

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة بغداد
كلية الاعلام



الباحث الإعلامي

ISSN 1995 - 8005

مجلة فصلية علمية محكمة
تصدر عن كلية الاعلام - جامعة بغداد

العدد ٢٠

نيسان - أيار - حزيران . ٢٠١٣

عدد ٢٠

رئيس التحرير

لجنة

AL-Bahith Al-Aalami

ISSN 1995 - 8005

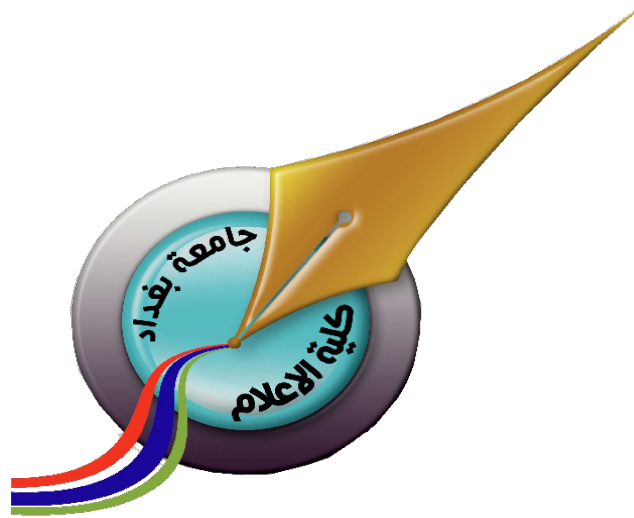
Ministry of Higher Education and
Scientific Research
Baghdad University
College of media

*A Specialized Refereed Quarterly Issued By The College
of Media - Baghdad University
NO. 20 April.May.June. 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 ٢٠ - نيسان - ايار - حزيران

٢٠١٣ - م

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.....
	* ما هي الديمقراطية .. مفهوم إعلامي (تحليل لغوي سوسيو ثقافي).....
٢٣ - ٩	د. محمد رضا مبارك
	* النمذجة البشرية في الصحافة العراقية (دراسة مسحية لموضوعات النمذجة البشرية
٤٩-٢٤	م. د. سهام الشجيري
	* الصراع والتكامل بين الإعلام الجديد والإعلام التقليدي.....
٦٧-٥٠	د. رحيمة الطيب عيساني
	* تقويم الجالية العراقية للحملات الانتخابية لمرشي مجلس النواب وتغطيتها الإعلامية....
٩١-٦٨	د. محمد عبد حسن العامري
	* توظيف التحليل الإحصائي في بحوث العلاقات العامة دراسة تحليلية لرسائل واطاريح
١١٣ - ٩٢	العلاقات العامة للمدة من ٢٠٠٥ ولغاية ٢٠١٢ د. فاطمة عبد الكاظم - م. نرجس هادي
	* موضوعات المرأة في جريدة (الصباح) العراقية «مقترب نسوي»
١٢٩ - ١١٤	م. د. أزهار صبيح
	* التغطية الخبرية في الصحافة الالكترونية العراقية للازمات الداخلية
١٤٣ - ١٣٠	د / باسم وحيد جوني . م / هدى فاضل عباس
	* دور العلاقات العامة في رصد النشر الإعلامي خلال المؤتمرات الدولية.....
١٦٧-١٤٤	م.م علي عبد الهادي عبد الامير
	مسؤولية الصحافة العراقية في تعزيز الثقافة السياسية في المجتمع
١٨٩ - ١٦٨	د. حسين علي إبراهيم الفلاحي
١٩٩ - ١٩٠	* الابواب الثابتة.....
١٩١	١- اخبار كلية الاعلام.....
١٩٤ - ١٩٢	٢- عرض الكتب.....
١٩٧ - ١٩٥	٣- قراءة في بحوث إعلامية مثيرة للجدل.....
١٩٩-١٩٨	٤- ستخلصات رسائل واطاريح كلية الإعلام جامعة بغداد

افتتاحية

العدد العشرون من الباحث الإعلامي ، يستدعي وقفة لمراجعة ما صدر من هذه المجلة وتحديد القيمة المعرفية والفكرية التي تملكها .. عشرون عددا قدمت رؤية لمستوى الوعي العلمي والثقافي ، وما توصل إليه الأستاذ الجامعي من قدرة على ضبط معارفه ، والتواصل مع العالم في هذا الاختصاص ، الذي من أهم صفاته التغير . فهل حققت هذه الأعداد العشرون ما نصبو إليه ؟

سؤال ربما لا يحتاج إلى جواب ، أو أن جوابه معروف ، ولعل الإشكال يتعلق بطبيعة الإصدار الجامعي ، الذي يظهر وكأنه مغلق على نفسه ، لا يريد الخروج إلى الفضاء الأوسع ، وان خرج ، فباستحياء ونمطية تعيده إلى أصله الذي انطلق منه . الباحثون مشدودون إلى الأصول التي انطلقوا منها ، رسائل الماجستير والدكتوراه ، والتدرج الوظيفي ولا أقول العلمي الذي أعقب الحصول على هذه الشهادات .. لهذا ينحصر البحث في حدود الحصول على الترقية العلمية ، وهي غاية الغايات في عمل الجامعات .. ومنالها ، يهين إن لم يكن المنصب ، فالمكانة والمنزلة الأدبية .. وقد يخدع المرء نفسه بحصوله على الشهادة ، فيقع أسير الأنا المتضخمة التي ترى أن الحصول على كل هذا ليس سببه : الظرف ، والوسط ، والتساهل العلمي والتجاهل الأكاديمي .. بل سببه القدرة الفائقة الخاصة ، ولولا تميزه العلمي وتمكنه الثقافي لم يصل إلى ما وصل إليه .

معظم متضخمي الأنا ، لا ينتجون شيئا وقد ختموا العلم من أوسع أبوابه .. ويزداد وهمهم حين يمنحون الطلاب شهادات الدكتوراه .. فلماذا إذا يتعلمون ولم يجتهدون ؟؟

- لا يتقن احدا لغة أجنبية واحدة ، يكافح بها أمية اللغات .
- ولا يتعلم منهجا جديدا ، ليزيح تكرر المناهج وثباتها .
- ولا يخطو صوب التغيير والتجديد ، ليقفل ديمومة النمط.

الإعلام يتعلق بالمستقبل ، ويكاد يقرن بالمستقبلين في الأدب ، الذين ابعدوا الماضي ونفوه .. وهو اليوم لا يتابع الحدث ، بل يشارك فيه ويصنعه . فهل نجد قبسا من ذلك في بحوثنا ؟ .. نتفاعل ولا نقنط ، وان كنا في مجال البحث العلمي ، في ضيق شديد .

د. محمد رضا مبارك
مدير التحرير

ما هي الديمقراطية .. مفهوم إعلامي (تحليل لغوي سوسيو ثقافي)

د.محمد رضا مبارك
كلية الإعلام / جامعة بغداد

مستخلص

من السهل الحديث عن الديمقراطية, ولكن من الصعب ممارستها, ونحدث عن ما بعد الحداثة, ولكن يصعب تجسيدها في أرض الواقع, غير ان قدم الديمقراطية وحدانيتها في الوقت نفسه دفع الباحث لمحاولة ايجاد مفهوم اعلامي لها ..ولا يعني ان هذا المفهوم لم يتشكل بعد, ولكن جذر الديمقراطية واقبال الدول والجماعات عليها, جعل من الضروري دراستها من جديد ..ان العلاقة بين الديمقراطية والاعلام, جعلهما وكأنهما مفهوم واحد, اذ ان وجود احدهما مرتبط بوجود الآخر, وقد رأينا ان اللغة بصفتها تعبيراً عن الفكر هي المدخل لدراسة هذا المفهوم المزدوج .. التحليل اللغوي له القدرة على جلاء هذا المفهوم ومن ثم استعماله في الحياة الفكرية المعاصرة فما الواقع الا صياغة لغوية متحركة, اما الجانب الاجتماعي والثقافي فهو يتعلق بالديمقراطية نشأة وتواصلاً . وقد درسنا بايجاز شديد تطور الديمقراطية منذ ظهورها بصفتها فلسفة الحكم الى جذورها في الفكر الانساني عامة..وان الجماعات البشرية لما تجد بعد بديلاً معقولاً عنها ..وصاحب ذلك الإشارة الى البنيات الثقافية التي رافقت الديمقراطية في تاريخها الطويل, والمنعرجات التي مرت بها ..ان وحدة المفهومين فرض على الباحث ان يتوصل بالأمكانات اللغوية, التي لولها لما استطعنا فهم الديمقراطية والممارسة المرتبطة بها ..ولعل الاعلام وهو الفضاء الذي تحرك فيه الديمقراطية هو الذي اوجد مجالا عملياً لتؤدي عملها.

لقد قسمنا الدراسة الى قسمين, يتعلق الأول بالديمقراطية والاعلام, وفي اطار هذه العلاقة نتلمس المفهوم الاعلامي لها, في مسار التحليل اللغوي. اما الثاني فهو الماح لتطور تاريخي معرفي للديمقراطية, نكمل به الفهم السابق, انطلاقاً من تطور المفهوم في اطاره التاريخي, وسوف يمنح الباحث تمكناً من تحديده في البيئة الثقافية المحلية التي لم تشهد نمواً حقيقياً للديمقراطية, اذ مازال التطبيق العربي لها تواجه عقبات كثيرة, ولا سيما عقبات الموروث الحضاري..اما النتائج التي توصلنا اليها, فهي مستخلصة من واقع الديمقراطية في البيئة العربية.

It is easy to talk about democracy, but it is difficult to practice it; and we talk about post modernity but it is difficult to embody it in reality> However, the antiquity and modernity of democracy have urged the researcher to attempt to find out a media concept for it. This does not mean that this concept has not been formed but the root of democracy and the move of groups and countries towards it necessitate studying it again. The relationship between media and democracy makes democracy and media as if they were one concept because the existence of one of them is connected with the existence of the other. We have seen that language, as the expression of thought, is the approach to study this dual concept. The development of democracy since it existed as the philosophy of governance has been studied in brief and in general. The unity of the two concepts led the researcher to consult the lingual capabilities without which it is not easy to understand the democracy and the practices related to it. It may be the media, which is the space via which democracy moves, that avails a practical venue to perform its work. This study has been divided into two parts: the first relates to democracy and media; and the second is an overview of the historical and cognitive development of democracy. The findings of this study have been drawn from the status of democracy in the Arab environment.

أولاً : ما فوق الرمز وما تحت الرمز:

من أجل إيجاد تصور للعلاقة الوثيقة بين الإعلام والديمقراطية، يمكن الاستعانة بما فاه به العصر من مقولات، فدرجة الصفر في الكتابة مثلاً، حين تكون هذه الكتابة عند مستوى الظاهر ولا تقيم حواراً مع المتلقي ..، غير أننا نشير إلى ممارسة لغوية، اعتنى بها بعض اللغويين، ويطلق عليها : ما فوق الرمز وما تحت الرمز، والمقصود هو الرمز اللغوي، إذ أننا نعيش في عالم من الرموز^(١) وقد طبق على القراءات النقدية، ونراه صالحاً للتطبيق على الكتابة الإعلامية المعاصرة، فمن أجل صياغة مفهوم إعلامي للديمقراطية، لا بد من فحص لغة الإعلام، لأن اللغة هي التي تنتج الفكر، والديمقراطية في حقيقتها طريق لتنظيم الوجود الأنساني، وهي لذلك جزء مهم من الفكر أن لم تكن هي الفكر ذاته.. وعلى ذلك فإن هناك نمطين من أنماط الكتابة الإعلامية وهما: كتابة ما فوق الرمز، وكتابة ما تحت الرمز، ولا بد أن نشير إلى أن ما فوق الرمز، هي الكتابة التي تحتوي على الشكل اللغوي المتراص وعلى المضمون الملتحم به. إن الموضوعة اللغوية العالية والرصينة، لا بد أن تقود إلى موضوعة فكرية تماثلها.. وعلى ذلك فإن ما فوق الرمز، هو تلك الكتابات التي تحوي داخلها المعمار اللغوي، الذي يستوفي الدلالة، ويعتمد أساليب التعبير التي لم يستهلكها الاستعمال، والبحث عن جديد الكلام، وإيجاد تراكيب، تلفت نظر القارئ، وتحرك أفق تفكيره، وبما أن الرقي اللغوي يقتضي رقياً فكرياً ضرورة، فقد اقتضى ذلك إضعاف بعض الموضوعات الاجتماعية والثقافية والتاريخية التي اعتبرت مسلمات في حياتنا المعاصرة، ونقصد بذلك الثنائيات الضدية، التي بدت مقابلات مفروغا منها في الحياة الاجتماعية، ولا شك في وجود الثنائيات في الفكر الفلسفي واللغوي بشكل عام، مثل الوجود والعدم، الحضور والغياب، اللغة والكلام.. وهي ثنائيات لا بد من الأخذ بها، لأنها من طبيعة الأشياء، وطبيعة العلوم في تطورها التاريخي، غير أن هناك ثنائيات آخر، أخذت تنتشر في العراق والبلدان العربية الأخرى.. ينتمي بعضها إلى

الموروث الاجتماعي والديني، فاصبحت واقعا مريرا، اصيلا او مزيفا ..ولكن كثرة تردادها وتأثيرها، جعل منها فواعل مؤثرة في مجمل وجودنا المعاصر ..يمكن تسميتها بالثنائيات الضدية، وقد تفرض مقابلا لها، يتجلى في المسكوت عنه، فحين تتوسع قاعدة المقدس، فان مايقابلها هو غير المقدس أو هو المندس، كذلك ثنائية الأكثر والأقل، وهي موجودة في عالم الطبيعة، لكنها حين تنقل الى الواقع الاجتماعي، تصبح الأقلية والأكثرية، وتكون سببا في اذكاء الخلاف والصراع، وتهديدا للسلم، وكذلك ثنائية الدين والمذهب، والتي هي من اخطر الثنائيات، والمهددة للحياة باطلاق، اذ ان المذاهب، وجدت مرافقة للأديان، وهذا ما تمنحه طبيعة الأديان، وطبيعة النفس البشرية، التي تميل الى تفسير الأشياء وتأويلها وتكسب الفرد هويات عدة بدلا من هوية المواطنة، وبهذا فان ثنائية الوطن المذهب، ما كان لها ان توجد، في مجتمعات تريد لسلمها الأهلي ان يسود، وتحقق فردوسها الأرضي الى جانب فردوسها السماوي، وحين تتصارع الهويتان، يفقد الجميع الفردوسين معا.

على هذا النحو، ننظر الى المفهوم الإعلامي للديمقراطية، وهو قطعاً خارج هذه الثنائيات. الى جانب ذلك لابد من التذكير بالمسلمات التي أشار لها يوجين هابرماس حين قال: «حين يختفي القانون والمندوبون المنتخبون أمام مواجهات العصابات والبوليس، أو صدام الجماعات العرقية الذين يختصمون حول السيطرة على بقعة من الأرض، لن يكون ممكنا الحديث عن الديمقراطية، حتى وان كانت الانتخابات حرة وتناوبت الأحزاب على السلطة، لا ديمقراطية اذن بدون سلام اجتماعي، لأنه بدون هذا السلام الاجتماعي لن يمكن الدفاع عن الضعفاء»⁽¹⁾

ما فوق الرمز (اضعاف الثنائيات الضدية)



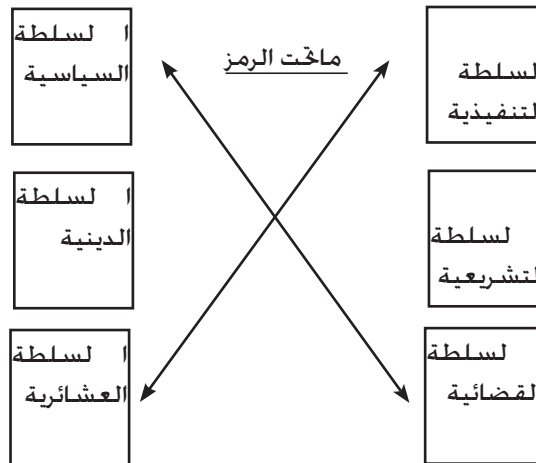
ان اضعاف الثنائيات هو من باب المغالطة الرومانسية، ولاسيما في المجتمعات المتخلفة، التي لما تزل هذه الثنائيات تشكل عنصرا من عناصر الوجود، لكن المقصود هو اضعافها في الممارسة الديمقراطية، اذ انها ضدان لايتقاربان ..

يلاحظ من التخطيط السابق، ان ما فوق الرمز، اذا كان يقرأ في النص الأدبي، على انه اعلى النصوص واكثرها احتواء على ادبية الكلام، فانه في النص الإعلامي، هو الآخر في اعلى مستويات النصوص، اضعاف الثنائيات الضدية التي تكبل اللغة الاعلامية، وتخول دون انطلاقها، وقدرتها على تهيئة الطريق للديمقراطية، طموح قد لا يتحقق في المدى المنظور، ولاسيما خضوع الاعلام للدعاية، ولكن لابد من السعي والنضال من اجله، فالثنائيات السابقة كوابح، تعطل التفكير الحر العملي، وتقود الى ما يصاد الديمقراطية فزيادة مساحة المقدس، تعني التخلي عن اهم مبادئ الديمقراطية، وهو النقد، ولا توجد حياة فكرية، وممارسة حضارية مرافقة لهذه الحياة بلا نقد، والمقدس

ولا سيما المقدس المعاصر، والمقدس التاريخي، يفقد الديمقراطية معناها. لقد بنت المدنية المعاصرة، كيائها القوي من النقد، واكتملت كينونتها به، فعصر الأنوار هو العصر النقدي الذي ازدهرت

فيه الفلسفة، ولعل كانط من أوائل الفلاسفة، الذين اهتموا اهتماما بالغاً بالنقد، وكان مشروعه الفلسفي يسمى باسم الاتجاه النقدي أو الفلسفة النقدية، يتضح هذا من كتبه: نقد العقل العملي، نقد العقل النظري، نقد ملكة الحكم.. والمشروع النقدي عند هيغل وماركس هو أساس رؤيتهما الفلسفية، فمثلاً لماركس اسهامات عدة في النقد، فمن مؤلفاته، العائلة المقدسة الذي يسميه نقد النقد النقدي، وكتابه نقد الاقتصاد السياسي وكتاب نقد فلسفة العقل عند هيغل، لكننا نجد أن أهم كتاب يعبر عن الروح النقدية عند ماركس هو كتابه الأيديولوجية الألمانية^(١).

على هذا النحو وجد النقد مجالاً رحباً هياً الأجواء لنمو الديمقراطية في العالم الغربي. ان ضعف الثنائيات، فيما أسميناه بما فوق الرمز، يساعد في ازدهار النقد لكن حضورها وثباتها بما تحت الرمز، يغدو معوقاً لكل طريق يسلك من أجلها. فيتسع المقدس، ليشمل أشخاصاً ومدناً ومفاهيم، لا يقترب منها النقد، وتغيب الأقلية وتذوب قسراً في الأغلبية، ويحل المذهب محل الوطن، والعشيرة تتقدم على المواطنة، وتبرز ثلاث سلطات، تقابلها ثلاث أخرى:



ما تحت الرمز اللغوي. تثبت الثنائيات السابقة، وتحل السلطات الثلاث أحداها محل الأخرى. وتتنازع فيما بينها. وكان العصر العثماني في العراق ساحة لهذا التنازع «من الناحية الرسمية لم تكن الدولة لتعترف إلا بسلطة الوالي أو القائد العسكري. أما اجتماعياً فكان هناك سلطتان أخريان. تعملان في المجتمع. حركان مفاصله. وهما سلطة رجل الدين في المدينة وسلطة شيخ العشيرة في الريف والبادية. كانت سلطة الوالي تمثل القانون العرفي. في حين كانت سلطة رجل الدين تمثل القانون الديني. وتمثل سلطة شيخ العشيرة القانون الطبيعي أو العشائري. يستطيع الوالي أو رجل الدولة ان يعلن حق القتل باسم الحكومة ويسمي الوقوف بوجهها عصياناً أو تمرداً. ويستطيع رجل الدين ان يعلنه باسم الدين واقامة الحدود والجهاد. أما رجل العشيرة فيسميه بالثأر وغسل العار. ظاهرياً تعيش هذه السلطات في وئام وتكامل. ولكنها تتطاحن سراً. وتتنافس للخلاص من بعضها والانفراد بالسلطة»^(٢).

وقد يظهر هذا التداخل بين السلطات كلما سنحت فرصة لتغيير كبير كالذي حدث في العراق بعد ٢٠٠٣. المهم في ذلك ان ما تحت الرمز هو المجال التي تثبت فيه الثنائيات. وهو نفسه مجال

لهذا التقابل بين نوعين من انواع ممارسة السلطة. اما المجتمع فسوف يقبل على هذه الثنائية ان طوعا وان كرها.. والسبب ان التغير الكبير يجرف معه ما يمكن تسميته بالزبد الطافي على السطح. ولا يلبث هذا الزبد ان يدوم في البنية الاجتماعية لعقود طويلة خاصة اذا ضعفت مؤسسات المجتمع المدني وتوسعت المصالح الضيقة وغير المشروعة المرتبطة بالتنظيمات التي تمسك بالسلطة.

ثنائية الاقناع والاقناع:

اذا كان الحوار في اللغة يعني مراجعة الكلام . فان هذه الكلمة أي الحوار. تأخذ معنى واسعا في اللغة المستعملة التي ترتبط بمجمل التغيير الذي يحصل في بنية الكلام لارتباطه باجتماع او السياسة او الايدولوجيا . فاصبح الحوار القاء للحجة , والحجة المقابلة للوصول الى الفهم المشترك بين المتحاورين , لكن الحجاج قبل هذا وذاك مرتبط باللغة وبامكانياتها وبطريقة استعمالها , ففي داخل اللغة قدرة حجاجية هائلة. سواء كان ذلك في اللغة التواصلية اليومية او اللغة الابداعية لان «اللغة في معناها العام قيد يضبط نسق ترتيب الاقوال وترابطها. وهذا الترابط لا يستند الى قواعد الاستدلال المنطقي انما هو ترابط حجاجي لانه مسجل في ابنية اللغة بوصفه علاقات توجه القول وجهة دون اخرى. وتفرض ربطه بقول دون اخر. فموضوع الحجاج في اللغة هو بيان ما يتضمنه القول من قوة حجاجية تمثل مكونا اساسيا لا ينفصل عن معناه. يجعل المتكلم في اللحظة التي يتكلم فيها يوجه قوله وجهة حجاجية ما. وهو ما يسوغ البحث في البنى اللغوية للاقوال. لمعرفة طاقاتها الحجاجية الملائمة لكل سياق».⁽⁴⁾

لكن ما علاقة الحوار والحجاج بصفتهم مفهومين متكاملين - بالاقناع والاقناع؟ تضع اللغة العربية اصولا للاشتقاق .. المدرسة البصرية تقول ان المصدر هو اصل الاشتقاق , وتقول المدرسة الكوفية ان الفعل هو اصل الاشتقاق , وفي المعاجم العربية يوضع الفعل اصل الاشتقاق ولا سيما الفعل الثلاثي , فالغالب ان يذكر الفعل ثم تذكر المشتقات بلا ارتباط بين رأي الكوفيين والبصريين. غير ان المصدر يمكن ان يكون اصلا للاشتقاق فعلا في موضوع الاقناع والاقناع , فكلاهما مصدر. والمصدر كما هو معروف يدل على الحدث ولا يدل على الزمن , فالاقناع افتعال , يدل على الحركة في عملية تخاطب بين طرفين يحاور احدهما الآخر. وهو عملية قبول الرأي الآخر او رفضه. اعتمادا على قوة الحجة المرتبطة باستعمال اللغة وامكاناتها. وقد قيل (العز في القناعة والذل في القنوع) وكلاهما اشتقاق من المصدر. وقيل الاقناع من الاضداد يكون رفعا وخفضا كما يقول الزمخشري في اساس البلاغة.⁽⁵⁾

ويقال اقنعك الله بما اعطاك.. غير ان الاقناع والاقناع لا يدلان على معنى واحد فاذا كان في داخل كل فرد (عقل وقلب). فان الاقناع يزيد في العاطفة على حساب العقل وعصرنا عصر الاقناع , ولذلك فان هناك خطابا لا حوار فيه وهو خطاب اقناعي .. وحوار يؤدي الى الاقناع وهو الذي نقصده في كل فقرات بحثنا هذا .. فهو اقرب الى ما فوق الرمز وليس الى ما تحت الرمز. وقد ذكرنا الاقناع للفصل بينه وبين الاقناع. فالاعلانات التلفزيونية واساليب الدعاية الكبيرة ترمي الى الاقناع فهي ابلاغات لا حوار فيها. وهي تأتي كالآمر , من اعلى الى اسفل .. كما انها تؤكد الثنائيات الضدية من اجل الوصول الى الاقناع . فاذا كانت البلاغة القديمة تعتمد على الاقناع فان البلاغة الحديثة تبتعد عنه . والاقناع عملية داخلية تأتي بعد الحوار والقاء الحجة. لذلك فان الاسلوب هو الاساس في الاقناع. والاسلوب هو استعمال اقصى ما تتيحه اللغة في اطار الحجاج لهذا نبه بيرلمان وهو احد منظري الحجاج المعاصر « الى ان اغلبيه العناصر

الاسلوبية من نفي وشرط وتأکید وعناصر بلاغية، بديعية وبيانية ومعنوية وادوات ربط وعطف، تعد كلها موجّهات تعبيرية ذات دور حجاجي كبير^(١)

ولا بد من تأكيد العلاقة الوثيقة بين الحوار والاقتناع او بينه وبين القناعة، فالحوار لا يسعى الى الاقناع بل الى الاقتناع، وهو لذلك «البحر سبيل ينهجه مرسل الخطاب لدراسة حجج ومواقف مخاطبيه بطريقة مقبولة تمنح حجاجه في النهاية النفاذ والمصادقية. وهما امران لا يتمان الا عن طريق الحوار المؤسس على الاحترام والحقيقة والبعد عن القسر والاحتياال^(٢) والاقتناع في هذه الحالة، ليس فوراً، بل هو نتاج حوار بين مخاطبين، وفي اطار الحجاج، بعض الدارسين يميز بين نوعين من انواع الحجاج، الحجاج الاقناعي وهو الموجه الى الجمهور الخاص، والحجاج الاقتناعي الموجه الى الجمهور الواسع، والى كل ذي عقل « وهذا الجمهور الاقتناعي لا يخضع للضغوط والأهواء والمصالح، ويرتبط بالشكل والمضمون، لذلك لابد من دراسة الأساليب والأبنية الشكلية في ضوء علاقتها بالهدف الذي يؤديه الحجاج^(٣)

ويمكن ايجاز الفرق بين الأثنين في الآتي:

الاقتناع	الاقناع
الفصل بين الشكل والمضمون	اتحاد الشكل والمضمون
اعلاء العاطفة على العقل	توازن العاطفة والعقل
الاستغناء عن الامكانيات اللغوية والبناء المحكم	استعمال الاساليب العالية في اللغة
الضغط وانعدام حرية الاختيار (العنف الفكري)	الاختيار وترك المخاطبين بقرروهم ما يريدون
ضعف الحوار وثبات الثنائيات الضدية	قوة الحوار وضعف الثنائيات الضدية

واذا قابلنا بين هذه الثنائية: الإقناع والاقتناع، لوجدنا، ان الاقناع ينتمي الى ما تحت الرمز، اما الاقتناع فينتمي الى ما فوق الرمز، ولو عدنا الى بول ريكور وما يتعلق بفلسفة الترجمة..» فان كل خطاب آثم وان لا وجود لخطاب بريء»، وهذا يعني استبعاد انواع كثيرة من الرسائل والاقتناع على نوع واحد، وهو ذو الأبعاد الفكرية والأخلاقية، وبما اننا نعيش في خضم من تضارب المصالح والأهواء، عند الجميع، (المقدسون والمدنسون).. فان ذلك يعطي مصادقية لمقولة بول ريكور السابقة.. ولهذا فان المسعى المعاصر للحوار وللحجاج هو « التهيئة للحكم لا النطق به، لأن المهم في المقام الحجاجي ليس فناعات المتكلمين، بل فناعات المحاورين ورؤاهم، اذ هي التي عليها مدار النقاش^(٤) ولكن ما موقع اللغة بين الاقناع والاقتناع، وما النماذج اللغوية المعطاة، وكيف تميز بين لغة اقناعية ولغة غير اقناعية، وما نوع الخطاب المرتبط بها؟.. لا بد للوصول الى ذلك، من فحص اللغة، التي نريد اقناع مخاطب بها، وهي جملة من المواضيع التي تتعلق بالظاهر من اللغة والمستوى المتخفي منها، وطبيعة الأسئلة المتضمنة فيها، والعلاقة بين المذكور والمضمّر، وهذه من تقنيات اللغة الاعلامية، التي ماعدت خافية على الكثيرين » القول الذي لا يثير اسئلة، اي القول الذي لا يتجاوز ظاهر لفظه، لا يقيم علاقة حجاجية بين المتخاطبين، سواء كان المعنى الذي يحمله خفياً أو حرفياً، لذلك فالواضح والمضمّن في الحجاج مرتبطان بما يتيحانه من امكانيات تساؤلية، لا يبرز الاختلاف الاشكالي، فالقول (اللغة) واستعمالاته، هو مصدر الاختلاف، بشأن مضمون القضايا، التي يجادل الناس حولها لتأكيد أو رفضها والتشكيك فيها، ولأن

اللغة تسعى الى تكثيف القول، بما تنتجه من آليات وأدوات، تجعل من الواضح والخفي، أسئلة مختلفة ومتنوعة^(١٠) ان الاقتناع في جانب من جوانبه، هو الأجابة عن سؤال ما متضمن في النص، عند ذاك يتكامل المستوى الظاهري مع المستوى المتخفي، ولعل النص المؤثر في المتلقي، هو ذلك الذي يشكل المتلقي جزءا منه.

ثانيا : في اطار المفهوم

ليس من السهل تقديم تعريف إعلامي لاكثر المفاهيم سعة وانتشارا في العالم اجمع . ولكن يمكن الاقتراب من الديمقراطية في اطار منظور معرفي . يعود قليلا الى التاريخ . بصفته الحاضنة التي ولدت فيها الديمقراطية . وهو ايضا المجال الذي شهد نمو علاقة مابين الديمقراطية والاعلام . وهما جزء من إطار معرفي مرتبط بالدلالة « فحياة الانسان قائمة على الدلالة . اذ في اطارها بنى قيمه الاخلاقية والمعرفية والجمالية . وبها وعن طريقها طور تجربته بشقيها المادي (الحضارة) و الفكري والروحي (الثقافة)^(١١)

وقد ظهرت الحاجة الى تقديم رؤية اعلامية للديمقراطية بعد تغيرات مهمة حدثت في بلاد كثيرة سابقا . وحدث اليوم في المنطقة العربية، ما اوجد تساؤلا عن كيفية تقديم الاعلام لنفسه . في اطار الديمقراطية الوليدة والمستولدة . ويمكن تقديم مفهوم اعلامي للديمقراطية قائم على اساس تحفيز الوعي الفردي والجماعي . باتباع اليات الديمقراطية المعروفة . ودور الاعلام في اشاعتها وتثبيت اركانها . غير ان السؤال الصعب حقا . هو مقدار التفاوت في التوجهات الاعلامية . انطلاقا من زاوية منحازة قد يميل فيها الاعلام الى جهة دون اخرى . وبذلك يفقد موضوعيته . ويصبح بوقا لجماعات او لحكومات بدلا من ان يكون محايدا في إطار عرض الواقعة . ومحاولة تفسيرها .

ان اهم ما في الديمقراطية اشاعة العدل وتساوي الفرص . من هنا تأخذ العلاقة بين الاثنين شكلا متباينا بل مضطربا احيانا ولاسيما في محيطنا العربي . وتعامله مع احداث كبرى مفاجئة لم تنتبأ بها سابقا . وبكلمة اخرى فان التحرك الاعلامي في اي مجال اساسه التوجه الديمقراطي .. وفي كلا الامرين فان الحيادية والايجابية و حقوق الانسان .. عوامل تقترب من كلا المفهومين .

الرجوع الى الاصول :

نشأت الديمقراطية من المال والبارود . كما يقول ديورانت في كتابه ذائع الصيت (صروح الفلسفة) . لكن التراكم المعرفي والحضاري طوال قرون عديدة . أضفى طابعا مختلفا بعض الشيء على الأصل الذي نشأت فيه . وهو العصر اليوناني ولقد دأب فلاسفة عصر الأنوار . ينظرون إلى هذا الإرث المهم . نظرة ملؤها الإعجاب تارة والتوجس تارة أخرى . ذلك لان احد أساطين الفلسفة الاثينية وهو افلاطون . ماكان ليشك مطلقا في فساد الديمقراطية . بصفته منهدجا قويا لحكم المجتمعات . لكن منتسكيو قال ان مبدأ الديمقراطية هو الفضيلة . ولكن كيف نشأت الديمقراطية من المال والبارود ؟ ذلك « ان المدافع والبنادق دكت القلاع الاقطاعية . وجعلت الفرسان المتعجرفين البارزين على خيولهم فريسة سهلة للمشاة . وسوت بين السفلة والاشرار في ميدان القتال . واعادت منذ فيثاغورس بعض المنزلة للعدد . وقد سهل اختراع سك العملة ونظام الائتمان سبل التجارة وجمع الثروات . فشيدت على ملتقى الطرق التجارية مدن عاملة . وعند الثغور التجارية مدن حرة . بلغت من القوى مايجعلها تخلع نير الضرائب الإقطاعية . وتولدت في مقابل ارسناتراطية الأرض العاطلة طبقة متوسطة مسورة نشطة . أصبحت سلطة ثالثة طالبت بمركز سياسي يتناسب مع قوتها الاقتصادية المتزايدة^(١٢)

وما زلنا عند عصر الانوار او ما يطلق عليه عصر النهضة . اذ بلا تصور لهذا العصر والمنطلقات التي صدرت منه . لا يمكن تصور مفهوم متعال للديمقراطية . وهي في الاصل انتاج الغرب الاوربي. واصبحت بعد ذلك فلسفة الوعي الاجتماعي وتحققه في العالم اجمع . ولكن تصور وجود مفهوم اعلامي للديمقراطية . لا يخرج عن هذا الاطار الفكري والفلسفي والاقتصادي الموسع الذي نمت فيه هذه الديمقراطية . اذ ان جوهرها هو التغيير . كان فولتير وروسو اجهر ابواق هذا التغيير. فدعا كل منهما الى الشعارين الثمينين الحرية والمساواة . « فسارت الطبقة المتوسطة على نغمات هذا النشيد الى ذروة السلطة السياسية .. كانت الحرية تدل في الاصل على التحرر من الاستبداد الاقطاعي وضرائبه وكانت المساواة في الاصل تدل على السماح باشتراك الطبقة المتوسطة مع الاستقرائية ورجال الدين في سلطة الحكومة وغنائمها »^(١٣).

من هنا يمكن ان نفهم علاقة الديمقراطية بالسلطة السياسية . و يمكن تصور العلاقة بين الديمقراطية والاعلام . منذ ان وجدت هذه الديمقراطية ونشأت . ومن البدء كان الاعلام قد وجد مسوغا في نقد الديمقراطية . لاسيما في عصر الانوار اذ اعتبرت ديمقراطية اولية ناقصة . وقد كان حربا بالرأي الاعلامي التدخل في مثل هذه الديمقراطية ففي عصر الانوار كان ينبغي على الزوجات والعمال . من لم تكن لهم صفة اخرى غير الزوجية والعمل . ان يفهموا انهم ماكانوا مقصودين بهذه الاشارة . وقد رغب روسو وهو ابو النظرية الديمقراطية . في ابعاد جميع النساء وجميع المعدمين من السلطة السياسية ولم يدرجهم تحت لفظ الشعب . وفي الدستور الذي وضعه مجلس الثوار الفرنسي لم يدرج ثلاثة اخماس البالغين من الذكور في قوائم الانتخاب . حتى ايام الرئيس اندرو جاكسون . فالديمقراطية اذا بمقتضى أصلها ولا تزال في تطورها الجاري . تدل على حكم الطبقة المتوسطة . اي الحكومة النالية في الافضلية (Second Best) «^(١٤)» .

ان حكومة الطبقة المتوسطة هي نوع من نوعي الحكومة التي ذهب اليها افلاطون . فافضل حكومة هي المدينة الفاضلة التي بسطها في كتاب الجمهورية . وهي حكومة الفرد الفيلسوف . ثم عدل عنها في كتاب النواميس الى افضل حكومة ثانية . وهي حكومة الطبقة الوسطى . لكن الديمقراطية ظلت تستمد وجودها وتطورها كلما اوغل العصر في تقدمه العلمي . ففضلا على الاقتصاد . هناك الاصلاح الديني البروتستانتي . «وقد مهد الطريق لتلك الفردية الثائرة التي تختفي وراء الاخوة الديمقراطية للانسان . وهناك ايضا عامل اخر مهم هو ان العلماء والفلاسفة من كوبرنيك الى دارون اهووا بمطارقهم يدقون رؤوس الخرافات عن طريق الطباعة. وحلت افكار جديدة في صناعة فردوس ارضي يشارك فيه جميع الناس اذكىء واغبياء على السواء في السعادة والسلطان»^(١٥) .

وقد مهد ظهور الديمقراطية في عدد من البلدان . الظرف الطبيعي الناتج عن ظهور عصر الصناعة وتقدم الطبقة الوسطى . وتراجع واختفاء عصر النبلاء من اوجه الحياة السياسية المؤثرة .. واذا كانت الطبقة الوسطى هي الحاضنة الحقيقية للديمقراطية . فان هناك مع انتشار الطباعة في اوربا كلها ظهور الصحافة . التي وجدت في الديمقراطية زادا ثرا لها . ان وجود وتطبيق مثل هذا المفهوم الواسع والمتعدد الجوانب ماكان بالامر اليسور . حتى وان مهدت الثورات في كل اقطار اوربا لظهوره . غير ان الديمقراطية والاعلام شكلا عنصريين فاعلين لا يستغني احدهما عن الآخر . من هذه النقطة ولدت علاقة وثيقة بينهما . مما افسح المجال للاقتراب من مفهوم اعلامي للديمقراطية .

الأحداث الكبرى والأعلام

لا يحصل الحدث السياسي الا ويكون الاعلام فاعلا فيه . فاذا كان هذا الحدث بحجم اكبر واوسع. اتسعت الوظيفة الاعلامية. ولعل الحروب التي خاضتها اوربا في القرن الماضي ادى الاعلام فيها دورا مركزيا . سواء في اثناء المعارك او بعد سكوت المدافع وكذلك الحرب الباردة بين الولايات المتحدة والاتحاد السوفيتي السابق. هذه الحرب التي شهدنا في اثنائها انسامجا بين الاعلام (المراسل الحربي) والادب. فقد كان الاول سائدا للثاني في افضل الاعمال الروائية. نذكر مثلا وداعا للسلح للكاتب الاميريكي همنغواي. فضلا عن عشرات اعمال المقاومة الحربية. نشير مثلا على ذلك الى الرواية الفرنسية القصيرة (صمت البحر) لفريكور. التي سجلت اعمالا قتالية في اثناء المقاومة الفرنسية. وجدنا وجهين لعملية واحدة الاعلام والادب فالنصوص الادبية ولا سيما السردية منها. يمكن قراءتها على اساس انها نصوص اعلامية. اذا ما نظرنا الى نوع خاص من انواع الاعلام. فضلا على ان اللغة المستعملة قد جمعت بين جنسين مختلفين. واذا كانت الدعاية هي الوجه الاعلامي الابرز. فان الدعاية الادبية هي نوع من الدعاية الاعلامية. وفي النصين الادبي والاعلامي. اتحاد غير معلن اساسه الدعاية الحربية وابرار محنة الانسان في الحروب.

كانت الحرب الباردة التي استمرت اربعين عاما. وجها ناصعا لاستعمال اللغة في الاعلام وتوظيف اساليبها. فقد غابت الرصاصة وحلت الكلمة. والفائز في حرب اللغة وهي الحرب الباردة هو من بمسك بمفاتيح القول. وهذه المفاتيح موجودة في الخطاب الاعلامي الموجه بحرفية عالية في صراع ايدولوجي بين امريكا والاتحاد السوفيتي « فعن طريق اربعة عقود من الصراع المعلن والخفي بين ايدولوجيتين تعمل كل منهما على الاطاحة بالآخرى سلميا. بعيدا عن حماقة تدمير العالم بالسلح النووي. كان الاعلام ولغته والدعاية. اضافة الى التأثير الثقافي يقع في صلب هذا الصراع. وقد انتصر الانفتاح الاميريكي على العالم على الانغلاق السوفيتي في جبهة الاعلام والدعاية والثقافة. لتنتهي الامبراطورية السوفيتية في سقوط مربع ومدو . من دون ان تطلق الولايات المتحدة الاميريكية رصاصة واحدة »^(١٦).

وليس من الضروري السؤال هل كانت اللغة هي التي اسقطت الاتحاد السوفيتي ام الاعلام.. ام الذي اسقطه هو العلاقة بين اللغة في اقصى استخداماتها . حين تكون هي الاعلام ذاته « لقد كانت اللغة مهمة جدا في الحرب الباردة اذ ابرزت حقلا جديدا كليا من الدراسة في العلوم السياسية. يسمى سياسة الكلمة لانها كانت حربا اندلعت بالكلمات على الجانبين فقد سقط الاتحاد السوفيتي بمعاول اللغة وبالتضليل اللغوي عبر الاعلام^(١٧)

ومن الضروري الاشارة الى نقطة جوهرية في هذا الاطار هي ان هذا التضليل اللغوي قد يبلغ مديات واسعة جدا. ويستعمل فيه الخيال باقصى امكاناته « فلم يكن برنامج حرب النجوم الذي تحدث عنه ريغان وتاتشر سوى برنامج لغوي. غير موجود لا على ارض الواقع ولا على الورق. وذلك لاستنزاف الميزانية السوفيتية في الانفاق على الدفاع في سباق التسلح »^(١٨)

وعلى هذا فان اللغة والاعلام والديموقراطية المرتبطة بهما. يشيران الى نوع من الديمقراطية خارج الاهداف التي وجدت الديمقراطية من اجلها. انها ديموقراطية الاعلام المعاصر المتعددة الوجوه والمعتمدة اساسا على حرية من نوع خاص. هي حرية اسقاط الاخر. في حروب وصراعات ما انفكت تشتعل في بقاع متعددة من العالم. والعالم الغربي هو الذي اسس لهذه الديمقراطية. لكن معناه في الاعلام

هو المختلف والمتغير. فمن اهم معانيها محاولة الكسب السياسي حتى وان حدث ذلك بطريقة غير اخلاقية. لهذا فان المفهوم الاعلامي للديموقراطية. خالف اول مبدأ من مبادئ مونتسكيو : ان مبدأ الديمقراطية هو الفضيلة.

متى يتدخل الاعلام في الديمقراطية؟

اهم قضية لصيقة بالاعلام هي حرية التعبير. فقد لخصت الديمقراطية في العصور اللاحقة بانها الحق في القول بما تريد. يشهد على ذلك نداء فولتير الشهير. غير ان هذه العلاقة بين الاعلام والديمقراطية لابد ان تجري في اطار سياسي ايضا. وهذه احدى المعضلات التي تقف حائلا دون نقاء او صفاء العلاقة بين الاعلام والديمقراطية. ولعلنا نذكر حادثة من ثمانينات القرن الماضي حين اصدر سلمان رشدي . ايات شيطانية. وكيف تعامل معها العقل الديني باتجاهاته المختلفة. .. فموقف الفقهاء هو الذي دفع الآخرين في الغرب للدفاع عن سلمان رشدي. على اساس حرية التعبير لان الفتوى بالقتل وسفك الدم خرقت عرفا من اعراف الديمقراطية ومن هنا تحولت قضية سلمان رشدي من مسألة عادية تحدث كل حين. الى قضية اعلامية خطيرة . وقد ظهر الفرق بين موقف فقهي واخر بعد فتوى القتل. والموقف الآخر يمكن ان يدعو الكاتب الى الاعتذار وعن الكف عن الاساءة الى حرمان المسلمين. كما انه قد يدعو للكاتب بالهداية. حين ذاك لن يكون الاعلام قد تدخل هذا التدخل الكبير في قضية رشدي. ولكن الموقف الفقهي الذي لخص بالقصاص منه. اصبح الاعلام عندئذ بوقا للرواية . وانتشرت على مستوى عالمي. وعلى هذا فان الفعل الاعلامي هو فعل تال يهيئ له الساسيون والفقهاء أرضية خصبة. ولاسيما اذا ارتبط الفعل بالقتل او جواز القتل. فالمسلمون لايسمحون اطلاقا بتعدي الحدود على شئ يمكن ان يكون عقديا. والديمقراطية ينبغي ان تكون سببا في انتهاك العقائد والمواضع الدينية. وهذا شرط الديمقراطية في الشعوب الاسلامية كافة. بينما يرى الكثيرون في الغرب.

ان العقائد ليست بمنأى عن ذلك. بدءا من الكنيسة وحتى المؤسسات السياسية والاعلامية ولنضرب مثلا بالفيلسوف اسبينوزا الذي سخر من الكنيسة. مرورا بعشرات الاعمال الروائية والشعرية يقف في مقدمتها الفردوس المفقود للتلون. ولعل رواية موبي ديك لهرمان ملفل قد قدمت طقوسا وثنية يقوم بها بطل الرواية. وكأنها توحى بان التقدم العلمي والثقافي للفرد لا يقلل ايمانه باله . زائف على شكل صنم صغير . يخرج من جيبه عند الحاجة الى عبادته. على هذا الاساس فان اعتراضات الكنيسة الغربية على انتهاك اصول العقائد المسيحية لايشكل موقفا اعلاميا شديدا التأثير. ولكن اعتراض المؤسسه الاسلامية هو اشد والاكثر فاعلية. وادى ذلك الى تبلور مفهوم اعلامي خاص للديمقراطية. ولعل ما اثير حول قضية نصر حامد ابو زيد . يوضح البعد الخاص لحرية التعبير ثم علاقة ذلك بالاعلام. فقد تولى الاعلام نشر قضية ابي زيد والدفاع عنها وبرزها على انها قضية من قضايا حقوق الانسان والتعبير الحر عن الرأي. وما كان ابو زيد الا مجتهدا وهو اقل وطأة من سابقه سلمان رشدي. لكن الفعل المادي اى الحكم الشرعي ضد ابو زيد هو الذي اثار ثائرة الاعلام. وفي كلتا الحالتين . فتوى القتل لسلمان رشدي والتكفير لحامد ابو زيد والتفريق بينه وبين زوجه قضائيا. هو الذي دفع الاعلام الى الحركة السريعة على المستوى العالمي. على اساس ان حقوق الانسان واحدة في كل بقاع الارض. ولولا ذلك الفعل المادي القصدي لما حرك الاعلام ذلك التحرك الواسع الذي شهدناه طوال عقد التسعينات من القرن الماضي. والاساس في ذلك هو امتلاك الحقيقة. وقد يتساوى في ذلك الامتلاك الجميع اقصد جميع الاديان والمذاهب والايديولوجيات. فالكل يعتقد انه يمتلك الحقيقة وعلى اساسها ينظر الى الآخر. غير ان المهم

ليس الدخول في عرض هذه الاشكالية المعقدة اصلا. بل المهم هو الحكم الذي يصدر من اية مؤسسه فكرية او سياسية فيما يتعلق بالاراء وحرية التعبير. فالارتداد حكم قاس لجأ اليه القضاء الشرعي في مصر. مما دفع الى التحرك الاعلامي الواسع. و تتساوى قضيتا سلمان رشدي وحامد ابو زيد فالقتل هو الجزاء لكليهما « انها مسألة رؤيتين الى الحقيقة. رؤية احادية مطلقة ورؤية مفتوحة اجرائية. والنص وجه من وجوه الحقيقة. فاما ان نتعامل معه كامكان مفتوح. او بصفته مجموعة احكام قاطعة او تعاليم نهائية وفي قضية حامد ابو زيد فان مقولة الارتداد التي يحاول الاسلاميون المعاصرون احياها بعد موتها. تنفي مصداقية الدعوة الى الحوار التي يدعو اليها بعض العلماء والمفكرين المسلمين. لان من يتعامل معك بصفتك مرتدا لا يعترف بك ولا معنى لحواره معك اصلا. بل يضمن لك علاقة تقوم على العنف »^(١٩).

اسس هذا لعلاقة ربما تكون جديدة بين الاعلام والديمقراطية في العالم العربي والاسلامي. فاذا كان مفهوم الديمقراطية له خصوصية ما في هذا العالم. فان الاعلام المرتبط به سيكون اعلاما خاصا هو الاخر. اعني ان كوابح كل منهما يمكن ان تكون سببا في تقديم مفهوم جديد لم يعرف سابقا لكلا المفهومين. وهذه اشكالية كبرى في الفكر العربي المعاصر. اذ لابد من وحدة مفهومية متفق عليها للديمقراطية تنسجم وتتفاعل مع الفهم العالمي. فلا قيمة لديمقراطية لا يعترف بها العالم. ولا سيما بعد ان اصبح هذا العالم وحدة كونية يتكئ على مفاهيم كلية اصبحت من قبيل البديهيات في السلوك والفكر.

من العمودي الى الافقي

لم يكن رواد الديمقراطية روادا للصحافة. ولم تكن العلاقة بين الاثنين متينة بل العكس هو الصحيح. فقد كان ينظر الى الاعلام على انه عمل الجهلة والسوقة والذي لا يشكل قيمة عالية. وقد يدعو ذلك للغربة فقد كان ينظر الى الصحافة نظرة دونية بمقارنتها بالادب فروسو ابو الديمقراطية «يرى ان الصحافة منشور دوري غير جدير بالاحترام ولا نفع منه. وقراءته مهمة ومحتقرة من المتعلمين وهو لا يستخدم الا ليقدم الى النساء والبلهاء الباطلين الذين لا لغة لهم ولا ثقافة»^(٢٠). اما يدرو فلم ير في الصحافة «الا عجيبة الجاهلين ومنبع اولئك الذين يرددون الكلام والاحكام من دون قراءة. وهي افة وعدو اولئك الذين يجهدون في تحصيل الثقافة. انهم لم ينتجوا يوما سطرًا جديدًا لفكر جديد كما لم يحاولوا دون انتاج كاتب ردئ لمؤلف ردئ»^(٢١) واعتبر فولتير الصحافة رواية التفاهات.

ولكن جاءت الثورات الكبيرة فانتقلت الصحافة من العمودي المحدود الى الافقي المتسع لاسيما في القرن التاسع وعشر وما بعده «فانتسعت حدة البشرية في تطلعها نحو المستجدات. وراحت الصحافة تنتشر بموادها وتترسخ. وتبرز في هذه التحولات الصحافة الانكليزية التي كانت فوضوية وعاصفة تواكب صورة بريطانيا الواسعة في العالم. فانخرطت في النضال السياسي. واسماها ادموند بيرك في العام ١٧٨٧م بالسلطة الرابعة. وفي دافع من المنافسة وفي مناخ الحرية النسبي. راحت الصحافة البريطانية تشهد تنوعا وغنى في المضمون بالمقارنة مع زميلتها الفرنسية. ساند ذلك الاهتمام الكبير الذي حظيت به من القراء في متابعة المناظرات البرلمانية ومستجدات السياسة بعد قرن ونصف من النضال والصراع بين الصحافة والسلطة في بريطانيا»^(٢٢) الانتقال الحقيقي في هذا الاتجاه الافقي للديمقراطية وعلاقتها بالاعلام هي المادة (١١) من اعلان حقوق الانسان الخاص بالثورة الفرنسية. اذ اخذ دلالة كبرى في العلاقة بين السلطة والكلمة. حيث بدت الحرية في تبادل الافكار

والآراء في حقوق الانسان. اذ يسمح لاي كان ان يتكلم وينشر ويطبّع بحرية وبما يتجاوب مع الاغراض المنصوص عنها في القانون^(٢٣).

كانت هذه هي اللحظة المحورية في منح مفهوم اعلامي للديمقراطية. اهم ما يميزه القدرة على مراقبة الممارسة الديمقراطية والحفاظ على حرية التعبير من اي انتهاك. ورد المفهوم في وجهين متلازمين. وبسبب التقدم الهائل في وسائل الاعلام ، تغيرت هذه العلاقة بتغير الوسائل. لا سيما مع الثورة الحاسوبية المعاصرة ، اذ منحت الوسائل الجديدة حدودا واسعة للتعبير عن الرأي في اطار حرية غير مقيدة للأشخاص والتجمعات ، واصبح الرأي الفردي والرأي الجمعي يشتركان في صياغة حياة جديدة عنوانها حرية التعبير عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي. عندها غدت الديمقراطية افقية المنزع. فاذا كان جوهرها هو ازالة الكوابح عن حرية الفرد والجماعة ، فقد حقق ذلك قسرا او قناعة عن طريق وسائل الاتصال. وليس جديدا ان نقول ان انعدام الرقيب على المادة الاعلامية هو جوهر ثورة الاتصال. بما يعكس اقصى ما يمكن من حرية التعبير عبر المواقع ويوحى ان عصرا جديدا من العلاقة بين الديمقراطية والاعلام قد بدأ. غير ان التقنية الجديدة غيرت شكل هذه العلاقة بين الاثنين وانتهكت مضمونها. وبعض الباحثين يتحدث ويصف هذا التغير بالتغير الاسطوري. قاصدا قدرتها على نقل الواقع بطريقة اكثر واقعية ، وهذا ما يطلق عليه بتلفزيون الواقع الذي هو ترجمة لهذا النمط الاسطوري. الذي سرعان ماخول فيه الواقع الى وهم ، ولا سيما في برامج المسابقات التلفزيونية المتعلقة باختيار الابطال في الفن والغناء. وفي مجالات اخرى اي ان حرية الاعلام الجديدة اصبحت تعني جملة من التحولات يبعدها عن الهدف الاساسي. وكأنها تعيد عصر البطل الفرد من جديد الفائز في المسابقات الفنية والغنائية. وهي بذلك تظهر صورة عن الواقع ولكنها في الحقيقة لا تعبر عنه. واذا كان هذا احد الوجوه ، فان الوجه الاخر يتولى الاعلام شكلا اخر من اشكال تشويه الديمقراطية. يتجلى في التنصت على حركة المواطن عن طريق الاجهزة الحديثة وان وضع ملايين الكاميرات بشوارع المدن وازقتها ومؤسساتها هو امر يقلق الحريات الشخصية وان كان يتخذ احيانا لاغراض أمنية غير ان بعض المتصيدين والمتنفعين يخفي كاميرات مراقبة في اماكن استبدال ملابس النساء. او في الحمامات ثم بيعها لمواقع خاصة تتولى تسويقها لاغراض اقتصادية واغراض فضائية.^(٢٤)

الديمقراطية والاعلام في العراق المعاصر

لم يكن الأنفتاح الواسع بعد ٢٠٠٣ قد حقق ما يصبو اليه المواطن. فلطالما انتقلت بلدان كثيرة من اطر ديكتاتورية مستبدة الى اطر منفتحة وليبرالية كما حدث في رومانيا (شاوسيسكو) وفي كثير من البلدان. وليس صحيحا ان الناس في العراق فوجئوا بديمقراطية وليدة لم يعتادوا عليها. لذا فقد تصرفوا بشكل مخالف لما يجب ان يكون ، بل الصحيح هو ان جزءا من المجتمع لا يستهان به لا يقبل بتغيير بنائه الفكرية القديمة ومحاولة تجديد ماهو زائف وبال منها. وربما ظن ان الديمقراطية هي الانعتاق والتخلص من حدود العقل والفضيلة ، خلافا لاساسيات الديمقراطية التي بينا جزءا منها . وظن بعض الساسة انسجاما مع هذا الرأي. ان الديمقراطية هي ممارسة سياسية فقط ، لهذا فهي مرتبطة ارتباطا عضويا بتسليم السلطة واجراء الانتخابات وفرز الاصوات لكي تتشكل السلطات على هذا الاساس. وهذا هو الذي اوقع القادمين الى السلطة في فخ قلوب الديمقراطية. وقصرها على نوع من انواع الممارسة السياسية. وكان ينبغي ان يرافق ذلك تقدم اعلامي واسع لا يقتصر على المقالة في الجريدة. ولا على اطلاق ملاحق مستقلة تعنى بالديمقراطية. فهذا جهد مهم لكنه لا يكفي. وقد يضع

في اطار انعدام القراءة . اي ان الاعلام تعامل مع الديمقراطية من منطلقات متعالية من فوق المفهوم . لا من المفهوم. ومن فوق اللغة لا من اللغة. واللغة هنا هي الاشارة والتصريح والتلميح والمقطع المسرحي والمقطع التمثيلي والندوات والاجتماعات العامة. وفي دول كثيرة فان الانتخابات وكذلك كتابة الدساتير لا تأتي الا بعد مضي وقت مناسب من التغيير. خاصة اذا كان تغييرا جذريا كالذي حصل في العراق. والمدة الوجيزة بين كتابة الدستور والتصويت عليه ماكانت كافية لانضاجه . ولم تكن النفوس قد فهمت حقيقة التغيير. ولم تتبلور رؤية اعلامية خاصة بحدث مزلل وكبير.

لهذا وضعت اجراءات الانتخابات والدستور بعجالة يصعب تصديقها . وارتكب الاعلام خطأ حين صور للناس ان الوقت قد حان لكل ذلك. واذا كانت الديمقراطية قد شوهت. فقد كان الاعلام عنوان هذا التشويه. لا سيما مع الفوضى وانعدام الامن وانتشار الجماعات المسلحة التي تقتل كل مالا يتوافق مع ما تقوله او تؤمن به. وهي حالة لم تشهدها دول كثيرة حدث فيها مثل هذا الزلزال السياسي . ولعل العراق نسيج وحده في ذلك. على الرغم من ان كل تغيير كبير يخلف فوضى. لكن ماحدث في العراق كان خارقا وصادما وطويلا. لذا خنط الاعلام عند مقولات جاهزة بدلا من البحث عن بدائل لايصال الشعب والديموقراطية الى مديات معقولة. كما ان طبيعة البيئة الثقافية والاجتماعية حددت مصادر الضعف في الخطاب الاعلامي. فازدياد مساحة المقدس في الحياة الاجتماعية حد كثيرا من سلطة الاعلام. فالمقدس ثابت ازل لا يمكن نقده وهو خارج كل سلطة. وازدياد مساحته تعني ازدياد وتقلص حرية التعبير. ولا سيما ان هذا المقدس او ماهو قريب منه يعمل في السياسة . احزابا وتيارات وجماعات تمارس السياسة ولا تقبل النقد. وتسمى بمسميات عديدة. وقسم منها يمتن خطاب العنف واستعمال السلاح. وبسبب ظروف البيئة الاجتماعية والثقافية . ظهرت بوادر اجتماعية غلفت باطار ديني. وغدت مضرة ضررا بالغا بالبلاد اقتصادا وسياسة. واضرت بشعبه وقدرته على ضبط عواطفه لا سيما في المناسبات الدينية الكثيرة في العراق. فقد اضعفت العواطف العقل والفته وازاحته وتركت العنان للمثولوجيا وما يرتبط بها . تفعل فعلها في الجسد العراقي وطننا وشعبا وتاريخا ومقدسات.

يتجلى هنا فعل الإعلام. فالديمقراطية تتيح مساحة واسعة للحريات لاسيما حرية الشعائر الدينية المكفولة للجميع في هذا الاطار. غير ان مديات هذه الديمقراطية يوجهها الإعلام ويضبط إيقاعها. كي لاتصل الى مستوى قد يكون مضرا. ان ارتباط المناسبة الدينية وشعائرها بالحس الجمعي. حنط الى حد بعيد الاعلام واصبح تابعا يسوغ. بدلا من ان يتساءل وينبه. ومن المعروف ان تصرف الوسائل. يتعدى المقالة او الاشارة المقتضبة الى محاولة استنطاق العقل. فالمعروف ان المقاصد الشرعية محكومة بحفظ مصالح العباد ودفع الضرر عنها . واذ تخلق الاعلام عن مثل هذا الدور. فكان صعبا تسويق رسالته الحضارية وقبول الآخر به وتوجيه الناس والتقليل من مضار كثير من الظواهر التي نعتبرها طارئة وان طال الزمن على ممارستها. ودفعها الى أن تتفق مع العقل والتصرف الموضوعي. إن إعلاما يتناغم مع قضايا المجتمع الكبرى هو الذي يقترب من الأساس الموضوعي للديمقراطية. وهذا ما يرجوه الكثيرون بعد سنوات عديدة من الإحباط واللا جدوى .

خاتمة

قدمنا في هذا البحث رؤيتين، أولاهما تركز في إيجاد فهم إعلامي للديمقراطية، وقد كانت اللغة عنوانا لهذا الفهم.. اذ لا يمكن الوصول الى هذه العلاقة، لولا دلالة التعبير. وقد ذكرنا نمطين من انماط اللغة، ما فوق الرمز وما تحت الرمز وربطنا ربطا وثيقا وجدليا بين نوعي الرمز والواقع الثقافي والاجتماعي، وكان القصد من ذلك بناء اساس يمكن الوثوق به، لصياغة هذه العلاقة بين الديمقراطية والاعلام. اما القسم الثاني فقد كان رؤية تاريخية ثقافية للديمقراطية، اذ لا يمكن تصور هذا المفهوم بلا مراجعة تاريخية موجزة، لتطور الديمقراطية منذ حلولها في الفكر الاثنييني، مروراً بعصر النهضة، ثم الزمن المعاصر، وكان هدفنا ربط الرؤيتين معا.. وكان يمكن أن يكون للبحث قسم ثالث يتعلق بالثقافة العربية الاسلامية وكيفية تعاملها مع الديمقراطية، سواء اكان ذلك التعامل قديماً ام حديثاً. لقد توصلنا الى نتيجة رئيسية مفادها أن الديمقراطية مفهوم لا يتجزأ، وهي ممارسة تكاملية لا يكتفى بجزء دون الجزء الآخر.. وان الإعلام مرافق لها، بل هو لصقها. وقد ظهر الفعل الإعلامي حديثاً ولم يرافق التجليات الأولى للديمقراطية. ومع ذلك فإن صياغة مفهوم موحد للثنتين، يعني اعتماد لغة دالة موحية تبتعد عن الغرض النفعي وتنفي العنف. يبني الإعلام معماره وصرحه المهم على هذا الافتراض. واذ توحد مفهوم الديمقراطية والاعلام، فان اللغة هي عنوان هذا التوحد، ولا يتحقق ذلك فقط بالجميل القصيرة والكلمات التي لا تكرر معناها، ولا بالتراكيب الأسلوبية التي تراعي سلامة التعبير وتنقل جوا من الألفة.. إنها جماع ذلك كله، ولقد توصلنا الى ما يشبه اليقين في أن نفي الثنائيات الضدية أو التقليل من خطرها هو الطريق الذي لا بد منه لمواصلة درب جديد غير الذي اعتدناه.. ومن هنا فان اللغة والاعلام والديمقراطية هو المثلث الذي تتساوى زواياه لتكون كل زاوية فيه تتطابق مع الأخرى، على هذا النحو ننظر الى فكرنا الجديد الذي لا يمكن العيش السليم بلا مراعاة لمقتضياته.

