للوسائل الإعلامية أهدافها الخاصة يقوم مالكوها بالدعاية لأرائهم ولا سيما في السياسة والاقتصاد وذلك على حساب وجهات النظر المعارضة.

٢- تعمل وسائل الإعلام في خدمة الشركات الكبرى وفي بعض الأحيان فأن المعلنين يسيطرون على سياسة التحرير ومضمون التحرير.

٣- تعطي وسائل الإعلام اهتماماً أكبر بتغطيته الأمور السطحية والعاطفية أكثر من تغطيتها للأمور المهمة. وكذلك فأن الترفيه غالباً ما يفقد إلى الأساس.

٤- تهدد وسائل الإعلام المعنويات العالية.

٥- وسائل الإعلام تغزو خصوصية الأفراد من دون سبب عادل.

٦- تسيطر على وسائل الإعلام طبقة واحدة وهي طبقة رجال الإعلام وأن السبيل إلى وسائل الإعلام صعب للوافد الجديد.

ويضع الدكتور أحمد بدر انتقادات أخرى للإعلام الرأسمالي منها:

١- أنه يهتم بالترويح والتسلية أكثر من اهتمامه بالأخبار.

٢- أنه يهتم بالحرية الصحفية أكثر من إهتمامه بالمسؤولية الصحفية التي تنمي التفاهم وتدعو إليه. وأنه يهتم بالأخبار المؤدية إلى التوتر والكراهية ونشر الأخبار التفاهة وغير المؤكدة.

٣- لا تقوم الصحافة في الأنظمة الرأسمالية إلا بقدر ضئيل من بحوث التحرير حتى تتعدل مع متطلبات الشرف والضمير الصحفي والرسالة الصحفية.. وتتلاءم مع احتجاجات الرأي العام. بل غلبت عليها المؤثرات التجارية.

٤- الصحافة الرأسمالية أصبحت مؤسسة صناعية وتجارية أكثر منها صاحبة رسالة. والسعي دوماً وراء المال وتحقيق أكبر قدر ممكن من التوزيع والربح السريع.

ثانياً:- آثار السياسة الاتصالية في العالم الشيوعي

لعل من المفيد أن نتناول بالبحث دراسة آثار السياسة الاتصالية في العالم الشيوعي كمرجع أكاديمي للباحثين. وذلك قبل انهيار الشيوعية والاتحاد السوفيتي السابق عام ١٩٩١. ولأن آثار مثل هذه السياسية يمكن أن تظهر في البلدان التي تقترب من هذه الأنظمة أيديولوجيا مثل الصين وكوريا الشمالية وفيتنام أو استفادت من أساليب هذه السياسة من دون الأخذ بالأيديولوجية مثلما يحصل في الأنظمة العسكرية الدكتاتورية القائمة في بعض من بلدان العالم. إذ إن هذه السياسة تستمد خصوصيتها من طروحات وكتابات لينين عن الصحافة. فهو يؤكد إن الصحافة أدواتنا الأولى والرئيسية في رفع الانضباط الذاتي لدى الشغيلة ... وتكشف عن النواقص في الحياة الاقتصادية داخل أي كمونة للعمل والأخبار في العالم الشيوعي هي دعامة خالصة للحزب الشيوعي وإنها رسائل توجهها الحكومة وتسيطر عليها ولا شأن لها تقريباً بمفاهيم الأخبار... وأن هذه الأخبار هي أول بديل حقيقي لنظام الأخبار-الفاسدة- في العالم الأول. واصبح المفهوم الثوري للأخبار نظرية قائمة بذاتها .

ويلخص تشارلز-رايت خصائص السياسة الاتصالية في العالم الشيوعي بخمسة نقاط:

١- انه نظام مخطط سواء في تنظيمه الشكلي أم في مضمون الاتصال.
٢- تعمل الأجهزة طبقاً لفلسفة ملتزمة التزاماً شديداً بخطط الحزب الشيوعي وتحقق أهداف السوفيت.

٣- ينطوي الإعلام الشيوعي على درجة عالية من مراقبة المضمون وتقليب النظر فيه.

٤- هناك درجة عالية من التخصص وبنوع خاص فيما يتعلق بمستوى ونوعية الجمهور الموجهة إليه كل جهاز.

٥- إن تنظيم أجهزة الإعلام الشيوعي تزيد إلى أقصى حد فرص تعرض الجمهور في مواقع جماعية. ووفقاً لهذا الخصائص فإن الصحفي في العالم الشيوعي تحد حركته وفقاً للآتي:

١- العمل الأخباري في الصحافة الاشتراكية يجري وفق خطة أساسية تركز على المبدأ الديالكتيكي حول وحدة التخطيط والعمل وهذه الخطة لا بد أن تكون مرنة. فالصحفي الاشتراكي يرى أمامه نقطة انطلاق تقول أنه ليس بالإمكان وضع سياسة أخبارية بكل بساطة وفقاً للشعار - فلنرى. ما ذا تأتي به الآن الإرسال والاستقبال. فعن طريق التخطيط للخبر لا بد من التوصل قبل كل شيء إلى الغاية المستمرة والحديثة للمهمات الإيديولوجية المهمة عن طريق الخبر. وكذلك لا بد من إيجاد نسبة صحيحة بين الموضوعات الإخبارية حتى تتكون لدى القارئ صورة إجمالية عن التطورات السياسية داخل البلد وعن مهمات البلد. كذلك لا بد من وجود علاقة صحيحة بين الأخبار الداخلية والخارجية، وأخبار العاصمة والمحافظات .

٢- الصحفي في العالم الشيوعي يعمل على وفق (اشتراطات أيديولوجية) تميزه عن أقرانه في العالم الرأسمالي.. ومن الأمثلة المهمة التي توضح هذا الاتجاه اختيار الأنباء وكيف ومتى تنشر.. وحينما لا يكون الخط الرسمي المناسب قد تقرر فإن الاجراء المتبع يكون كالآتي :

أ- السكوت التام.

ب- تأخير النشر.

ج- تصوير الحدث أما بطريقة حزبية أو من وجهة نظرة واحدة.

د- التزييف والتشويه.

٣- يحدد الدكتور خليل صابات هدف الإعلام الشيوعي قائلاً: إن للإعلام هدفاً تعليمياً وسياسياً وأنه على هذا الأساس يعد جزءاً رئيسياً من نظام الحكم. وللدولة وحدها ولموظفيها أن يتولوا شؤونهم دون غيرهم من الناس... وعندما يصل خبر مشكوك في صحته، أو مغرض أو كاذب، أن يقوم الصحفيون والدبلوماسيون بفحصه جيداً ليصلوا إلى معناه الحقيقي وليكتشفوا عن الغرض الذي أرسل من أجله. ولكن هذا التحقيق الدقيق يتطلب مجهوداً جباراً ووقتاً طويلاً.

٤- المحرر الشيوعي مسؤول عن اختيار الأحداث من الماضي القريب أو البعيد تلك التي توضح أو تسجل التفاعل الاجتماعي وبخاصة تفاعل التكوين الاشتراكي. أن قدراً كبيراً من حيز الصحافة اليومية يخصص غالباً للاقتراحات والتعاليم... وإذاعة الثقافة.

٥- وتركز السياسة الاتصالية في العالم الشيوعي على: المغزى الايديولوجي واهتمامات الحزب والمسؤولية الاجتماعية والثقافية والاهتمام الإنساني وبعض قيم العالم الرأسمالي فيما يخص الأخبار كالفورية وقرب المكان وبروز الشخصية.

٦- السياسة الاتصالية في العالم الشيوعي تركز على إثارة اهتمام الجمهور بالأهداف العليا للحزب والحكومة وكذلك شدد انتباههم للإجراءات الحكومية والحزبية اليومية وصار المضمون الايديولوجي للقصة الاخبارية لا يتوارى بشكل بارع داخل جسم الخبر. لكن الأخبار تستخدم للتأكيد على الأيدولوجية وشرحها وتفسيرها للقراء... كما أن الأخبار على سبيل المثال ليست موضوعية أو مثيرة. وهي لا تتناول أحداثاً سلبية كثيرة ولا تغوص في الحياة الخاصة للشخصيات العامة.

ولعل من هم الانتقادات الشديدة التي وجهت للسياسة الإعلامية في العالم الشيوعي هو ما جاء في قرار المؤتمر الثامن والعشرين للحزب الشيوعي السوفيتي عن وسائل إعلام الحزب وتوجيه دعوة صريحة للصحافة لأن تتحرر إلى النهاية من الجمود واللهاجية الإيعازية الواعظة... لا يمكن أن يسمع صوت الحزب ويلتقط بالعقل والقلب إلا بفضل الحجاج والتناغم مع اهتمامات الناس وتطلعاتهم. لا باللهجة المتسلطة... لا يمكن ممارسة التأثير في المطبوعات الاجتماعية والثقافية والشبابية بقوة الأوامر والتوجيهات بل بقوة الهيبة والاحترام.

ثالثاً: أثار السياسة الاتصالية في العالم الثالث

على الرغم من التباين والاختلاف بين دول ما اصطلح على تسميتها بالعالم الثالث إلا أن هناك الكثير من السمات والملامح التي تجمع أنظمة ومجتمعات هذه الدول. فهي قد تحررت من الاستعمار في القرن الماضي وفيها من التخلف وآثاره الشيء الكثير. إما أنها تواجه تحديات تتعلق بوحدتها الوطنية أو الحفاظ على هويتها الثقافية. وفي ضوء ذلك يمكننا القول إن هناك سمات مشتركة بين السياسات الاتصالية لهذه البلدان ومعالجتنا تتركز على ما يجمع هذه السياسات وما يكون كحاصل لتأثيرها في المجالات التي سبق ذكرها.

فأسلوب التغطية الصحفية والإعلامية مثلاً للمندوبين والمراسلين وطرائق تحرير ومعالجة الأخبار تخضع لعوامل سياسة ومهنية ذلك لأن حكومات الدول النامية تعمل على الاحتفاظ بسيطرة قوية على كل ما تقدمه من أخبار حتى تتجنب كل ما يعيق الإسراع بعمليات التنمية

السياسية والاجتماعية... وتتأثر الأخبار في هذه المجتمعات بالميل السياسي سواء جاء الغرب أو الشرق .

كما يتحدد دور الصحفيين في بلدان العالم الثالث بحسب التقاليد الصحفية المتبعة فيها إذ تستخدم أغلب الدول النامية أسلوباً أو آخر للتحكم في الأخبار التي تقدمها وسائل الإعلام ويتفاوت هذا الدور بداية من إحالة تقويم الأخبار إلى رئيس التحرير أو رئيس القسم المسؤول عن التأكد من عدم خروج المحتوى الأخباري عن الأهداف الأيديولوجية للدولة، إلى إصدار بعض التشريعات حول الموضوعات التي لا يجوز الخوض فيها من خلال وسائل الإعلام. وأخيراً إلى فرض الرقيب الرسمي المباشر الذي يستطيع منع نشر أية مادة يحتمل أن تمس سيادة الدولة أو سياساتها المرسومة .

ويتضح هذا من خلال ارتباط المؤسسات الإعلامية في دول العالم الثالث أشد الارتباط بالسلطة وبالتالي يتمركز الإعلام في العاصمة والمدن الكبرى.. وهذا الترابط جعلها لا ترى على الأغلب إلا ما تراه السلطة ولا تتحرك إلا بتوجيه منها بل أنها لا تنشأ إلا بترخيص منها .

كما أن تعرض مضمون الرسائل الإعلامية في دول العالم الثالث إلى خروقات الإعلام الرأسمالي بسبب فيض من بث الرسائل الإعلامية المستوردة أو المقتبسة من مضامين أخرى تعكس طبيعة مجتمعات أخرى تختلف نشأة وتطوراً عن المجتمعات النامية .

وخيّط بالصحفيين في العالم الثالث العديد من المشاكل التي أثرت وتؤثر سلباً في أدائهم للمهنة. فهم يشتركون في مشكلة تواجههم عندما يبدأون حياتهم العملية. وقد تزودوا بقدر ضئيل من الاعداد والتجربة وذلك لأسباب عدة هي:

١- الافتقار الدائم لعنصر الكفاءة في تعليم الصحفيين وذلك يرجع إلى كون برنامج دراستهم قائماً أساساً على مجرد الكلام.

٢- من المشكلات التي تواجه الصحفي في دول العالم الثالث وبشكل يومي وتؤثر في عمله. هو ان هذه الدول لا تمتلك في الغالب سوى موارد ضئيلة للتدريب والاتصال والرعاية الصحية والتعليم أو توفير الاستقرار الذي يمكن القيام بالعمل المنظم في ظله.

٣- الافتقار إلى المال أو دخل شخصي جيد أو دعم مالي كافٍ للصحيفة التي يعمل بها. كما إن المرتبات التي تدفع للصحفيين في دول العالم الثالث لا تكفيهم لإعالة أنفسهم وإعالة أسرهم.

٤- الافتقار إلى المصادقية- ويقصد بها أن النظرة العامة للصحفيين في دول العالم الثالث هي افتقارهم إلى الثقافة والتجربة. فهم مبالغون إلى قبول (الرشا) التي تعرض المصادقية إلى أزمة ثقة.

٥- المشكلات الخاصة باقتصار التنمية على العواصم والمدن الكبرى. إذ يتمركز النشاط بصورة مبالغ فيها في العاصمة أو في المدن الكبرى مما يجعل التركيز ينصب فيها ويتجاهل الأقاليم الأخرى.

٦- صعوبة التبسيط في علاقة الصحفي مع الجمهور. أي لمن يكتب. فالكتابة في دول العالم الثالث في كثير من الأحيان تكون أصعب في صياغة الكلمات في تعبيرات معقدة تستعصي الإفهام.. كما أن هناك إغراء الكتابة في الصحف لزملائه ومصادر أخباره لأن التقدير من جانبهم يعني الكثير له. على الرغم من أن الكتابة لاسترضاء هؤلاء هي من الأمور الخادعة والمضللة لا سيما ما يخص الصحفي في العالم الثالث.

المبحث الثالث:

أ- مشكلات السياسة الاتصالية في العراق بعد أحداث ٢٠٠٣/٤/٩.

ب- سبل الارتقاء بعمل الصحافة العراقية.

أ- مشكلات السياسة الاتصالية في الصحافة العراقية بعد عام ٢٠٠٣

عقب احتلال العراق عام ٢٠٠٣ تعرضت الصحافة العراقية إلى هزات عنيفة بسبب إجراءات المحتل التعسفية ضد الصحفيين والصحف العراقية ومنها قرار الحاكم المدني للعراق بول برمر في ٢٠٠٣/٤/٢٣ بحل وزارة الإعلام وتسريح منتسبيها وإيقاف جميع الصحف التي كانت تصدر في ظل النظام البائد من الصدور.. وبذلك أصبحت السياسة الاتصالية تستمد من تلك التعليمات الجديدة التي كان يوجهها المحتل لكل المؤسسات الإعلامية في العراق.

وقد منعت هذه التعليمات التحريض على العنف أو تعزيز الكراهية الاثنية والدينية أو نشر معلومات كاذبة تهدف إلى تعزيز المقاومة لسلطة قوات التحالف .

ونتيجة لذلك أصبحت الساحة الإعلامية في العراق باحة لكل من يريد أن يصدر صحيفة أو مجلة أو مطبوعات أو ينشئ إذاعة أو قناة تلفزيونية وحسب رغبته وبدون رقيب، إذ حلت الفوضى وساد الانفلات في وسائل الاتصال العراقية وتعددت الجهات التي تدعي الإشراف عليها.

ويمكن حصر مصادر السياسة الاتصالية بعد عام ٢٠٠٣ بالجهات التالية:

١- سلطة الاحتلال.

٢- مجلس الحكم الانتقالي.

٣- الدستور العراقي.

١- سلطة الاحتلال

قامت سلطة الاحتلال بقيادة الحاكم المدني بول برمر بإعادة بناء المؤسسات الإعلامية بعد حل وزارة الإعلام ووضع مسودة اقتراح لتنظيم الأنشطة الإعلامية في العراق وان يكون هذا الإشراف من خلال هيئة سميت بـ (لجنة الشكاوى) وهذا النظام المعمول به في كوسوفو .

وكان من ثمرة هذه السياسة إنشاء (شبكة الإعلام العراقي) على يد (سايمون هاسلوك) المتحدث الرسمي والمشرّف على سلطات الأمم المتحدة في كوسوفو والإشراف عليها وتمويل أمريكي على أن تعود ملكيتها للدولة العراقية. وأصبحت هذه الشبكة تمتلك محطتي راديو (A.M) و (F.M) إذ بلغت ميزانية الشبكة حوالي ٦ ملايين دولار شهرياً مصروفة من الأموال العراقية المجمدة في الخارج.

وكان الهدف من ذلك إنشاء شبكة على غرار (BBC) التي تحصل على التمويل من خلال الحكومة لكنها تمتلك استقلاليتها لكسر التقليد الذي معمولاً به في العراق والعالم العربي وإصدار صحيفتين هما الصباح وسومر والإشراف على قناة إذاعية وأخرى تلفزيونية .

٢- مجلس الحكم الانتقالي

بعد أن عهد إلى مجلس الحكم الانتقالي الإشراف على وسائل الإعلام العراقية وهي القناة التلفزيونية (العراقية) وإذاعة (العراق) وجريدة (الصباح) اليومية أصبحت السياسة الإعلامية تستمد من هذا المجلس فجد أن هذا الإشراف كان شكلياً أما السياسة الفعلية فكانت من قبل

سلطات الاحتلال.

عقب مجلس الحكم المؤقت تناوبت في الإشراف على هذه الوسائل كل من وزارتي الدكتور اياد علاوي والدكتور ابراهيم الجعفري.

بعد سقوط النظام بستة أشهر تعددت القنوات والإذاعات التي أنشئت في العراق وتضاربت توجهاتها السياسية، فعلى مستوى الإعلام المسموع ظهرت اذاعات تمثل الأحزاب والحركات السياسية ومنها إذاعة المستقبل الناطقة باسم حركة الوفاق الوطني، وإذاعة العراق الحر الصادرة عبر الانترنت، وإذاعة كردستان العراق إضافة إلى شبكة الإعلام العراقي التي تمثل قوات الاحتلال، وقناتين فضائيتين تابعتين للحزب الكرديين فضلاً عن المحطات التلفزيونية المحلية في منطقة كردستان العراق .

٣- الدستور العراقي

يعد الدستور العراقي احد المصادر المهمة التي تستند إليها السياسة الاتصالية كونه إطاراً مرجعياً يحكم الإعلام وتنطلق فيه.

والدساتير عندما تنظم حرية الصحافة والعمل الإعلامي إنما تحدد الأطر والمبادئ للسلطة التشريعية التي تتولى تنظيمها عن طريق القوانين العادية.

ولغرض إرساء صحافة عراقية حرة في ظل نظام ديمقراطي يحترم حقوق الإنسان لابد من وضع آليات قانونية وتنظيمية جديدة تضمن حرية التعبير وتعتمد المعايير الدولية التي تكفل حقوق الإنسان وحرية العمل الصحفي.

فقد نصت المادة ٣٦ المتعلقة بالحريات من الفصل الثاني من الدستور العراقي: تكفل الدولة بما لا يخل بالنظام العام والآداب

أولاً: حرية التعبير عن الرأي بكل الوسائل.

ثانياً: حرية الصحافة والطباعة والإعلان والإعلام والنشر.

وجاء في شرح الفقرة أولاً لا يمكن إصدار قانون لاحق أو نظام يمنع استخدام جهاز استقبال القنوات (الستلايت) ولكن حرية استخدام مثل هذا الجهاز يجب أن لا يؤدي إلى نشر الإباحية في الأماكن العامة، فيما جاء شرح الفقرة ثانياً: المتعلقة بحرية الصحافة شريطة أن لا تصدر صحفاً أو مجلات وهي تحمل صوراً أو تضمنت مقالات تتعارض مع الآداب العامة وحرية الطباعة والإعلان شرط أن لا يكون فاضحاً بما يخل بالآداب العامة وحرية الإعلام والنشر .

ولكي تكون هذه المادة الدستورية فاعلة في ضمان الحريات الفردية والجماعية لاسيما منها الحريات الصحفية لابد من مشاركة المنظمات المهنية والثقافية من العاملين في الصحف ووسائل الإعلام والأحزاب والتكتلات السياسية ومن الأكاديميين والمتخصصين وحثهم على المشاركة الفاعلة في وضع قانون جديد للصحافة والإعلام وإقرار ميثاق شرف وطني يرسخ مفهوم حرية الرأي والتعبير ويضمن حقوق الإنسان العراقي ويوفر الحصانة والحماية للصحفيين في ممارسة أعمالهم ومن خطر العنف والختطف والقتل إذ تعد الساحة العراقية من اخطر بقاع الأرض قتلاً للصحفيين والتي راح ضحيتها أكثر من ٢٠٠ صحفي من الاحتلال ولحد الآن.