الهوامش:

- ١- دلالة ما تحت الرمز، ودلالة ما فوق الرمز، مصطلحان للغوي الفرنسي جروجير، اكتشاف الدلالة في الثانية اصعب من الأولى، فالأولى تكتشف عن طريق تعلم القواعد المجردة لفن من الفنون، لكن الثانية تكتشف عن طريق قدرة الناقد في النفاذ الى أسرار العمل، ومن معرفة واعية بجماليات اللغة، ومقاييس الفن وفلسفات التعبير. ينظر د.أحمد درويش، دراسة الأسلوب بين المعاصرة والتراث، القاهرة، مكتبة الزهراء.
- ٢- يورجين هابرماس، الأخلاق والتواصل، ترجمة ابو النور حمدي ابو النور، دار التنوير، ٢٠٠٩، ص ٢٣٤
- ٣- السابق، ص ٢٥، ٢٦.
- ٤- سعيد الغانمي، مائة عام من الفكر التقدي، دار المدى للثقافة والنشر، ٢٠٠١، ص ١٨، ويحصل الآن ما هو شبيه بما سبق، فنشهد تداخلا بين السلطات المدنية، والسلطات الدينية والعشائرية، واستيقظت القيم العشائرية، وخرجت فجأة من القمم، وما زاد الأمر سوءاً، ان الجهات الحكومية، تؤكد ضرورة ادراج

- اسم العشيرة، في كل الوثائق الرسمية للفرد، وكأن اسمه واسم أبيه واسم أمه لا تكفي الا بذكر العشيرة ويعاني المجتمع العراقي كثيرا، من قضايا الثأر والدية، ولا سيما الأطباء.
- ٥- محمد سالم الأمين الطلبة، الحجاج في البلاغة المعاصرة، بحث في بلاغة النقد المعاصر، دار الكتاب الجديد المتحد، ٢٠٠٨ ص ١٠٨،
- ٦- الطلبة، الحجاج في البلاغة المعاصرة، سابق ص ١١٦،
- ٧- السابق، ص ١٢٠.
- ٨- مليكة غبار وآخرون، الحجاج في دروس الفلسفة، افريقيا الشرق، ٢٠٠٦، ص ١٠١.
- ٩- محمد سالم الأمين، مفهوم الحجاج عند بيرلمان وتطوره في البلاغة المعاصرة. مجلة عالم الفكر، العدد ١٠، المجلد ٢٨، ص ٢٨.
- ١٠- شكري المبخوت، نظرية الحجاج في اللغة، ضمن كتاب: الحجاج في التقاليد الغربية، كلية الآداب، منوبة، تونس، ص ٣٧٦،
- ١١- عبد الواحد المرابط، السيميائية العامة وسيميائية الادب الدار العربية للعلوم ناشرون. منشورات الاختلاف ط ١، ٢٠١٠ ص ٧.
- ١٢- ول ديورانت، صروح الفلسفة. ترجمة عبد العزيز الاهواني د.ط. د.ت ص ١٣٣.
- ١٣- السابق، ص ١٣٣.
- ١٤- السابق، ص ١٣٤.
- ١٥- السابق، ص ١٣٥.
- ١٦- د.علي ناصر كنانة، اللغة العربية وعلائقيتها. منشورات الجمل، ط ١، ٢٠٠٩. ص ١١٦.
- ٧١- السابق، ص ١١٦.
- ٨١- السابق، ص ١١٥.
- ١٩- علي حرب. الممنوع والممنوع. المركز الثقافي العربي ط ٢ ٢٠٠٠ ص ١٧٦.
- ٢٠- دنسيم الخوري. الاعلام العربي وانهيار السلطات اللغوية. مركز دراسات الوحدة العربية. بيروت ط ١ ٢٠٠٥ ص ٣٦٦.
- ٢١- السابق، ص ٣٦٥.
- ٢٢- السابق، ص ٣٦٧.
- ٢٣- السابق ص ٣٦٥.
- ٢٤- ينظر د. بشري جميل. تلفزيون الواقع. دار النهرين بغداد. ط ١ ص ١٠٠.

النمذجة البشرية في الصحافة العراقية (دراسة مسحية لموضوعات النمذجة البشرية لشهري آذار ونيسان لعام ٢٠١١)

م.د.سهام الشجيري
كلية الإعلام/ جامعة بغداد

(الصحافة هي آلة يستحيل كسرها وستعمل على هدم العالم القديم حتى يتسنى لها أن
تنشئ عالماً جديداً)

فولتير

المستخلص

تناول البحث موضوعة النمذجة البشرية ومعرفة مدى اهتمام الصحافة العراقية بها. في مختلف توجهاتها وحجم استخدامها. لما لها من اثر واضح في جذب القارئ واستمالته. وكذلك الرغبة العلمية في معرفة كيفية تعامل الصحافة العراقية مع هذا التيار الحديث في الكتابة الصحفية. ومدى استفادتها من النمذجة البشرية في توظيف فنونها التحريرية. كما تنبع أهمية البحث من كونه ينه إلى تيار جديد من الاتجاهات الحديثة في الكتابة الصحفية ووفق ما نهت إليه الكثير من الدراسات الإعلامية العربية والأجنبية الحديثة. وأهمية توظيف النمذجة البشرية في تناول الوقائع والأحداث والقضايا والمشكلات في مختلف الفنون التحريرية ضمن قدرتها الفاعلة في التأثير وفي الاستمالة. إذ ان هذا التيار يمكن ان يساهم في حالة استخدامه في استقطاب اكبر عدد من القراء لمتابعة الأحداث والاستفادة من الاستعانة بالنمذجة البشرية في إيصال الرسالة الإعلامية المطلوبة. وقد توصلت الدراسة الى جملة من الاستنتاجات جاء في مقدمتها ان الصحافة العراقية تبنت النمذجة البشرية في الموضوعات الاجتماعية أكثر من الموضوعات الأخرى كالسياسية والثقافية. مثلما اعتمدت على فن العمود الصحفي كأبرز فن يوظف النمذجة البشرية فيه. ثم تلاه فن التحقيق الصحفي. وبعدها فن التقرير الإخباري. تلتها المقالات بالترتيب. والتأكيد على توظيف نماذج بشرية معلومة ومجهولة فضلا عن توظيف الرجال والنساء بمختلف وظائفهم ومسمياتهم العملية. كنماذج لعرض المشكلات والأحداث والوقائع وتوظيفها ضمن الفنون الصحفية المختلفة. من اجل استمالة القارئ تجاه هذه القضية أو تلك. وهو ما أتاح استخدام النمذجة البشرية للقراء متابعة القضية أو الواقعة دون ملل بل يوصي المشجعين على استخدام النمذجة البشرية في الكتابة الصحفية بضرورة الاعتناء بها وتوظيفها من اجل استمالة القارئ تجاه هذا الحدث أو تلك المشكلة سلبي أو إيجابا. كلمات مفتاحية: النمذجة البشرية. الصحافة العراقية.

ABSTRACT

This research deals with what so called concept of The Human Model and how Iraqi Media concerns of this concept practically as it plays a key role in attract readers, on the first hand. On the second, it is important to shed light on the scientific desire of the Iraqi Media and how it deals with this contemporary issue especially in written media and according to some .recommendations have been made by many modern Arabic and foreign scientific studies It is important to modify this concept particularly in dealing with multiple techniques of Written Media and when it addresses events and spotlights by using the influence of this concept in attracting biggest number of readers, those who concern in following these .foresaid events

This study has ended by many conclusions. One of them is that Iraqi Media has adopted this concept especially in dealing with social events more than any other ones, i.e; political and cultural. In principle, the study used columns to functionalize this concept. And, in a way or .another, it also used features, stories and essays

It is also important to mention that it is fatal to use people, whether they are known or unknown, and regardless of their titles and addresses, as samples in showing these events .to achieve the goal which is who to attract readers towards this or that case

Finally, this concept has also been used by readers to chase and follow events without getting bored. This encourages us to call upon all those who are going to use this concept to take utmost care when they deal with it especially when they aim to attract readers towards .some specific event, positively or negatively

أولاً: المقدمة:

١- تمهيد:

أثبتت الكثير من الدراسات أن القراء يتأثرون بالمعلومات التي ترد على لسان النماذج البشرية بدرجة تفوق تأثرهم بالمعلومات الأساسية، إذ صار من المؤلف والسائد من النماذج البشرية، من له الرواج بفعل استخدام النمذجة البشرية في مختلف وسائل الإعلام ومنها الصحافة، وهذا يبين قوة الإعلام وقدرته على النمذجة والأسطورة. بعد رواج نظريات، مثل «نظرية التأثير المعتدل لوسائل الإعلام» أو «نظرية التأثير المحدود لوسائل الإعلام»، وكيف يمكن للمجتمع أن يبتعد عن الإيهام الذي تصنعه الكتابة الصحفية؟ وكيف يكون بمقدور الجمهور التمييز بين الواقعي والخيالي، الحقيقي والوهمي، في ظل سطوة وسائل الإعلام وهيمنتها؟

إن النمذجة البشرية كأداة واعية تندرج في إطار ما يسمى التأثير المباشر، أي النسق المفاهيمي الذي ينظم الأحداث والوقائع والمشكلات المتناثرة، ويربط بعضها ببعض، وثمة إجماع على أن الكتابة الصحفية عملية فكرية لا تتوقف عند وصف هذه الأحداث، وهذه المشكلات وإنما تحاول أن تصل إلى النمط الكامن وراءها لتكشف العلاقات الضرورية القائمة بين الوقائع وبين الأحداث والمشكلات التي تلازمها أو تسبقها. وحين يصوغها الصحفي ويكشف عنها في وسائل الإعلام بصياغة نمذجة بشرية ترتبط بحدث أو واقعة أو مشكلة ما تثير انتباه القارئ، وتساعد على التواصل مع النص المكتوب، والكتابة من خلال النمذجة البشرية تدور في هذا الإطار وتقبل بهذه الأهداف والمسلمات، ولكنها تتيح فرصة توسيع نطاق الأهداف وتفسير المسلمات بطريقة تسمح بأن لا نفرق بين النماذج التي تستخدم في فن صحفي وآخر بمعنى أن النمذجة التي تستخدم في التقرير الإخباري هي نفسها في العمود والمقال والتحقيق، ولكن ثمة اختلافات جوهرية في طريقة توظيف النموذج وبحسب الواقعة أو الحدث أو المشكلة الذي يتم تناولهما في هذا الفن الصحفي أو ذاك والخاص بسلوك البشر، وارتباط الحدث أو الواقعة بهم بشكل مباشر أو غير مباشر، ورغم الوحدة العامة المبدئية، ثمة فروق أساسية في طرق الكتابة عن نموذج ما، لأن الصحافة عموماً تعيش في ظل تيار النمذجة البشرية وفي ظلال النماذج المستمدة من الوقائع والأحداث، ومن ثم تستميل القراء ويقبلون عليها بدرجة تفوق تأثرهم بمعلومات الحدث نفسه.

٢- أهمية البحث والحاجة إليه:

تنبع أهمية البحث من كونه ينه إلى تيار جديد من الاتجاهات الحديثة في الكتابة الصحفية ووفق ما نبهت إليه الكثير من الدراسات الإعلامية العربية والأجنبية الحديثة، إذ يستمد البحث أهميته من القضية التي يتصدى لها ويبرزها انطلاقاً من أهمية توظيف النمذجة البشرية في تناول الوقائع والأحداث والقضايا والمشكلات في مختلف الفنون التحريرية ضمن قدرتها الفاعلة في التأثير وفي الاستمالة إذ أن هذا التيار يمكن أن نسهم في حالة استخدامه في استقطاب أكبر عدد من القراء لمتابعة الأحداث والاستفادة من الاستعانة بالنمذجة البشرية في إيصال الرسالة الإعلامية المطلوبة.

٣- مشكلة البحث:

أن هذا البحث يسعى إلى معرفة مدى اهتمام الصحافة العراقية بالنمذجة البشرية في مختلف توجهاتها وحجم استخدامها، لما لها من اثر واضح في جذب القارئ واستمالاته، وكذلك الرغبة العلمية في معرفة كيفية تعامل الصحافة العراقية مع هذا التيار الحديث في الكتابة الصحفية ومدى استفادتها من النمذجة البشرية في توظيف فنونها التحريرية، ووفق هذا المنظور فأن مشكلة البحث يمكن صياغتها بالتساؤلات الآتية:

- ما الفنون التحريرية التي تستخدم النمذجة البشرية؟.
- ما الموضوعات التي توظف النمذجة البشرية؟.
- ما جنس النمذجة البشرية المستخدمة، (ذكر، أنثى)؟.
- ما هوية النمذجة البشرية المستخدمة، (معلوم، مجهول)؟.

٤-هدف البحث:

يتركز هدف البحث في الوصول إلى حجم توظيف الصحافة العراقية للنمذجة البشرية في الفنون التحريرية التي تتناولها، وإبراز نماذج بشرية يتم توظيفها وتبيان مدى الاستعانة بنموذج بشري كأسلوب من أساليب جذب القارئ واستمالته، وذلك بإفترض ان الصحفي له دراية كاملة بتأثير هذا الأسلوب إذا ما قورن بأساليب الكتابة الصحفية الأخرى. لأنه لم يكتف بتحليل الواقعة أو الحدث أو المشكلة من خلال المسلمات القائمة وإنما إعادة التفسير من خلال مسلمات ورؤية جديدة. لأن النموذج هو التمثل الذهني لشيء ما و لكيفية اشتغاله، لذلك يتحدد هدف البحث في الإجابة على التساؤلات التي طرحتها المشكلة وكالاتي:

-التعرف على الفنون التحريرية التي استخدمت النمذجة البشرية.

-إبراز الموضوعات التي وظفت النمذجة البشرية.

-الوقوف على جنس النمذجة البشرية.

-تسليط الضوء على هوية النمذجة البشرية.

٥-منهج البحث:

يعد البحث وصفيًا من حيث النوع وهو يتناول الظاهرة الصحفية في سياق الوصف العلمي المنهجي المستند إلى بيانات ومعلومات كما يستخدم البحث منهج المسح في إطار مسح الصحافة العراقية بالاعتماد على طريقة تحليل المضمون. وهي من أساليب المنهج المسحي للكشف عن حجم توظيف النمذجة البشرية في الفنون التحريرية، ومن أجل الحصول على نتائج دقيقة وموضوعية فقد اتبعنا الخطوات الآتية:

-وحدات التحليل:

أختارت الباحثة وحدة الموضوع في تحليل مضمون الجرائد عينة البحث وتمثل هذه الوحدة أكبر وأهم وحدات تحليل المضمون وأكثرها إفادة وهذه الوحدة هي عبارة عن جملة أو عبارة تتضمن الفكرة التي يدور عنها الموضوع والتي تكشف عن توظيف النمذجة البشرية، فضلا عن اختيار جنس وهوية النمذجة البشرية والفئات الفرعية المرتبطة بها وهي الأكثر ملائمة لتحقيق هدف البحث أي قراءة دقيقة لأشكال الفنون التحريرية التي تستخدم النمذجة البشرية في تحريرها وهي (التقارير الإخبارية، الأعمدة، المقالات، التحقيقات) وتحديد فئاتها الرئيسية والفرعية المتمثلة بجنس النمذجة البشرية وهويتها والفئات الفرعية التي تم توظيفها. وهي الأكثر ملائمة لتحقيق هدف البحث.

-جدولة الفئات (شخصيات النمذجة البشرية وجنسها وهويتها): أوضحت نتائج مجتمع البحث الحصول على (٥) فئات رئيسية و(١٨) فئة فرعية، وفيما يأتي عرض للفئات التي ظهرت في إنشاء عملية تحليل المضمون والتعريف بها وفق ما ورد في مواد الفنون التحريرية:

*فئات الشخصية الاجتماعية: هي الفئات التي تتناول النمذجة البشرية ضمن الشخصيات الاجتماعية المتعلقة بقضايا المجتمع المختلفة والتي يكون الفرد والأسرة طرفا فاعلا فيها، وفئاتها الفرعية كالآتي: أ-مواطنون عاديون: يقصد بهم كل مواطن ليس له صفة رسمية بصرف النظر عن عمره أو جنسه أو انتمائه الاجتماعي والوظيفي يكون نموذجا فعالا تم توظيفه في الحدث أو القضية.

- ب- شباب وشابات (طلبة ومعلمون): كل من له دور في المجتمع سواء كان دورا وظيفيا أو علميا أو اجتماعيا.
- ج- موظفون حكوميون: موظفو المؤسسات الحكومية والوزارات الذين يتخذهم الصحفي نماذج بشرية في توظيفه للحدث.
- د- أطباء ومرضى: المتواجدون في المؤسسات الصحية والمستشفيات يتم توظيفهم كنماذج بشرية لشرح حدث ما، أو قضية ما.
- ذ- أزواج وزوجات: يقصد بهم جميع الأزواج سواء أكانوا نساء أم رجالا وبجميع حالاتهم الزوجية كالأرامل أو المطلقون يتخذون كنماذج بشرية لعرض المشكلات والوقائع.
- هـ- أخرى (رياضيون، سائقون، مدمنون، صيادون، بائعون متجولون، وأغلب فئات المجتمع).
- * فئات الشخصية السياسية: هي الفئات التي تستخدم النمذجة البشرية المتعلقة بالقضايا السياسية والأمنية داخليا وخارجيا. وفئاتها الفرعية كآلاتي:
- أ- مسئولون حكوميون وأمنيون: يقصد بهم الذين يتصدون للمسؤوليات الحكومية والأمنية كالوزراء والمحافظين والمسؤولين الأمنيين من الدفاع والداخلية.
- ب- رؤساء حكومات: رؤساء الدول العربية والأجنبية.
- ج- برلمانيون: أعضاء مجلس النواب العراقي.
- د- باحثون متخصصون: من أساتذة الجامعات ممن يتم توظيفهم كنماذج بشرية لتسليط الضوء على مشكلة ما أو قضية أو حدث..
- * فئات الشخصية الثقافية: تتعلق بكل ما يمت للثقافة من الجاز أو إبداع. وفئاتها هي:
- أ- أدباء: هم الكتاب العراقيون والعرب والأجانب من الشعراء والقاصين والروائيين.
- ب- فنانون: هم الممثلون والمطربون والفنيون.
- ج- تشكيليون: المختصون بالفن التشكيلي والرسامون.
- * فئات جنس النمذجة البشرية: للدلالة على توصيف الإنسان على أساس جنسه (ذكر، أنثى) وفئاتها كآلاتي:
- أ- رجل: استخدم البحث هذه الصفة للدلالة على الجنس (ذكر).
- ب- امرأة: للدلالة على الجنس (أنثى).
- ج- رجل وامرأة وأطفال: للدلالة على أن في الفن الصحفي المستخدم نموذجا للمرأة ورجل وأطفال يوظفهم الصحفي كنماذج بشرية لتوضيح أبعاد القضية أو الحدث أو المشكلة.
- * فئات هوية النمذجة البشرية: يقصد بها معرفة النموذج سواء كان معروفا أو مجهولا للقارئ. وفئاتها الفرعية كآلاتي:
- أ- مجهول: للدلالة على أن النموذج البشري المستخدم غير معروف للقارئ.
- ب- معلوم: للدلالة على أن النموذج البشري المستخدم معروف للقارئ.
- ٦- مجالات البحث ومجتمعه:**
- أ- المجال المكاني: يتمثل بحصر المواد الصحفية التي وظفت النمذجة البشرية في فنونها التحريرية في عشر جرائد عراقية محلية هي (الاتحاد، بغداد، الصباح، الصباح الجديد، الزمان، العالم، العدالة، المدى، المشرق، المؤتمر) مما يجعلها أكثر للتعبير عن مجموع الصحافة العراقية.
- ب- المجال الزمني: يتمثل بشهري آذار ونيسان لعام ٢٠١١.
- ج- مجتمع البحث: بلغت أعداد الجرائد العشرة (٣٢٣) عدداً، إذ كانت أعداد جريدة الاتحاد (٣٤) عدداً.

بغداد (١٧) عدداً والصبح (٤٣) عدداً والصبح الجديد (٣٣) عدداً والزمان (٤٦) عدداً والعالم (٣٧) عدداً والعدالة (٣٤) عدداً والمدى (٤١) عدداً والمشرق (٢٣) عدداً والمؤتمر (١٥) عدداً. وهي تمثل الأعداد التي وجدنا في فنونها التحريرية توظيفاً واستخداماً للنمذجة البشرية. فأعتمدناها في التحليل، في حين تم استبعاد الأعداد التي لم نجد فيها فناً تحريراً يستخدم النمذجة البشرية. ومن أجل تشخيص كيفية استخدام الصحافة العراقية للنمذجة البشرية. وإعطاء صورة واضحة عن توظيفها. فقد إعتمدنا أسلوب الحصر الشامل بالتحليل. وفيما يأتي جدولاً بالأعداد محل الدراسة.

جدول رقم (١) يبين أعداد الجرائد مجتمع البحث

ت	الجرائد	أعداد أذار	أعداد نيسان	مجموع الأعداد
١	الاتحاد	١٥	١٩	٣٤
٢	بغداد	٨	٩	١٧
٣	الصبح	٢٢	٢١	٤٣
٤	الصبح ج	١٣	٢٠	٣٣
٥	الزمان	٢٤	٢٢	٤٦
٦	العالم	١٨	١٩	٣٧
٧	العدالة	١٨	١٦	٣٤
٨	المدى	١٩	٢٢	٤١
٩	المشرق	١٥	٨	٢٣
١٠	المؤتمر	٦	٩	١٥
١١	المجموع	١٥٨	١٦٥	٣٢٣

ثانياً: مفهوم النمذجة البشرية:

المفهوم العام للنمذجة يعني تمثيل مجموعة من الأحداث باستخدام مثال معين. فالنمذجة هي عملية اختزال أو تضمين الجزء في الكل. ولذلك فإن النمذجة البشرية في الكتابة الصحفية تعني توظيف نماذج من البشر المرتبطين بحدث معين في نقل المعلومات والانطباعات ووجهات النظر. كما أن النمذجة البشرية هي حالات قادرة على تمثيل حالات أخرى بحكم الاشتراك في نفس الخصائص والسمات.^(١) كما أن المقصود بالنمذجة هو نقل المعلومات عن حدث ما أو قضية ما والمعلومات تكون مثلاً بتجربة واقعية نوصلها لطرف آخر كما حدثت عن طريق نموذج يحاكيها. وقد اكتسب مصطلح النموذج (Model) أهمية إعلامية واسعة في الدلالة على توظيف كل الأشكال التحريرية لخدمة مرامي وأهداف الرسالة الإعلامية. بإستخدام لغة إعلامية واضحة. ويؤكد فولر روجر في كتابه (اللغة في الأخبار: الخطاب والايديولوجيا في الصحافة) على أهمية التركيز على دور اللغة في الرسائل التي تنقلها وسائل الإعلام. وبالتالي فإن اللغة لا ينظر لها بإعتبارها وسيطاً اتصالياً مجرداً. بل إنها تقدم عرضاً فكرياً منظماً لما نتبناه من آراء^(٢)

فضلاً عن أن صياغة المادة الصحفية ليست قاصرة على الصياغة الأسلوبية فحسب بل هي صياغة فكرية وإعلامية وثقافية أيضاً. أي أن الصياغة الصحفية تبدأ بإختيار المادة. ثم إختيار الأسلوب الذي

يناسب التعبير عنه^(٣)

كما يؤكد (فان دايك) في كتابه (العنصرية والصحافة) على أن إختيار الأسلوب هو الخيار المتروك للصحفيين للتعبير عن الحدث والشخصيات الفاعلة فيه. وغالباً ما يشير الأسلوب إلى مضامين معينة وخلق تقبل القراء لها لذلك فإن توظيف النمذجة البشرية تعكس البعد الثقافي للغة الفن الصحفي المستخدم وصولاً إلى إستمالة القارئ^(٤)

ويذهب (هارتوك وملكود) في كتابهما (تأطير الحياة العامة: نظرة على وسائل الإعلام وفهمنا للعالم الاجتماعي) إلى إستبعاد العلاقة المباشرة التي يمكن افتراض نشوئها بين النموذج والواقعة. إذ ما يميز النموذج بوجه خاص هو كونه بناء يصاغ في الغالب من بعض الخواص المنتقاة من الواقعة. ويتم ذلك بسند ضمني من حادثة مسبقة قد تكون ساذجة. وعلى غرار ذلك فإن الصحفي الذي ينقل الواقعة أو يتحدث عن قضية أو مشكلة يستعيض عنها. بنمذجة بشرية ذات مفهومية معينة تنطلق من النماذج والمكونات الأخرى الرمزية لتؤسس. مع ذلك. أنسقة متنوعة وذات طاقة تعبيرية هائلة. والمفروض في النمذجة البشرية تمثيل وشرح واشتقاق الوقائع من النموذج المعطى بل العمل على إثرائه بعلاقات جديدة وإحتوائه ضمن الاتجاه الذي تنحو إليه الكتابة الصحفية. وثمة وفرة من الإجراءات الخاصة لتأسيس النمذجة البشرية والكتابة الصحفية تظل بالضرورة وفي مجموعها مجالا يوظف فيها الصحفي- بصورة غالباً ما تكون ضمنية- كفاءته وإبداعاته^(٥) وخاصة في نصوص الأخبار إذ تستخدم قدراً من الشخصية (حيث الإحالة هي لأفراد) في الأخبار التي يمثل الفرد فيها قضية إخبارية اكبر بالارتباط بمعنى أيديولوجي. ولا توحى الشخصية بفرادة الشخص فقط. وإنما يجري ربطه بفئة كاملة من الناس كما تدل الشخصية (النمذجة البشرية) إلى انتساب الفرد لجماعة محددة ذات معنى. أكثر مما تدل إلى فرادة مجردة.^(٦)

أما المعنى اللغوي للمصطلح فأن نمذجة تعني لغة نمط أو مثال للمحاكاة والتقليد سواء من حيث القيم والسلوك والأخلاق الحميدة (نموذج يحتذى). أو من حيث طريقة لباسه وتسريحة شعره مثل عارضات الأزياء (Top Model) ونمذجة تعني صورة مصغرة لشيء ما مثل مجسم مصغر لعمارة أو مبنى. أما التعريف العلمي لمفهوم النمذجة فهو بناء رمزي يقوم الباحث ببنائه لكي تسهل عملية فهم الظواهر ومكوناتها الأساسية والعلاقات الموجودة بينها وكيفية تفاعلها.

فالنموذج يجزئ الظاهرة إلى العناصر أو المتغيرات (Variables) الأساسية ويفصلها عن بعضها لتحديد طبيعتها ودراسة خصائصها بشكل أفضل وتسمى: نماذج بنائية ((Structuralist Models) كما يسعى النموذج إلى تحديد كيفية تفاعل المكونات المختلفة للظاهرة والأسلوب الذي تعمل بمقتضاه لإنتاج الظاهرة وتسمى: نماذج وظيفية (Functionalist Models). وهنا فإن النمذجة (أو بناء النماذج) مفيد بالنسبة للباحث لاسيما في العلوم الطبيعية وهناك صعوبات تواجه النمذجة في مجال العلوم الاجتماعية ومن بينها علوم الاتصال فحينما نقوم بفصل المكونات المختلفة للظاهرة لتحليلها ودراستها ستفقد هذه المكونات والمتغيرات خاصياتها التي كانت تتميز بها قبل أن نعزلها عن بقية العناصر. كما أن دراسة عملية الاتصال واختزالها في شكل نموذج من شأنه أن يجمدها فتفقد بذلك سماتها الأصلية ولا يكون النموذج مطابقاً للواقع. كنموذج لاسويل للاتصال ((Harold Lasswell الذي وجهت إليه انتقادات من بينها. أن المرسل هو المكون الأهم في العملية الاتصالية. لأنه هو الذي يصمم الرسالة ويقوم ببنائها وهو الذي يحدد نوعية القناة وتوقيت إرسالها. ويكتفي المتلقي باستقبال الرسالة واستبطانها والتأثر بها. ولا وجود لردة فعل أو رجوع صدى (feed back).^(٧)

١٠ أهمية النمذجة البشرية في الكتابة الصحفية:

- النمذجة البشرية ظاهرة منتشرة في مجال الاتصال. إذ تبرز في أشكال الاتصال الإقناعي وفي مجال الإعلام والتعليم. وهي تظهر أيضاً في مجال الاتصال الشخصي كما تبرز في مجال الاتصال الإعلامي بمستوياته المختلفة. وأكدت العديد من الدراسات، أن الفرد العادي يميل إلى التفاعل مع فكرة النماذج والأمثلة لكي يربطها بمفهوم أو قضية أوسع^(٨) إذ إن استخدام النماذج أمر حتمي للإدراك الإنساني للحدث وللقضية ومتابعتهما. وقد استخدمته القنوات الفضائية. (مثال على هذا حادث سيارة إذا تم نقل تفاصيل الحادث شفهيًا لا تصل الفكرة لذا يتم صناعة نموذج يوضح كيف وقع الحادث بالأرض، تخاكي فيه بالتفصيل كل الإحداثيات ويمثل بمشهد تمثيلي لسيارات غير حقيقية ولدمى) كما تحاول بعض الفضائيات الاستعانة به في عرض معلومات عن الحدث أو الواقعة وخاصة في الأحداث المتفردة. كسباق الانتخابات الرئاسية والبرلمانية وغيرها. كما أن طبيعة المعلومات الصحفية وأية مادة صحفية تعتمد على نوعين من المعلومات: (معلومات مجردة أساسية) و(معلومات منمذجة) وهنا تقدم المواد الصحفية أنواعاً مختلفة من النماذج البشرية:^(٩)

- ١ - نموذج بشري جدير بالتقليد .
 - ٢ - نموذج بشري يمثل لدائرة بشرية أكبر.
 - ٣ - نموذج بشري يعبر عن موقف أو اتجاه يتبناه الكثيرون.
- ولعبت وسائل الإعلام دوراً هاماً في توسيع مدى تأثير النمذجة البشرية وأسطرتها في الثقافة الإنسانية على مدار الزمن. انطلاقاً من الروي البدائي والرواية. مروراً بالأجهزة الحديثة ووسائل الإعلام السمعية البصرية (المرئية والمسموعة والمقروءة) وصولاً إلى الوسائط المتعددة (الملتيميديا) ومواقع التواصل الاجتماعي وغير ذلك. ومن وظائف وسائل الإعلام المدركة: خلط النمط الاجتماعي. أي أسطرة الشخصيات لجعلها قدوة تَحذَى. وهناك علم حديث يبحث في بناء الشخصية. ويستفيد منه القادة الغربيون ومرشحو رئاسة الدول الغربية في نمذجة أنفسهم أو أسطرتها للدخول في معترك الانتخابات. كما يلجأ إلى ذلك رجال الدعاية في حملاتهم الدعائية. وتلعب وسائل الإعلام في صنع أسطورة النمذجة البشرية (النمط الاجتماعي). دوراً في خطيم الشخصية أيضاً بناءً على تأثيرها في المتلقي.^(١٠)

إذ أن وسائل الإعلام ومنها الصحف لا تحمل فقط النصوص. بل تؤثر أيضاً فيها بطرق مختلفة^(١١)

ونظراً إلى قوة وسائل الإعلام باستخدام التحرير وغيرها من المعالجات لإحداث تأثير عميق في الأصوات التي نسمعها والصور التي نشاهدها تقوم وسائل الإعلام بأكثر من مجرد نقل النصوص بل تؤدي دوراً مهماً في صياغة النصوص التي تحملها^(١٢)

ويرى بعض العلماء أن الدور الأساسي لوسائل الإعلام هو نقل النصوص. بينما يركز آخرون على طريقة وسائل الإعلام في الوصول إلى الناس وغرس المواد في أدمغتهم واستخدامها للحصول على استجابات معرفية. وهذا ما يطلق عليه نظرية حبل الاستجابة (the responsive chord theory)^(١٣)

ومن الفنون الصحفية التي تميل إلى توظيف أساليب النمذجة البشرية:^(١٤)

١- التقارير الإخبارية.

٢- التحقيقات الصحفية.

٣- المقالات بأنواعها .

٤- الأعمدة.

أما عمليات الانحياز في اختيار النماذج داخل المواد الصحفية، فتتلخص بالاختيارات الآتية:^(١٥)
-اختيار نماذج استثنائية قد تحقق التسلية للقارئ لكنها تفتقر إلى القدرة على تمثيل الواقع أو بلورة المشكلة.

-اختيار النماذج بصورة إنتقائية لتأكيد وجهة نظر معينة وإستبعاد النماذج البشرية الأخرى.
ولذلك فإن نسبة قليلة من القراء يمكن أن تلاحظ عملية الانحياز، كما أن الاعتماد على آلية انتقائية في اختيار النماذج يؤثر على الصورة التي يدرك بها القارئ الحدث.

•ومن مميزات استخدام النماذج في الكتابة الصحفية:

- تقديم معلومات واضحة.
- تقديم معلومات تجسد وتشخص الحدث أو الموقف.
- تقديم أدلة تؤدي إلى إقناع القارئ.

•وظائف النمذجة البشرية:

من أهم وظائف النمذجة البشرية وظيفتها الإدراكية الإنسانية، فهي تحتوي على رؤية الصحفي تجاه مختلف القضايا والأحداث التي يرتب الحقائق وينظم المعلومات على أساسها، وذلك أثناء أبسط عمليات الإدراك، فكأن توظيف النمذجة البشرية هنا توظيفاً فطرياً، ومن ثم يمكن تسمية النموذج من حيث هو أمر فطري النموذج الإدراكي أي استدعاء صورة ذهنية تؤكد بعض الصفات وتستبعد صفات أخرى للنموذج البشري المستخدم، ويمكن القول بأن كل الفنون التحريرية تستخدم فكرة النمذجة البشرية بشكل شبه واع أو غير واع، وكل نص صحفي، مهما بلغت سطحه أو عمقه.

يحتوي على نموذج ما، يقابله في هذا النموذج الإدراكي (غير الواعي أو شبه الواعي) ما يسمى (النموذج التفسيري التحليلي) لشخصية ما مرتبطة بالحدث أو بالقضية، وهو النموذج الذي يصوغه الصحفي بشكل واع ليقوم من خلاله بتحليل الواقعة، أي أنه يحول الحدث غير الواعي إلى عملية واعية بذاتها وبإجراءات اللازم إتباعها وفق ما استعان به من نموذج بشري تدور حوله الواقعة أو عنه أو يكون فيها طرفاً فاعلاً، وبهذا المعنى تكون الكتابة الصحفية من خلال النموذج أداة لا تشكل قطيعة معرفية مع الكتابات الأخرى، التي تتناول الحدث نفسه، بقدر ما تشكل محاولة للتنبيه على أهميته القائمة بالفعل وفق عملية الإدراك لتفاصيله ومحاولة استمالة القارئ إليه وجذبه باتجاهه.^(١٦)

فالنمذجة البشرية لا توجد من العدم أو من أعماق الذات وثناياها وحدها، وإنما هي ملاحظة الواقعة والانشغال بالقضية أو المشكلة والاستجابة لها ومعايشتها والتفاعل معها والتأمل فيها وتجربتها والتوصل إلى نموذج يتم اختياره وإثراؤه وإعادة بناءه مهنيًا وفق شروط الكتابة الصحفية والفن الصحفي الذي توظفه، إذ إن النموذج كأداة يربط بين الذاتي والموضوعي ولذا يمكن القول بأن عملية صياغة النموذج تجمع بين الملاحظة والحدس، وبين التراكم المعرفي والخبرة الصحفية، وبين الملاحظة الصارمة والتخيل الرحب، وبين الحياء والتعاطف، والانفصال والاتصال، وفي ذلك كله يستند على تفاصيل الحدث أو القضية أو المشكلة وهو يفتح مجال التناول من خلال الخيال الإنساني ومقدرته على التركيب وعلى اكتشاف العناصر والعلاقات الكامنة، ولكنه في الوقت نفسه يكبح جماح هذا الخيال ليقربه من الواقع وهي مسألة تقع خارج ذاتية من صاغ النموذج، وبدون كل هذه الصياغات الكتابية تصبح الكتابة بدون النمذجة البشرية، عملية اختزال للواقعة أو عرضاً عابراً لتفاصيلها، ويصبح تناول الحدث عملية توثيق تقريرية، تسجيلية، أفقية تقليدية.^(١٧)

وتوظيف النمذجة البشرية الفاعلة والمؤثرة بالقارئ لا بد أن تهتم بثلاثة مفاهيم بحسب النظريات

(١٨) الاجتماعية

السلوك: أي ماذا يعمل النموذج. والمعتقدات: أي الخارطة الذهنية التي مهدت لسلوك النموذج. والقيم: وهي الصفات التي جعلت النموذج يحتذى به ويتم توظيفه سلباً أو إيجاباً. إذ أن مجرد وجود نموذج لا يكفي لإحداث الأثر. دون انتباه واع من الفرد المتلقي لهذا النموذج بطريقة أو أخرى. ومن المعروف أن الإنسان لا ينتبه إلى كل الأحداث التي تقع في الحياة. ولكنه ينتبه إلى قدر ضئيل منها. ولذلك تلعب وسائل الإعلام دوراً كبيراً في إثارة الانتباه لما تعرضه من مواد مختلفة. ومن خصائص النموذج الذي ينتبه له الفرد: البساطة، والتكرار، والأشياء التي تمس احتياجاته.^(١٩)

وقد ارتبطت النمذجة البشرية، بنظرية النموذج (Modeling Theory) التي تفيد في وصف تطبيق النظرية العامة للتعليم الاجتماعي (التعلم بالملاحظة)، وذلك بالنسبة لاكتساب نماذج جديدة من السلوك نتيجة لما تقدمه وسائل الإعلام. كما أن وسائل الإعلام تعد مصدراً جاهزاً وجذاباً ومتاحاً لهذه النماذج. فهي تقدم نماذج بشرية لكل أشكال السلوك تقريباً. وأثبتت أبحاث عديدة أن كلا من الأطفال والكبار يكتسبون مواقف جديدة. واستجابات عاطفية. وطرقاً جديدة للسلوك من جميع وسائل الإعلام. وخاصة من الأفلام السينمائية والتلفزيون. وعند تطبيق النظرية لشرح كيفية اكتساب أشكال جديدة للسلوك نتيجة التعرض لوسائل الإعلام. فإن لب الموضوع هو «عملية النموذج»

وتتألف هذه العملية من مراحل عديدة أبرزها حين يلاحظ أحد أفراد جمهور القراء أو المستمعين أو المشاهدين أن شخصاً «نموذجاً» يشترك في نموذج للسلوك في محتوى إعلامي. أو يتعرف المتلقي على النموذج. ويتمثل معه «يتوحد معه» أو يرى أن النموذج جذاباً وأنه جدير بالتقليد. كما يدرك وهو واع- أو يصل إلى استنتاج بدون وعي- أن الشخص الذي يلاحظه. أو السلوك الموصوف سيكون مفيداً له. أي يؤدي إلى نتائج مرغوب فيها إذا قلّد هذا السلوك في موقف معين. ويتذكر الشخص أيضاً تصرفات النموذج عندما يواجه موقفاً مشابهاً. ويتخذ السلوك الذي اقتنع به كوسيلة للاستجابة لهذا الموقف. ويؤدي ذلك إلى شعور الفرد بالراحة أو الرضا أو المكافأة. وهكذا تتكون الرابطة بين هذه المؤثرات والاستجابة المستوحاة من النموذج. ويزداد تدعيمها. ويزيد إعادة الدعم الإيجابي من احتمال استخدام الفرد لهذا النشاط السلوكي باستمرار كوسيلة للاستجابة لمواقف مشابهة. إذ أن تطبيق نظرية التعلم الاجتماعي في شكل «نظرية النموذج» ثبت بوضوح أن وسائل الإعلام يمكن استخدامها كعوامل وسيطة في عملية التطور الاجتماعي للفرد.^(٢٠)

وهنا فإن للإعلام قوة هائلة في صياغة المواقف. كما أن دراية أجهزة الإعلام بقضايا الإنسان المعاصر وسبكولوجيته تكسبها قدرة إضافية على توجيهه أو برمجته. لتخلق منه مادة طيّعة إستهلاكية أو خدمية. وقد خدمت النمذجة البشرية والأسطورة وفلسفتها أهداف الوسائل الإعلامية في التوجه للمتلقى والسيطرة عليه والتأثير فيه وإستمالته.

ثالثاً: تفسير نتائج التحليل:

أسفرت عملية التحليل. بعد أن جرى ترميزها كمياً وفق جداول خاصة عن مجموعة من المؤشرات العلمية والنتائج يمكن الإشارة إليها على وفق الآتي:

١- الفنون التحريرية التي أستخدمت النمذجة البشرية:

أظهرت المؤشرات المستخلصة عن كيفية التعرف على النمذجة البشرية من خلال توظيفها في الفنون التحريرية المختلفة (الأعمدة، المقالات بأنواعها، التحقيقات، التقارير الإخبارية) ووفق الجدول رقم (٢) وكالاتي:

أ- فئة الأعمدة: إذ جاءت بالمرتبة الأولى بواقع (٢٣٠) عموداً، توزعت بمقدار (٦٤) عموداً في جريدة الزمان

وبنسبة (٢٧,٨٢٪) وأخذت المرتبة الأولى. تليها جريدة المدى في المرتبة الثانية بواقع (٤٧) عموداً وبنسبة (٢٠,٤٣٪) فيما حلت جريدة الصباح بالمرتبة الثالثة بواقع (٣٥) عموداً وبنسبة (١٥,٢١٪). وجاءت جريدتي المشرق والعدالة بالمرتبة الرابعة بواقع (١٨) عموداً لكل واحدة منها وبنسبة (٧,٨٢٪) وحلت الصباح الجديد بالمرتبة الخامسة وبواقع (١٧) عموداً وبنسبة (٧,٣٩٪) ثم جريدة العالم بالمرتبة السادسة وبواقع (١٥) عموداً وبنسبة (٦,٥٢٪) تليها جريدتي الاتحاد والمؤتمر بالمرتبة السابعة بواقع (٩) أعمدة لكل واحدة منهما وبنسبة (٣,٩١٪) وفي المرتبة الثامنة جاءت جريدة بغداد بواقع (٥) أعمدة وبنسبة (٢,١٧٪) وأخذت جريدة المؤتمر المرتبة التاسعة والأخيرة بواقع عمودين وبنسبة (٠,٨٦٪). ويتضح من مؤشرات التحليل أن الجرائد مجتمع البحث اهتمت باستخدام النمذجة البشرية وتوظيفها في الأعمدة الصحفية أكثر من الفنون التحريرية الأخرى بعدها صحافة رأي. إذ يورد الكاتب نموذجاً بشرياً يحتذى به محاولة جذب القارئ من خلال الاستعانة بالنموذج البشري لما يطرحه من رأي أو قضية أو واقعة أو حدث عابر. بغرض إstimالته.

ب- فئة التحقيقات: فقد جاءت بالمرتبة الثانية من مراتب الفنون التحريرية التي استعانت بالنمذجة البشرية بواقع (١٨٨) تحقيقاً. إذ احتلت جريدة الصباح المرتبة الأولى بواقع (٥٥) تحقيقاً وبنسبة (٢٩,٢٥٪) تلتها بالمرتبة الثانية جريدة الزمان بواقع (٣٦) تحقيقاً وبنسبة (١٩,١٤٪). فيما حلت جريدة العدالة بالمرتبة الثالثة بواقع (٣٣) تحقيقاً وبنسبة (١٧,٥٥٪) وفي المرتبة الرابعة جاءت جريدة الاتحاد بواقع (٢٥) تحقيقاً وبنسبة (١٣,٢٩٪) وجاءت جريدة المدى بالمرتبة الخامسة بواقع (١٧) تحقيقاً وبنسبة (٩,٠٤٪) تليها جريدتي الصباح الجديد والعالم بواقع (٩) تحقيقاً لكل واحدة منها وبنسبة (٤,٧٨٪) وجاءت جريدة بغداد بالمرتبة السابعة بواقع تحقيقان وبنسبة (١,٠٦٪) فيما حلت بالمرتبة الثامنة كل من جريدتي المشرق والمؤتمر بواقع تحقيق واحد لكل منها وبنسبة (٠,٥٣٪) وما سبق يتبين أن فن التحقيقات الصحفية يستعين عادة بالنماذج البشرية لإبراز ما يتم التحقق منه سواء أكانت مشاكل أو قضايا مصيرية تتعلق بالأفراد أو المجتمع.

ج- فئة التقارير الإخبارية: التي جاءت بالمرتبة الثالثة وبواقع (١٢٩) تقريراً إخبارياً إذ جاءت جريدة الصباح بالمرتبة الأولى بواقع (٤١) تقريراً إخبارياً وبنسبة (٣١,٧٨٪) تليها جريدة الزمان بالمرتبة الثانية بواقع (٢٥) تقريراً إخبارياً وبنسبة (١٩,٣٧٪) وأخذت جريدة العالم المرتبة الثالثة بواقع (١٤) تقريراً إخبارياً وبنسبة (١٠,٨٥٪) ثم جاءت جريدتي الاتحاد والمدى بالمرتبة الرابعة بواقع (١١) تقريراً لكل واحدة منهما وبنسبة (٨,٥٢٪) وجاءت جريدة المؤتمر بالمرتبة الخامسة بواقع (٩) تقارير إخبارية وبنسبة (٦,٩٧٪) ثم جريدة الصباح بالمرتبة السادسة بواقع (٧) تقارير إخبارية وبنسبة (٥,٤٢٪) تليها جريدة بغداد بالمرتبة السابعة بواقع (٦) تقارير إخبارية وبنسبة (٤,٦٥٪) وفي المرتبة الثامنة حلت جريدة المشرق بواقع (٥) تقارير إخبارية وبنسبة (٣,٨٧٪) فيما لم تسجل جريدة العدالة أية نسبة تذكر في التقارير الإخبارية ويتضح مما تقدم بأن التقرير الإخباري يوظف النمذجة البشرية في محاولة لجذب القارئ إغياه الحدث الذي يتناوله أو القضية التي يستعرضها.

د- فئة المقالات: وأخذت المرتبة الرابعة بواقع (٧٩) مقالاً توزعت بواقع (٢٠) مقالاً في جريدة الزمان التي أخذت المرتبة الأولى وبنسبة (٢٥,٣١٪) تليها بالمرتبة الثانية جريدة المشرق بواقع (١٤) مقالاً وبنسبة (١٧,٧٢٪) ثم جريدة الاتحاد بالمرتبة الثالثة بواقع (١١) مقالاً وبنسبة (١٣,٩٢٪) وفي المرتبة الرابعة جاءت جريدتنا الصباح الجديد والعدالة بواقع (٧) مقالات لكل واحدة منهما وبنسبة (٨,٨٦٪) تليهما جريدتنا الصباح والمدى في المرتبة الخامسة وبواقع (٥) مقالات وبنسبة (٦,٣٢٪) وجاءت بالمرتبة السادسة جريدة بغداد بواقع (٤) مقالات وبنسبة (٥,٠٦٪) فيما حلت جريدتنا العالم والمؤتمر بالمرتبة السابعة بواقع (٣)

مقالات لكل واحدة منهما وبنسبة (٣,٧٩٪) ويؤشر التحليل بأن الجرائد استطاعت توظيف النمذجة البشرية فيها سواء أكانت ذات مواقف سلبية أو ايجابية ومن كلا الجنسين.

جدول رقم (٢) يبين أشكال الفنون التحريرية التي استخدمت النمذجة البشرية

الفنون التحريرية	الأعداد			التحقيقات			التقارير الإخبارية			المقالات		
	التردد	%	مرتبة	التردد	%	مرتبة	التردد	%	مرتبة	التردد	%	مرتبة
١ الجرائد	٩	٣,٩١	سابعة	٢٥	١٣,٢٩	رابعة	١١	٨,٥٢	رابعة	١١	١٣,٩٢	ثالثة
٢ بغداد	٥	٢,١٧	ثامنة	٢	١,٠٦	سابعة	٦	٤,٦٥	سابعة	٤	٥,٠٦	سابعة
٣ الصباح	٣٥	١٥,٢١	ثالثة	٥٥	٢٩,٢٥	أولى	٧	٥,٤٢	سابعة	٥	٦,٣٢	خامسة
٤ الصباح ج	١٧	٧,٣٩	خامسة	٩	٤,٧٨	سابعة	٤١	٣١,٧٨	أولى	٧	٨,٨٦	رابعة
٥ الزمان	٦٤	٢٧,٨٢	أولى	٣٦	١٩,١٤	ثالثة	٢٥	١٩,٣٧	ثالثة	٢٠	٢٥,٣١	أولى
٦ العالم	١٥	٦,٥٢	سابعة	٩	٤,٧٨	سابعة	١٤	١٠,٨٥	ثالثة	٣	٣,٧٩	سابعة
٧ العدالة	١٨	٧,٨٢	رابعة	٣٣	١٧,٥٥	ثالثة	/	/	/	٧	٨,٨٦	رابعة
٨ المدى	٤٧	٢٠,٤٣	ثالثة	١٧	٩,٠٤	خامسة	١١	٨,٠٩	رابعة	٥	٦,٣٢	خامسة
٩ المشرق	١٨	٧,٨٢	رابعة	١	٠,٥٣	ثامنة	٥	٣,٨٧	ثامنة	١٤	١٧,٧٢	ثالثة
١٠ المونتر	٢	٠,٨٦	تاسعة	١	٠,٥٣	ثامنة	٩	٦,٩٧	خامسة	٣	٣,٧٩	سابعة
١١ المجموع	٢٣٠	% ١٠٠		١٨٨	% ١٠٠		١٢٩	% ١٠٠		٧٩	% ١٠٠	٦٢٦
١٢ العربية الأولى				الثالثة			الثالثة			الرابعة		

٢- شخصيات النمذجة البشرية: وتبين وفق الجدول رقم (٣) وكالاتي:

أ- فئة الشخصية الاجتماعية: إذ جاءت بالمرتبة الأولى بواقع (٢٩١) موضوعاً توزعت بمقدار (٧٦) تكراراً وبنسبة (٢٦,١١٪) في جريدة الزمان وأخذت المرتبة الأولى تليها بالمرتبة الثانية جريدة الصباح بواقع (٥٨) تكراراً وبنسبة (١٩,٩٣٪) ثم جريدة الصباح الجديد بالمرتبة الثالثة وبواقع (٣٥) تكراراً وبنسبة (١٢,٢٪) فيما جاءت جريدة العدالة بالمرتبة الرابعة بواقع (٣٤) تكراراً وبنسبة (١١,٦٨٪) وحلت جريدة المدى بالمرتبة الخامسة بمقدار (٣١) تكراراً وبنسبة (١٠,٦٥٪) تليها جريدة الاتحاد بالمرتبة السادسة بواقع (٢٦) تكراراً وبنسبة (٨,٩٣٪) ثم جريدة العالم بالمرتبة السابعة بواقع (١٦) تكراراً وبنسبة (٥,٤٩٪) وأخذت جريدة المشرق المرتبة الثامنة بواقع (٦) تكرارات وبنسبة (٢,٠٦٪) وجاءت جريدة بغداد بالمرتبة التاسعة وبواقع (٥) تكرارات وبنسبة (١,٧١٪) تليها بالمرتبة العاشرة والأخيرة جريدة المؤتمر بواقع (٤) تكرارات وبنسبة (١,٣٧٪) ويظهر ما تقدم بأن الشخصيات الاجتماعية هي أكثر توظيفاً في الموضوعات التي تستعين بتيار النمذجة البشرية خاصة وأنها قريبة من هاجس القارئ وقضايا ومشكلاته من خلال توظيف نموذج بشري محدد يتم توظيفه لإغراض الجذب والاستمالة.

ب- فئة الشخصية السياسية: وأخذت المرتبة الثانية بواقع (١٧٩) تكراراً توزعت بمقدار (٣٩) تكراراً لكل من جريدتي الزمان والمدى وأخذتا المرتبة الأولى وبنسبة (٢١,٧٨٪) تليهما بالمرتبة الثانية جريدة الصباح الجديد بواقع (٢٣) تكراراً وبنسبة (١٢,٨٤٪) ثم جريدة العالم بالمرتبة الثالثة بواقع (١٩) تكراراً وبنسبة (١٠,١٦٪) فيما جاءت جريدة الصباح بالمرتبة الرابعة بواقع (١٦) تكراراً وبنسبة (٨,٩٣٪) وحلت جريدة المشرق بالمرتبة الخامسة بواقع (١٤) تكراراً وبنسبة (٧,٨٢٪) تليها جريدة الاتحاد بالمرتبة السادسة وبواقع (١٢) تكراراً وبنسبة (٦,٧٠٪) ثم جريدة المؤتمر بالمرتبة السابعة وبواقع (٨) تكرارات وبنسبة (٤,٤٦٪) وفي المرتبة الثامنة حلت جريدة بغداد وبواقع (٦) تكرارات وبنسبة (٣,٣٥٪) تليها في المرتبة التاسعة والأخيرة جريدة العدالة بواقع (٣) تكرارات وبنسبة (١,٦٧٪) وتؤشر هذه الفئة كيفية الاستعانة بنموذج بشري سياسي وظيفته الجريدة وفق ما يتلاءم وعملية جذب القارئ واستمالاته كون الشخصية السياسية لا يلتفت إليها أحد في المواقف الطبيعية، أو أنها لا تستهوي القارئ لذلك لجأت الجرائد إلى توظيف النمذجة البشرية كي تتمكن من جذب قارئها، وإهتمامه بما تنشر.

ج- الشخصية الثقافية: وحلت بالمرتبة الثالثة وبواقع (١٤٢) تكراراً توزعت بمقدار (٢٨) تكراراً في جريدة الصباح وحلت بالمرتبة الأولى وبنسبة (١٩,٧١٪) تليها جريدة الزمان بالمرتبة الثانية بواقع (٢٧) تكراراً وبنسبة (١٩,٠١٪) ثم جاءت جرائد الاتحاد والعدالة والمشرق بالمرتبة الثالثة وبواقع (١٧) تكراراً لكل واحدة منها وبنسبة (١١,٩٧٪) وجاءت جريدة الصباح الجديد بالمرتبة الرابعة بواقع (١٤) تكراراً وبنسبة (٩,٨٥٪) وأخذت جريدة المدى المرتبة الخامسة بواقع (١٠) تكرارات وبنسبة (٧,٠٤٪) تليها جريدتي بغداد والعالم بالمرتبة السادسة بواقع (٥) تكرارات لكل منهما وبنسبة (٣,٥٢٪) وجاءت جريدة المؤتمر بالمرتبة السابعة والأخيرة بواقع تكرارين وبنسبة (١,٤٠٪) ويتضح ما سبق بأن الشخصيات الثقافية توظف النمذجة البشرية في تناولها للفنون التحريرية المختلفة التي تتعلق بالموضوعات الثقافية وهو ما تنتبه إليه الجرائد من أجل التأثير في المتلقي حين يكون النموذج البشري قادراً على إقناعه من خلال أسلوب الكاتب وبراعته في توظيف النمذجة البشرية في فن الكتابة الصحفية المختلفة.

د- أخرى: أما أنواع الشخصيات الأخرى فقد جاءت بواقع (١٤) تكراراً و توزعت بمقدار (٤) تكرارات وبنسبة (٢٨,٥٧٪) في جريدة العدالة وأخذت المرتبة الأولى. تليها في المرتبة الثانية جريدة الزمان بواقع (٣) تكرارات وبنسبة (٢١,٤٠٪) ثم جاءت جريدة الصباح الجديد بالمرتبة الثالثة بواقع تكرارين وبنسبة (٤,٢٨٪) وحصلت جرائد الاتحاد وبغداد والعالم والمشرق والمؤتمر على المرتبة الرابعة بواقع تكرار واحد لكل منهما وبنسبة

(٧,١٤٪) والشخصيات الأخرى هي التي لا تنتمي إلى الفئات كالاقتصادية أو السياسية أو الثقافية وإنما اهتمت بموضوعات بعيدة عن تصنيفها ضمن الموضوعات المذكورة. بل تركزت على شخصيات رياضية أو شخصيات غريبة لا تنتمي إلى التصنيفات السابقة.

جدول رقم (٣) يبين شخصيات النمذجة البشرية

ت	الجراند	الاجتماعية		السياسية		الثقافية		أخرى	
		النكر	%	مرتبة	النكر	%	مرتبة	النكر	%
١	الاحدا	٢٦	٨,٩٣	سادسة	١٢	٦,٧٠	سادسة	١٩	١١,٩٧
٢	بغداد	٥	١,٧١	ثامنة	٦	٣,٣٥	سادسة	١	٧,١٤
٣	الصباح	٥٨	١٩,٩٣	ثانية	١٦	٨,٩٨	أولى	/	/
٤	الصباح ج	٣٥	١٢,٠٢	ثالثة	٢٣	١٢,٨٤	رابعة	٢	١٤,٢٨
٥	الزمن	٧٦	٢٦,١١	أولى	٣٩	٢١,٧٨	ثالثة	٣	٢١,٤٢
٦	العلم	١٦	٥,٤٩	سابعة	١٩	١٠,٦١	سادسة	١	٧,١٤
٧	العائلة	٣٤	١١,٦٨	رابعة	٣	١,٦٧	ثالثة	٤	٢٨,٥٧
٨	المدى	٣١	١٠,٦٥	خامسة	٣٩	٢١,٧٨	خامسة	/	/
٩	المشرق	٦	٢,٠٦	ثامنة	١٤	٧,٨٢	ثالثة	١	٧,١٤
١٠	المؤتمر	٤	١,٣٧	عاشرة	٨	٤,٤٦	ثامنة	١	٧,١٤
١١	المجموع	٢٩١	%١٠٠		١٧٩	%١٠٠		١٤	%١٠٠
١٢	العربية	الأولى			الثانية			الرابعة	الخامسة

٣-الفئات الفرعية للشخصية الاجتماعية:

يؤشر الجدول رقم (٤) هذه الفئات وكالاتي:

أ-مواطنون عاديون: إذ حلت بالمرتبة الأولى بواقع (٩٤) تكرارا توزعت بمقدار (٢٦) تكرارا وبنسبة (٢٧,٦٥٪) في جريدة الصباح وأخذت المرتبة الأولى. ثم تليها جريدة الزمان بالمرتبة الثانية بواقع (١٩) تكرارا وبنسبة (٢٠,٢١٪) وجاءت جريدتنا الاتحاد والمدي بالمرتبة الثالثة وبواقع (١١) تكرارا لكل واحدة منها وبنسبة (١١,٧٠٪) وفي المرتبة الرابعة حلت جريدة العدالة بواقع (٩) تكرارات وبنسبة (٩,٥٧٪) وجاءت بعدها جريدة الصباح الجديد بالمرتبة الخامسة وبواقع (٨) تكرارات وبنسبة (٨,٥١٪) وفي المرتبة السادسة حلت جريدة العالم بواقع (٤) تكرارات وبنسبة (٤,٢٥٪) وحصلت كل من الجرائد بغداد والمشرق والمؤتمر على المرتبة السابعة بواقع تكرارين لكل منهما وبنسبة (٢,١٢٪). وتؤشر نتائج التحليل بأن استخدام النمذجة البشرية لأشخاص من المواطنين العاديين الذين بالإمكان توظيف أسمائهم وأرائهم وفق الفن الصحفي الذي يكتبه الصحفي. لذلك كان لهذه الفئة أهمية كبيرة لترسيخ نموذج بشري في ذهن المتلقي.

ب- فئة شباب وشابات (طلبة جامعيون ومعلمون): التي جاءت بالمرتبة الثانية بواقع (٧١) تكرارا توزعت بمقدار (٢١) تكرارا في جريدة الزمان وحصلت على المرتبة الأولى وبنسبة (٢٩,٥٧٪) تليها جريدة العدالة بالمرتبة بواقع (١١) تكرارا وبنسبة (١٥,٤٩٪) ثم جريدتنا الصباح الجديد والمدي بالمرتبة الثالثة بواقع (٩) تكرارات لكل واحدة منهما وبنسبة (١٢,١٧٪) وجاءت جريدة الصباح بالمرتبة الرابعة وبواقع (٨) تكرارات وبنسبة (١١,٢٦٪) تليها جريدة الاتحاد بالمرتبة الخامسة وبواقع (٥) تكرارات وبنسبة (٧,٠٤٪) واحتلت جريدة العالم المرتبة السادسة بواقع (٤) تكرارات وبنسبة (٢٥,٦٣٪) وجاءت جريدتنا المشرق والمؤتمر بالمرتبة السابعة بواقع تكرارين لكل منها وبنسبة (٢,٨١٪) وفي المرتبة الثامنة والأخيرة جاءت جريدة بغداد بواقع تكرار واحد وبنسبة (١,٤٠٪).

ج- فئة موظفون حكوميون: إذ جاءت بالمرتبة الثالثة بواقع (٤٣) تكرارا وبنسبة (٢٥,٥٨٪) في جريدة الزمان وأخذت المرتبة الأولى تليها جريدة الصباح بالمرتبة الثانية بواقع (٩) تكرارات وبنسبة (٢٠,٩٣٪) فيما جاءت جريدتنا الصباح الجديد والعدالة بالمرتبة الثالثة بواقع (٦) تكرارات وبنسبة (١٣,٩٥٪) وفي المرتبة الرابعة جاءت جريدة المدي بواقع (٥) تكرارات وبنسبة (١١,٦٢٪) تليها جريدة الاتحاد بالمرتبة الخامسة بواقع (٣) تكرارات وبنسبة (٦,٩٧٪) وفي المرتبة السادسة جاءت جريدة العالم بواقع تكرارين وبنسبة (٤,٦٥٪) تليها جريدة بغداد بالمرتبة السابعة والأخيرة بواقع تكرار واحد وبنسبة (٢,٣٢٪) فيما لم تسجل جريدتنا المشرق والمؤتمر أية نسبة تذكر من استخدام النمذجة البشرية في هذه الفئة.

د- فئة أطباء ومرضى: إذ جاءت بالمرتبة الرابعة بواقع (٣٣) تكرارا توزعت بمقدار (٨) تكرارات وبنسبة (٢٤,٢٤٪) في جريدة الزمان وأخذت المرتبة الأولى تلتها جريدة الصباح بواقع (٧) تكرارات وبنسبة (٢١,٢١٪) فيما حلت جريدة الصباح الجديد في المرتبة الثالثة بواقع (٦) تكرارات وبنسبة (١٨,١٨٪) وكانت جريدة الاتحاد قد حصلت على المرتبة الرابعة بواقع (٤) تكرارات وبنسبة (١٤,١٤٪) تلتها جريدتي العالم والمدي بالمرتبة الخامسة والأخيرة وبواقع (٣) تكرارات وبنسبة (٩,٠٩٪) ولم تسجل جرائد بغداد والمشرق والمؤتمر أية إشارة إلى نمذجة بشرية في هذه الفئة. ويتبين أن هذه الفئة قد تناولت الأطباء والمرضى كنماذج بشرية للكتابة عن القضية أو المشكلة التي يتناولها الصحفي.

ذ- فئة أزواج وزوجات: احتلت المرتبة الخامسة بواقع (٣٠) تكرارا توزعت بمقدار (١٢) تكرارا في جريدة الزمان وأخذت المرتبة الأولى وبنسبة (٤٠٪) تليها جريدة الصباح بالمرتبة الثانية بواقع (٦) تكرارات وبنسبة (٢٠٪) وجاءت جريدة الصباح الجديد بالمرتبة الثالثة بواقع (٤) تكرارات وبنسبة (١٣,٣٣٪) تليها جريدتنا العدالة والمدي بالمرتبة الرابعة بـ (٣) تكرارات لكل منها وبنسبة (١٠٪) وفي المرتبة الخامسة جاءت جرائد

الاتحاد والعالم والمشرق بواقع تكرارين لكل منها وبنسبة (٦,١٦) وحلت جريدة بغداد بالمرتبة السادسة والأخيرة بواقع تكرار واحد وبنسبة (٣,٣٣) فيما لم تسجل المؤتمر أية نسبة في هذه الفئة. ر- فئة أخرى: حددت بواقع (١٤) تكرارا بمقدار (٥) تكرارات في جريدة الزمان وبنسبة (٣٥,٧١) وجاءت بالمرتبة الأولى. وفي المرتبة الثانية جاءت جريدة العدالة وبواقع (٣) تكرارات وبنسبة (٢١,٤٢) وجاءت جريدتنا الصباح والصباح الجديد بالمرتبة الثالثة بواقع تكرار لكل منهما وبنسبة (١٤,٢٨) فيما أخذت جريدتنا الاتحاد والعالم المرتبة الرابعة بواقع تكرار واحد لكل منهما وبنسبة (٧,١٤) ولم تسجل جرائد المدى والمشرق والمؤتمر أية نسبة في هذه الفئة. وحددت فئة (أخرى) بموضوعات تتعرض للصيادين أو السائقين أو المدمنين وبسبب نسبتها القليلة أفردناها ضمن هذه الفئة لتتحقق مصداقة اختيار الفئات وفق مسار البحث العلمي ووفق منظور المنهج المتبع وطبيعة البحث وأهدافه.

جدول رقم (٤) يبين الفئات الفرعية للشخصيات الاجتماعية

الفئات	مواطنون عاديون	شباب وشابات (طلبة ومثقفون)	موظفون حكوميين	أطباء وممرضين	أزواج وزوجك	أخرى
ت	التردد	%	التردد	%	التردد	%
١	الاتحاد	١١	٥	٣	٤	٢
٢	بغداد	٢	١	١	١	١
٣	الصباح	٢٦	٨	٩	٧	٦
٤	صباح ج	٨	٩	٦	٦	٢
٥	الزمان	١٩	٢١	١١	٨	١٢
٦	العالم	٤	٤	٢	٣	٢
٧	العدالة	٩	١١	٦	٢	٣
٨	المدى	١١	٩	٥	٣	٣
٩	المشرق	٢	٢	١	١	٢
١٠	المؤتمر	٢	٢	١	١	١
١١	المجموع	٩٤	٧١	٤٣		٣٠
١٢	الفرقة الأولى					

- ٤- الفئات الفرعية للشخصية السياسية: إذ يشير الجدول رقم (٦) إلى هذه الفئات وكالاتي:
- أ- فئة مسؤولون حكوميون: إذ حصلت على المرتبة الأولى بواقع (٦٢) تكرارا توزعت بواقع (١٥) تكرارا وبنسبة (٢٤,١٩٪) في جريدة المدى وأخذت المرتبة الأولى تلتها جريدة الزمان بالمرتبة الثانية بمقدار (١٢) تكرارا وبنسبة (١٩,٣٥٪) وحصلت جريدتنا الصباح الجديد والعالم على المرتبة الثالثة بواقع (٧) تكرارات لكل منها وبنسبة (١١,٢٩٪) وفي المرتبة الرابعة جاءت جريدة الصباح بواقع (٦) تكرارات وبنسبة (٩,٦٧٪) تليها جريدة المشرق بالمرتبة الخامسة بواقع (٥) تكرارات وبنسبة (٨,٠٦٪) وحصلت جريدة المؤتمر على المرتبة السادسة بواقع (٤) تكرارات وبنسبة (٦,٤٥٪) وجاءت جريدة الاتحاد بالمرتبة السابعة بواقع (٣) تكرارات وبنسبة (٤,٨٣٪) تليها جريدة بغداد بالمرتبة الثامنة بواقع تكرارين وبنسبة (٣,٢٢٪) وفي المرتبة التاسعة والأخيرة جاءت جريدة العدالة بواقع تكرار واحد وبنسبة (١,١١٪).
- ب- فئة رؤساء حكومات: وجاءت بالمرتبة الثانية بواقع (٥٨) تكرارا توزعت بمقدار (١٤) تكرارا في جريدة الزمان وبنسبة (٢٤,١٣٪) وحصلت على المرتبة الأولى تليها جريدة المدى بالمرتبة الثانية بواقع (١٢) تكرارا وبنسبة (٢٠,٦٨٪) وأخذت جريدة الصباح الجديد المرتبة الثالثة بواقع (٧) تكرارات وبنسبة (١٢,٠٦٪) تليها جريدة العالم بالمرتبة الرابعة بواقع (٦) تكرارات وبنسبة (١٠,٣٤٪) ثم حصلت جريدتنا الاتحاد والصباح على المرتبة الخامسة بواقع (٥) تكرارات لكل واحدة منها وبنسبة (٨,٦٢٪) تليها جريدة المشرق بالمرتبة السادسة بواقع (٤) تكرارات وبنسبة (٦,٨٩٪) وفي المرتبة السابعة حلت جريدتنا بغداد والمؤتمر بواقع تكرارين لكل منهما وبنسبة (٣,٤٤٪) تليها جريدة العدالة بالمرتبة الثامنة بواقع تكرار واحد وبنسبة (١,٧٢٪).
- ج- فئة برلمانيون: إذ حصلت على المرتبة الثالثة بواقع (٣٩) تكرارا توزعت بواقع (٩) تكرارات في جريدة الزمان وبنسبة (٢٣,٠٧٪) وأخذت المرتبة الأولى تليها جريدة المدى بالمرتبة الثانية بواقع (٨) تكرارات وبنسبة (٢٠,٥١٪) وحصلت جريدة الصباح الجديد على المرتبة الثالثة بواقع (٦) تكرارات وبنسبة (١٥,٣٨٪) تليها جرائد الصباح والعالم والمشرق بالمرتبة الرابعة بواقع (٣) تكرارات لكل واحدة منها وبنسبة (٧,٦٩٪) وفي المرتبة الخامسة حلت جرائد الاتحاد وبغداد والمؤتمر بواقع تكرارين لكل منهما وبنسبة (٥,١٢٪) وفي المرتبة السادسة والأخيرة جاءت جريدة العدالة بواقع تكرار واحد وبنسبة (٢,٥٦٪).
- د- باحثون مختصون: إذ حصلت على المرتبة الرابعة بواقع (٢٠) تكرارا توزعت بواقع (٤) تكرارات لكل من جريدتي الزمان والمدى وحلت بالمرتبة الأولى وبنسبة (٢٠٪) تليها جريدتنا الصباح الجديد والعالم بالمرتبة الثانية وبواقع (٣) تكرارات لكل منهما وبنسبة (١٥٪) وجاءت جرائد الاتحاد والصباح والمشرق بالمرتبة الثالثة بواقع تكرارين لكل واحدة منهما وبنسبة (١٠٪) فيما لم تسجل جرائد بغداد والعدالة والمؤتمر أية دالة إحصائية على أنها استعانت بالنمذجة البشرية لهذه الفئة.

جدول رقم (٥) يبين الفئات الفرعية للشخصيات السياسية

الفئات		مسؤولون حكوميون		رؤساء حكومات		برلمانيون		باحثون مختصون	
ت	الجرائد	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%
١	الاتحاد	٣	٤,٨٣	٥	٨,٦٢	٢	٥,١٢	٢	١٠
٣	بغداد	٢	٣,٢٢	٢	٣,٤٤	٢	٥,١٢	/	/
٤	الصباح	٦	٩,٦٧	٥	٨,٦٢	٣	٧,٦٩	٢	١٠
٥	صباح ج	٧	١١,٢٩	٧	١٢,٠٦	٦	١٥,٣٨	٣	١٥
٦	الزمان	١٢	١٩,٣٥	١٤	٢٤,١٣	٩	٢٣,٠٧	٤	٢٠
٧	العالم	٧	١١,٢٩	٦	١٠,٣٤	٣	٧,٦٩	٣	١٥
٨	العدالة	١	١,٦١	١	١,٧٢	١	٢,٥٦	/	/
٩	المدى	١٥	٢٤,١٩	١٢	٢٠,٦٨	٨	٢٠,٥١	٤	٢٠
١٠	المشرق	٥	٨,٠٦	٤	٦,٨٩	٣	٧,٦٩	٢	١٠
١١	المؤتمر	٤	٦,٤٥	٢	٣,٤٤	٢	٥,١٢	/	/
١٢	المجموع	٦٢	٪١٠٠	٥٨	٪١٠٠	٣٩	٪١٠٠	٢٠	٪١٠٠
	المرتبة	الأولى		الثانية		الثالثة		الرابعة	

٥- الفئات الفرعية للشخصية الثقافية: وتوضح وفق الجدول رقم (٦) وكالاتي:

أ- أدباء: حصلت على المرتبة الأولى بواقع (٧٥) تكرارا توزعت بمقدار (١٥) تكرارا وبنسبة (٢٠٪) في جريدة الصباح وجاءت بالمرتبة الأولى تلتها جريدة الزمان بالمرتبة الثانية بواقع (١٤) تكرارا وبنسبة (١٨,٦٦٪) وحصلت جريدة العدالة على المرتبة الثالثة بواقع (١٠) تكرارات وبنسبة (١٣,٣٣٪) فيما جاءت جريدة الاتحاد وبالمرتبة الرابعة بواقع (٩) تكرارات وبنسبة (١٢٪) تليها جريدة المشرق بالمرتبة الخامسة بواقع (٨) تكرارات وبنسبة (١٠,٦٦٪) وحصلت جريدة الصباح الجديد على المرتبة السادسة بواقع (٧) تكرارات وبنسبة (٩,٣٣٪) واحتلت جريدة المدى المرتبة السابعة بواقع (٥) تكرارات وبنسبة (٦,٦٦٪) تليها جريدة العالم بالمرتبة الثامنة بواقع (٣) تكرارات وبنسبة (٤٪) وحصلت جريدتا بغداد والمؤتمر على المرتبة التاسعة بواقع تكرارين لكل منهما وبنسبة (٢,٦٦٪).

ب- فنانون: إذ حصلت هذه الفئة على المرتبة الثانية بواقع (٤٢) تكرارا توزعت بواقع (٩) تكرارات في جريدة الصباح وبنسبة (٢١,٤٢٪) وحلت بالمرتبة الأولى تليها جريدة الزمان بالمرتبة الثانية بواقع (٨) تكرارات وبنسبة (١٩,٠٤٪) وجاءت جرائد الاتحاد والصباح الجديد والمشرق بالمرتبة الثالثة بواقع (٥) تكرارات لكل واحدة منها وبنسبة (١١,٩٠٪) وحصلت جريدتا العدالة والمدى بواقع (٣) تكرارات وبنسبة (٧,١٤٪) على المرتبة الرابعة وجاءت جريدتا بغداد والعالم بالمرتبة الخامسة بواقع تكرارين لكل منهما وبنسبة (٤,٧٦٪) بينما لم تسجل جريدة المؤتمر أية نسبة في هذه الفئة.

ج- تشكيليون: وحصلت على المرتبة الثالثة بواقع (٢٥) تكرارا توزعت بواقع (٥) تكرارات في جريدة الزمان

وبنسبة (٢٠٪) وأخذت المرتبة الأولى تليها جرائد الصباح والعدالة والمشرق بالمرتبة الثانية بواقع (٤) تكرارات وبنسبة (١٦٪) وفي المرتبة الثالثة جاءت جريدة الاتحاد بواقع (٣) تكرارات وبنسبة (١٢٪) وحصلت جريدتنا الصباح والمدي على المرتبة الرابعة بواقع تكرارين لكل منهما وبنسبة (٨٪) فيما لم تسجل جريدتنا العالم والمؤتمر على أية دالة إحصائية عن هذه الفئة.

جدول رقم (٦) يبين الفئات الفرعية للشخصيات الثقافية

الفئات		أدباء		فنانون		تشكيليون	
ت	الجرائد	التكرار	٪	التكرار	٪	التكرار	٪
١	الاتحاد	٩	١٢	٥	١١,٩٠	٣	١٢
٣	بغداد	٢	٢,٦٦	٢	٤,٧٦	١	٤
٤	الصباح	١٥	٢٠	٩	٢١,٤٢	٤	١٦
٥	صباح ج	٧	٩,٣٣	٥	١١,٩٠	٢	٨
٦	الزمان	١٤	١٨,٦٦	٨	١٩,٠٤	٥	٢٠
٧	العالم	٣	٤	٢	٤,٧٦	/	/
٨	العدالة	١٠	١٣,٣٣	٣	٧,١٤	٤	١٦
٩	المدي	٥	٦,٦٦	٣	٧,١٤	٢	٨
١٠	المشرق	٨	١٠,٦٦	٥	١١,٩٠	٤	١٦
١١	المؤتمر	٢	٢,٦٦	/	/	/	/
١٢	المجموع	٧٥	٪١٠٠	٤٢	٪١٠٠	٢٥	٪١٠٠
	المرتبة	الأولى		الثانية		الثالثة	

٦- فئات جنس النمذجة البشرية المستخدمة: والذي يبينه الجدول رقم (٧) وكالاتي:
 أ- رجل: إذ حصلت فئة (رجل) على المرتبة الأولى بواقع (٤٢٧) تكرارا بمقدار (٨٨) تكرارا في جريدة الزمان وبنسبة (٢٠,٦٠٪) وأخذت المرتبة الأولى تليها جريدة الصباح بالمرتبة الثانية بواقع (٨٢) تكرارا وبنسبة (١٩,٢٠٪) وحصلت جريدة المدي على المرتبة الثالثة بواقع (٥٨) تكرارا وبنسبة (١٣,٥٨٪) وجاءت جريدة الاتحاد بالمرتبة الرابعة بواقع (٣٩) تكرارا وبنسبة (٩,١٣٪) تليها جريدة العدالة بالمرتبة الخامسة بواقع (٣٧) تكرارا وبنسبة (٨,٦٦٪) وجاءت جريدة الصباح الجديد في المرتبة السادسة بواقع (٣٦) تكرارا وبنسبة (٨,٤٣٪) وحصلت جريدة المشرق على المرتبة السابعة بواقع (٣٥) تكرارا وبنسبة (٨,١٩٪) تليها في المرتبة الثامنة جريدة العالم بواقع (٢٩) تكرارا وبنسبة (٦,٧٩٪) وفي المرتبة التاسعة حلت جريدة بغداد بواقع (١٢) تكرارا وبنسبة (٢,٨١٪) وفي المرتبة العاشرة والأخيرة جاءت جريدة المؤتمر بواقع (١١) تكرارا وبنسبة (٢,٥٧٪).

ب- امرأة: وحصلت هذه الفئة على المرتبة الثانية بواقع (١١٨) تكرارا توزعت بمقدار (٣١) تكرارا في جريدة الزمان وبنسبة (٢٦,٢٧٪) وحلت بالمرتبة الأولى تليها جريدة الصباح الجديد بالمرتبة الثانية بواقع (٢٨) تكرارا وبنسبة (٢٣,٧٢٪) وجاءت جريدة العدالة بالمرتبة الثالثة بواقع (١٤) تكرارا وبنسبة (١١,٨٦٪)

وحصلت جريدة المدى على المرتبة الرابعة بواقع (١٣) تكرارا وبنسبة (١١,٠١٪) فيما أخذت جريدة الصباح المرتبة الخامسة بواقع (١٠) تكرارات وبنسبة (٨,٤٧٪) وفي المرتبة السادسة حلت جريدة العالم بواقع (٩) تكرارات وبنسبة (٧,٦٢٪) تليها جريدة الاتحاد بالمرتبة السابعة بواقع (٦) تكرارات وبنسبة (٥,٠٨٥) فيما حصلت جريدا بغداد والمؤتمر على المرتبة الثامنة بواقع (٣) تكرارات لكل واحدة منها وبنسبة (٢,٥٤٪) وحلت جريدة المشرق بالمرتبة التاسعة والأخيرة بواقع تكرار واحد وبنسبة (٠,٨٤٪).

ج- فئة رجل وإمرأة وطفل: إذ حصلت على المرتبة الثالثة بواقع (٨١) تكرارا توزعت بمقدار (٢٦) تكرارا في جريدة الزمان وبنسبة (٣٢,٠٩٪) وأخذت المرتبة الأولى، تلتها في المرتبة الثانية جريدة الاتحاد بواقع (١١) تكرارا وبنسبة (١٣,٥٨٪) فيما حصلت جريدا الصباح والصباح الجديد على المرتبة الثالثة بواقع (١٠) تكرارات وبنسبة (١٢,٣٤٪) وفي المرتبة الرابعة حلت جريدة المدى بواقع (٩) تكرارات وبنسبة (١١,١١٪) تلتها جريدة العالم بالمرتبة الخامسة بواقع (٣) تكرارات وبنسبة (٣,٧٠٪) وجاءت جريدا بغداد والمشرق بالمرتبة السادسة بواقع تكرارين لكل منهما وبنسبة (٢,٢٦٪) وحلت جريدة المؤتمر بالمرتبة السابعة والأخيرة بواقع تكرار واحد وبنسبة (١,٢٣٪).

جدول رقم (٧) يبين جنس النمذجة البشرية المستخدمة

الفئات	ت	رجل		إمرأة		رجل+إمرأة+طفل	
		التكرار	٪	التكرار	٪	التكرار	٪
١	الاخاد	٣٩	٩,١٣	٦	٥,٠٨	١١	١٣,٥٨
٣	بغداد	١٢	٢,٨١	٣	٢,٥٤	٢	٢,٤٦
٤	الصباح	٨٢	١٩,٢٠	١٠	٨,٤٧	١٠	١٢,٣٤
٥	صباح ج	٣٦	٨,٤٣	٢٨	٢٣,٧٢	١٠	١٢,٣٤
٦	الزمان	٨٨	٢٠,٦٠	٣١	٢٦,٢٧	٢٦	٣٢,٠٩
٧	العالم	٢٩	٦,٧٩	٩	٧,٦٢	٣	٣,٧٠
٨	العدالة	٣٧	٨,٦٦	١٤	١١,٨٦	٧	٨,٦٤
٩	المدى	٥٨	١٣,٥٨	١٣	١١,٠١	٩	١١,١١
١٠	المشرق	٣٥	٨,١٩	١	٠,٨٤	٢	٢,٤٦
١١	المؤتمر	١١	٢,٥٧	٣	٢,٥٤	١	١,٢٣
١٢	المجموع	٤٢٧	٪١٠٠	١١٨	٪١٠٠	٨١	٪١٠٠
	المرتبة	الأولى		الثانية		الثالثة	

٧- فئات هوية النمذجة البشرية المستخدمة ووفق جدول رقم (٨) وهي كالآتي:

أ- مجهول: حصلت هذه الفئة على المرتبة الأولى بواقع (٣٥٤) تكرارا توزعت بواقع (٩٩) تكرارا في جريدة الزمان وبنسبة (٢٦,٩٦٪) وأخذت المرتبة الأولى تلتها جريدة الصباح بالمرتبة الثانية بواقع (٦٦) تكرارا وبنسبة (١٨,٦٤٪) وفي المرتبة الثالثة جاءت جريدة الصباح الجديد بمقدار (٤٣) تكرارا وبنسبة (١٢,١٤٪) وجاءت جريدة

العدالة بالمرتبة الرابعة بواقع (٤٠) تكرارا وبنسبة (١١,٢٩٪) تلتها جريدة المدى بالمرتبة الخامسة بواقع (٣٤) تكرارا وبنسبة (٩,٦٠٥) وأخذت جريدة الاتحاد المرتبة السادسة بواقع (٢٩) تكرارا وبنسبة (٨,١٩٪) فيما أخذت جريدة العالم المرتبة السابعة بواقع (١٩) تكرارا وبنسبة (٥,٣٦٪) تليها جريدة المشرق بالمرتبة الثالثة بواقع (٩) تكرارات وبنسبة (٢,٥٤٪) وجاءت جريدة بغداد بالمرتبة التاسعة بواقع (٨) تكرارات وبنسبة (٢,٢٥٪) تلتها جريدة المؤتمر في المرتبة العاشرة والأخيرة بمقدار (٧٩) تكرارات وبنسبة (١,٩٧٪).

ب-معلوم: إذ جاءت بالمرتبة الثانية بواقع (٢٧٢) تكرارا توزعت بمقدار (٤٦) تكرارا في جريدتي الزمان والمدى وبنسبة (١٦,٩١٥٩) وأخذتا المرتبة الأولى تلتها جريدة الصباح بالمرتبة الثانية بمقدار (٣٦٩) تكرارا وبنسبة (١٣,٢٣٪) وفي المرتبة الثالثة جاءت جريدة الصباح الجديد بواقع (٣١) تكرارا وبنسبة (١١,٣٩٪) وحصلت جريدة المشرق على المرتبة الرابعة بواقع (٢٩) تكرارا وبنسبة (١٠,١٦٪) وأخذت جريدة الاتحاد المرتبة الخامسة بواقع (٢٧) تكرارا وبنسبة (٩,٩٢٪) تلتها جريدة العالم بالمرتبة السادسة بواقع (٢٢) تكرارا وبنسبة (٨,٠٨٪) فيما حلت جريدة العدالة بالمرتبة السابعة بواقع (١٨) تكرارا وبنسبة (٦,١١٪) وجاءت جريدة بغداد بالمرتبة الثامنة بواقع (٩) تكرارات وبنسبة (٣,٣٠٪) وفي المرتبة التاسعة والأخيرة حلت جريدة المؤتمر بواقع (٨) تكرارات وبنسبة (٢,٩٤٪).

جدول رقم (٨) يبين هوية النمذجة البشرية المستخدمة

الفئات	ت	مجهول		معلوم	
		التكرار	٪	التكرار	٪
الاجرائد	١	٢٩	٨,١٩	٢٧	٩,٩٢
بغداد	٣	٨	٢,٢٥	٩	٣,٣٠
الصباح	٤	٦٦	١٨,٦٤	٣٦	١٣,٢٣
صباح ج	٥	٤٣	١٢,١٤	٣١	١١,٣٩
الزمان	٦	٩٩	٢٧,٩٦	٤٦	١٦,٩١
العالم	٧	١٩	٥,٣٦	٢٢	٨,٠٨
العدالة	٨	٤٠	١١,٢٩	١٨	٦,٦١
المدى	٩	٣٤	٩,٦٠	٤٦	١٦,٩١
المشرق	١٠	٩	٢,٥٤	٢٩	١٠,١٦
المؤتمر	١١	٧	١,٩٧	٨	٢,٩٤
المجموع	١٢	٣٥٤	٪١٠٠	٢٧٢	٪١٠٠
المرتبة		الأولى		الثانية	

٨-الفئات الفرعية للنمذجة البشرية (المجهول): يبين الجدول رقم (٨) هذه الفئات وكالاتي:
أ-مواطنون عاديون: وجاءت بالمرتبة الأولى بواقع (١٤١) تكرارا توزعت بمقدار (٤٢) تكرارا في جريدة الزمان وبنسبة (٢٩,٧٨٪) وأخذت المرتبة الأولى تلتها جريدة الصباح بالمرتبة الثانية بمقدار (٢٥) تكرارا وبنسبة (١٧,٧٣٪) وفي المرتبة الثالثة جاءت جريدة الصباح الجديد بواقع (١٦) تكرارا وبنسبة (١١,٣٤٪) وحصلت

جريدتي العدالة والمدي على المرتبة الرابعة بواقع (١٥) تكرارا وبنسبة (١٠,٦٣٪) وجاءت جريدة الاتحاد بالمرتبة الخامسة بواقع (١١) تكرارا وبنسبة (٧,٨٠٪) تليها جريدة العالم في المرتبة السادسة بواقع (٧) تكرارات وبنسبة (٤,٩٦٪) فيما حلت جريدة بغداد بالمرتبة السابعة بواقع (٤) تكرارات وبنسبة (٢,٨٣٪) وأخذت جريدتي المشرق والمؤتمر المرتبة الثامنة والأخيرة بواقع (٣) تكرارات لكل منهما وبنسبة (٢,١٢٪). ب- شباب وشابات (طلبة جامعيون ومعلمون): حصلت على المرتبة الثانية بواقع (٩٨) تكرارا توزعت بمقدار (٣١) تكرارا في جريدة الزمان وبنسبة (٣١,٦٣٪) وأخذت المرتبة الأولى تليها جريدة الصباح بالمرتبة الثانية بواقع (١٧) تكرارا وبنسبة (١٢,٢٤٪) فيما حصلت جريدة المدي على المرتبة الرابعة بواقع (١٠) تكرارات وبنسبة (١٠,٢٠٪) تليها جريدة العدالة بالمرتبة الخامسة بواقع (٩) تكرارات وبنسبة (٩,١٨٪) وجاءت جريدة الاتحاد بالمرتبة السادسة بواقع (٨) تكرارات وبنسبة (٨,١٦٪) تليها جريدة العالم بالمرتبة السابعة بواقع (٦) تكرارات وبنسبة (٦,١٢٪) وجاءت جريدتا بغداد والمشرق بالمرتبة الثامنة بواقع تكرارين لكل منهما وبنسبة (٢,٠٤٪) وفي المرتبة التاسعة والأخيرة كانت جريدة المؤتمر وبلغت تكرارا واحدا وبنسبة (١,٠٢٪).

ج- أزواج وزوجات: حصلت هذه الفئة على المرتبة الثالثة بواقع (٥٨) تكرارا توزعت بمقدار (١٤) تكرارا في جريدة الزمان وبنسبة (٢٤,١٣٪) وأخذت المرتبة الأولى تليها جريدة الصباح إذ بلغت (١٣) تكرارا وبنسبة (٢٢,٤١٪) وفي المرتبة الثالثة حلت جريدة الصباح الجديد بواقع (٩) تكرارات وبنسبة (١٥,٥١٪) فيما أخذت جريدة العدالة المرتبة الرابعة بمقدار (٧) تكرارات وبنسبة (١٢,٠٦٪) تليها جريدة الاتحاد بالمرتبة الخامسة بمقدار (٦) تكرارات وبنسبة (١٠,٣٤٪) وأخذت جريدة المدي المرتبة السادسة بواقع (٥) تكرارات وبنسبة (٨,٦٢٪) وفي المرتبة السابعة حلت جريدة العالم بواقع تكرارين وبنسبة (٣,٤٤٪) فيما حصلت جريدتي بغداد والمشرق على المرتبة الثامنة والأخيرة بواقع تكرار واحد لكل منها وبنسبة (١,٧٢٪) ولم تسجل جريدة المؤتمر أية إحصائية دالة في هذه الفئة.

د- أطباء وممرضين: إذ حصلت هذه الفئة على المرتبة الرابعة بواقع (٥٧) تكرارا توزعت بمقدار (١٢) تكرارا في جريدة الزمان وبنسبة (٢١,٠٥٪) وأخذت المرتبة الأولى تلتها جريدة الصباح بالمرتبة الثانية بواقع (١٩) تكرارا وبنسبة (١٩,٢٩٪) فيما حصلت جريدة العدالة على المرتبة الثالثة بواقع (٩) تكرارات وبنسبة (١٥,٥٢٪) وحلت في المرتبة الخامسة جرائد الاتحاد والعالم والمدي بواقع (٤) تكرارات وبنسبة (٧,٠١٪) وجاءت جريدتا المشرق والمؤتمر بالمرتبة السادسة بواقع (٣) تكرارات لكل منها وبنسبة (٥,٢٦٪) وفي المرتبة السابعة جاءت جريدة بغداد بمقدار تكرار واحد وبنسبة (١,٧٥٪).

جدول رقم (٩) يبين الفئات الفرعية لنوعية هوية النمذجة البشرية (المجهول)

الفئات		مواطنون عاديون		شباب وشابات (طلبة ومعلمون)		أزواج وزوجات		أطباء ومرضى	
ت	الجرائد	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%
١	الاخاد	١١	٧,٨٠	٨	٨,١٦	٦	١٠,٣٤	٤	٧,٠١
٣	بغداد	٤	٢,٨٣	٢	٢,٠٤	١	١,٧٢	١	١,٧٥
٤	الصباح	٢٥	١٧,٧٣	١٧	١٧,٣٤	١٣	٢٢,٤١	١١	١٩,٢٩
٥	صباح ج	١٦	١١,٣٤	١٢	١٢,٢٤	٩	١٥,٥١	٦	١٠,٥٢
٦	الزمان	٤٢	٢٩,٧٨	٣١	٣١,٦٣	١٤	٢٤,١٣	١٢	٢١,٠٥
٧	العالم	٧	٤,٩٦	٦	٦,١٢	٢	٣,٤٤	٤	٧,٠١
٨	العدالة	١٥	١٠,٦٣	٩	٩,١٨	٧	١٢,٠٦	٩	١٥,٧٨
٩	المدى	١٥	١٠,٦٣	١٠	١٠,٢٠	٥	٨,٦٢	٤	٧,٠١
١٠	المشرق	٣	٢,١٢	٢	٢,٠٤	١	١,٧٢	٣	٥,٢٦
١١	المؤتمر	٣	٢,١٢	١	١,٠٢	/	/	٣	٥,٢٦
١٢	المجموع	١٤١	١٠٠%	٩٨	١٠٠%	٥٨	١٠٠%	٥٧	١٠٠%
	المرتبة	الأولى		الثانية		الثالثة		الرابعة	

٩- الفئات الفرعية للنمذجة البشرية (المعلوم): إذ يبين الجدول رقم (١٠) الفئات الفرعية لهوية النمذجة البشرية المستخدمة (المعلوم) وكالاتي:

أ- أدباء وفنانون: إذ حصلت على المرتبة الأولى بواقع (١٤٢) تكرارا توزعت بمقدار (٢٨) تكرارا في جريدة الصباح وبنسبة (١٩,٧١٪) وأخذت المرتبة الأولى فيما أخذت جريدة الزمان المرتبة بواقع (٢٧) تكرارا وبنسبة (١٩,٠١٪) وحصلت جرائد الاخاد والعدالة والمشرق على المرتبة الثالثة بواقع (١٧) تكرارا لكل منها وبنسبة (١١,٩٧٪) وفي المرتبة الرابعة جاءت جريدة الصباح الجديد بواقع (١٤) تكرارا وبنسبة (٩,٨٥٪) تلتها جريدة المدى بالمرتبة الخامسة بواقع (١٠) تكرارات وبنسبة (٧,٠٤٪) وجاءت جريدتا بغداد والعالم بالمرتبة السادسة بواقع (٥) تكرارات وبنسبة (٣,٥٢٪) تلتها جريدة المؤتمر بالمرتبة السابعة والأخيرة بواقع تكرارين وبنسبة (١,٤٠٪).

ب- برلمانيون: إذ حصلت على المرتبة الثانية بواقع (٤٨) تكرارا توزعت بمقدار (١٥) تكرارا في جريدة المدى وبنسبة (٣١,٢٥٪) وأخذت المرتبة الأولى فيما حلت جريدتا الصباح الجديد والعالم في المرتبة الثانية بواقع (٧) تكرارات وبنسبة (٤,٥٨٪) وحصلت جريدتا الزمان والمشرق على المرتبة الثالثة بواقع (٥) تكرارات لكل منها وبنسبة (١٠,٤١٪) وفي المرتبة الرابعة جاءت جريدة الصباح بواقع (٤) تكرارات وبنسبة (٨,٣٣٪) وحصلت جريدتا الاخاد والمؤتمر على المرتبة الخامسة بواقع تكرارين لكل منها وبنسبة (٤,١٦٪) وفي المرتبة السادسة والأخيرة جاءت جريدة بغداد بواقع تكرار واحد وبنسبة (٢,٠٨٪) فيما لم تسجل جريدة

العدالة أية إحصائية دالة على هذه الفئة.

ج- رؤساء حكومات: إذ حصلت هذه الفئة على (٤٣) تكرارا توزعت بواقع (١١) تكرارا في جريدة المدى وبنسبة (٢٥,٥٨٪) وأخذت المرتبة الأولى. تليها جريدة الزمان بالمرتبة الثانية بواقع (٩) تكرارات وبنسبة (٢٠,٩٣٪) فيما حلت بالمرتبة الثالثة جريدتنا الاتحاد والصباح الجديد بواقع (٥) تكرارات وبنسبة (١١,٦٢٪) وجاءت جريدتنا العالم والمشرق بواقع (٣) تكرارات وبنسبة (٦,٩٧٪) تلتها بالمرتبة الخامسة جرائد بغداد والصباح والمؤتمر بواقع تكرارين لكل منها وبنسبة (٤,٦٥٪) وأخذت جريدة العدالة المرتبة السادسة والأخيرة بواقع تكرار واحد وبنسبة (٢,٣٢٪).

د- مسئولون حكوميون وأمنيون: إذ حصلت هذه الفئة على المرتبة الرابعة بواقع (٣٩) تكرارا توزعت بمقدار (١٠) تكرارات في جريدة المدى وبنسبة (٢٥,٦٤٪) وأخذت المرتبة الأولى تلتها جريدة العالم بالمرتبة الثانية بواقع (٧) تكرارات وبنسبة (١٧,٩٤٪) وحصلت جريدتنا الصباح الجديد والزمان على المرتبة الثالثة بواقع (٥) تكرارات لكل منها وبنسبة (١٢,٨٢٪) وفي المرتبة الرابعة جاءت جريدة المشرق بمقدار (٤) تكرارات وبنسبة (١٠,٢٥٪) تلتها جريدة الاتحاد بالمرتبة الخامسة بواقع (٣) تكرارات وبنسبة (٧,٦٩٪) فيما جاءت جريدتنا الصباح والمؤتمر بالمرتبة السادسة بواقع تكرارين لكل منهما وبنسبة (٥,١٢٪) ولم تسجل جريدة العدالة أية إحصائية دالة في هذه الفئة.

جدول رقم (١٠) يبين الفئات الفرعية لنوعية هوية النمذجة البشرية (المعلوم)

الفئات	أدباء وفنانون وتشكيليون		برلمانيون		رؤساء حكومات		مسئولون حكوميون وأمنيون	
	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%
١ الاتحاد	١٧	١١,٩٧	٢	٤,١٦	٥	١١,٦٢	٣	٧,٦٩
٣ بغداد	٥	٣,٥٢	١	٢,٠٨	٢	٤,٦٥	١	٢,٥٦
٤ الصباح	٢٨	١٩,٧١	٤	٨,٣٣	٢	٤,٦٥	٢	٥,١٢
٥ صباح ج	١٤	٩,٨٥	٧	١٤,٥٨	٥	١١,٦٢	٥	١٢,٨٢
٦ الزمان	٢٧	١٩,٠١	٥	١٠,٤١	٩	٢٠,٩٣	٥	١٢,٨٢
٧ العالم	٥	٣,٥٢	٧	١٤,٥٨	٣	٦,٩٧	٧	١٧,٩٤
٨ العدالة	١٧	١١,٩٧	/	/	١	٢,٣٢	/	/
٩ المدى	١٠	٧,٠٤	١٥	٣١,٢٥	١١	٢٥,٥٨	١٠	٢٥,٦٤
١٠ المشرق	١٧	١١,٩٧	٥	١٠,٤١	٣	٦,٩٧	٤	١٠,٢٥
١١ المؤتمر	٢	١,٤٠	٢	٤,١٦	٢	٤,٦٥	٢	٥,١٢
١٢ المجموع	١٤٢	٪١٠٠	٤٨	٪١٠٠	٤٣	٪١٠٠	٣٩	٪١٠٠
المرتبة	الأولى		الثانية		الثالثة		الرابعة	

رابعاً: النتائج والإستنتاجات:

في ضوء النتائج العامة يمكن استنباط مجموعة من النتائج والاستنتاجات وعلى وفق الآتي:

- ١- اعتماداً على درجات اهتمام الجرائد المدروسة بموضوعات النمذجة البشرية التي تبني الموضوعات الاجتماعية بدرجة أعلى من الموضوعات السياسية والثقافية لما لتناول الموضوعات الاجتماعية من أثر كبير في نفوس القراء باعتباره يناقش قضاياهم مباشرة خاصة ما يتعلق بإنسانيتهم وعملهم وطبيعة معيشتهم وهمومهم التي يعانون منها لذلك تجد هذه الموضوعات قارئاً متواصلاً معها، فضلاً عن الاعتماد على فن العمود الصحفي كأبرز فن يوظف النمذجة البشرية فيه ثم تلتها فن التحقيق الصحفي، وبعدها فن التقرير الإخباري تلتها المقالات بالترتيب.

- ٢- ظهرت نماذج بشرية أثناء التحليل أبرزها (مواطنون عاديون، شباب وشابات، موظفون حكوميون، أطباء ومرضى، أزواج وزوجات، مسئولون حكوميون، رؤساء حكومات، برلمانيون، باحثون مختصون، أدباء، فنانون، تشكيليون) وغيرهم وبنسبة قليلة جداً، (الرياضيون، السائقون، المدمنون، الصيادون) وغابت نماذج للمسنيين والعجزة أو الشيوخ أو الكسبة لعدم ارتباط عرض أية أحداث أو مشكلات تخص هذه الفئات، والتي من الممكن أن تستميل معها القارئ أكثر في حالة توظيفها كنموذج بشري لعرض المشكلة أو الحدث.

- ٣- التأكيد على أن توظيف المواطنين العاديين كنماذج لعرض المشكلات والأحداث والوقائع كان أكثر من أنواع النماذج الأخرى التي جاءت بالترتيب الذي يليه كالمسؤولين أو الحكام أو المشهورين من الأسماء في مختلف الموضوعات لعكس معاناة الناس في قضاياهم المختلفة وهو ما سعت إليه الجرائد في تناول وتوضيح ما يقع وتوظيفه ضمن الفنون الصحفية المختلفة.

- ٤- أن النماذج البشرية التي تم توظيفها توزعت بين نماذج معلومة ومعروفة للقراء وأخرى مجهولة استطاع توظيفها من أجل استمالة القارئ تجاه هذه القضية أو تلك.

- ٥- الاعتماد على نماذج بشرية مجهولة من مختلف شرائح المجتمع في التعرض للقضايا الاجتماعية التي تتعلق بصحة المواطن وحياته وتعليمه أو حاجاته الأساسية في الحياة أو الخدمات المقدمة له وغيرها، إذ يتجه التفضيل في النمذجة البشرية إلى استخدام نماذج مجهولة غير معروفة للحديث عنها أو هي تتحدث عن نفسها لتوضيح ما تعانيه.

- ٦- كانت الفروق الإحصائية في استخدام جنس النمذجة البشرية واضحة في تفضيل استخدام نموذج رجل بلا استخدام نموذج امرأة في الفنون التحريرية أي الاعتماد على أن يكون النموذج رجلاً للاقتداء به، بالمقابل قلة الاعتماد على إبراز نماذج نسائية حتى في الموضوعات التي تخص المرأة في جانب كبير منها بل ترتبط فيها مباشرة.

- ٧- ضعف الاستعانة بنماذج بشرية من الأطفال لعرض قضايا كثيرة من خلال مختلف الفنون الصحفية خاصة عمالة الأطفال والتسرب من المدارس والتسول والعنف الأسري والمجتمعي.

- ٨- اتسمت النمذجة البشرية المستخدمة بالمعالجة القصصية للقضايا والأحداث التي يتصدى لها الصحفي مما أتاح للفنون الصحفية أن تتصدى للكثير من المشكلات والوقائع بعيداً عن الكتابة التقليدية المملة لإيصال رسالتها.

- ٩- يمكن وصف وعي الصحفيين في جرائد البحث بتوظيف النمذجة البشرية بأنه في المستوى المتوسط، ففي الوقت الذي توظف فيه هذه الجرائد النمذجة البشرية إلا أنها لا تركز على مضمون النموذج المستخدم إلا بمجرد طرح مثل للوصول إلى لب القضية أو الواقعة المراد إثارتها أو اتخاذها كنموذج للعرض الصحفي وفق الفن الصحفي المتبع.

- ١٠- أتاح استخدام النمذجة البشرية للقراء متابعة القضية أو الواقعة دون ملل بل يوصي المشجعين على استخدام النمذجة البشرية في الكتابة الصحفية بضرورة الاعتناء بها وتوظيفها من أجل استمالة القارئ تجاه هذا الحدث أو تلك المشكلة سلماً أو إيجاباً.

-الهوامش:

- ١- د.محمود خليل. الاتجاهات الحديثة في الكتابة الصحفية (تيار النمذجة البشرية) محاضرات أُلقيت في دورة تنمية مهارات الصحفيين العراقيين. جامعة الدول العربية والاتحاد العام للصحفيين العرب ونقابة الصحفيين المصريين. القاهرة. نيسان ٢٠٠٨.
- ٢- Fowler, Roger. Language in the news: Discourse and Ideology in the press Routledge: London and New York, ٢٠٠١. p. ٣.
- ٣- دنيل راغب. أساسيات العمل الصحفي. مكتبة لبنان ناشرون. الشركة المصرية العالمية للنشر- لوجمان. ط ١. ١٩٩٩. ص ٩٥-٩٦.
- ٤- Van DiJik, T. Racism and the Press. London: Routledge, ٢٠٠٢. p. ٧٣.
- ٥- Hertog, J.k. and M. McLeod, Framing Public Life: Perspectives on Media and our- Understanding of the social world, S.D. Reese, o.H. Gandy and A. E. Grant, ٢٠٠١, pp. ٦٠-٧١.
- ٦- جونان بنغل، المدخل إلى سيمياء الإعلام. ترجمة: د.محمد شيا. المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع. بيروت. ط ١. ٢٠١١. ص ١٢٣.
- ٧- د.عبد العزيز حمد عبد الله الحسن. وسائل الإعلام والإعلان .. وصف نظري للعلاقة والتأثير. مجلة عالم الاقتصاد. العدد ١٦٨. بتاريخ ١-٢٠٠٦.
- ٨- د.محمود خليل. م. س. ذ.
- ٩- المصدر السابق نفسه.
- ١٠- تيسير مشارقة. صناعة الأسطورة والنمذجة في وسائل الإعلام (السينما إنموذجاً). عمان. بدون دار نشر. ٢٠٠٥. ص ٣٦.
- ١١- آرثر آسا بيرغر. وسائل الإعلام والمجتمع. ترجمة: صالح خليل أبو إصبع. سلسلة عالم المعرفة. الكويت. آذار ٢٠١٢ ص ٣٣.
- ١٢- المصدر السابق نفسه. ص ٤٢.
- ١٣- المصدر السابق نفسه ص ٢٣.
- ١٤- د.محمود خليل. م. س. ذ.
- ١٥- المصدر السابق نفسه.
- ١٦- Fowler, Roger, op.cit.p ٣-٤.
- ١٧- Van DiJik, op.cit.p-٤٦.
- ١٨- المصدر السابق نفسه. ص ١٢٠.
- ١٩- د.حسن عماد مكاوي ود.ليلي حسين السيد. الاتصال ونظرياته المعاصرة. الدار المصرية اللبنانية. القاهرة. ط ٩. ٢٠١٠. ص ٣٨٠.
- ٢٠- للمزيد انظر: ملفين ل.ديفلير وساندرا بول- روكيتش. نظريات وسائل الإعلام. ترجمة كمال عبد الرؤوف. الدار الدولية للنشر والتوزيع. القاهرة. ط ١. ١٩٩٣. ص ٣٠٠-٣٠٥ وانظر أيضاً: د.عماد حسن مكاوي وليلي حسين السيد. الاتصال ونظرياته المعاصرة. ص ٣٨٢-٣٨٤.

الصراع والتكامل بين الإعلام الجديد والإعلام التقليدي

د. رحيمة الطيب عيساني
كلية الاتصال جامعة الشارقة

المستخلص .

يفصح مشهد الإعلام الجديد عن أن تداخل عدد من العوامل التقنية والاقتصادية والسياسية بصورة غير مسبوقة، قد جعلت من الإعلام الجديد قضية شائكة جدا، ومحورا لنقاشات متخصصة وعامة حول مدى تأثيره على وسائل الاتصال التقليدية، وأشكال التواصل الاجتماعي والعلاقات الاجتماعية، ومن ثم حقيقة العلاقة بين الجديد والتقليدي، وهي المحاور الأساس التي تناقشها هذه الدراسة.

مقدمة:

إن نشوء المجتمع المعلوماتي هباً لتعميم ظاهرة التحول من تقديم الخدمات الإعلامية للمتلقي (السلبى) في عملية الاتصال الجماهيري، الذي يتلقى المعلومات الموجهة إليه دون مشاركة إيجابية واضحة منه، في جوانب اختيار أو إعداد أو في أساليب نشر تلك المعلومات، عبر وسائل الاتصال الجماهيري التقليدية المختلفة، إلى مشاركة عناصر التركيبة الاجتماعية الفاعلة جميعها في عملية اختيار وإعداد وتخزين وتوجيه ونشر والإفادة من المعلومات، والمشاركة المؤثرة في عملية التبادل والتفاعل الإعلامي داخل المجتمع الواحد بعناصره وشرائحه كلها، وبين المجتمعات المختلفة بشكل عام، بما يوفر فرص الحوار، والتفاهم والتفاعل.

وكان من بين أبرز سمات التغير الإعلامي البارزة قدرته العالية فيما يتعلق بالفاعلية، فلقد أكدت معظم نماذج الاتصال التقليدية، ابتداءً من نظرية شانون وويفر (Shannon & Weaver) مروراً بنظرية الطلقة السحرية Magic Bullet Theory، ونموذج نقل المعلومات على مرحلتين (Two - Step Flow Of)، ونموذج الانتباه والإدراك الانتقائي Communication Selective وصولاً إلى نموذج ويستلي وماكلين ومفاهيمها عن حراس البوابة (Gate Keepers) على أن وسائل الإعلام التقليدية، ووسائل اتصالية ذات اتجاه واحد، وتفتقر إلى رجع الصدى الفوري، في حين أن التفاعل الحقيقي يتطلب نموذجاً اتصالياً ذا اتجاهين، أو اتجاهات متعددة .

ومع ظهور وسائل الاتصال الحديثة- بما تمتلكه من أدوات تفاعلية- أصبح للمستقبل القدرة على المشاركة النشطة الأكثر فاعلية في العملية الاتصالية، بحيث أصبح الجمهور يسعى للحصول على المعلومات واختيار المناسب منها، وتبادل الرسائل مع المرسل، بعدما كان دوره في السابق مجرد متلق للمعلومات، وهناك من يذهب إلى أن التمييز بين المرسل والمتلقي قد أصبح صعباً في حالات متعددة، في ظل استخدام هذه الوسائل، التي هيأت الطريق السريع للوصول إلى المعلومات، وهو ما

عادت نتائجه على العملية الاتصالية في ثلاثة جوانب تمثلت في :

• إن الطريق السريع إلى المعلومات مدت الاتصالي بوسائل إعلام جديدة (New Media)، والمزيد من الخيارات الاتصالية، وهو ما عمل على زيادة البدائل المطروحة أمام المتلقين.

• وقد تميز بأنه تفاعلي، إذ أتاح لمستهعمليه مزيداً من التحكم في المعلومات وتبادلها.

• خلق الطريق السريع للمعلومات وسائل ربط بعيدة للأنشطة الشخصية، كل من مكانه.

وقد برزت الانترنت كأهم أداة من أدوات الإعلام الجديد في رسم المعالم الكبرى للتغيرات الكبرى التي يشهدها العالم المعاصر في مجال الإعلام والاتصال على حد سواء. ووفرت المرونة الكبيرة في استخدامها وسهولة الولوج إليها. وتصفح بعض محتوياتها مجاناً مجالاً خصباً لحرية الحصول على المعلومة وتبادلها. ومنذ ظهور الانترنت وهي تتشكل تباعاً مخرجة أنواعاً من التطبيقات والرسائل الإلكترونية التي كونت عناوين لعدد من أشكال الاتصال الفردي والجماعي والجماعي. تجاوزت معظمها الرقابة والعراقيل التي تتعرض لها وسائل الإعلام التقليدية، وأبرزت دور الفرد كمرسل للرسالة ومتفاعل معها بعد أن كان وظل لسنوات مستقبلاً فقط. وأوجدت طرقاً أخرى للتفاعل والتواصل الاجتماعي وبناء العلاقات الاجتماعية (وإن كانت افتراضية). وأدى هذا التحول في شكل ومضامين الاتصال ترسيخ ظاهرة الإعلام الجديد، الذي تغيرت فيه معايير العملية الإعلامية والاتصالية. وأطاحت أشكاله وتداعياته بالعديد من المفاهيم والمسلّمات في المجال. وولدت مفاهيم ونظريات جديدة تعطي أبعاداً مغايرة للإعلام والاتصال وسيلة ومحتوى. فقد أضحت المنتج الإعلامي أكثر ثراءً وتعدداً في أدواته وأوعيته، وأصبح المستهلك (المتلقي) سواء كان قارئاً أو مستمعاً أو مشاهداً أكثر نهماً للمعلومات والأخبار بشكل غير مسبوق. ولم يقتصر تأثير الانترنت ومن ثم الإعلام الجديد على المحتوى والمتلقي فقط. بل امتد ليشمل جميع أطراف وعناصر العملية الاتصالية والإعلامية. وظهرت ممارسات جديدة تعلي من دور الجمهور الذي كان ومازال مهماً في الاتصال الجماهيري التقليدي. وتضاءلت سيطرة المرسل والمؤسسة الإعلامية التقليدية على العمل الإعلامي. بعد أن أصبح بوسع كل من يستطيع استخدام الانترنت أو أي أداة أخرى من أدوات الإعلام الجديد أن يصبح إعلامياً بالشكل الذي يرغب فيه.

وقد تداخلت كثير من العوامل التقنية والاقتصادية والسياسية بصورة غير مسبقة، جاعلة من الإعلام الجديد قضية شائكة جداً. ومحوراً لنقاشات متخصصة وعامة حول مدى تأثيره على وسائل الاتصال التقليدية، وأشكال التواصل الاجتماعي والعلاقات الاجتماعية. ومن ثم حقيقة العلاقة بين الجديد والتقليدي.

وهي الإشكالات التي تطرحها هذه الدراسة في تساؤلات محورية:

١. ما الإعلام الجديد وما خصائصه وسماته التي تميزه عن الإعلام التقليدي؟
٢. ما المساحات التي يصارع وينافس عليها الإعلام الجديد الإعلام التقليدي؟
٣. وفيما تتمثل مظاهر التكامل بين الإعلامين؟
٤. وما مستقبل الإعلام التقليدي في ظل تطورات الإعلام الجديد؟

أولاً: الإعلام الجديد: الاصطلاح والمفهوم:

يستخدم مصطلح «الإعلام الجديد» في الأدبيات النظرية العربية كترجمة للمقابل الإنجليزي (New Media)، والفرنسي (Nouveaux medias)، وواضح أنه حدث خطأ في تعريب المسمى الأجنبي فأصل كلمة (Media) هو (Medium) التي تعني (الوسيط أو الناقل)، ولذلك عُرِبت كلمة (Multimedia) سابقاً إلى (الوسائط المتعددة) ولم تعرب إلى (الإعلام المتعدد)، ولذلك يرى بعض الباحثين أن استخدام كلمة «الميديا الجديدة» أو الأصح، وهو- حسب رأيي- توجه لا يحل الإشكال في استعمال المصطلحات المتولدة في بيئات أنتجتها. سواء أكانت في مجال الإعلام والاتصال أو أي علم آخر، ويفترض في هذه الحال أن نحتكم إلى الترجمة الصحيحة للكلمات، والمعنى المقصود من استخدام المصطلح عند من استعمله أول مرة أو أطلقه: تسمية أو توصيفاً أو اصطلاحاً.

واستناداً إلى هذه القاعدة في الترجمة، يصبح التعريب الصحيح لـ (New Media) هو (الوسائط الجديدة): المستخدمة في مجال الإعلام والاتصال على حد سواء، ومع أنني مقتنعة جداً بأن كلمة «الوسائط الجديدة» هي الأصح ترجمة وتعريباً لاصطلاح (New Media)، إلا أنني سأستخدم في دراستي هذه مصطلح «الإعلام الجديد»، عملاً بالمقولة العربية الشهيرة «استعمال الخاطئ الشائع أفضل من الصواب المجهور».

لذلك وتمة لتفاصيل الموضوع فمصطلح الإعلام الجديد (New Media)، أو ما يعرف كذلك بالإعلام الرقمي (Digital media) يشير إلى مجموعة من الأساليب والأنشطة الرقمية الجديدة التي مكنت من إنتاج ونشر واستهلاك المحتوى الإعلامي بمختلف أشكاله من خلال الأجهزة الإلكترونية (الوسائط) المتصلة أو الغير متصلة بالانترنت. وأتاحت إمكانات هائلة للتواصل والاتصال الاجتماعي من خلال خدمات الهاتف المحمول، والشبكات الاجتماعية على الانترنت وعلى الرغم من أن الانترنت ليست المثال الوحيد على وسائط الإعلام الجديد إلا أنها كانت ومازالت السبب الرئيسي لوصف هذا النمط من الإعلام بالجديد.

ويرى بعض الباحثين أن المصطلح يشير إلى المحتوى الإعلامي الذي يبتث أو ينشر عبر الوسائط الإعلامية الجديدة التي يصعب إدراجها تحت أي من الوسائل التقليدية كالصحافة والراديو والتلفزيون. وذلك بفعل التطور التكنولوجي الكبير في إنتاج وتوزيع المضمين الإعلامية. لذلك يعرفه قاموس التكنولوجيا الرفيعة High-Tech Dictionary الإعلام الجديد بأنه: «اندماج الكمبيوتر وشبكات الكمبيوتر والوسائط المتعددة».

The integration of computers, computer networking, and multimedia

عبر مدخلين هما Computing Dictionary ويعرفه قاموس الكمبيوتر

١. الإعلام الجديد هو جملة من تطبيقات الاتصال الرقمي وتطبيقات النشر الإلكتروني على الأقراص بأنواعها المختلفة والتلفزيون الرقمي والانترنت. وهو يدل كذلك على استخدام الكمبيوترات الشخصية والنقالة فضلاً عن التطبيقات اللاسلكية للاتصالات والأجهزة المحمولة في هذا السياق. ويخدم أي نوع من أنواع الكمبيوتر على نحو ما تطبيقات الإعلام الجديد في سياق التزاوج الرقمي إذ يمكن تشغيل الصوت والفيديو في الوقت الذي يمكن أيضاً معالجة النصوص وإجراء عمليات الاتصال الهاتفي وغيرها مباشرة من أي كمبيوتر.

٢. المفهوم يشير أيضاً إلى الطرق الجديدة في الاتصال في البيئة الرقمية بما يسمح للمجموعات الأصغر

من الناس بإمكانية الالتقاء والتجمع على الانترنت وتبادل المنافع والمعلومات. وهي بيئة تسمح للإفراد والمجموعات بإسماع صوتهم وصوت مجتمعاتهم إلى العالم أجمع» .

وتضع كلية شريديان التكنولوجية Sheridan تعريفا عمليا للإعلام الجديد بأنه: «كل أنواع الإعلام الرقمي الذي يقدم في شكل رقمي وتفاعلي». وترى أن هناك حالتين تميزان الجديد من القديم: تتمثل الأولى في الكيفية التي يتم بها بث مادة الإعلام الجديد. وتتمثل الثانية في الكيفية التي يتم من خلالها الوصول إلى خدماته، فهو يعتمد على اندماج النص والصورة والفيديو والصوت، فضلا عن استخدام الكمبيوتر كآلية رئيسة له في عملية الانتاج والعرض. أما التفاعلية فهي تمثل الفارق الرئيس الذي يميزه وهي أهم سماته .

على ذلك يمكن تقسيم الإعلام الجديد إلى الأقسام الأربعة الآتية :

١. الإعلام الجديد القائم على شبكة الانترنت Online وتطبيقاتها، وهو جديد كلياً بصفات وميزات غير مسبوق، وهو ينمو بسرعة وتتوالد عنه مجموعة من تطبيقات لا حصر لها .

٢. الإعلام الجديد القائم على الأجهزة المحمولة، بما في ذلك أجهزة قراءة الكتب والصحف، وهو أيضا ينمو بسرعة وتنشأ منه انواع جديدة من التطبيقات على الأدوات المحمولة المختلفة ومنها اجهزة الهاتف والمساعدات الرقمية الشخصية وغيرها .

٣. نوع قائم على منصة الوسائل التقليدية مثل الراديو والتلفزيون التي أضيفت إليها ميزات جديدة مثل التفاعلية والرقمية والاستجابة للطلب .

٤. الإعلام الجديد القائم على منصة الكمبيوتر Offline . ويتم تداول هذا النوع، إما شبكياً أو بوسائل الحفظ المختلفة مثل الاسطوانات الضوئية، ويشمل العروض البصرية وألعاب الفيديو والكتب الإلكترونية وغيرها» . وهو حسب ليستر (Lester): «مجموعة تكنولوجيات الاتصال التي تولدت من التزاوج بين الكمبيوتر والوسائل التقليدية للإعلام، الطباعة والتصوير الفوتوغرافي والصوت والفيديو» .

وترى الموسوعة الإلكترونية ويكيبيديا أن تعبير الإعلام الجديد يشير إلى: «العديد من الأشكال المستحدثة من نظم الاتصال الإلكتروني التي أصبحت ممكنة بفضل الكمبيوتر. والتعبير مرتبط أيضا بالنظم الإعلامية القديمة، فإذا ما قمنا بعقد مقارنة بين الصحافة الورقية التي تتصف بحالة سكون في نصوصها وصورها مع صحافة الإعلام الجديد نلمس الفرق في ديناميكيته وفي حالة التغير المستمر الذي تتصف به. التعبير يشير أيضا إلى قابلية اجراء الاتصال بين الاجهزة الثابتة والحمولة بأنواعها المختلفة، بما يمكن معه نقل المعلومات بين بعضها البعض» .

وبينما يقوم مبدأ وسائل الإعلام التقليدية على نظام ثابت ومعروف، إما بطريقة الاتصال من واحد إلى واحد Point-to-point ، ومثال على ذلك الاتصال بالهاتف، أو من واحد إلى الكثيرين Point-to-many ومثال على ذلك التلفزيون والراديو. أما في حالة الإعلام الجديد، وفي تطبيقاته المختلفة، خاصة المرتبطة بالانترنت، فإن هذا النمط تغير بشكل جذري. فقد مكنت الانترنت من الوصول إلى كل الأشكال المحتملة من نقاط الاتصال.

ويعرف قاموس الانترنت الموجز Condensed Net Glossary الإعلام الجديد بأنه: «أجهزة الإعلام الرقمية عموماً، أو صناعة الصحافة على الانترنت. وفي أحيان يتضمن التعريف إشارة لأجهزة الإعلام القديمة، وهو هنا تعبير غير إنتقاصي يستخدم أيضا لوصف نظم إعلام تقليدية جديدة: الطباعة، التلفزيون، الراديو، والسينما.

ويتميز الإعلام الجديد عن القديم بخاصية الحوار بين الطرفين. صاحب الرسالة ومستقبلها. ومع ذلك فإن الفواصل بين الإعلام الجديد والقديم ذابت. لأن القديم نفسه أعيد تكوينه وتحسينه ومراجعته ليلتقي مع الجديد في بعض جوانبه».

من خلال مجموعة التعريفات المختلفة يبدو استحالة وضع تعريف شامل عن الإعلام الجديد. لعدة أسباب. تبدأ بأن هذا الإعلام هو في واقع الأمر يمثل مرحلة انتقالية من ناحية الوسائل والتطبيقات والخصائص التي لم تبلور بشكل كامل وواضح. فهي ما زالت في حالة تطور سريع. وما يبدو اليوم جديدا يصبح قديما في اليوم التالي. وإذا ما أردنا وضع تعريف للإعلام الجديد بناء على الوسائل الجديدة فهي بالتأكيد ستكون قديمة بمجرد ظهور مبتكرات جديدة. وهذا مدعاة لصعوبة وضع تعريف صارم من هذا المدخل تحديدا بينما يختلف الوضع إذا تم وضع تعريف بناء على مجموعة الخصائص التي تميز الإعلام الجديد فهناك شبه اتفاق على جملة خصائص يتصف بها هذا الإعلام. سنفصل فيها لاحقا.