ب- سبل الارتقاء بعمل الصحافة العراقية

تمتلك الصحافة العراقية مقومات التطوير في ظل الانفتاح والحرية والديمقراطية، وذلك من خلال نقاط عدة هي:

- ١- الدعم المتواصل لمنظمات المجتمع المدني والروابط والاتحادات المهنية التي تعنى بشؤون الصحفيين وتدافع عن حقوقهم وحرية التعبير على اعتبار هذه التنظيمات من أولويات العملية الديمقراطية وصيانة حرية التعبير لتمكين من الحد من تجاوزات السلطة التنفيذية.
- ٢- مساهمة هذه المنظمات مع وسائل الاتصال من توعية المواطنين والإعلاميين بحقوقهم وواجباتهم ضمن حرية التعبير وحقوق الإنسان في المجتمع الديمقراطي.
- ٣- التشجيع على إقامة علاقات بين هذه التنظيمات في العراق مع نظيراتها الإقليمية والدولية لتعزيز الحوار والتعاون وصيانة حرية التعبير وضمان الاتصال الحر والصحافة المستقلة مع وضع آليات قانونية وتنظيمية لمثل هذه العلاقة لإعطاء قوة وفاعلية أكبر لهذه التنظيمات في الدفاع عن منتسبيها وضمان حقوقهم كافة.
- ٤- تشجيع الصحافة المستقلة وتمكينها من أداء دورها بدون تأثيرات خارجية ودعمها من خلال تقديم الإعلانات بعيداً عن فرض الوصاية عليها.
- ٥- تشجيع التنافس الحر في العمل الصحفي بكل أشكاله وتجاوز القيود والممارسات والأساليب المعوقة والمؤثرة على كفاءة العمل ونبذ أشكال الهيمنة والوصاية والاحتواء.
- ٦- احترام العمل الصحفي وضمان حرية التعبير وتوفير الفرص لإثبات الكفاءة والمقدرة في أداء العمل.
- ٧- تنظيم دورات تدريبية بالتعاون مع الجامعات والمعاهد وتبادل المهارات الصحفية مع دول العالم النامي ودول العالم كافة.
- ٨- الكشف عن التجاوزات والاعتداءات على حرية العمل الصحفي وإدانته وكشف حالات التعسف والاضطهاد والملاحقة والتهديد والقتل التي يتعرض لها الصحفيون ومحاسبة المقصرين وتقديمهم للعدالة واعتبار مثل هذه الأحداث جريمة ضد الإنسانية وتشكل خرقاً للقانون الدولي.
- ٩- توفير ضمانات لحماية الصحفيين خلال الحرب بما يتفق والقوانين والأعراف الدولية، وإن إهمال ذلك يشجع قوات الاحتلال على تكرار مثل هذه الأعمال، وبيان أن ادعاءات هذه القوات بتوفير أجواء الحرية والديمقراطية يتنافى مع ما تقوم به من غلق واعتقال للصحفيين وغيرها.

الهوامش .

١. - د.حسن الحسن، الإعلام والدولة، دار صادر، بيروت، ١٩٦٥، ص٣٦٥.
٢. - د.هادي نعمان الهيتي، الاتصال الجماهيري في العراق، أطروحة دكتوراه غير منشورة، قسم الصحافة والنشر كلية الأعلام، جامعة القاهرة، ١٩٨٠، ص١.
٣. - د. سمير محمد حسين، الإعلام والاتصال بالجماهير والرأي العام، عالم الكتب، القاهرة ١٩٨٤، ص٢٢.
٤. - د.سعد لبيب، دراسات في العمل التلفزيوني العربي، مركز التوثيق الإعلامي لدول الخليج العربي، السلسلة الإعلامية (٤)، بغداد ١٩٨٤، ص١١.
٥. - ليلي عبد المجيد، سياسات الاتصال في العالم الثالث، الطباعي العربي، القاهرة ١٩٨٦، ص٣.
٦. - د.صالح خليل أبو أصبع، الاتصال والأعلام في المجتمعات المعاصرة، دار أرام للدراسات والتوزيع والنشر، عمان ١٩٩٥، ص٢٥٥.
٧. - اللجنة العربية لدراسة قضايا الإعلام والاتصال في الوطن العربي، نحو نظام عربي جديد للإعلام والاتصال، مشروع التقرير النهائي: المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، تونس، ١٩٨٥، ص٧٨.
٨. - د. راسم محمد الجمال، الاتصال والإعلام في الوطن العربي، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، ١٩٩١، ص٤٦.
٩. - د. راسم محمد الجمال، الاتصال والإعلام في الوطن العربي، م.س.ذ. ص٦٠.
١٠. • لجنة شكاوى الصحافة في بريطانيا: هي لجنة مستقلة غير حكومية درست ملف قضية مصرع الأميرة ديانا وأصدرت مدونة سلوك يسترشد بها الصحفيون في تعاملهم مع هذه القضايا.
١١. - مجلة الدراسات الإعلامية، المركز العربي الإقليمي للدراسات الإعلامية للسكان والتنمية والبيئة، العدد ٨٩، القاهرة، ١٩٩٧، ص٢٢٩.
١٢. ٢- د.راسم محمد الجمال، م.س.ذ. ص٦١.
١٣. - د.صالح خليل أبو أصبع، الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، م.س.ذ. ص٢٥٥-٢٥٦.
١٤. - المصدر السابق، ص٢٥٦.
١٥. - جون. ريبتر، الاتصال الجماهيري، ترجمة عمر الخطيب، ط١ المؤسسة العربية للدراسات، ص٤٤٦.
١٦. - صالح خليل أبو أصبع، الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، م.س.ذ. ص٢٥٦-٢٥٧.
١٧. - المصدر السابق، ص٢٥٧، وأنظر كذلك جون. ريبتر، ص٤٥٠.
١٨. - د.حازم النعيمي، الحرية والصحافة في لبنان، ط١، دار العزي للنشر والتوزيع، القاهرة، ١٩٨٩، ص١٣.
١٩. - د.راسم جمال، م.س.ذ. ص٦٢.
٢٠. - صالح خليل أبو أصبع، إدارة المؤسسات الإعلامية في الوطن العربي، م.س.ذ. ص٨٤.
٢١. - المصدر نفسه، ص٨٤-٨٥.

٢٢. - وليم ريفرز، تيودور بيترسون، جاي وجنسن، وسائل الإعلام والمجتمع الحديث، ترجمة د. إبراهيم إمام، دار المعرفة، القاهرة، ١٩٧٥، ص ٩٣.
٢٣. - د. صالح خليل أبو إصبع، الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، م. س. ذ. ص ٢٥٢.
٢٤. - المصدر السابق، ص ٢٥٤.
٢٥. - ت. ديفيد أس. برودور، وراء الصفحة الأولى نظرة صريحة على صناعة الخبر، ترجمة عبد القادر عثمان، عمان، ١٩٩٠، ص ١٣.
٢٦. - د. عبد الستار جواد، اللغة الإعلامية، بغداد، وزارة الثقافة والإعلام، دار الحرية للطباعة والنشر، بغداد، ١٩٩٥، ص ١٥.
٢٧. - جون ل. هاتلنج، أخلاقيات الصحافة، ترجمة كمال عبد الرؤوف، الدار العربية للنشر والتوزيع، القاهرة ١٩٩٣، ص ٧٨-٧٧.
٢٨. - عمر الخطيب، الصحافة وأسطورة الموضوعية، مجلة العلوم الاجتماعية، العدد الأول، الكويت، ١٩٨٨، ص ٢٠٤.
٢٩. - أنظر د. أحمد عبد الملك، قضايا اعلامية، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، ط ١، عمان، ١٩٩٩، ص ٩٠.
٣٠. - د. أحمد بدر، الاتصال بالجماهير بين الدعاية والإعلام والتنمية، وكالة المطبوعات، الكويت، ١٩٨٢، ص ٨٤-٨٧.
٣١. - ا. ف. بريجنوي، ب. داتسيوك وآخرون، لينين حول الصحافة، اعداد فخري كريم، ج ٢، منشورات الطريق الجديد، بغداد، ١٩٧٧، ص ٨٧.
٣٢. - البرت ل. هستر وآخرون، دليل الصحفي في العالم الثالث، ترجمة كمال عبد الرؤوف، الدار الدولية للنشر، القاهرة، ١٩٨٨، ص ٤٨.
٣٣. - تشارلز رايت، المنظور الاجتماعي للاتصال الجماهيري، ترجمة محمد فتحي، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة ١٩٨٣، ص ٤٤.
٣٤. - فرانس فابر، الصحافة الاشتراكية، ترجمة نوال حنبلي وآخرون، معهد الإعداد الإعلامي، دمشق، ١٩٧١، ص ١٢٥.
٣٥. - جيهان مكاوي، أنت تعلم أنت أذن حر، دار الشعب، القاهرة، ١٩٧٧، ص ٣٠.
٣٦. - المصدر نفسه.
٣٧. - د. خليل صابات، الصحافة رسالة واستعداد وفن وعلم، دار المعارف، القاهرة، ١٩٦٧، ص ٢، ص ٢٥٩.
٣٨. - تشارلز رايت، المنظور الاجتماعي للاتصال الجماهيري، م. س. ذ. ص ٩٣.
٣٩. - البرت ل. هستر وآخرون، دليل الصحفي في العالم الثالث، م. س. ذ. ص ٤٩-٥٣.
٤٠. - المصدر نفسه، ص ٥٣-٥٤.
٤١. - المؤتمر الثامن والعشرين للحزب الشيوعي السوفيتي، دون ذكر اسم المترجم، دار التقدم، موسكو، ١٩٨٨، ص ٢٦.
٤٢. - د. حسن عماد مكاوي، الأخبار في الراديو والتلفزيون، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، القاهرة.

١٩٨٩، ص ١١٥.

43. 1- Manirk Nasser: News Values Versus Ideology. New York. Long man l.nc. 1983. P.44.

٤٤. - المنظمة العربية للتنمية والثقافة والعلوم. الاعلام العربي حاضراً أو مستقبلاً نحو نظام عربي جديد للاعلام والاتصال. تونس. إدارة الإعلام، ١٩٨٧، ص ٧٦.

٤٥. - د. سامية محمد جابر، الاتصال الجماهير والمجتمع الحديث، دار المعرفة الجماهيرية، الاسكندرية، ١٩٨٤، ص ١٣-١٤.

٤٦. - البرت. ل. هستر واي لان.ج.تو. دليل الصحفي في العالم الثالث، م.س.ذ. ص ٢٧.

٤٧. - المصدر نفسه ص ٢٨.

٤٨. - جريدة الوقائع العراقية ٣٩٧٨ في ٢٠٠٣/١٠/١٦ امر الحاكم المدني الأمريكي بول بريمر رقم (٧) إلى حد فيه صلاحيات سلطة الاحتلال. وقد انتقلت هذه الصلاحيات إلى رئيس الوزراء العراقي فيما بعد بموجب الأمر الذي نشر في الوقائع العراقية (٣٩٨٥) في ٢٠٠٤.

٤٩. - خدمة واشنطن بوست، خاص بالشرق الأوسط ٢٠٠٣/٨/٢٠.

٥٠. - تقرير اصدته شبكة CNN في ٢٠٠٥/١٢/١٥.

٥١. - إحصائيات وزارة الثقافة في حكومة كردستان، إدارة السليمانية ٢٠٠٥، وانظر د. مؤيد

الخفاف الصحافة العراقية في عامين، بحث منشور في مجلة الباحث الإعلامي الصادرة عن

كلية الإعلام، جامعة بغداد، العدد ٢، ٢٠٠٦، ص ٤٦.

٥٢. - الوجيز في مسودة الدستور العراقي، إعداد المنظمة العراقية لتنسيق حقوق الإنسان، العراق، ٢٠٠٥، ص ١٦.

٥٣. - د. مؤيد الخفاف، الصحافة العراقية في عامين، م.س.ذ. ص ٦٠.

دور القنوات الفضائية العراقية في تشكيل معارف الطلبة واتجاهاتهم نحو الارهاب كلية الاعلام / جامعة بغداد أنموذجا

د. محسن جلوب جبر الكنانى
جامعه بغداد - كلية الاعلام

المستخلص

أضحى مصطلح " الإرهاب " ومنذ أحداث الحادي عشر من سبتمبر ٢٠٠١ بنيويورك وواشنطن من أكثر الاصطلاحات شيوعا في العالم. وإذا كانت البشرية على مر عصورها المختلفة عرفت بعض صور الإرهاب فإن ما سنعرض له في الوقت الحاضر فاق كل التصورات. إذ بات الإرهاب هاجسا يقلق الإنسان في حله وترحاله. وإذا كان الإرهاب قد اقتصر على اغتيال أو إصابة بعض الشخصيات العامة. أو رموز الحكم. أو الأحزاب السياسية. أو المؤسسات أو ممثلي الدول الأجانب فقد اتخذ في الوقت الحاضر أشكالا مختلفة ومتنوعة. كخطف الطائرات. واحتجاز الرهائن. وتفجير الأبنية السكنية والمراكز التجارية واحتلال السفارات. ونهب مخازن الأسلحة. بل استهدف الأشخاص الأمنيين من عموم الناس شيوخا وأطفالا. نساء ورجالا وتم حصد أرواحهم بشكل عابث دون ذنب جنوه ولا إثم اقترفوه. فأصبحت بذلك بعض الدول. ومنها العراق. تعيش انفلاتا أمنيا خطيرا. ومع تزايد الاهتمام بظاهرة الارهاب. تزايد الاهتمام بدراسة علاقة اعتماد الجمهور على وسائل الاعلام بشكل عام والفضائيات بشكل خاص في تقديم المعلومات وشرحها وتفسيرها والتعليق عليها بأسلوب يستهدف التأثير بدرجة أو أخرى في المعرفة والوجدان والسلوك. وبين تشكيل معارف واتجاهات ذلك الجمهور نحو تلك الظاهرة.

يرمي البحث الى رصد وتحليل مدى تعرض عينة البحث للرسائل الاعلامية بمختلف اشكالها ومضامينها التي تبثها القنوات الفضائية العراقية حول الارهاب. ورصد وتحليل العلاقة المتبادلة بين درجة تعرض عينة البحث لهذه الرسائل ودرجة الوعي بقضية الارهاب المثارة في هذه القنوات من خلال ماتقدمه من رسائل اعلامية مختلفة حول هذه الظاهرة. كذلك يرمي البحث الى معرفة العلاقة بين تعرض عينة البحث للفضائيات العراقية والمعرفة بالارهاب (قياس التأثير المعرفي). -العلاقة بين تعرض عينة البحث للفضائيات العراقية ومدى استعداد المبحوثين في ان يسلوكوا سلوكا رافضا للارهاب (قياس التأثير في الاتجاه والتأثير السلوكي). -العلاقة بين المتغيرات الديموغرافية لعينة البحث من حيث (الجنس. السن. المستوى الاقتصادي) وكل من (المعلومات عن الارهاب. الاتجاه نحو الارهاب. مدى الرفض للارهاب).

توصل الباحث الى العديد من النتائج أهمها :-

- ١- تبين من خلال البحث ان القنوات الفضائية العراقية هي التي يعتمد عليها افراد عينة البحث اكثر من القنوات الفضائية العربية والعالمية في الحصول على المعلومات بشكل عام.
- ٢- تبين ان كل افراد عينة البحث يتعرضون للمواد والبرامج حول الارهاب التي تعرضها القنوات الفضائية العراقية.
- ٣- وجد الباحث ان التعرض للقنوات الفضائية العراقية من قبل افراد عينة البحث للحصول على

المعلومات والآراء حول موضوعة الارهاب يتم على اساس المرجعية القومية والطائفية لهذه القنوات. ٤- وجد الباحث ان توافق توجهات القنوات الفضائية مع الاتجاهات المذهبية للمبحوثين حل بالمرتبة الاولى من حيث اعتماد المبحوثين على هذه القنوات في الحصول على المعلومات حول الارهاب.. ٥- اتضح ان افراد عينة البحث بأستثناءات قليلة جداً اتفقوا على ان عدم توافق هذه القنوات مع توجهاتهم المذهبية والقومية والدينية فضلاً عن انخفاض درجة مصداقيتها وخلطها ما بين الارهاب والمقاومة المشروعة وتركيزها على مواقف اطراف ودول بعينها. استخدم الباحث منهج المسح الاجتماعي كذلك استخدم استبانة ومقياس خماسي يتكون من المتدرجات (اوافق بشدة , اوافق , اوافق الى حد ما , لا اوافق , لا اوافق بشدة) ويتكون هذا المقياس من (٣٢) فقرة طبقه الباحث على عينة البحث. اعتمد الباحث ايضاً الوسائل الإحصائية الاتية : النسب المئوية لتوضيح التغير في النسق القيمي الاجتماعي , ومربع كاي لقياس الفروق ذات الدلالة المعنوية بين متغيرات البحث. ومعامل ارتباط بيرسون لقياس درجة الثبات , وبرنامج (spss) الموجود على الحاسب الآلي , ومستوى دلالة (٠,٠١) للتعرف على الفروق بين استجابات المبحوثين تبعاً لمتغيرات البحث . احتوى البحث على تسعة وعشرين جدولاً.

Abstract

Became the term «terrorism» and since the events atheist ten Sntmbr 2001 at New York and Washington of the most conventions common in the world, and if the human over the ages various knew some forms of terrorism, what we will have at the present time exceeded all expectations, as Pat terrorism obsession worry rights in dissolved and his travels. If terrorism has been limited to murder or injury of some public figures, or symbols of government, or political parties, or institutions or representatives of foreign has taken at the present time a variety of forms, aircraft, hostage-taking, and the bombing of residential buildings, commercial centers and occupation embassies, and looted armories, but targeted people safe from the general public elderly and children, men and women were harvesting their lives are messed up without guilt Genoa no sin, thus becoming some countries, including Iraq, live Anfelata serious security, with increasing attention to the phenomenon of terrorism, increasing pay attention to the relationship the public>s reliance on the media in general, and particularly satellite to provide information and explain, interpret and comment on them in a targeted manner to influence one degree or another in the knowledge, conscience and behavior, and the formation of knowledge and public attitudes towards this phenomenon.

Aims search monitoring and analysis of the extent to which the research sample of media messages in different forms and contents broadcast by Iraqi satellite channels on terrorism, and monitor and analyze the correlation between the degree of exposure sample search to these messages and the degree of awareness of the issue of terrorism raised in these channels through Matkdmh of media messages differently about this phenomenon, as well as the research aims to find out the relationship between sample exposure of the Iraqi satellite channels and knowledge of terrorism (measure the cognitive impact). - The relationship between sample exposure to the satellite channels and the readiness of Iraqi respondents in that behave behavior, rejecting terrorism (measurable influence the direction and influence behavioral). - The relationship between demographic variables for a sample search terms (gender, age, economic level) and all of the (information about terrorism, the trend towards terrorism, the rejection of terrorism).

The researcher found to many of the most important results: - 1 - found by searching the Iraqi satellite channels are relied upon by members of the research sample more of the Arab satellite channels and global access to information in general. 2 - it turns out that all members of the research sample exposed to materials and programs on terrorism offered by Iraqi satellite channels. 3 - researcher found that exposure to Iraqi Satellite TV channels by members of the research sample for the information and views on the terrorism theme is based on nationalism and sectarianism reference to these channels. 4 - researcher found that the

consensus Satellite orientations with ideological trends of respondents solution ranked first in terms of adoption of the respondents on these channels to get information about terrorism. 5 - turned out to be members of the research sample Bostthauat very few agreed that the incompatibility of these channels with their ideological orientation, national and religious as well as the low degree of credibility and mixing between terrorism and legitimate resistance and focus on the positions of the parties and certain countries.

The researcher used the social survey method was also used to identify and measure five consists of Almtdrjat (agree agree, somewhat agree, I do not agree, strongly Auaq) This measure consists of (32) paragraph applied researcher at the research sample.

The researcher also means following statistical: percentages to illustrate the change in the pattern moral social. And Chi-square to measure differences of significant moral among research variables. Pearson correlation coefficient to measure the degree of persistence. Program (spss) on the computer. And significance level (0.01) to identify the differences between the responses of the respondents according to the research variables. Search contains twenty-nine schedule.

It is reconciled to God

الاطار المنهجي للبحث

- مشكلة البحث: اعتمد تحديد مشكلة البحث على تزايد الاهتمام بظاهرة الارهاب وتزايد الاهتمام بالمدخل المتكامل الذي يدمج الدور الاعلامي مع المعالجة الامنية والسياسية للتصدي للارهاب وتأثيراته السلبية على المجتمع. اذ تزايد الاهتمام بدراسة علاقة اعتماد الجمهور على وسائل الاعلام بشكل عام والفضائيات بشكل خاص في تقديم المعلومات وشرحها وتفسيرها والتعليق عليها بأسلوب يستهدف التأثير بدرجة او اخرى في المعرفة والوجدان والسلوك. لذا تبرز اهمية تحليل الدور الذي تلعبه القنوات الفضائية العراقية في التصدي لظاهرة الارهاب من واقع عدة ابعاد وحقائق منها:

- دور القنوات الفضائية العراقية في نشر الاخبار والمعلومات عن الارهاب. - مساهمة القنوات الفضائية العراقية في تحليل ظاهرة الارهاب محلياً. - تأثيرات القنوات الفضائية العراقية في تكوين رأي عام نخبوي مضاد ورافض للارهاب. - دور القنوات الفضائية العراقية في التمييز بين مفهوم الارهاب والمقاومة في اطار ما يحدث من خلط بين المفهومين.

وبذلك حدد مشكلة البحث في (الوقوف على الدور الذي تقوم به الفضائيات العراقية في التصدي لظاهرة الارهاب من خلال تأثير رسائلها (بمختلف اشكالها وانماطها) في نشر المعرفة وتشكيل اتجاهات عينة نخبوية لها علاقة مباشرة بالمرسل (القنوات الفضائية العراقية) نحو الارهاب في اطار نشر الوعي بأخطار الارهاب وتأثيراته السلبية على المجتمع.