ولكن يمكن أن نخلص من جملة التعريفات الأولية إلى شبه اتفاق بأن فكرة الجودة يمكن استقراؤها من أن الإعلام الجديد يشير إلى حالة من التنوع في الأشكال والتكنولوجيا والخصائص التي حملتها الوسائل المستحدثة عن التقليدية خاصة فيما يتعلق باعلاء حالات الفردية Individuality والتخصيص Customization وهما تأتان نتيجة لميزة رئيسة هي التفاعلية. فإذا ما كان الإعلام الجماهيري والإعلام واسع النطاق وسم إعلام القرن العشرين. فإن الإعلام الشخصي والفردى هو إعلام القرن الجديد. فالانترنت وهي واحدة من أدواته جعلت في مقدور أي إنسان البحث عن الأغنية والبرنامج التلفزيوني والفيلم السينمائي والمعلومات الصحفية والعلمية التي يريد في الوقت الذي يريد.

مع الإشارة إلى أن الإعلام الجديد ليس انترنت فقط. فبعض تطبيقاته بعيدة كليا عن المبادئ التي تقوم عليه تكنولوجيا الانترنت. فالإعلام الجديد يستبطن عددا من التكنولوجيات الاتصالية التي ظهرت بعد أول تطبيق للنشر الإلكتروني من نص وصور ساكنة في نظم الكمبيوتر والشبكات المبكرة إلى تطبيقات الاتصال غير المسبوقة على شبكة الانترنت.

ونخلص هنا بالتأكيد على مجموعة من الخصائص والمميزات التي يتمتع بها الإعلام الجديد عن ما سبقه وأهمها:

• دمج الوسائل المختلفة القديمة والمستحدثة في مكان واحد. على منصة الكمبيوتر وشبكاته.
• وما ينتج عن ذلك الاندماج من تغيير انقلابي للنموذج الاتصالي الموروث بما يسمح للفرد العادي إيصال رسالته إلى من يريد في الوقت الذي يريد بطريقة واسعة الاتجاهات وليس من أعلى إلى أسفل وفق النموذج الاتصالي التقليدي.

• فضلا عن تبني هذا الإعلام للتكنولوجيا الرقمية وحالات التفاعلية والتشعبية وتطبيقات الواقع الافتراضي وتعددية الوسائط وتحقيقه لميزات الفردية والتخصيص وتجاوزه لمفهوم الدولة الوطنية والحدود الدولية.

• كما أن الإعلام الجديد يتميز باعتماده على استخدام الكمبيوتر والاتصالات عن بعد في إنتاج المعلومات والتسليم وتخزينها وتوزيعها. هذه الخاصية وهي عملية توفير مصادر المعلومات والتسليم لعموم الناس بشكل ميسر وبأسعار منخفضة هي في الواقع خاصية مشتركة بين الإعلام القديم والجديد. الفرق هو أن الإعلام الجديد قادر على إضافة خاصية جديدة لا يوفرها الإعلام القديم وهي التفاعل (Interactivity) والتفاعل هو قدرة وسيلة الاتصال الجديدة على الاستجابة لحديث المستخدم تماما كما يحدث في

عملية المحادثة بين شخصين. وهي الخاصية التي أضافت بعدا جديدا مهما إلى أنماط وسائل الإعلام الجماهيري الحالية التي تتكون في العادة من منتجات ذات اتجاه واحد يتم إصدارها من مصدر مركزي مثل الصحيفة أو قناة التلفاز أو الراديو إلى المستهلك مع إمكانية اختيار مصادر المعلومات والتسليّة متى أرادها وبالشكل الذي يريده.

كما يتميز الإعلام الجديد أيضا بأنه إعلام متعدد الوسائط (Multimedia) ويعني أن المعلومات يتم عرضها في شكل مزيج من النص والصورة والفيديو؛ مما يجعل المعلومة أكثر قوة وتأثيرا. هذه المعلومات هي معلومات رقمية يتم إعدادها وتخزينها وتعديلها ونقلها بشكل إلكتروني. يتميز الإعلام الجديد أيضا بتنوع وسائله وسهولة استخدامها. وهذه الخصائص غيرت من نمّ من أنماط السلوك الخاصة بوسائل الاتصال.

ثانيا: بين الإعلام الجديد والإعلام التقليدي: مساحات الصراع والمنافسة:

مامن شك في أن الإعلام الجديد قد فرض واقعا إعلاميا جديدا بكل المقاييس: حيث انتقل بالإعلام إلى مستوى السيادة المطلقة من حيث الانتشار، واختراق كافة الحواجز المكانية والزمانية، والتنوع اللامتناهي في الرسائل الإعلامية، والمحتوى الإعلامية، بما يملكه من قدرات ومقومات الوصول والنفوذ للجميع، وامتداده الواسع؛ بتقنياته وأدواته واستخداماته وتطبيقاته المتنوعة، في الفضاء الإلكتروني المترامي الأطراف بلا حدود أو حواجز وفوارق.

ومع تدفق التقنيات الاتصالية الجديدة فإن المفاهيم الإعلامية، ونظم الاتصال الجماهيري أخذت أشكالا جديدة، وأجبرت الوسائل التقليدية على التكيف مع المتغيرات التي فرضتها شبكة الانترنت، والتي أصبحت من خلال معايير جديدة للاتصال معولة هي الأخرى. يقول برودي A. Brody Douglas: «بينما يستمر التلفزيون بدوره كنافذة على العالم، فإن الإعلام الرقمي استطاع أن يوصل المستخدم بالعالم طالما هو متصل بالانترنت».

وهو ما يبرز المساحات الحقيقية للصراع بين الإعلام الجديد والإعلام التقليدي، والمتمثل وبشكل أوضح في:

أ) **أرساء قواعد جديدة في بناء المادة الإعلامية.** تستند إلى فضاءات وشبكات معلوماتية تفتقد إلى المصدرية والمعالجة الفنية والعلمية للخبر والمعلومة خاصة، وكذا إلى الصياغة المؤسسية على المهنة والاحتراف ومراعاة أخلاقيات وأطر العمل الإعلامي وأساسياته المعرفية، لتطرح إشكالات وقضايا مؤرقة للمنتج الإعلامي وفعاليته في بناء مجتمع المعلومات، وقدرته على أن يصنع لنفسه إطارا لمنظومة اجتماعية فاعلة ومؤثرة، وأهم هذه القضايا والمشكلات تتجلى أكثر في الآتي:

1/ **مصدرية المادة الإعلامية:** فوسائط الإعلام الجديد قد أتاحت فرصا لم يسبق لها مثيل سواء كان ذلك في غزارة مصادر المعلومات، أو في سرعة نقلها أو في استخدامها، وقد انعكست هذه التطورات على أساليب جمع وإنتاج وتوزيع المعلومات.

2/ **مصادقية المادة الإعلامية:** حيث يثير تدفق هذه المادة عبر أجهزة الكترونية مباشرة ومتربطة، قضية مصدر هذه المادة الحقيقي والأولي، ومدى مصداقيته، ومدى التحوير والتعديل والتشويه والقص والنسخ الذي حدث ويحدث لهذه المادة الخبيرة أو الإعلامية بفعل تعاقب الأطراف الناقلة لها. كذلك فإن هذه التكنولوجيات وبما وفرتها من تسهيلات الوصول إلى مصادر المعلومات أخذت تبعد أكثر فأكثر الإعلامي عن الميدان، ولم يعد في بعض الأحيان المراسل أول من يكون في موقع الحدث ليصف الوقائع

ويسأل الفاعلين والشهود. إنما يكتفي بالاعتماد على روايات الغير نقلا عن مصادر غير موثوق بها أحيانا.

وبدأت نسبة تنقل الصحفيين إلى موقع الحدث تتراجع فقد أصبح بإمكانهم تلقي البلاغات الصحفية والتصريحات بواسطة البريد الإلكتروني بل إن بعضهم يقوم بإعداد الاستجابات والمقابلات الإعلامية بهذه الوسيلة. كما مكّنت الانترنت كل فرد من أن يصبح منتجا وبنّا للمعلومة. وبذلك فقدت المهنة خصوصياتها وأسرارها العملية.

ثم إن سرعة تداول المعلومات وإغراءات البث المباشر. وطاقات البث والمنافسة الشرسة بين وسائل الإعلام. وإغراءات السبق الصحفي. والخلط الذي مافتى يعمم بين مصطلحي «الإعلام» و«الاتصال». كلها تدفع بالإعلامي في أي وسيلة إعلامية ساخنة أو باردة إلى الانزلاق في منحدرات التواكل والتعويل على استنساخ ما يكتبه الآخرون.

٣/ موضوعية المادة الإعلامية: ومدى تأثير تنوع وزيادة المصادر المتاحة على توفير مناخ إبداعي وإنتاجي للرسالة أكثر موضوعية. يتيح مساحة أكبر أمام وجهات النظر المختلفة. فالقائمون على إعداد الرسالة الإعلامية في الوسائل التقليدية لم يعودوا يلتقون إلا نادرا. فقد اختفت في بعض المؤسسات الأقسام ومعها أسر التحرير. وغابت مقارعة الأفكار وتلاقحها بين الصحفيين ورئيس التحرير. ومسئول البرنامج. كما غابت النقاشات حول «التوجه الإعلامي». وأكثر من ذلك فإن اجتماعات هيئات التحرير أصبحت نادرة مما أدى إلى تركيز الصلاحيات في بعض الأحيان في أيدي قلة مسيرة.

٤/ تحديد طبيعة المهارات الأساسية المطلوبة من القائمين على إعداد وإنتاج المادة الإعلامية في الوسائل المرئية والمسموعة وكذا المكتوبة: وأي منهم يناسب التعامل مع هذه البيئة الجديدة. وتأثير تكنولوجيا الاتصال على طبيعة الإبداع والخصوصية الإعلامية والتفرد.

فالمسألة الأساسية التي تطرح الآن في خضم هذه السيطرة لتكنولوجيا الإعلام والمعلومات في إنتاج وإعداد وبث ونشر المادة الإعلامية تتعلق بالكفاءات والموارد البشرية. خاصة وأن العديد من مالكي المؤسسات الإعلامية لم يدركوا بعد أن الثورة الحقيقية للمؤسسة تكمن في مواردها البشرية. فالنكون المستمر لهذه الموارد والكوادر والتدريب والتحسين أصبحت من العمليات الحيوية الملحة أكثر من ذي قبل.

٥/ ضبابية واختلال العلاقة بين المصدر والمراسل والمنتج والمقدم للمادة الإعلامية. فإن الوسائط التكنولوجية الحديثة: قد وفرت للجميع المعلومات اللازمة لأن يتحول الجميع إلى مصادر أساسيين للحدث والواقعة والخبر والقصة الإعلامية وبذلك تنقلب موازين العلاقة وتتداخل الأعمال والوظائف.

وقد طرأ على القطاع الإخباري التلفزيوني وحتى الإذاعي تطور سريع خلال عدد محدود من السنوات يمكن تلخيص أبرز نقاطه في ما يلي:

• كم هائل من الأخبار المصورة تصل إلى غرفة الأخبار يوميا إضافة إلى عدد كبير من التقارير الميدانية من المراسلين عبر العالم.

• تنوع مصادر المادة الخبرية والمعلوماتية بشكل عام وسهولة الحصول على أي نوع من المعلومات بأسرع وقت ممكن.

• تطور فعال في المادة المساندة للصورة مثل الخرائط والرسومات البيانية التوضيحية من خلال ما يعرف

بالجغرافيكس.

• تطور التسجيل والمونتاج الرقمي ومشاركة المحرر مباشرة في اختيار المادة المصورة الواردة عبر الأقمار الصناعية أو عبر الأرضيف.

• وسائل الاتصال السريعة بالمحللين والخبراء وسهولة مشاركتهم المباشرة في نشرات الأخبار في فترة قصيرة نسبية إضافة إلى النقل المباشر للأحداث عبر الأقمار الصناعية أو عبر الفيديو.

• تطور لافت للنظر في تصميم أستوديو الأخبار.

٦/فضلا على ذلك: غالبية الصحفيين القائمين على المواقع الإلكترونية مثلا يصنفون في فئة الهواة غير المحترفين: الذين يعملون وفق منطق الدافع والخس والفضول الصحفي. وهم لم يتلقوا تعليمًا في المجال. ولم يكتسبوا خبرات تدريبية لممارسة وظيفة الإعلام والكتابة الإعلامية. وقد أثر ذلك ومن منظور المنافسة على وسائل الإعلام التقليدية التي تحاول أن تواكب السرعة للوصول إلى المتلقين والاستحواذ عليهم قبل وسائل الإعلام الجديد. وزيادة أعدادهم التي أصبحت هاجسا مسيطرًا وهدفا منشودا. دون مراعاة النواحي الأساسية في العمل الإعلامي مثل تقديم الأخبار والمعلومات الصحيحة وغير المنقولة أو المنسوخة. وعدم توخي الدقة والموضوعية في نشر الخبر في سبيل تقديم الخبر بسرعة. أو استخدام وسائل تنافي القيم السائدة في نشر الصور والمواضيع غير المفيدة. وإحداث إثارة مفتعلة تحقق من خلالها شعبية أكبر وزيادة في عدد الزوار وتعليقاتهم.

ب) خلخلة الإعلام المركزي: فقد ظهرت تغيرات واضحة في الواقع الذي تعيشه الدول ذات التوجه المركزي في إدارة وتوجيه وسائل إعلامها بالشكل الذي يضمن لها السيطرة المستمرة على الرأي العام وتوجيهه. ولعل أهم هذه التغيرات يبرز في الآتي :

• أن الإعلام الجديد شكّل عامل ضغط على الإعلام المركزي وبين الكثير من عيوبه. وأرغم هذا الإعلام على محاولة تغيير في أساليبه ومحاولة جذب للجمهور المتوجه إلى الإعلام الجديد. رغم أن الكثير من الآراء ترى أن هذه المحاولات دائما ما تبوء بالفشل: لأن الإعلام المركزي هو إعلام غير جاذب للجماهير مهما غيّر في شكله أو نوع في رسائله.

• ظهور الإعلام الجديد شكّل تحديا للحكومات في وجوب تغيير نظرتها للإعلام الذي تقدمه وأن سياسات التحكم في نشر المعلومات لم يعد مجديا في عالم أصبحت فيه المعلومة متاحة بشكل أيسر للجميع من أي وقت مضى. وهذا ما يحتم على هذه الدول النظر إلى وسائلها الإعلامية المركزية بشكل مختلف وبوجوب تغيير السياسات الإعلامية المتبعة والاتجاه نحو إعطاء الوسائل الإعلامية المزيد من الحرية والانفتاح. بل يذهب البعض إلى القول إن من خصائص الإعلام الجديد أنه جعل من حرية وسائل الإعلام أمرا لا مفر منه: ومن ثم فإن على الدول أو وزارات الإعلام التي مازال لديها أقسام أو إدارات للرقابة أن تقوم بإغلاقها نهائيا: حيث لا جدوى منها والاستعاضة عنها بإدارات قانونية وتنظيمية لعملية النشر فقط.

• الإعلام الجديد وبقدراته وأساليبه الحالية بات يشكل تهديدا للسلطة: خاصة في البلاد التي تقلص فيها حرية الرأي. وتكون فيه وسائل الإعلام مضبوطة بحسب ما تريد السلطة إيصاله من رسائل إلى الجمهور: خاصة وأن هذا الإعلام بات يشكل بديلا لوسائل الإعلام الخاضعة للرقابة ومتنفسا لممارسة النقد أمام الأشخاص الذين يرغبون في التعبير عن آرائهم وتوجهاتهم: كما أنه أصبح طريقة سهلة ومضمونة للتحايل على الرقيب: سواء كان الرقيب السياسي أو الأمني أو الاجتماعي. فهذه الوسائل

كما ترى السلطة تنشر معلومات تخشى السلطة ظهورها وتعتمد عليها، وخاسب من بنشرها عبر الإعلام التقليدي؛ كما أنها تشجع على قيام نشاطات لا تؤيد السلطة ممارستها في بعض الأنظمة مثل التظاهرات والتجمعات وتوحيد الرأي أمام قضية لاتود السلطة في هذا البلد أو ذاك أن تتشكل بنفس الرأي.

• وأن السلطة باتت تدرك مدى الخطورة التي تمثلها هذه الوسائل عليها؛ ولكنها وفي نفس الوقت تشعر بنوع من العجز على السيطرة على مثل هذا الإعلام؛ لأن الأدوات الرقابية تختلف عن المستخدمة مع الوسائل التقليدية، فالسلطة تدرك أن هذه الوسائل قد قللت كثيرا من تأثير إعلامها المركزي.

ت إضافة إلى ذلك فالتطورات الراهنة في تكنولوجيا الإعلام الجديد- خاصة في مجال الإرسال والاستقبال التلفزيوني والانترنت- كان لها آثارها في بعض الوسائل الأخرى كالسينما والصحافة. ففي السنوات الأخيرة تناقص عدد الجرائد بشكل يندرج بالخطر على مستوى العالم نظراً إلى أنها تحمل معلومات إخبارية تنقلها الآن الفضائيات المحلية والإقليمية والدولية للناس بصورة مستمرة وسريعة لمواكبة الحدث، وبسبب الانترنت التي حدث أخبارها كل عشر دقائق؛ وهذا الذي لا يتوافر للصحافة المكتوبة نظراً إلى عمليات الطباعة والتوزيع التي تستغرق وقتاً كبيراً نسبياً.

ولذلك تتعالى الصيحات أن هذه الوسائل سوف تحدث تأثيراً سلبياً كبيراً في الصحافة ربما يصل إلى درجة موت هذه الوسيلة المكتوبة. مع أن الصحافة استطاعت أن تطور نفسها وتغير من محتواها لتصبح أكثر تفاعلاً مع الجماهير. فقد فرضت وسائل الإعلام الجديد لاسيما الانترنت وحتى بعض الوسائل التقليدية التي اندمجت بتكنولوجيا الإعلام الجديد وتخصيصا التلفزيون على الصحافة تغييرات عديدة لعل من أهمها:

• إعطاء أهمية أكبر للعناصر المرئية في إخراج الصحيفة.

• تأثر الأساليب التحريرية ذاتها بالخطاب التلفزيوني وميزات السرعة والإيجاز بحيث أصبحت قراءة الصحيفة قراءة سريعة.

• اهتمام موضوعات الصحافة المكتوبة بقضايا التلفاز وبرامجه حيث يصور التلفاز «كمراً للعالم» وكتجربة مؤكدة لكل مواطن.

• الحضور الإلكتروني من خلال النشرات الإلكترونية التي تعرضها الصحافة المكتوبة لقرائها على شبكة الانترنت. هذه النشرات الإلكترونية أحدثت انقلاباً حقيقياً في تاريخ الصحافة المكتوبة، فقد منحتها فرصة مواكبة تطور الوسائل السمعية البصرية، وقدمت لها إمكانية (التفاعلية)، وأتاحت لها فرصة «التوزيع اللحظي» وأوصلتها إلى شرائح واسعة من الجمهور ولاسيما جمهور الصفوة.

ث) كما تأثرت صناعة السينما بدورها بأكثر من عامل أهمها التلفاز إلى جانب عرض الأفلام السينمائية على أشرطة الفيديو كاسيت والاسطوانات المدمجة، مما أدى إلى هبوط كبير في عدد الأفلام المنتجة وتقلص تكاليف إنتاج الأفلام وخسائر مستمرة في أرباح صالات العرض السينمائي على مستوى العالم قاطبة.

ثالثاً: مظاهر التكامل بين الإعلام الجديد والإعلام التقليدي:

رغم أن مساحات الصراع والمنافسة بين الإعلام الجديد والإعلام التقليدي المذكورة سابقاً تدل بشكل واضح على حجم التحديات والصعوبات التي تقف في وجه وسائل الإعلام التقليدية لأن تستمر في النفاذ والاستحواذ على الجماهير، إلا أن الحقيقة المقابلة وهي المساحات الشاسعة الأخرى التي

يتكامل فيها الإعلام الجديد بالإعلام التقليدي تفرض علينا ومن باب الانصاف الفكري والواقعي أن نقف لنستعرض هذه المظاهر كما تبرزها الأيدي البيضاء لتكنولوجيا الإعلام الجديد على مختلف وسائل الإعلام التقليدية، والتي تتجلى أكثر في الآتي :

أ) تكنولوجيا الإعلام الجديد لم تلغ وسائل الاتصال القديمة، ولكن طورتها وساهمت بشكل كبير في جعلها أكثر انتشارا، وتنوعا في تقديم المحتوى الإعلامي بالشكل الذي يجذب إليه الجمهور المتلقي:

١. فقد تغيرت الجرائد والمجلات بظهور مستحدثات جديدة في مجال صف الحروف وتوضيبيها. وفي نظم الطباعة ونظم إرسال الصفحات عبر الأقمار الصناعية مما أثر في أساليب التحرير والإخراج والإنتاج بشكل عام.

٢. افعلى مستوى العمل داخل الصحيفة فإن دخول الحاسوب ونظام النشر المكتبي إلى الصحيفة اليومية حمل كثيرا من التغيير في سير العمل داخل غرف التحرير والإنتاج والتصميم والإخراج. ويمكن تلخيص أهمها في :

١٠. الاعتماد على الحاسوب كوسيلة نشر إلكترونية أثر في طريقة تلقي الأخبار اليومية من وكالات الأنباء التي تشترك معها الصحيفة. فالجريدة التي تستخدم الحاسوب تستقبل تقارير وكالات الأنباء عن طريق وسيط أنباء وهو نظام لمعالجة الأخبار الواردة من الوكالات يقوم بعملية استقبال الأخبار ثم يوزعها أوتوماتيكيا على المحررين، فالمحرر يملك خيار الاطلاع على جميع الأخبار الواردة إلى الصحيفة دون تحديد موضوعي أو جغرافي. ويملك أيضا تلقي خيار الاطلاع على الأخبار التي تهتمه فقط مع تحديد جغرافي إذا شاء. فالمحرر الذي يهتم بالأخبار العلمية أو المسؤول عن صفحة العلوم يملك خيار استقبال الأخبار والتحقيقات التي لها علاقة بموضوع صفحته فقط وبذلك فهو غير معني بالأخبار السياسية التي تبثها وكالات الأنباء للصحيفة التي يعمل فيها.

١١. الاعتماد على الحاسوب كوسيلة إلكترونية أثر في طريقة تصميم الصحيفة وإخراجها. فتصميم الصفحات وإخراجها يتم بشكل آلي وعلى الشاشة مباشرة وليس يدويا كما هو الحال مع الصحف التي تتبع الأسلوب التقليدي في إنتاج الصحيفة.

١٢. الاعتماد على الحاسوب كوسيلة نشر إلكترونية أثر في طريقة استقبال الصور من الوكالات المتخصصة. فالصور يستقبلها وسيط صور يسمح للمحرر بالبحث عن صور معينة ويسمح له أيضا باختيار الصورة المناسبة لنصه الصحفي. بعد اختيار الصورة يمكن للمحرر أن يحولها بواسطة الشبكة الداخلية إلى مصمم الصفحة أو إعطاء المصمم رقم الصورة المطلوبة بعدها يقوم المصمم بجلب الصورة إلكترونيا ويضعها في مكانها المحدد داخل الصفحة.

١٣. الاعتماد على الحاسوب كوسيلة نشر إلكترونية أثر في طريقة النشر الدولي للصحيفة. فالיום ترسل الصفحات كلها إلى مواقع الطباعة في البلدان التي تطبع أو تصدر فيها الصحيفة بواسطة خط هاتفي ISDN أو بواسطة قنوات الأقمار الاصطناعية من مكان إنتاج الصحيفة. الصفحات التي تحتوي على نصوص فقط يستغرق إرسالها أقل من دقيقة أما الصفحات التي تحتوي على صور ورسومات وشعارات LOGOS فإن إرسالها يستغرق وقتا أطول.

١٤. وعلى مستوى تخزين النصوص واسترجاعها:

١٥. الاعتماد على الحاسوب كوسيلة نشر إلكترونية أثر في طريقة حفظ النصوص الصحفية. النص المنتج بواسطة الحاسوب يمكن حفظه كنص وليس كصورة فقط.

• الاعتماد على الحاسوب كوسيلة نشر إلكترونية سهل عملية تصحيح النصوص الصحفية من الأخطاء. فالمادة الصحفية المحفوظة على شكل نص يمكن تصحيحها بسهولة وحفظها من جديد.

• الاعتماد على الحاسوب كوسيلة نشر إلكترونية سهل عملية تجهيز النصوص قبل التخزين داخل قواعد المعلومات. فكل نص صحفي يفقد بعضاً من تفاصيله البليوغرافية بفعل إخراجها من الصفحة التي ورد فيها (مثل العنوان، اسم الكاتب). أما التفاصيل التي يجب إضافتها إلى كل نص بعد إخراجها من الصفحة فهي على الأقل اسم الصحيفة، تاريخ النشر، رقم العدد ورقم الصفحة.

٢. ووفر البث الإذاعي الرقمي:

• إرسالاً صوتياً فائق النقاوة بمائل نقاوة الصوت في الأقراص المدمجة مع تحرره من المؤثرات الخارجية التي يمكن أن تؤثر في البث التقليدي.

• عدداً أكبر من المحطات مع توفير خيارات أكبر للمستمعين من القنوات المتخصصة.

• إمكانية استقبال البيانات على الراديو الرقمي وبث المعلومات الرقمية عن حالة المرور وإمكانات التسوق على الخطوط الإلكترونية. حيث سيتم تزويد بعض أجهزة الاستقبال بأزرار خاصة لإتمام عملية الشراء عند الرغبة في اقتناء أي سلعة تعلن عنها المحطة. ويرتبط جهاز الراديو بهاتف ينفذ عملية الاتصال لشراء السلع.

٣. أصبحت كثير من المحطات الإذاعية تبث برامجها بواسطة الانترنت. وآخر التطورات التكنولوجية في هذا المجال هو العمل على إنتاج أجهزة جديدة صغيرة تجعل بالإمكان الاستماع إلى المحطات الإذاعية على الشبكة دون الحاجة إلى جهاز حاسوب (كمبيوتر) شخصي.

٤. وكذلك شهدت صناعة السينما تغييراً شاملاً بظهور السينما الإلكترونية التي تعتمد على التقنيات الرقمية في إعداد المشاهد واللقطات الفنية. فقد دخلت التكنولوجيا الجديدة بقوة إلى المجال السينمائي فحولته إلى صناعة مثيرة في قدراتها وأدائها. فما نشاهده اليوم من لقطات حيوانات خرافية على الشاشة ومناظر مبهرة ليس سوى أنواع من الخدع التي أدى الحاسوب (الكمبيوتر) وبعض التقنيات المتطورة دوراً أساسياً في إنجازها.

وهناك بوادر تشير إلى أن هذه الصناعة تقف الآن على عتبة تغييرات شاملة ستغير وضعها الاقتصادي والتكنولوجي على حد سواء. فالصور التي ستعرض على الشاشة البيضاء ستكون أكثر صفاء وسيصاحبها أسلوب جديد في المؤثرات الفنية على مسرح الأحداث الجارية ضمن السيناريو المعروف.

وقد قام أصحاب دور عرض الأفلام بطرح الجيل الجديد من أجهزة عرض الأفلام الرقمية في بداية عام ٢٠٠٢ حيث تم الاستعاضة وقتها عن البكرات الثقيلة لأفلام ٣٥ ملمتراً التي يبلغ قطرها عدة أقدام بأجهزة عرض إلكترونية تعمل بأشرطة مغنطة أو أقراص رقمية التي تعتمد على الرقائق الإلكترونية وملايين المرايا المتناهية الصغر بهدف إظهار الصور بدقة أكثر وبألوان مطابقة للأصل وكأن المشاهد الجارية تحصل فعلاً أمام المتفرج.

وبفضل هذه التكنولوجيا الجديدة لن يكون هناك حاجة لاستيراد آلاف البكرات السينمائية. فإذا علمنا أن كل نسخة مصورة تكلف ٢٠٠٠ دولار وأن كل فيلم يحتاج إلى ٥٠٠٠ من هذه النسخ. لأدركنا التكاليف العالية للأفلام السينمائية عند إخراجها وعرضها بالطرائق التقليدية. غير أن هذه النفقات سيكون بالإمكان تخفيضها بدرجة كبيرة بفضل التكنولوجيا الجديدة. فالمشاهد السينمائية

ستُرسَل مباشرة إلى دور العرض من خلال شبكة الاتصالات عبر الأقمار الصناعية، وبذلك ستكون الفائدة عامة لأنها ستشمل دور العرض السينمائية فضلاً عن الاستديوهات التي تجري بداخلها مشاهد الأفلام.

٥. كما تغير التلفاز بعد ظهور البث المباشر بالأقمار الصناعية، والتلفاز الكابلي، والتلفاز الرقمي، والتلفاز عالي الوضوح أو اختصاراً HDTV، الذي يعد التطور الرئيسي الأهم من نوعه في تكنولوجيا التلفزيون منذ اختراع التلفزيون الملون في الخمسينات، ويسعى مصمموه إلى جعله اختراعاً يجمع في داخله ثلاثة أنواع مختلفة من التكنولوجيا وهي: تكنولوجيا التلفاز وتكنولوجيا الحاسوب وتكنولوجيا الأفلام، بحيث يصبح تلفزيوناً كمبيوترياً متعدد الوسائط. ومع أن تلك النقلة لم تحدث بعد إلا أن التلفاز عالي الوضوح يوفر حالياً الميزات الآتية:

• درجة وضوح أعلى نظراً إلى كون الصورة تتكون من نحو ١١٠٠ خط مقارنة بـ ٥٢٥ خطاً فقط لنظام NTSC و ٦٢٥ خطاً لكل من PAL و SECAM.

• نقاوة الصورة تزيد بنحو ٤٠٠ إلى ٥٠٠٪ نظراً إلى كون شاشة التلفاز عالي الوضوح (HDTV) يتم تقسيمها إلى شبكة تتكون من ١٩٢٠ × ١٠٨٠ نقطة ضوئية (Pixel) مقارنة بـ ٤٢٠ × ٣٤٠ نقطة ضوئية فقط لنظام (NTSC).

• نسبة عرض الصورة التليفزيونية إلى ارتفاعها (Ratio Aspect) في التلفاز عالي الوضوح هي ١٦ إلى ٩ مقارنة بـ ٤ إلى ٣ في الأنظمة الأخرى؛ مما يعني أنها أعرض من الشاشة التقليدية بمقدار ٢٥٪. ونظراً إلى أن (HDTV) يتمتع بدرجة وضوح أعلى (RESOLUTION) فإن بالإمكان زيادة حجم الشاشة مع الاستمرار في الحصول على صورة عالية الوضوح.

• حركة الصور في التلفاز عالي الوضوح تتم بشكل أكثر سلاسة وانسيابية نظراً إلى أنه يعمل بواقع ١٠ إطاراً في الثانية، وهو نسبة الأطر المستخدمة في نظام NTSC نفسها.

• لا وجود لصورة الطيف أو الظل التي كثيراً ما تظهر في التلفاز العادي.

• درجة صوت عالية الوضوح تماثل نقاوة الصوت في الأقراص المدمجة (CD).

• التلفاز عالي الوضوح حسن من وسائل نقل الألوان بشكل أصبحت تبدو معه أكثر وضوحاً وأقرب إلى الطبيعة. إن التلفاز عالي الوضوح سوف يجعل من عملية مشاهدة فيلم على التلفاز عملية ممتعة ومائلة لمشاهدة الأفلام السينمائية في صالة العرض.

• من ناحية أخرى فإنه في الوقت الذي لم يكد بعضهم يبدأ فيه بالتفكير في اقتناء تلفاز عالي الوضوح فإن اليابان أسدلت مؤخراً الستار عما يعرف بالتلفاز فائق الوضوح Ultra Definition TV أو اختصاراً (UDTV)، فقد أٌخذت أكثر من ١٠٠ شركة ومنظمة لإنتاج هذا التلفاز الذي يعتمد على تكنولوجيا رقمية متفوقة تستخدم ٢٠٠٠ خط أي نحو ضعف الرقم المستخدم في التلفاز عالي الوضوح، وقد بدأ العمل في إنتاج هذا التلفاز مع بداية عام ٢٠٠٥ م.

٦. ومن خلال ما سبق يمكننا القول: إن التكنولوجيا الاتصالية الراهنة بوسائلها الاتصالية المختلفة لم تقض على التكنولوجيات القديمة بوسائلها المختلفة، بل إنها شكلت امتداداً طبيعياً وتطوراً لهذه الوسائل القديمة. فظهور الانترنت وتطبيقاتها في مجال الإعلام الجديد لا يعني نهاية الإعلام التقليدي واندثار الصحفي (كما يعتقد القائلون بالتأثيرات الثورية لما سمي بـ «إعلام النحن»، أو «إعلام الجماهير».

ب) أدت تكنولوجيا الإعلام الجديد أيضاً إلى اندماج وسائل الإعلام المختلفة: التي كانت في الماضي وسائل مستقلة لا علاقة لكل منها بالأخرى بشكل ألغيت معه تلك الحدود الفاصلة بين الوسائل.

• «فجريدة» الشرق الأوسط» أصبحت جريدة إلكترونية بكل ما تحمله هذه الكلمة من معنى فهي تستخدم الأقمار الصناعية لإرسال صفحاتها إلى (١٢) مدينة حول العالم. وتستخدم الحاسوب (الكومبيوتر) في عملياتها كلها. بل يمكن قراءتها مباشرة على الإنترنت.

• واندماج التلفزيون بالإنترنت بشكل تشير التوقعات إلى أنه سيكون اندماجاً كاملاً في القريب العاجل. فجهاز التلفاز أصبح يستخدم لمشاهدة البرامج التلفزيونية ولتصفح مواقع الإنترنت في الوقت نفسه . وكذا إرسال واستقبال رسائل البريد الإلكتروني.

ونرى اليوم منتجي برامج التلفاز يقدمون لزيائهم عروضاً كانت تقدمها ومازالت الصحافة المكتوبة. كما هو حال شبكة (الأمريكية التفاعلية التابعة لشبكة (العالمية التي تقدم لمستخدمي الإنترنت نسخاً مفردة لصحيفة مرئية تجمع بين ميزات الصورة الثابتة والصورة الحية والنص. وهكذا نجد أن وسائل الإعلام الجماهيري الحالية جميعها أصبحت وسائل إلكترونية بشكل أو بآخر.

ج) أصبحت وسائل الاتصال الجماهيرية تتسم بالطابع الدولي أو العالمي. إذ أحدثت الثورة المعاصرة في تكنولوجيا الإعلام الجديد طفرة هائلة في ظاهرة الإعلام الدولي أو عالمية الاتصال. بحيث أصبح التعرض لوسائل الاتصال الدولية أو «عبر الوطنية» جزءاً من نسيج الحياة اليومية للمواطن بما يمكن أن يحدث هذا من آثار تتصل بإدراكه واتجاهاته وقيمه. الأمر الذي ينعكس على توجهات الرأي العام وما يتعرض له صناع القرار من ضغوط.

فقد أضفى كل من انفجار المعلومات وثورة الاتصال بشكل عام طابعاً دولياً على وسائل الإعلام الجماهيرية جميعها. بحيث أصبح من الصعوبة بمكان التفرقة بين ما هو إعلام وطني وما هو إعلام دولي. فالإعلام الوطني الذي ينتجه مجتمع ما لمواطنيه. قد أصبح له بشكل من الأشكال مقصود أو غير مقصود بعداً دولياً. فالبرامج التي تبثها محطات التلفاز في الولايات المتحدة الأمريكية وكندا واليابان ودول غرب أوروبا التي أعدت من الأساس لجمهورها المحلي أصبحت تشاهد عبر الأقمار الصناعية في أنحاء متفرقة من العالم. وقد اكتسبت بذلك بعداً دولياً لم تسع إليه أصلاً ولكن تطور تكنولوجيا الإعلام الجديد جعل ذلك ممكناً.

كذلك فإن برامج محطات الراديو الوطنية في معظم دول العالم أصبحت تسمع في أماكن أبعد من حدودها الوطنية بفضل تطوير إمكانات الموجات المتوسطة والقصيرة وبرامج هذه المحطات- بخلاف الإذاعات الموجهة- تستهدف في الأصل المستمع المحلي ولكن التطور التكنولوجي أضاف إليها بدرجة ما بعداً دولياً.

د) لم يعد المحتوى الإعلامي موزعاً على أجهزة منفصلة كما كان الحال قبل وجود أجهزة الكمبيوتر والأجهزة المحمولة الأخرى القادرة على الاتصال بالإنترنت.

١. فبعد أن كان للمواد الصوتية أجهزتها المنفصلة وكذلك المواد المرئية والنصوص أصبح بإمكان مستخدمي الإنترنت وعلى صفحة واحدة منها أن يجد كل هذا وأكثر. فأصبح تعبير Multimedia تعبيراً دقيقاً عن المحتوى الذي يتم إنتاجه الآن. بل وأصبح هذا التنوع بين الصوت والصورة والنص وأدوات الاتصال هي معايير للحكم على مدى توافق محتوى إلكتروني معين مع الجديد في عالم الإعلام. لقد جمعت الإنترنت أجهزة التليفزيونات والراديو والتليفونات وكذلك الأوراق التي كنا نستخدمها لقراءة

النصوص المكتوبة في شاشة واحدة كما جعلت انتاج واستهلاك هذه المحتويات المتعددة الأشكال أسهل من أى وقت مضى.

٢. وإن هذا المحتوى هو في أغلبه الكتروني على هيئة نصوص منشورة على الانترنت أو ملفات تحمل صورا أو مواد صوتية ومرئية يمكن تبادلها ونشرها دون انتظار للمطبعة والنسخ أو جهود شركات التوزيع. يمكن الوصول اليه بسهولة accessible كما يمكن تحميله وتبادلته واستخدامه على أجهزة ووسائط مختلفة.

٣. والحديث عن الكتاب الإلكتروني والتهديدات التي يشعر بها الناشرون التقليديون هي أقوى الأدلة على قوة التأثيرات التي أحدثها الإعلام الجديد في مجال النشر والإعلام وهما عاملان مهمان لتشكيل الوعي في كل دول العالم. وإذا أضفنا إلى ذلك المناهج الدراسية التي يمكن تداولها وتربسها على الانترنت أيضا سوف نكتشف الإمكانيات الهائلة التي اتاحتها الانترنت بعد أن أصبحت منصات platforms للإعلام والتعليم والتواصل.

٤. وقد وضعت وسائل الإعلام الجديد معايير لمواصفات المحتوى الإلكتروني. فالخبر الصحفي على سبيل المثال أصبح أقصر وتلعب فيه الوسائط المتعددة دورا أساسيا مقارنة بالخبر وفق المعايير التقليدية لإنتاجه. والأهم من ذلك أن وسائل الإعلام الجديد قد وضعت نهاية لزمان المصدر الواحد للمعلومة والمعرفة. وما نعيشه الآن هو زمن المصادر المختلفة للمعلومات ولم يعد أى مصدر واحد كافيا لمستهلكي الإعلام الجديد.

٥. كما لم يعد انتاج محتوى الإعلام الإلكتروني حكرا على المؤسسات الإعلامية المتخصصة والتي سيطرت لفترات طويلة على تدفق المعلومات. فأدوات الإعلام الجديد تتيح للجميع انتاج المحتوى والتواصل مع مصادر المعلومة والخبر حول العالم كما أن نشر هذا المحتوى والترويج له أصبح أيضا متاحا للجميع.

٦. فملايين مقاطع الفيديو التي يتم تحميلها على موقع مثل يوتيوب وكذلك ملايين الدونات التي يتم نشرها وتحديثها بمواد ينتجها مواطنون حول العالم بالإضافة إلى الإذاعات الموجودة على الانترنت وروابط البث المباشر وتلفزيون الواقع كلها نماذج لما ينتجه المواطن الصحفي بفضل الأدوات التي يمتلكها كهاتفه المحمول المزود بكاميرا وجهاز كمبيوتر شخصي ومصدر للاتصال بالانترنت. الأمر الذي يدفعنا للقول بأن أدوات الإعلام الجديد قد أحدثت تغييرا غير مسبوق في طبيعة من ينتجون المحتوى على الانترنت أو على الوسائط الأخرى.

٧. إن المنتجين الجدد للمحتوى الإعلامي أصبحت لديهم قدرات كبيرة على التأثير وتوجيه الرأي العام وهي القدرات التي كانت تحتكرها المؤسسات الإعلامية ودور النشر التقليدية ومع ذلك فلقد بدأت هي الأخرى في استخدام التقنيات الحديثة وتتسابق على ذلك من أجل الوصول إلى أعلى مستوى يمكن من الجودة والقدرة على التواصل مع الجماهير ومستخدمي الانترنت.

٥) إن الأخبار كأبرز محتويات وسائل الاتصال قد أفادت بشكل كبير من التطورات الراهنة في تكنولوجيا الإعلام الجديد. مما أدى إلى زيادة فاعلية وسائل الاتصال لها مهابا الإخبارية على الصعيدين المحلي والدولي. وتمثل أبرز مجالات الإفادة الإخبارية من تكنولوجيا الإعلام الجديد في الجوانب الآتية :

١) السرعة في تغطية الأحداث: فقد مكنت التطورات التكنولوجية الحديثة من اختصار المسافة الزمنية بين الحدث وانتشاره كخبر. وألغت الفواصل (News Break) الدقيقة بين مراحل نشر الخبر الثلاث

وهي مرحلة اندلاع الخبر (News Saturation) ومرحلة التشبع الإخباري (News Diffusion) ومرحلة بث الخبر وقد تم هذا من خلال تغطية الأخبار ونقلها فور وقوعها.

ومع الأهمية البالغة لسرعة تقديم الأخبار، إلا أن لها في الوقت ذاته جوانب سلبية عديدة أهمها أن «ديكتاتورية الخبر السريع» تجبر بعض الصحفيين على نقل الخبر دون التحقق من صحته، كما تجبر المعلق على الاكتفاء بتعليق فوري (كالمعلقين الرياضيين) دون أخذ الوقت الكافي فيكتفي الصحفي بالوصف دون التحليل العميق.

وهنا يشجع البث المباشر «التحليل الساخن» الذي لا يمكن الخبراء الموجودين على ساحة الحدث من أن يتعمقوا في التفكير قبل إعطاء تهماتهم وتعليقاتهم. نذكر نموذج قناة (CNN) الأمريكية التي وسعت نطاق نقل «الخبر المباشر» في منتصف الثمانينيات من القرن العشرين بنقلها الأخبار بالبث المتواصل. وهذا الخطاب الخبري يتعرض للنقد من جانب كثير من المراقبين والباحثين والإعلاميين الذين يرون فيه تراجعاً للمهنة الإخبارية لأنه يعوق إعادة بناء أسباب الأحداث ووقائعها.

من جهة أخرى أعطى البث المباشر أهمية متزايدة للصورة إلى درجة أن الأخبار المصورة تأتي في الدرجة الأولى أي في طليعة نشرة الأخبار والموجزات الإخبارية في حين أن أخباراً أخرى غير مصورة وذات مدلول أكبر يكون مصيرها الإهمال.

(b) توسيع نطاق التغطية الإخبارية جغرافياً: لأن وسائل الاتصال لم تعد تعاني من تغطية أحداث تقع في مناطق جغرافية نائية سواء داخل الدولة أو خارجها، ولم تعد المسافة عائقاً في عملية الاتصال والتواصل بفضل التسهيلات التي قدمتها تكنولوجيا الإعلام الجديد.

(c) توسيع عدد قنوات الأخبار وزيادة سعة كل قناة حتى في البلدان التي تعاني من ضعف في الإمكانيات والتجهيزات التكنولوجية، وبذلك أصبحت وسائل الإعلام أمام كم هائل من الأخبار الأمر الذي يتيح لها حرية اختيار أوسع.

(d) تحسن الأداء المهني للوظيفة الإخبارية وتطويره من خلال إمكانية الاتصال ببنوك المعلومات وشبكاتهما للتزود بالمعلومات الخلفية للأخبار.

(e) استحداث وسائل وقنوات إخبارية جديدة تماماً ومختلفة عن الوسائل والقنوات التقليدية مثل (أنظمة النصوص التلفازية) و(الجرائد والمجلات الإلكترونية).

(f) ارتفاع نسبة القيم الإخبارية في الأخبار ولاسيما القيم الجادة منها، كارتفاع نسبة عنصر الجودة والمصلحة والتوقيت والضخامة والتشويق والصراع والمنافسة والتوقع والشهرة سواء في أخبار الصحافة المكتوبة أو الأخبار الإذاعية والتلفازية.

الخاتمة:

مامستقبل الإعلام التقليدي في ظل تطورات الإعلام الجديد؟
تتجه التناولات النظرية إجابة عن هذا السؤال المحوري في علاقة الإعلام الجديد بالإعلام التقليدي
إجاهين رئيسيين:

١. يقول الأول منهما: الأمر أصبح محسوما لتفوق الإعلام الجديد. والتحدي أصبح واضحا. ومثبتا بأرقام واحصائيات ومؤشرات. فعدد من الصحف الورقية توقفت. وبعضها تعاني في دخلها وتوزيعها وتراجع عدد قرائها لصالح الصحافة الالكترونية. وأوعية المعلومات الجديدة الأخرى. وأن أشكال الإعلام الجديد أصبحت بديلا لدى كثير من الجمهور عن وسائل الإعلام التقليدية: الصحافة، الإذاعة، والتلفزيون. وإن السؤال المهم الذي يجب أن يطرح على الإعلام التقليدي: مالذي يمكن لوسائله عمله لمواجهة منافسة الإعلام الجديد؟ ويطالب هذا الاتجاه الإعلام التقليدي بنوع من مراجعة الذات. وإلا فالنتيجة أنه سيفقد المكانة التي كان يحتلها حاليا لصالح الإعلام الجديد. وأن على المؤسسات التقليدية أن تلجأ إلى تعديل الأساليب الإنتاجية والتحريرية بما يتلاءم والتغيرات التكنولوجية ومن ثم رغبات الجمهور وفق ذلك. وإلا فإنها سوف لن تكون قادرة على مواكبة التطورات التقنية المتلاحقة التي تميز الإعلام الجديد.

٢. ويرى الثاني منهما: أنه لا يمكن أن تلغي وسائل الإعلام الجديد الوسائل التقليدية، بل ستستمر في الاستفادة منها إلى أبعد الحدود بما يكفل لها المواكبة من جهة والمحافظة على خصوصياتها وتقاليدها من جهة ثانية. وأن مظاهر المنافسة الماثلة اليوم بين الإعلاميين هي أشبه بما حدث سابقا بين الوسائل التقليدية سابقا: بين التلفزيون والراديو. وبين التلفزيون والصحافة. وبين الصحافة والراديو. ويطالب أصحاب هذا الاتجاه في الوقت نفسه الوسائل التقليدية بالبحث عن الحلول التي تخدم من الصراع والمنافسة بينها وبين وسائل الإعلام الجديد. وأن لا تنام على الحزير كما في السابق. فالمنافس اليوم قوي ومؤثر فعلا. كما يطالبونها بالتفاعل مع وسائل الإعلام الجديد وتستفيد من قدراتها وإمكاناتها. وتتأقلم مع المتغيرات وتقبل بوجود الأشكال الجديدة لهذا الإعلام كالمدونات ومواقع الأخبار.

ويستند أصحاب هذا الاتجاه إلى منطق الحسابات والأرقام التي تؤثر على أنه: لو استمرت عائدات الإعلام الجديد على هذا النحو فهي لن تستطيع اللحاق بمدخول الإعلام التقليدي إلا بعد مرور عدة عقود من الزمن. وهذا يعني أنه لا يزال أمام الصحف الإلكترونية سنوات عدة حتى تصل إلى مجال التنافس مع اقتصاديات الصحافة المطبوعة. وأنه بالرغم من أن هناك تناقصا ملحوظا في عدد قراء الصحف الورقية فإن كل المؤسسات الصحفية تقريبا اليوم قد أصبح لها مواقع على الانترنت وتنشر محتواها الإعلامي بالشكلين (الورقي والإلكتروني). وبذلك أصبحت الانترنت إضافة جديدة إلى قدراتها وخصائصها. وعامل جذب جماهير القراء. وللشركات والمؤسسات لإدراج إعلاناتها على تلك المواقع. والمظهر في مجال التلفزيون والإذاعة أكبر وأوضح.

وعوداً على بدء نقول:

لم تتوقف يوما محاولات الإنسان لتطوير الأدوات التي يستخدمها للتعبير عن آرائه وأفكاره وإعلام المحيطين بها وكذلك الأدوات اللازمة لتوثيق خبراته ومعارفه. كما لم تصل رغبتنا الفطرية في التواصل مع المحيطين بنا والبعيدين عنا إلى نهايتها بعد. فكل الشواهد تؤكد أن التطور في مجالات الإعلام

والاتصال مستمر بقوة.

والمنتبع لتطور الأدوات والوسائط التي استخدمها الإنسان في الإعلام والتواصل. يكتشف بوضوح قوة تلك الغريزة الفطرية التي مكنت البشرية من تطوير أدواتها الإعلامية بشكل لافت للنظر منذ أن نقش الإنسان الأول على جدران الكهوف مروراً باستخدام المصريين القدماء للغة الهيروغليفية المصورة واستخدام ورق البردي وحتى اختراع يوهان جوتنبرج لطبعته ذات الأجزاء المعدنية في عام ١٤٥٥. فحتى ذلك التاريخ كان النص والصورة الثابتة المحفورة والمرسومة وكذلك الصوت البشري هي عناصر ومكونات المشهد الإعلامي والاتصالي في تلك الحقبة. وظلت كذلك ولم تتغير حتى ونحن نعيش عصر الإعلام الجديد وترسانته الوسائطية في إنتاج وتوزيع ونشر المحتوى الإعلامي والاتصالي. فالذي تغير هو الأدوات والوسائل: من حيث الكم والكيف لتنتج ظواهر: «الاتصال الشبكي»، و«الإعلام الرقمي»، و«المتلقي النشط»، و«المحتوى الإلكتروني: المنشئت واللامتناهي»، و«صحافة المواطن»، و«الاجتماعات الافتراضية»... وغيرها من المصطلحات والظواهر المصاحبة للإعلام الجديد.

وإذا كانت مجمل المقاربات النظرية التي تناولت الموضوع وإشكالاته من مختلف الزوايا والرؤى والطروحات لم تستطع لحد الآن أن تحسم النقاشات الدائرة حول ماهية الإعلام الجديد وتداعياته، وعلاقته بالإعلام التقليدي. فالأكيد أن هذه الدراسة التي حاولت أن تصول وتجول في أحد هذه النقاشات «الصراع والتكامل بين الإعلام الجديد والإعلام التقليدي» قد تركت الحسمة في سؤالين مهمين يتمخضان عما سردها إجابة على تساؤلاتنا السابقة ألا وهما: «أيهما أكثر حضوراً: مظاهر التكامل أم مساحات الصراع والمنافسة بين الإعلام الجديد والتقليدي؟». ومن ثم مامستقبل الإعلام التقليدي في ظل الإعلام الجديد؟. لما يستجد من معضدات الدراسات والبحوث في المجال أولاً، وللممارسة على أرض الواقع ثانياً. وللمتلقي: قارئاً كان أو مستمعاً، أو متفاعلاً عبر وسائط الإعلام الجديد ثالثاً.

الهوامش:

١. بدر بن عبد العزيز أبانمي: «الإعلام الجديد: دراسة نوعية تحليلية لمفهومه، وأشكاله وواقعه ومستقبله»، المجلة العربية للإعلام والاتصال (دورية متخصصة محكمة، تصدر عن الجمعية السعودية للإعلام والاتصال)، العدد ٦، نوفمبر ٢٠١٠.
٢. حسنين شفيق: الإعلام الجديد (القاهرة: دار فكر وفن، ط (١)، ٢٠١٠).
٣. رحيمة عيساني: الوسائط الاتصالية الحديثة وأثرها على الإعلام المرئي والمسموع (الرياض: جهاز إذاعة وتلفزيون الخليج، ط (١)، ٢٠١٠).
٤. رضا النجار، جمال الدين ناجي: تكنولوجيا المعلومات والاتصال: الفرص الجديدة المتاحة لوسائل الإعلام العربي (تونس: المنظمة الإسلامية للتربية والعلوم والثقافة، ٢٠٠٥).
٥. سميرة شبخاني: «الإعلام الجديد في عصر المعلومات»، مجلة جامعة دمشق، المجلد ٢٦، العدد الأول + الثاني، ٢٠١٠.
٦. السيد بخيت: الصحافة والانترنت (القاهرة: العربي للنشر والتوزيع، ط (١)، ٢٠٠٠).
٧. شريف درويش اللبان: الصحافة الإلكترونية: دراسة في التفاعلية وتصميم المواقع (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ط (٢)، ٢٠٠٧).
٨. الصادق الحمامي: «الإعلام الجديد مقارنة تواصلية»، مجلة الإذاعات العربية: فصلية يصدرها اتحاد إذاعات الدول العربية، عدد (٤)، ٢٠٠٦.
٩. الصادق الحمامي: الميديا الجديدة: الاستيمولوجيا والإشكالات والسياقات (تونس: المنشورات الجامعية بمنوبة، ط (١)، ٢٠١٢).
١٠. عباس مصطفى صادق: الإعلام الجديد: دراسة في مداخله النظرية وخصائصه العامة (عمان: دار الشروق، ٢٠٠٨).
١١. عبد الأمير الفيصل: الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي (عمان: دار الشروق، ط (١)، ٢٠٠٦).

1. <http://www.computeruser.com/dictionary>

2. <http://www.sheridanc.on.ca>

3. <http://www.wikipedia.com>.

4. A. Brody Douglas: New media. New Perspective in communication (New York, longman, 2008)

5. Richard Davis, Diana Owen: New Media and America Politics (New York: Oxford University Press, 1998),

تقويم الجالية العراقية للحملات الانتخابية لمرشي مجلس النواب وتغطيتها الإعلامية أذار ٢٠١٠م (القاهرة أنموذجاً)

د. محمد عبد حسن العامري
كلية الإعلام/ جامعة بغداد

المستخلص :

تعد انتخابات مجلس النواب في العراق أحد المظاهر المعبرة عن المشاركة السياسية، مما يجعلها تحظى بإهتمام الباحثين. حيث شهد العراق عام ٢٠٠٥ أحداثاً سياسية مهمة على الساحة العراقية، وهو إجراء أول انتخابات نيابية تعددية في العراق عن طريق الانتخاب الحر المباشر في الثلاثين من يناير وهي الأولى منذ ما يقرب من نصف قرن. وفي الخامس عشر من تشرين الثاني من العام نفسه أقر العراق دستوراً دائماً للبلاد عبر استفتاء شعبي .

وفي الخامس عشر من كانون الأول من هذا العام جرت انتخابات برلمانية تمخض عنها انتخاب أول برلمان عراقي وأول حكومة عراقية دائمة. وهذه المبادرة فتحت أفقاً سياسية وديمقراطية جديدة، للجمهور العراقي. وتعد وسائل الاعلام بصفة عامة واحدة من المصادر الفعالة في مجال التثقيف السياسي في المجتمع الحديث. وفي إطار ذلك تقوم وسائل الاعلام المختلفة بعرض وجهات النظر المؤيدة والمعارضة للسياسات المختلفة، بالإضافة إلى تقديمها للمعلومات السياسية التي يحتاجها الجمهور لكي يشارك في القرار السياسي. وهذا الدور الذي تقوم به وسائل الاعلام يخلق درجة من الوعي السياسي لدى جمهور القراء والمشاهدين ويحفزهم الى مزيد من المشاركة السياسية في صنع القرار.

Introduction:

The House of Representatives elections in Iraq, a mouthpiece of the manifestations of political participation, which makes it of interest to researchers, where Iraq in 2005 saw important political events on the Iraqi arena, a procedure or multi-party parliamentary elections in Iraq through free and direct elections on the thirtieth of January, the first For nearly half a century. On the fifteenth of November of the same year Oaqralarac permanent constitution of the country through a referendum. On the fifteenth of December of the same year, parliamentary elections were held resulted in the first Iraqi parliament and the first permanent Iraqi government, and this initiative has opened political horizon and a new democracy, the public of Iraq. prepare and media in general, and one of the sources active in the field of political education in modern society, in the context that the various media displays and views for and against the policies of different, in addition to the submission of the political information needed by the public to participate in the political decision. This is the role played by the media creates a degree of political awareness among readers and viewers and motivate them to participate more in political decision-making

Problem of the study and its importance:

Determined by the study problem in monitoring and evaluating the Iraqi public abroad for the role of the media) Iraqi, Arab and foreign) in effect on the attitudes of the Iraqi public in the elections of the House of Representatives by providing information about the candidates and their platforms during the election campaign, the House of Representatives in 2010 and evaluate the voters for this role.

Objectives of the study:

- 1 - to monitor the extent to which the Iraqi community audience for various media during the election campaign, the Iraqi Council of Representatives.
- 2 - the discovery of the effect of exposure to the election campaigns of the House of Representatives on the electoral behavior of the Iraqi audience abroad.
- 3 - Get audience Iraqi community calendar for its various media information about the House of Representatives election.

مشكلة الدراسة وأهميتها :

تتحدد مشكلة الدراسة في رصد وتقويم الجمهور العراقي في الخارج لدور وسائل الإعلام العراقية والعربية والاجنبية) في التأثير على اتجاهات الجمهور العراقي في انتخابات مجلس النواب من خلال تزويده بالمعلومات عن المرشحين وبرامجهم الانتخابية خلال حملة انتخابات مجلس النواب عام ٢٠١٠ وتقويم الناخبين لهذا الدور

أهداف الدراسة :

- ١- رصد مدى تعرض جمهور الجالية العراقية لوسائل الإعلام المختلفة أثناء حملة انتخابات مجلس النواب العراقي.
- ٢- إكتشاف تأثير التعرض لحملات انتخابات مجلس النواب على السلوك الانتخابي للجمهور العراقي في الخارج.
- ٣- معرفة تقويم جمهور الجالية العراقية لما قدمته وسائل الإعلام المختلفة من معلومات حول انتخابات مجلس النواب.

تساؤلات الدراسة :

- ١- ما تعرض الجمهور لوسائل الاتصال المختلفة أثناء الحملات الانتخابية؟
- ٢- ما حرص الجمهور على متابعة الحملات الانتخابية لمرشحي انتخابات مجلس النواب ؟
- ٣- ما المعلومات التي حرص أفراد الجمهور على الحصول عليها عن الانتخابات من خلال وسائل الإعلام؟
- ٤- ما رأى الجمهور في مدى توافر معايير التغطية الإعلامية للحملات في وسائل الإعلام؟
- ٥- ما تقويم الجمهور لإعلانات انتخابات مجلس النواب في وسائل الإعلام؟
- ٦- ما تقويم الجمهور للحملات الانتخابية بانتخابات مجلس النواب ومقترحاتهم لتطويرها؟

فروض الدراسة :

- توجد علاقة دالة إحصائياً بين متغيرات) العمر ومستوى التعليم) للجمهور وبين متابعة الجمهور للحملات الانتخابية لمرشحي انتخابات مجلس النواب العراقي.
- توجد علاقة دالة إحصائياً بين التعرض لوسائل الإعلام والسلوك الانتخابي للجمهور العراقي

مجتمع الدراسة:

تمثل مجتمع الدراسة بجمهور من الجالية العراقية المقيمة في القاهرة وفقاً للأرقام التي أعلنتها مفوضية الانتخابات العراقية في القاهرة، فإن عدد العراقيين الذين يقيمون في مصر يقدر بـ (٩٠٠٠) فرد. وأقل من نصفهم تقريباً يحق لهم التصويت في الانتخابات. حيث فتحت المفوضية المراكز الانتخابية في أحياء مدينة نصر ومدينة الرحاب شمال شرق العاصمة، وفي محافظة الجيزة بشارع الهرم . وفي محافظة ٦ أكتوبر، ومدينة المنصورة بالوجه البحري شمال شرق الدلتا، ومحافظة الإسكندرية.

عينة الدراسة :

حدد الباحث عينة الدراسة من ٢٠٠ مفردة من جمهور الجالية العراقية المقيمين في القاهرة وتم اختيارهم وفقاً لمعايير العينات غير الاحتمالية باستخدام العينة المتوافرة (المتاحة) حيث مثل الباحث في الدراسة المتغيرات الديموجرافية الخاصة بالعمر والتعليم^(١).

نتائج فروض الدراسة:

-لم تثبت الدراسة وجود علاقة بين العمر ومدى الحرص على متابعة الحملات الانتخابية لمرشحي مجلس

النواب. حيث جاءت كا ٢٨٠١ ٤، وهي غير دالة إحصائياً عند ٠,٣٧٣ .

- أثبتت الدراسة وجود علاقة إيجابية بين مستوى التعليم ومدى الحرص على متابعة الحملات الانتخابية لمرشحي مجلس النواب حيث جاءت كا ١٨,٣٣٥ عند مستوى معنوية ٠,٠٠١ حيث يميل أصحاب التعليم المرتفع إلى متابعة الحملات أكثر من أصحاب التعليم المتوسط أو المنخفض .

نتائج الدراسة: توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج ومنها:

- أكدت الدراسة ما توصلت إليه عدد من الدراسات السابقة في أهمية حملات الاتصال أثناء الانتخابات في إمداد الناخبين بالمعلومات اللازمة لاتخاذ قرارهم الانتخابي . إلى جانب أهمية وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات الانتخابية للناخبين ودورها في تغطية أحداث الانتخابات من خلال المواد الإخبارية والتفسيرية ومواد الرأي .

- أكدت الدراسة حرص جمهور عينة الدراسة على متابعة الحملات الانتخابية لمرشحي مجلس النواب ٢٠١٠ وإن كانت هذه المتابعة قد تمت بصورة متوسطة إلا أنها تعطي مؤشراً عن اهتمام جمهور عينة الدراسة بموضوع الانتخابات. رغم حفظ أغلبية العينة المسبق من بعض القوائم المشاركة في

الانتخابات

- كان حرص جمهور الجالية العراقية المقيمين في القاهرة على التعرف على البرنامج الانتخابي لكل مرشح أو للقائمة الانتخابية وتابع الجمهور هذه البرامج والحملات والمعلومات الانتخابية في القنوات الفضائية العربية والعراقية بصورة أكثر من أي وسيلة أخرى . كما تابعها في بعض المواقع الإخبارية الإلكترونية على الإنترنت .

- رغم كل الاهتمام والمتابعة من قبل عينة الدراسة الى الحملات الانتخابية الا انهم غير مقتنعين بكل شعارات وبرامج المرشحين والقوائم التي ينتمون لها. وبذلك نرى هذا الرأي هو رأى اغلب الجمهور العراقي سواء كان داخل العراق او خارجة وذلك لضعف لما خلفه مجلس النواب السابق من صورة ذهنية سلبية لدى الجمهور وذلك من خلال أدائه الضعيف.

وهذا الدور الذي تقوم به وسائل الاعلام يخلق درجة من الوعي السياسي لدى جمهور القراء والمُشاهدين ويحفزهم لمزيد من المشاركة السياسية في صنع القرار. وتقوم مختلف وسائل الاعلام بدور مهم خلال فترات عدم الإستقرار السياسي. إذ تعمل على توصيل المعلومات الضرورية إلى أفراد الجمهور. كما تقوم بتفسير الأحداث. كما تساهم المعالجة الإخبارية بدور عظيم الأهمية في تحديد وتشكيل الاتجاهات نحو ما يحدث. وتزداد أهمية وسائل الاعلام مع تضخم المعلومات وتعقيدها. ومع تزايد قدرة هذه الوسيلة على توضيح وتحليل وشرح وتفسير المعلومات التي تنقلها وتبسيطها. ولا تقتصر على تفسير الأحداث وتحليلها فقط. بل تعمل على استقراء تلك الأحداث والوصول إلى توقعات مستقبلية. حيث تمارس وسائل الاعلام تأثيراتها على جمهور القراء والمستمعين والمُشاهدين من خلال عدة عناصر. لعل أهمها إعطاء الجماهير أكبر قدر من المعلومات عن العملية الانتخابية والمرشحين لمجلس النواب بإنتماءاتهم الحزبية والسياسية المختلفة. فضلاً عن إقناع الجماهير بتغيير أو تعديل مواقفها وسلوكها من خلال عرض البرامج الانتخابية لمرشحين مجلس النواب. وذلك من خلال مناقشة العملية الانتخابية ذاتها وعرض التيارات السياسية والفكرية المختلفة. والواقع أن الدور الذي تلعبه وسائل الاعلام في الممارسة الديمقراطية مرتبط بمدى رغبة الأفراد في المشاركة السياسية. حيث تمثل المشاركة في العملية الانتخابية وخصوصاً في انتخابات (مجلس النواب) أكبر مظهر من مظاهر التحضر والديموقراطية .

حيث تعبر عن الأنشطة السياسية وممارسة الديمقراطية .^(١)

وللحملات الانتخابية دور رائد في التثقيف السياسي. حيث تعتبر من أهم المصادر الرئيسية للأفراد للحصول على معلومات الخاصة بالعملية الانتخابية والمرشحين. كما أن السلوك الانتخابي وبالتحديد التصويت لمرشح معين في إنتخابات مجلس النواب يعد نتيجة لعدد من المؤثرات منها الضغوط السياسية والتي تؤثر بدورها على التغطية الصحفية، والتي أثبتت أغلب الدراسات إلى وجود علاقة إيجابية بينهما. إذ يعتبر الإعلام واحد من المحددات الأساسية للسلوك السياسي.^(٢)

وعلى الرغم من صعوبة تأكيد أن وسائل الإعلام هي المؤثر الرئيسي على قرار الناخب السياسي. إلا أنه يمكن القول أن لهذه الوسائل دوراً مهماً في هذا القرار من خلال ماتقدمه من معلومات سياسية. ولا يتوقف دور الحملات الانتخابية على تقديم المعلومات السياسية. وأما يتعدى ذلك إلى قدرتها على بناء الصورة الذهنية للمرشحين. وإلى التأثير المباشر في تحديد أولويات القضايا السياسية والإجتماعية والاقتصادية في أثناء الإنتخابات. وتشكيل إدراك واتجاهات الناخبين في تلك القضايا.

يؤكد الباحثون في مجالي الإعلام والسياسية على أهمية العلاقة المتبادلة بينهما، فالسياسية لا يمكن تصورها بدون وسائل إعلام تربط بينها وبين أفراد المجتمع ، كما أن أفراد المجتمع يعتمدون على وسائل الإعلام كجسر يربط بينهم وبين صانعي القرار، ومن ثم فإن هذه الوسائل لها دور كبير في لفت الأنظار لقضايا معينة من شأنها أن تدعم وتغير الصورة الذهنية لدى هؤلاء الأفراد مما يؤثر في سلوكهم السياسي ومن قبل يؤثر في تنمية وعيهم السياسي^(٣).

لذا تعد وسائل الإعلام مصدراً مهماً من مصادر المعلومات ، وتزداد هذه الأهمية في بعض الأوقات ومنها أوقات التغير الاجتماعي والأحداث السياسية المهمة ، وتمثل الانتخابات حدثاً اجتماعياً وسياسياً مهماً تنعكس آثاره على الفرد والمجتمع.

ومن هنا جاءت أهمية وسائل الإعلام مصدراً للناخبين يحصلون منها على المعلومات التي تساهم في بلورة آرائهم واتجاهاتهم السياسية حول المتنافسين في الانتخابات سواء كانوا أحزاباً أو أفراداً أو قوائم كما تؤثر في سلوكهم الانتخابي. وإن العلاقة بين اعلام الحملات الانتخابية والسلوك الانتخابي تعتبر من الموضوعات الجدلية. وانطلاقاً من ذلك تسعى هذه الدراسة الى تقويم الجالية العراقية في القاهرة للحملات الانتخابية لمرشحي مجلس النواب وتغطيتها الإعلامية لعام ٢٠١٠م. الإطار النظري :

أقيمت في العراق في السابع من اذار عام ٢٠١٠م ثاني انتخابات لمجلس النواب العراقي حيث تشرف المفوضية العليا المستقلة للانتخابات هي مؤسسة دستورية وفقاً للمادة ١٠٢ من الدستور وتشكلت بموجب قانون المفوضية رقم ١١ لسنة ٢٠٠٧ لتحل محل (المفوضية العليا المستقلة للانتخابات في العراق / الهيئة الانتخابية الانتقالية) التي كانت مسؤولة عن اجراء الانتخابات وعملية الاستفتاء على الدستور في عام ٢٠٠٥. لاختيار ٣٢٥ نائباً من بين ٦٢٠٠ مرشح ومرشحة في انتخابات عام ٢٠١٠. حيث يشارك بها نحو ١٩ مليوناً ناخب داخل العراق. وما يقرب من مليون ونصف المليون ناخب في الخارج. وقد فاز بهذه الانتخابات التحالفات والقوائم التالية بموجب بيانات المفوضية وهي :^(٤)

١-ائتلاف دولة القانون:

يضم ٣٥ حزبا وكيانا. إضافة إلى عدد كبير من السياسيين والشخصيات المعروفة. وإلى جانب حزب الدعوة بقيادة رئيس الوزراء نوري المالكي وهو رئيس قائمة ائتلاف دولة القانون كما انضمت للائتلاف

زعامات عشائرية متنفذة.

٢- القائمة العراقية:

تضم ٢٠ حزبا وجمعا بقيادة الدكتور إياد علاوي رئيس حركة الوفاق. بالإضافة الى جبهة الحوار الوطني وقائمة عراقيون وتجديد وغيرها.

٣- الائتلاف الوطني العراقي:

يمثل هذا التحالف إطارا للتعاون بين قوى شيعية مهمة مثل المجلس الأعلى الإسلامي، الذي يمثله السيد عمار الحكيم ونائب رئيس الجمهورية عادل مهدي، والتيار الصدري بزعامة السيد مقتدى الصدر، وتيار الإصلاح برئاسة الدكتور إبراهيم الجعفري، وحزب الفضيلة الإسلامي. وينتمي إلى هذا التحالف أيضا رئيس المؤتمر الوطني العراقي أحمد الجلبي.

٤- التحالف الكردستاني:

يتألف هذا التحالف بالدرجة الأولى من الاتحاد الوطني الكردستاني بقيادة الرئيس العراقي جلال طالباني والحزب الديمقراطي الكردستاني بزعامة مسعود البرازاني إضافة إلى قوى صغيرة أخرى.

٥- ائتلاف وحدة العراق:

ويجمع بين ٣٨ حزبا وتنظيما. أبرز ممثليه وزير الداخلية ورئيس الحزب الدستوري جواد البولاني وزعيم صحوه الأنبار أحمد أبو ريشة، والشيخ أحمد عبد الغفور السامرائي رئيس الوقف السني. وانضم في ما بعد ضمن القائمة العراقية .

٦- جبهة التوافق العراقي:

تضم الحزب الإسلامي العراقي إلى جانب شخصيات مثل رئيس البرلمان إياد السامرائي السابق. وانظم ايضا في ما بعد الى القائمة العراقية والتي بمجموعها تمثل الطائفة السنية في العراق. بينما شكل التحالف الطني والذي يمثل الاحزاب والقوى الشيعية بقيادة ابراهيم الجعفري والمتمثلة بقائمتي دولة القانون والتحالف الوطني العراقي.

وتعتبر العملية الانتخابية أقصى درجات المشاركة السياسية فهي تتسم بقدر كبير من الاستمرارية والمشروعية وبذلك تعتبر انتخابات مجلس النواب لعام ٢٠١٠ نقطة تحول في تاريخ العراق. حيث شهدت اهتماما إعلاميا بارزا سواء على المستوى المحلي والعربي والدولي. وقد قام مرشحوا القوائم الانتخابية بتنظيم حملات للدعاية الانتخابية وإعلام برامجهم الانتخابية للناخبين حيث اعلنت المفوضية العليا للانتخابات نتائج الانتخابات بالاتي: ^(١)

٩١ مقعدا	القائمة العراقية
٨٩ مقعدا	قائمة ائتلاف القانون
٧٠ مقعدا	الائتلاف الوطني العراقي
٤٣ مقعدا	التحالف الكردستاني
٨ مقاعد	حركة التغيير (كوران)
٦ مقاعد	جبهة التوافق العراقية
٤ مقاعد	إئتلاف وحدة العراق
٤ مقاعد	الاتحاد الاسلامي الكردستاني
٢ مقعد	الجماعة الاسلامية الكردستانية

واهتم الباحثون بدراسة تأثير وسائل الإعلام على الاتجاهات السياسية وسلوكيات الناخبين ووجدوا أن تلك الوسائل تكون دائماً المصدر الرئيسي للمعلومات عن المرشحين والأحزاب السياسية. وتتيح وسائل الإعلام الفرصة للجمهور لمعرفة كل ما يتعلق بالحملة الانتخابية والمرشحين واتجاهاتهم نحو كافة القضايا ومدى تمتعهم بالخبرة السياسية وانعكاس كل ذلك على الأوضاع في بلادهم. ومن ناحية أخرى فإن وسائل الإعلام هي المصدر الرئيسي للمعلومات عن شخصيات المرشحين وبرامج الأحزاب السياسية. واتجاهات المرشحين نحو القضايا السياسية والاجتماعية والاقتصادية، التي تهم جمهور الناخبين في كل بلد من بلاد العالم.^(٧)

وتعتبر الانتخابات البرلمانية في المجتمعات الديمقراطية أحد سمات المجتمع المدني، الذي يقوم أعضاؤه بالتعبير عن معتقداتهم وأفكارهم من خلال إدلائهم بصوتهم في هذه الانتخابات لمن يرون أنه يحمل معتقدات وأفكاراً ماثلة. وتهتم الأحزاب والجماعات السياسية بفترة الانتخابات، حيث تعتبرها فرصة للتأثير في الناخبين، والحصول على دعمهم، وتستخدم تكتيكات الاتصال المختلفة ووسائله المتاحة للوصول لهؤلاء الناخبين والتأثير في قرارهم وعلى الرغم من صعوبة تأكيد أن وسائل الإعلام هي المؤثر الرئيسي في قرار الناخب إلا أنه يمكن القول أن لهذه الوسائل دوراً مهماً في هذا القرار من خلال ما تقدمه من معلومات سياسية وخصوصاً للناخبين المحتملين.^(٨)

اذ أصبحت وسائل الإعلام مصدراً مهماً يستمد منه الجمهور المعلومات والأخبار عن الأحداث المهمة، وعاملاً مساعداً في ترتيب الأولويات والاهتمامات، بما يؤدي إلى تحقيق الإجماع حول بعض القضايا، كما أن الإعلاميين يقومون بدور مهم في تشكيل الواقع السياسي، وذلك عن طريق اختيارهم للأخبار وطريقة عرضها في وسائل الإعلام مما أدى إلى أن البعض يعتبر القائمين بالاتصال المعلمين الجدد للمجتمع.^(٩)

مشكلة الدراسة وأهميتها :

تتحدد مشكلة الدراسة في رصد وتقويم الجمهور العراقي في الخارج لدور وسائل الإعلام العراقية والعربية والاجنبية في التأثير على اتجاهات الجمهور العراقي في انتخابات مجلس النواب من خلال تزويده بالمعلومات عن المرشحين وبرامجهم الانتخابية خلال حملة انتخابات مجلس النواب عام ٢٠١٠ وتقويم الناخبين لهذا الدور.

وتأتي أهمية الدراسة نتيجة غياب الدراسات الإعلامية التي تتناول تحديداً تقويم الجاليات العراقية في الخارج للحملات الانتخابية لمرشحي مجلس النواب وتغطيتها الإعلامية - وقيام الباحث - وبحكم تخصصه الأكاديمي في مجال الإعلام - بمراجعة التراث العلمي في مجال البحوث الإعلامية للوقوف على البحوث التي تناولت وسائل الإعلام في علاقتها (تحديداً) بالجاليات العراقية وبأهمية مشاركة الجاليات العراقية ومعرفة موقفها من العملية السياسية في العراق، حيث لوحظ في هذا الصدد غياب واضح لمثل هذه البحوث، الأمر الذي جعله يتجه إلى إجراء الدراسة التي بين أيدينا الآن والتي يمكن أن تكون محاولة هدفها إلقاء الضوء على مستوى الوعي بأهمية تقويم الحملات الانتخابية لمرشحي مجلس النواب وفعاليتها لدى قطاع له وزنه من المجتمع العراقي.

أهداف الدراسة :

١- رصد مدى تعرض جمهور الجالية العراقية لوسائل الإعلام المختلفة أثناء حملة انتخابات مجلس النواب العراقي.

٢- إكتشاف تأثير التعرض لحملات انتخابات مجلس النواب على السلوك الانتخابي للجمهور العراقي في الخارج.

٣- معرفة تقويم جمهور الجالية العراقية لما قدمته وسائل الإعلام المختلفة من معلومات حول انتخابات مجلس النواب.

تساؤلات الدراسة :

- ١- ما تعرض الجمهور لوسائل الاتصال المختلفة أثناء الحملات الانتخابية؟
- ٢- ما حرص الجمهور على متابعة الحملات الانتخابية لمرشحي انتخابات مجلس النواب ؟
- ٣- ما المعلومات التي حرص أفراد الجمهور على الحصول عليها عن الانتخابات من خلال وسائل الإعلام؟
- ٤- ما رأى الجمهور في مدى توافر معايير التغطية الإعلامية للحملات في وسائل الإعلام؟
- ٥- ما تقويم الجمهور لإعلانات انتخابات مجلس النواب في وسائل الإعلام؟
- ٦- ما تقويم الجمهور للحملات الانتخابية بانتخابات مجلس النواب ومقترحاتهم لتطويرها؟

فروض الدراسة :

- توجد علاقة دالة إحصائية بين متغيرات (العمر، ومستوى التعليم) للجمهور وبين متابعة الجمهور للحملات الانتخابية لمرشحي انتخابات مجلس النواب العراقي.
- توجد علاقة دالة إحصائية بين التعرض لوسائل الإعلام والسلوك الانتخابي للجمهور العراقي .

نوع الدراسة ومنهجها:

تنتمي الدراسة إلى البحوث الوصفية الكمية . وقد استخدم الباحث في إطار هذه الدراسة منهج المسح survey لدراسة تعرض الجمهور العراقي للحملات الانتخابية لمرشحي مجلس النواب العراقي ٢٠١٠ ، وتقييم هذه العينة للتغطية الإعلامية لتلك الحملات .^(١٠)

مجتمع الدراسة:

تمثل مجتمع الدراسة بجمهور من الجالية العراقية المقيمة في القاهرة وفقاً للأرقام التي أعلنتها المفوضية الانتخابية العراقية في القاهرة، فإن عدد العراقيين الذين يقيمون في مصر يقدر بـ (٩٠٠٠) فرد، واقل من نصفهم تقريباً يحق لهم التصويت في الانتخابات. حيث فتحت المفوضية المراكز الانتخابية في أحياء مدينة نصر ومدينة الرحاب شمال شرق العاصمة، وفي محافظة الجيزة بشوارع الهرم ، وفي محافظة ٦ أكتوبر، ومدينة المنصورة بالوجه البحري شمال شرق الدلتا، ومحافظة الإسكندرية.

عينة الدراسة :

حدد الباحث عينة الدراسة من ٢٠٠ مفردة من جمهور الجالية العراقية المقيمين في القاهرة وتم اختيارهم وفقاً لمعايير العينات غير الاحتمالية باستخدام العينة المتوافرة (المتاحة) حيث مثل الباحث في الدراسة المتغيرات الديموجرافية الخاصة بالعمر والتعليم.^(١١)

أسلوب جمع البيانات :

استخدم الباحث صحيفة الاستبيان لجمع البيانات من عينة الدراسة ، وقد تضمنت الصحيفة نحو ٢١ سؤالاً تضمنت ثلاثة محاور:

- المحور الأول :اختص بمدى تعرض الجمهور للحملات الانتخابية .
- المحور الثاني: اهتم بالتعرف على تقويم عينة الدراسة للتغطية الإعلامية للحملات الانتخابية.

- المحور الثالث: رصد تصورات المبحوثين عن الشكل المستقبلي للحملات الانتخابية ، ومقترحات تطويرها.

- إجراءات الصدق والثبات:

١-الاختبار القبلي :

تم تطبيق الاختبار القبلي على عينة عمدية قوامها (٢٠) فرد من جمهور عينة الدراسة المقترحة من العراقيين المقيمين في القاهرة لمعرفة آرائهم الاولية في الاستمارة ، وعلى ضوء ذلك تم حذف بعض الاسئلة التي كانت تدور على جوانب سياسية لرفض العينة الاجابة عليها.

٢- اختبار صدق المحتوى:

تم تطبيق صدق المحتوى أو صدق المضمون (Content Validit) في تقدير صدق محتوى الاستبانة. وذلك من خلال قيام الباحث بعرض أدواته البحثية القياسية (استمارات الاستبانة ونتائج التحليل لها) على مجموعة من الخبراء والمتخصصين بمجال بحوث (الإعلام ، الرأي العام ، مناهج البحث العلمي).^(١٦) لاختبار صدق المحتوى والتحليل وقد تم الاستئناس بآرائهم وملاحظاتهم.

أسلوب التحليل الإحصائي :

استخدم الباحث أسلوب التحليل الإحصائي الوصفي باستخدام الحاسب الآلي على حزم البرنامج الإحصائي spss win وتم استخدام الأساليب الإحصائية التالية في معالجة البيانات:

١- الجداول التكرارية البسيطة .

٢- المتوسطات المرجحة والانحرافات المعيارية .

٣- اختبار كا ٢ .

الدراسات السابقة :

- دراسة صفوت العالم (١٩٨٧):^(١٧)

وقد هدفت الدراسة إلى معرفة وسائل وأساليب الدعاية الانتخابية في النظم السياسية المختلفة بالتطبيق على ثلاث حالات هي الانتخابات النيابية السادسة لعضوية مجلس الأمة الكويتي فبراير ١٩٨٥ ، وانتخابات مجلس الشعب الهندي في ديسمبر ١٩٨٤ وانتخابات الرئاسة الأمريكية في نوفمبر ١٩٨٤ ، بالإضافة إلى التركيز على دراسة حالة الدعاية الانتخابية للأحزاب السياسية المصرية خلال انتخابات الفصل التشريعي لمجلس الشعب المصري عام ١٩٨٤ هذا مع دراسة الجوانب المختلفة للدعاية من حيث التنظيم والتخطيط والمرتكزات الدعائية والوسائل وتحليل مضمون الصحف الحزبية والمطبوعات والشعارات والهتافات والرموز والبرامج السياسية الانتخابية للأحزاب

- دراسة محمد كمال عبد الرؤف^(١٨) (١٩٨٦):

هدفت الدراسة إلى تحديد الملامح الأساسية للدعاية الانتخابية في مصر من جميع جوانبها والعوامل المؤثرة فيها ، ومدى تأثير البيئة الانتخابية على أساليب وأنماط الدعاية الانتخابية ، وكذلك التعرف على أساليب الممارسات الدعائية في مجال الانتخابات البرلمانية ، والوسائل التي تستلزمها تلك الأساليب مع تحديد الأهمية النسبية لكل أسلوب ووسيلة . أما عينة الدراسة فتمثلت في مجتمع أعضاء مجلس الشعب المصري وهم أعضاء الفصل التشريعي

- دراسة جمال عبد العظيم: (٢٠٠١)^(١٩)

وقد هدفت الدراسة الى التعرف على مدى حرص قادة الرأي على المشاركة في الانتخابات مع

رصد أشكال المشاركة التي يقبل عليها قادة الرأي . وتحديد دوافع هذه المشاركة ومعوقاتها . والكشف عن التأثيرات المتبادلة بين النظام السياسي والنظام الصحفي والجمهور في إطار قضية المشاركة السياسية . ومن خلال اطلاع الباحث على عدد غير قليل من الدراسات السابقة التي تناولت الانتخابات وحملاتها الاعلامية : أظهرت نتائج الدراسات السابقة عدة مؤشرات يمكن تلخيصها فيما يلي :

- أهمية الحملات الانتخابية للأحزاب والمرشحين في تقديم معلومات عن البرامج الانتخابية للمرشحين
- تلعب الحملات الانتخابية دوراً مهماً في التأثير على القرار الانتخابي للناخبين .
- تلعب الوسائل الحديثة مثله في الإنترنت دوراً بارزاً في تغطية الحملات الانتخابية وكذلك وسيلة اتصال يستخدمها المرشحون في دعايتهم الانتخابية .
- يستعين العديد من مرشحي الانتخابات بخبراء في الاتصال والتسويق السياسي للتخطيط وإدارة حملاتهم الانتخابية .

نتائج الدراسة الميدانية ومناقشتها:

١ - عينة الدراسة وفقاً للمستوى التعليمي:

أظهرت نتائج البيانات المستوى التعليمي لعينة الدراسة البالغ عددها ٢٠٠ مفردة على النحو الآتي:

جدول رقم (١) المستوى التعليمي لعينة الدراسة

المستوى التعليمي	ك	%
جامعي	١٥١	٧٥,٥
أقل من جامعي	٤٩	٢٤,٥
المجموع	٢٠٠	١٠٠

يوضح الجدول السابق أن حوالي ثلاثة أرباع عينة الدراسة حاصلون على تعليم جامعي بنسبة ٧٥,٥٪ في حين أن النسبة الأقل هي من غير الجامعيين وهي ربع العينة تقريباً و بنسبة ٢٤,٥٪. وهذا يظهر لنا أن أغلب أفراد الجالية العراقية المقيمة في الفاهرة هم من الكفاءات العلمية والتي غادرت العراق بسبب ظروفه السياسية أو الأراهاب أو العنف .

٢ - عينة الدراسة وفقاً للمستوى العمري:

جدول رقم (٢) عينة الدراسة وفقاً للمستوى العمري

الفئات العمرية	ك	%
من ١٨ إلى أقل من ٤٠ سنة	٩١	٤٥,٥
٤٠ سنة فأكثر	١٠٩	٤٥,٥
المجموع	٢٠٠	١٠٠

يشير الجدول رقم (٢) إلى أن أكثر من نصف العينة تقع في فئة أكثر من ٤٠ سنة . وهي المرحلة العمرية التي تتميز بالنضج والاتزان والعقلانية. وهي للأسف فئة منتجة لكنها معطلة لعدم توفر فرص العمل لها مما يفقد العراق الكثير من القوى العاملة. في حين جاءت باقي مفردات العينة أقل من ٤٠ سنة وهي ٤٥,٥٪ وهي فئة الشباب.

٣- القنوات الفضائية العراقية التي اعتمدت عليها عينة الدراسة في متابعة الحملات الانتخابية .

جدول رقم (٣) القنوات الفضائية العراقية التي تعتمد عليها العينة في متابعة الحملات الانتخابية

الفضائيات العراقية	ك	%
الشرقية	٩٠	٤٥
البغدادية	٧٧	٣٨,٥
السومرية	٣٣	١٦,٥
المجموع	٢٠٠	١٠٠

بيانات الجدول اعلاه تبين ان عينة الدراسة فضلت قناة الشرقية بنسبة ٤٥٪ في متابعة الحملات الانتخابية تلتها قناة البغدادية بنسبة ٣٨,٥٪ ثم قناة السومرية ١٦,٥٪. ويظهر لنا من الجدول اعلاه ان القنوات الفضائية الخاصة جاءت بنسب متقدمة حيث لم تحصل قناة العراقية الحكومية على اي نسبة من متابعة الحملات الانتخابية. وذلك لقيام القنوات الفضائية الخاصة وخاصة قناة الشرقية بتوجيه انتقادات حادة للحكومة ومجلس النواب السابق من خلال برامجها الحوارية او الدراما او الاعلانات أو ان هناك جمهور من الجالية يأخذ موقفا من قناة العراقية التي تمثل الدولة العراقية .

٤- افضل القنوات الفضائية العربية التي اعتمدت عليها عينة الدراسة في متابعة الحملات الانتخابية

جدول رقم (٤) القنوات الفضائية العربية الأكثر تفضيلاً من عينة الدراسة في متابعة الحملات

الانتخابية

الفضائية العربية	ك	%
العربية	١٧٧	٤٧,٧
الجزيرة	٢٣	٢٦,٧
المجموع	٢٠٠	١٠٠

بيانات الجدول اعلاه تبين ان عينة الدراسة فضلت قناة العربية في الترتيب الاول ضمن القنوات العربية التي اهتمت بالعملية الانتخابية وقيامها بالتغطية الواسعة للحملات الانتخابية بنسبة ٤٧,٧٪. تلتها قناة الجزيرة بنسبة ٢٦,٧٪. وتأتي هذه النتيجة نتيجة للتغطية التي قدمتها قناة العربية من برنامج يومي اسمه (سباق البرلمان) والذي تقريبا غطى بشكل كبير الحملة الانتخابية لاغلب القوى والقوائم الرئيسية المشاركة في الانتخابات، إضافة الى تغطية مراسليهم المنتشرين اثناء الحملة الانتخابية عموم العراق.

٥- مدى حرص المبحوثين على متابعة الحملات الانتخابية:

جدول رقم (٥) مدى الحرص على متابعة الحملات الانتخابية

مدى الحرص على المتابعة	ك	%
حرصت على متابعتها إلى حد كبير	٦٧	٣٣,٥
حرصت على متابعتها إلى حد ما	٧٤	٣٧
نادرا ما كنت أتابعها	٤٢	٢١
لم أتابعها	١٧	٨,٥
المجموع	٢٠٠	١٠٠

يتضح من الجدول رقم (٥) أن نسبة كبيرة من المبحوثين بلغت نحو نسبة ٣٧٪ حرصت على متابعة الحملات الانتخابية إلى حد ما وهو مؤشر إلى المتابعة متوسطة الكثافة لهذه الحملات ، تليها نسبة الحرص إلى حد كبير بنسبة ٣٣,٥ ٪ ، تليها المتابعة النادرة و بنسبة ٢١٪ ثم عدم المتابعة و بنسبة ٨,٥ ٪ . ويعنى ذلك أن أفراد العينة تابعوا الحملات الانتخابية لمرشحي مجلس النواب ولكن بصورة متباينة .

٦-المعلومات التي حرص أفراد العينة على متابعتها:

جدول رقم (٦) المعلومات التي حرص أفراد العينة على متابعتها(١٥)

المعلومات	التكرار	٪
البرنامج الانتخابي للمرشح	١١٣	٤٣,٣
آراء المرشح في القضايا الداخلية	٤٤	١٦,٨
آراء المرشح في القضايا الخارجية	٤٢	١٦,١
خلفية تاريخية عن المرشح	٤٠	١٥,٣
معلومات عن الحزب او القائمة الذي ينتمى إليها المرشح	٢٢	٨,٥
المجموع	٢٦١	١٠٠

يتضح من نتائج الجدول اعلاه أن معلومة البرنامج الانتخابي للمرشح جاءت في مقدمة المعلومات التي حرص أفراد العينة على الحصول عليها عن المرشح وذلك وبنسبة ٤٣,٣٪ من إجمالي العينة . وهذه البرامج قد بثت من بعض القنوات الفضائية العراقية والعربية على حدٍ سوى مثل(قناة العربية وقناة البغدادية وقناة الشرقية والسومرية). وهو ما يشير إلى اهتمام العينة بما يقدمه المرشح من أفكار عامة تعد مناصراً لبرنامج الانتخابي او لقائمه، وتقاربت النسبة للمعلومات الأخرى فجاءت المعلومات عن آراء المرشح في القضايا الداخلية و بنسبة ١٦,٨ ٪ وهو ما يشير إلى اهتمام المبحوث بالشأن الداخلي للعراق. ثم معلومات عن آراء المرشح في القضايا الخارجية وبنسبة ١٦,١ ٪ ثم معلومات عن الخلفية التاريخية عن المرشح وبنسبة ١٥,٥ ٪ وأخيراً معلومات عن القائمة او الحزب الذي ينتمى إليه المرشح و بنسبة ٨,٥ ٪.

٧-مدى تعرض عينة الدراسة لأكثر وسائل الاتصال المستخدمة في الحملات الانتخابية لمرشحي مجلس النواب:

جدول رقم (٧) تعرض عينة الدراسة لأكثر وسائل الاتصال في الانتخابات

مدى التعرض الوسيلة	دائماً		أحياناً		نادراً		الانحراف المعياري	الوزن النسبي
القنوات الفضائية	١٢١	٦٠,٥	٦٠	٣٠	١٧	٨,٥	٠,٧٣٧	٧٧,٠
الانترنت	١٠٤	٥٢	٦٩	٣٤,٥	٢٢	١١	٠,٧٢٧	٧٥,٧

يتضح من الجدول أن القنوات الفضائية تأتي في مقدمة وسائل الاتصال التي تابعت من خلالها العينة الحملات الانتخابية حيث جاءت تكرارات الفئة دائماً بنسبة ٦٠,٥٪ دائماً وجاءت أحياناً بنسبة ٣٠٪ من تعرض العينة ثم بين ٨,٥٪ نادراً ما يتعرضون من العينة يليه الانترنت بنسبة ٥٢٪ دائماً ما يتعرضون للانترنت وبين ٣٤,٥٪ أحياناً ما يتعرضون للانترنت ونادراً ما يتعرضون بنسبة ١١٪. وهو ما يعطى مؤشراً على أهمية وسائل الاتصال الجماهيرية في أثناء انتخابات مجلس النواب في تقديم معلومات للجمهور عن المرشحين خاصة التلفزيون والانترنت حيث قامت العديد من القنوات التلفزيونية بتغطية الانتخابات سواء في نشراتها الإخبارية أو برامجها الحوارية إلى جانب الإعلانات من خلال موادها المتنوعة.

٨-التعرض للمواقع الإلكترونية التي قامت بتغطية الحملات الانتخابية للمرشحين

جدول رقم (٨) تعرض الباحثين للمواقع الإلكترونية أثناء فترة الانتخابات (١٥)

أنواع المواقع	التكرار	ك
مواقع اخبار العراق المتعددة	٥٥	١٩,٣
مواقع وكالات الأنباء	٥٤	١٩
مواقع مرشحي القوائم الانتخابية	٥١	١٧,٩
مواقع إخبارية عربية	٤٨	١٦,٩
مواقع إخبارية إلكترونية لشبكات ومحطات تلفزيونية عراقية	٣٣	١١,٦
مواقع صحف إلكترونية لجرائد ومجلات	٤٣	١٥,١
المجموع	٢٨٤	١٠٠

سعت الدراسة إلى استكشاف ما إذا كانت المواقع الإلكترونية على شبكة الإنترنت قد حظيت بتعرض جمهور الناخبين لها بشأن وسائل الإعلام التقليدية . وللتعرف على ما إذا كانت تلك الوسيلة الإلكترونية قد تم استخدامها كوسيلة إعلامية في هذه الانتخابات . وتحديد أكثر المواقع استخداماً من جانب الجمهور لتابعة تغطية الحملات الانتخابية لمرشحي مجلس النواب . وقد أسفر النتائج ما يلي: أن المواقع الإلكترونية حظي بمعدلات تعرض عالية . إذ سجلت المواقع التي احتلت الترتيبات الثلاثة الأولى

على التوالي هي: مواقع اخبار العراق المتعددة بنسبة ١٩.٣٪، يليها مواقع وكالات الأنباء و بنسبة ١٩٪. ثم مواقع مرشحي القوائم الانتخابية و بنسبة ١٧.٩٪، وبين ١١.٦٪ أنهم يتابعون مواقع إخبارية إلكترونية لشبكات ومحطات تليفزيونية عراقية. وأشار ١٥.١٪ من العينة أنهم يتابعون مواقع صحف إلكترونية لجرائد ومجلات. وتدل نتائج الجدول اعلاه إلى أن مستخدمي الوسائل الإلكترونية يسعون إلى الحصول على الأخبار والتحليلات حول انتخابات مجلس النواب من المصادر الأساسية التي يأتي على رأسها مواقع اخبار العراق المتعددة التي تمارس عملها بحرية كبيرة. وبصورة عامة ان عينة الدراسة تستخدم الانترنت بنسبة عالية وذلك لتوفرة خدماته على مدار الساعة وانخفاض التكاليف ومن ثم استخدامه للتواصل مع بلدهم العراق وأسرههم واستخدام التقنيات الموجودة فيه والتي اغلبها مجانية.

٩-تقييم المبحوثين للحملات الانتخابية لمرشحي مجلس النواب :

جدول رقم(٩) تقييم المبحوثين لحملات المرشحين

سمات الحملة مدى الموافقة	موافق	لا أعرف	غير موافق	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي
الحملة الانتخابية مدروسة ومخطط لها	١٣٠	٣٠	٤٠	٢,٣١	٠,٧٣٧	٧٧,٠
امتازات الحملة بتنوع وسائل الاتصال المستخدمة	١٣٢	٤٨	٢٠	٢,٢٧	٠,٧٢٧	٧٥,٧
امتازت الحملة بشعار مقنع وسهل حفظه	٩٠	٤٤	٦٦	٢,٢٧	٠,٧٠١	٧٥,٧
ركزت الحملة على قضايا تهم المواطن	١٥٨	٧٩	٣٢	٢,١٩	٠,٧٧٣	٧٣,٠
قدمت الحملة المرشح في صورة جذابة ومقنعة	٨٨	٤٤	٧٩	٢,١٧	٠,٧٧٧	٧٢,٣

إستهدفت الدراسة التعرف على تقييم المبحوثين للحملات الانتخابية لمرشحي مجلس النواب . ففى سؤال مغلق طلب من المبحوثين تحديد مدى موافقتهم على مجموعة من العبارات التي يمكن من خلالها تحديد القيم التي تحكم تقديرهم لتلك الحملات . وقد جاءت إجاباتهم على النحو المبين فى الجدول اعلاه:

أن أفراد العينة يقيمون بنسبة عالية الحملات الانتخابية التي تركز على القضايا التي تهم الوطن باعتبارها تهم المواطنين فى الوقت نفسه .وجاءت الحملة الانتخابية مدروسة ومخطط لها ولذلك جاءت هذه الفئة فى مقدمة القيم التي تحكم تقديرهم للحملة الانتخابية و بنسبة ٦٥٪ موافقتهم وأشار ٢٥٪ من العينة الى عدم موافقتهم في حين لم يبدون اي موقف بنسبة ١٥٪ من العينة . يليها تميز الحملة بتنوع وسائل الاتصال حيث جاءت قيمة موافق و بنسبة ٦٦٪ من العينة وبين عدم معرفتهم و بنسبة ٢٤٪ ثم اوضح ١٠٪ من العينة الى عدم موافقتهم . وكذلك تميزت الحملات بشعار مقنع وسهل

الحفظ حيث وافق عليها ما نسبته ٤٥٪ من العينة ووضح ٢٢٪ عدم معرفتهم وبين ٣٣٪ عدم معرفتهم نهائياً. وأخيراً قدمت الحملة المرشح في صورة جذابة ومقنعة وبنسبة موافقة تقدر ب ٤٤٪ من العينة ونسبة عدم الموافقة ٣٩,٥٪ من ذات العينة وتشير تلك النتائج إلى التقييم الإيجابي للحملات الانتخابية خاصة كونها مخططة وتركز على القضايا التي تهم المواطن بالفعل. لكن المبحوثين يشعرون أن هذه الشعارات التي يطلقها المرشحون مجرد كلام ولم تجدي نفعا عند ترشيحهم للفوز. حيث اغلب القوائم رددت شعار التغيير والخدمات الأساسية بما فيهم قائمة دولة القانون التي تحكم البلد الآن.

١٠- تقييم المبحوثين لأداء المرشحين في لقاءاتهم الإعلامية:

جدول رقم (١٠) تقييم المبحوثين للأداء الانتخابي للمرشحين

المجموع	موافق		لا أعرف		غير موافق		العبارة الموافقة
	ك	٪	ك	٪	ك	٪	
٢٠٠	١٠٩	٥٤,٥	٣٥	١٧,٥	٥٦	٢٨	تمكن المرشح من التحدث أمام وسائل الاعلام بكفاءة
٢٠٠	١٦٢	٨١	٢٢	١١	١٦	٨	اختبار المرشح موضوعات تهم الجمهور
٢٠٠	١٢٢	٦١	٤٠	٢٠	٣٨	١٩	اهتم المرشح بمظهره العام أمام الجمهور
٢٠٠	١٢٥	٦٢,٥	٤٨	٢٤	٢٧	١٣,٥	اختار المرشح مواقع هامة لإجراء لقاءاته الجماهيرية
٢٠٠	٨٦	٤٣	٤٩	٢٤,٥	٦٥	٣٢,٥	استطاع المرشح أن يجذب انتباه واهتمام الحاضرين والمشاهدين عبر وسائل الإعلام
٢٠٠	١٠٩	٥٤,٥	٣٥	١٧,٥	٥٦	٢٨	تمكن المرشح من التحدث أمام وسائل الاعلام بكفاءة
٢٠٠	١٦٢	٨١	٢٢	١١	١٦	٨	غير نافعة
٢٠٠	١٢٢	٦١	٤٠	٢٠	٣٨	١٩	عادية وفقيرة من المعرفة.

يتضح من نتائج الجدول اعلاه أن تقييم أداء مرشحي مجلس النواب في لقاءاتهم الجماهيرية عبر وسائل الاعلام تميل نحو الإيجابية . فجاءت عبارة اختبار المرشح موضوعات تهم الجمهور في فئة أوافق بنسبة ٨١٪ ولا اوافق وبنسبة ٨٪ وعبارة اختيار المرشح مواقع هامة لإجراء لقاءاته الجماهيرية في فئة أوافق وبنسبة ٦٢,٥٪ ولا اوافق وبنسبة ٣٢,٥٪ وعبارة اهتم المرشح بمظهره أمام الجمهور في فئة موافق بنسبة ٦١٪ ولا اوافق وبنسبة ١٩٪ وعبارة أجاد المرشح التحدث أمام الجمهور في فئة أوافق بنسبة ٥٤٪ ولا اوافق وبنسبة ٢٨٪ وعبارة استطاع أن يجذب انتباه واهتمام الحاضرين والمشاهدين للقاء عبر وسائل الإعلام في فئة أوافق بنسبة ٤٣٪ ولا اوافق وبنسبة ٣٢,٥٪ وتشير تلك النتائج إلى تقييم المبحوثين الإيجابي لأداء مرشحي مجلس النواب .

١١- رأى المبحوثين في مدى توفر معايير تغطية الحملات الإعلامية في وسائل الإعلام العراقية:

جدول رقم (١١) رأى المبحوثين في توفر معايير التغطية الانتخابية بالحملات في التلفزيون

الوسيلة معياري التغطية		القنوات العراقية الخاصة		الفضائية العراقية الحكومية		الفضائيات العربية	
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
٩٠	٤٥	٤٠	٢٠	٧٠	٣٥		
٨٨	٤٤	٢٢	١١	٩٠	٤٥		
٧٥	٣٨,٥	٣٠	١٥	٩٥	٤٦,٥		
٧٠	٣٥	٥٠	٢٥	٨٠	٤٠		
٨٩	٤٤,٥	٣٤	١٧	٧٧	٣٨,٥		
٩٠	٤٥	٥٠	٢٥	٦٠	٣٠		

يتضح من نتائج الجدول رقم (١١) أن القنوات الفضائية العراقية الخاصة من حيث معيار عدم التحيز جاءت بالاهتمام الاول وبنسبة ٤٥٪ من وجهة نظر المبحوثين قياساً بالقنوات الفضائية العربية وبنسبة ٣٥٪ والفضائية العراقية وبنسبة ٢٠٪. وبينت نتائج الدراسة ان القنوات الفضائية العربية كانت هي اكثر امانة في عرض المعلومات عن المرشحين وبنسبة ٤٥٪ قياساً الى القنوات الفضائية العراقية الخاصة ٤٤٪ وقناة العراقية الحكومية ١١٪. وجاءت ايضا القنوات الفضائية العربية وبنسبة ٤٦,٥٪ بتغطية متوازنة بين المرشحين ثم القنوات العراقية الخاصة وبنسبة ٣٨,٥٪ تليها قناة العراقية الحكومية وبنسبة ٣٠٪. وحازت القنوات الفضائية العربية على نسبة ٤٠٪ من موافقة عينة الدراسة على عدم مجاملتها للمرشحين تلها القنوات العراقية الخاصة وبنسبة ٣٥٪ ثم قناة العراقية وبنسبة ٢٥٪. واطهرت النتائج ان القنوات الخاصة كانت هي الاكثر في توجية انتقاد المرشح بأسلوب جرح وبنسبة ٤٤,٥٪ من العينة تلها القنوات الفضائية العربية وبنسبة ٣٨,٥٪ ثم قناة العراقية الحكومية وبنسبة ١٧٪. وكشفت النتائج ان القنوات الخاصة كانت تغطيها لآخبار المرشحين وحملاتهم الانتخابية بأكثر من أسلوب وشكل إعلامي من الأشكال المقدمة في الوسيلة وبنسبة ٤٥٪ تلها القنوات الفضائية العربية وبنسبة ٣٠٪ ثم القناة الفضائية العراقية الحكومية وبنسبة ٢٥٪.

وتدل النتائج اعلاه على عدة مؤشرات هي: حصول القنوات الفضائية العراقية الخاصة على ترتيب متقدم في امتلاكها لمعايير إيجابية في تغطية الانتخابات وذلك من خلال عدم التحيز وهي الاكثر في انتقاد المرشح بأسلوب جرح و تغطيها لآخبار المرشح وحملتهم الانتخابية بأكثر من أسلوب وشكل إعلامي من الأشكال المقدمة في الوسيلة. بينما جاء موقف الفضائية العراقية الحكومية من خلال المعايير اعلاه في الترتيب الثالث قياساً بالفضائيات العراقية الخاصة والعربية وهذه النتيجة من وجهة

نظر الباحث تعود الى موقف العينة من القناة الفضائية العراقية باعتبارها مولة من الحكومة العراقية او لمواقف ساسية مسبقة منها.

١٢-تقييم العينة لإعلانات مرشحي مجلس النواب في وسائل الإعلام:

جدول رقم (١٢) تقويم المبحوثين لإعلانات مرشحي مجلس النواب

عناصر التقييم الإعلانات التلفزيونية	جيد		متوسط		غير فعال		المجموع
	ك	%	ك	%	ك	%	
محتوى الإعلان	٩٤	٤٧	٧٩	٣٩,٥	٢٧	١٣,٥	٢٠٠
نوع الإعلان	٩٤	٤٧	٨٢	٤١,٥	٢٤	١٢	٢٠٠
الألوان المستخدمة	٧٥	٣٧,٥	٧١	٣٥,٥	٥٤	٢٧	٢٠٠
الصورة المستخدمة	١١٠	٥٥	٥١	٢٥,٥	٣٩	١٩,٥	٢٠٠
نص الإعلان	٧٧	٣٨,٥	٨٢	٤١	٤١	٢٠,٥	٢٠٠
الشعار المستخدم	٨٧	٤٣,٥	٦٨	٣٤	٤٥	٢٢,٥	٢٠٠
توقيت عرض الإعلان	١٠٢	٥١	٦٩	٣٤,٥	٢٩	١٤,٥	٢٠٠
مدة الإعلان	٥٨	٢٩	١٠٢	٥١	٤٠	٢٠	٢٠٠
الشعار المستخدم	٩٦	٤٨	٥١	٢٥,٥	٥٣	٢٦,٥	٢٠٠
إخراج الإعلان	١١٠	٥٥	٥٤	٢٧	٣٦	١٨	٢٠٠

يتضح من الجدول اعلاه أن درجة تقييم أفراد العينة للصور التلفزيونية المستخدمة في إعلانات المرشحين كانت أكثر العناصر إيجابية في التقييم حيث جاءت في فئة جيد بنسبة ٥٥ % وبنسبة غير فعال ١٣,٥ % كما ارتفعت تكرارات عناصر (محتوى الإعلان و نوع الإعلان) حيث حققا نسبة ٤٧ % لكل منهما. وبنسبة جيد وجاءت نسبة غير فعال (١٢,٧ %) ولكل منهما على التوالي. ثم جاء تقييم المبحوثين للصورة المستخدمة في الاعلانات الخاصة بالحملات وبنسبة ٥٥ % جيدة وبيّنت انها غير فعالة وبنسبة ١٩,٥ %. واطهرت لنا النتائج ان النصوص المستخدمة في الاعلانات وبنسبة جيد كانت ٣٨,٥ % بينما ظهر لنا عدم فعالية النص في الاعلان وبنسبة ١٩,٥ %. وأشار ٤٣,٥ % من العينة الى ان الشعار المستخدم كان جيداً وبين ٢٦,٥ % من العينة انهم لا يرون اي فعالية للشعارات المستخدمة. ومن خلال النتائج تبين ان اكثر من نصف العينة ٥١ % ان وقت عرض الاعلانات الخاصة بالحملات كان جيداً. ويرى ١٤,٥ % من العينة ان وقت عرض الاعلانات الخاصة بالحملات غير مناسب. و بين اكثر من نصف العينة ٥٥ % قناعتهم بطريقة اخراج الاعلانات في حين يرى ١٨ % من العينة ان طريقة عرض الاعلانات غير مناسبة.

١٣- أكثر الفنون التلفزيونية التي تابع أفراد العينة أخبار المرشحين من خلالها:

جدول رقم (١٣) الفنون التلفزيونية التي تابع أفراد العينة أخبار المرشحين من خلالها الفنون

التلفزيونية

الفنون التلفزيونية	التكرار	ك
الخبر التلفزيوني	٢٧	١٣,٥
المقابلات والحوارات التلفزيونية	٩٠	٤٥
التقرير	٤١	٢٠,٥
التحقيق	٤٢	٢١
المجموع	٢٠٠	١٠٠

يتضح من نتائج الجدول اعلاه أن المقابلات الخاصة بالتلفزيونية تعد من أكثر الفنون التلفزيونية التي تابع أفراد العينة أخبار ونشاط مرشحي مجلس النواب من خلالها حيث جاء بنسبة ٤٥ ٪ يليه التحقيق بنسبة ٢١ ٪. يليه التقرير بنسبة ٢٠,٥ ٪ ثم الخبر بنسبة ١٣,٥ ٪ ويتضح من خلال النتائج أن المقابلات الخاصة بالتلفزيونية يأتي في مقدمة الأشكال التي تابع من خلالها المبحوثين أخبار الانتخابات وهذا ما عملت به القنوات الفضائية الخاصة مثل البغدادية والشرقية والسومرية .

١٤- أكثر التغطيات التلفزيونية التي تابع أفراد العينة أخبار وأنشطة مرشحي مجلس النواب من خلالها :

جدول رقم (١٤)

التغطيات التي تابع المبحوثون أخبار المرشحين من خلالها

شكل التغطية	التكرار	٪
نشرات الأخبار	٦٦	٣٣
التقارير الإخبارية التلفزيونية	٦٦	٣٣
البرامج الحوارية	٦٨	٣٤
المجموع	٢٠٠	١٠٠

يتضح من خلال الجدول أن البرامج الحوارية جاءت في مقدمة أشكال التغطية الإخبارية بمجموع بنسبة ٣٤ ٪ ، يليها كل من نشرات الأخبار والتقارير الإخبارية التلفزيونية) بنسبة ٣٣ ٪ لكل منهما . وهو ما يوضح أهمية الحوار من خلال البرامج الحوارية مع مرشحي مجلس النواب أو الخبراء في توضيح أفكار وبرامج وأنشطة المرشحين وهو ما يتفق مع نتائج الجدول السابق.

١٥- الاقتناع بالوعود الانتخابية للمرشحين :

جدول رقم (١٥)

إقتناع المبحوثين بالوعود الانتخابية للمرشحين

مدى الإقناع	التكرار	%
مقتنع جداً	٣	١,٥
مقتنع	٢٨	١٤
غير مقتنع	٩٦	٤٨
غير مقتنع إلى حد ما	٧٣	٣٦,٥
المجموع	٢٠٠	١٠٠

يتضح من نتائج الجدول اعلاه أن أفراد العينة يميلون الى ان برامج مرشحي مجلس النواب غير مقنعة بنسبة ٤٨٪ يليه البديل غير مقتنع إلى حد ما بنسبة ٣٦,٥٪ يليه البديل مقتنع بنسبة ١٤٪ وأخيراً مقتنع جداً ١,٥٪ وتشير نتائج الجدول إلى أنه بالرغم من التقييم السلبي الذي أبداه المبحوثين ازاء الحملات الانتخابية للمرشحين إلا أن الاقتناع بمدى قدرتهم على تحقيق الوعود الانتخابية كان ضعيفاً ولم يكن قوياً .

١٦- مدى واقعية وعود المرشحين الانتخابية:

جدول رقم (١٦) تقييم المبحوثين لوعود المرشحين

مدى الواقعية	التكرار	%
واقعية جداً	٢	١
واقعية	٢٢	١١
خيالية جداً	١٠٥	٥٢,٥
خيالية	٧١	٣٥,٥
المجموع	٢٠٠	١٠٠

يتضح من نتائج الجدول أن أفراد العينة يميلون إلى الاعتقاد بخيالية الوعود الانتخابية لمرشحي مجلس النواب حيث جاء البديل خيالية جداً بنسبة ٥٢,٥٪ يليه البديل خيالية بنسبة ٣٥,٥٪ . يليه البديل واقعية بنسبة ٢٢٪ وأخيراً واقعية جداً بنسبة ١٪ ويدعم تلك النتائج الجدول السابق حيث أبدت نسبة كبيرة من المبحوثين رؤيتها في الوعود الانتخابية للمرشحين بأنها خيالية جداً وخيالية ما يدل على صعوبة اقتناع المبحوثين بالبرامج الانتخابية للمرشحين. وهذا يأتي نتيجة ضعف البرلمان السابق في تحقيق الوعود التي اطلقها المرشحون انذاك .

١٧- تقييم أفراد عينة الدراسة للفترة الزمنية التي تم تحديدها للحملة الانتخابية:

جدول رقم (١٧) تقويم المبحوثين للفترة الزمنية للحملة الانتخابية

مدى كفاية الفترة الزمنية	التكرار	%
كافية جداً	٢٠	١٠
كافية	٥٥	٢٧,٥
غير كافية	٦١	٣٠,٥
تحتاج فترة أطول	٦٤	٣٢
المجموع	٢٠٠	١٠٠

يتضح من نتائج الجدول أن أفراد العينة يرون أن الفترة الزمنية للحملة الانتخابية كانت تحتاج إلى مدة أطول وذلك بنسبة ٣٢٪ كما أنها فترة غير كافية بنسبة ٣٠,٥٪ في حين كانت كافية بنسبة ٢٧,٥٪ واطهر الجدول أن تقويم المبحوثين للفترة الزمنية للحملة الانتخابية كان كافياً جداً بنسبة ١٠٪ وتشير إلى أن نسبة كبيرة من المبحوثين يرون أن الحملات الانتخابية للمرشحين كانت تحتاج إلى فترة أطول حتى يتمكن المرشحون من عرض برامجهم الانتخابية بصورة أفضل .

١٨- رأى أفراد العينة في الشكل المستقبلي للحملات الانتخابية :

جدول رقم (١٨) رأى المبحوثين للشكل المتوقع مستقبلاً للحملات الانتخابية

التغير في شكل الحملة	التكرار	%
يجب أن يتغير شكلها	١٧٠	٨٥
يمكن أن تظل كما هي	٣٠	١٥
المجموع	٢٠٠	١٠٠

يتضح من الجدول اعلاه أن ٨٥٪ من العينة يرون أن شكل الحملات الانتخابية في المستقبل يجب أن يتغير في حين بين ١٥٪ من العينة يمكن أن تظل كما هي وهو ما يشير إلى رغبة أفراد العينة في تغيير شكل الحملات الانتخابية بصورة أفضل وأكثر تأثيراً .

١٩- مقترحات تطوير الحملات الانتخابية في المستقبل :

جدول رقم (١٩) مقترحات الباحثين لتطوير الحملات الانتخابية

المقترحات	التكرار	%
اقتراح تطوير مضمون الحملات والدعاية	٧٣	٣٦,٥
اقتراح تغيير أشكال الدعاية	٣١	١٥,٥
استخدام وسائل جديدة	٦٧	٣٣,٥
أرى أهمية تنويع أشكال الحملات	٦٩	٣٤,٥
اقتراح الاستعانة بخبراء لإدارة الحملات الانتخابية	١٩	٩,٥
المجموع	٢٠٠	١٠٠

يتضح من الجدول أن أهم مقترح من مقترحات تطوير الحملات الانتخابية لمرشحي مجلس النواب هو تطوير مضمون الحملات حيث جاء المقترح بنسبة ٣٦,٥% يليه اقتراح تنويع أشكال الحملات بنسبة ٣٤,٥% ثم استخدام وسائل جديدة بنسبة ٣٣,٥%. ثم تغير أشكال الدعاية بنسبة ١٥,٥% وأخيراً اقتراح الاستعانة بخبراء لإدارة الحملات الانتخابية والدعاية بنسبة ٩,٥% وتشير النتائج إلى أن هناك رغبة لدى الباحثين في تطوير الحملات الانتخابية للمرشحين خاصة في مضمون الحملة.

٢٠- مدى احتياج المرشحين إلى خبراء ووكالات متخصصة لإعداد حملاتهم الانتخابية :

جدول رقم (٢٠)

احتياج المرشحين لخبراء في تخطيط الحملات الانتخابية

الاحتياج إلى خبراء	التكرار	%
نعم يحتاجون إلى خبراء	١٠٥	٥٢,٥
يحتاجون إلى وكالات متخصصة	٤١	٢٠,٥
يحتاجون لأشخاص من ذوي الخبرة	٥٠	٢٥
لا يحتاجون إلى خبراء أو وكالات متخصصة	٤	٢
المجموع	٢٠٠	١٠٠

يتضح من نتائج الجدول أن أفراد العينة يرون أن مرشحي مجلس النواب يحتاجون إلى خبراء في تخطيط الحملات حين جاء نعم يحتاجون إلى خبراء بنسبة ٥٢,٥% كما جاء البديل يحتاجون إلى وكالات متخصصة بنسبة ٢٠,٥% أما البديل لا يحتاجون إلى خبراء أووكالات متخصصة ٢% وتدعم تلك النتائج الجدول رقم (١٧) حيث أكد الباحثون على ضرورة الاستعانة بخبراء في الحملات الانتخابية لتخطيط حملات المرشحين. إلا أنه رغم تقييم العينة لحاجة المرشحين لخبراء في الحملات نشاهد أن بعض المرشحين الذي اعتمد في حملاته على خبراء اجانب إلا أنه لم يحقق الفوز له أو لفائمه .

٢١- تأثير الحملات الانتخابية على إقبال الناخبين على المشاركة في الإدلاء بأصواتهم في الانتخابات:

جدول رقم (٢١) تأثير الحملة الانتخابية على السلوك الانتخاب

مدى التأثير	التكرار	%
لم تؤثر بشكل كبير	١٠٩	٥٤,٥
أثرت بشكل ضعيف	٧٥	٣٧,٥
أثرت بشكل كبير	١٦	٨
المجموع	٢٠٠	١٠٠

يتضح من نتائج الجدول اعلاه أن بنسبة ٥٤,٥٪ يرون أن الحملات الانتخابية لم تؤثر بشكل كبير على إقبال الناخبين على الإدلاء بأصواتهم . في حين ٣٧,٥٪ من العينة أنها أثرت بشكل ضعيف وبين ٨٪ من العينة أنها أثرت بشكل كبير. وهو ما يقدم مؤشراً على ضعف الحملات الانتخابية في تقديم المعلومات المساعدة للناخب حتى يتمكن من الإدلاء بصوته للمرشح الذي يراه مناسباً من وجهة نظره وذلك لشعور العينة ببعدها عن المرشحين وبعدهم عن بلدهم .

نتائج فروض الدراسة:

- لم تثبت الدراسة وجود علاقة بين العمر ومدى الحرص على متابعة الحملات الانتخابية لمرشحي مجلس النواب. حيث جاءت كـ ٢١ ٤,٨٠١ وهي غير دالة إحصائياً عند ٠,٣٧٣ .
- أثبتت الدراسة وجود علاقة إيجابية بين مستوى التعليم ومدى الحرص على متابعة الحملات الانتخابية لمرشحي مجلس النواب حيث جاءت كـ ٢١ ١٨,٣٣٥ عند مستوى معنوية ٠,٠٠١ حيث يميل أصحاب التعليم المرتفع إلى متابعة الحملات أكثر من أصحاب التعليم المتوسط أو المنخفض .
- نتائج الدراسة :توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج ومنها:
- أكدت الدراسة ما توصلت إليه عدد من الدراسات السابقة في أهمية حملات الاتصال أثناء الانتخابات في إمداد الناخبين بالمعلومات اللازمة لاتخاذ قراراتهم الانتخابية . إلى جانب أهمية وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات الانتخابية للناخبين ودورها في تغطية أحدث الانتخابات من خلال المواد الإخبارية والتفسيرية ومواد الرأي .
- أكدت الدراسة حرص جمهور عينة الدراسة على متابعة الحملات الانتخابية لمرشحي مجلس النواب ٢٠١٠ وإن كانت هذه المتابعة قد تمت بصورة متوسطة إلا أنها تعطي مؤشراً عن اهتمام جمهور عينة الدراسة بموضوع الانتخابات. رغم تحفظ أغلبية العينة المسبق من بعض القوائم المشاركة في الانتخابات
- . كما حرص جمهور الجالية العراقية المقيمين في القاهرة على التعرف على البرنامج الانتخابي لكل مرشح أو للقائمة الانتخابية وتابع الجمهور هذه البرامج والحملات والمعلومات الانتخابية في القنوات الفضائية العربية والعراقية بصورة أكثر من أي وسيلة أخرى . كما تابعها في بعض المواقع الإخبارية الإلكترونية على الإنترنت .
- رغم كل الاهتمام والمتابعة من قبل عينة الدراسة الى الحملات الانتخابية الا انهم غير مقتنعين بكل شعارات وبرامج المرشحين والقوائم التي ينتمون لها. وبذلك نرى هذا الرأي هو رأى اغلب الجمهور العراقي سواء كان داخل العراق او خارجة وذلك لضعف لما خلفه مجلس النواب السابق من صورة ذهنية سلبية لدى الجمهور وذلك من خلال أدائه الضعيف.