تساؤلات البحث

تساؤلات عامة عن التعرض للقنوات الفضائية العراقية واهميتها كمصدر للمعلومات - ما مدى تعرض عينة البحث للقنوات الفضائية العراقية؟ - ما معدل تعرض عينة البحث للقنوات

الفضائية العراقية؟ -ما متوسط الوقت الذي تتعرض فيه عينة البحث للقنوات الفضائية العراقية؟
-ما اكثر القنوات الفضائية العراقية التي تفضل عينة البحث مشاهدتها؟ -ما دواعي واسباب تعرض
عينة البحث للقنوات الفضائية العراقية المفضلة؟ -ما المصادر التي تعتمد عليها عينة البحث في
الحصول على المعلومات عن الاحداث بشكل عام وعن قضايا الارهاب بشكل خاص؟ وما ترتيب هذه
المصادر من حيث الاهمية من وجهة نظر عينة البحث؟

تساؤلات خاصة بتناول القنوات الفضائية العراقية لظاهرة الارهاب
-ما مدى تناول القنوات الفضائية العراقية لظاهرة الارهاب في موادها وبرامجها من وجهة نظر عينة
البحث؟

-ما معدلات متابعة عينة البحث للرسائل الاعلامية التي تتناول قضايا الارهاب في القنوات الفضائية
العراقية؟ -ما القنوات المفضلة عند عينة البحث في استقصاء المعلومات والمعرفة حول ظاهرة
الارهاب؟ -ما اسباب الاعتماد على القنوات الفضائية العراقية (المفضلة) للحصول على المعلومات عن
الارهاب؟ -ما نوعية المواد والبرامج التي تخرص عينة البحث على مشاهدتها حول قضايا الارهاب في
القنوات الفضائية العراقية؟ -ما اتجاه عينة البحث ازاء اسلوب معالجة القنوات الفضائية العراقية
لظاهرة الارهاب في البرامج والمواد المختلفة التي تقدمها؟ -ما الاسباب التي تناولتها القنوات الفضائية
العراقية لتفسير ظاهرة الارهاب؟ وما موقف عينة البحث من هذه الاسباب؟ -ما اكثر السمات البارزة
التي طرحتها القنوات الفضائية العراقية في تناولها لظاهرة الارهاب وما مدى اسهامها في ادراك
عينة البحث للمفهوم الصحيح للارهاب؟ -ما مدى مساهمة القنوات الفضائية العراقية من خلال ما
تقدمه من مواد وبرامج تناول قضايا الارهاب من زيادة معرفة المبحوثين بمختلف ابعاد ظاهرة الارهاب؟
-ما مدى مساهمة القنوات الفضائية العراقية من خلال ما تقدمه من مواد وبرامج تتناول قضايا
الارهاب في زيادة مشاعر الرفض للارهاب لدى عينة البحث؟ -ما موقف عينة البحث من الابعاد التي
تناولها والمفاهيم التي تركز عليها القنوات الفضائية العراقية في تناولها لظاهرة الارهاب؟ -ما اهم
المواقف والاتجاهات التي تركز عليها القنوات الفضائية العراقية في تناولها لظاهرة الارهاب من وجهة
نظر عينة البحث؟

فروض البحث

*توجد دالة احصائية بين المتغيرات الديمغرافية (الجنس، المستوى الاقتصادي، القومية، المذهب) وبين كل
من:

-حجم التعرض للقنوات الفضائية العراقية. -حجم المعرفة بأبعاد الارهاب. -الاستعداد لاتخاذ سلوك
رافض للارهاب.

*توجد دالة احصائية بين كثافة تعرض عينة البحث للقنوات الفضائية العراقية وبين ادراك مفهوم
وابعاد الارهاب (التأثير المعرفي).

*توجد دالة احصائية بين كثافة تعرض عينة البحث للقنوات الفضائية العراقية وبين اتجاهات عينة
البحث ازاء الارهاب (التأثير الوجداني).

*توجد دالة احصائية بين كثافة تعرض عينة البحث للقنوات الفضائية العراقية وبين قوة الاراء المعبرة
عن مشاعر الرفض للارهاب (التأثير السلوكي).

اهمية البحث

من واقع خديد مشكلة البحث تتضح اهميته من خلال العناصر الآتية:
تزايد الاهتمام بظاهرة الارهاب لاسيما بعد ٢٠٠٣ وما ادت اليه من تداعيات ابرزت اهمية الدور الذي يمكن ان تقوم به وسائل الاعلام في التصدي لهذه الظاهرة. كذلك يعد البحث محاولة لاختبار فرضيات نموذج الاعتماد على وسائل الاعلام وبالتحديد الاعتماد على القنوات الفضائية العراقية، لابرار العلاقة بين هذا الاعتماد وتشكيل اتجاهات عينة البحث نحو الارهاب من واقع التعرض للمضامين المختلفة التي تقدمها هذه القنوات والاعتماد عليها كمصدر للمعلومات عن القضايا المختلفة. كذلك يعد البحث مساهمة في تشكيل وعي الرأي العام العراقي لاسيما عينة البحث بأبعاد وخطورة هذه الظاهرة (الارهاب).

اهداف البحث.. يهدف البحث الى:

-رصد وتحليل مدى تعرض عينة البحث للرسائل الاعلامية بمختلف اشكالها ومضامينها التي تبثها القنوات الفضائية العراقية حول الارهاب. -رصد وتحليل العلاقة المتبادلة بين درجة تعرض عينة البحث لهذه الرسائل ودرجة الوعي بقضية الارهاب المثارة في هذه القنوات من خلال ماتقدمه من رسائل اعلامية مختلفة حول هذه الظاهرة.
وللوصول الى قياس فعالية دور الفضائيات العراقية في هذا الاطار، يستهدف البحث قياس العلاقات الآتية:

-العلاقة بين تعرض عينة البحث للفضائيات العراقية والمعرفة بالارهاب (قياس التأثير المعرفي). -العلاقة بين تعرض عينة البحث للفضائيات العراقية ومدى استعداد المبحوثين في ان يسلكوا سلوكاً رافضاً للارهاب (قياس التأثير في الاتجاه والتأثير السلوكي). -العلاقة بين المتغيرات الديموغرافية لعينة البحث من حيث (الجنس، السن، المستوى الاقتصادي) وكل من (المعلومات عن الارهاب، الاتجاه نحو الارهاب، مدى الرفض للارهاب).

اولاً: نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام

اهداف النظرية

من الأهداف الرئيسية لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام الكشف عن الأسباب التي تجعل لوسائل الإعلام أحياناً آثار قوية ومباشرة، وفي أحيان أخرى تكون لها تأثيرات غير مباشرة وضعيفة نوعاً ما. ويمكن القول: إن نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام هي (نظرية بيئية)، والنظرية البيئية تنظر إلى المجتمع باعتباره تركيباً عضوياً، وهي تبحث في كيفية ارتباط أجزاء من النظم الاجتماعية صغيرة وكبيرة يرتبط كل منها بالآخر، ثم تحاول تفسير سلوك الأجزاء فيما يتعلق بهذه العلاقات. وكما يوحى اسم النظرية فإن العلاقة الرئيسية التي تحكمها هي علاقة الاعتماد بين وسائل الإعلام والنظام الاجتماعي والجمهور، وقد تكون هذه العلاقات مع نظم ووسائل الإعلام جميعها، أو مع أحد أجزائها مثل: الصحف - المجلات - الراديو - التلفزيون - السينما^(١)..

ركائز النظرية

تقوم علاقات الاعتماد على وسائل الإعلام على ركيزتين أساسيتين هما:^(٢)
١-الأهداف: لكي يحقق الأفراد والجماعات والمنظمات المختلفة أهدافهم الشخصية أو جماعات أو منظمات أخرى، والعكس صحيح.

٢- المصادر: يسعى الأفراد والمنظمات نحو المصادر المختلفة التي تحقق أهدافهم، وتعد وسائل الإعلام نظام معلومات يسعى إليه الأفراد والمنظمات من أجل بلوغ أهدافهم إذ تتحكم وسائل الاعلام في ثلاثة مصادر للمعلومات هي:^(٣)

-المصدر الاول : جمع المعلومات.

-المصدر الثاني: تنسيق المعلومات.

-المصدر الثالث: نشر المعلومات والقدرة على توزيعها على جمهور غير محدود.

يشير نموذج الاعتماد على وسائل الاعلام الى وجود بعض المتغيرات التي تؤثر في نظام وسائل الاعلام الذي يخلقه الافراد لانفسهم لخدمة الاهداف الشخصية بصورة افضل من اهمها وجود ازمان او صراعات. وتختلف ابعاد الاعتماد على وسائل الاعلام إذ قد تتعارض طبيعة الاعتماد هنا مع الاستخدامات الفردية في الاوقات العادية مما يفسر حالات التماثل في الاستخدام التي تنشأ في هذه الظروف التي تتطلب معلومات فورية.

كذلك تدرس النظرية علاقة الاعتماد بين وسائل الاعلام والافراد من خلال المراحل التي تمر بها هذه العلاقة والتي تتمثل الخطوة الاولى منها في قيام الفرد النشاط بأنثناء محتوى معين من وسائل الاعلام متوقعاً أن يتعرض سوف يساعده على تحقيق هدف أو أكثر. وتعتمد التوقعات على:^(٤)
-تجارب وخبرات سابقة. -علاقة الفرد بالآخرين. -اشارات ومعلومات يحصل عليها الفرد من وسائل الاعلام.

اما الخطوة الثانية فتعني درجة اعتماد اكبر على المحتوى تختلف باختلاف عوامل محددة منها:
-الاهداف الشخصية. -الوضع الشخصي والاجتماعي. -التوقعات في ما يتعلق بالفائدة المحتملة من هذا المحتوى. -سهولة الوصول للمحتوى.

اما الخطوة الثالثة

فيعد الاشتراك فيها عنصراً أساسياً. فالافراد الذين اثيروا معرفياً وادراكياً وعاطفياً في المرحلة الاولى والثانية. يتوقع تعرضهم لدرجة اندماج ومشاركة أكبر تؤهلهم للمشاركة في نوع من التنسيق الدقيق للمعلومات بع التعرض.

اما الخطوة الرابعة ففيها يكون الافراد المشاركون بشكل مكثف في تنسيق المعلومات أكثر قابلية للتأثر بمحتوى وسائل الاعلام مما ينعكس على اتجاهاتهم وقيمهم وسلوكهم.

وهذا الاعتماد الذي تتشكل ملامحه من خلال المراحل السابقة تنشأ عنه بعض الآثار منها:
-الآثار المعرفية وتتمثل في كشف الغموض وتكوين الاتجاهات وترتيب اولويات الاهتمام واتساع المعتقدات والتأثير في القيم. -الآثار الوجدانية وتتمثل في التعرف على آثار وسائر الاعلام في المشاعر والعواطف وقياس هذه الآثار ومنها الفتور العاطفي او اللامبالاة تجاه المحتوى والخوف والقلق واخيراً الدعم المعنوي والاعتزاز. -الآثار السلوكية وتتمثل في تأثير الاعتماد على محتوى وسائل الاعلام في التنشيط أي قيام الفرد بعمل ما نتيجة التعرض للوسيلة الاعلامية او الخمول أي عدم النشاط وتجنب القيام بالفعل^(٥).

الفروض الرئيسية لنظرية الاعتماد على وسائل الاعلام

يتمثل الفرض الرئيسي لنظرية الاعتماد على وسائل الاعلام في ان الاعتماد على وسائل الاعلام يزيد القدرة على استقبال المعلومات المطلوبة من المصادر الشخصية مع مراعاة وفرة المعلومات المطلوبة وتقييمها ومقارنتها بالمصادر الشخصية لدى الجمهور. وكلما ازدادت المجتمعات تعقيداً ازداد

اعتماد الافراد على وسائل الاعلام خارج مجموعاتهم. وقد ربطت هذه النظرية بين هذا الفرض الرئيسي وبين بعض المتغيرات التي تزيد من حجم هذا الاعتماد ومنها مرور المجتمع بحالات من عدم الاستقرار ومدى قدرة البناء الاجتماعي من خلال نظامه الاعلامي على تلبية احتياجات الافراد من المعلومات. واخيراً الاختلافات الفردية التي تؤثر في زيادة هذا الاعتماد من جانب الجمهور الذي يزيد اعتماده على هذه الوسائل لعدم توفر وسائل شخصية مباشرة لديه للحصول على المعلومات.^(١)

ثانياً- الاتجاه-البنية المفاهيمية

تعريف الاتجاه: اختلف علماء النفس في تصورهم لمفهوم الاتجاه، ونتج عن اختلاف رؤيتهم العديد من التعريفات منها^(٢)

١- الاتجاه «حالة استعداد عقلي عصبى. تنظم عن طريق الخبرة. وتباشر تأثيراً موجهاً أو ديناميكياً في استجابات الفرد نحو جميع الموضوعات أو المواقف المرتبطة بها». ٢-الاتجاه «تنظيم مكتسب. له صفة الاستمرار النسبي للمعتقدات التي يعتقدها الفرد. نحو موضوع أو موقف. وبهيئته للاستجابة. باستجابة تكون لها الأفضلية عنده». ٣- الاتجاه «نزعة الفرد أو استعداده المسبق إلى تقويم موضوع ما أو رمز يرمز له بطريقة معينة». ٤- الاتجاه درجة العاطفية الايجابية أو السلبية المرتبطة بموضوع نفسي معين. ويقصد بالموضوع النفسي أي رمز أو شعار أو شخص أو موضوع أو مؤسسة أو فكرة يمكن أن يختلف الناس في عاطفتهم تجاهها إيجابياً أو سلباً. ٥- الاتجاه «استجابة غير ظاهرة نتيجة لحافز. وتعد ذات مغزى اجتماعي في مجتمع الفرد».

وظائف الاتجاهات:

تنهض الاتجاهات بالكثير من الوظائف التي تيسر للفرد التكيف النفسي والاجتماعي. والاستجابة المناسبة والأوضاع المختلفة. ومن بين الوظائف التي تؤديها الاتجاهات تلك التي حددها (كاتز) ولخصها على النحو التالي:

١- الوظيفة الوظيفية التلاؤمية النفعية: تقوم هذه الوظيفة على أساس أن الناس يعملون من أجل الحصول على مزيد من المعززات التي يتلقونها من الوسط المحيط بهم. وفي الوقت نفسه يعملون من أجل تقليل المزعجات التي يحتمل أن يتعرضوا لها. فالإتجاهات تؤدي وظيفة تلاؤمية نفعية تكون وسيلة للوصول إلى هدف مرغوب فيه.

٢- وظيفة الدفاع عن الأنا: ويبدو ذلك واضحاً من خلال تمسك الفرد بأفكار عن نفسه وعن الآخرين. تخميه من التهديد وتبقيه _ على الأقل من وجهة نظره _ في وضع آمن. بعيداً عن الشعور بالخوف والقلق والدونية ... الخ.^(٣)

٣- وظيفة التعبير عن الشخصية ونموها وتحقيقها: أي أن بعض الاتجاهات التي تظهر في سلوك الفرد هي تعبير عن القيم والأفكار والمعتقدات التي يمسك بها .

٤- الوظيفة المعرفية: تستند هذه الوظيفة إلى حاجة الفرد إلى معرفة العالم الذي يعيش فيه. واكتشاف ظواهره وأسراره.^(٤)

ويمكن إجمال أهم هذه الوظائف فيما يلي :

- ١- الاتجاه يحدد منحى السلوك ووجهته.
- ٢- الاتجاه ينظم العمليات الدافعية والانفعالية والمعرفية حول بعض الموضوعات الموجودة في المجال الذي يعيش الفرد فيه.

٣- الاتجاهات تنعكس في سلوك الفرد وأقواله وأفعاله.

٤- الاتجاهات تيسر اتخاذ القرارات في المواقف المختلفة مع توفير قدر من الوحدة والاتساق لها^(١٠).

٥- تعد أساساً لبروز أنماط سلوكية شبه ثابتة نحو الأشياء والموضوعات والأشخاص .

٦- تعد انعكاساً لمدى مسايرة الفرد لمعايير الجماعة التي ينتمي إليها ولقيمتها ومعتقداتها.

٧- تحمل الفرد على أن يشعر ويدرك ويفكر ويسلك بطريقة أو طرائق محددة.^(١١)

ثالثاً- الارهاب التعريف والمفهوم

الإرهاب في اللغة: تشتق كلمة «إرهاب» من الفعل المزيد (أرهب) : ويقال أرهب فلانا: أي خوَّفه وفزَّعه . وهو المعنى نفسه الذي يدل عليه الفعل المضعف (رَهَبَ) . أما الفعل المجرد من المادة نفسها وهو (رَهَبَ) ، يَرْهَبُ رَهْبَةً وَرَهْبًا وَرَهَبًا فيعني خاف . فيقال : رَهَبَ الشيء رهبا ورهبة أي خافه . والرهبة: الخوف والفرع . أما الفعل المزيد بالناء وهو (تَرَهَّبَ) فيعني انقطع للعبادة في صومعته . ويشتق منه الراهب والراهبة والرهينة والرهبانية ... إلخ . وكذلك يستعمل الفعل تَرَهَّبَ بمعنى توعد إذا كان متعديا فيقال ترهب فلانا : أي توعدده . وأَرَهَبَهُ ورَهَبَهُ واستَرَهَبَهُ: أخافه وفزَّعه . وتَرَهَّبَ الرجل: إذا صار راهباً يخشى الله.

والراهب: المتَّعَبِد في الصومعة . والإرهابيون في «المعجم الوسيط»: وصف يطلق على الذين يسلكون سبيل العنف والإرهاب لتحقيق أهدافهم السياسية . والإرهابي في «المنجد»: من يلجأ إلى الإرهاب لإقامة سلطته . والحكم الإرهابي هو نوع من الحكم يقوم على الإرهاب والعنف تعتمد إليه حكومات أو جماعات ثورية ولا يختلف هذا المعنى عما تقرره اللغات الأخرى في هذا الصدد . فقد ورد في قاموس «المورد» أن كلمة terror تعني: «رعب ، ذعر ، هول . كل ما يوقع الرعب في النفوس . إرهاب . عهد إرهاب» . والاسم terrorism يعني: «إرهاب ، ذعر ناشئ عن الإرهاب» . و terrorist تعني: «الإرهابي» . والفعل terrorize يعني: «يُرهب ، يُرَوِّع ، يُكرهه (على أمر) بالإرهاب» . وفي قاموس أكسفورد «Oxford Dictionary» : «جَد أن كلمة Terrorist «الإرهابي» هو الشخص الذي يستعمل العنف المنظم لضمان نهاية سياسية . والاسم Terrorism بمعنى «الإرهاب» يُقصد به «استخدام العنف والتخويف أو الإرعاب . وبخاصة في أغراض سياسية»^(١٢).

الاختلاف حول مفهوم «الإرهاب» وتعريفه: أدى اختلاف الدول في نظرتها إلى الإرهاب من حيث مفهومه ومعناه . إلى صعوبة اتفاقها على المستوى الدولي بشأن التعاون لمكافحة هذه الظاهرة . ويمكن تجسيد هذا الاختلاف في العبارة المختصرة التي تقول : «إن الإرهابي في نظر البعض . هو محارب من أجل الحرية في نظر الآخرين» .