الهوامش :

- ١- موقع المفوضية العليا المستقلة للانتخابات <http://www.ihcq/Arabic/index.aspx>
- ٢- أسية ياسين أحمد ، رصد ومراقبة التغطية الإعلامية لانتخابات الرئاسة المصري سبتمبر ٢٠٠٥ . دراسة مقدمة لمؤتمر الاتحاد الدولي لبحوث الإعلام والاتصال ، القاهرة ٢٣ - ٢٨ يوليو ٢٠٠٦ .
- 3- Chaffee , S. H., Zhao, x., & Leshner, G. (1994): Political Knowledge and the election campaign of 1992. Communication Research, 21, 305 - 324
- ٤- موقع المفوضية العليا المستقلة للانتخابات <http://www.ihcq/Arabic/index.aspx>
- ٥- موقع المفوضية العليا المستقلة: مرجع سابق
- ٦- أسية ياسين أحمد: مرجع سابق
- المكتبة الافتراضية .جامعة بغداد
- Chaffee, S. H., Zhao, x., & Leshner, G. (1994): Political Knowledge and the election campaign of 1992. Communication Research, 21, 305 - 324
- ٨ - خيرت معوض ، الخطاب الإعلامي للأحزاب السياسية المصرية في الانتخابات البرلمانية ٢٠٠٥ ، دراسة مقدمة لمؤتمر الاتحاد الدولي لبحوث الإعلام والاتصال. القاهرة ٢٣ - ٢٨ يوليو ٢٠٠٦ .
- ٩- محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية. القاهرة. عالم الكتب. ٢٠٠١. ص ٤٣.
- ١٠- عاطف العبد: تصميم وتنفيذ استطلاعات وبحوث الاعلام وارى العام. القاهرة. دار الفكر العربي. ٢٠٠٦. ص ١١.
- ١١- تم عرض استمارة الاستبيان على الاساتذه التالية اسمائهم :
- أ. د على حسين طويبة :استاذ الراى العام ، جامعة بغداد
- أ. د على جبار الشمري: استاذ العلاقات العامة، كلية الاعلام جامعة بغداد
- أ. د صفوت محمد مصطفى: استاذ العلاقات العامة كلية الاعلام جامعة القاهرة
- ١٢- صفوت محمد مصطفى العالم ، وسائل وأساليب الدعاية الانتخابية فى النظم السياسية المختلفة: دراسة حالة للانتخابات النيابية فى مصر ١٩٨٤ ، رسالة دكتوراة) غير منشورة) كلية الإعلام: جامعة القاهرة ، ١٩٨٧ .
- ١٣- محمد كمال عبد الرؤوف القاضى ، وسائل وأساليب الاتصال فى الدعاية الانتخابية فى مصر : دراسة تطبيقية لانتخابات الفصل التشريعى الثالث لمجلس الشعب المصرى ، رسالة ماجستير) غير منشورة) كلية الإعلام: جامعة القاهرة. ١٩٨٦
- ١٤- جمال عبد العظيم أحمد ، دور الصحافة المصرية فى المشاركة السياسية لدى قادة الراى: دراسة ميدانية بالتطبيق على انتخابات مجلس الشعب عام ٢٠٠ ، المجلة المصرية لبحوث الراى العام ، العدد الأول ، يناير ٢٠٠١ .
- ١٥- تم اختيار اكثر من بديل

توظيف التحليل الإحصائي في بحوث العلاقات العامة

دراسة تحليلية لرسائل واطاريح العلاقات العامة للمدة من ٢٠٠٥ ولغاية ٢٠١٢

د. فاطمة عبد الكاظم - م. نرجس هادي
كلية الإعلام / جامعة بغداد

مستخلص

تعد العلاقات العامة من العلوم الاجتماعية التي تعتمد على المنهج العلمي للوصول الى معارف جديدة او حل مشكلات قائمة عن طريق بحوثها العلمية التي غالبا ما تكون تطبيقية تحتاج الى التكميم في تحليل نتائجها وتتطلب عمليات احصائية دقيقة سواء في بناء ادواتها أو في تحليل وتفسير نتائجها .

ويسعى هذا البحث الى معرفة العلاقة الترابطية بين العلاقات العامة والاحصاء والاهمية التي يتعين على الباحثين والممارسين في ميدان العلاقات العامة ان يعطوها للإحصاء كونه احد المعايير المهمة لمعرفة دقة البحوث وموضوعيتها . عن طريق الاجابة على تساؤل البحث الرئيس «ما مدى توظيف التحليل الاحصائي في بحوث العلاقات العامة . وهل تطبيق الطرائق الاحصائية كانت مناسبة لمتطلبات هذه البحوث؟»

ولتحقيق اهداف البحث اعتمدت الباحثتان المنهج الوصفي عن طريق تحليل مضمون الرسائل والاطاريح الخاصة بالعلاقات العامة في كلية الاعلام بجامعة بغداد اثناء المدة من ٢٠٠٥ ولغاية عام ٢٠١٢ والبالغة (٨٢) دراسة .

وبينت النتائج ان توظيف التحليل الاحصائي في بحوث العلاقات العامة كان قليلا اذ ان غالبية الباحثين لم يستخدموا التحليل الاحصائي في بحوثهم واقتصروا على استخدام طريقة العرض الجدولي والتوزيع التكراري. وان بعض الطرائق الاحصائية المستخدمة في بعض البحوث لا حاجة لها مما انعكس على زيادة عدد الجداول الاحصائية والتي لم تحقق اهداف هذه البحوث فضلا عن ذكر وتوضيح بعض القوانين الاحصائية واستخدامها بشكل خاطى لدى معظم الباحثين . كما اتضح ان اكثر الطرائق الاحصائية استخداماً في بحوث العلاقات العامة كانت الوسط الحسابي والانحراف المعياري والاهمية النسبية واختبار مربع كاي والاختبار التائي ومعامل الارتباط بيرسون .

Abstract

Public relations is amongst the social sciences that rely on scientific methods in achieving new knowledge or resolving existing problems by means of its scientific researches that are often applied and require a classification in terms of their results> analysis. It also requires subtle statistical processes whether in constructing their material or in analyzing and interpreting their results.

This research seeks to identify the relation between public relations and statistics, and the significance a researcher or practitioner in the domain of public relations should assign to statistics being one of the important criteria in identifying the accuracy and objectivity of researches; by answering the main question of this research: «How far has statistical analysis been employed in researches of public relations, and has the implementation of statistical methods been suitable for the requirements of these researches?».

In order to achieve the objective of this work, the researchers have adopted a descriptive approach by analyzing the content of theses and dissertations of public relations in the College of Mass Media, Baghdad University, during the period 2005-2012, numbering 82 studies.

The results showed little employment of statistical analysis in researches of public relations, for most researchers have not used it within their researches and limited them to using tabular presentation and frequency distribution. Some statistical methods used in some researches were superfluous which reflected in the increase of statistical tables that have not attained the objective of these researches, in addition to mentioning and explaining some statistical laws and using them incorrectly by most researchers. It appears also that most statistical methods used in public relations researches were the arithmetic mean, standard deviation, relative importance, Chi square test, the T test, and Pearson correlation coefficient.

المقدمة

يعد الإحصاء عاملاً أساسياً في البحوث العلمية على اختلاف تخصصاتها سواء كانت من العلوم الطبيعية أو الاجتماعية وله أهمية في عرض البيانات أو تحليلها والتوصل إلى نتائج على الصعيد الكمي والتطبيقي. إذ أن التمكن من استخدام الطرائق الإحصائية الصحيحة في البحوث ستقود الباحث إلى نتائج سليمة مما يتطلب تدريباً على تلك الطرائق بهدف الوصول إلى استخدامها بالشكل الأمثل في تلك البحوث واعتماد نتائجها تحقيقاً لبلوغ التفسيرات السليمة ذات العلاقة بموضوع البحث .

والعلاقات العامة من العلوم الاجتماعية التي تعتمد على المنهج العلمي للوصول إلى معارف جديدة أو حل مشكلات قائمة عن طريق توظيف الأساليب الإحصائية في بحوثها العلمية التي غالباً ما تكون ميدانية تحتاج إلى التكميم في تحليل نتائجها وتتطلب عمليات إحصائية دقيقة سواء في بناء أدواتها أو في تحليل وتفسير نتائجها والخروج بدلالات مهمة تخدم أغراض هذه البحوث للوصول إلى ذخيرة معرفية يمكن الاعتماد عليها في تطور علم العلاقات العامة.

كما تبرز أهمية الإحصاء في مجال الممارسة العملية لكون العلاقات العامة تعتمد على التخطيط الدائم لأنشطتها وهذا بلا شك سيحتاج إلى تطبيق الأساليب الإحصائية في كل مرحلة من العمليات التخطيطية لمعالجة الكم الهائل من المعلومات وتبويبها وتحليلها واستخراج نتائجها بغية تشخيص الظواهر بصورة دقيقة. إذ يعد الإحصاء أحد الأسس التي يعتمد عليها عند الشروع في وضع أي خطة استراتيجية وتحديد أهدافها كما أن متابعة وتقويم عملية التخطيط تحتاج إلى استخدام معايير لقياس الأداء والتعرف على الانحرافات وتصحيحها وأن مثل هذه المعايير بأمرس الحاجة إلى أساليب الإحصاء والتحليل الكمي التي تستخدم في متابعة وتقييم الخطط الموضوعة.

وبحثنا هذا يسلط الضوء على العلاقة الترابطية المهمة بين العلاقات العامة والإحصاء والأهمية التي يتعين على الباحثين والممارسين في ميدان العلاقات العامة أن يعطوها للإحصاء كونه أحد المعايير المهمة لمعرفة دقة البحوث وموضوعيتها.

أولاً: الأطار المنهجي للبحث

١- مشكلة البحث : يعد الإحصاء المرتكز الرئيس لجميع العلوم على اختلاف تخصصاتها لأهميته الكبيرة في اختزال المعلومات النظرية وتحويلها إلى أرقام محددة تعطي دلالات معينة . والإحصاء أحد الآليات المهمة لتطبيق المنهج العلمي لكونه يستخدم في وصف البيانات وإيجاد العلاقات بينها واستخلاص النتائج منها .

وعلى الرغم من أهمية الإحصاء إلا أن هناك من ينظر إليه على أنه مجرد أرقام لا مبرر لها وبالتالي سينعكس ذلك على عدم إيلائه الأهمية والمكانة التي يحتلها في تحقيق نتائج البحث وإيجاد العلاقة بين متغيراته وكذلك اختيار العينة المناسبة وقياس صدق أداة البحث التي تتوقف عليها النتائج بأكملها .

وتنبع مشكلة البحث من عدم معرفة معظم الباحثين في الإعلام والعلاقات العامة بالأساليب الإحصائية المناسبة لبحوثهم العلمية وهذا بحد ذاته يعد مشكلة تحتاج إلى البحث والدراسة . فضلاً عن لجوء غالبية الباحثين إلى الإحصائيين أو المتخصصين بالبحوث النفسية والتربوية لاستخراج

نتائج بحوثهم لاسيما وان الاحصائيين يجهلون اختصاص العلاقات العامة .ومن ثم لا تتضح لديهم مشكلة البحث والاهداف التي يرمي الباحث الوصول اليها ما يؤدي الى اختيارهم طرقا معينة ربما لا تحقق اهداف البحث وتوجيه نتائج البحث بطريقة معينة قد تكون غير دقيقة او مغايرة تماما لنتائج الظاهرة المدروسة . فضلا عن ان بعض الباحثين يلجأون الى استخدام الاحصاء في بحوثهم العلمية لزيادة الجانب العملي للبحث لذا نجد قصور واضح في تطبيق التحليل الاحصائي في هذه البحوث . وما تقدم يمكن ايجاز مشكلة البحث بالتساؤل الاتي «ما مدى توظيف التحليل الاحصائي في بحوث العلاقات العامة ؟ وهل ان تطبيق الطرائق الاحصائية كانت مناسبة لمتطلبات هذه البحوث ؟».

٢- اهمية البحث :

تأتي اهمية هذا البحث من اهمية موضوعه اذ تعد العلاقات العامة من العلوم الحديثة التي تعنى بدراسة سلوك الأفراد والجماعات وتحليل الرأي العام وتتكامل فيها التخصصات البحثية والتخطيطية والاتصالات في منظومة ابداعية متجددة في ظل مجتمع تسود فيه المنافسة بين المؤسسات لاسيما في عصر التطور التقني الكبير في وسائل الاتصال الحديثة . وتعتمد العلاقات العامة على الاسلوب العلمي في مواجهة المشكلات التي تتعرض لها. وذلك للوصول الى الحلول السليمة . وتبرز اهمية الاحصاء في بحوث العلاقات العامة كون هذه البحوث تطبيقية تعتمد على الطرق الاحصائية في تحليل وتفسير نتائجها.

كما تنبع اهمية البحث من كونه تطرق الى الأساليب الإحصائية التي وظفها الباحثون في دراسات العلاقات العامة ومدى ملائمتها لأهداف بحوثهم والتي تعد الدراسة الاولى في هذا المجال ويمكن ان تساهم في تلافي القصور في تطبيق الطرائق الاحصائية في بحوث الاعلام عامة والعلاقات العامة على وجه التحديد في المستقبل .

٣- اهداف البحث :

يمكن اجمال اهداف البحث بالآتي :

معرفة مدى توظيف الباحثين للتحليل الاحصائي في بحوث العلاقات العامة .

معرفة الطرائق الاحصائية المستخدمة في بحوث العلاقات العامة .

تحديد مجالات استخدام التحليل الاحصائي في بحوث العلاقات العامة

معرفة العلاقة بين استخدام الاحصاء والتخصصات العلمية الدقيقة للعلاقات العامة .

الكشف عن العلاقة بين كمية الطرائق الاحصائية المستخدمة وتحقيق اهداف الدراسة .

٤- منهج البحث :

اعتمدت الباحثتان المنهج الوصفي لكونه يتناسب مع مشكلة البحث والاهداف التي يرمي الى تحقيقها عن طريق تحليل مضمون الرسائل والاطاريح الخاصة بالعلاقات العامة في كلية الاعلام بجامعة بغداد اثناء مدة البحث .

٥- عينة البحث :

تمثلت عينة البحث بالرسائل والاطاريح الخاصة بالعلاقات العامة المجازة علمياً من عام ٢٠٠٥ وهو بداية تأسيس قسم العلاقات العامة في كلية الاعلام / جامعة بغداد ولغاية عام ٢٠١٢ وقت انجاز هذا البحث والبالغة (٨٢) دراسة .

١- تحديد المفاهيم

— العلاقات العامة : هناك عدة تعريفات للعلاقات العامة ومن المفيد هنا ذكر تعريف فرانك جفنكر بانها ((مجموعة من اشكال الاتصال المخطط داخلياً وخارجياً . تحدث بين المؤسسة و جماهيرها بغرض تحقيق اهداف خاصة تتصل بالفهم المشترك))^(١)

- بحوث العلاقات العامة : يعرف البحث بأنه محاولة منظمة وموضوعية تستهدف دراسة مشكلة محددة من أجل التوصل الى مبادئ عامة ، ويسترشد ببيانات علمية جمعت من قبل ، ويهدف الى اضافة جديدة الى هيكل المعرفة القائم حول الموضوع^(٢)

وتقوم بحوث العلاقات العامة بالدراسة الشاملة والرصد والتحديد لعلاقات المؤسسة العامة وتزويدها بخطة توجيهية لوضع برامج مستقبلية للعلاقات العامة . وذلك من خلال دراسة الجمهور من حيث نوعيته ودراسة صورته الذهنية عن المؤسسة والتقدير والاحترام والثقة والتعريف لما تقوم به من أنشطة في المجتمع . كما تُلل الرسالة شكلاً ومضموناً وتدرس الوسائل الاتصالية الداخلية والخارجية للمؤسسة ومدى نجاحها في اداء وظائفها من خلال رؤية الجمهور الداخلي والخارجي للمؤسسة .^(٣)

— الاحصاء :- يعرف الإحصاء بأنه الطريقة العلمية التي تحكم عملية جمع البيانات والحقائق عن ظاهرة او فرضية معينة، وتنظيم وتبويب هذه البيانات والحقائق بالشكل الذي يسهل عملية تحليلها وتفسيرها. ومن ثم استخلاص النتائج واتخاذ القرارات في ضوء ذلك. والتنبؤ بما ستؤول اليه الظاهرة في المستقبل.^(٤)

ثانياً :- الاطار النظري للبحث

١- وظائف الاحصاء : للإحصاء وظائف عدة يمكن تلخيصها بالاتي :

الوضوح : اي عرض الحقائق والبيانات بصورة واضحة ومحددة .

التكثيف : اي تلخيص البيانات الكثيرة بقيم قليلة ذات معنى .

المقارنة : حيث يساعد علم الاحصاء على وضع الاسس السليمة لمقارنة العوامل العائدة لنفس الظاهرة.

صياغة واختبار الفرضيات : للطرائق الاحصائية فائدة عظيمة في صياغة واختبار الفرضيات وتطوير نظريات جديدة .

التنبؤ أو التكهن : اذ يساعد علم الاحصاء على التنبؤ أو التكهن باتجاه وقيمة ظاهرة ما خلال فترة زمنية مستقبلية .

يساعد الاحصاء على وضع الخطط واتخاذ القرارات المناسبة من قبل مؤسسات الدولة لوضع السياسة المناسبة لقطاعاتهم المختلفة وذلك لأنه يوفر البيانات اللازمة للتخطيط ويحدد اتجاه وحجم التغير فيها^(٥) .

مساعدة الباحثين على اعطاء اوصاف على جانب كبير من الدقة العلمية .

مساعدة الباحثين على استخلاص النتائج العامة من النتائج الجزئية .

يبسر على الباحث تنظيم خطواته فهو يحتاج للوسائل الاحصائية في مرحلة تصميم

البحث وتخطيطه . حتى يمكنه في النهاية ان يخرج من بحثه بالنتائج التي يسعى الى تحقيقها^(٦)

٢ :- انواع بحوث العلاقات العامة :-

أ- بحوث تهدف الى معرفة الصورة الذهنية للمؤسسة لدى الجماهير : وهي البحوث التي تستهدف

اكتشاف اتجاهات الجماهير تجاه المؤسسة واعتقادهم بشأنها ودرجة فهمهم لها وما يرغبونه منها . كما تدل نتائج هذه البحوث على مدى معرفة الجماهير بالمؤسسة وقدرها في نفوسهم وآرائهم فيما يتعلق بسياساتها الانتاجية والتسويقية والخدمية والاعلانية والترويجية والقوى البشرية العاملة بها .

ب — بحوث الدوافع : وهي البحوث التي تستهدف الكشف عن الاسباب المؤدية الى توافق اتجاهات الجمهور مع السياسة العامة للمؤسسة او عدم توافقها , وتتضمن بحوث الدوافع في مجال العلاقات العامة دراسة الراي العام وتشكيله بالوسائل التي تستخدم في الدراسات النفسية والاجتماعية وهي لا تبحث فقط عما يقوله الناس عن المؤسسة وانما ايضا عما يفكرون فيه او يشعرون به حقيقة . وينبع المفهوم الاساسي لبحوث الدوافع من حقيقة ان آراء الجمهور ما هي الا نتاج عواطفه وحاجاته ودوافعه الخفية التي تدفعه الى التفكير بهذه الطريقة او في اتجاه معين , ولكي يستطيع خبير العلاقات العامة ان يتعرف على آراء الافراد فمن الضروري ان يسعى الى الكشف عن التأثيرات النفسية التي تحكم اتجاهاتهم نحو المؤسسة .^(٧)

ج — بحوث تهدف الى قياس فعالية برامج العلاقات العامة (بحوث قياس الاثر) : يستخدم هذا النوع من البحوث في قياس تأثير برامج العلاقات العامة على الراي العام . ومن اهم طرق هذا القياس — قبل وبعد البرامج — ان يقوم الباحث بدراسة آراء واتجاهات ومعلومات ومعتقدات مجموعة من الافراد تجاه المؤسسة ثم يقوم بتعريضهم لحملة علاقات عامة بأبعادها المختلفة وبعد ذلك يعاود دراسة آرائهم واتجاهاتهم الجديدة لقياس مدى التغير الذي حدث فيها ونوعيته كنتيجة لتأثير نشاط العلاقات العامة فيهم .

د — بحوث تهدف الى معرفة آراء واتجاهات نوعيات معينة من الجمهور (دراسة الجماهير النوعية) : وتستخدم في حالة تعدد نوعيات الجماهير التي تتعامل معها المؤسسة ويستهدف هذا النوع من البحوث التعرف على آراء كل مجموعة نوعية على حدة . مثل العاملين , والمستهلكين , والعملاء والموزعين , والموردين . والمواطنين المحليين في المجتمع المحلي للمؤسسة . وقادة الراي حيث تجد لكل مجموعة آراء واتجاهات معينة في موضوعات قد تختلف عن الموضوعات التي تهتم بها المجموعات النوعية الاخرى من الجماهير .

هـ — بحوث تهدف الى معرفة الظروف الاقتصادية والسياسية والاجتماعية والقومية او العالمية (دراسة اوضاع المجتمع) : وهي نوع من البحوث التي تهتم بها المؤسسات العالمية التي تمتد نشاطها الى مناطق متعددة في العالم والمنظمات الدولية والاقليمية اذ لاشك ان نشاطها سوف يتأثر بالاتجاهات والظروف الاقتصادية والسياسية والاجتماعية سواء في مجتمعهم المحلي او الدولي , ولذا فمن الضروري ان تدرس وباهتمام كل الاتجاهات والمتغيرات الاقتصادية والسياسية والاجتماعية حتى تستطيع ان توجه برامجها في مجال العلاقات العامة توجيهها مناسباً مع نوع الاتجاهات القومية او الدولية السائدة وبما يتناسب مع طبيعة الجماهير في الدول المختلفة .^(٨)

٣ :- اهمية الاحصاء في بحوث العلاقات العامة

تلعب الطرائق الاحصائية دوراً هاماً في تحليل واستخراج النتائج لبحوث العلاقات العامة والدراسات في شتى المجالات. والاحصاء علم له قوانينه وقواعده كما انه طريقة علمية تستخدم على الاغلب الارقام لتحليل الصفات والظواهر للبيانات التي يراد بحثها ثم تجد النتائج الرقمية اللازمة لقياس وتفسير تلك

الظواهر. ومن هذه النظرة يمكن اعتبار الإحصاء وسيلة وليس غرضاً فهو يساعد الباحثين والمتخصصين في العلوم الأخرى على تفهم وإيجاز ودراسة البحث بأيسر طريقة وأقل كلفة وجهد وأقصر مدة. وأن هذه المميزات لعلم الإحصاء جعلت الإقبال عليه واستخدامه في تزايد مستمر.^(٩)

والعلاقات العامة من العلوم التي تهتم بالإحصاء وتستخدم الطرائق الإحصائية لدراسة مختلف الظواهر لكونها لا تعتمد على أسلوب الحدس والتخمين للتعرف على الآراء والاتجاهات السائدة بل تستخدم الأسلوب العلمي لقياس هذه الآراء والاتجاهات سواء في البحوث التي تقوم بها إدارات العلاقات العامة في المؤسسات المختلفة لمعرفة الفرص والمخاطر المستقبلية التي تؤثر على نشاط المؤسسة كذلك معرفة مدى فاعلية الخطط والبرامج والسياسات الموضوعية. أو البحوث التي يقوم بها الباحثون في المؤسسات الأكاديمية والعلمية عن العلاقات العامة وأساليبها ووظائفها والمعوقات التي تعترضها. فضلاً عن البحوث التي تقوم بها وكالات العلاقات العامة قبل إعداد الرسائل الاتصالية وكذلك تقييم فاعلية الحملات الإعلامية ووضع استراتيجيات كاملة لعملائها. فإن هذه الجهات جميعها بحاجة إلى بناء مقاييس وادوات للبحوث واختيار العينات وإجراء الاختبارات والتي تعد أحد الوسائل العلمية التي تعطي معايير للبحوث العلمية بصورة موضوعية خلاقة موظفة الوسائل الإحصائية المناسبة لها وتدخل نتائج الاختبارات في طرائق إحصائية عديدة لاستخلاص النتائج.

فالإحصاء جزء لا يتجزأ من البحوث ولا يمكن أن يكون العمل موضوعياً وصادقاً إلا إذا كانت الطرائق الإحصائية قد استخدمت استخداماً كفوفاً، ففي معظم البحوث يتجمع لدى الباحثين قدر كبير من البيانات تتصل بمتغيرات معينة يعبر عنها تعبيراً كمياً. وعندما تتجمع هذه البيانات تكون عادة غير منتظمة إذ لا تساعد الباحثين على تكوين فكرة واضحة ودقيقة. ويمكن أن يستخدم الباحثين أساليب إحصائية متعددة ومتنوعة تساعدهم في تلخيص البيانات وتحليلها ومن ثم تفسيرها لإيجاد الحقائق. والإحصاء هو وسيلة لبناء الاختبارات والقدرة على تحقيق الثقة في النتائج.^(١٠)

كما أن للإحصاء دور بارز في وضع الخطط المستقبلية إذ أن بناء أية خطة استراتيجية سليمة تستند إلى قاعدة من الدراسات والبحوث التي تستكشف الحاضر مستلهمة تجارب الماضي من أجل رسم صورة المستقبل. لذا اقتضت الحاجة لتوظيف البيانات والمعلومات الإحصائية في إعداد هذه الدراسات والبحوث في إطار ما يسمى بتحليل الواقع (SWOT) واستخدامها أيضاً في إرساء أهداف المؤسسة والتعرف على رؤيتها ورسالتها المستقبلية وذلك من خلال استخدام طرق وأساليب التنبؤ التي يعنى بها علم الإحصاء حيث باستطاعة هذه الطرائق والأساليب مساعدة المخطط في تلمس ملامح ومعالج الأهداف التي يمكن أن تصل إليها المؤسسة مستنيرة بمعطيات الواقع الحالي على أساس المنحنيات التي يقدمها التنبؤ لجمال الظواهر التي تعيشها المؤسسة ومن ثم السير مع اتجاهات هذه المنحنيات للمستقبل وهذا ما تتجه إليه المؤسسة.

وحيث إن للمؤسسة طموحات مستقبلية أي أنها تريد أكثر مما يتجه إليه الواقع فإن الدراسات المستندة على البيانات والمعلومات الإحصائية تساعد المؤسسة على موائمة الأهداف التي يقودها إليها الواقع والأهداف التي تريد أن تصلها لكي تتوصل إلى أهداف قابلة للتحقيق وتنسجم مع رسالة المؤسسة القادمة.^(١١)

بمعنى آخر إن العملية التخطيطية تستند في أولى خطواتها على معرفة الواقع. لهذا نجد أنها بأهمس الحاجة للإحصاء. كما أن رسم الأهداف المستقبلية هو الآخر يقوم على ما يوفره الإحصاء

من اساليب على رأسها طرائق التنبؤ . وعمل هذا الاساس لا غنى للمخططين عن الاحصاء وهو يقع في صلب المستلزمات التخطيطية .^(١١)

ثالثاً : الاطار الميداني للبحث

عند تحليل بحوث العلاقات العامة المتضمنة رسائل الماجستير واطارح الدكتوراه خلال مدة البحث لمعرفة استخدام الطرائق الاحصائية ومدى ملائمتها لهذه البحوث. وللإجابة على الهدف الاول من البحث الذي يتركز على معرفة مدى توظيف التحليل الاحصائي في بحوث العلاقات العامة . افترزت نتائج الدراسة التحليلية ان (٢٢) باحث وبنسبة (٢٦,٨٢ ٪) استخدموا التحليل الاحصائي في بحوثهم وبواقع (١٧) رسالة ماجستير شكلت نسبة (١٧,٠٧ ٪) من مجموع عينة البحث في حين بلغت عدد الذين استخدموا التحليل الاحصائي في اطارح الدكتوراه (٨) وبنسبة (٩,٧٥ ٪) اما الباحثين الذين لم يستخدموا التحليل الاحصائي في بحوثهم فقد بلغ عددهم (٦٠) مبحوثا وبنسبة (٧٣,١٦ ٪) بواقع (٣٩) رسالة ماجستير كانت نسبتها (٤٧,٦٢ ٪) و(٢١) اطروحة دكتوراه بلغت نسبتها (٢٥,٦٠ ٪) من حجم العينة .

ويستخلص مما سبق ان نسبة توظيف التحليل الاحصائي قليلة في بحوث العلاقات العامة . اذ ان غالبية الباحثين لم يستخدموا التحليل الاحصائي في بحوثهم واقتصروا على استخدام طريقة العرض الجدولي والتوزيع التكراري التي تعد اساليب رياضية بسيطة جدا ولا يمكن ان تعطينا تصور واضح على العلاقة بين متغيرات البحث ولا يمكن ان تكون بديلاً عن التحليلات الاحصائية في بعض البحوث وهذا يعني ضعف مفهوم الجوانب الاحصائية لدى غالبية طلبة الدراسات العليا وبالتالي عدم ايلائها الاهمية وتوظيفها في بحوثهم وما يمكن ان تسهم في تحقيق اهداف البحث وايجاد العلاقة بين متغيراته كما نلاحظ ارتفاع نسبة استخدام التحليل الاحصائي في بحوث الماجستير مقارنة باطارح الدكتوراه كما موضح في الجدول رقم (١).

جدول رقم (١) يبين توزيع بحوث العلاقات العامة وفق استخدام الطرائق الاحصائية

استخدام الطرائق الاحصائية	تستخدم الطرائق الاحصائية		لا تستخدم الطرائق الاحصائية		المجموع الكلي	
	التكرار	٪	التكرار	٪	التكرار	٪
ماجستير	١٤	١٧,٠٧	٣٩	٤٧,٥٦	٥٣	٦٤,٦٣
دكتوراه	٨	٩,٧٥	٢١	٢٥,٦٠	٢٩	٣٥,٣٦
المجموع الكلي	٢٢	٢٦,٨٢	٦٠	٧٣,١٦	٨٢	١٠٠

— كما تم تصنيف بحوث قسم العلاقات العامة وفق معيار التخصصات الدقيقة للعلاقات العامة فهناك بحوث تناولت الجوانب الاتصالية والادارية للعلاقات العامة واهدفتها ووظائفها في مؤسسات معينة وكانت هذه البحوث هي الاكثر استخداما للاحصاء من غيرها وبواقع (١٤) بحثا شكل نسبة (٦٣,٦٣ ٪) من مجموع البحوث التي استخدمت الطرائق الاحصائية فيما كان بحثاً واحداً باختصاص

الاعلان أُستخدم فيه الاحصاء بنسبة (٤,٥٤٪) اما البحوث التي تناولت الصورة الذهنية فقد وظف فيها الاحصاء بنسبة (١٣,٦٣٪) وبواقع (٣) بحوث. اما البحوث التي تناولت موضوعات متفرقة ليست لها علاقة مباشرة بالعلاقات العامة فقد وظفت فيها الاحصاء بنسبة (١٨,١٨٪) وبواقع (٤) بحوث. ولاختبار الفرضية التي تقول ان التحليل الاحصائي المستخدم له علاقة بالتخصص الدقيق للبحوث العلمية، فيكون اختبار Z هو الاختبار المناسب لاثبات هذه الفرضية. حيث كانت قيمة Z المحسوبة هي ٢,١٨٦ وتقارن بقيمة Z الجدولية وتساوي ٢,١٣ وهي اقل من قيمة Z المحسوبة. اذن تقبل الفرضية ويعني ان التخصص الدقيق له علاقة باستخدام التحليل الإحصائي في البحث. وكما موضح في الجدول رقم (٢).

جدول (٢) يبين توظيف الاحصاء في بحوث العلاقات العامة وفق التخصص الدقيق

التخصص	التكرار	%
العلاقات العامة	١٤	٦٣,٦٣
الاعلان	١	٤,٥٤
الصورة الذهنية	٣	١٣,٦٣
متفرقة	٤	١٨,١٨
المجموع الكلي	٢٢	١٠٠

— أما عن الطرائق الاحصائية المستخدمة في بحوث العلاقات العامة فقد تم استخدام طرائق احصائية مختلفة في البحوث قيد الدراسة، وان اكثر الباحثون استخدموا اكثر من طريقة في تحليل نتائج دراساتهم اذ كان لكل طريقة احصائية خصوصيتها فضلاً عن وجود الرسوم الاحصائية التي تعرض قيم الجداول بأشكال بيانية مختلفة ساعد على تسهيل ادراك الصورة التي تعكسها البيانات كما تبين ان كل الباحثين الذين استخدموا التحليل الاحصائي في عملهم قد لجأوا بشكل مباشر الى استخدام انظمة احصائية جاهزة لتحليل بياناتهم خاصة نظام التحليل الاحصائي المشهور SPSS عن طريق اللجوء الى استاذ او استشاري احصائي من اجل المساعدة في تحليل النتائج علماً بأن كل الاطاريح والرسائل التي تحوي التحليل الاحصائي او لاختويه قد تضمنت طريقة العرض الجدولي والنسب المئوية للوصول الاهداف المطلوبة. وفيما يلي عرض للطرائق الاحصائية المستخدمة في بحوث العلاقات العامة وكما هي موضحة في الجدول (٣):

١. مقاييس النزعة المركزية: هي المؤشرات الاحصائية الوصفية التي تستخدم لوصف بيانات مجموعة ما او توزيع تكراري معين، من خلال ايجاد قيمة نموذجية من بين قيم المجموعة او التوزيع. بحيث تتصف هذه القيمة بأنها قيمة وحيدة وتمثل قيم المجموعة او التوزيع افضل تمثيل وتعبر عنها افضل تعبير. وسميت بهذا الاسم كونها تتمركز وسط قيم المجموعة اذا ما رتبنا هذه القيم تصاعدياً او تنازلياً وتسمى احياناً بالمتوسطات لانها تميل للمتوسط منتصف قيم المجموعة او التوزيع التكراري. (١٣) وتكون

مقاييس النزعة المركزية على أنواع عدة ولكن نذكر منها ما تم استخدامه في البحوث العلمية لقسم العلاقات العامة . وهي

أ. المتوسط الحسابي : وهو أكثر المقاييس استعمالاً ويطلق عليه أحياناً بالمعدل الحسابي أو الوسط الحسابي وقد استخدم في بحوث العلاقات العامة بواقع (٧) مرات وبنسبة (٧٠,٧٪) ويحسب بالطريقة الآتية:

$$\bar{X} = \frac{\sum x_i}{n}$$

حيث أن:

$\bar{X}$: المتوسط الحسابي للعينة $\sum x_i$: مجموع القيم للمفردة n : عدد القيم

ب. الوسط الحسابي المرجح أو الموزون: هو أحد المقاييس المهمة لأنه يأخذ بنظر الاعتبار الأهمية النسبية لكل قيمة من قيم المتغير عند احتساب متوسط القيم وقد استخدم بنسبة (٧٨,٩٪) وبتكرار بلغ (٩) ويحسب وفق المعادلة الآتية:

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^n (x_i \times w_i)}{\sum_{i=1}^n w_i}$$

حيث أن:

$\bar{X}$: المتوسط الحسابي للعينة w_i : تمثل الأوزان أو الأهمية النسبية
 x_i : تمثل قياسات عينة من المشاهدات من القيمة i إلى القيمة n (١٤)

٢. مقاييس التشتت والاختلاف: يعرف التشتت بأنه مقدار التباعد أو التفاوت أو الاختلاف بين قيم مجموعة ما أو توزيع معين أو تباعدها عن الوسط الحسابي الحقيقي. والهدف من دراسته هو التعرف على مدى جانس قيم المجموعات أو التوزيعات التكرارية. وتكون مقاييس التشتت على أنواع عدة سنذكر ما تم استخدامه في البحوث وهي: (١٥)

أ. التباين: هو مقياس يقيس تشتت القيم عن متوسطها الحسابي ويأخذ الوسط الحسابي أساساً لقياس تشتت كل قيمة ثم يحسب متوسط مربع هذه التشتتات أو الاختلافات وقد استخدم في بحوث العلاقات العامة بتكرار (٢) شكل نسبة (١٧,٢٪) من مجموع الطرق الإحصائية المستخدمة ويعبر عنه رياضياً بالمعادلة الآتية:

$$S_x^2 = \frac{\sum (x_i - \bar{X})^2}{n-1}$$

ب. الانحراف المعياري: هو الجذر التربيعي للتباين وكانت نسبة استخدامه (٧٨,٩٪) وبواقع (٩) ويستخرج بالمعادلة الآتية: (١٦)

$$S_x = \sqrt{\frac{\sum (x_i - \bar{X})^2}{n-1}}$$

ج. المدى المطلق : هو حاصل الفرق بين اكبر قيمة (XL) واصغر قيمة (XS) من مجموعة القيم المدروسة واستخدم مرة واحدة فقط وبنسبة (١,٠٨ %).

د. معامل الاختلاف المعياري Standard Variation Coefficient : يستخدم لقياس درجة التشتت النسبي لمجموعة ما في حالة البيانات غير المبوبة والبيانات المبوبة المغلقة فقط ، او للمقارنة بين مجموعتين او اكثر تختلف في وحدات قياسها بعد ان يتعذر علينا المقارنة بينهما باستخدام مقاييس التشتت المطلق وقد استخدم بواقع مرتين فقط وبنسبة (٢,١٧ %). ويمكن ايجاده وفقا للصيغة الآتية:

$$S. V. C. = \frac{SD}{\bar{X}} \times 100\%$$

حيث ان :

SD : مقياس تشتت مطلق

هـ - الاهمية النسبية:- تفيد في معرفة اهمية الفقرة بالنسبة للمبحوثين مقارنة ببقية فقرات الاداة واستخدمت في بحوث العلاقات العامة بواقع (٨) مرات شكلت نسبة (٨,١٦ %) ويتم استخراجها بالمعادلة التالية.

$$\text{الوزن النسبي} = \frac{\text{الوسط الحسابي الموزون (المرجح)}}{\text{عدد بدائل المقياس}} \times 100$$

٣. اختبار الفرضيات

الفرضية الاحصائية هي عبارة عن تخمين لمجتمع ما اخذت منه العينة وتتضمن قيمة معينة لمعرفة واحدة او اكثر من معالم المجتمع. اما اختبار الفرضية هو مجرد ايجاد قاعدة لتحديد اي الفرضيات يمكن ان تقبل وايهما يمكن ان ترفض. وهذه القاعدة تستند الى مؤشرات احصائية للعينة والتي تدعى اختبار الفرضيات الاحصائية ومن هذه الاختبارات هي: (١٧)

أ. اختبار كروسكال واليز Kruskal-Wallis : يستخدم هذا الاختبار عندما يكون عدد المجتمعات المدروسة اكثر من (٢) ولها نفس الشكل ويهدف هذا الاختبار الى دراسة الفروق بين متوسطات مجتمعات متماثلة ومستقلة بعضها عن بعض وقد استخدم بواقع مرتين فقط وبنسبة (٢,١٧ %) وبحسب بالصيغة الآتية: (١٨)

حيث أن :

K = عدد المجموعات المدروسة ni = عدد مشاهدات المجموعة رقم (i)

n = تمثل مجموع مشاهدات المجموعات. اي ان (n = n1 + n2 + ... + nk).

Ri = تمثل مجموع الرتب المجموعة (i).

ثم نقارن قيمة H المحسوبة مع قيمة مربع كاي χ^2 جدولية وبدرجة حرية (١-k) ومستوى معنوية α فنقبل فرضية العدم عندما H أقل من قيمة مربع كاي والعكس صحيح .

ب. اختبار t : عندما يكون حجم العينة المدروسة كبيراً (اكثر من ٣٠) يستخدم لاختبار الفرضية الأساسية ضد الفرضية البديلة وقد استخدم بواقع (٧) مرات وبنسبة (٧,١٠ %) ويكون كالآتي: (١٩)

$$t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\sqrt{\left[\frac{(S_1)^2}{n_1} + \frac{(S_2)^2}{n_2} \right]}}$$

إذ يمثل :

 $\bar{X}_1$: الوسط الحسابي للمجموعة الأولى. $\bar{X}_2$: الوسط الحسابي للمجموعة الثانية.

S1 : الانحراف المعياري للمجموعة الأولى. S2 : الانحراف المعياري للمجموعة الثانية.

n1 : حجم المجموعة الأولى للدرجات. n2 : حجم المجموعة الثانية للدرجات.

ج. اختبار مربع كاي χ^2 :

يستخدم في حالة عينتين مستقلتين او عدة عينات مستقلة ويقوم على اساس المقارنة بين التكرارات المشاهدة والتكرارات المتوقعة وقد استخدم (8) مرات وبنسبة (8,19) % . ويحسب بالصيغة الاتية:

حيث ان :

Oi : تمثل تكرارات المشاهدة
Ej : تمثل التكرارات المتوقعة
r : تمثل عدد الصفوف
c : تمثل عدد الاعمدة

وتقارن قيمة χ^2 المحسوبة مع القيمة الجدولية المستخرجة من جداول χ^2 لمستوى معنوية (α)ودرجة حرية $[(r-1)(c-1)]$ فإذا كانت $\chi_{Lab}^2 < \chi_0^2$ فهذا يعني قبول فرضية العدم.

د- اختبار فيشر (Fisher Exact):

يستخدم هذا النوع من الاختبار لدراسة تأثير احد المتغيرات المستقلة على متغير تابع معين ويجب ان تكون العينتان مستقلتين اي يتم اختيار افراد كل منها بطريقة عشوائية وقد استخدم بواقع (5) مرات وبنسبة (5,43) % . ويمكن تنظيم البيانات في الجدول الاتي: (20)

	Y1	Y2	Total
X1	A	A - a	A
X2	B	B - b	B
Total	a+b	(A-a) + (B - b)	A + B

حيث أن:

X_1, X_2 : تمثل المتغيرات المستقلة
 Y_1, Y_2 : تمثل المتغيرات التابعة
 أما بقية الرموز الحرفية فتحمل القيمة العددية في الجدول. وتحسب قيمة فشر المستخرجة كالآتي:
 $(F_2 = B(A - a) - A(B - b))$

وتقارن قيمة F_0 المحسوبة مع قيمة F الجدولية فإذا كانت $F_{Tab} < F_0$ فهذا يعني قبول فرضية العدم.

هـ. اختبار مان وتني Mann-Whitney :

يتطلب هذا الاختبار ترتيب بيانات العينتين معا (n_1 و n_2) من الأصغر إلى الأكبر ومن ثم جمع المراتب للعينتين ذات الحجم الأصغر ونرمز لهذا المجموع بالرمز T ومن ثم نحسب مجموع مراتب العينة ذات الحجم الأصغر فيما لو رتبنا البيانات من الأكبر إلى الأصغر ونرمز له بالرمز T_1 وقد استخدم بواقع مرتين فقط وبنسبة (١٧,٢ %) وبحسب المعادلة الآتية:

$$T_1 = n_1(n_1 + n_2 + 1) - T$$

وبعد ذلك نقارن مجموع المراتب الأصغر (T أو T_1) مع القيمة الجدولية المناظرة. حيث أن n_1 تمثل قيمة العينة الأصغر. (٢١)

و. التحليل العاملي: هو أحد طرق متعدد المتغيرات. والذي يستخدم في تحليل مصفوفة معاملات الارتباط أو مصفوفة المتغيرات للحصول على تفسير دقيق للعلاقات بين المتغيرات عن طريق العوامل المشتركة الكامنة وراء هذه العلاقات. والتي هي متغيرات أيضاً. ولكن بعدد أقل من المتغيرات الأصلية. والتي تكشف عن معناها عن طريق الخصائص التركيبية الموجودة بين مجموعة من العلاقات وقد استخدمه مباحث واحد فقط وبنسبة (٨,٠ %).

الانموذج الرياضي لطريقة التحليل العاملي: يتكون الانموذج الرياضي للتحليل العاملي من مجموعة من المتغيرات المشاهدة (Observed Variables). وعددها (P). أخذت من عينة حجمها (n) على أساس دالة خطية لـ (q) من العوامل المشتركة (Common Factors) إذ ($P > q$) وإلى (P) من العوامل الوحيدة (Unique Factors) لكل متغير أي أن:

X : الموجه العشوائي للمتغيرات المشاهدة. A : مصفوفة تخميلات العوامل.
 F : الموجه العشوائي للعوامل المشتركة. U : الموجه العشوائي للعوامل الوحيدة.
 u : موجه أوساط المتغيرات.

٤. معاملات الارتباط وتشمل:

أ. معامل ارتباط بيرسون (Pearson): وهو معامل ارتباط بين متغيرين كل منهما متصل. وعند حساب هذا المعامل يفترض أن العلاقة بين متغيرين علاقة خطية كما يفترض جانس التباين. أي ثبات تباين قيم أحد المتغيرين (x) مثلاً عند كل قيمة من قيم المتغير (y) وقد استخدم بواقع (٧) مرات وبنسبة (٦٠,٧ %) ويستخرج بالمعادلة الآتية .

r = معامل الارتباط البسيط
 x = قيم العامل المستقل (المتغير الأول)
 y = قيم العامل التابع (المتغير الثاني)
 n = عدد المبحوثين
 ب. معامل ارتباط سبيرمان Spearman's Coefficient of rank Correlation

إذا كان لدينا متغيران متوزعان توزيعاً غير معتدلاً فيمكن تحديد معامل الارتباط بينهما على أساس ارتباط المشاهد بين مراتبهما المناظرة ويدعى بمعامل سبيرمان لارتباط المراتب. ويكون بترتيب القيم المشاهدة لكل متغير على حدة وتحديد مرتبة كل قيمة من قيم المتغيرين ثم نحسب الفروق بين مرتبتي كل زوج من أزواج البيانات الأصلية وقد استخدم بنسبة (٦,٥٢٪) وبواقع (٦) مرات ويحسب حسب المعادلة الآتية: (٢٢)

$$r_s = 1 - \frac{6 \sum d_i^2}{(n-1)n(n+1)}$$

حيث أن:

r_s : هو معامل سبيرمان لارتباط الرتب
 n : تمثل عدد أزواج البيانات
 d_i : يمثل الفرق بين الرتب المتناظرة علماً بأن
 أما إذا أريد اختبار الفرضية الأساسية ضد الفرضية البديلة فنستخدم اختبار t

$$t_{\alpha, n-2} = r_s \sqrt{\frac{n-2}{1-r_s^2}}$$

ج. معامل الارتباط البسيط : ويشير مفهوم الارتباط إلى قوة واتجاه العلاقة بين متغيرين. فقد تكون هذه العلاقة بمستويات عدة (معدومة ، ضعيفة ، متوسطة ، عالية ، تامة) وأيضاً فإن العلاقة قد تكون موجبة (طرديّة) أو سالبة عكسية وقد استخدم بواقع (٧) مرات وبنسبة (٧,٦٠٪) ويتم استخراجها بالمعادلة التالية :-

$$r = \frac{\sum xy - \frac{\sum x \sum y}{n}}{\sqrt{(\sum x^2 - \frac{(\sum x)^2}{n})(\sum y^2 - \frac{(\sum y)^2}{n})}}$$

حيث أن :

r = معامل الارتباط البسيط .
 n = عدد المبحوثين .
 x = قيم العامل المستقل (المتغير الأول) .
 y = قيم العامل التابع (المتغير الثاني) .

وأن قيمة معامل الارتباط r تتراوح بين (-١ و ١) أي أن :
 والارتباط الطردي يعني أن زيادة في قيم أحد المتغيرين يصحبه زيادة في قيم المتغير الآخر. وهذا ما ظهر لدينا عند تطبيق المعادلة على تكرارات الرموز اللفظية وغير اللفظية.
 د. معامل التوافق : هو مؤشر إحصائي يستخدم لقياس العلاقة بين متغيرين وصفيين مصنفيين في

جدول توافق من نوع (m × n) وقد استخدم بواقع (٣) مرات وبنسبة (٣,٢٦٪) . ويحسب حسب الصيغة الآتية: (٢٣)

$$r_c = \sqrt{\frac{\chi^2}{\chi^2 + T}}$$

حيث ان T : تمثل مجموع التكرارات المشاهدة في جدول التوافق.

٥. تحليل الانحدار

أ. تحليل الانحدار الخطي البسيط : هو عملية تقدير العلاقة الخطية بين متغيرين فقط أحدهما متغير مستقل والآخر متغير تابع وقد استخدم بواقع مرتين فقط وبنسبة (٢,١٧٪) .
ب. معادلة الخطأ المعياري للتقدير (SEy) : هو الجذر التربيعي لمجموع مربعات انحرافات القيم الحقيقية (Yi) عن القيم التقديرية (yi) مقسوماً على (n - 2) وقد استخدم بواقع مرتين فقط وبنسبة (٢,١٧٪) ويستخرج بالمعادلة الآتية :

$$SE_{\hat{y}} = \sqrt{\frac{\sum_i^n (Y_i - \hat{Y}_i)^2}{n - 2}}$$

ج. معادلة معامل الانحدار بيتا (β̂) : وقد استخدم بواقع مرتين فقط وبنسبة (٢,١٧٪) ويمكن إيجاد الخطأ المعياري للمعلمة المقدرة بيتا وفقاً للصيغة الآتية: (٢٤)

$$SE_{\hat{\beta}_1} = SE_{\hat{y}} \times \sqrt{\frac{1}{S}}$$

جدول (٣) يبين التحليلات الإحصائية المستخدمة في بحوث العلاقات العامة

التحليل الإحصائي المستخدم	التكرار	النسبة المئوية
مقاييس النزعة المركزية		
الوسط الحسابي	٧	٧,٦٠
الوسط الحسابي الموزون	٩	٩,٧٨
مقاييس التشتت والاختلاف		
التباين	٢	٢,١٧
الانحراف المعياري	٩	٩,٧٨
المدى	١	١,٠٨
معامل الاختلاف والتشتت	٢	٢,١٧
الاهمية النسبية	٨	٨,٦٩
الاختبارات		
اختبار كروسكال ويلز	٢	٢,١٧
اختبار t	٧	٧,٦٠
اختبار مربع كاي χ^2	٨	٨,٦٩
اختبار فشر الاحتمالي (F)	٥	٥,٤٣
اختبار مان وتني	٢	٢,١٧
التحليل العاملي	١	١,٠٨
معاملات الارتباط		
معامل ارتباط بيرسون	٧	٧,٦٠
معامل ارتباط سبيرمان	٦	٦,٥٢
معامل الارتباط البسيط	٧	٧,٦٠
معامل التوافق (كندال)	٣	٣,٢٦
تحليل الانحدار		
تحليل الانحدار الخطي البسيط	٢	٢,١٧
معادلة الخطأ المعياري	٢	٢,١٧
معامل الانحدار بيتا Beta	٢	٢,١٧
المجموع	٩٢	٪١٠٠

وفيما يتعلق بمجالات استخدام الباحثين للطرائق الاحصائية في بحوثهم تبين ان مبحثاً واحداً فقط استخدم الطريقة الاحصائية في اختبار عينة البحث وبنسبة (٤,٥٤٪) . وان (١٠) مبحثين استخدموا الاحصاء في الجانب الميداني لغرض تحليل البيانات وتفسيرها وايجاد العلاقات وشكلوا نسبة (٤٥,٤٥٪) فيما استخدم (١١) مبحثاً الطرائق الاحصائية في اختبار صدق وثبات اداة الدراسة والجانب الميداني معا وكانت نسبتهم (٥٠٪) من مجموع العينة .

جدول (٤) يبين مجالات استخدام الطرائق الاحصائية في بحوث العلاقات العامة

المجالات	التكرار	٪
اختبار العينة	١	٤,٥٤
الجانب الميداني فقط	١٠	٤٥,٤٥
لقياس صدق الاداة وثباتها والجانب الميداني معا	١١	٥٠
المجموع الكلي	٢٢	١٠٠

وبشأن عدد الطرائق الاحصائية المستخدمة في بحوث العلاقات العامة لغرض تحليل النتائج والوصول الى اهداف البحث تبين ان (٩) باحثين استخدموا اكثر من طريقة احصائية وبشكل مبالغ فيه لتحقيق النتيجة ذاتها وكانت نسبتهم (٤٠,٩٠٪) من مجموع العينة فضلا عن ان بعض الباحثين ذكروا طرائق كثيرة واستخدموا منها الشيء القليل . بينما نجد ان (١٣) مبحثاً وبنسبة (٥٩,١٠٪) قد استخدموا الطرائق الاحصائية وفق متطلبات بحوثهم انظر الجدول (٥) . ولاختبار الفرضية الاساسية التي تقول بأن : كثرة الطرائق الاحصائية المستخدمة تساعد في الوصول الى النتائج المطلوبة بينما الفرضية البديلة تقول : لا علاقة لكمية الطرائق المستخدمة في الوصول الى النتائج المطلوبة بالبحث. وعليه فان اختبار كاي سكوير χ^2 هو الكفيل باختبار هذه الفرضية وكالاتي :

نحصل على قيمة χ^2 المحسوبة هي 10.27 وتقارن مع قيمة χ^2 الجدولية وبدرجة حرية ١ تساوي ٣,٤٨ فهذا يعني رفض الفرضية الاساسية وقبول الفرضية البديلة والتي تقول لا علاقة لكمية الطرائق الاحصائية المستخدمة في الوصول الى النتائج المطلوبة في البحث.

جدول (٥) يبين كمية الطرائق الإحصائية المستخدمة في البحوث

الطرق الإحصائية المستخدمة نوع الدراسة		كثيرة		كافية		المجموع	
		تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%
ماجستير		٥	٣٥,٧١	٩	٦٤,٢٩	١٤	١٠٠%
دكتوراه		٤	٥٠	٤	٥٠	٨	١٠٠%
المجموع الكلي		٩	٤٠,٩٠	١٣	٥٩,١٠	٢٢	١٠٠%

وبخصوص السنوات التي تم إجاز البحث فيها فهي موضحة بالجدول رقم (٦) ونستطيع ان نختبر الفرضية التي تقول بأن الاعوام الاقدم هي اكثر استخدام للتحليل الإحصائي من الاعوام الاحداث . ولاختبار هذه الفرضية نستخدم اختبار Z حيث كانت قيمة Z المحسوبة تساوي ٣,٧٨ وتقارن مع قيمة Z الجدولية وتساوي ١,٧٥ وهي اصغر من قيمة Z المحسوبة. اذن ترفض الفرضية وتعني ان أن الاحصاء يستخدم في كل البحوث العلمية السابقة وسيظل يستخدم في كل البحوث العلمية في السنوات اللاحقة.

والفرصة الأخرى التي يمكن ان نختبرها هي ان طلاب الماجستير يستخدمون الاحصاء اكثر من طلاب الدكتوراه . ولاختبار هذه الفرضية نستخدم اختبار Z حيث كانت قيمة Z المحسوبة تساوي ٠,٨٧٩ وتقارن مع قيمة Z الجدولية وتساوي ١,٧٦ وهي اكبر من Z المحسوبة. اذن تقبل الفرضية باعتبار ان طلاب الماجستير يلجأون الى التحليل الإحصائي بغرض زيادة الاطار الميداني للبحث ويصبح الاحصاء هنا لا مبرر له ومجرد حشو تملأ به الرسائل قيد الدراسة بينما طلاب الدكتوراه يميلون اكثر الى اساليب النقد والتحليل الكيفي بحكم الخبرة التي اكتسبوها اثناء مدة دراستهم .

جدول رقم (٦) يبين عدد البحوث المنجزة حسب السنوات للدراستين الماجستير والدكتوراه

السنوات الشهادية	٢٠٠٥	٢٠٠٦	٢٠٠٧	٢٠٠٨	٢٠٠٩	٢٠١٠	٢٠١١	المجموع
ماجستير	٥	١	٢	٤	١	١	٠	١٤
دكتوراه	٠	٢	١	١	٣	١	٠	٨
المجموع الكلي	٥	٣	٣	٥	٤	٢	٠	٢٢

وبخصوص الرسوم الإحصائية المستخدمة في بحوث العلاقات العامة اتضح ان (٩) مبحوثين استخدموا الرسوم التوضيحية في عرض البيانات الإحصائية وكانت نسبتهم (٤١%) وان (١٣) مبحوثاً لم يستخدم هذه الرسوم وبنسبة (٥٩%) من مجموع عينة البحث . وعن دور الرسوم الإحصائية في تحقيق اهداف البحوث نقوم باختبار Z حيث كانت قيمة Z المحسوبة تساوي ١,٤١٤ وتقارن مع قيمة Z الجدولية والتي تساوي ٢,٩٢ وهذه اكبر من قيمة Z المحسوبة وهذا يعني ان الرسوم الإحصائية المستخدمة لاتساعد في تحقيق اهداف البحث بل انها اشكال كمالية توضع داخل البحث. انظر الجدول (٧) .

جدول رقم (٧) يبين استخدام الرسوم الاحصائية في البحوث

استخدام الرسوم الاحصائية التوضيحية	التكرار	%
نعم	٩	٤١٪
كلا	١٣	٥٩٪
المجموع	٢٢	١٠٠٪

— اما عن ملائمة الطرائق الاحصائية المستخدمة في بحوث العلاقات العامة لاهداف هذه البحوث اتضح ان (١٠) طريقة كانت ملائمة لاهداف البحوث شكلت نسبة (٤٥,٤٥) من مجموع العينة بينما كانت (١٢) منها غير ملائمة لاهداف هذه البحوث وبواقع (٥٤,٥٤) , انظر الجدول (٨)

ويتضح ان بعض الباحثين استخدموا طرائق احصائية لا تتفق مع مشكلة البحث ولم تحقق اغراض هذه البحوث وانما استخدم الباحثون الوسط الحسابي والانحراف المعياري والاهمية النسبية لتدعيم النسب المئوية ولزيادة الجانب الميداني فقط فضلا عن اجراء اختبارات لا تمت بصلة بمشكلة البحث وشكلت ضعفا واضحا في هذه البحوث مما اصبحت ارقام لا مبرر لوجودها , ومن المآخذ التي سجلت على الباحثين في المجال الاحصائي , على سبيل المثال نجد ان بعضهم استخدم مربع كاي وارتباط بيرسون لمعرفة الفروق بين جنس المبحوثين و(المستوى الدراسي — الوظيفة — عدد سنوات الخبرة في العلاقات العامة — مدى استخدام وسائل الاتصال) ومن كل الدراسات السابقة تبين ان الجنس ليس له اي علاقة بعمل العلاقات العامة , فمن الافضل عدم دخوله في التحليل الاحصائي لان نتائجه واضحة جدا وهي عدم وجود اي فروق معنوية بين الرجل والمرأة في عمل العلاقات العامة , فضلا عن محاولة الربط بين العمر واستخدام وسائل الاتصال اذ وجد احد الباحثين ان هناك ارتباط سلبي ضعيف بين الفئة العمرية للمبحوثين ومدى استخدام وسائل الاتصال حيث انه كلما زاد العمر مال الى قلة استخدام وسائل الاتصال , ونلاحظ ان هذه الطرائق الاحصائية لم تحقق الهدف الاساسي للبحث المتمثل برؤية مدى استخدام المنهجية والعلمية في مكاتب العلاقات العامة. (٢٥)

كما ان معظم الباحثين الذين استخدموا الوسط الحسابي الموزون - الذي تم توضيحه في الفقرات السابقة- اخفقوا في استخدامه حيث استخدموه مع جنس المبحوثين في حين انه يستخدم مع مجموعة من الفئات الاحصائية (٢٦) فضلا عن عدم وجود الفرضيات التي يجب ان تثبت او ترفض احصائيا لدى غالبية الباحثين , كما لاحظنا تعدد الاختبارات الاحصائية المستخدمة عند التحليل رغم ان صياغة الاستمارة تعتمد على اسلوب واحد ناهيك عن الاخطاء الطباعية التي تخص الاحصاء مثل طباعة الرقم ٥٩٪ بدل من ٩٥٪ مما غير كل النتائج بالنسبة الى القارئ وكذلك وجود اخطاء رئيسية في عناوين الجداول والرسوم لم يتم تصحيحها وكتابة الفاصلة العشرية بشكل خاطئ في اغلب البحوث . ولم يستخدم معظم الباحثين مقياس الصدق والثبات عند وضع استمارة الاستبانة او المقياس مما تكون النتائج الاحصائية غير دقيقة كما تم تحليل كل استمارات الاستبيان المستلمة ودخول الاستمارات الخالية من الاجابة في التحليل الاحصائي رغم وجود نقص ملحوظ في الاجابات مما يؤثر على حجم العينة عند الدراسة وبالتالي على النتائج باكملها (٢٧). كما ان احد الباحثين كان غير دقيقا في عرض نتائج الجدول اذ يقول ان الاسئلة خاصة للاجابة بنعم فقط وعددهم ١٥ في حين يرجع ويحلل كل

العينة (٢٨) كما ان توزيع الفئات العمرية غير متساوي وغير نظامي ولا يخضع الى مقياس احصائي معين لدى بعض الباحثين (٢٩) ومن المأخذ الاحصائية ايضاً شرح وتوضيح بعض القوانين الاحصائية وطريقة استخدامها بشكل خاطئ (٣٠) فضلاً عن عدم فهم الفرضية الاحصائية الاساس والبديلة بشكل صحيح مما يؤثر على تحليل النتائج وعدم الاكتراث للتحليل الاحصائي حيث توجد بعض الاخطاء الجوهرية في العمل وتم قبولها مثل ان بيانات الجدول تظهر حالة معينة والشرح والتفسير لحالة اخرى . كما ان هناك ضعف في التسميات الاحصائية مما يشكك في الاسلوب المستخدم او يثير التساؤلات حوله .

جدول (٨) يبين ملائمة الطرق الاحصائية المستخدمة لاهداف البحث

الطريقة	التكرار	%
ملائمة	١٠	٤٥,٤٥
غير ملائمة	١٢	٥٤,٥٤
المجموع	٢٢	١٠٠

الاستنتاجات

ان توظيف التحليل الاحصائي في بحوث العلاقات العامة كان قليلاً اذ ان غالبية الباحثين لم يستخدموا التحليل الاحصائي في بحوثهم واقتصروا على استخدام طريقة العرض الجدولي والتوزيع التكراري التي تعد اساليب رياضية بسيطة .

تبين ان بعض الطرائق الاحصائية المستخدمة في بعض البحوث لا حاجة لها مما انعكس على زيادة عدد الجداول الاحصائية والتي كانت في الغالب مدعومة برسوم توضيحية دون مبرر واصبحت مجرد حشو تملئ بها البحوث قيد الدراسة.

ذكر وتعريف بعض المفردات الاحصائية دون ذكر دورها او اهميتها لمشكلة البحث والتساؤلات التي يرمي اليها الباحث اجابة عنها وشرح وتوضيح بعض القوانين الاحصائية واستخدامها بشكل خاطئ فضلاً عن ذكر وتعريف بعض المصطلحات الاحصائية ولم تستخدم اطلاقاً في البحوث.

تبين ان نصف الباحثين الذين وظفوا التحليل الاحصائي في بحوثهم استخدموه في مجال الدراسة الميدانية وقياس ثبات اداة الدراسة معاً .

اتضح ان الباحثين استخدموا طرائق احصائية متعددة في بحوث العلاقات العامة وان اكثر الطرائق الاحصائية استخداماً في هذه البحوث كانت الوسط الحسابي والانحراف المعياري والاهمية النسبية واختبار مربع كاي والاختبار التائي ومعامل الارتباط بيرسون .

اثبتت الاختبارات الاحصائية بانه لا علاقة لكمية الطرائق الاحصائية المستخدمة في الوصول الى النتائج المطلوبة في البحث فضلاً عن ان طلاب الماجستير يستخدمون الاحصاء اكثر من طلاب الدكتوراه وكذلك اثبتت الاختبارات ان الرسوم الاحصائية المستخدمة لاتساعد في تحقيق اهداف البحث بل انها اشكال كمالية توضع داخل البحث .

التوصيات

وضع مشرف احصائي مساعد او عرض الاطروحة على خبير احصائي مثلما تعرض على خبير علمي قبل المناقشة .