وأدى ذلك إلى فشل أغلب الجهود الدولية في الوصول إلى تحديد دقيق لحقيقة الإرهاب . مما حال دون الاتفاق على درجة من التعاون الدولي لمكافحة الإرهاب . لدرجة أن المؤتمر الدولي الذي عقد في عام ١٩٧٣م لبحث الإرهاب والجريمة السياسية قد انتهى إلى أن عدم وجود مفهوم واضح للأسباب التي تؤدي إلى مارسة النشاطات التي تنشئ حالة الإرهاب هو العقبة التي تحول دون اقتلاع الإرهاب واجتثاث جذوره . ويختلف الوصف الذي يطلقه رجال الإعلام على أعضاء المنظمات الإرهابية باختلاف الموقف السياسي الذي يتخذه تجاههم . ومن ثم استخدمت أوصاف مختلفة عند الإشارة إليهم . فهم إما إرهابيون أو مخربون أو عصاة أو منشقون أو مجرمون . وإما جنود تحرير أو محاربون من أجل الحرية أو مناضلون أو رجال حركة شعبية أو ثورية وأحياناً يوصفون بأنهم خصوم أو معارضون للحكم أو «رايديكاليون» (متطرفون:

وتوصف عملياتهم في نظر بعض الكتاب بأنها عمليات إرهابية أو أفعال إجرامية دنيئة وغادرة . وفي نظر بعضهم الآخر تعد عمليات فدائية أو عمليات مقاومة أو تحرير . وقد حاولت المنظمات الدولية كالأمم المتحدة تحديد مفهوم الفعل الإرهابي من منطلق أن «الإرهاب» هو شكل من أشكال العنف المنظم ، بحيث أصبح هناك اتفاق عالمي على كثير من صور الأعمال الإرهابية مثل الاغتيال والتعذيب واختطاف الرهائن واحتجازهم وبث القنابل والعبوات المتفجرة واختطاف وسائل النقل كالسيارات والأتوبيسات والطائرات أو تفجيرها ، وتلغيم الرسائل وإرسالها إلى الأهداف التي خطط الإرهابيون للإضرار بها . . . إلخ . فالإرهاب هو نمط من أنماط استخدام القوة في الصراع السياسي ، حيث تستهدف العمليات الإرهابية القرار السياسي ، وذلك بإرغام دولة أو جماعة سياسية على اتخاذ قرار أو تعديله أو تحريره ، مما يؤثر في حرية القرار السياسي لدى الخصوم . والإرهاب هو باختصار عبارة عن العمليات المادية أو المعنوية التي تخوي نوعاً من القهر للآخرين ، بغية تحقيق غاية معينة . وكانت وكالة الاستخبارات المركزية الأمريكية (C . I . A) . قد تبنت في (١٩٨٠م) ،

تعريفاً ينص على أن «الإرهاب هو التهديد باستعمال العنف أو استعمال العنف لأغراض سياسية من قبل أفراد أو جماعات ، سواء تعمل لصالح سلطة حكومية قائمة أو تعمل ضدها . وعندما يكون القصد من تلك الأعمال إحداث صدمة ، أو فزع ، أو ذهول ، أو رعب لدى المجموعة المستهدفة والتي تكون عادة أوسع من دائرة الضحايا المباشرين للعمل الإرهابي . وقد شمل الإرهاب جماعات تسعى إلى قلب أنظمة حكم محددة ، وتصحيح مظالم محددة ، سواء كانت مظالم قومية أم لجماعات معينة ، أو بهدف تدمير نظام دولي كغاية مقصودة لذاتها» . وقد اجتمعت لجنة الخبراء العرب في تونس ، في الفترة (من ٢٢-٢٤ أغسطس سنة ١٩٨٩م) لوضع تصور عربي أولي عن مفهوم الإرهاب والإرهاب الدولي والتمييز بينه وبين نضال الشعوب من أجل التحرر ، (١٤)

ووضعت تعريفاً يعد أكثر الصيغ شمولية ووضوحاً ، حيث ينص على أن الإرهاب «هو فعل منظم من أفعال العنف أو التهديد به يسبب فزعاً أو رعباً من خلال أعمال القتل أو الاغتيال أو حجز الرهائن أو اختطاف الطائرات أو تفجير المرفقات وغيرها مما يخلق حالة من الرعب والفوضى والاضطراب ، والذي يستهدف تحقيق أهداف سياسية سواء قامت به دولة أو مجموعة من الأفراد ضد دولة أخرى أو مجموعة أخرى من الأفراد ، وذلك في غير حالات الكفاح المسلح الوطني المشروع من أجل التحرير والوصول إلى حق تقرير المصير في مواجهة جميع أشكال الهيمنة أو قوات استعمارية أو محتلة أو عنصرية أو غيرها» . (١٥)

رابعاً- إجراءات البحث والدراسة الميدانية

أولاً : منهج البحث: يعد هذا البحث من البحوث الكشفية الاستطلاعية وهي البحوث التي تدرس ظاهرة ما لأول مرة ، ويستخدم منهج المسح وهو عبارة عن :
أ- دراسة عملية للظواهر الموجودة في جماعة معينة في مكان معين .
ب- أنه ينصب على الوقت الحاضر ، إذ يتناول ظواهر موجودة بالفعل وقت إجراء المسح وليست في فترة ماضية . (١٦)

ثانياً : مجالات البحث:

١- المجال المكاني: اقتصر حدود المجال المكاني لهذا البحث على مجتمع كلية الاعلام جامعة بغداد لما

دور القنوات الفضائية العراقية في تشكيل معارف الطلبة واتجاهاتهم نحو الارهاب د. محسن جلوب الكنانني

تميز به من خصائص تمكن الباحث من التوصل الى نتائج واستنتاجات يمكن تعميمها على مجالات اوسع . من بين اهم الخصائص انه يضم اصحاب التخصص والدارسين له. كذلك يعد الكثير من افراد مجتمع البحث مرسلًا في عملية الاتصال الجماهيري كون الكثير منهم يعمل في القنوات الفضائية. والآخرين.

٢- المجال البشري: شمل مجتمع البحث طلب كلية الاعلام جامعة بغداد بمراحله الاربعة للعام الدراسي ٢٠١١-٢٠١٢ .

٣- المجال الزمني: حددت المدة من ٢٠١١/١٠/١ الى ٢٠١٢/٣/١

ثالثا : عينة البحث

اختار الباحث عينة طبقية تناسبية وهي تتيح مجال افضل للتمثيل بين (مجتمع البحث وعينته) طبقاً لقوة ومقدار عدد كل فئة او طبقة.^(١٧)

اجراءات سحب العينة: -الحصول على المجموع الكلي لطلبة كلية الاعلام جامعة بغداد. -بحاصل ضرب العينة المراد استخراجها بعدد الطبقة او الفئة وتقسيم الناتج على المجموع الكلي للطبقات (اطار البحث). نحصل على عدد الاستمارات لكل قسم. -استخراج عدد الاستمارات لكل مرحلة في كل قسم.

العدد الكلي لطلبة القسم يقسم على عدد طلبة المرحلة ثم نقسم عدد الاستمارات الكلي للقسم على الناتج من تقسيم العدد الكلي لطلبة القسم على عدد طلبة المرحلة -استخراج عدد الاستمارات للذكور والاناث في كل مرحلة نقسم العدد الكلي للمرحلة على عدد الذكور او الاناث في المرحلة ثم نقسم عدد استمارات المرحلة على الناتج

استخراج عدد الاستمارات لكل قسم

٥٧=١١٧٣/٤٥٥×١٥٠ استمارة لقسم الصحافة الاذاعية والتلفزيونية ٤٦=١١٧٣/٣٦٥×١٥٠ استمارة لقسم الصحافة ٤٧=١١٧٣/٣٧٣×١٥٠ استمارة لقسم العلاقات العامة

من خلال تطبيق القوانين اعلاه

قسم الصحافة الاذاعية والتلفزيونية

المرحلة الاولى ١٤ استمارة ٩ استمارة للذكور و٥ استمارة للاناث المرحلة الثانية ١١ استمارة ٨ استمارة للذكور و٣ استمارة للاناث

المرحلة الثالثة ١٤ استمارة ١٠ استمارة للذكور و٤ استمارة للاناث المرحلة الرابعة ١٨ استمارة ١٤ استمارة للذكور و٤ استمارة للاناث

قسم الصحافة

المرحلة الاولى ١١ استمارة ٧ استمارة للذكور و٤ استمارة للاناث المرحلة الثانية ١١ استمارة ٩ استمارة للذكور و٢ استمارة للاناث

المرحلة الثالثة ٩ استمارة ٥ استمارة للذكور و٤ استمارة للاناث المرحلة الرابعة ١٥ استمارة ٧ استمارة للذكور و٨ استمارة للاناث

قسم العلاقات العامة:

المرحلة الاولى ٩ استمارة ٥ استمارة للذكور و٤ استمارة للاناث المرحلة الثانية ١١ استمارة ٧ استمارة

للذكور و٤ استثمارة للأنثى

المرحلة الثالثة ١٥ استثمارة ٩ استثمارة للذكور و١٦ استثمارة للأنثى المرحلة الرابعة ١٢ استثمارة ٧ استثمارة

للذكور و٥ استثمارة للأنثى

رابعاً : أدوات جمع البيانات

١-استبانة

٢- قام الباحث ببناء استبانة ومقياس خماسي (*) يتكون من المتدرجات (اوافق بشدة , اوافق , اوافق الى حد ما , لا اوافق , لا اوافق بشدة) ويتكون هذا المقياس من (٣٢) فقرة طبقه الباحث على عينة البحث.

١- مرحلة اعداد المقياس

قام الباحث بتجميع فقرات المقياس من خلال :-

أ- الاطلاع على عدة دراسات سابقة وبحوث نظرية وميدانية عربية وعالمية تمس الموضوع بطريقة او بأخرى .

ب- الاعتماد على الاهداف التي رسمها الباحث لصياغة فقرات المقياس .

ج- الاستفادة من متابعة القنوات المتخصصة في تشخيص جوانب عمل هذه القنوات وما يرتبط بذلك من فقرات المقياس المناسبة .

د- الاستفادة من خبرات العديد من الافراد خارج نطاق العينة في تصميم بعض فقرات المقياس.

٢- مرحلة اختبار صدق المقياس .

من اجل التحقق من صدق المقياس استخدم الباحث طريقة .

أ- الصدق الظاهري: اذ قام الباحث بعرض المقياس على هيئة من الخبراء (*) المتخصصين في علم الاعلام . اذ قام الباحث بتعديل الاستثمارة واخراجها بشكلها النهائي على ضوء الملاحظات والتعديلات المقترحة من هؤلاء الخبراء .

٣- مرحلة اختبار ثبات الاستبانة والمقياس: اعتمد الباحث في ايجاد الثبات لاداة بحثه على طريقة (اعادة الاختبار) اذ تم ذلك من خلال اختبار عينة عمدية بلغ تعدادها (١٥) مبحوثاً بنسبة (١٠٪) من حجم العينة (١٥٠) اختبروا بطريقة عمدية من مجتمع الدراسة. كانت المدة بين الاختبار الاول والثاني (١٥) يوم . وظهرت النتائج ان درجة الاتفاق بالنسبة لجميع فقرات المقياس تتراوح بين درجة (٠,٨٧) كحد ادنى ودرجة (٠,٩٥) كحد اعلى. وهي درجة ثبات مرتفعة جداً . اذ استخدم الباحث معادلة بيرسون لقياس معامل الثبات وهذه المعادلة هي :-

$$r = \frac{\sum (S_1 - S_2)(S_1 - S_2)}{\sum (S_1 - S_2)^2 + \sum (S_2 - S_1)^2}$$

[ن مج س٢ - (مج س) ٢ ن مج ص٢ - (مج ص) ٢]

اذ أن ر = معامل ارتباط بيرلسون ن = العدد او التكرار مج = المجموع س = القراءة الاولى ص = القراءة الثانية

خامساً - تبويب البيانات وتصنيفها: تتضمن هذه العملية ثلاثة مراحل

١- مرحلة التدقيق: قام الباحث في هذه المرحلة بمراجعة البيانات التي حصل عليها. للتأكد من عدم وجود بيانات ناقصة كذلك التأكد من ان الاجابات متكاملة وخالية من وجود التكرار . ٢- مرحلة تكوين الجداول: هي المرحلة الاخيرة في عملية تبويب وتصنيف البيانات اذ قام الباحث بتفريغ المعلومات في جداول احصائية لكي تكون فيما بعد مهيأة للتحليل .

دور القنوات الفضائية العراقية في تشكيل معارف الطلبة واتجاهاتهم نحو الارهاب د. محسن جلوب الكناني

سادساً: المعالجة الاحصائية للبيانات: اعتمد الباحث لاختبار فروض بحثه والاجابة على التساؤلات النسب المئوية ومعامل ارتباط كاي² لتحديد العلاقة بين بعض المتغيرات.

سابعاً: تحليل وتفسير البيانات: بعد ان فرغ الباحث من مرحلة تبويب البيانات وتصنيفها واستخدام الوسائل الاحصائية ، قام بتحليل البيانات اذ ان التحليل يؤدي وظيفتين اساسيتين الاولى تختص بالوصف الاحصائي للبيانات والثانية تختص باستنتاج العلاقات المختلفة بين المتغيرات .

الدراسة الميدانية جدول رقم (١) يوضح توزيع عينة البحث حسب نوع الجنس

النوع	التكرار	النسبة المئوية
ذكور	٩٧	٦٤,٦٦
اناث	٥٣	٣٥,٣٣
المجموع	١٥٠	%١٠٠

يتبين من جدول رقم (١) ان نسبة الطلبة الذكور في كلية الاعلام اكثر من نسبة الطلبة الاناث. ويعتقد الباحث ان هذا التفاوت بين نسبة الطلبة الذكور والاناث يرجع الى قلة رغبة الاناث في ارتياد كلية الاعلام لاعتبارات قيمية اجتماعية. لامجال لذكرها في هذا البحث لانها بحد ذاتها تحتاج الى دراسة.

جدول رقم (٢) يوضح توزيع اعمار عينة البحث

النوع	العمر	التكرار	النسبة المئوية
الذكور	١٨	١٤	١٤,٤٣
	١٩	٢٠	٢٠,٦١
	٢٠	١٧	١٧,٥٢
	٢١	١٣	١٣,٤٠
	٢٢	٢٣	٢٣,٧١
	٢٣	٤	٤,١٢
	٢٤	٤	٤,١٢
	٢٥	١	١,٠٣
	٣٠	١	١,٠٣
	المجموع	٩٧	%١٠٠
الاناث	١٨	١٠	١٨,٨٦
	١٩	٧	١٣,٢٠
	٢٠	١٠	١٨,٨٦
	٢١	١٣	٢٤,٥٢
	٢٢	٧	١٣,٢٠
	٢٣	٣	٥,٦٦
	٢٤	٢	٣,٧٧
	٣٢	١	١,٨٨
	المجموع	٥٣	%١٠٠

دور القنوات الفضائية العراقية في تشكيل معارف الطلبة واتجاهاتهم نحو الارهاب د. محسن جلوب الكنانني

يتضح من جدول رقم (٢) ان الفرص كانت متساوية في ظهور كل اعمار طلبة كلية الاعلام جامعة بغداد. وان دل هذا على شيء، فإنه يدل على توفيق الباحث في اختيار نسب عدد افراد العينة، كذلك يؤكد امكانية تعميم النتائج.

جدول رقم (٣) يوضح القومية لعينة البحث

النوع	القومية	التكرار	النسبة المئوية
ذكور	عربية	٩٠	٩٢,٧٨
	كردية	٤	٤,١٢
	تركمانية	٣	٣,٠٩
	المجموع	٩٧	٪١٠٠
اناث	عربية	٤٨	٩٠,٥٦
	كردية	٣	٥,٦٦
	تركمانية	٢	٣,٧٧
	المجموع	٥٣	٪١٠٠

يتضح من جدول رقم (٣) ان العدد الاكبر من عينة البحث من القومية العربية، ويعتقد الباحث ان هذه الارقام طبيعية بعد ٢٠٠٣، لاسباب يجمها بالاتي:

١- التغير الديموغرافي الذي حصل في محافظات العراق كافة ما عدا اقليم كردستان بسبب سنوات العنف الطائفي. ٢- هجرة الكثير من ابناء البلد الى خارجه، لاسيما (ابناء الديانة المسيحية). ٣- هجرة اكثر ابناء القومية الكردية والتركمانية من المحافظات باتجاه اقليم كردستان. ٤- فتح العديد من الجامعات والكليات في المحافظات الشمالية لاسيما في اقليم كردستان. ٥- هجرة معظم ماتبقى من ابناء الديانة المسيحية باتجاه اقليم كردستان. ٦- قلة ابناء الديانات الاخرى لاسيما بعد ٢٠٠٣ الذين يرتادون جامعات بغداد، لتركزهم في مناطق معينة من العراق بعيدة عن العاصمة، فضلاً عن وجود جامعات في المناطق التي يعيشون فيها، مثل جامعة الموصل على سبيل المثال وجامعات اقليم كردستان.

جدول رقم (٤) يوضح المذهب لعينة البحث

النوع	المذهب	التكرار	النسبة المئوية
ذكور	شيوعي	٦٠	٦١,٨٥
	سني	٣٧	٣٨,١٤
	المجموع	٩٧	٪١٠٠
اناث	شيوعية	٣٠	٥٦,٦٠
	سنية	٢٣	٤٣,٣٩
	المجموع	٥٣	٪١٠٠

يتضح من جدول رقم (٤) ان عدد افراد عينة البحث من الطائفة السنية يقترب من عدد افراد عينة البحث من الطائفة الشيعية سواء على مستوى الذكور او الاناث، مما يؤكد ان فرص القبول في كلية الاعلام جامعة بغداد متساوية تقريباً لابناء الطائفتين المسلمتين، لاسيما ان عينة البحث كانت (طبقية

دور القنوات الفضائية العراقية في تشكيل معارف الطلبة واتجاهاتهم نحو الارهاب د. محسن جلوب الكنانني

تناسبية). مما يعطي فرصة للباحث من أجل اختبار احد الفروض التي وضعها.

جدول رقم (٥) يوضح الحالة الاجتماعية لعينة البحث

النوع	الحالة الاجتماعية	التكرار	النسبة المئوية
الذكور	متزوج	٢	٢,٠٦
	منفصل	صفر	صفر
	مطلق	صفر	صفر
	ارمل	صفر	صفر
	اعزب	٩٥	٩٧,٩٣
	المجموع	٩٧	%١٠٠
الاناث	متزوج	٥	٩,٤٣
	منفصل	صفر	صفر
	مطلق	صفر	صفر
	ارمل	صفر	صفر
	اعزب	٤٨	٩٠,٥٦
	المجموع	٥٣	%١٠٠

يتبين من جدول رقم (٥) انه باستثناء اثنين من الذكور وخمسة من الأناث، فأُن باقى العينة كلها تدرج تحت الحالة الاجتماعية (اعزب). ويعتقد الباحث ان هذه الأرقام طبيعية لاسيما ان افراد عينة البحث من الطلبة.

جدول رقم (٦) يوضح المستوى الاقتصادي لعينة البحث

النوع	المستوى الاقتصادي	التكرار	النسبة المئوية
الذكور	جيد جداً	٣	٣,٠٩
	جيد	٣٥	٣٦,٠٨
	متوسط	٥٨	٥٩,٧٩
	سوء	١	١,٠٣
	سوء جداً	صفر	صفر
	المجموع	٩٧	%١٠٠
الاناث	جيد جداً	٤	٧,٥٤
	جيد	٢٥	٤٧,١٦
	متوسط	٢٣	٤٣,٣٩
	سوء	١	١,٨٨
	سوء جداً	صفر	صفر
	المجموع	٥٣	%١٠٠

دور القنوات الفضائية العراقية في تشكيل معارف الطلبة واتجاهاتهم نحو الارهاب د. محسن جلوب الكنانني

يتضح من جدول رقم (٦) ان المستوى الاقتصادي لأكثر افراد عينة البحث يتراوح بين (متوسط) و (جيد) . وهذا شي طبيعي في العراق ووسط طلبة الكليات الانسانية التي عادة ما يرتادها الطلبة ذوي المستوى الاقتصادي المتوسط. وبنسبة اقل ذوي المستوى (الجيد). وكلية الاعلام واحدة من هذه الكليات. جدول رقم (٧) يوضح القنوات الفضائية التي يعتمد عليها افراد عينة البحث في الحصول على

المعلومات بشكل عام

النوع	القنوات الفضائية	التكرار	النسبة المئوية
الذكور	القنوات الفضائية العراقية	٦٧	٦٩,٠٧
	القنوات الفضائية العربية	٢٧	٢٧,٨٣
	القنوات الفضائية العالمية	٣	٣,٠٩
	المجموع	٩٧	٪١٠٠
الاناث	القنوات الفضائية العراقية	٢٨	٥٢,٨٣
	القنوات الفضائية العربية	٢٢	٤١,٥٠
	القنوات الفضائية العالمية	٣	٥,٦٦
	المجموع	٥٣	٪١٠٠

يتضح من جدول رقم (٧) الموقع المتميز التي تحظى به القنوات الفضائية العراقية لدى المبحوثين لاسيما (الذكور) كمصدر رئيسي للحصول على المعلومات والبيانات حول الاحداث المختلفة. اذ احتلت القنوات الفضائية العراقية على المرتبة الاولى من حيث اعتماد المبحوثين عليها. وهذا يعطي مؤشرات منها مايتعلق بالمبحوثين والاخرى متعلقة بالقنوات الفضائية العراقية نفسها:

١- بالنسبة للمبحوثين. هذه الارقام تدل على ثقتهم بهذه القنوات كمصدر من مصادر معلوماتهم حول الاحداث المختلفة. ٢- هذه الارقام تدل ايضاً على الدور المعرفي المهم التي تلعبه القنوات الفضائية العراقية من حيث بناء المعرفة وتصحيح المفاهيم والمعلومات حول القضايا المختلفة. ٣- لثقة المبحوثين بهذه القنوات نتيجة ما افرزته ارقام هذا الجدول. بإمكان هذه القنوات تشكيل الرأي العام والتأثير في اتجاهاته إزاء هذه القضايا.

جدول رقم (٨) يوضح معدل مشاهدة عينة البحث للقنوات الفضائية العراقية

النوع	معدل المشاهدة	التكرار	النسبة المئوية
الذكور	دائماً	٥٣	٥٤,٦٣
	أحياناً	٤٢	٤٣,٢٩
	نادراً	٢	٢,٠٦
	المجموع	٩٧	٪١٠٠
الاناث	دائماً	٢٧	٥٠,٩٤
	أحياناً	٢٥	٤٧,١٦
	نادراً	١	١,٨٨
	المجموع	٥٣	٪١٠٠

دور القنوات الفضائية العراقية في تشكيل معارف الطلبة واتجاهاتهم نحو الارهاب د . محسن جلوب الكنانني

يتضح من جدول رقم (٨) ان معدل مشاهدة عينة البحث للقنوات الفضائية العراقية جاء مناصفة بين (دائماً) و (أحياناً). مما يدل على اعتماد المبحوثين على القنوات الفضائية العراقية كمصدر مهم للمعلومات وتشكيل المعارف حول القضايا المختلفة. ويظن الباحث ان هذ النسب تؤشر مصداقية كبيرة في اجابات افراد العينة وتتطابق مع الجداول السابقة. ويعزي الباحث هذه النسب الى مشاهدة افراد عينة البحث للقنوات العربية والعالمية وعدم اغفال متابعتها.

جدول رقم (٩) يوضح القنوات الفضائية العراقية المفضلة لدى افراد عينة البحث

النوع	القناة المفضلة	التكرار	النسبة المئوية
	الاتجاه	٦	٢
	البغدادية	٢٢	٧,٣٣
	السومرية	١٣	٤,٣٣
	الفرات	٢١	٧
	الشرقية	٢٧	٩
	الرشيد	١٩	٦,٣٣
	الحرية	٤	١,٣٣
	العراقية	٤٠	١٣,٣٣
	افاق	١٦	٥,٣٣
	المسار	٢٠	٦,٦٦
	الفيحاء	٢٣	٧,٦٦
	بلادي	١٧	٥,٦٦
	المسار الاولى	١٤	٤,٦٦
	الحرية-عراق	٣٣	١١
	كربلاء	٢٢	٧,٣٣
	الغدير	٣	١
	المجموع	٣٠٠	٪١٠٠
النوع	القناة المفضلة	التكرار	النسبة المئوية

دور القنوات الفضائية العراقية في تشكيل معارف الطلبة واتجاهاتهم نحو الارهاب د. محسن جلوب الكنانني

الشرقية	٢٢	١١
العراقية	١٤	٧
الديار	٤	٢
بغداد	١٧	٨,٥
البغدادية	٢١	١٠,٥
البابلية	١٣	٦,٥
السومرية	٣٠	١٥
الحرية	٣	١,٥
الديار	٦	٣
الرشيد	١١	٥,٥
افاق	١٧	٨,٥
الاتجاه	٨	٤
الفرات	١٥	٧,٥
بلادي	١٩	٩,٥
المجموع	٢٠٠	١٠٠٪

ملاحظة : في هذا الجدول كانت للمبحوث فرصة في تأشير أكثر من خيار ضمن ضمن هذا السؤال الأمر الذي جعل عدد التكرارات يتجاوز أجمالي عدد التكرارات التي تم دراستها.

يتضح من جدول رقم (٩) ان أكثر القنوات الفضائية العراقية التي يتعرض لها افراد عينة البحث جاءت قنوات العراقية والشرقية والبغدادية والفرات وبلادي والسومرية وافاق. لكن بمراجعة دقيقة للبيانات التي حصل عليها الباحث من اجابات المبحوثين على استمارة التحليل. تبين ان التعرض للقنوات الفضائية العراقية كان على اساس القومية والطائفية. اذ وجد الباحث ان اغلب افراد عينة البحث التي تتعرض للقنوات الفضائية التي تحسب انها قنوات تدار من جهات شيعية. هم من الطائفة الشيعية. وهذا الحال ينطبق على اغلب افراد عينة البحث من الطائفة السنية. بل بالتدقيق وجد الباحث ان الافراد الذين ينتمون للقومية الكردية يتعرضون كلهم لقناة الحرية الفضائية التي تدار من قبل حزب الاتحاد الوطني الكردستاني بقيادة جلال الطالباني. وهذه النتائج تعطي مجموعة مؤشرات اجملها الباحث في:

- ١-عدم تعرض اغلب افراد عينة البحث من الطائفة الشيعية للقنوات المحسوبة للطائفة السنية.
- ٢-اغلب افراد عينة البحث يتعرضون لقنواتهم الفضائية العراقية المفضلة.
- ٣-عدم قدرة القنوات الفضائية العراقية على جذب مشاهدين (الاستقلالية. الموضوعية. الحياد).

دور القنوات الفضائية العراقية في تشكيل معارف الطلبة واتجاهاتهم نحو الارهاب د. محسن جلوب الكناني

يختلفون مع قومية او طائفية من يديرها. علماً ان عينة البحث هم طلبة كلية اعلام. فكيف بالمشاهد العادي. ٤- تأثر اغلب افراد عينة البحث بالأحداث الطائفية والقومية التي حدثت وما تزال تحدث حتى على صعيد تعرضهم للقنوات الفضائية العراقية. ٥- عدم قدرة كلية الاعلام الى لحظة اعداد البحث على الاقل في ترسيخ مبدأ المواطنة لدى طلبتها. على الرغم من تدريسهم لمادتي حقوق الانسان والديمقراطية. ٦- هذه الارقام من الممكن ان تؤكد احد الفروض التي وضعها الباحث او على الاقل تعطي فرصة للباحث من اجل اختباره.

جدول رقم (١٠) يوضح الايام المفضلة لمشاهدة القنوات الفضائية العراقية المفضلة لدى افراد عينة

البحث			
النسبة المئوية	التكرار	اليوم	انوع
٢١,٤٩	٦٦	السبت	ذكور
٠,٣٢	١	الاحد	
٠,٣٢	١	الاثنين	
٠,٦٥	٢	الثلاثاء	
٠,٦٥	٢	الاربعاء	
١٣,٦٨	٤٢	الخميس	
٢٧,٠٣	٨٣	الجمعة	
٪١٠٠	٣٠٧	المجموع	
٣٠	٣٣	السبت	اناث
٢,٧٢	٣	الاحد	
صفر	صفر	الاثنين	
صفر	صفر	الثلاثاء	
صفر	صفر	الاربعاء	
٢٤,٥٤	٢٧	الخميس	
٤٢,٧٢	٤٧	الجمعة	
٪١٠٠	١١٠	المجموع	

ملاحظة : في هذا الجدول كانت للمبحوث فرصة في تأشير اكثر من خيار ضمن ضمن هذا السؤال الأمر الذي جعل عدد التكرارات يتجاوز أجمالي عدد التكرارات التي تم دراستها. يتضح من جدول رقم (١٠) ان اكثر افراد العينة تتعرض للقنوات الفضائية المتخصصة يومي العطلة (السبت، الجمعة) من كل اسبوع. وهذا واضح كون العينة من الطلبة، الذين يستغلون ايام العطل من اجل مشاهدة قنواتهم الفضائية العراقية المفضلة لديهم. كذلك تؤكد هذه النسب مرة اخرى مدى مصداقية عينة البحث في الاجابة على الاسئلة. مما يعطي للباحث فرصة كبيرة في تعميم نتائج بحثه.

جدول رقم (١١) يوضح اسباب تفضيل عينة البحث ايام معينة لمشاهدة القنوات الفضائية العراقية

دور القنوات الفضائية العراقية في تشكيل معارف الطلبة واتجاهاتهم نحو الارهاب د. محسن جلوب الكناني

النوع	سبب التفضيل	التكرار	النسبة المئوية
ذكور	لانه يوم اجازتي	٨٠	٧٥,٤٧
	لان القناة تقدم برامج ومضامين تعجبني في هذه الايام	٢٦	٢٤,٥٢
	المجموع	١٠٦	٪١٠٠
اناث	لانه يوم اجازتي	٥٠	٨١,٩٦
	لان القناة تقدم برامج ومضامين تعجبني في هذه الايام	١١	١٨,٣٢
	المجموع	٦١	٪١٠٠

ملاحظة : في هذا الجدول كانت للمبحوث فرصة في تأشير أكثر من خيار ضمن ضمن هذا السؤال الأمر الذي جعل عدد التكرارات يتجاوز أجمالي عدد التكرارات التي تم دراستها. يتضح من جدول رقم (١١) ان اغلب افراد عينة البحث يتعرضون للقنوات الفضائية العراقية ايام الاجازة (الجمعة، السبت)، كذلك يتعرض البعض منهم يوم الخميس. وهذه الأرقام برأي الباحث طبيعية. لاسيما ان عينة البحث هم طلبة كلية. كذلك المجال الزمني للبحث كان ايام الدوام. كذلك تؤثر هذه الأرقام ان اسباب تفضيل المبحوثين لايام بعينها ارتبطت بتوفر عنصري الوقت واتاحة المشاهدة. فضلاً عن التواجد في اماكن المشاهدة. أكثر من ارتباطها بالمضامين والمواد المقدمة في هذه القنوات.

جدول رقم (١٢) يوضح اوقات مشاهدة عينة البحث للقنوات الفضائية العراقية المفضلة

النوع	وقت المشاهدة	التكرار	النسبة المئوية
ذكور	صباحاً	صفر	صفر
	مساءً	٥٥	٤٠,١٤
	ليلاً	٨٢	٥٩,٨٥
	المجموع	١٣٧	٪١٠٠
اناث	صباحاً	صفر	صفر
	مساءً	٤٩	٥٦,٩٧
	ليلاً	٣٧	٤٣,٠٢
	المجموع	٨٦	٪١٠٠

ملاحظة : في هذا الجدول كانت للمبحوث فرصة في تأشير أكثر من خيار ضمن ضمن هذا السؤال الأمر الذي جعل عدد التكرارات يتجاوز أجمالي عدد التكرارات التي تم دراستها. يتضح من جدول رقم (١١) ان افراد عينة البحث يتعرضون لقنواتهم الفضائية المتخصصة المفضلة في وقتين (مساءً، ليلاً) وهذه الأرقام والنسب طبيعية. لان العينة هي عبارة عن طلبة. كذلك ان المجال الزمني للبحث انحصر في مدة الدوام.

دور القنوات الفضائية العراقية في تشكيل معارف الطلبة واتجاهاتهم نحو الارهاب د. محسن جلوب الكنانني

جدول رقم (١٣) يوضح عدد ساعات تعرض عينة البحث للقنوات الفضائية العراقية المفضلة

النوع	عدد ساعات التعرض	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	اقل من ساعتين	٣١	٣١,٩٥
	من ساعتين الى اربع ساعات	٥٢	٥٣,٦٠
	اكثر من اربع ساعات	١٤	١٤,٤٣
	المجموع	٩٧	٪١٠٠
اناث	اقل من ساعتين	٣٢	٦٠,٣٧
	من ساعتين الى اربع ساعات	١٥	٢٨,٣٠
	اكثر من اربع ساعات	٦	١١,٣٢
	المجموع	٥٣	٪١٠٠

يتبين من جدول رقم (١٣) ان عدد الساعات التي يقضيها اغلب افراد عينة البحث في التعرض لقنواتهم الفضائية العراقية المفضلة اقل من ساعتين ولايتجاوز الاربع ساعات. وهذه الارقام والنسب تعطي مجموعة مؤشرات. يجملها الباحث في:

١-كون عينة البحث من الطلبة. والمجال الزمني للبحث انحصر وقت الدوام. ٢-كون عينة البحث تعيش مع آخرين لهم خياراتهم ايضاً. ٣-تعرضهم لقنوات فضائية غير عراقية. ٤-عدم عرض برامج ومضامين يفضلوها احياناً في هذه القنوات.

جدول رقم (١٤) يوضح اسباب اعتماد عينة البحث على القنوات الفضائية العراقية المفضلة كمصدر

للمعلومات حول الاحداث المختلفة

اسباب الاعتماد	التكرار	النسبة المئوية
تمتاز بالسرعة في تناول الاحداث	١١٩	١٦,٢١
تمتاز بالموضوعية والمصادقية في تناول الاحداث	١٤٦	١٩,٨٩
تربطني بالعالم الخارجي	١٣٧	١٨,٦٦
تتفق مع توجهاتي السياسية	٤٥	٦,١٣
تتفق مع توجهاتي الدينية	٨٣	١١,٣٠
تتفق مع توجهاتي المذهبية	١٤١	١٩,٢٠
تتفق مع توجهاتي القومية	٦٣	٨,٥٨
المجموع	٧٣٤	٪١٠٠

ملاحظة : في هذا الجدول كانت للمبحوث فرصة في تأشير اكثر من خيار ضمن ضمن هذا السؤال الأمر الذي جعل عدد التكرارات يتجاوز أجمالي عدد التكرارات التي تم دراستها.

يتضح من خلال جدول رقم (١٤) ان اكثر الاسباب التي تدفع المبحوثين الى الاعتماد على القنوات الفضائية العراقية التي يفضلون مشاهدتها هي امتياز هذه القنوات بالموضوعية والمصادقية حسب وجهة نظر اغلب افراد عينة البحث. اذ حصل على المرتبة الاولى. تلاه اتفاق هذه القنوات مع التوجهات المذهبية لعينة البحث. وهذا يعطي مؤشر على فشل هذه القنوات في خطابها وجعله خطاباً عراقياً.

كذلك مساهمة هذه القنوات في تمزيق النسيج الاجتماعي العراقي بخطابها الذي يبتعد عن روح المواطنة ويركز على طائفة واحدة دون الاخرى. فضلاً عن فشل تفعيل فقرات الدستور فيما يخص الاعلام، كذلك ماجاء في قرارات هيئة الاعلام والاتصالات حول هذا الموضوع.

وغياب دور نقابة الصحفيين العراقيين بخصوص هذا الموضوع. وفشل كلية الاعلام ترسيخ روح الاستقلالية والموضوعية واخلاقيات المهنة، لاسيما ان عينة البحث هم طلبة كلية اعلام بالمرتبة الثالثة جاء امتياز هذه القنوات بالسرعة في تناول الاحداث. الربط مع العالم الخارجي جاء بالمرتبة الرابعة، فيما اتفق هذه القنوات مع التوجهات الدينية لعينة البحث فجاء بالمرتبة الخامسة، وبالمرتبة السادسة جاء اتفاق هذه القنوات مع التوجهات القومية لعينة البحث.

واخيراً بالمرتبة السابعة جاء اتفاق هذه القنوات مع التوجهات السياسية لعينة البحث. اهتمام عينة البحث بهذه القنوات لاسباب دينية يؤكد تأثر اكثر من نصف افراد عينة البحث بالاحزاب والتيارات الدينية التي تدير الكثير من القنوات الفضائية المفضلة لديهم. وتؤشر هذه الارقام ايضاً اهتمام عينة البحث بـ(القومية) على حساب (العراقية). ويعتقد الباحث ان هذا يعد مؤشراً على قبول انفصال اقليم كردستان مستقبلاً. لاسيما ان عينة البحث هم اعلاميو المستقبل. كذلك تعطي هذه الارقام مؤشراً على اهتمام ثلث افراد عينة البحث بالسياسة بل عندهم توجه سياسي معين. يستخلص من هذا الجدول ان اعتماد عينة البحث على القنوات الفضائية العراقية المفضلة لديهم ارتبطت اكثر شي بالدوافع الطقوسية مقابل الدوافع المعرفية. كذلك كان لبروز سمات المعالجة (المتوازنة والموضوعية) دافعاً للتعرض لهذه القنوات.

جدول رقم (١٥) يوضح البرامج التي يفضل الباحثون مشاهدتها في القنوات الفضائية العراقية

المفضلة لديهم

المضامين المفضلة	التكرار	النسبة المئوية
النشرات الاخبارية	١٣٨	٢٠
مواجيز الاخبار	١٣٣	١٩,٢٧
البرامج ذات المضمون السياسي	٩٧	١٤,٠٥
البرامج ذات المضمون الديني	٦٣	٩,١٣
البرامج الحوارية	١٢٣	١٧,٨٢
برامج المنوعات	٧١	١٠,٢٨
الدراما	٦٥	٩,٤٢
المجموع	٦٩٠	٪١٠٠

ملاحظة : في هذا الجدول كانت للمبحوث فرصة في تأشير اكثر من خيار ضمن ضمن هذا السؤال الأمر الذي جعل عدد التكرارات يتجاوز أجمالي عدد التكرارات التي تم دراستها.

يتضح من جدول رقم (١٥) ارتفاع نسبة تفضيل المبحوثين للنشرات الاخبارية. اذ احتلت المرتبة الاولى من حيث التفضيل. وهذا ما يؤكد اهمية وظيفة (الاخبار) التي تقوم بها القنوات الفضائية العراقية. ويعتقد الباحث ان اهتمام هذه القنوات بوظيفة الاخبار. كون العراق بعد ٢٠٠٣ اصبح ساحة ساخنة للاحداث سواء على المستوى السياسي او الأمني او الاقتصادي او الاجتماعي بل على جميع المستويات.

كذلك ما تميز به المنطقة العربية او منطقة الشرق الاوسط من احداث وحتى على المستوى العالمي، وهذه الارقام تؤكد مجاء في جدول رقم (١٤) فيما يخص اعتماد المبحوثين على القنوات الفضائية العراقية كمصدر للمعلومات حول مختلف الاحداث، والتي يرى اغلب المبحوثين انها تربطهم بالعالم الخارجي وتمتاز بالسرعة في تغطية الاحداث، بما يعني ارتباط التعرض لهذه القنوات بالوظيفة المعرفية، وهي الوظيفة التي تساهم في تشكيل المعرفة والاتجاهات ازاء القضايا المختلفة وهو ما يتفق واهداف البحث الذي يسعى الى معرفة مدى اسهام هذه القنوات من خلال نشر المعلومات في تشكيل المعرفة وتنمية الوعي لدى الجمهور لتبني مواقف وسلوك مناهض للارهاب، مواجيز الاخبار جاءت بالمرتبة الثانية من حيث التفضيل، ويعتقد الباحث ان هذه النتيجة لها علاقة بالوقت، كذلك بمحاولة عينة البحث استغلال الوقت في مشاهدة برامج اخرى، بالمرتبة الثالثة جاءت البرامج الحوارية من حيث تفضيل المبحوثين وهذا ما يؤكد اهمية مشاهدة هذه البرامج لدى اغلب افراد عينة البحث، ويعتقد الباحث ان السبب يرجع الى ان هذه البرامج تقدم الاخبار والمعلومات والتحليل بنفس الوقت، البرامج ذات المضمون السياسي حلت بالمرتبة الرابعة من حيث التفضيل، ويعتقد الباحث ان السبب يرجع الى ان الازمات السياسية لاسيما في العراق تنعكس بدورها على باقي الجوانب الأمنية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية، فيما حلت برامج المنوعات بالمرتبة الخامسة، الدراما حلت بالمرتبة السادسة، وبالمرتبة السابعة جاءت البرامج ذات المضمون الديني.

مناقشة الفروض

الفرض الاول: توجد دالة احصائية بين المتغيرات الديمغرافية (الجنس، المستوى الاقتصادي، القومية، المذهب) وبين كل من:

- حجم التعرض للقنوات الفضائية العراقية - حجم المعرفة بأبعاد الارهاب - الاستعداد لاتخاذ سلوك رافض للارهاب.

اتضح من خلال تطبيق اختبار (كا) عدم وجود علاقة بين متغيرات الجنس والمستوى الاقتصادي والقومية والمذهب وحجم التعرض للقنوات الفضائية العراقية، كذلك لا يوجد فرق معنوي بين هذه المتغيرات وحجم المعرفة بأبعاد الارهاب، والاستعداد لاتخاذ سلوك رافض للارهاب، اذ جاءت قيمة (كا) المحسوبة منخفضة عن قيمتها الجدولية عند مستوى معنوية (٠,٠٥).

الفرض الثاني: توجد دالة احصائية بين كثافة تعرض عينة البحث للقنوات الفضائية العراقية وبين ادراك مفهوم وابعاد الارهاب (التأثير المعرفي).

وقد تم اختبار هذا من خلال ربط حجم تعرض المبحوثين للقنوات الفضائية العراقية وبين المعلومات حول المفاهيم المختلفة للارهاب وتأثير تبني هذه المفاهيم وادراكها، وبأستخدام اختبار (كا) اتضح وجود علاقة بين حجم التعرف وحجم المعرفة بمفهوم الارهاب وابعاده المختلفة التي طرحتها القنوات الفضائية العراقية، اذ جاءت قيمة (كا) المحسوبة اعلى من قيمتها الجدولية بمستوى معنوية (٠,٠٥)، مما يعني وجود ارتباط بين حجم التعرض لهذه القنوات وبين المعرفة بقضايا الارهاب لدى المبحوثين.

الفرض الثالث: توجد دالة احصائية بين كثافة تعرض عينة البحث للقنوات الفضائية العراقية وبين اتجاهات عينة البحث ازاء الارهاب (التأثير الوجداني).

تم قياس العلاقة بين حجم التعرض وبين التأثير في الاتجاه من خلال الوقوف على التأثيرات الوجدانية

المتعلقة بآراء ومواقف عينة البحث والابعاد المختلفة للارهاب وموقفها إزاء المفاهيم المطروحة عن هذا الموضوع. كذلك موقفها من الحلول والتصورات المطروحة لمواجهة الارهاب. وبأستخدام اختبار (كا) وجد الباحث ان هناك علاقة حجم التعرض للقنوات الفضائية العراقية وبين تبني عينة البحث للاتجاهات التي تطرحها هذه القنوات حول الارهاب من حيث مفهومه وابعاده والحلول والتصورات المطروحة لمواجهة، اذ بلغت قيمة (كا) المحسوبة اعلى من قيمتها الجدولية عند مستوى معنوية (٠,٠٥).
الفرض الرابع: توجد دالة احصائية بين كثافة تعرض عينة البحث للقنوات الفضائية العراقية وبين قوة الاراء المعبرة عن مشاعر الرفض للارهاب (التأثير السلوكي).
بأستخدام اختبار (كا) من اجل اختبار الفرض الخاص بالتأثيرات السلوكية، ومن خلال قياس العلاقة بين حجم التعرض للقنوات الفضائية العراقية وبين نتائج مشاعر الرفض للارهاب لدى المبحوثين، وجد الباحث ان هناك علاقة معنوية، اذ بلغت قيمة (كا) المحسوبة اعلى من قيمتها الجدولية عند مستوى معنوية (٠,٠٥).