يفضل اشراك اساتذة متخصصين بالإحصاء في لجان المناقشة لطلبة الدراسات العليا الذين يوظفون التحليل الإحصائي في بحوثهم لتقويم الجوانب الإحصائية فيها .
الاهتمام بالإحصاء وتدريبه في الدراسات الأولية والعليا لان هناك ضعفاً واضحاً في الجوانب الإحصائية لدى طلبة كلية الاعلام رغم اهمية التحليل الإحصائي وتطبيقه بشكل ملائم في بحوث الاعلام والعلاقات العامة .

انشاء وحدة خاصة بالإحصاء في كلية الاعلام تتضمن اساتذة متخصصين في الاحصاء لما لها من دور مهم في تقديم المشورة الى الباحثين في كل ما يتعلق بالجوانب الإحصائية .
اشراك الباحثين والتدريسيين بدورات تدريبية في مجال الاحصاء والتدريب على النظام الإحصائي spss وغيره من الانظمة الإحصائية المتطورة ليتسنى للباحثين الاستفادة منها في بحوثهم العلمية وللتخفيف من التكاليف المادية العالية التي يدفعها الباحثون لخبراء الاحصاء الخارجيين بغية استخراج النتائج الإحصائية الخاصة ببحوثهم .

الهوامش.

- ١- هباس رجاء الحربي . العلاقات العامة والادارة العليا ((عمان : دار اسامة . ٢٠١٢)) ص ١٧ .
- ٢- محمد منير حجاب . المعجم الاعلامي ((القاهرة : دار الفجر . ٢٠٠٤)) ص ٩٠
- ٣- عبد العزيز صالح الخضير . ادارة الحملات الاعلامية وحملات العلاقات العامة ((السعودية : الدار الصولتية ٢٠١٨هـ)) ص ٢١٢ .
- ٤- حسن ياسين طعمة . ايمان حسين حنوش : طرق الاحصاء الوصفي . ط ١ ((عمان : دار صفاء ٢٠٠٩)) ص ٢٥
- ٥- نعيم ثاني الحمد واخرون . مبادئ الاحصاء ((الموصل : مديرية دار الكتب للطباعة والنشر . ١٩٨٦)) ص ١٣-١٤
- ٦- لياء جاسم محمد : اسماعيل صدام العيد . : الوسائل الإحصائية اللازمة في البحوث التربوية والنفسية ومدى تمكن طلبة الدراسات العليا من استخدامها ((بغداد : فينوس . ٢٠٠٨)) ص ٤٢
- ٧- عبد الحكيم خليل . العلاقات العامة بين المفهوم النظري والتطبيق العملي . ((القاهرة: الدار العالمية . ٢٠٠٩)) ص ١٢٤ .
- ٨- محمود يوسف . مقدمة في العلاقات العامة ((القاهرة : الدار العربية للنشر والتوزيع . ٢٠٠٨)) ص ١٠٩-١١٠
- ٩- محمود حسن المشهداني . اصول الاحصاء والطرق الإحصائية ((بغداد : دار السلام . ١٩٨٥ ص ٨ .
- ١٠- وجيه محبوب . البحث العلمي ومناهجه . (بغداد: وزارة التعليم العالي والبحث العلمي . مديرية دار الكتب للطباعة والنشر . ٢٠٠٢) ص ٢١٣ .
- ١١- د. مجيد الكرخي . الأحصاء والتنبؤ والتخطيط الاستراتيجي . المؤتمر الإحصائي العربي الاول ((عمان ٢٠١٢-١٣ . ٢٠٠٧)) ص ٢
- ١٢- المصدر ذاته ص ٣ .
- ١٣- حسن ياسين طعمة . ايمان حسين حنوش : طرق الاحصاء الوصفي . ط ١ . م . س . ص ٩٥ .
- ١٤- المصدر ذاته ص ١٢٥
- ١٥- المصدر ذاته ص ٢٢٤

- ١٦- نعيم ثاني احمد و د. خاشع محمود الراوي وآخرون ، مبادئ الإحصاء ، م. س. ، ص ٨٨.
- ١٧- شارلز هيكس. المفاهيم الأساسية في تصميم التجارب ، ترجمة قيس سبع خماس (بغداد : الجامعة المستنصرية ١٩٨٤) ص ٣٢ .
- ١٨- حسن ياسين طعمة و إيمان حسين حنوش. اساليب الإحصاء التطبيقي ((عمان : دار صفاء للنشر والتوزيع. ، ٢٠٠٩)) ص ٣٢٠.
- ١٩- واين دانيال. ترجمة د. زياد رشاد عبد الله. الإحصاء الحيوي اساس للتحليل في العلوم الصحية. الجامعة المستنصرية، ١٩٨٥ ص ١٥٤ .
- ٢٠- انوار ضياء ، د. صباح حسيب. نرجس هادي. دراسة مقارنة لاختبار كاي سكوير مع بعض الاختبارات للعينات ذات الحجم الصغيرة مع تطبيق عملي. مجلة كلية العلوم ، جامعة كركوك العدد ١ ، ٢٠٠٤
- ٢١- نعيم ثاني احمد و د. خاشع محمود الراوي وآخرون ، مبادئ الإحصاء ، م. س. ، ص ٣٠١
- ٢٢- المصدر ذاته ص ٣٠٤ .
- ٢٣- حسن ياسين طعمة. إيمان حسين حنوش : طرق الإحصاء الوصفي. ص ٢٩٧ .
- ٢٤- المصدر ذاته ص ٣٣٥ .
- ٢٥- انظر هوشيار مظفر علي أمين ، العلاقات العامة في الأحزاب السياسية الكردية ، دراسة مسحية لأنشطة العلاقات العامة للحزب الديمقراطي الكردستاني ، رسالة ماجستير كلية الإعلام- جامعة بغداد ، ٢٠٠٧ .
- ٢٦- انظر فاطمة عبد الكاظم حمد الربيعي ، العلاقات العامة وحقوق الإنسان ، دراسة مسحية لأهداف ووظائف العلاقات العامة في منظمات حقوق الإنسان العراقية ، للمدة من ٢٠٠٤/٤/١ لغاية ٢٠٠٥/٤/١ ، رسالة ماجستير كلية الإعلام- جامعة بغداد ، ٢٠٠٥
- و باقر موسى جاسم ، الصورة الذهنية لوظيفة العلاقات العامة لدى القيادات الإدارية في المؤسسات الحكومية ، (دراسة ميدانية في الوزارات العراقية) اطروحة دكتوراه كلية الإعلام- جامعة بغداد ، ٢٠٠٨
- ٢٧- محمد صاحب سلطان الشحمان ، معايير العلاقات العامة في اختيار القناة الاتصالية دراسة تحليلية مقارنة بين منظمتي اليونسيف واليونسكو في العراق ، اطروحة دكتوراه غير منشورة ، كلية الاعلام — جامعة بغداد ، ٢٠٠٦
- ٢٨ — ماجد فاضل زيون ، التعرض للفضائيات التلفزيونية وعلاقته بظاهرة تشتت الجمهور. دراسة ميدانية على طلبة جامعة بغداد ٢٠٠٩ .
- ٢٩- محمد بديوي الشمري صورة الجندي الأمريكي لدى الجمهور العراقي دراسة مسحية لآراء الجمهور نحو الجندي الأمريكي قبل ٩ نيسان ٢٠٠٣ وبعده رسالة ماجستير غير منشورة كلية الاعلام ، ٢٠٠٥.
- ٣٠- بشري جميل اسماعيل ، الفضائيات العربية وتنمية الصناعات الإبداعية اطروحة دكتوراه منشورة ، كلية الاعلام جامعة بغداد ، ٢٠٠٩

موضوعات المرأة في جريدة (الصباح) العراقية مقترح نسوي

م. د. أزهار صبيح
كلية الإعلام/ جامعة بغداد

المستخلص

حاول البحث تحقيق هدف علمي رئيس تمثل في (معرفة المنظور الذي تمت فيه المعالجة الصحفية لموضوعات المرأة في جريدة الصباح). وذلك عن طريق:

أ. تحديد نسبة موضوعات المرأة في جريدة الصباح، قياساً بالموضوعات الأخرى.

ب. كشف طبيعة موضوعات المرأة التي تناولتها الجريدة محل البحث.

ج. تشخيص هوية منتج المادة الصحفية التي تناولت موضوعات المرأة.

د. معرفة الفنون الصحفية التي عولجت عن طريقها موضوعات المرأة في الجريدة محل البحث.

هـ - الوقوف على القضايا التي ركزت عليها موضوعات المرأة في جريدة الصباح.

وبعد البحث من البحوث الوصفية، وأُعتد (المنهج المسحي)، كما أُستخدم طريقة (تحليل المضمون) لموضوعات المرأة المنشورة في جريدة الصباح.

وتحدد المجال الموضوعي للبحث في جريدة (الصباح)، بينما تمثل مجاله الزماني في المدة المحصورة بين تاريخي (٢٠ — ٣١) كانون الثاني و (١٠ — ١٩) شباط و (٢ — ١٢) آذار من عام ٢٠١٣.

وتوصل البحث الى استنتاجات عدة منها:

١- لم تظهر موضوعات المرأة، بصفتها مضموناً ثابتاً ومستقلاً، ضمن إستراتيجية إعلامية ذات متبنيات تأخذ المنظور النسوي منطلقاً للتناول والإهتمام في الصحيفة محل البحث، بل تظاهرات في أفضل الأحوال بصور عشوائية أو طارئة، بعد أن غدت وسيلة: لتحقيق غايات مؤسساتية معينة.

٢- تدني نسبة موضوعات المرأة التي عالجتها جريدة الصباح، قياساً بمجمل الموضوعات الأخرى.

٣- التفوق النسبي للموضوعات الخفيفة التي تتناول شأن المرأة على حساب الموضوعات الجادة.

٤- تخلف المرأة عن إنتاج الموضوعات التي تعنى بها، في حين جاء تفوق الرجل عليها (كمياً) كمنتج لموضوعاتها.

٥- شيوع التغطية الصحفية الروتينية لموضوعات المرأة عبر فن الخبر، الذي كثيراً ما جاء على نحو تسجيلي دونما أية معالجات إحترافية أو عميقة لمضامينه، وذلك على حساب الفنون الصحفية الأخرى.

٦- طغيان أسلوب التعويم على طريقة المعالجة الصحفية لموضوعات المرأة، إذ لم يؤشر البحث -إلا في حالات نادرة جداً- معالجات صحفية دقيقة ومباشرة لقضايا المرأة لاسيما الجوهرية منها، كتلك التي تتعلق بتعليمها، أو فاعليتها ضمن الحيز السياسي.

وتضمن البحث (٦) جداول

Abstract

The search tried to achieve a major scientific goal represented by (Knowing the perspective that has treated through press releases of woman articles in Al- Sabah newspaper via;

A - Specifying the rate of woman articles in Al-Sabah newspaper, compared with the other subjects.

B - Revealing the nature of the subjects of the woman that the newspaper is dealing in it searching point.

C-Identifying the ID of press- product, the specialist of the article that dealt with the research subject

D- Knowing the journalistic arts that the woman articles have treated by.

E - Standing on the spontaneous of the cases which woman articles concentrated on, through Al-Sabah newspaper.

The Research considers one of the descriptive researches, depends on the (scanning process) with using the way of (analyzing the content) for woman articles that published in the newspaper of Al-Sabah.

The objective field of the research in the Iraqi newspaper Al-Sabah specified, while its periodical side represented in it limited time between the two dates of (20-31)January (10-19) February,(2-12) March of 2013.

The Research reached to these following conclusions ;

1-The Woman topics never shown as a fix ,united content .But the woman topics shown randomly and emergently in it best cases ,After it was a way to achieve some institutes goals only.

2 - Deceasing the rate of woman topics .What>s treated by Al-Sabah newspaper comparing with all other topics.

3 - The relative superiority of the light topics that belong to the woman at the expense of the serious topics

4- Retreating the woman in producing her own topics, meanwhile the man progress came quantitatively as a product to her topics .

5 - the prevalence of the journalistic covering of woman topics via the art of transferring the new, that has come on a documentary way without any professional ,deep treatment for its contents, that was at the expense of other journalistic arts .

6- Keening on with the style of floating in topics on the journalistic treatment way of woman topics. The search never pointed only in so rare cases. Journalistic, direct and accurate treatments for woman cases especially the ultimate cases like the cases that her illustrate her Education and her vital activity within the political space.

The Research include (6) charts.

المبحث الأول : الإطار المنهجي :

- مشكلة البحث : تكمن مشكلة البحث في عدم وجود تصور علمي دقيق وواضح، عن ماهية المنظور التي تمت فيه المعالجة الصحفية لموضوعات المرأة في جريدة (الصباح) العراقية.

- أهمية البحث :- نظراً لأهمية الصحافة كوسيلة اتصال جماهيري، فإن تغطيتها لموضوعات المرأة، سيُسهم في تحديد معالم صورة المرأة لدى الجمهور، بالشكل الذي يتفق مع رؤية المؤسسة الصحفية لها، وفي بحثنا هذا، فإن الجريدة محل البحث (الصباح)، ووفقاً لهويتها الرسمية، إذ تمول من المال العام وتمثل الدولة العراقية، فإن معالجاتها لموضوعات المرأة، لابد وان يعكس بشكل او بآخر منظور الدولة للمرأة ولقضاياها.

- هدف البحث : يسعى البحث الى تحقيق هدف علمي رئيسي يتمثل في — معرفة المنظور التي تمت فيه المعالجة الصحفية لموضوعات المرأة في جريدة (الصباح) العراقية، وذلك عن طريق:-

- أ. تحديد نسبة موضوعات المرأة في جريدة الصباح، قياساً بالموضوعات الأخرى.
 - ب. كشف طبيعة موضوعات المرأة (جادة أم خفيفة) التي تناولتها الجريدة محل البحث.
 - ج. تشخيص هوية منتج المادة الصحفية التي تناولت موضوعات المرأة.
 - د. معرفة الفنون الصحفية التي عولجت عن طريقها موضوعات المرأة في الجريدة محل البحث.
 - هـ - الوقوف على القضايا التي ركزت عليها موضوعات المرأة في جريدة الصباح.
- نوع البحث ومنهجه ونظريته:- يصنف البحث وصفاً من حيث النوع، وأُعتد (المنهج المسحي) لما يوفره من إمكانية الحصول على البيانات والمعلومات المتعلقة بظاهرة أو حدث معين بطريقة كمية أو نوعية في مدة زمنية معينة، أي يهتم بدراسة حاضر الظواهر والأحداث، كما يمكن ان يوفر هذا المنهج عبر ما يطلق عليه البحوث المسحية العرضية، دراسة عينة من المجتمع في مدة زمنية محددة خاصة في مجال الدراسات الإعلامية ببحوثها الوصفية^(١).

كما أستخدم البحث طريقة (تحليل المضمون) لموضوعات المرأة المنشورة في جريدة الصباح. ولأن التحليل الكمي وحده — في مثل هذا البحث — لا يقدم معطيات علمية دقيقة، يمكن الاعتماد عليها، لمعرفة حقيقة حضور قضايا المرأة في التناول الصحفي، عمدت الباحثة الى تحليل مضمون نوعي لماهية القضايا التي ركزت عليها موضوعات المرأة؛ بغية تشخيص الكيفية والمنظور التي تم بهما التعاطي مع هذه القضايا. وأثرت الباحثة أن تخضع للبحث ليس فقط الموضوعات المحصورة للمرأة بشكل صريح، بل حتى تلك الموضوعات التي تخص المرأة على نحو غير مباشر؛ وذلك حرصاً على أن لا تبدو الصورة مبتورة، الأمر الذي يخل بعلمية البحث ودقته .

وينطلق البحث من نظرية (المسؤولية الاجتماعية) للصحافة التي تسعى الى ربط الصحافة بقضايا المجتمع عن طريق إلزام الصحفيين بمسؤوليات أخلاقية تجاه المجتمع عن طريق «مواثيق شرف تكفل التعبير الصادق عن الآراء ونقل الأنباء والمعلومات ونشرها بموضوعية وبدون تحريف، واتخاذها إجراءات؛ لمنع التركيز والإحتكار في مجال الصحافة لضمان استمرار الصحافة في التعبير عن وجهات النظر المتباينة»^(٢).

كما يتبنى البحث (مقترَباً نسوياً) في دراسته النظرية والتحليلية.

- مجالات البحث :-

المجال الموضوعي : يتحدد المجال الموضوعي للبحث في جريدة (الصباح) العراقية.

المجال الزمني : يتمثل المجال الزمني للبحث بالمدة المحصورة بين تاريخي (٢٠ - ٣١) كانون الثاني ٢٠١٣، والمدة المحصورة بين تاريخي (١٠ - ١٩) شباط ٢٠١٣، والمدة المحصورة بين تاريخي (٢ - ١٢) آذار من العام نفسه. وقد إختارت الباحثة هذه الأيام تحديداً، بشكل قصدي : بغية معرفة فيما إذا كان ثمة إهتمام خاص قد توليه الجريدة لموضوعات المرأة، توافقاً مع (يوم المرأة العالمي) يمكن أن يشكل فروقات ذات دلالة، أم لا.

التعريفات الإجرائية :

- الموضوعات الجادة (Hard news) : هي تلك الموضوعات الصحفية التي تتعاطى مع المرأة ككائن مستقل، ذا دور فاعل في صناعة الحياة، بمختلف مفاصلها الإجتماعية والاقتصادية والسياسية والثقافية والرياضية، ويعاني في الوقت نفسه من مشكلات حقيقية ملحة.

- الموضوعات الخفيفة (Soft news) : هي تلك الموضوعات الصحفية التي تتعاطى مع المرأة بصفتها كائناً تابعاً أو ثانوياً أو فائضاً عن الحياة، وفي أفضل الأحوال عنصر ديكور إجتماعي، أو عامل إثارة حسية.

المبحث الثاني : الإطار النظري

المرأة في الصحافة

معروف أن ما يقدم في وسائل الاتصال ، إنما هو مرآة عاكسة لحضارة المجتمع وثقافته، وأن الصورة التي تُقدم بها المرأة ما هي إلا تعبير عن اتجاهات أفراد المجتمع الذي تنتمي إليه وتتعامل مع أبنائه في علاقة تفاعلية تبادلية، إذ أن ما يقدم في تلك الوسائل إنما يعبر عن أفكار وتصورات مغزى تلك المادة، وليس عن الواقع الحقيقي الذي تعيش فيه المرأة في مجتمع اليوم^(٣).

وثمة إتفاق بين الباحثين والمهتمين بالحقل الإعلامي، أن هناك تقصيراً واضحاً من قبل وسائل الإعلام في تقديم صورة إيجابية وواقعية للمرأة. ولقد أجمعت الدراسات أن الإعلام يحصر المرأة في أدوارها التقليدية كأم وزوجة فقط ، ويتجاهل ويقلل من شأن أدوارها الأخرى كعامله ومنتجة وشريك فاعل في صنع المجتمع. ويجمع الباحثون أيضاً على أن من أخطر السبل التي يستخدمها الإعلام في تثبيت ونشر هذه الصورة الأحادية الملامح وغير المتوازنة للمرأة هو اعتماده على التعميط (stereotyping) وانحيازه الدائم إلى نماذج نمطية (stereotypes) جامدة عن المرأة^(٤).

إذ أن تقديم المرأة في صورة أداة للمتعة الجنسية، لا في صورة ذات ، تتمتع بالسلطة ، يجعل المرأة تستقبل صورة محددة للأنوثة ولكيان المرأة، الأمر الذي يؤثر سلباً على قدرات المرأة^(٥). كما تؤثر مضامين الصحف في جمهور قرائها وتزودهم بالقوالب الفكرية الجامدة (stereotype) أو يعزز ما يحملونه من صور ترسخت في أذهانهم عن طريق التنشئة الاجتماعية عن المرأة ودورها في المجتمع^(٦).

إلا أن ثمة من يرى ان المسألة أعقد بكثير من الإقرار بقدرة وسائل الإعلام على بلورة الصورة الذهنية التي يحملها الناس عن المرأة . فعلى الرغم من إتفاق أغلب الدراسات التي تناولت صورة المرأة في وسائل الإعلام ، على ان هذه الوسائل لا تمنح قضايا المرأة الاهتمام الذي تستحق، ولا تُعنى بحجم وطبيعة مشاركتها الاجتماعية والاقتصادية داخل مجتمعاتها. إلا ان هذه الدراسات نفسها ، تُزيح عن وسائل الإعلام المسؤولية عما تعانيه المرأة حالة التبعية والإلحاق. إذ جُدد أن ليس بمقدورها منفردة أن تُقلب الحال هذه ، لاسيما وان للموضوع إمتدادات وجذوراً تتعلق بطبيعة البنى الاجتماعية والهيكلية السياسية والاقتصادية، فضلاً عن متغيرات حضارية أخرى.

ومع هذا، فليس من الدقة إنكار «التغير الحاصل في إتحاء إعطاء أهمية خاصة لتغير صورة المرأة في

الوسائل الإعلامية، وأن الجهود المبذولة في هذا الصدد قد خلقت وعياً غير مسبوق بقضايا المرأة، ليس على المستوى الرسمي فقط ولكن على مستوى الجهود الشعبية ممثلة في المنظمات غير الحكومية. وعلى الرغم من هذا التقدم المحرز، إلا أنه مازالت هناك فجوات قائمة تهدد الجهود المبذولة في هذا الصدد، ومازال الإعلام يقدم صورة غير متوازنة لا تعكس متغيرات المجتمع المختلفة وتنوع نماذجه، وتقدم في بعض الأحيان صور مهينة عن المرأة، وتعرضها باعتبارها جسداً خالصاً لا وظيفة له إلا الإثارة تاركاً القضايا الجوهرية التي تدعو إلى النهوض بالمرأة وتغيير أوضاعها تتساقط - كلياً أو جزئياً - من بؤرة التركيز الإعلامي من منطلق دعاوى رجعية تدعو إلى التقهقر بالمرأة إلى الوراء»^(٧).

إذ ما تزال البرامج والرسائل الإعلامية تؤكد التمايز النوعي والأدوار التقليدية للمرأة إذ تنطلق في معظمها من ثقافة البنية الأبوية السائدة وروح السيطرة ونمط التفكير.

وعادة ما تعتمد «الصحافة الى طرح قضايا المرأة للمرأة فقط. ونادراً ما يتوجه هذا الخطاب إلى المجتمع ككل أو الى الرجل. الأمر الذي يعطي تصوراً أن قضية المرأة مسألة تخصها وحدها بمعزل عن واقعها ومجتمعها وعالمها. وهذا يؤدي بطبيعة الحال الى تلقي المرأة خطاباً يختلف عن الخطاب الذي يتلقاه الرجل أو المجتمع»^(٨).

لذا بدا من الضروري إعادة النظر فيما يقدم من تلك الوسائل. ومحاولة توظيف المادة الاتصالية التوظيف الأمثل بما يعمل على تغيير الاتجاهات والأفكار السائدة عن المرأة لدى أفراد المجتمع. وذلك حتى يقدم صورة حقيقية عنها. ويقدمها في إطار يعبر عن واقعها المعاش من ناحية. ويعمل على النهوض بها؛ حتى تصبح تلك المادة الاتصالية بمثابة المعين الحقيقي لحركة تقدم المرأة. وبالتالي تقدم المجتمع^(٩).

كما بات مهماً الأخذ بمبدأ الشفافية في فهم أوضاع المرأة الراهنة ودراسة الثقافة التحتية والأعراف والتقاليد المكبلة لتطورها. بحيث تأتي الرسالة غير منسلخة عن واقعها»^(١٠).

ان ظهور مستوى الفعل والحضور الأنثوي في مجال الإعلام يحتاج الى عملية فصل موضوعي بين الجانب الكمي المتمثل بقوة العمل النسائي والجانب النوعي المتمثل بمستوى إخضاع مضمون مفردات الرسالة الإعلامية للتعديل وإعادة الصياغة لصالح خدمة شؤون النساء وإبراز قضاياهن وتصوراتهن بشأن مجالات الحياة المجتمعية^(١١).

ان صورة المرأة لم يجر عليها تغيير يذكر في وسائل الإعلام العربية، صورة تحاكي الثقافة الشعبية عن المرأة كما يريد الرجل أن تكون، كائناً خارج الفعل والتأثير في القضايا الحاسمة لا في الأسرة ولا في المجتمع^(١٢). كما إن معظم الصور التي تقدمها وسائل الإعلام العربية للمرأة تفتقر إلى معالجة الواقع الحقيقي للمرأة في المجتمع. الواقع الحي الذي تواجهه يومياً. فمعظم هذه الصور تقدم المرأة بلا طموحات ولا وجهة نظر في القضايا العامة. ولا حتى مشكلات طبيعية مع محيطها الطبيعي. وأكثر من ذلك تقدمها بلا طموحات شخصية تتجاوز جدران المنزل. وتصور المرأة العاملة التي تملك طموحات مشروعة خارج المنزل بأنها مجردة من مشاعر الأمومة. ومعتدية على العادات والتقاليد. وهي تخوض الصراع مع المجتمع الذي لا بد من أن ينتهي بإقرارها بالخطأ الذي ارتكبته. وبالتالي عودتها إلى المنزل من جديد^(١٣).

كذلك ينضج التركيز عما يمكن تسميته الجوانب غير التنموية لصورة المرأة وتوجهاتها واهتماماتها والمتمثلة في جوانب الترف الاستهلاكي أو الاستهلاك الكمال أو البذخي. وهي جوانب لا تقبل التطوير. وقد تستعصي عملياً على التقنين والترشيد. انها قد تخلق هموماً عند المرأة لا مبرر لها. في حين انها

تتجاهل الهموم الجوهرية الموجودة في المجتمع بالفعل. ان المرأة وفقاً لهذا التصور تشكل أداة في أيدي أرباب الإعلانات والمروجين للاستهلاك الترفي. ومن هنا قد يصل الأمر بالصحف والصفحات والأبواب التي تقصد نظرياً الاهتمام بالمرأة إلى التعتيم على المشكلات الحقيقية للمرأة^(١٤).

وكثيراً ما تتسم الموضوعات المطروحة عن المرأة في الصحافة العربية بالآثي^(١٥) :-

أ - إن معظم مضامين وسائل الإعلام العربية تفتقر إلى معالجة حقيقية لأوضاع المرأة العربية وقضاياها وهمومها الجوهرية في المجتمع. فالتركيز يكون عادة على القضايا ذات الطابع العاطفي والعلاقات مع الرجل (الحبيب أو الزوج) ومع الأولاد والوالدين. وحتى هذه القضايا تتم معالجتها عادة بسطحية دون التركيز على أسبابها الاجتماعية والاقتصادية والثقافية والدينية.

ب - تصور هذه المضامين المرأة على أنها عاطفية شديدة الحساسية غير قادرة على التفكير السليم أو اتخاذ القرارات وأخذ زمام المبادرة. كما أن صورة الذات عندها سلبية تتمثل بالاستسلام للرجل.

ج - تعكس هذه المضامين الاهتمامات والأدوار التقليدية للمرأة. فهي الأنثى المهتمة بالطبخ والأزياء والتجميل والإحجاب والعلاقات الأسرية السطحية. وهي المشغولة بالمظاهر والشكليات.

د - المرأة العربية الريفية والبدوية والفقيرة والكادحة والمناضلة مهملة في مضامين وسائل الإعلام العربية. وكذلك الصغيرة السن والكبيرة السن والسمنة والمعوقة وغير المتزوجة. وحين تتناول وسائل الإعلام العربية صورة المرأة المذكورة أعلاه فهي تتناولها بشكل مشوه بعيد عن الواقع. سواء من ناحية شخصيتها وتصرفاتها أو من ناحية القضايا والمشكلات والهموم الأساسية التي تواجهها.

هـ - تركز وسائل الإعلام الجماهيري على النساء الناضجات والشابات والنساء في المدن والمنتميات إلى الطبقات الوسطى والعليا. كما تركز على شريحة من النساء تمثل أقلية في المجتمع كالفنانات وسيدات المجتمع والمنحرفات.

و - إن معظم مضامين وسائل الإعلام العربية لا تعكس أي دور للمرأة العربية أو تطلعاتها في عملية التنمية وتعجز عن مواكبة تطور المرأة العربية أو سوء حالها في الحياة المعاصرة.

ز - تظهر المرأة العربية في مضامين وسائل الإعلام مستهلكة غير منتجة غير مشاركة في عملية التنمية. وهي في معظم الأحيان غائبة عن ميادين الإنتاج والخدمات والنشاط الاقتصادي. كما وتظهر غير قادرة على الإبداع في أي من هذه المجالات.

ح - يصور الإعلام العربي عادة المرأة العاملة المتعلمة على أنها مجردة من مشاعر الأمومة أو الأنوثة. مغتربة عن العادات والتقاليد. وفي صراع دائم لا ينتهي إلا بعودتها إلى البيت.

ط - تظهر المرأة العربية في وسائل الإعلام شخصاً غير واضحة المعالم. إذ تبدو متأثرة بشكل كبير وغير مبرر بنموذج المرأة الغربية على حساب هويتها العربية والقومية.

ي - معظمها ما تزال تركز على الأدوار التقليدية للمرأة واهتماماتها على حساب الأدوار الأخرى لها. بصفتها شريكة في الإنتاج وبناء الأسرة وفي اتخاذ القرار. ومساهمة في مختلف جوانب الحياة والعمل والخلق والإبداع الفكري والفني والثقافي. وإنسانة تتساوى مع الرجل في الحقوق والمسؤوليات.

ك - كثيراً ما تستغل مضامين وسائل الإعلام العربية المرأة باعتبارها موضوعاً للجنس وأداة للجذب الجنسي ووسيلة لتشجيع وزيادة الاستهلاك وبخاصة في مجال الإعلانات.

وإن أخطر ما في (الصور النمطية) السلبية للمرأة العربية في المجتمع هو أن المرأة ذاتها عادة ما تتبنى هذه الصور السلبية الجامدة غير الواقعية - إما كلياً أو جزئياً - أو أنها تتظاهر بتبنيها في إطار حرصها

على التقبل الاجتماعي أو التوافق الاجتماعي.
ل - تظهر المرأة في الإعلام العربي بعيدة عن القضايا العامة في مجتمعها مثل السكان والتنمية والبيئة والفقر والعمل خارج المنزل والصحة والتعليم والتغيير الاجتماعي وقضايا التشريعات العامة. وبخاصة تلك المتعلقة بوضع المرأة في المجتمع.

م - لا تظهر المرأة العربية في مضامين الإعلام العربي. أية اهتمامات للمشاركة السياسية أو النقابية أو النضالية أو الاجتماعية أو الثقافية.

الأمر الذي يعني أن هناك ضعفاً في مشاركة العناصر النسائية المتخصصة في المواد والبرامج الإعلامية ذات البعد الثقافي والاقتصادي والسياسي والقانوني والديني. أو المشاركة في التحليل للأحداث المهمة. فضلاً عن انخفاض نسبة تمثيل العناصر النسائية في مواد وبرامج ترتبط في ذهن الجمهور بنماذج القدرة^(١٦).

وهنا لابد من الإشارة إلى طبيعة الموضوعات التي تكلف بها الصحافيات بصرف النظر عن الكاتبات منهن. فهي موضوعات أبعد عما توصف عادة بالموضوعات الجادة (hard news) كالسياسة والاقتصاد وغيرها^(١٧).

إذ أن بعض المؤسسات لا يطمئن رؤسائها إلى تكليف امرأة بالنشر في المجال السياسي «لأنهن يفتقرن إلى حاسة (النشم السياسي) الأمر الذي يعني أن وجود المرأة في المؤسسة الإعلامية، لا يعني عدم ممارسة التمييز ضدها في مستويات أخرى^(١٨).

وعادة ما يكون صنع القرار الإعلامي أعلى من المؤسسة الإعلامية ذاتها. وأن القاعدة الإعلامية النسائية لا ينشأ عنها صانعة قرار. وهما في الواقع وجهان لعملة واحدة. فإذا كانت من تُعين في هذه المناصب العليا تأتي لتنفيذ سياسة من وظيفها. وجب عندئذ النظر في منطلقات تلك السياسة ومراميها. وهو أمر يعني أن صانعة القرار المعينة تتصرف غالباً بالعودة إلى مرجعية من كلفها وإن كانت تترك أحياناً بعض البصمات من منطلق «الحس النوعي Gender sensitive»^(١٩).

المبحث الثالث .. التطبيق

نتائج تحليل المضمون

جدول (١) .. يوضح عدد الموضوعات الإجمالي المنشورة في جريدة الصباح

ت	تاريخ الأعداد	عدد الموضوعات المنشورة	%	المرتبة
١	٢٠ - ٣١ كانون الثاني	١٢٢٥	٣٤,٨	الثانية
٢	١٠ - ١٩ شباط	١١٢٠	٣١,٩	الثالثة
٣	٢ - ١٢ آذار	١١٧٠	٣٣,٣	الأولى
	المجموع	٣٥١٥	١٠٠	

يبين جدول (١) أن إجمالي عدد الموضوعات التي نشرتها جريدة الصباح، في الثلاثين عدد منها. وهي الأعداد التي أخضعها البحث للدراسة - بلغ (٣٥١٥) موضوعاً، توزعت بواقع (١٢٢٥) موضوعاً، أي ما نسبته (٣٤,٨%) في الأعداد العشرة الصادرة في المدة المحصورة بين تاريخي (٢٠ - ٣١) من شهر كانون الثاني، و(١١٢٠) موضوعاً، أي ما نسبته (٣١,٩%) في الأعداد العشرة الصادرة في المدة المحصورة بين تاريخي

(١٠ - ١٩) من شهر شباط. و (١١٧٠) موضوعاً. أي ما نسبته (٣٣,٣) في الأعداد العشرة الصادرة في المدة المحصورة بين تاريخي (٢ - ١٢) من شهر آذار.

جدول (٢) .. يوضح عدد موضوعات المرأة المنشورة في جريدة الصباح

ت	تاريخ الأعداد	عدد موضوعات المرأة	%	المرتبة
١	٢٠ - ٣١ كانون الثاني	٢٦	٢٩,٢	الثانية
٢	١٠ - ١٩ شباط	٢٤	٢٧	الثالثة
٣	٢ - ١٢ آذار	٣٩	٤٣,٨	الأولى
	المجموع	٨٩	١٠٠	

يتضح من الجدول (٢) تقارب عدد الموضوعات التي نشرتها جريدة الصباح العراقية بشأن المرأة. بين (٢٦) موضوعاً. أي ما نسبته (٢٩,٢ %) في الأيام العشرة الأخيرة لصدورها في شهر كانون الثاني عام ٢٠١٣. و (٢٤) موضوعاً. أي ما نسبته (٢٧ %) في الأيام العشرة الوسطى من شهر شباط من العام نفسه. الأمر الذي يؤشر معدلاً تقريبياً لإهتمام الجريدة بتناول قضايا المرأة.

بينما ترى الباحثة أن إزدياد عدد الموضوعات الخاصة بالمرأة التي نشرتها الجريدة. في أعدادها العشرة الأولى من شهر آذار وبواقع (٣٩) موضوعاً محققاً نسبة مقدارها (٤٣,٨ %) . جاء متوافقاً مع (يوم المرأة العالمي) في الثامن من شباط. والفعاليات والنشاطات الخاصة به. الأمر الذي يؤكد المنظور (المناسباتي) الذي تعتمده الجريدة محل البحث. في تناولها لقضايا المرأة والموضوعات التي ذات الصلة بها.

كما لاحظت الباحثة ان هذه الموضوعات لم تقتصر فقط على تغطية فعاليات الإحتفاء والاحتفال بالمرأة ويومها العالمي. بل أخذت تتناول العديد من مشكلات المرأة وقضاياها. لاسيما تلك غير المفكر بها. ففي الوقت الذي لم تنشر فيه الجريدة أي موضوع خاص بواقع المرأة العراقية في مجال الرياضة مثلاً. أفردت - وعلى مدى يومي الثامن والتاسع من آذار- صفحتها الرياضية لتحقيقات صحفية مع بطلات رياضيات عراقيات؛ ليشخصن حقيقة مشكلاتهن وماهيّة المعوقات التي تعترض سبلهن لتقديم المزيد من الإبداع. فضلاً عن مقابلات مع معانيات في الشأن الرياضي النسوي. كشفت النقاب فيها عن الإهمال الحكومي للمرأة الرياضية. وطغيان النظرة (الجنديرية) في المجتمع. والتي تحول دون إنخراط مزيد من النساء في المجالات والفعاليات الرياضية.

كما وجدت الباحثة. ان المقالات الصحفية وظفت هي الأخرى (مناسباتياً). إذ تبنت الجريدة فيها قضية المرأة من منظور التمكين وضرورته عبر تأكيدها ان « مشروع مساواة المرأة بالرجل. يجب أن يسبقه مشروع تعليم المرأة والإرتقاء بوعيها وخلق نوع من الحصانة الثقافية في شخصيتها»^(٢٠). ومن الجدولين ذي الرقمين (١) و (٢) يتبين إن نسبة موضوعات المرأة في جريدة الصباح. قياساً الى إجمالي عدد الموضوعات التي نشرتها الجريدة في أثناء مدة البحث. بلغت ما مقداره (٢,٥ %) وهي نسبة ضئيلة جداً. تؤشر إهتماماً متدنياً جداً بموضوعات المرأة وقضاياها.

جدول (٣) .. يوضح طبيعة الموضوعات الخاصة بالمرأة المنشورة في جريدة الصباح

ت	طبيعة الموضوعات	التكرارات	%	المرتبة
١	الموضوعات الخفيفة	٤٧	٥٢,٨	الأولى
٢	الموضوعات الجادة	٤٢	٤٧,٢	الثانية
	المجموع	٨٩	١٠٠	

على الرغم من ان معطيات الجدول (٣) تشير الى أن الموضوعات ذات الطابع الخفيف، قد تفوقت على الأخرى الجادة، بعدد تكرارات بلغ (٤٧) مرة ونسبة (٥٢,٨)٪. فيما جاءت الموضوعات الجادة بعدد تكرارات بلغ (٤٢) بنسبة مئوية مقدارها (٤٧,٢)٪.

الا ان الفارق بينهما ليس كبيراً، الأمر الذي لا يتفق تماماً مع أكثر الإطروحات التي أسفرت عنها الدراسات والبحوث المتعلقة بطبيعة الموضوعات التي تناول الشأن النسوي في الصحافة العربية. وتغزو الباحثة ذلك الى ان الجريدة موضع البحث، هي جريدة رسمية تمثل «الدولة العراقية»، لذا فهي تعنى بحكم الهوية بموضوعات والشؤون التي تمس حياة المرأة وقضاياها الأكثر إلحاحاً. فضلاً عن طبيعة الظرف السياسي والأمني الذي يشهده العراق وتداعياته على مجمل الوضع الاجتماعي والأسري الذي تعيشه المرأة العراقية. وما يؤكد هذا ان (٤١) موضوعاً من الموضوعات الخفيفة التي نشرتها الجريدة في أثناء مدة البحث عُنت بالمرأة الأجنبية، بينما أهتم (٣٥) موضوعاً من الموضوعات الجادة بالمرأة العراقية.

جدول (٤) .. يوضح هوية المنتج الصحفي لموضوعات المرأة المنشورة في جريدة الصباح

ت	منتج المادة الصحفية	التكرارات	%	المرتبة
١	رجل	٣٠	٣٣,٧	الأولى
٢	بلا مصدر	٢٣	٢٥,٨	الثانية
٣	وكالات	٢١	٢٣,٦	الثالثة
٤	الصباح	١١	١٢,٤	الرابعة
٥	إمرأة	٤	٤,٥	الخامسة
	المجموع	٨٩	١٠٠	

تكشف أرقام الجدول (٤) أن الرجل هو أول (المعنيين أو المكلفين)، بإنتاج الموضوعات الخاصة بالمرأة في جريدة الصباح. إذ تفوق على المنتجين الآخرين بواقع (٣٠) تكراراً من مجموع (٨٩)، أي ما يعادل (٣٣,٧)٪. بينما جاءت الموضوعات التي لم تُسند الى مصدر بواقع (٢٣) موضوعاً ونسبة مقدارها (٢٥,٨)٪ في أغلبها عن المرأة غير العراقية، ولاحظت الباحثة انها في أغلبها (أخبار)، مستقاة من شبكة المعلومات الدولية (إنترنت). وينطبق هذا التوصيف على الموضوعات المستقاة من وكالات الأنباء العالمية، التي جاءت بواقع (٢١) تكراراً ونسبة (٢٣,٦)٪. بينما تحفظت الجريدة على نسبة (١١) موضوعاً من الموضوعات الخاصة بالمرأة التي نشرتها في أثناء مدة البحث، أي ما نسبته (١٢,٤)٪ الى نفسها، معللة ذلك بانها مستقاة من مصادر خاصة بالجريدة. في حين لم تنتج المرأة موضوعات صحفية تتعلق بها وبقياساتها

إلا (٤) مرات . بنسبة تدنت الى (٤,٥) % . الرقم الذي يؤشر تقاعساً أو جَهالاً أو إهمالاً أو عدم وعي المرأة بذات المرأة، لاسيما وان الرقم المذكور لا يتناسب مع نسبة تمثيل المرأة ضمن الملاك الصحفي للجريدة محل البحث. والذي يشكل نسبة (٢٠,٨) % (*) .

ولم تلحظ الباحثة - على الرغم من الفارق العددي بينهما - ان ثمة فروقات واضحة بين إنتاج الرجل للموضوعات الصحفية الخاصة بالمرأة. وإنتاج المرأة للموضوعات نفسها. بعد أن تماهى الأثنان (المرأة والرجل) مع نهج الجريدة الذي يعنى بالمرأة كجسد إغراء ومناسبة إحتفاء. أكثر منها كياناً مستقلاً ذا قضايا جوهريّة ملحة .

جدول (٥) يوضح ماهيّة الفنون الصحفية (**) التي عاجلت موضوعات المرأة في جريدة الصباح

ت	الفن الصحفي	التكرارات	%	المرتبة
١	الخبر	٥٤	٦٠,٧	الأولى
٢	التقرير	١٣	١٤,٦	الثانية
٣	المقال	٩	١٠,١	الثالثة
٤	التحقيق	٥	٥,٦	الرابعة
٥	المقابلة	٥	٥,٦	الرابعة
٦	القصة الإخبارية	٢	٢,٢	الخامسة
٧	كاريكاتور	١	١,١	السادسة
	المجموع	٨٩	١٠٠	

يكشف الجدول (٥) ان جل الموضوعات التي تتناول المرأة. عاجلتها الجريدة محل البحث عن طريق فن الخبر. إذ بلغت نسبتها (٦٠,٧) % بعدد تكرارات وصل الى (٥٤) خبراً. تلاه ثانياً فن التقرير الإخباري بـ (١٣) تقريراً ونسبة (١٤,٦) % . وأقل من ذلك بـ (٤) تكرارات. شغل المقال المرتبة الثالثة في سلم التوزيع الرتبي للفنون الصحفية التي عاجلت موضوعات المرأة بنسبة مئوية قدرها (١٠,١) % . أما فنا التحقيق الصحفي والمقابلة الصحفية. فقد تساوا في عدد تكراراتهما الـ (٥) ونسبتهما المئوية البالغة (٥,٦) % محتلين بذلك المرتبة الرابعة.

وتراجعت القصة الإخبارية التي عاجلت موضوعات المرأة الى المرتبة الخامسة بعد ان اقتصرت على قصتين إخباريتين فقط. مسجلة نسبة مئوية قدرها (٢,٢) % . في حين سجل الكاريكاتور حضوراً متواضعاً ومتأخراً. مرة واحدة فقط. ونسبة (١,١) % . وقد أوضح عبر خطوطه المرسومة. تراجع حقوق المرأة في المنطقة العربية عاماً بعد آخر. على نحو جعل الرجل في موقف ضعيف وحرَج وهو يحاول تهنئتها بعيداً .

تؤشر الباحثة أن تفوق فن الخبر جاء لتغطية نشاطات نسوية أو متابعة فعاليات خاصة بالمرأة. وأخرى تنقل أحداثاً نسوية لا تتعلق بالمرأة العراقية . كما لم تختلف التقارير عن هذا الإهتمام.

كما ان المقالات التي تناولت موضوع المرأة. وجدت الباحثة إنها جاءت: لتواكب المناسبة وتتناغم مع الحدث (يوم المرأة العالمي). الأمر الذي يؤكد (المناسباتية) ليس فقط في توجه الجريدة العام. بل حتى

بالنسبة لكتاب المقالات فيها، وطبيعة ما يكتبون. أما التحقيقات والمقابلات التي تنطوي على (القصدية) في التعاطي الإعلامي، وتشيّ بان ثمة ظاهرة لافتة تستدعي التقصي، أو شخصية متميزة تتطلب أو تستحق تسليط الضوء عليها وعلى منجزها الإبداعي. فان تراجعها البين هذا، يؤكد ضالة جدية الجريدة وضعف إهتمامها بقضايا المرأة وتمفصلات حياتها. ووجدت الباحثة ان تراجع القصص الإخبارية التي عُنيّت بموضوعات المرأة، لا يتقاطع مع ندرة القصص الإخبارية التي عاجلت بها الجريدة الموضوعات الأخرى.

جدول (٦) .. يوضح ماهية القضايا التي عاجلتها موضوعات المرأة في جريدة الصباح

ت	الفن الصحفي	التكرارات	%	المرتبة
١	الخبر	٥٤	٦٠,٧	الأولى
٢	التقرير	١٣	١٤,٦	الثانية
٣	المقال	٩	١٠,١	الثالثة
٤	التحقيق	٥	٥,٦	الرابعة
٥	المقابلة	٥	٥,٦	الرابعة
٦	القصة الإخبارية	٢	٢,٢	الخامسة
٧	كاريكاتور	١	١,١	السادسة
	المجموع	٨٩	١٠٠	

تكشف معطيات الجدول (٦) ان أهم القضايا التي ركزت عليها الموضوعات الخاصة بالمرأة، والتي نشرتها جريدة الصباح العراقية في إثناء مدة البحث، تمحورت حول (المرأة والإبداع) أولاً، بعدد تكرارات بلغ (٢٨) مرة ونسبة مئوية قدرها (٣١,٥٪)، وعلى الرغم من تصدر هذه الفئة لسلم التناول الصحفي في الجريدة، إلا ان الباحثة وجدت ان أغلب تلك الموضوعات كانت تعني بإبداع المرأة الأجنبية، لاسيما في مجالي الفن والرياضة، بينما جاء تناولها لإبداع المرأة العراقية مركزاً على المرأة العراقية في المهاجر والمنافي.

إذ جاء في أحد أخبارها «احتلت المعمارية العراقية زها حديد المرتبة الرابعة في قائمة CEO لأقوى ١٠٠ إمراة في العالم ٢٠١٣، توزعت نشاطاتهن بين الفنون والثقافة والمجتمع والعلوم، فضلاً عن الإعلام والبناء والصناعة» (٢١). الأمر الذي يؤكد إستبطان النظرة الجندرية القاصرة للمرأة، حينما تكون ضمن محيطها الإجتماعي المحلي (العراقي) بكل ما يتضمنه من محمولات ثقافية تمييزية ضد المرأة، بينما تضمحل هذه النظرة أو تتلاشى حينما يتعلق الأمر بالمرأة في سياقات ثقافية أخرى، إنعقدت بعض الشيء من مشاعر الحبيطة والتحسس الاجتماعي، إزاء المرأة لاسيما المبدعة منها.

أما ثاني القضايا التي ركزت عليها موضوعات المرأة في الجريدة محل البحث، فاندرجت تحت فئة (المرأة والمجتمع) بـ (١١) تكراراً ونسبة مئوية بلغت (١٢,٤٪)، بما يؤكد الطروحات العلمية التي تفيد باننا ومنذ القرن العشرين قد شهدنا تحولاً ملحوظاً من السلطة الأبوية الخاصة الى السلطة الأبوية العامة، إذ أشارت هذه الموضوعات الى تأثير العادات الاجتماعية والتقاليد القبلية والعشائرية على حرية المرأة وتطلّعها الى ولوج فضاءات جديدة، يمكن عبرها أن تحقق ذاتها كما تريد هي وليس كما يريد الرجل أو المجتمع. بينما ركزت موضوعات أخرى ضمن الفئة نفسها على دور المرأة العراقية في صناعة السلم

الأهلي وإيجاد الحلول الناجعة لأزمات المجتمع. إذ جاء في أحد تقاريرها «لنعلن بإسم كل الأمهات والزوجات والبنات والأخوات اللاتي يتطلعن الى رؤية الاستقرار والعدالة في البلد. ان السلام هو المطلب الأساس والمنهج الوحيد لبناء العراق: للحفاظ على حياة شبابنا الساعي الى إعمار الوطن»^(٢٢).

في المرتبة الثالثة جاءت فئة (السيدة الأولى) بواقع (٩) تكرارات. ونسبة قدرها (١٠,١٪). وجميع ما ركزت عليه هذه الفئة. كان للسيدات الأول في البلدان الأجنبية من زوجات الرؤساء والملوك والأمراء. عبر تسليط الضوء على فعالياتهن الإجتماعية. كالقول «أطلقت السيدة ميشال أوباما التي تشن حملة لمكافحة البدانة. الخميس الماضي. برنامجاً جديداً يهدف الى الترويج للنشاط الجسدي في المدرسة»^(٢٣).

وترى الباحثة أن غياب الموضوعات الخاصة بـ (السيدة الأولى) على مستوى العراق أو البلدان العربية. عن التداول الصحفي للجريدة. يأتي أولاً: بسبب هيمنة أيديولوجية المرأة القابعة في ملكتها الصغيرة. والتي أصبحت النموذج القيمي لسلوك المرأة العربية وعلاقتها بالآخر والمجتمع. بقطع النظر عن صفتها الإجتماعية. وثانياً: بفعل الظروف السياسية التي يمر بها العراق والمنطقة العربية. بما تنطوي عليه من حالة التوجس الدائم التي تعيشها العائلات الحاكمة. لاسيما بعيد مرحلة ما يُعرف بـ «ثورات الربيع العربي». والتي أسقطت شخوص الزعماء وكل ما يمت لهم بصلة قري. أكثر ما غيرت طبيعة أنظمة السياسة.

وبالمرتبة الثالثة نفسها جاءت فئة (المرأة محض جسد) بـ (٩) تكرارات ونسبة (١٠,١٪). إذ تعاطت الموضوعات التسعة لهذه الفئة مع المرأة على انها جسد فحسب. لا تعدو ان تكون أكثر من أداة عرض أو نموذج ترويج. لخدمة ترفيهية أو سلعة كمالية أو حتى لسياسة كولونيالية. وغالباً ما كانت جُمُعات التمثيل والغناء (موديلات) شاخصة لمثل هذه النماذج النمطية الجامدة (stereotypes). فقد جاء في أحد الأخبار التي نشرتها الجريدة «ختم على مونرو أن تبقى دمية تصور حالة أمريكا التوافقية بالإبهار والهيمنة على الشعوب. في غلاف بريء وساحر لا يوحى بأي مكر أو نية غير مرغوبة»^(٢٤).

وبعكس الترتيب المتقدم (الثالث) لهذه الفئة التي خاكي المرأة على انها جسد خالص. طبيعة الوعي داخل المجتمع. والذي يبدو انه لا يقتصر على فئاته البسيطة أو غير المتعلمة. بل يمتد حتى الى نخب العلم والثقافة. بدليل تبني الجريدة بوصفها إحدى مؤسسات التنشئة وواحدة من أهم وجهات الرأي العام فيه. لفكرة إختزال المرأة في جسدها. وتشبيهي هذا الجسد على نحو سافر ومهين. وذلك بقصر وظيفته على الإثارة والاستعراض.

وبـ (٨) تكرارات وبنسبة مئوية قدرها (٨,٩٪) احتلت فئة (المرأة والقانون) المرتبة الرابعة في سلم قضايا المرأة التي إهتمت بها جريدة (الصباح). ولاحظت الباحثة أن موضوعات هذه الفئة لم تتضمن أية دعوات تتعلق بالتشريعات والقوانين المتعلقة بالمرأة. أو حتى محاولات لإصلاح الساري منها. سواء أكان ذلك في حيزها الخاص وكل ما يتصل بأحوالها الشخصية وقضايا الزواج والميراث والرعاية والأمومة. أو في حيزها العام وما يشتمل عليه من قوانين تتعلق بحريات المرأة السياسية والثقافية والمهنية. بل عمدت الى ان تقدمها - دائماً - بصورة سلبية عبر وضعها في موقف المتهم بجريمة. أو المدان بقية فساد. كقولها «قضت محكمة جنابات الرصافة بالسجن المؤبد على موظفة أمانة بغداد زينة سعود. المدانة باختلاس نحو ١٤ مليار دينار. ومصادرة أموالها المنقولة وغير المنقولة»^(٢٥).

إذا سلمنا بان النص المكتوب بمعناه المطلق. عادة ما يفصح الوحدة بين الذات والايديولوجيا. وإذا تجاوزنا أن الدولة مؤسسة خدمات والايديولوجيا عقيدة سلطة. فان هذا يعني ان ايديولوجية الدولة العراقية ومن

خلال جريدتها الرسمية، غير أبهة بتمكين المرأة (قانونياً)؛ لتواجه مشكلاتها اليومية وتلبي حاجاتها المستقبلية، وتتمتع بحقوقها وحرّياتها، طبقاً للاتفاقيات والمواثيق الدولية. وجاءت فئة (المرأة والعمل) خامساً في سلم إهتمامات الجريدة بقضايا المرأة، بواقع (٧) تكرارات وبنسبة (٧,٩٪). وكثيراً ما ركزت موضوعات هذه الفئة على المرأة العاطلة والأخرى غير المنتجة، من منظور أن عمل المرأة داخل بيتها ورعايتها لأطفالها وحفاظها على موارد أسرتها، إضافة إلى عملها كخادمة في المنازل. لا يمثل عملاً إنتاجياً، يدخل ضمن الدخل القومي للدولة، مع أنه في حقيقة الأمر، يوفر عائداً مادياً، يعود بالنفع الاقتصادي على الأسرة ومن ثم المجتمع والدولة. وأشارت الباحثة أن الجريدة، جَاهَلت - عن قصد أو من دون وعي - حقيقة أن المرأة العراقية ووفقاً للإحصاءات الرسمية، تشكل رقماً مهماً في سوق العمل، على مستوى المؤسسات الحكومية في العراق، الذي يغيب فيه وبشكل ملحوظ نشاط القطاع الخاص.

وب (٦) تكرارات، ونسبة مئوية قدرها (٦,٧٪)، جاءت فئة (المرأة والصحة) شاغلة بذلك المرتبة السادسة، في سلم قضايا المرأة التي أهتمت بها جريدة الصباح. جاءت هذه الفئة بما تضمنته من قضايا متفقة مع ما عكسه التحليل النوعي لماهية القضايا التي عالجتها الجريدة في الفئات السابقة، إذ أن الجريدة هنا لم تعالج صحة المرأة كموضوع حساس وعامل مؤثر في حياة الأسرة وإمكانية بقائها أو فنائها. ولم تنطرق إلى ضرورة توفير السبل الأمثل لرعاية المرأة الصحية بمراحلها العمرية وأوضاعها الاجتماعية كافة. وإنما تناولت موضوع صحة المرأة، بوصفها وعاءاً حاملاً لجنين فحسب، كما أنها حتى في تناولها لهذه الحالات، عملت على توظيف وضع كون المرأة (حاملاً)، للإشادة بطبيعة الخدمات الطبية المقدمة لها، وجّاح الأطباء في معالجة حالات حمل وولادة مستعصية. كالقول: « وأشارت مديرة مستشفى كمال السامرائي د. بشرى الموسوي، إلى إستقبال المستشفى أكثر من ٦٨ حالة عقم خلال شهر كانون أول الماضي، حيث نجحت الملاكات الطبية في المستشفى بعلاج (٢٢) حالة منها»^(٦٦).

أما فئة (المرأة والأسرة) فسجلت (٤) تكرارات ونسبة مئوية قدرها (٤,٥٪) متراجعة بذلك إلى المرتبة السابعة. وعالجت موضوعاتها من زاوية أن المرأة تشكل العنصر الأكثر أهمية في وجود الأسرة وبنائها. وفي تحديد طبيعة حياة الأفراد في إطارها. لكن كل ذلك جاء على نحو تنظيري وبصيغة عامة، إذ لم يتم التنطرق إلى المرأة العراقية أو العربية ودورها في أسرتها. كتأكيد الصحيفة في أحد أخبارها أن « الأبحاث أظهرت أن حظوظ بقاء الطفل على قيد الحياة يرتفع بنسبة ٢٠٪ في حال كانت الأم هي من يتحكم بميزانية الأسرة». وجاء في تقرير لها «تقول سينا تابا: قررت أن أكون أماً بديلة؛ لأنني أردت أن أفتح حساباً مصرفياً لولدي؛ كي أؤمن مستقبلهما. وأردت أن أساعد الأهل العاجزين عن إجاب الأطفال»^(٦٧).

وبالمرتبة السابعة نفسها، جاءت فئة (المرأة والسياسة)، بواقع (٤) تكرارات أيضاً ونسبة (٤,٥٪). ووجدت الباحثة أن أياً من الموضوعات الأربعة، لم يُشر إلى المرأة العراقية، كمناضلة أو ناشطة سياسية أو بوصفها عنصراً فاعلاً ومؤثراً في الحياة السياسية العراقية، أو حتى مهتمة بالشأن السياسي، بل العكس تماماً، إذ جاء في إحدى مقالاتها المترجمة «لا يمكن رسم صورة واحدة نمطية لجميع نساء الطغاة، فبينهن من هي حامية سلطة، مثل مرجانة ماركوفيتش زوجة ميلوسيفيتش. وأخرى ليست لديها أي إهتمامات سياسية كساجدة خير الله، زوجة صدام»^(٦٨).

وإذا كانت ثمة صلة معيارية متفق عليها بين تبني الديمقراطية من جهة وإشراك المرأة في الحياة السياسية وصناعة قراراتها من جهة أخرى. وإذا كان العراق يُقدم اليوم على أنه «إنموذج» للديمقراطيات

الناشئة في المنطقة، فإن تلك الصلة لا يبدو لها أي ملمح صريح ، حتى على مظهرات هذا التحول السياسي الذي تجاوز عقده الأول. كما تعكسه الجريدة الرسمية للدولة. وإلى المرتبة السابعة والأخيرة تراجعت فئة (المرأة والتعليم) بـ (٣) تكرارات ونسبة مئوية بلغت (٣,٤٪) . ويؤشر تدني اهتمام جريدة الدولة الرسمية بقضايا المرأة والتعليم، أما إلى جهل فاضح، تعاني منه، إحدى مؤسسات الدولة الرسمية (شبكة الأعلام العراقي) مثلة بجريدة الصباح اليومية، جهل بنسبة الأمية بين النساء العراقيات سواء أكان ذلك على مستوى الأمية الأبجدية أو تلك الثقافية، أو إلى عدم كفاية مهنية بالتصدي إلى معالجة مثل هذه الظاهرة الخطيرة، والتي تستدعي دقة التشخيص وشجاعة الطرح على طاولة التفكير والتحليل والنقاش الموضوعي المتخصص. إذ لا نجد غير مقال وحيد يشير إلى ذلك بالقول: « مشروع مساواة المرأة بالرجل ، يجب أن يسبقه مشروع تعليم المرأة والارتقاء بوعيها. وخلق نوع من الحصانة الثقافية في شخصيتها»^(٢٩).