النتائج

- ١- تبين من خلال البحث ان القنوات الفضائية العراقية هي التي يعتمد عليها افراد عينة البحث اكثر من القنوات الفضائية العربية والعالمية في الحصول على المعلومات بشكل عام.
- ٢- وجد الباحث ارتفاع حجم تعرض عينة البحث للقنوات الفضائية العراقية اذ جاء معدل التعرض مناصفة بين (دائماً) و (أحياناً)، مما يدل على اعتماد المبحوثين على القنوات الفضائية العراقية كمصدر مهم للمعلومات وتشكيل المعارف حول القضايا المختلفة.
- ٣- تبين ان اكثر القنوات الفضائية العراقية التي يتعرض لها افراد عينة البحث جاءت قنوات العراقية والشرقية والبغدادية والفرات وبلادي والسومرية وافاق، لكن بمراجعة دقيقة للبيانات التي حصل عليها الباحث من اجابات المبحوثين على استمارة التحليل، تبين ان التعرض للقنوات الفضائية العراقية كان على اساس القومية والطائفية، اذ وجد الباحث ان اغلب افراد عينة البحث التي تتعرض للقنوات الفضائية التي تحسب انها قنوات تدار من جهات شيعية، هم من الطائفة الشيعية، وهذا الحال ينطبق على اغلب افراد عينة البحث من الطائفة السنية، بل بالتدقيق وجد الباحث ان الافراد الذين ينتمون للقومية الكردية يتعرضون كلهم لقناة الحرية الفضائية التي تدار من قبل حزب الاتحاد الوطني الكردستاني بقيادة جلال الطالباني.
- ٤- وجد الباحث ان اكثر افراد عينة البحث تتعرض للقنوات الفضائية المتخصصة يومي العطلة (السبت، الجمعة) من كل اسبوع، كون العينة من الطلبة، والمجال الزمني للبحث كان اثناء الدوام. ٥- تبين ان افراد عينة البحث يتعرضون لقنواتهم الفضائية المتخصصة المفضلة في وقتين (مساءً، ليلاً)، لان العينة هي عبارة عن طلبة، كذلك ان المجال الزمني للبحث انحصر في مدة الدوام. ٦- اتضح ان عدد الساعات التي يقضيها اغلب افراد عينة البحث في التعرض لقنواتهم الفضائية العراقية المفضلة اقل من ساعتين ولايتجاوز الاربع ساعات.
- ٧- وجد الباحث ان اكثر الاسباب التي تدفع المبحوثين الى الاعتماد على القنوات الفضائية العراقية التي يفضلون مشاهدتها هي امتياز هذه القنوات بالموضوعية والمصادقية حسب وجهة نظر اغلب افراد عينة البحث، تلاه اتفاق هذه القنوات مع التوجهات المذهبية لعينة البحث، بالمرتبة الثالثة جاء امتياز هذه القنوات بالسرعة في تناول الاحداث، الربط مع العالم الخارجي جاء بالمرتبة الرابعة، فيما اتفاق

هذه القنوات مع التوجهات الدينية لعينة البحث فجاء بالمرتبة الخامسة، وبالمرتبة السادسة جاء اتفاق هذه القنوات مع التوجهات القومية لعينة البحث، واخيراً بالمرتبة السابعة جاء اتفاق هذه القنوات مع التوجهات السياسية لعينة البحث.

٨- اتضح ارتفاع نسبة تفضيل المبحوثين للنشرات الاخبارية للحصول على المعلومات بشكل عام، اذ احتلت المرتبة الاولى، مواجيز الاخبار جاءت بالمرتبة الثانية، بالمرتبة الثالثة جاءت البرامج الحوارية، البرامج ذات المضمون السياسي حلت بالمرتبة الرابعة، فيما حلت برامج المنوعات بالمرتبة الخامسة، الدراما حلت بالمرتبة السادسة، وبالمرتبة السابعة جاءت البرامج ذات المضمون الديني.

٩- تبين ان كل افراد عينة البحث يتعرضون للمواد والبرامج حول الارهاب التي تعرضها القنوات الفضائية العراقية.

١٠- وجد الباحث ان التعرض للقنوات الفضائية العراقية من قبل افراد عينة البحث للحصول على المعلومات والآراء حول موضوعة الارهاب يتم على اساس المرجعية القومية والطائفية لهذه القنوات.

١١- اتضح ان الاخبار احتلت المراتب الاولى من حيث تفضيل عينة البحث لها كمصدر للمعلومات حول الارهاب، البرامج الحوارية جاءت في المرتبة الثالثة، البرامج ذات المضمون السياسي جاءت بالمرتبة الرابعة، مما يعكس اهتمام عينة البحث بمعرفة ومناقشة البعد السياسي للارهاب، بالمرتبة الخامسة حلت البرامج ذات المضمون الديني، برامج المنوعات حلت بالمرتبة السادسة، وبالمرتبة السابعة جاءت الدراما.

١٢- وجد الباحث ان توافق توجهات القنوات الفضائية مع الاتجاهات المذهبية للمبحوثين حل بالمرتبة الاولى من حيث اعتماد المبحوثين على هذه القنوات في الحصول على المعلومات حول الارهاب، وجاء ارتفاع مصداقية القناة بالمرتبة الثانية، تزويد هذه القنوات للمبحوثين بالمعلومات والبيانات جاء بالمرتبة الثالثة، بالمرتبة الرابعة جاء توافق هذه القنوات مع التوجهات القومية للمبحوثين، عرض وجهات النظر المختلفة جاء بالمرتبة الخامسة، وتوافق هذه القنوات مع التوجهات الدينية للمبحوثين جاء بالمرتبة السادسة، فيما حل بالمرتبة السابعة تحليل هذه القنوات للحدث وتفسيره، الانفراد بالمعلومات والحقائق حل بالمرتبة الثامنة، بالمرتبة التاسعة جاء فصل هذه القنوات ما بين الخبر والرأي، اما الجرأة في تناول الموضوع فحل بالمرتبة العاشرة، بالمرتبة الحادية عشرة، جاء التوازن والموضوعية في تناولها للاحداث المتعلقة بموضوعة الارهاب، و التغطية من موقع الحدث حل بالمرتبة الثانية عشرة، بالمرتبة الثالثة عشرة جاء الاحترافية في التغطية، توافق هذه القنوات مع التوجهات السياسية للمبحوثين جاء بالمرتبة الرابعة عشرة.

١٣- اتضح ان افراد عينة البحث بأستثناءات قليلة جداً اتفقوا على ان عدم توافق هذه القنوات مع توجهاتهم المذهبية والقومية والدينية فضلاً عن انخفاض درجة مصداقيتها وخلطها ما بين الارهاب والمقاومة المشروعة وتركيزها على مواقف اطراف ودول بعينها، كذلك تركيزها على احداث واهمال اخرى و تشويه صورة بعض الدول، وعدم تزويدهم بالمعلومات والبيانات الكافية، هي الاسباب الاكثر لعدم متابعتهم مايقدم في القنوات الفضائية العراقية غير المفضلة لديهم حول الارهاب.

١٤- وجد الباحث ان البعد الديني في تفسير الاعمال الارهابية احتل مكانة بارزة في ادراك المبحوثين، اذ جاء تعريف ان الارهاب هو عبارة عن نشر الرعب من قبل مجموعات لديها مرجعية دينية بالمرتبة الاولى، وبالمرتبة الثانية حل تعريف الارهاب عبارة عن صراع طائفي لاختلاف في الرؤى الدينية، البعد الانساني حصل على المرتبة الثانية مع البعد الخاص بالتدمير والتخريب، العلاقة بين الارهاب ونظام

الحكم السياسي، جاء هذا البعد بالمرتبة الثالثة من حيث ادراك المبحوثين لمفهوم الارهاب، مما يعني نجاح القنوات الفضائية العراقية في تكوين اتجاهات معينة لدى المبحوثين حول الارهاب، وهي برأي الباحث اتجاهات لاتصب في مصلحة الوضع في العراق.

١٥- تبين ان هناك توافقاً بين اتجاهات المبحوثين وبين بعض المفاهيم التي تركز عليها القنوات الفضائية العراقية في تناولها لموضوعه الارهاب اذ وجد الباحث ان هناك توافقاً اكبر مع المفاهيم الآتية:

-تدخل دول الجوار هو نوع من الارهاب. -الارهاب في العراق هو صراع على السلطة بين الكتل السياسية. -اسرائيل وامريكا يمارسان الارهاب. -من مصلحة بعض الدول وجود الارهاب في العراق. -الارهاب ظاهرة عالمية. -لا يجوز اعتبار الارهابيين اصحاب عقيدة. -الدول العربية تمارس الارهاب على ارض العراق. فيما جاء التوافق مع المفهومين الآتين كمبراً الى حد ما:

-الارهاب في العراق هو تعاون بين البعث والقاعدة. -الارهاب ظاهرة عربية.

بينما التوافق مع المفهومين الآتين جاء متدنياً:

-الارهاب ظاهرة عراقية. -الارهاب ظاهرة اسلامية.

١٦- اتضح ان هناك اسباباً عديدة للارهاب في العراق ادركتها عينة البحث من واقع تناول القنوات الفضائية العراقية للموضوع. اذ جاء بالمرتبة الاولى التهاون في تنفيذ العقوبات، التهاون في تنفيذ عقوبة الاعدام بالمرتبة الثانية والعفو عن الارهابيين بشكل مستمر بالمرتبة الثالثة، بالمرتبة الرابعة حل مناصفة سبب اعتناق مفاهيم دينية خاطئة ودعم دول الجوار للارهاب في العراق بسبب مصالحها. بالمرتبة الخامسة حل سبب صراع مذهبي، وجود السلاح بين ايدي الناس جاء بالمرتبة السادسة، وبالمرتبة السابعة حل سبب تنفيذ اجندات خارجية، وبالمرتبة الثامنة حل سبب صراع قومي، الصراع السياسي حل بالمرتبة التاسعة، وبالمرتبة العاشرة جاء سبب الوجود الامريكاني في العراق، وبالمرتبة الحادية عشرة حل سبب صراع ديني، تلاه سبب دعم بعض الدول العربية للارهاب لاسباب طائفية، وبالمرتبة الثالثة عشرة حل سبب حزب البعث وتنظيم القاعدة، تلاه سبب دعم بعض دول الجوار للارهاب لاسباب طائفية، بالمرتبة الخامسة عشرة جاء سبب الفساد الاداري والمالي، تلاه سبب عدم وجود جيش وشرطة قوية، فيما حل بالمرتبة السابعة عشرة، سبب الفقر والجهل.

١٧- اتضح ان هناك عدة ابعاد ركزت عليها القنوات الفضائية العراقية في طرحها حلول لظاهرة الارهاب والتي ادركتها عينة البحث:

-البعد الأمني، وحل بالمرتبة الاولى من حيث تركيز هذه القنوات في طرحها للحلول والنصوات في معالجة ظاهرة الارهاب، اذ كانت (٩) من الحلول المطروحة متعلقة بهذا البعد. -البعد السياسي، حل بالمرتبة الثانية، اذا كانت هناك (٤) حلول. -البعد الاقتصادي، حل بالمرتبة الثالثة، اذ كانت هناك (٣) حلول. -البعد القانوني، حل بالمرتبة الرابعة، اذ كان هناك حلان. -البعد الاجتماعي والبعد الثقافي، حلا بالمرتبة الخامسة، اذ كان هناك حل واحد لكل منهما.

١٨- وجد الباحث ان هناك تأثيراً للقنوات الفضائية العراقية في معرفة المبحوثين بموضوعه الارهاب وابعادها بشكل عام، كذلك كذلك مساهمة هذه القنوات في زيادة مساهمة هذه القنوات مشاعر رفضهم لظاهرة الارهاب، فضلاً عن تقارب التأثير الذي تحدثه هذه القنوات سواء كان تأثيراً معرفياً او تأثيراً وجدانياً، وان كان هناك ميل بسيط للتأثير الوجداني.

١٩- تبين ان ثلثي افراد عينة البحث يرون ان تناول القنوات الفضائية العراقية لموضوعه الارهاب لم يكن متكاملأً بدرجة كافية من حيث المعلومات واستمرارية المعالجة وتغطيتها للجوانب المختلفة للموضوع

الهوامش :

- ١-حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، ١٩٩٨، ص ٢٣٢-٣٢٩
- ٢-ملفين، ديفلير، ساندرا بول روكيتش، نظريات وسائل الاعلام، ترجمة كمال عبد الرؤوف، القاهرة، الدار الدولية للنشر والتوزيع، ١٩٩٤، ص ٢٢١
- ٣-حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، مصدر سابق، ص ٣٣١
- ٤-محسن الكنانني، نظريات الاتصال، بحث غير منشور، ص ٢٠
- ٥-المصدر نفسه، ص ٢٣
- ٦-ملفين، ديفلير، ساندرا بول روكيتش، مصدر سابق، ص ٢٢٣
- ٧- صلاح احمد، المدخل الى علم النفس، ط ٢، بيروت، ١٩٦٠، ص: ١٣٧-١٨٤
- ٨-عبد الخليم محمود، علم النفس العام، ط ٣، مكتبة غريب، القاهرة، ١٩٩٠، ص ٤١٩
- ٩-مصطفى سوييف، مقدمة لعلم النفس الاجتماعي، ط ٢، القاهرة، ١٩٩٦، ص: ٣٢٩ وما بعدها
- ١٠-فتحي مصطفى الزيات، سايكولوجية التعلم من المنظور الارتباطي والمنظور المعرفي، ط ١، دار النشر للجامعات، القاهرة، ١٩٩١، ٤٥٢
- ١١-محمد عثمان نجاتي، علم النفس والحياة، ط ١٦، دار القلم، الكويت، ١٩٩٥، ص ٨٤
- ١٢-محمد محمود السباعي، الدلالات اللغوية والسياسية لمفهوم الارهاب، مجلة الأمن العام، العدد ١٣٥، ١٩٩١، ص ٣٧
- ١٣-يسري دعيس، الارهاب والشباب: رؤية في انثروبولوجيا الجريمة، سلسلة علم الانسان وقضايا المجتمع رقم ١٠، الملتقى المصري للابداع والتنمية، الاسكندرية، بدون سنة طبع، ص ٣-٥
- ١٤-المصدر نفسه، ص ٦
- ١٤-هشام الحديدي، الارهاب: بذوره وبثوره، زمانه ومكانه وشخصه، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، ١٩٩٦، ص ٤٦
- ١٥-كامل القيم، مناهج واساليب كتابة البحث العلمي في الدراسات الانسانية، بغداد، السيمياء للتصاميم والطباعة، ٢٠٠٧، ص ٧٦-٧٧
- ١٦-احسان محمد الحسن وعبدالحسين زيني، الاحصاء الاجتماعي، جامعة بغداد، دار الكتب للطباعة والنشر، ١٩٨١، ص ١٢٤١
- ١٧-محمد عاطف غيث، تصميم الباحث الاجتماعي بين الاستراتيجية والتنفيذ، الاسكندرية، دار المعرفة الجامعية، ١٩٨٣، ص ٥٢٧

الابواب الثابتة

- ١- اخبار كلية الاعلام .
- ٢- ببلوغرافيا : رسائل واطاريح كلية الإعلام /
جامعة بغداد
- ٣- عرض كتاب
- ٤- قراءة في بحوث إعلامية مثيرة للجدل

اخبار كلية الاعلام .

١- تستعد كلية الاعلام جامعة بغداد لعقد مؤتمرها العلمي السابع في ٢٠١٣/٤/١٥ م تحت شعار «وسائل الإعلام والمسؤولية الاجتماعية» ويتضمن هذا الشعار محاور عدة هي: «وسائل الإعلام المحلية والمصالحة الوطنية». «وسائل الإعلام العراقية والتعامل مع الازمات الداخلية». «اخلاقيات المهنة الصحفية بعد عام ٢٠٠٣ م». «التغطية الإعلامية لشؤون العراق في وسائل الإعلام العربية والدولية الناطقة بالعربية».

٢- نظمت كلية الاعلام جامعة بغداد. حلقة نقاشية حول افاق تطوير العملية التربوية والارشادية في الكلية. وهدفت الحلقة النقاشية الى تفعيل دور وحدة الارشاد النفسي والتوجيه التربوي في الكلية لحل مشاكل الطلبة سواء التربوية او النفسية. ليكونوا قادرين على مواصلة مسيرتهم العلمية بعيدا عن تلك الضغوط.

٣- اعلنت كلية الاعلام نتائج استطلاعها السنوي للعام ٢٠١٢ لتحديد الشخصيات السياسية والاعلامية والفنية والوزارات والمؤسسات والقنوات الفضائية الفائزة فيه. ومن وجهة نظر المستطلعين في مدينة بغداد وفي جانبي الرصافة والكرخ. وجرى الاستطلاع على عينة طبقية عشوائية من سكان مدينة بغداد المركز ومن المعلمين البالغين. وتضمن الاستطلاع محاور اربعة هي «المحور السياسي والاعلامي والادب والفن فضلاً عن المحور الرياضي». والفائز ضمن افضل شخصية سياسية عراقية في عام ٢٠١٢ كانت لرئيس مجلس الوزراء نوري كامل المالكي فيما احتل رئيس القائمة العراقية اباد علاوي المرتبة الثانية يتبعه رئيس مجلس النواب اسامة النجيفي في المرتبة الثالثة. وظهر الاستطلاع حصول وزارة التعليم العالي والبحث العلمي كأفضل وزارة عراقية. ووزارة التربية بالمرتبة الثانية والنفط بالمرتبة الثالثة.

وفي مجال ابرز الاحداث السياسية العراقية لعام ٢٠١٢ فقد احتلت ازمة كركوك وتشكيل عمليات دجلة المرتبة الاولى ضمن اهتمامات الباحثين فيما جاءت الاتهامات بشأن صفقة السلاح الروسية بالمرتبة الثانية تبعثها قضية هروب وادانة طارق الهاشمي في المرتبة الثالثة فيما سجلت التداعيات السياسية والاقليمية في دول الربيع العربي ابرز حدث سياسي عربي في عام ٢٠١٢ تلتها الازمة السورية والانتخابات المصرية. وضمن ابرز شخصية سياسية عالمية في عام ٢٠١٢ فاز الرئيس الامريكي باراك اوباما بالمرتبة الاولى جاء بعده كل من الرئيس الايراني احمد نجاد وأنجيلا ميركل في المرتبتين الثانية والثالثة على التوالي.

واظهرت النتائج ابرز حدث سياسي عالمي في عام ٢٠١٢ هو الانتخابات الامريكية تلتها المباحثات بشأن الملف النووي الايراني في المرتبة الثانية واغتيال السفير الامريكي في

ليبيا في المرتبة الثالثة. اما في محور الاعلام وهو احد ابرز المحاور الرئيسية للاستطلاع. اذ فازت جريدة الصباح بالمرتبة الاولى كابرز صحيفة عراقية في عام ٢٠١٢ جاءت بعدها جريدة الزمان والمدى فيما فاز وجيه عباس بالمرتبة الاولى كابرز كاتب عراقي من حيث الاداء لحقه الاعلامي سرمد الطائي وعبد الزهرة زكي. واظهر الاستطلاع فوز قناة العراقية الفضائية بالمرتبة الاولى كابرز قناة عراقية من حيث الاداء تبعثها الشرقية والسومرية... فيما فاز برنامج بين قوسين الذي يبث من على قناة السومرية بالمرتبة الاولى كابرز برنامج سياسي في عام ٢٠١٢ جاء بعدها برنامجاً سحور سياسي واستوديو التاسعة اللذان تبثهما قناة البغدادية الفضائية بالمرتبة الثانية والثالثة.

وفي مجال اختيار ابرز مقدم برنامج تلفزيوني في عام ٢٠١٢ حصل الزميل د. نبيل جاسم على المرتبة الاولى فيما حصل الزميلان احمد ملا طلال وريناس علي على المرتبة الثانية والثالثة. وفازت قناة MBC بالمرتبة الاولى كابرز قناة فضائية من حيث الاداء في عام ٢٠١٢ تلتها قناة العربية و CBC. وفي محور الادب والفن فاز الشاعر عريان السيد خلف بالمرتبة الاولى كابرز شاعر عراقي. فيما احتل الشاعر موفق محمد المرتبة الثانية وسمير صبيح في الثالثة. وفي المحور الرياضي فاز الزميل حسين بديع في قناة العراقية كابرز صحفي رياضي عراقي. جاء بعده بالمرتبة الثانية الزميل طه ابو رغيف وعلي رياح في المرتبة الثالثة. فيما احتل اللاعب يونس محمود كابرز لاعب عراقي. وجاء اللاعب الدولي ميسي كابرز لاعب كرة قدم عالمي بعده كريستيانو رونالدو اندريا بيرلا في المرتبة الثانية والثالثة.

٤- عقدت كلية الاعلام الاربعاء اجتماعاً مع المفوضية المستقلة للانتخابات لتوقيع عقد شراكة لتدريب كوادرها الاعلامية ومراسلي المؤسسات الصحفية من خلال وحدة التعليم المستمر التابعة لها تستعد لأقامة ورش تدريبية للكوادر الاعلامية في المكتب الاعلامي للمفوضية العليا المستقلة للانتخابات. فضلاً عن مراسلي المؤسسات الاعلامية المحلية من خلال ادخالهم في ورش تدريبية يتم اعدادها بالتعاون مع المفوضية.

وان الكلية وبعد الاتفاق على التفاصيل ستوقع عقداً لتدريب الكوادر الاعلامية وفقاً لمتطلبات قانون المفوضية والتعريفات الاجرائية الخاصة بها فضلاً عن اقامة ورش للتدريب الاعلامي حول كيفية صياغة الفنون الصحفية المختلفة وبما يتلاءم مع عمل مفوضية الانتخابات يشارك بها اساتذة اكفاء ومهنيون لهم باع طويل في مجال الصحافة والاعلام.

ويتضمن العقد ايضاً عمل (برومات) او (سبوتات) يتم انتاجها داخل الكلية وبكوادر متخصصة ابتداء من الفكرة والسيناريو والانتاج والاخراج باستخدام اجهزتها الحديثة الموجودة في المختبرات التدريبية التي تم انشاؤها مؤخراً من استوديو تلفزيوني واذاعي فضلاً عن جريدة الصحافة.

٥- تقيم كلية الاعلام دورة بالمراسلة الاذاعية والتلفزيونية لطلبة المرحلة الرابعة للمدة من ٣٠ حزيران ولغاية الرابع من تموز المقبل . وتهدف الدورة الى تدريب الطلبة بشكل تطبيقي على كيفية صناعة التقارير التلفزيونية والاذاعية مروراً بمرحلة اختيار فكرة موضوع التقرير وحتى انتاجه وبثه عبر الوسائل الاذاعية والمرئية. وتتضمن الدورة ايضاً محاضرات في الجوانب النظرية والعملية بما يساهم من رفع الكفاءات المهنية للمتدربين. وستكون المحاضرة الاولى عن مواصفات المراسل التلفزيوني والثانية عن اختيار وتوليد فكرة التقرير، فيما تشمل الاخرى تحديد محاوره، اما المحاضرة الرابعة فستكون عن ماهية مراحل تصويره، وسيتم اختتام الدورة بمحاضرة عن كيفية التقطيع الالكتروني للتقرير التلفزيوني. وان اساتذة متخصصين ومهنيين بمجال المهنة الاعلامية سيشاركون على اعطاء الدورة.

٦- بادرت قناة العراقية في تغطية سير عملية الامتحانات النهائية ونقلها على الهواء مباشرة وللاقسام العلمية الثلاثة، (الصحافة، والصحافة الاذاعية والتلفزيونية، والعلاقات العامة). وإن العراقية ارسلت كادراً متخصصاً مع المستلزمات الفنية التي تتطلبها عملية البث المباشر منذ الساعات الاولى لتغطية سير العملية الامتحانية وبتفاصيلها جميعها. واجرت القناة حوارات موسعة مع الاساتذة والطلبة للاستفسار عن طبيعة الاسئلة الامتحانية وتهيئة الاجواء المناسبة لأجراء الامتحانات وتوفير المستلزمات الضرورية التي من شأنها انجاح العملية الامتحانية.

٧- علنت كلية الإعلام / جامعة بغداد عن مجموعة من المحددات لتقديم للدراسات العليا للعام الدراسي ٢٠١٣ - ٢٠١٤. واعتماد الموقع الالكتروني الخاص بالتقديم على الرابط <http://hs.uob.edu.iq/LegalDocuments.aspx> للمساعدة في عملية التقديم. ويتضمن الموقع مجموعة من الايقونات منها ما يحمل اسم أسئلتكم وأجوبتنا والتي تتيح للطلبة معرفة كل ما يرغبون الاستفسار عنه فضلاً عن كيفية التعامل المباشر مع الموقع الخاص بالتقديم. وايضاً أهمية متابعة الايقونة الخاصة (إلية التقديم) من الصفحة الرئيسية للموقع والمكتوبة باللون الأزرق كونها ستسمح للمتقدمين التعرف فيديويًا على كيفية التقديم. وإن الموقع الجديد مازال يعمل بشكل تجريبي ولا يترتب عليه أي التزامات أو حقوق لأي طرف. لغاية تفعيله بشكل رسمي في (١٥ تموز ٢٠١٣). ويجب على الطلبة الراغبين بالتقديم للدراسات العليا ملئ البيانات الدراسية الخاصة بالطالب منذ الآن والموجودة في الصفحة الرئيسية للموقع بعنوان (وثائق التقديم الورقية) والمحفوطة على شكل (pdf). بشرط الاطلاع على ضوابط التقديم للعام الدراسي ٢٠١٣ - ٢٠١٤ قبل ملئ الاستمارة.

٨- نظمت كلية الاعلام/ جامعة بغداد، مؤتمراً علمياً دولياً ضمن فعاليات بغداد عاصمة الثقافة. وان الكلية اقامت المؤتمر بالتعاون مع وزارة الثقافة وحت شعار (وسائل الاعلام العربية ومتغيرات العصر). وقدم في المؤتمر عدد من البحوث العلمية والدولية لعدد من

اساتذة الكلية والشخصيات الاعلامية العربية والعراقية. وتميز المؤتمر بحضور كبير من قبل الباحثين والاكاديميين الاعلاميين. فضلا عن الصحفيين الذي كانت لديهم مشاركات نوعية. وتسعى الكلية خلال الاعوام المقبلة الى اعتماد المنهج التجريبي للبحوث المقدمة في المؤتمرات. وتضمن منهاج المؤتمر جلستين الاولى ترأسها عميد الكلية الدكتور هاشم حسن التميمي ورئيس قسم الصحافة الدكتور محمد فليحي مقررًا. فيما ترأس الجلسة الثانية الدكتور كاظم المقدادي وتسلم الدكتور عادل الغريزي مهام مقرريتها.

وان البحوث المشاركة في الجلسة الاولى كان احداها للدكتور حيدر الصافي وحمل عنوان «توظيف BBC لشبكات التواصل الاجتماعي اخباريا». اما البحث الثاني فكان للدكتور احمد مصطفى من اذاعة BBC بعنوان «شبكات التواصل الاجتماعي والاعلام». اما بحث رئيسة منتدى الاعلاميات العراقيات نبراس المعموري فحمل عنوان «الاعلاميات العراقيات ومتغيرات العصر». فيما كان مسك ختام الجلسة الاولى بحث الدكتور حسين علي نور الذي سلط فيه الضوء على «الشريط الاخباري ودوره في التحريض».

وشملت الجلسة الثانية ٦ بحوث تقدمها بحث مشترك للدكتور رعد جاسم و م.م شريف سعيد شريف بعنوان «تعرض طبقات المجتمع العراقي للراديو وعلاقته بوسائل الاعلام الاخرى». اما الاخر فحمل عنوان «المصادقية في الاعلام الالكتروني/ دراسة مسحية للعاملين في المجال الاعلامي العراقي» للدكتور عبد الامير الفيصل». والبحث الثالث تقدمت به الدكتور شكرية السراج بعنوان «قضايا العراق في الصحافة العربية والدولية/جريدة الشرق الاوسط نموذجا». بينما قدم الدكتور محسن الكناني والدكتور جعفر شهيد بحثا مشتركا كان بعنوان «توظيف المعادل الصوري المعدل بواسطة الحاسوب في نشرات الاخبار التلفزيونية وتأثيراته الاخلاقية».

واختتمت الجلسة الثانية اعمالها ببحثين احدهما للدكتور صفد الساموك بعنوان «القنوات الفضائية ونظم البث الاعلامي. واخر المشاركات تحدث عن الصحافة الاستقصائية للدكتور علاء مصطفى.

٩- افتتح وزير التعليم العالي والبحث العلمي الاستاذ علي حسين الاديب في ٨ ايار من الشهر الحالي وضمن فعاليات مهرجان الربيع الاعلامي الثاني اذاعة كلية الاعلام ونصب الشهيد محمد باقر الصدر (قدس) ضمن فعاليات مهرجان الربيع الاعلامي الثاني الذي نظمته كلية الاعلام. وقال وزير التعليم العالي والبحث العلمي الاستاذ علي حسين الاديب خلال الافتتاح إن «الاعلام يلعب دوراً خطيراً في المرحلة الراهنة لما له من فعالية وقدرة على تغيير المناخات السياسية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية باعتباره سلطة رابعة».

واضاف إن «كلية الاعلام وضعت اقدامها في الطريق الصحيح من خلال افتتاح اذاعة خاصة بها وانشاء ستوديوهات اذاعية وتلفزيونية وبما يجعلها تنتقل من الحالة النظرية الى

التطبيقية». وان «انشاء مثل هذه المراكز التطبيقية ما هي الا جهود كبيرة قدمتها عمادة الكلية ومنتسبيها. وان كلية الاعلام بدأت خطواتها بالطريق الصحيح الذي يقود الى اعداد جيل من الاعلاميين يمتلك الخبرة النظرية والعملية. ويعدّ حضور وزير التعليم العالي والبحث العلمي الاستاذ علي الاديب على مدى عامين لأفتتاح مهرجان الربيع الاعلامي الاول والثاني هو بحق ذاته تشريف للكلية ورعاية خاصة لكل المراحل التطويرية التي شهدتها خلال الفترة الماضية.

١٠- احرزت كلية الاعلام في جامعة بغداد المركز الاول بالتسلسل الرتبي لكليات واقسام الاعلام العراقية لعام ٢٠١٠-٢٠١١ وذلك حسب تصنيف الجودة لوزارة التعليم العالي والبحث العلمي.

وتلقت عمادة الكلية تهنئة رئيس جامعة بغداد الدكتور علاء عبد الحسين عبد الرسول ودرع الفائز الاول تكريماً لما تبذله في سبيل الارتقاء بالواقع النظري والعلمي وتوفير كل ما من شأنه خدمة العملية التعليمية. وقال عميد الكلية الدكتور هاشم حسن التميمي إن «وقوفنا في مقدمة الكليات والاقسام المتخصصة يحملنا مسؤولية مضاعفة في المضي قدماً لمنافسة الكليات العربية والدولية وهو طموحنا في المستقبل القريب لا سيما بعد ان اوشكت على اتمام البعض من المستلزمات اللوجستية لتدريب الطلبة.

ببلوغرافيا : رسائل واطاريح كلية الإعلام \ جامعة بغداد
للعام الدراسي ٢٠١١ - ٢٠١٢
م. م. بيرق حسين جمعه

ت	عنوان البحث	اسم الباحث	المشرف	القسم	الشهادة
١	العلاقة الاخبارية بين الجرائد العراقية ومواقعها الالكترونية " دراسة تحليلية لأساليب الإخراج والتصميم في جرائد الصباح - المدى - الاتحاد للمدة من ٢٠١١-٦-١ - ٢٠١١-٣٠-١١ (	غادة حسين محمد العاملي	أ.م.د. عادل خليل مهدي	الصحافة	دكتوراه
٢	صورة الولايات المتحدة الأمريكية لدى طلبة الجامعات العراقية " دراسة مسحية "	محمد حامد عبد الجابري	أ.م.د. ناهض فاضل زيدان	العلاقات العامة	دكتوراه
٣	القيم السائدة في الدراما التركية والمصرية " دراسة تحليلية مقارنة	اسمى نوري صالح الراوي	أ.م.د. رعد جاسم حمزة	الصحافة الاذاعية والتلفزيونية	دكتوراه
٤	اساليب الاقناع الدعائي في الحملات الانتخابية " دراسة تحليلية في صحف الاتحاد - بغداد - البيان - دار السلام "	محسن عيود كشكول	أ.م.د. سعد مطشر عبد الصاحب	الصحافة	دكتوراه
٥	التجسيد الرمزي للإسلاميين في افلام قناة روتانا سينما	فاطمة خليل ابراهيم	أ.د. عبد الباسط سلمان	الصحافة الاذاعية والتلفزيونية	ماجستير
٦	دور القنوات الفضائية العراقية في تشكيل اتجاهات الجمهور أزاء الاحزاب العراقية	اسماء خالد عبد	أ.د. زكي حسين الوردي	الصحافة الاذاعية والتلفزيونية	ماجستير

٧	استخدامات الشباب الجامعي للصحافة المتخصصة والاشباعات المتحققة منها دراسة مسحية لعينة من طلبة كلية الإعلام للمدة من ٢٠١٠ - ٢٠١١	ثابت نعمان عارف الحيدري	أ.م.د. احمد عبد المجيد	الصحافة	ماجستير
٨	التعرض الانتقائي للفضائيات الرياضية والاشباعات المتحققة دراسة مسحية لطلبة كلية التربية الرياضية في بغداد	نائر اسعد عبد	أ.د. وسام فاضل راضي	الصحافة الاذاعية والتلفزيونية	ماجستير
٩	الوظائف الاتصالية للمواقع الالكترونية في الجامعات العراقية	حامد تركلي عباس المياحي	أ.د. هاشم حسن التميمي	الصحافة	ماجستير
١٠	العلاقات العامة في وزارة الداخلية ومعالجة الأزمات الأمنية دراسة وصفية للأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة	خلف كريم علي التميمي	أ.م.د. جهاد كاظم العكيلي	العلاقات العامة	ماجستير
١١	الدعاية الالمانية في العراق دراسة تحليلية للاخبار والمقالات في الصحف (العقاب والبلاد والاستقلال للمدة من ١-٤- ١٩٤٠ الى ١-٧-١٩٤١	احمد كامل منصور	أ.م.د. عدنان عبد المنعم ابو السعد	الصحافة	ماجستير
١٢	صحافة الاحتلال في العراق دراسة لجريدة (بغداد الآن) للمدة من ١-٧-٢٠٠٣ الى ١-٦-٢٠٠٤	عبد الهادي مهودر الخلفاوي	أ.د. هاشم حسن التميمي	الصحافة	ماجستير
١٣	جريدة العراق في سنوات الانتداب البريطاني (١٩٢٠- ١٩٣٢)	عدنان جلاب منيجل	أ.م.د. نزهت محمود الدليمي	الصحافة	ماجستير

١٤	دور التلفزيون في تشكيل الوعي السياسي لدى الجمهور دراسة مسحية لعينة من طلبة الجامعات العراقية	قيصر كريم حسن	أ.م.د. عمار طاهر	الصحافة الاذاعية والتلفزيونية	ماجستير
١٥	الوظيفة الاتصالية للعلاقات العامة في منظمات المجتمع المدني دراسة مسحية في محافظة ميسان	اسماء هاشم سالم	أ.م.د. رشيد حسين عكلة	العلاقات العامة	ماجستير
١٦	الحملات الاعلانية للمفوضية العليا المستقلة للانتخابات دراسة تحليلية لحملة تحديث سجل الناخبين وبطاقة معلومات الناخب	آسيه خضير علي الخزعلي	أ.م.د. عبد المحسن سلمان الشافعي	العلاقات العامة	ماجستير
١٧	العوامل المؤثرة على أداء العاملين في العلاقات العامة بالوزارات العراقية	حميد نوري مطلب	أ.م.د. جهاد كاظم العكيلي	العلاقات العامة	ماجستير
١٨	تغطية اخبار الحوادث في الفضائيات العراقية دراسة مقارنة لنشرتي الاخبار الرئيسية في قناتي العراقية والشرقية للمدة من ٢٠١١/٤/٣١ - ٢٠١١/٤/١٤	حيدر عباس جمشير	أ.م.د. عبد السلام السامر	الصحافة الاذاعية والتلفزيونية	ماجستير
١٩	كامل الجادرجي واسهاماته الصحفية مع دراسة تحليلية للجرائد الأهالي وصوت الأهالي وصدى الأهالي	سعاد محمد مرهج التميمي	أ.م.د. حمدان خضر السالم	الصحافة	ماجستير
٢٠	ستراتيجيات العلاقات العامة في المواقع الالكترونية الحكومية دراسة تحليلية لأساليب ومضامين مواقع الوزارات العراقية التعليم العالي والبحث العلمي - المالية - النفط	عراك غانم محمد التميمي	أ.م.د. جاسم طارش العقابي	العلاقات العامة	ماجستير

٢١	اتجاهات الجمهور إزاء اعلانات الطرق في مدينة بغداد	محمد داود سلمان	أ.م.د. ريا قحطان احمد	العلاقات العامة	ماجستير
٢٢	معالجة الاخبار الدولية في القنوات العراقية دراسة تحليلية لنشرات اخبار الشرقية إنموذجاً من ٢٠١١/١٠/٢١ - ٢٠١١/١٢/٣١	ضحى سعد داود	أ.م.د. عبد النبي خزعل جاسم	الصحافة الاذاعية والتلفزيونية	ماجستير
٢٣	دور الصحافة في التوعية السياسية للمرأة دراسة لقياس دور الصحف اليومية في التوعية السياسية	عبير محمود جبار	أ.م.د. عبد السلام احمد السامر	الصحافة	ماجستير
٢٤	مقروئية الصحافة الرياضية في العراق لدى طلبة جامعة بغداد لعام ٢٠١٠	عدنان لفته منان	أ.م.د. عبد المنعم كاظم الشمري	الصحافة	ماجستير
٢٥	اتجاهات جمهور مدينة بغداد إزاء المنظمات غير الحكومية بعد عام ٢٠٠٣ دراسة مسحية عن جمهور مدينة بغداد	محمد جبار زغير	أ.م.د. ريا قحطان أحمد	العلاقات العامة	ماجستير
٢٦	الوظيفة الاتصالية للمواقع الالكترونية لدى طلبة جامعة بغداد الفيسبوك إنموذجاً	مؤيد نصيف جاسم	أ.م.د. عبد الامير الفيصل	الصحافة	ماجستير
٢٧	الاتجاهات الثقافية والاجتماعية في مجلة البيان النجفية ١٩٤٦ - ١٩٥١ دراسة تحليلية	نبراس صلاح مهدي	أ.م.د. سعد مطشر عبد الصاحب	الصحافة	ماجستير
٢٨	الاعلان التلفزيوني وإنعكاساته على القيم الاجتماعية للشباب العراقي	صادق حسن كاظم الموسوي	أ.م.د. عبد المحسن سلمان الشافعي	العلاقات العامة	دكتوراه
٢٩	اشكال ومضامين البرامج الثقافية في الاذاعات الدولية الموجهة	سلام خضر	أ.م.د. سعد مطشر عبد الصاحب	الصحافة الاذاعية والتلفزيونية	ماجستير

٣٠	توظيف حملات العلاقات العامة في نشر الوعي الصحي	محمد جليل شهاب	أ.د. علي جبار الشمري	العلاقات العامة	ماجستير
٣١	مظاهر الانحراف في السينما المصرية تحليل المضمون للأفلام السيمائية في روتانا سينما وميلودي أفلام لعام ٢٠١٠	ايمان شاكر عبد الله	أ.د. وسام فاضل راضي	الصحافة الاذاعية والتلفزيونية	دكتوراه
٣٢	دور القنوات الفضائية في تشكيل القيم الثقافية لدى طلبة الجامعات دراسة مسحية لطلبة محافظة بغداد	فايق ابراهيم حسن فتاح	أ.م.د. عبد النبي خزعل	الصحافة الاذاعية والتلفزيونية	ماجستير
٣٣	الأساليب الدعائية في القنوات الفضائية الموجهة الى المنطقة العربية دراسة مقارنة للأساليب الدعائية في النشرات الاخبارية التي تقدمها قناتا الحرة الفضائية الامريكية والعالم الفضائية الايرانية	علي يودة سلمان	أ.م.د. عبد السلام احمد السامر	الصحافة الاذاعية والتلفزيونية	ماجستير

كتاب السيناريو والنص

المؤلف الدكتور عبد الباسط سلمان

«السيناريو والنص» الكتاب العاشر في مسيرة الدكتور عبد الباسط سلمان. بعد كتب عدة منها كتاب التشويق ورؤيا الإخراج، وكتاب الإخراج والسيناريو وكتاب سحر التصوير، وكتاب ديجيتال الإعلام، وكتاب التصوير الصحفي، وكتاب عولة القنوات الفضائية، وكتاب ملتي ميديا الكشف.

يؤكد المؤلف د. عبد الباسط سلمان في كتابه «السيناريو والنص» قدرات السينارست على خلق التشويق والتأثير والإبهار وعلى قضية الترفيه والمتعة، وكيفية تطويرها كي يخلق مستجدات جديدة أمام



المتلقي لتابعاتها. ويضرب مثلاً كيف تطورت في عرض الأفلام السينمائية من خلال شاشات خماسية الأبعاد أو ثلاثية أو ثنائية الأبعاد. وهذا التطور التكنولوجي يفرض تطورات على كاتب السيناريو. ليقدم عمله بمواكبة التطورات. لأنها تتطلب منه التأثير بالمشاهد كي يحس ويشتم ويتذوق كل ما يحدث في الفيلم. وليس كما كان في السابق بان يلاحظ أو يدرك المشاهد رواية الفيلم من دون التمتع بالتكنولوجيا الفيلمية، التي يرسمها السينارست. ويؤكد المؤلف الثورة الفضائية الشاشاتية التي حلت بوسائل الإعلام. اذ يوجد ازدياد هائل في عدد القنوات الفضائية. وهو ما تطلب معه ازدياد الحاجة إلى كتاب السيناريو وللبرامج والأفلام والمسلسلات حتى ينتجوا أعمالاً تملأ بث تلك الفضائيات. وهو ما أدى إلى دخول الكثير من لا يمتلك الموهبة والإمكانات التي تؤهله لهذا المجال الحيوي. من هنا فان المؤلف يؤكد ضرورة إعادة النظر في شأن هؤلاء، بتدريبهم وتطويرهم من خلال إعداد دورات تخصصية لهم في السيناريو. كي يواكبوا التطورات التكنولوجية الحاصلة في هذا العالم المثير. ومن هنا تأتي فائدة الكتاب الذي يقدم دراسات مستفيضة ومتشعبة في السيناريو. وكيفية كتابته. وتفاصيل تطوره بما يدفع الدارسين الى تطوير إمكاناتهم في صنع سيناريو ناجح.

وفي مفهوم السيناريو يذكر المؤلف ان هناك اصطلاحات عديدة ظهرت عن مفهوم السيناريو لكن الأقرب هو ان السيناريو كلمة مأخوذة عن الإيطالية وهي كلمة مشتقة من كلمة «scene» أي المنظر. وقد انتشرت في اللغات الأوروبية. وفي القرن الـ ١٩ صارت تعني نص المسرحية المرفق بها تعليمات المخرج الفنية من حيث المنظر والديكور والإضاءة والحركة

والأداء. وعندما ظهرت القصة في الأفلام السينمائية ظهرت كلمة السيناريو لتعني نص الفيلم.

يقع الكتاب في ٢٥٢ صفحة من القطع الكبير. يتناول موضوع السكرت نص السيناريو كورقة عمل احترافية للمعنيين في المهنة الإعلامية أو التلفزيون والسينما. وذلك للخلق الفيلمي من مشاهد أو أحداث تلفزيونية أو قصص إخبارية أو حقيقات تلفزيونية. وذلك ضمن طروحات ومناقشات مستفيضة في عالم كتابة السيناريو السينمائي. وقد اهتم المؤلف في إدراج مفهوم وماهية السيناريو وعلاقته بالنص. وكذلك تفسير المفاهيم والمصطلحات والروابط والعلاقات ما بين النص الاحترافي والسيناريو عموماً. حيث جاء الكتاب في جملة من الموضوعات التي تختص في كتابة النصوص الفلمية أو كتابة النصوص الإذاعية. من مسامع صوتية في احترافية العمل الإعلامي الاذاعي والتلفزيوني. حيث تم طرح مجموعة من المضامين التخصصية الأكاديمية التي تعين الإعلامي أو السينمائي في إدراك كم من المفاهيم المرتبطة والمتأصلة في الإنتاج الفيلمي بأنواعه الإخبارية أو الدرامية أو السينمائية أو الوثائقية.

وجاء الكتاب بمفهوم أكثر حداثة في العمل الإعلامي. وتطورات المتقدمة مع تطور التكنولوجيا ووسائل الإعلام المتزايدة لاسيما في القنوات الفضائية. حيث تبنى الكتاب الهجين الجديد والتجدد ما بين الوثائقية والدرامية. عبر مفهوم الديكوفكشن أو الديكودراما التي نالت حيزاً واسعاً جداً مع دفوقات الإعلام الفضائية وقنواته التي تتزايد بشكل كبير وتتطور عبر المواقع الالكترونية. ليأتي الكتاب بوفرة من الموضوعات التي تغطي كافة المفاهيم والأفكار والتكنولوجيا والآليات في الكتابة التلفزيونية والسينمائية عبر المهنة الإعلامية. وأهم الموضوعات هي مفهوم السيناريو. ومن هو السينارست «كاتب السيناريو» ومفهوم النص. وطريقة كتابة السيناريو. والسيناريو في العمل الإعلامي. وموضوع الديكودراما والأدرمة - الديكوفكشن. وهي آليات وميكانيكيات النصوص وخويلها إلى سكرت لسيناريوهات احترافية للعلم الفيلمي في الإعلام. عبر التقنيات الكتابية. في ان تكون النصوص مدمجة بكم من المشاهد الدرامية. أو بنكهة دراماتيكية في فيلم وثائقي أو برنامجي تسجيلي.

تناول الكتاب كذلك موضوع كتابة النص. من حيث ميزات النص الناجح. وما يميز النص الأدبي عن النص التنفيذي. كذلك جاء الكتاب بموضوع مرتبط بالسيناريو ألا وهو الإخراج. حيث ان السيناريو يتطلب إدراكاً من السينارست بعمل المخرج وما يمكن ان يحققه المخرج للسيناريو. وكذلك جاء الكتاب بموضوع إعلامي حيوي وهو السياسة في السيناريو. مستشهداً بسيناريو لربيع عربي أم خريف عجاف.

كذلك اهتم المؤلف في ان يبين ويميز عمل المخرج من السينارست وذلك من خلال

موضوع السينارست والمخرج، وأدوات السينارست، وكذلك استعرض الكتاب نموذجاً لمراحل واليات كتابة السيناريو مستشهداً بمشاهد لسيناريو كوميدي مبسط، كي يستسيغه القاري ويدرك مفهوم كتابة السيناريو بسهولة، بعد ذلك جاء الكتاب في موضوع مهم وهو السيناريو الوثائقي، مبيناً كافة العناصر التي تدخل في كتابة الفيلم الوثائقي، وموضحاً خط المعلومات في الوثائقية، ثم طرح الكتاب موضوع النص الإذاعي.

ومن ثم جاء بموضوع البناء الدرامي في السيناريو، مستعرضاً كافة العناصر الدرامية في النص وكذلك عناصر الحبكة الدرامية، ثم موضوع سيناريو ونصوص القنوات الفضائية، بعدها موضوع الدعاية عبر سيناريو الأفلام، يوضح الكتاب بطياته من أن السيناريو اتخذ من القصص والروايات والمسرحيات موضوعات جاهزة له بحكم الجماليات والحكاية التي تتميز بها القصة أو الرواية، وهناك سيناريو آخر اعتمد على الحيلة التي تميز الكاتب، إذن السيناريو هو شكل أدبي يختلف عن القصة أو الشعر ويحمل مزايا تعطيه الخصوصية وأهمها تمتع السيناريو بسمة التزامن والحركة الصورية الوصفية، أي بالسرد الذي لا يتوافر في الأجناس الأدبية الأخرى، في مجال طريقة كتابة السيناريو لابد للكاتب أن يكتب على شكل حقلين أو عمودين، كما يشير الكتاب.

عمود لكتابة السرد الذي يمثل عناصر الصورة وعمود لكتابه الحوار وعناصر الصوت، والمقصود بالسرد هو كل ما تراه العين من عناصر الصورة من مثل وحركاته وديكور وإكسسوار وأزياء وألوان وحركة كاميرا أو مؤثرات صوتية، أما الحوار غالباً ما يفهم على أنه شامل لعناصر الصوت من المؤثرات الصوتية والموسيقى والحوار والتعليق والأغنية والصمت والحوار الداخلي أي كل ما تسمعه الأذن، وأن نبدأ الكتابة من شكل السيناريو أولاً وبعد ذلك تبدأ خطوات كتابة عنوان الفيلم في أعلى أول صفحة من النص ثم نكتب رقم المشهد بعدها نكتب مكان المشهد على نحو تفصيلي مثلاً المكان بيت سين من الناس مع تحديد المشهد في موقع بالمنزل كأن يكون في الحديقة أو السطح أو المطبخ وغيرها، ثم نحدد إن كان المشهد خارجياً أو داخلياً، بعدها يتم تحديد وقت المشهد الخارجي أو الداخلي كأن يكون صباحاً أو مساءً، كذلك نرسم جدولاً من عمودين عمود للصورة وآخر للصورة، على أن تكتب الأحداث بصيغة الفعل المضارع المستمر، ومن ثم ندون مع نهاية كل مشهد في الأسفل كلمة «Cut» أي قطع، ثم نكتب المشهد الثاني بنفس الطريقة وهكذا، مع تجنب الحوارات المطولة كونها تجعل النص مملاً ومتراً، ويؤكد المؤلف ضرورة الإكثار من الوصف للحدث عبر اللغة الصورية، أي السرد بغية أن يكون النص أكثر احترافاً وأكثر قيمة، وبخصوص الديكودراما والأدرمة يذكر الكتاب على أنه عرض تليفزيوني أو فيلم يدمج ما بين المجال الوثائقي والدراما، أو التركيز على الحقائق الفعلية مع أشخاص حقيقيين يقدمون الفكرة بأسلوب وطريقة دراماتيكية أو مسرحية، قد يكون موضوع الأدرمة ملازماً للسينارست في

ان يبني نصاً غير تقليدي عبر أفكاره المتوقدة في محاكاة الحياة والطبيعة، وهذا الأمر يكون في الغالب مع النصوص غير الدرامية، كأن نكتب تقريراً تليفزيونياً، وهو ما يحاول فيه السينارست أدمة أحداثه التليفزيونية في زج العديد من العناصر الدرامية في سياق النص، ليبدو في النهاية ان النص ديكودرامي، وقد تدخلت السياسة في السيناريو لأجل إخضاعه إلى أجنداتها وهو ما تعمله كل الدول في العالم لاسيما أمريكا وأوروبا لتخدم مصالحها الخاصة والترويج لبرامجها وسياساتها، ويبين المؤلف ان على كاتب السيناريو ، إدراك أهمية الجانب السياسي في كتابته لأعماله.

بخصوص «الإخراج والسينارست» يشير المؤلف الى انه لا سينما بلا مخرج ولا سينما أيضا بلا مؤلف، ان عمل السينارست يكمن في المضمون الذي سيقدمه العمل الفيلمي، ويمكن ان يتطور هذا المضمون في حال رغبة المخرج بأن يطره وذلك بالاتفاق مع السينارست، إلا ان المتعارف عليه والمتفق بشأنه، ان يكون السينارست بمثابة الشرارة الأولى لانطلاق المضمون، والمخرج بحكم قدرته التخيلية، في بناء الفيلم وإبداعاته يعبر عن المضمون، والواقع ان الشكل يعد الغاية المنشودة من مخرج الفيلم، فهو الذي يستقطب المتلقي، وهذا الأمر يقود إلى ان يكون المخرج هو المسئول والقائد للعمل الفني لدرجة انه قد يكون دكتاتورا، لأنه يعمل على خلق كم من الأفعال والحالات والتصرفات، أما أدوات السينارست فهي المصطلحات ومنها مصطلح معالجة النص ويقصد به المراحل التي يقوم بها السينارست لتحويل وتطوير العمل بشكل أكثر نموذجية، ومصطلح الإطار ويقصد به صورة لقطة ثابتة من مجموع صور الفيلم، وهي تعادل واحداً من خمسة وعشرين إطاراً في الثانية الواحدة من اللقطة المصورة في الكاميرات التصوير التليفزيوني «FPS 25».

كتاب السيناريو والنص الذي تناولنا بعض جوانبه ، يعنى بعشاق العمل الفني «مسلسل أو فيلم» وكذلك طلبة كلية الإعلام وكلية الفنون الجميلة في مراحل البكالوريوس والماجستير والدكتوراه وهو مساعد لهم في التعليم والدراسة لكثير من تفاصيل كتابة السيناريو وإخراجه، لا بل يعد مرجعاً مهماً في دراستهم.

قراءة في بحوث إعلامية مثيرة للجدل

تمثل مجلة «الباحث الإعلامي» فضاءً بحثياً لنشر البحوث والدراسات الأصلية والمبتكرة والمتزمة بشروط الكتابة العلمية. وتهدف المجلة الى تجاوز ندرة الفضاءات المخصصة للنشر الأكاديمي المتخصص في الدراسات الإعلامية. وتطوير حقل الدراسات التي تتمحور حول الاتصال. كما تسعى المجلة في هذا الباب الى خلق فضاءات نشر جديدة والتعرف ببحوث الاتصال للباحثين العرب. عن طريق نشر مستخلص الدراسة وعسى أن يكون هذا الباب ينير طريقاً لجاد. أو يفتح أفقاً لباد. كانت القراءة الاولى لمستخلص بحث د. جمال الزرن الموسوم ((الكتابة على الجدران والفضاءات الاتصالية المهمشة)).

والقراءة الثانية لمستخلص بحث د.عبد الرحمن عزي الموسوم ((فقه اللغة وعنف اللسان والإعلام في المنطقة العربية)).

والقراءة الثالثة لمستخلص بحث د. لينة الجيوسي الموسوم ((سلطة التكنولوجيا وتكنولوجيا السلطة)).

ورابط الدراسة <http://www.dohainstitute.org/release/7e261629-2aab-46cd-83bd-04-c9ca1a7e4> وتم نشرها من قبل المركز العربي للابحاث ودراسة السياسات.

حاول هذه الدراسة توصيف طبيعة ظاهرة ويكيليكس وتداعياتها. وتسعى إلى تسليط الضوء عليها كفكرة. وكمؤسسة. وكممارسة وكمتحيل. وفي سبيل ذلك تتناول مجموعة من المسائل التي طرحت في شأن الظاهرة: ماذا تعني بالنسبة إلى الدولة؟ وما هو تأثيرها المحتمل في حركات الاعتراض والنشاط السياسي. والديمقراطية؟ وماذا تعني بالنسبة إلى الصحافة؟ وحاولت الباحثة ان تثبت أن هذه الإشكاليات الثلاث مترابطة. وأنها متعلقة بطبيعة ويكيليكس كوسيط. فضلا عن طبيعة المواد التي ينشرها الموقع. ويتطلب فهم ظاهرة ويكيليكس وأهميتها. التركيز على نقطة الالتقاء بين البنية التقنية «والسلطة التي تتيحها لزحزحة الحدود الاجتماعية للمعرفة وللعمل» ومحتوى الوثائق المسربة. بغض النظر عن التكهّنات في شأن الأجندات المحتملة لعملية التسريب.

اذ في أقل من تسعة أشهر. بين نيسان/أبريل ٢٠١٠م وتشيرين الثاني/نوفمبر ٢٠١٠م. تسرب إلى الرأي العام مجموعة من الوثائق المهمة. فقد بدأ موقع «ويكيليكس» بنشر شريط فيديو للجيش الأميركي يظهر مروحية مقاتلة أميركية تقتل برصاصها ما يقرب من اثني عشر شخصاً في بغداد أغلبهم مدنيون. وبينهم مراسلون لوكالة رويترز. بعد ذلك. جاء الكشف عن سجلات حرب أفغانستان. ثم وثائق حرب العراق. وفي تشيرين الثاني/نوفمبر ٢٠١٠م. وبدأ الموقع ينشر مجموعات مختارة من البرقيات الدبلوماسية الأميركية المسربة بلغ عددها ٢٥٠,٠٠٠ وثيقة.

وتمّ نشر الوثائق الدبلوماسية بالتعاون مع صحف «نيويورك تايمز» الأميركية و«ذي غارديان» البريطانية و«دير شبيغل» الألمانية. ونشرت الصحف الثلاث الإصدار الأول من البرقيات المسربة بشكل متزامن. وبغية تقييم الوثائق المسربة وفهم خصوصيتها. لا بدّ من أخذ هذه الخلفيات جميعها بعين

الاعتبار. ويعود تأسيس منظّمة «ويكيليكس» لسنة ٢٠٠٦م. وكانت قد بدأت بنيل شهرة واسعة بعد نشرها عدداً كبيراً من الوثائق على موقعها الإلكتروني، وهي تسريبات تتلقاها من مصادر عدّة لا تكشف عن هويتها.

وقد حازت منظّمة ويكيليكس سنة ٢٠٠٨م جائزة «مرصد الرقابة» لحرية الرأي التي تقدّمها مجلّة «ني إيكونوميست». كما فازت، سنة ٢٠٠٩م، بجائزة منظّمة العفو الدوليّة للصحافة التي تخدم حقوق الإنسان «عن فئة الإعلام الجديد».

وتفيد التقارير بأن حكومة الولايات المتحدة كانت قد فتحت تحقيقاً عن المنظّمة عام ٢٠٠٨م على أمل نزع الصّدفية عنها وإفغالها، ولكنّ ويكيليكس قفزت إلى الأضواء، وإلى ساحة جدل حام على المستوى العالمي، بعد نشرها لفيديو بغداد. وسجّل جوليان أسانج Julian Assange الناطق باسم المنظّمة مقابلات عدّة في قنوات إعلاميّة مختلفة - بما في ذلك البرنامج التلفزيوني الرّائج تد TED في تموز/ يوليو ٢٠١٠م، إذ استقبله الجمهور وحيّاه ك«بطل».

وقد خضع كل من الشّريط المسرّب وعمليّة تسريبه بحّد ذاتها، إلى التّحليل مراراً وتكراراً على المستويين السّياسيّ والأخلاقي، ومن قبل مناصري حرب أميركا ضدّ العراق ومعارضيه أيضاً. وفي وقتٍ لاحق، وعند نشر الوثائق الدبلوماسية، أثار فعل التّسريب بحّد ذاته، بقدر مضمون الوثائق المسرّبة، جدلاً متواصلاً، ما أتاح المجال للرّأي والرّأي الآخر. وكان ذلك خير تعبير عن النّمودج والواقع الجديد الذي فرضه الموقع الإلكتروني ومؤشراً على إمكاناته المستقبلية.

في الخلاصة، تختصر النقاط الاتية العرض السابق بشأن طبيعة ويكيليكس وممارستها، وهي تتضمن بعض الاستنتاجات:

١- تستطيع ويكيليكس تأمين أرشيف رقمي عام ومدمج لـ«الأسرار» المسرّبة، والذي قد يتم استنساخه مرّات لا حصرَ لعددها، ما يجعله قابلاً للحفظ.

٢- تقوّض ويكيليكس وممارساتها «إمكانية الإنكار» الذي قد تلجأ إليه الحكومة بخصوص مواضيع تهّم الجمهور العام، ما يؤثّر في عمليّة الدبلوماسية على المستوى الأيديولوجي، لا على مستوى العلاقات فحسب. وفي الوقت ذاته، تؤمّن الوثائق المسرّبة «معرفة قابلة للتفعيل» من قبل الناشطين.

٣- تؤثّر ظاهرة ويكيليكس في ممارسة الصحافة، على المدى الطويل لا القصير، إذ تقدّم مرجعاً مهماً لتقييم العمل الصحفي بما يشمل من تقارير وتحليلات، سواء ما نشر حتى الآن أو ما قد ينشر في المستقبل.

٤- تنتج ويكيليكس صيغةً جديدة من الفعل الاجتماعي - شكلاً من أشكال الاحتجاج - قد يتم توسيعه واستنساخه وتكراره، بل وتحسينه عن طريق «تسريب» أسرار حكوميّة وأسرار مرتبطة بعمل الشركات المتعدّدة الجنسيّات التي تدعم عمل النّظام العالمي الحالي.

٥- إنّها تعيد توزيع توازن المعرفة بين الحكام والمحكومين.

٦- يمكنها، في المحصلة، أن تحدّد خرقاً في قنوات السلطة الممنهجة، سواء نتيجة التسريبات التي حدثت حتى اللحظة، أو نتيجة إمكان حدوث تسريبات أخرى عبر الموقع أو عبر النّمودج الذي يقدّمه.

٧- في النتيجة، قد تعدّ ظاهرة ويكيليكس «ونشاط» «المصدر المفتوح» الذي انبثقت عنه مكوّناً

جديداً للحركة العالمية المناهضة للنظام العالمي الحالي. غير أنها تقدّم نموذجاً جديداً لمعارضة تناهض النظام العالمي. نموذجاً متعدّد الطبقات وموصولاً بشبكات ويعتمد على تقسيم للعمل بحسب النمط والموقع. وبالتحديد بين مركز «متحرّك» وأطراف.

وكان هذا واضحاً في الثورة المصريّة سنة ٢٠١١م. وهي ثورة تهدف لاستكمال مشروع التحرّر الوطني المعادي للاستعمار. ونجاح الثورة في تحقيق أهدافها إنّما يعني تفكيك إحدى عقد النظام العالمي الحالي. فحين أغلق النظام المصري أنظمة الاتصالات كلّها بهدف فرض التعقيم الكلي. انبرت مجموعات المحترقين ومجموعات المصدر المفتوح العالمية لإيجاد وسائل وطرق بديلة تربط المحتجين بالعالم الخارجي. وتساهم في إدخال موادّ إليهم «كالوثائق المسرّبة بشأن النظام المصري». وبالفعل، تناولت النقاشات التي دارت ضمن هذه المجموعات. وبشكل جليّ، مسألة تقديم الدّعم لمناهضة النظام المستبدّ وضرورة تطوير تقنيات برمجيّة تمنع الدولة السلطويّة مستقبلاً من «قطع» الاتصالات والحيلولة دون كشف الحقيقة.

ولابد أن نشهد صراعاً متنامياً بين المطالبين بعالم الكتروني حرّ يدعم المواطنة الحرّة والكاملة. ويعززها ويروّج لها من ناحية. وبين محاولات الدولة «الإمبراطوريّة» لتقييد نسيج الحريّات المتشابك «حرية المعرفة وحرية الكلام وحرية الفعل» وتطويقه والسّيطرة عليه وقمعه. فالانترنت ليس إلّا حلبةً جديدة للصّراع. إنه صراع حقيقي يدور في مواقع ومجالات تفاعل افتراضيّة. لتصبح هذه واجهة مهمّة للصّراع المادي الذي يدور في واقع الزّمان والمكان. فالاتّصالات حقيقيّة. والرّهان حقيقي. والنتائج أيضاً حقيقيّة.

Advisory Committee

professor . Hamed jead Muhsin

professor . Zaki Hussain AL-Wardy

professor . Ali Twyna

professor . Ali Jabar AL-Shamari

professor . Wisam Fadil Radhi

professor . Adnan Yaseen Mustafa

professor . Amer Hussin Fayyad

professor . Karim Mohamed

General Superuison

professor .Hashim Hassan Jassim

Editing Editor

Dr.Mohammed Rided Mubarak

Editing Secretary

Dr.Hamdan Kh.AL-Salim

Dr.Irada Zidan AL-Jibouri

Editor

Dr. Abdul Nabi Gzarl

Dr. Rasheed Husain Eqla

Dr. Hassan Kamil

Dr.Bushra Jameel AL-Rawie