الاستنتاجات :

- ١- لم تظهر موضوعات المرأة، بصفتها مضموناً ثابتاً ومستقلاً، ضمن إستراتيجية إعلامية ذات متبنيات تأخذ المنظور النسوي منطلقاً للتناول والإهتمام في الصحيفة محل البحث، بل تظهرت في أفضل الأحوال بصورة عشوائية أو طارئة، بعد أن غدت وسيلة: لتحقيق غايات مؤسساتية معينة.
- ٢- تدني نسبة موضوعات المرأة التي عالجتها جريدة الصباح، قياساً بمجمل الموضوعات الأخرى، ولم يزد حضور موضوعاتها إلا نسبياً، وعلى نحو متواضع، وفي حدود مناسبة ذات صلة (يوم المرأة العالمي).
- ٣- التفوق النسبي للموضوعات الخفيفة (soft news) التي تتناول شأن المرأة على حساب الموضوعات الجادة (hard news) . ولهذا الفارق أسبابه العراقية الخاصة.
- ٤- تخلف المرأة عن إنتاج الموضوعات التي تعنى بها، في حين جاء تفوق الرجل عليها (كمياً) كمنتج لموضوعاتها، على حساب إيمانه الحقيقي بكيانها والتبني الصريح لقضاياها.
- ٥- شيوع التغطية الصحفية الروتينية لموضوعات المرأة عبر فن الخبر، الذي كثيراً ما جاء على نحو تسجيلي دونما أية معالجات احترافية أو عميقة لمضامينه، وذلك على حساب الفنون الصحفية الأخرى، التي تنطوي على سمة القصصية كالتحقيقات والمقابلات.
- ٦- غلبة الطابع التغريبي على المعالجات الصحفية التي تناولت قضايا المرأة في الجريدة محل البحث، إذ أنها كثيراً ما أهتمت بالمرأة غير العراقية، بل ذهبت بعيداً إلى حيث أخبار المرأة الأجنبية وفعاليتها الأكثر عادية. وحتى هذه الأخيرة فإن نجمات الفن والسيدات الأول، هن من إشتأرن بالإهتمام الأكبر للصحفية.
- ٧- طغيان أسلوب التعويم على طريقة المعالجة الصحفية لموضوعات المرأة، إذ لم يؤشر البحث إلا في حالات نادرة جداً معالجات صحفية دقيقة وصريحة ومباشرة لقضايا المرأة لاسيما الجوهرية منها. كذلك التي تتعلق بصحتها وتعليمها، أو حضورها وفعاليتها ضمن الحيز السياسي

الهوامش:

- ١- رجاء محمد أبو اعلام، مناهج البحث في العلوم النفسية والتربوية، القاهرة، دار النشر للجامعات، ٢٠٠٦، صص ٢٦٠-٢٦٢ .
- ٢- عطا الله الرمحين، الإعلام الجماهيري في حياة المجتمع، دمشق، دار حنين للطباعة والنشر والتوزيع، ١٩٩٦، صص ٦٨-٦٩.
- ٣- ناهدة رمزي، المرأة والإعلام في عالم متغير، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠١، ص ١٨٢
- ٤- هدى الصدة، النماذج النمطية للمرأة في الإعلام وأثرها على وعي النساء، ص ٤٥.
- ٥- سارة جاميل، النسوية وما بعد النسوية، ترجمة: أحمد الشامي، المشروع القومي للترجمة، المجلس الأعلى للثقافة، ٢٠٠٢، ص ١٩٦.
- ٦- فوزية العطية، صورة المرأة في المجلات النسائية، سلسلة دراسات عن المرأة العربية في التنمية (١١)، الأمم المتحدة، اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي اسيا، ص ٤٤.
- ٧- ناهدة رمزي، مصدر سابق، ص ١٦٧
- ٨- المرأة والإعلام العربي، مركز زايد للتنسيق والمتابعة، الإمارات ٢٠٠١، ص ٤٨.
- ٩- ناهدة رمزي، مصدر سابق، ص ١٨٢.
- ١٠- آسيا حامد يار كندي، دور الوسائل الإعلامية والثقافية في إبراز عمل المرأة، الملتقى الثقافي الثالث لكليات التربية للبنات بجدة: المرأة والمسؤولية، ٢٠٠٦، أسترَجع بتاريخ ٢٠١٣/٥/١٨ من المكتبة العلمية الافتراضية العراقية، وصلة الدوريات العربية المتخصصة، مجلة الملك عبد العزيز الآداب والعلوم السياسية، www.kau.sa.
- ١١- رجاء عبد الله أحمد المصبعي وخالد الشعبي، الحضور النسائي في وسائل الإعلام اليمنية «دراسة ميدانية للنساء العاملات في القناة الفضائية وإذاعة صنعاء» في الجمهورية اليمنية، في: باحثات، لبنان - بيروت، جُمع الباحثات اللبنانيات، الكتاب السادس ١٩٩٩-٢٠٠٠، ص ٣٩٢.
- ١٢- زينب منصور حبيب، الإعلام وقضايا المرأة، الأردن - عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، ٢٠١١، ص ١٣٨.
- ١٣- المصدر نفسه، ص ١٣٩.
- ١٤- صورة المرأة العربية في وسائل الإعلام وفنون التعبير: قضايا وتوجهات، سلسلة دراسات عن المرأة العربية في التنمية (١٢)، الأمم المتحدة، اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا، صص ١٨-١٩.
- ١٥- مسرد مفاهيم ومصطلحات: الحقوق الإيجابية، المبادرة الفلسطينية لتعميق الحوار العالمي والديمقراطية «مفتاح»، رام الله - فلسطين، حزيران ٢٠٠٦، أسترَجع بتاريخ ٢٠١٣/٤/١٧ من www.wafainfo.ps/pdf/LexiconReproductive.pdf
- ١٦- ليلي عبد المجيد، المرأة وإتخاذ القرار في وسائل الإعلام المصرية، في: باحثات، لبنان - بيروت، جُمع الباحثات اللبنانيات، الكتاب السادس ١٩٩٩-٢٠٠٠، ص ٤١٩.
- ١٧- المرأة العربية والإعلام، إعداد: مركز المرأة العربية للتدريب والبحوث «كوثر»، بيروت، (مجد) المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، ٢٠٠٨، ص ١٠٣
- ١٨- المصدر نفسه، ص ١٤٦.
- ١٩- المصدر نفسه، ص ١٠٢.
- ٢٠- جريدة الصباح، العدد (٢٧٦٩)، الصادر في ٢٠١٣/٣/٩

(*) حُدِدت الفنون الصحفية على هذا النحو. وفقاً لتصنيف بعدي ، أَعتمدته الباحثة بعد أن أجرت كشفاً إستطلاعياً. للفنون الصحفية التي تمت بها معالجة موضوعات المرأة في جريدة الصباح (**). وفقاً لإحصائية رسمية حصلت عليها الباحثة من إدارة الجريدة. تبين أن الملاك الصحفي العامل في جريدة الصباح والقائم على إنتاج المادة الصحفية بجميع مراحلها. هو (١٠١) صحفي/ة ، عدد النساء (٢١) صحفية، وعدد الرجال (٨٠) صحفياً.

٢١- جريدة الصباح ، العدد (٢٧٦٧)، الصادر في ٢٠١٣/٣/٦

٢٢- جريدة الصباح ، العدد (٢٧٤٦)، الصادر في ٢٠١٣/٢/١٠

٢٣- جريدة الصباح ، العدد (٢٧٦٣)، الصادر في ٢٠١٣/٣/٢

٢٤- جريدة الصباح ، العدد (٢٧٦٥)، الصادر في ٢٠١٣/٣/٤

٢٥- جريدة الصباح ، العدد (٢٧٣٠)، الصادر في ٢٠١٣/١/٢١

٢٦- جريدة الصباح ، العدد (٢٧٣٧)، الصادر في ٢٠١٣/١/٣٠

٢٧- جريدة الصباح ، العدد (٢٧٦٧)، الصادر في ٢٠١٣/٣/٦

٢٨- جريدة الصباح ، العدد (٢٧٦٥)، الصادر في ٢٠١٣/٣/٤

٢٩- جريدة الصباح ، العدد (٢٧٦٩)، الصادر في ٢٠١٣/٣/٩

التغطية الخبرية في الصحافة الالكترونية العراقية للازمات الداخلية دراسة تحليلية لصحيفتي الزمان والصباح الالكترونيين للمدة من ٢٠١٣/٣/١ إلى ٢٠١٣/٣/٣١

د/ باسم وحيد جوني .م/ هدى فاضل عباس
جامعة بغداد - كلية الاعلام

المستخلص

كان للازمات السياسية والاقتصادية والأمنية والاجتماعية وغيرها، الاثر الكبير على المجتمع العراقي . وحظيت بتغطية إعلامية مكثفة من قبل وسائل الإعلام المختلفة. لذا فقد ركزت الدراسة البحثية على ضرورة توضيح العلاقة بين المواقع الالكترونية للصحف العراقية ودورها في تغطية الازمات الداخلية التي شهدتها العراق. وبعد اختيار المواقع الالكترونية العراقية لجريدتي الزمان والصباح بصفتها من اهم الوسائل الإعلامية التي لها جمهورها الواسع ,وبوصفهما نموذجا للأخبار الساخنة والمستمرة التي تتناولها تلك المواقع منذ عام ٢٠٠٣ ولحد الآن. وهو ما استدعى ظهور أنماط جديدة من أساليب تحرير وكتابة الأخبار الصحفية المتعلقة بالعراق . ونتيجة للكم الهائل والمتغير سريعا من أخبار العراق , باتت عملية إعداد وتهيئة الأخبار صناعة معقدة , كونها تجاوزت الوصف الاعتيادي للأحداث الجارية , فأصبح لها وسائلها وأساليبها وفلسفتها الخاصة. و لم يعد الخبر وصفا لحدث آني يحظى بالاهتمام. بل هو نافذة يطل كل منها برأيه لتوظيف اتجاهاته مع أو ضد هذا الطرف أو ذاك أو لصالح هذه العملية او تلك مما جرى ويجري في العراق. ونظرا لما يشكله هذا الموضوع من مشاكل خطيرة قد تنعكس سلبا على المجتمع العراقي , مما اثار تساؤلات حول مشكلة البحث التي وضعها الباحثان على النحو الآتي :

— ماهي الحدود الموضوعية التي حددت بها الصحافة الالكترونية العراقية في تغطية الأخبار ؟

— هل كانت الازمات السياسية من أولويات الصحف الالكترونية العراقية ام هناك موازنة مع بقية الجوانب الاقتصادية والاجتماعية والأمنية وغيرها ؟.

يتكون البحث من مقدمة وثلاثة مباحث وخاتمة . المبحث الاول تناول الاطار النظري . اما المبحث الثاني فتطرق للتغطية الاخبارية لمواقع الصحف الالكترونية للازمات الداخلية . فيما تناول المبحث الثالث تحليل التغطية الخبرية في صحيفتي الزمان والصباح الالكترونيين للازمات الداخلية. فيما اشير في الخاتمة الى اهم ماتوصل اليه الباحثان من نتائج وتوصيات من خلال معطيات البحث .

منهجية البحث

١-مشكلة البحث :

تمثل التغطية الاخبارية المحور الاساس الذي يدور حوله نشاط الصحيفة خاصة اليومية منها والصحف الالكترونية التي تحتاج الى تغذية مكثفة بالمعلومات لتبثها للمتلقي وإحاطته بما يجري حوله من ازمات واحداث . وعلى الرغم من اهمية الخبر فليس من الصحيح اطلاقه بأعتباطية دون شروط او قيود او مسؤولية ,

فهناك ضرورة الالتزام بالقيم والشعور بالمسؤولية لإقامة جسور الثقة بين المؤسسة الصحفية والقارئ . إضافة الى ان التطور التكنولوجي قد فرض اساليب جديدة لوسائل الاتصال الصحفية منها الانطلاق لكسر الحواجز والحدود التي كانت تحجم وتقيد الصحافة الورقية في نقل الاحداث والآزمات لتقتصر على موضوع او منطقة او محافظة , واليوم بات الانفتاح على العالم الخارجي والمحلي متاحاً بفضل تلك التقنيات الذي انعكست بدورها لتسهيل مهمة المؤسسات الصحفية في التغطية الاخبارية للآزمات المحلية والعالمية ايضا . لذا فقد اثارت تلك المتغيرات لدى الباحثين مجموعة من التساؤلات حول مشكلة الدراسة في تحديد درجة الالتزام والموضوعية والحيادية في نقل الاخبار وتغطية الآزمات الاقتصادية والسياسية والاجتماعية , وطرق عرضها خلال عام ٢٠١٣

لقد حددت مشكلة البحث بعدد من التساؤلات منها :-

-ما الحدود الموضوعية للآزمات التي حددت بها المواقع الالكترونية العراقية في تغطيتها الاخبارية؟
-هل كانت الآزمات السياسية من اولويات اهتمام الصحف الالكترونية العراقية , ام هناك موازنة مع بقية الجوانب الاقتصادية والاجتماعية والامنية وغيرها ؟.

٢- اهداف البحث :

حدد هدف البحث في :-

الكشف عن المواقع الالكترونية العراقية ودورها في تغطية الآزمات الداخلية خلال مدة الدراسة .

٣-اهمية البحث :

تأتي أهمية الدراسة في ضرورة الحصول على اجابات محددة عن دور مواقع الصحف الالكترونية العراقية لجريدتي الزمان والصبح كنموذج تم اختياره لتغطية الآزمات لبيان مهنتها وموضوعيتها . وترتكز أهمية الدراسة لخدمة العاملين في المواقع الالكترونية للمؤسسات الصحفية العراقية من جهة , والمراكز البحثية وكلية الاعلام بشكل خاص من جهة اخرى .

٤- منهجية البحث :

تعد هذه الدراسة من نوع الدراسات الوصفية التي استخدم فيها الباحثان طريقة تحليل المضمون للحصول على المعلومات الخاصة بالموقعين الالكترونيين للصحف المحلية لفهم اساليب تغطيتها للآزمات بما يخدم موضوع الدراسة.

والمنهج الوصفي « يستخدم عموماً في البحوث السلوكية والاجتماعية ومنها البحوث الاعلامية بخاصة»^(١)

ويرتبط «مفهوم البحث الوصفي بدراسة واقع الاحداث والظواهر والمواقف والآراء وتحليلها وتفسيرها بغرض الوصول الى استنتاجات مفيدة . اما لتصحيح هذا الواقع او تحديثه او استكمالها او تطويره»^(٢)

٥-حدود البحث:

مجال البحث حدد على النحو الآتي:

١-الحدود الموضوعية: حدد البحث بموضوعة الآزمات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والامنية ودور الصحف الالكترونية العراقية بتغطية تلك الآزمات .

٢- الحدود الزمنية : تركز الدراسة على تغطية الآزمات المحلية العراقية لفترة محددة من ٢٠١٣/٣/١ لغاية ٢٠١٣/٣/٣١ ليتناسب والمدة الزمنية المحددة للبحث.

٣-الحدود المكانية : تم الاعتماد على الموقعين الالكترونيين لجريدتي الزمان العراقية والصبح العراقية

(الصفحات الاخبارية) ، وذلك عبر قيام الباحثين بتصفح منتظم لهذين الموقعين ، معرفة انواع التغطيات الاخبارية للآزمات خلال فترة الدراسة .

أداة البحث:

تم الاعتماد على أداة تحليل المضمون التي ارتكز الباحثان في بنائها على المصادر النظرية والملاحظة . وتطبيقها في تحليل محاور استمارة التحليل لتغطية الاخبار والآزمات السياسية والاقتصادية والامنية ضمن فترة الدراسة .

المحور الاول / التغطية الاخبارية للآزمات المحلية

تمثل التغطية الاخبارية جانباً مهماً من دنيا الإعلام في عالمنا المعاصر، وتبقى الأخبار على الدوام السبيل الفاعل في متابعة الآزمات والأحداث وتطوراتها في خضم ذلك الكم الذي تتجاذبه وسائل الاتصال بمختلف أشكالها، إن يمثل الخبر عنصراً أساساً في العملية الإعلامية، سواء في مجال الصحافة أو الإذاعة او قنوات التلفزة وشبكات البث الفضائي والالكتروني.

وتعد المواقع الالكترونية أهم المجالات المؤثرة في الرأي العام وبخاصة فيما يتعلق بالآزمات التي يشهدها المجتمع العراقي. وذلك لسببين متلازمين : أولهما أن الصحف الالكترونية تعد من احدى أهم وسائل الاتصال الجماهيري على الإطلاق . وفق دورها المحوري في تشكيل الرأي العام، لاسيما السياسي منه. هذا فضلاً عن دورها التثقيفي والتوعوي والحضاري. وثانيهما هو طبيعة المرحلة الحرجة والدقيقة للغاية التي يمر بها العراق منذ عدة سنوات والمتمثلة بالآزمات المحلية وما خلفته من تداعيات خطيرة شملت مختلف نواحي حياة العراقيين سواء السياسية أو الاجتماعية أو الثقافية أو الامنية أو غيرها ليس في حاضرتهم فحسب بل وفي خياراتهم المستقبلية أيضاً . وسنتناول في هذا الباب خصوصية التغطية الصحفية ودور المواقع الالكترونية للصحف العراقية ثم بيان فاعليتهما في المجتمع العراقي.

خصوصية التغطية الصحفية:

إن الدراسات العربية في مجال علاقة الاعلام ودورها في تغطية الآزمات السياسية والاحداث الامنية لم تظهر بشكل ملحوظ الا بعد عقد الثمانينات الميلادية من القرن الماضي ^(٣). ٩٧فمعظم الدراسات العربية ذات الصيغة التطبيقية قد اتخذت من نظرية التأثير الاعلامي مرتكزا نظريا رئيسيا في صياغة منهج البحث واجراءاته الميدانية .

اذ اعتمدت وسائل الاعلام على نظريات التأثير الاعلامي للآزمات وما تقدمه من تفسيرات علمية مناسبة لتطبيقها في معالجة تلك الآزمات ، و تفترض هذه النظرية ان الجمهور يلجأ الى وسائل الاعلام لتلبية حاجاته المعرفية وبلورة مواقف السلوكية في ظروف معينة ، فكلما ازدادت الآزمات الداخلية في المجتمعات زاد تعرض الجمهور لوسائل الاعلام ^(٤).

لذا تمثل التغطية الخبرية ركنا مهما من أركان الاعلام وأداة بارزة تمكن الجماهير من التواصل مع الاحداث المحلية والعالمية كما تمثل واحدة من الوسائل الاساسية التي تتيح تكوين الانطباعات وتشكل الاتجاهات واحداث التأثير في العلاقات الدولية. ووفق ما اوضحنا ان مواقع الصحف الالكترونية احد اهم الوسائل الاعلامية لنقل الأخبار. وأن دورها لا مئيل له في تقديم المادة الإخبارية التي تتمتع بجاذبية، وشمولية فائقة دون وسائل الإعلام الأخرى ^(٥).

ويرى الباحثان ان صناعة الأخبار وأساليب إعدادها وإخراجها قد شهدت تطورا كبيرا في سنوات العقد الأخير من القرن الماضي وامتد هذا التطور ليشمل لغة الخبر وطريقة صياغته وتحريره وقوابله والشكل

الذي يصل به إلى المتلقي وما يفترض فيه من صيغ مهنية وشروط أهمها الحيادية والموضوعية. لذلك فقد أولى الباحثون، ومازالوا، هذا الموضوع أهمية خاصة انسجاماً مع تلك التطورات الكبيرة التي تشهدها الصحافة في نظرتهم إليها كعلم وفن وصناعة، ومع اضطراد التطور التقني الهائل في وسائل نقل الأخبار عبر الفضائيات والشبكات العنكبوتية والصحف الإلكترونية وغيرها وتزامنها مع تطور الأحداث المحلية والعالمية سياسياً واقتصادياً ورياضياً وأمنياً ازدادت الحاجة إلى الموضوعية والمهنية العالية للمحرر الصحفي أو المؤسسة الصحفية لتغطية الأخبار من كل مكان من العراق لما لها من تأثير وبخاصة في مناطق النزاعات.

إن الخبر في المواقع الالكترونية العراقية لم يعد الخبر الصحفي الذي يعطي وصفاً اعتيادياً لحدث معين يحظى بالاهتمام بل أصبح صناعة مميزة لها سماتها وأساليبها المتميزة في العرض. وهذه الصناعة الصحفية تتفاعل معها اليوم عوامل عدة تسهم في تطور وسائل نقلها إلى المتلقي وبالتالي تكوين الرأي العام تجاه أية قضية، ولهذا سميت صحافة اليوم بالصحافة التفاعلية من خلال ترك ساحة للمتلقي في ابداء رأيه ازاء قضية ما والتعبير عنها بحرية تامة لتحقيق تلك الصناعة التفاعلية الجديدة. ولإن عملية جمع الأخبار وإعدادها وتوزيعها دخلت مرحلة مهمة من التطور الذي رافق ثورة الاتصال والمعلوماتية، فنجد العملية الإخبارية قد تعقدت تبعاً لعالم مليء بالصراعات المختلفة من إيديولوجية وثقافية واجتماعية واقتصادية وسياسية وغيرها من الاتجاهات والتي تركت آثارها الواضحة في نتائج التغطية الإخبارية.^(١)

ومن الملاحظ أيضاً خلال متابعة الباحثين للأحداث اليومية وما تناوله وسائل الإعلام أن هناك تبايناً بين المواقع الالكترونية والمؤسسات الصحفية بتناول الأخبار وطريقة عرضها، فهناك من الصحف ما يتناول خبراً ما في الصفحة الأولى أو يعطيه ملفاً كاملاً. وهناك ما لا يتناوله أصلاً أو قد يشير إليه في بضعة أسطر، كما إن بعض المواقع الالكترونية قد تهتم بموضوعات محددة وتتبع سياسة ما في طرح وترتيب الأخبار، وأخرى تخالفها تماماً في التوجه وحتى عرض الصور المرتبطة بالخبر، أي أنها تخضع إلى نوع من التحديد فنشاهد صوراً متباينة للتغطية الخبرية للآزمات أي كان اتجاهها من موقع صحفي مقارنة بموقع صحفي آخر، فقد ظهرت أنماط جديدة من أساليب التغطية الإخبارية الصحفية للآزمات المحلية المتعلقة بالعراق، كما تغيرت النظرة إلى الخبر وأصبحت عملية تغطية الآزمات صناعة متقنة ومعقدة تجاوزت الوصف الاعتيادي للأحداث الجارية لتصبح عملية دقيقة لها وسائلها وأساليبها وفلسفتها الخاصة؛ إذ لم تعد التغطية الخبرية الالكترونية مجرد وصفاً لحدث أني يحظى بالاهتمام. بل بات نافذة يطل كل منها برأيه أولتوظيف اتجاهاته مع أو ضد هذا الطرف أو ذاك أو لصالح هذه العملية أو تلك مما جرى ويجري في العراق ليخلق تفاعلاً حياً وأنيباً مع القراء.

كما تتميز الصحف الالكترونية بفاعليتها العالية لتغطية الأحداث في لقطات متكاملة تعتمد الصوت والصورة والحركة واللون. ويرجع تفوق الصحف الالكترونية على باقي وسائل الإعلام بوصفها مصدراً للأخبار الحية التي تدعمها الصورة المستخدمة في اخراج وتنظيم الصحيفة وتزايد تفاعل الجمهور معها، ذلك لما تحويه من عناصر جاذبة. تكسبها الحيوية والمصداقية. بل إنها تساعد في تحفيز مستخدم مواقع الصحف الالكترونية لمتابعة أخبار الأزمات ولم يسعفه الوقت في الاطلاع على مجريات الآزمات^(٢) لذا تعدّ عملية تغطية الآزمات من أهم الأدوات التي تعول عليها الصحف الالكترونية والورقية أيضاً في تغطية أحداث العالم وتطوراتها، كما تعدّ مصدراً رئيساً للجمهور المتلقي، فهو يطلع من

خلالها على تفاصيل ما يجري سواء في اوطانها أم في انحاء العالم المختلفة . لما تؤديه من دور واضح في تكوين (الصورة الذهنية) عند الأفراد عن الدول والمواقف والأحداث والازمات. بل يمكن القول أيضا إنها تؤثر في الطريقة التي يدرك فيها الناس الأمور. والطريقة التي يفكرون بها. وفي سلوكهم نحو عالمهم الذي يعيشون فيه^(٨)

فقد لاحظ الباحثان إن أخبار العراق قد شكلت محورا رئيسا في المواقع الالكترونية العراقية , وتعرضت إلى الكثير من الملاحظات والنقد حول ابتعاد هذه المواقع الصحفية عن المهنية والحيادية في نقل الازمات المحلية , على الرغم من أنه لا توجد عالميا وسيلة إعلام يمكن الوثوق بحياديتها بنسبة مائة في المائة إلا أن هناك فوارق في مدى استقلالية كل حالة بذاتها : فعند المقارنة بين وسائل الإعلام و الصحف المستقلة أو التابعة لأي حكومة أو المواقع الالكترونية للصحف المحلية سنجد هناك فروقا واضحة في نسبة الحيادية التي تتمتع بها تلك الوسائل في قول الحقيقة .

إن الأهمية التي تكتسبها التغطية الأخبارية في حياتنا اليومية ورغبة القارئ وحاجته الملحة في التعرف إلى الواقع لا يمكن أن تجعلنا نهمل مسألة أساسية. وهي أن الأخبار ليست نقلا للواقع بصفة اعتباطية. بل لابد من توفر مجموعة من الصفات في الخبر الصحفي لعل أبرزها: (٩)
١ - الدقة: وهي نقل الخبر بأمانة مع ذكر تفاصيله الدقيقة دون حذف يخل بسياق الحدث أو الازمة . ودون مبالغة تؤدي إلى فهم مغاير للحقيقة .

٢ - الصدق أو الصحة: ونعني به اعتماد التغطية الخبرية على وقائع صحيحة غير مصطنعة أو مفتعلة.

٣ - الموضوعية: تعني الموضوعية في العمل الصحفي «التجرد والبعد عن الميول والهوى في انتقاء وعرض القصص الاخبارية واعطاء صورة متوازنة ومتكاملة عن الحقيقة بلا اهدار أو تشويه. وذلك انطلاقا من مسلمة مؤداها. ان الخبر ملك القارئ. بينما الرأي ملك لصاحبه يصوغه كيف يشاء» (١٠)
أي اختفاء ذاتية الصحفي أو الموقع الإعلامي عند القيام بالتغطية الخبرية في مواقع الصحف الالكترونية. وتحديد لزاوية الإلتقاط ونوعية الأشخاص المرافقين للخبر والتركيز على تفاصيل دون أخرى كي لا تؤدي إلى فهم خاطئ لحقيقة الحدث .

٤ - التوازن في تغطية الازمات: تعني البحث عن وجهات النظر المختلفة دون الانحياز إلى وجهة نظر دون أخرى أو التعتيم عن موقف طرف أساسي مؤثر في الحدث. فلكل مؤسسة صحفية خطها السياسي وجمهورها المستهدف ومواقفها من القضايا المطروحة. التي قد تؤثر على قراراتها وتسليط الضوء على ازمة دون أخرى. وطريقة تناولها لتلك الازمة. والتفاصيل التي يجب التركيز عليها دون غيرها. فضلا عن فرض قيود مشددة على حركة الصحفيين وحريرتهم في الحصول على الاخبار بهدف فرض الرقابة والتعتيم المتعمد للأحداث. فقد تم طرد بعض المراسلين الصحفيين من مواقع معينة . كما تم وضع قيود على أخبار محددة يراها اصحاب السلطة سرية تؤثر على سير العمليات , وإيضاً تعرض المراسلين لإطلاق النار المتعمد عليهم. وتم اعتقال بعضهم . بل تعمد قتلهم . وظلت سياسة قتل الصحفيين هي السائدة. أكثر من أي ازمة أخرى. ولأزالت هناك أعداد كبيرة مستهدفة من الصحفيين من جميع الجنسيات إلى الوقت الحاضر^(١١)

ان ما ذكر كان له الدور الفاعل في تحجيم دور المؤسسات الصحفية في تغطية الازمات المحلية العراقية بكافة محافظاتا , هذا التعتيم والضبابية قد يفقد المؤسسة الصحفية خيوط الحقيقة

لتلك الآزمات مما ينعكس سلبا على فقدان توازنها وتضليل الرسالة الاتصالية التي تبثها تلك المواقع الالكترونية للمستخدم وهو المتلقي والمتتبع لتلك الآزمات.

لقد وضعت كارولين ديانا لويس بعض الموصفات الواجب اتباعها لآجاح التغطية الخبرية وهي: «الوضوح، حسنا الانتقاء، جودة الصياغة، الإيجاز، التطابق بين الصورة والنص المصاحب لها، وجنب الترهل وحش والآخبار بمفردات لا ضرورة لها»^(١٧)

٥- الإيجاز: هنا لا يعني تغييب الحقائق كما في تغطية الآزمات العراقية، إذحاول بعض مواقع الصحف الالكترونية أن يجعل من ضحايا العنف في العراق قضية بلا عواطف إنسانية، فتوجز ما يحصده العنف في العراق من خلال تركيزها على التنازع السياسي للسلطة، وعلى صنع الفتنة الطائفية من العدم، وحصر الإسلام في ثقافة العنف والعصبية وبث الفرقة بين مختلف الأديان والمذاهب.

ومع أن الإيجاز يشكل أحد الخصائص الرئيسة للخبر الصحفي، فقد استغل هذا النوع من الإعلام لإغراق الجمهور في دوامة من الأحداث والتدفق والإغراق لخلق حالة من الوعي المبرمج والمعد مسبقا باتجاه واحد^(١٨)

ولتحقيق المصادقية لتغطية تلك الآزمات لابد من وجود الصورة الى جانب الكلام الموجز الذي يرافقها، رغم انحرر الخبر يتوخى الإيجاز بأقصى درجاته ولكن هذا الإيجاز يجب ان يكون وافيا فأى خلل او ضعف ينعكس سلبا على مسؤول تغطية الآزمة، وعليه ان يقتني الصورة التي تصف الحدث لجمهور القراء^(١٩)

فأن الفرد يدرك الأشياء التي يراها إدراكا أفضل وأوضح مما لو قرأ أوسمع شخصا يتحدث عنها^(٢٠) كما في الشكل ادناه

وهذا يعني ان خصائص الخبر المقروء له اسلوبا مميذا يختلف عن بقية الوسائل الاتصالية، إذ تؤدي الصورة مهمة كبيرة في إيضاح الفكرة الأساسية للموضوع.

٦- البساطة والوضوح: تعد البساطة إحدى خصائص الخبر الصحفي المهمة، ولكن هذه البساطة لا يجب أن تكون على حساب الحقيقة، فالمتلقي قد يفر من إعلام تقليدي يتميز بالرتابة وتكرار المادة الاعلامية^(٢١)

ولدرء الملل عن المتلقي لابد من تجسيد الخبر والتركيز على صور متكررة ومعدة بشكل جيد لخلق صور ذهنية نمطية عن أشخاص ودول وآزمات تجسد تلك الموضوعات.

مع مراعاة ان تكون القصة الخبرية وحدة نصية متماسكة، والصحيفة بطبيعتها وسيط قادر على الإقناع، وتكمن قوته في أنه يسبك الرأي ويقول به حسب صياغة خاصة^(٢٢).

نستشف من ذلك أن التغطية الخبرية للآزمات تتجه إلى إحداث الأثر السريع المباشر، والكلمات المؤثرة، والجمل القصيرة المقتضبة، وال فقرات القصيرة، والكلمات المنتقاة بعناية، وتعتمد التغطية الصحفية للآزمات إذن في تحديد أقصر صيغة، لتؤدي المعنى في أقصر وقت، فالتغطية الخبرية الناجحة تكون متزامنة مع الآزمة، وتركيزها أعمق، وبساطتها أوضح.

مصادر التغطية الخبرية :

تنفرد مواقع الصحف الالكترونية دون غيرها من وسائل الاعلام بمصادر تحصل من خلالها على مادتها الاخبارية المصورة. ويرى فاروق ابو زيد في كتابه (فن الخبر الصحفي) ان هناك مصدرين رئيسيين للآخبار هما : ١- المصادر الذاتية: وهو ما تعتمد فيها المؤسسة الصحفية على كوادرها في الحصول على

الاخبار مثلاً لمحربين او المراسلين الخارجيين.

٢- المصادر الخارجية: وهي وكالات الانباء والمؤسسات الصحفية المحلية والاجنبية والصحف والنشرات والوثائق.^(١٨)

شأنه في ذلك شأن بقية وسائل الاعلام . فقدره وسيلة الاعلام على تغطية أخبار أي مجتمع ترتبط أساساً بقدرتها على تغطية وقائع وأحداث هذا المجتمع من خلال مشاركة مندوبيها . لذلك نلاحظ وجود مندوبين متخصصين في الصحافة المتقدمة يغطون أخبار البلد ، وكذلك بقية بلدان العالم الرئيسية أو المهمة خبرياً ومن مراكز التوترات العالمية أيضاً .

دور المواقع الالكترونية للصحف العراقية في تغطية الآزمات المحلية:

تشكل الصحافة الالكترونية مصدراً من مصادر الأخبار . وتحسب لهذا المصدر أهمية كبيرة في أوقات التظاهرات والآزمات بشكل عام، وبخاصة عندما يمنع المراسلون من اجراء التغطية الخبرية أو يصبح البلد في حالة طوارئ فتصبح هذه المواقع الالكترونية هي المصدر الوحيد للأخبار. كما تعد الصحف الورقية من مصادر الأخبار وإن كانت أهميتها قد تقلصت في الوقت الحاضر بفعل انتشار شبكات المعلومات الالكترونية وغيرها من التقنيات المعاصرة ، إلا أن العراق يشكل حالة استثنائية ما ذكر، إذ لا توجد صحيفة رسمية حسب علم الباحثان يمكن اعتبارها مصدراً يعتد به للأخبار، على الرغم من كثرتها وتعدد ولائها .

إن انتشار وسائل الإعلام وتنوعها وقدرتها الكبيرة على نقل المعلومات بشكل فوري وسريع، وتأثيراتها الكبيرة على المتلقين، وعدم اعترافها بالحدود ولا الأقاليم، كانت من أبرز سمات القرن العشرين، فانتسعت مدارك الأفراد وإطارهم الدلالي بشكل لم يسبق له مثيل، بحيث لم يعد في الإمكان عزل الناس عقلياً أو سيكولوجياً عن بعضهم بعضاً، لأن ما يحدث في أي مكان من العالم وفي أي بقعة منه، يترك آثاره على الأجزاء الأخرى . فالعالم اليوم هو قرية صغيرة^(١٩)

شهد ميلاد بيئة إعلامية جديدة أبرز خصائصها التواصل الآني ، وتجاوز الحدود أو النطاقات الجغرافية، والانعتاق من الرقابة ، وتعددية في قنوات الاتصال مع تفاعل بين المادة الإعلامية والمستقبل، فالصحافة الالكترونية العراقية قد قطعت خطوات كبيرة في طريق التقدم إذ باتت وسائل الاتصال تنسابق لتقديم الخدمات المعلوماتية من خلال الشبكات العنكبوتية ، وتقديم صحف حقيقية تصدر بالصوت والصورة ونقل الخبر للمتلقي كما وقع تماماً لاضفاء المصادقية ، هنا كان انعطاف الصحف ليتغير مسارها وموقفها من مجرد بث الاخبار او وصفها ، بل الاسهام في رسم مستقبل المجتمعات .^(٢٠) وهذا ما نجده في المواقع الالكترونية العراقية التي اثرت بشكل ايجابي على المتلقين .

فعن طريق استخدام شبكة المعلومات والمواقع الالكترونية ذات القوة الاتصالية العالية أمكن إرسال كم لا حصر له من المعلومات ، اسهم في التأثير في فهم الإنسان وقناعاته تجاه الآزمات المحلية المختلفة : إبلاغاً ، وإقناعاً ، وتوجيهاً ، وبأشكالها المختلفة ، صورة ، ونصاً ، من مصدرها الى جهاز المستقبل مباشرة من غير اعتبار للزمان والمكان . وعلى ذلك فإن التغطية الخبرية للآزمات والاحداث السياسية او الرياضية وغيرها ، وسع نطاقها الجغرافي الى الحدود العالمية . والانفتاح على العالم لم يسبق له مثيل . وما ذلك إلا ثمرة للبرقي تقدم للمتتابع في العلوم والتقنيات الاتصالية.

إن عملية جمع الاخبار واعادتها وتوزيعها دخلت مرحلة مهمة من التطور الذي رافق ثورة الاتصالات والمعلوماتية. وهكذا نجد التغطية الاخبارية قد تعقدت تبعاً للعالم ملئ بالصراعات المختلفة

من ايدولوجية وثقافية واجتماعية واقتصادية وسياسية. تركت اثرها الواضح في تغطية الآزمات المحلية . وامتد هذا التأثير ليشمل صياغات الاخبار وقوانينها ولغتها واساليبها.^(١)

يرى الباحثان ان هناك بعض الخطوات تزيد فرص الحصول على تغطية جيدة منها :-

١- ان يرافق الخبر صورة خبرية او صحفية او أي نوع من الصور الاعلامية المتعارف عليها لاضفاء المصادقية لتغطية الآزمات.

٢- ان تكون موضوعات الآزمات المحلية تستحق الاهتمام وتسليط الضوء عليها بوصفها اخبارا ذات طابع مميز.

٣- اختيار المراسلين الجيدين لانتقاء المعلومات الاخبارية بدقة .

٤- العلاقات العامة الجيدة التي تمنح المراسل او المواقع الالكترونية الخاصة بمؤسسة الصحفية لتحقيق سبقا صحفيا للآزمة بما يميزها عن بقية المواقع العراقية للصحف الالكترونية الأخرى .

لذا فإن هذه الخطوات تعزز من قدرة الوسيلة الإعلامية على تغطية آزمات أي مجتمع وترتبط أساسا بقدرتها على تغطية وقائع وآزمات وأحداث هذا المجتمع من خلال مشاركة مندوبيها ومراسليها . لذلك نلاحظ وجود مندوبين متخصصين في الصحافة المتقدمة يغطون أخبار البلد . وكذلك بقية المحافظات العراقية التي تكثر فيها الصراعات والآزمات .

التغطية الاخبارية للآزمات ومساحات الاستفادة من التطور التكنولوجي

ان دخول المعلوماتية الى غرف التحرير له الاثر الواضح والكبير على صناعة الصحف واساليب الكتابة الصحفية , فأن الاستفادة من المعلومات كان لها الدور الفاعل في تعزيز التغطية الخبرية للآزمات التي باتت تعرض بوساطة الصحافة الالكترونية على شبكات النت وهو ما يشكل من الناحية التقنية تقدما , لان تقنيات الوسائط المتعددة تمكن الصحفي من ارفاق الرسومات والصور والبيانات المكملة للنص

لقد تحولت الجريدة الى نظام معلوماتي الكتروني ايضا تحول المحرر الى معالج تقني , والمؤسسة الصحفية طورت من عملياتها الانتاجية للصحف^(٢)

لماكبة التقنيات الحديثة من جهة ولتحقيق التنافس والتميز مع بقية الصحف من جهة اخرى . وحدة التحليل:

اعتمد الباحثان الموضوع الكلي كوحدة تحليل يتم القياس على أساسها. وبموجب هذه الوحدة جرى التعامل مع التغطية الخبرية للآزمات الداخلية بوصفها تكرارا. اي ان التحليل اجه الى ان يكون تحليلا وصفيا للمضمون. من غير ان يغوص الباحثان في طبيعة الافكار الواردة في النصوص . إذ يمكن ان يكون ذلك بحثا مستقلا باعتماد الفكرة كوحدة للتحليل. إن وحدات تحليل عناصر التغطية الإخبارية للآزمات في موقعي الصحف الالكترونية اتاحت للباحثان القدرة على فرز عناوين الآزمات الاخبارية وما يرتبط بها من عناصر صورية وسوى ذلك. وتحديد اتجاهات هذه العناوين والعناصر وتكميمها.

فئة المحاور الرئيسية لتغطية الآزمات:

ويقصد بها الاتجاه العام للتغطية الخبرية والذي يشتمل في استمارة التحليل على ما يأتي:

١- المحور الأمني : ويشمل تلك الأخبار التي تعنى بالأحداث الأمنية والعسكرية مثل الانفجارات والاغتيالات والمدهامات والعمليات العسكرية المختلفة للقوات المسلحة العراقية.

٢- المحور السياسي : وشمل تلك الأخبار التي تعنى بالأحداث ذات البعد السياسي والدبلوماسي.

ويتضمن قضايا وموضوعات مختلفة مثل المفاوضات والاجتماعات السياسية والجلسات البرلمانية وأخبار المصالحة الوطنية والتظاهرات والانتخابات وما الى ذلك .

٣- المحور الانساني والاجتماعي: ويضم الأخبار المتعلقة بحياة الإنسان العراقي بصورة عامة، وحركة المجتمع العراقي والمنظمات الحقوقية وقضايا الطفولة والمرأة والتعليم والفقر والأمراض والقضايا الانسانية.

١-محور الاقتصاد والإعمار: ويتضمن الأخبار المتعلقة بالأنشطة الاقتصادية والقرارات المتصلة بها بما في ذلك الموضوعات الاقتصادية ذات البعد الانساني، مثل ازمة النقل والمواصلات ، ازمة النفط بين المركز والاقليم ، ازمة التعيينات والبطالة ، ازمة الكهرباء في العراق .

تحليل صحيفة الزمان الالكترونية :

من خلال التغطية الخبرية لصحيفة الزمان الالكترونية وجدنا ان هناك عدد من الآزمات الداخلية تم الاهتمام بها والتركيز عليها ، وتوضح تلك الآزمات من خلال الجدول الرئيسي رقم (١):

جدول رقم (١) :- يمثل الفئات الرئيسية للآزمات الداخلية.

ت	الفئات الرئيسية	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
١	الآزمات السياسية	٥٢	٣٢,٧٪	الأولى
٢	الآزمات الأمنية	٤٣	٢٧٪	الثانية
٣	الآزمات الاقتصادية	٣٩	٢٤,٥٢٪	الثالثة
٤	الآزمات الاجتماعية	٢٥	١٥,٧٢٪	الرابعة
	المجموع	١٥٩	١٠٠٪	

التحليل والتفسير :-

حصلت الفئة الرئيسية (الآزمات السياسية) على أأرتبه الأولى بعدد تكرارات بلغ (٥٢) وبنسبة مئوية بلغت (٣٢,٧٪). وهذا يعطي مؤشراً على اهتمام كبير من قبل صحيفة الزمان الالكترونية للجانب السياسي. وذلك كون الآزمات السياسية تنعكس بشكل مباشر على الشارع العراقي . أما الآزمات الأمنية فقد حصلت على المرتبة الثانية بعدد تكرارات بلغ (٤٣) وبنسبة مئوية بلغت (٢٧٪) وهذا يعني أن الشأن السياسي تفوق على الجانب الأمني عند التغطية الخبرية لصحيفة الزمان الالكترونية .

وحصلت فئة الآزمات الاقتصادية على المرتبة الثالثة بعدد تكرارات بلغ (٣٩) وبنسبة مئوية بلغت (٢٤,٥٢٪). وهذا يؤكد ان الاهتمام بالشأن السياسي والأمني بالنسبة لصحيفة الزمان اكبر من الاهتمام بالشأن الاقتصادي وهذا يؤشر قصوراً في التغطية الخبرية من قبل الصحيفة .

فيما حصلت الفئة الرئيسية (الآزمات الاجتماعية) على المرتبة الرابعة بعدد تكرارات بلغ (٣٩) وبنسبة مئوية بلغت (١٥,٧٢٪). وهذا يعكس قلة اهتمام الصحيفة بالقضايا الاجتماعية التي يجب ان تعطى المساحة الكافية من التغطية الصحفية لجميع الصحف العراقية .

جدول رقم (٢) : يمثّل الفئات الفرعية (الآزمات) للفئة الرئيسية السياسية .

ت	الفئات الفرعية	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
١	الصراع بين المركز والإقليم	٢٣	٤٤,٢٣٪	الاولى
٢	آزمة المتظاهرين	١٣	٢٥٪	الثانية
٣	انتخابات مجالس المحافظات	٩	١٧,٣٪	الثالثة
٤	الصراع بين الكتل السياسية	٧	١٣,٤٦٪	الرابعة
	المجموع	٥٢	١٠٠٪	

التحليل والتفسير:

حصلت الفئة الفرعية (الصراع بين المركز والإقليم) على المرتبة الاولى بعدد تكرارات بلغ (٢٣) وبنسبة مئوية بلغت (٤٤,٢٣٪) كون التصريحات المتشنجة من قبل القائدة والمسؤولين في المركز وإقليم كردستان بلغت ذروتها في مختلف وسائل الاعلام لذلك حصلت على هذه المرتبة .

أما الفئة الفرعية (آزمة المتظاهرين) فقد حصلت على المرتبة الثانية بعدد تكرار بلغ (١٣) وبنسبة مئوية بلغت (٢٥٪). وذلك بسبب بروز موجة التظاهرات في المناطق الغربية والتي سلطت عليها الاضواء والتغطيات البرية من قبل وسائل الاعلام. ومنها صحيفة الزمان الالكترونية .

فيما جاءت الفئة الفرعية (انتخابات مجالس المحافظة) بالمرتبة الثالثة بعدد تكرارات بلغ (٩) وبنسبة مئوية بلغت (١٧,٣٪). كوننا على اعتاب مرحلة انتخابات مجالس المحافظات في العراق.

وحصلت الفئة الفرعية (الصراع بين الكتل السياسية) على المرتبة الرابعة والاخيرة في التغطية الخبرية لصحيفة الزمان بعدد تكرارات بلغ (٧) وبنسبة مئوية بلغت (١٣,٤٦٪). على الرغم من وجود صراعات كبيرة بين فئات الكتل السياسية وأعضاء تلك الكتل من خلال التصريحات وعمليات التسقيط والتحويل .

جدول رقم (٣) : يمثّل الفئات الفرعية (الآزمات) للفئة الرئيسية الامنية

ت	الفئات الفرعية	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
١	آزمة مواجهة الارهاب	٢٥	٥٨,١٣٪	الاولى
٢	آزمة صفقات السلاح	١١	٢٥,٥٨٪	الثانية
٣	آزمة قوات دجلة وقوات الصحراء	٧	١٦,٢٧٪	الثالثة
	المجموع	٤٣	١٠٠٪	
	المجموع	٥٢	١٠٠٪	

التحليل والتفسير :

حصلت الفئة الفرعية (أزمة مواجهة الارهاب) على المرتبة الاولى بعدد تكرارات بلغ (٢٥) وبنسبة مئوية بلغت (٥٨,١٣)٪. وذلك لكثرة العمليات الارهابية من تفجيرات واغتيالات ومحاولات الجهات الامنية التصدي لكل ذلك ولهذا السبب حصلت هذه الفئة على المرتبة الاولى .

اما الفئة الفرعية (ازمة مواجهة صفقات السلاح) فقد حصلت على المرتبة الثانية بعدد تكرارات بلغ (١١) وبنسبة مئوية بلغت (٢٥,٥٨) ٪. وذلك بسبب ما دار من شكوك واتهامات حول صفقات السلاح التي تمت بين الحكومة العراقية من جهة والحكومات والروسية والاوكرانية من جهة اخرى. والتي صاحبته موجة من التصريحات الاعلامية والمطالبات بالغاء تلك الصفقات.

فيما حصلت الفئة الفرعية (ازمة قنات دجلة وقوات الصحراء) على المرتبة الثالثة بعدد تكرارات بلغ (٧) وبنسبة مئوية بلغت (١٦,٢٧) ٪. وذلك بسبب الاتهامات والتراشق الاعلامي نتيجة تحركات بعض فرق الجيش الاتحادي في مناطق كركوك وديالى والانبار وفي صحراء جنوب الموصل .

جدول رقم (٤) :- يمثل الفئات الفرعية (الآزمات) للفئة الرئيسية الاقتصادية.

ت	الفئات الفرعية	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
١	أزمة النفط بين المركز والإقليم	١٩	٤٨,٧١٪	الاولى
٢	أزمة الكهرباء	٩	٢٣٪	الثانية
٣	أزمة البطاقة التموينية	٦	١٥,٣٨٪	الثالثة
٤	ازمة التعيينات والبطالة	٥	١٢,٨٢٪	الرابعة
	المجموع	٣٩	١٠٠٪	

التحليل والتفسير :

من خلال جدول رقم (٤) نرى بان الفئة الفرعية (ازمة النفط بين المركز والإقليم) قد حصلت على المرتبة الأولى بعدد تكرارات بلغ (١٩) وبنسبة مئوية بلغت (٤٨,٧١) ٪ وذلك بسبب الصراع المستمر بين المسؤولين في وزارة النفط وشؤون الطاقة وبين المسؤولين في اقليم كردستان والاتهامات المتبادلة حول عدم الايفاء بالالتزامات والاتفاقات النفطية لذلك حصلت هذه الفئة على المرتبة الاولى .

اما الفئة الفرعية (ازمة الكهرباء) فقد حصلت على المرتبة الثانية بعدد تكرارات بلغت (٩) وبنسبة مئوية (٢٣) ٪. وذلك لكون هذه الازمة هي مرض مزمن رافق المجتمع العراقي منذ سنوات طويلة والى الان لم يجد الدواء المشافي لتلك الازمة رغم كل التصريحات والوعود التي تقال هنا وهناك في وسائل الاعلام المختلفة .

فيما حصلت الفئة الفرعية (ازمة البطاقة التموينية) على المرتبة الثالثة في التغطية الاخبارية لصحيفة الزمان الالكتروني بعدد تكرارات بلغ (٦) وبنسبة مئوية بلغت (١٥,٣٨) ٪. رغم ان مفردات البطاقة التموينية هو اهم مورد اقتصادي معيشي للعائلة العراقية والتي تعول الكثير على البطاقة التموينية وخصوصا العوائل الفقيرة والمتعففة .

اما الفئة الفرعية (آزمة التعيينات والبطالة) فقد حصلت على المرتبة الرابعة والآخيرة بعدد تكرارات بلغ (٥) وبنسبة مئوية بلغت (١٢,٨٢٪). وذلك بسبب عدم تسليط الضوء من قبل وسائل الاعلام والمسؤولين في الدولة بموضوع البطالة وقلة التعيينات والتي كانت سبب كبير فيما وصلت اليه الحياة الاجتماعية في البلد .

جدول رقم (٥) :- يمثل الفئات الفرعية (الآزمات) للفئة الرئيسية الاجتماعية .

ت	الفئات الفرعية	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
١	آزمة السجناء	١٣	٥٢٪	الأولى
٢	آزمة ضحايا الإرهاب	٧	٢٨٪	الثانية
٣	آزمة الأرامل والأيتام	٥	٢٠٪	الثالثة
	المجموع	٢٥	١٠٠٪	

التحليل والتفسير :

حصلت الفئة الفرعية (آزمة السجناء) على المرتبة الاولى بعدد تكرارات بلغ (١٣) وبنسبة مئوية بلغت (٥٢٪). بسبب ما اثيرت مؤخرا من انتهاكات لحقوق السجناء والسجينات بعدم توفر المحاكمة السريعة والعادلة. وقد حظيت هذه الفئة بتغطية صحفية من قبل وسائل الاعلام ومنها صحيفة الزمان الالكترونية.

اما الفئة الفرعية ضحايا الارهاب فقد حصلت على المرتبة الثانية بعدد تكرارات بلغ (٧) وبنسبة مئوية بلغت (٢٨٪). حيث اهتمت وسائل الاعلام ومنها صحيفة الزمان الالكترونية بهذه الشريحة من المجتمع العراقي وبرزت المطالبة بحقوق تلك الضحايا .

فيما حصلت الفئة الفرعية (آزمة الارامل والايتام) على المرتبة الثالثة والآخيرة بعدد تكرارات بلغ (٥) وبنسبة مئوية بلغت (٢٠٪) . بالرغم من ان هذه الفئة من المجتمع بحاجة الى الاهتمام وتغطية اكبر من قبل وسائل الاعلام بشكل عام.

تحليل صحيفة الصباح الالكترونية :-

١- حصلت الآزمات السياسية على المرتبة الأولى. وهي بذلك تطابقت مع التغطية الخبرية لصحيفة الزمان الالكترونية. وهذا يدل على اهتمام الصحفيين بالشأن السياسي وتغطيتهما بشكل كبير. لما يمثله الشأن السياسي من اتركبير على المجتمع العراقي بمختلف فئاته وطبقاته .

٢- حصلت الآزمات الاقتصادية على المرتبة الثانية فيما يخص التغطية الخبرية لصحيفة الصباح. وبهذا فقد اختلفت في ترتيبها مع التغطية الخبرية للآزمات الداخلية في صحيفة الزمان الالكترونية وهذا يؤشر اهتمام صحيفة الصباح بالظروف الاقتصادية وتغطيتها بشكل كبير .

٣- حصلت الآزمات الامنية من خلال التغطية الخبرية لصحيفة الصباح الالكترونية على المرتبة الثالثة. وهذا يخالف تغطية صحيفة الزمان التي جاءت فيها الآزمات الامنية في المرتبة الثانية. وهذه دلالة على اهتمام صحيفة الزمان والتغطية الخبرية للآزمات الامنية بشكل كبير يفوق تغطية صحيفة الصباح الالكترونية لتلك الآزمات .

٤- حصلت الآزمات الاجتماعية على المرتبة الرابعة والآخيرة في ترتيب الآزمات. وهي بذلك تتطابق مع

ما ذهب اليه صحيفة الزمان الالكتروني. وتلك دلالة واضحة على عدم الاهتمام وتسليط الضوء على القضايا الاجتماعية من قبل الصحفيين وذلك يعد قصورا كبيرا في توجه الصحفيين لان القضايا الاجتماعية يجب ان تسلط عليها الانظار لكي تكون محل اهتمام من قبل السلطات التشريعية والتنفيذية والقضائية الحاكمة في الدولة العراقية .

واخيرا نقول رغم التقارب من ناحية التغطية الخبرية للصحفيين في بعض الفئات الرئيسية وتسلسلها. ولكن هناك اختلافات كبيرة في تفاصيل الآزمات وانواعها برزت اثناء تغطية صحيفتي الزمان والصبح الالكترونيان .

النتائج والاستنتاجات والتوصيات

النتائج

لقد اسفرت عن نتائج دراسة عينات البحث المتمثلة بالموقع الالكتروني لجريدة الزمان الذي تعامل بأهتمام مع اخبارالعراق ومنحها قدرا كبيرا نسبيا من مساحات العرض من خلال تسليط الضوء على الآزمات السياسية التي احتلت المركز الاول ومن ثم الآزمات الامنية في المركز الثاني والاقتصادية المركز الثالث واخيرا الاجتماعية. أم نتائج دراسة عينات البحث لجريدة الصباح فقد احتلت الآزمات السياسية المرتبة الاولى في التغطية الخبرية , والآزمات الاقتصادية المركز الثاني , اما الآزمات الثقافية والاجتماعية كانت ضمن التسلسل الثالث, لتكون الآزمات الامنية ضمن التسلسل الاخير , لذا ان الموقعين الالكترونيين قد اختلفا في التفاصيل وبالتالي في مقدار تعاطي كل منهما مع تساؤلات الدراسة .

الاستنتاجات

- ١- ان الصحافة الالكترونية الحديثة زادت من فاعلية الصحافة العراقية في تغطيتها الاخبارية للآزمات الداخلية وتوسيع نطاق تغطيتها الجغرافية لتشمل جميع محافظاتا بشكل سريع , مع توسيع نطاق التفسير والتحليل والموضوعية للآزمات .
- ٢- ان المواقع الالكترونية العراقية امتازت بتنوعها في تغطية الآزمات الداخلية , والتركيز على الآزمات السياسية التي فرضتها مجريات المرحلة المواقية لفترة الدراسة.
- ٣- ان اهتمام الصحف الالكترونية العراقية بالآزمات السياسية والامنية قد افقد توازنها وتعادلها مع بقية الجوانب الاقتصادية والاجتماعية وغيرها من الآزمات .
- ٤- ان المواقع الالكترونية في عصرنا اليوم قد ساهمت في دعم التغطية الخبرية لتحديث قفزات نوعية كبيرة في مجال الاعلام , نتيجة فاعلية الشبكة العنكبوتية التي اضفت مرونة عالية الجودة في الحصول على الخبر ومتابعة الآزمات اولا بأول .

التوصيات

نتيجة لاهمية الموضوع وما يولده من انعكاسات سلبية وايجابية على المجتمع العراقي لذا فقد أوصى الباحثان بضرورة دراسة كيفية التعامل مع الآزمات بشكل غير انتقائي (بحيادية) والتزام الأسس المهنية والموضوعية والتوازن في إطار الاختيار للتغطية الخبرية للآزمات وتحريرها .

الهوامش:

- ١٠ نوال محمد عمر : مناهج البحث الأآتماعية والأعلامية , مكتبة الأجلو الأميركية. القاهرة , ١٩٨٦ , ص ١١٠
- ٢ محمد عبد الحميد : آليل المحتوى في بحوث الاعلام, دار الشروق للنشر والتوزيع. جدة , ١٩٨٣ , ص ٢٢٣
- ٣ محمد شومان : إشكاليات في مسار تطور إعلام الآزمات والكوارث . المجلة المصرية لبحوث الرأي العام . كلية الاعلام . جامعة القاهرة , عدد ٣ يوليو . ٢٠٠١ , ص ١٥٠
- ٤ ميفلين ل . ديفيلز , و ساندرا بول روكتشى : نظريات وسائل الاتصال , تر : كمال عبد الرؤوف , الدار الدولية للنشر والتوزيع . القاهرة . ١٩٩٣ , ص (٤١٤-٤١٥)
- ٥ علي الشعيبي : دور وسائل الاعلام بين التثقيف والترفيه , مكتبة الافق , الكويت , ٢٠٠٤ , ص ٢٣
- ٦ آرماند ماتيلار وميشليه ماتيلار: نظريات الاتصال, تر: اديب خضور, المكتبة الاعلامية ٢٥, ط١, دمشق , ٢٠٠٣ , ص ٤٣
- ٧ عبد الله الحيدري : الصورة والتلفزيون ...بناء المعنى وصناعة المضمون , جامعة البحرين, ٢٠٠٥ , ص ٤٥
- ٨ عبد العزيز تركستاني : سيكولوجية التأثير والأقناع عبر التلفزيون , الجمعية السعودية للاعلام والاتصال , الرياض, ٢٠٠٤ , ص ٤٥
- ٩ المنصف العياري وآخرون : المعالجة الخبرية التلفزيونية العربية بين المتطلبات المهنية والتوجهات السياسية- سلسلة بحوث اتحاد إذاعات الدول العربية- تونس , ٢٠٠٦ , ص ٥
- ١٠ عبد الفتاح عبد النبي : سوسولوجيا الخبر الصحفي. العربي للنشر والتوزيع. القاهرة , ١٩٨٩ , ص ٦٦
- ١١ اسهام محمد الماجد : آليات صناعة الأخبار بين وسائل الإعلام ومراسليها , مكتبة أمجد , القاهرة , ٢٠٠٨ , ص ٣٤
- ١٢ كارولين ديانا لويس : التغطية الإخبارية للتلفزيون - المكتبة الأكاديمية- القاهرة , ١٩٩٣ , ص ٤٩
- ١٣ خالد صلاح : حرية الصحافة , مركز القاهرة لدراسات حقوق الإنسان, القاهرة , ٢٠٠٧ , ص ٢٣
- ١٤ عبد الستار جواد : فن كتابة الأخبار , دار مجدلاوي للنشر والتوزيع , عمان , الأردن , ٢٠٠٢ , ص ٩
- ١٥ محمد عبد الحميد: نظريات الاعلام وأآاهات التأثير , عالم الكتب , القاهرة , ١٩٩٧ , ص ١٩
- ١٦ مروة محمد كمال الدين : مستقبل طباعة الصحف العربية رقميا , الدار المصرية اللبنانية, المكتبة الاعلامية , ط١ , القاهرة , ص ٤٩
- ١٧ قيس الياسري: الخبر الصحفي , دراسة نظريه وتطبيقات , دار الحكمة للنشر والتوزيع , بغداد, ١٩٨٧ , ص ١٢
- ١٨ فاروق أبو زيد : فن الخبر الصحفي , عالم الكتب , القاهرة , ١٩٩٠ , ص ٦١
- ١٩ راسم محمد الجمال : الاتصال والإعلام في الوطن العربي , مركز دراسات الوحدة العربية , بيروت , ١٩٩١ , ص ١٧٣
- ٢٠ مرعي مذكور : الصحافة الاخبارية , طبعة الشروق الاولى , القاهرة , ٢٠٠٢ , ص ١٩
- ٢١ توم فنتون : تدهور صناعة الأخبار , دار الكتاب المصري, القاهرة , ٢٠٠٦ , ص ٤٣
- ٢٢ محمود علم الدين : تكنولوجيا المعلومات وصناعة الاتصال الجماهيري , ط١ , العربي للنشر والتوزيع , القاهرة , ١٩٩٠ , ص ٩٦

دور العلاقات العامة في رصد النشر الإعلامي خلال المؤتمرات الدولية دراسة تحليلية (مؤتمر القمة العربية ٢٠١٢) أنموذجا

م.م علي عبد الهادي عبد الامير
جامعة بغداد - كلية الاعلام

المستخلص

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على موضوع رصد النشر الإعلامي وأهميته للعلاقات العامة في إدارة الإحداث الخاصة إما يمثل من دور في بناء الصورة الإيجابية لدى الجمهور المستهدف عن طريق الرسائل الاتصالية التي توضح الأهمية السياسية والاقتصادية والدبلوماسية لمؤتمر القمة العربية باعتباره من المؤتمرات التي تسعى العراق إلى تأمين مستلزمات انعقاده لإعادة تفعيل دوره السياسي والدبلوماسي في المحيط العربي خاصة بعد الظروف والأزمات التي مرت به، فكان انعقاد مؤتمر القمة العربية برعاية العراق بمثابة انتقالة نوعية تسعى العراق خلالها إلى تحقيق بعض المكاسب المتمثلة بإعادة تفعيل العلاقات الدبلوماسية مع بعض الدول العربية والاتجاه إلى عقد بعض الاتفاقيات الاقتصادية والسياسية والاتفاق على إدخالها إلى حيز التنفيذ بما يخدم مصالح الأطراف العربية المتفقة. وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج تمثلت بـ:

١. احتلت الصحف العراقية المرتبة الأولى لمصادر رصد النشر الإعلامي الخاص بانعقاد القمة العربية ب (٦٢) تكرار وبنسبة مئوية مقدارها (٤٧,٣٤٪)
٢. جاءت الاستعدادات العراقية لتأمين انعقاد القمة العربية في المرتبة الأولى في مضامين المواد المنشورة على الموقع الإلكتروني لوزارة الخارجية العراقية ب (٢٣) تكرار وبنسبة مئوية مقدارها (١٢,٤٠٪).
٣. جاءت مواقف بعض القوائم والشخصيات من انعقاد القمة وعرض ملف الأزمة المحلية بالمرتبة الثانية ب (٢٢) تكرار وبنسبة مئوية (١١,٦٩٪).

ABSATRCT

THIS study aims at recognizing the observation of media publication and its importance for public relation in the administration of special events .also its role in building the positive image in the target audience via communication messages that explain the political social and diplomatic importance of the arab summitry which Iraqi works eagerly to ensure the requirements to held it in order to activate its political and diplomatic role in the Arabic environment especially after the circumstances and crisis it undergoes therefore the summitry organization under Iraqi guardianship was a peculiar transformation through which Iraq to acquire some benefits represented by the reactivation of diplomatic relations with som Arab countries and contracting some economic and political agreements to be carried out to serve the rights of the converent Arab sides ,the study has come up with some results :

- 1.The Iraqi news paper have occupied the first place to the source of observation of media publication relative to the organization of the arab summitry by the frequency of (62 i_e) (47,43%)percentage.
2. The Iraqi preparation for the summitry have become in the first place in the contents of the published material of the website of the Iraqi ministry of foreign affairs by the frequency (22 i-e) 21,40 percentage.
3. The attitudes of some lists and figuars with relavence of the organization of the summitry and presenting the file of the local crisis has become in the second place by the frequency (22 i_e) and 11,69% percentage

مقدمة

توصف العلاقات العامة بأنها نشاط اتصالي يسعى إلى رصد الجهات الجمهور نحو المنظمة بهدف بناء صورة ايجابية وسمعة ايجابية بالاستعانة بتكنولوجيا الاتصال الحديثة التي وفرت لممارسي العلاقات العامة تقنيات يمكن استخدامها في رصد المواد الإعلامية التي تنشرها وسائل الإعلام عن الإحداث والمنظمات والمؤتمرات الدولية التي حظي باهتمام واسع من قبل الجماهير على المستوى المحلي والدولي. وبذا فقد عملت العلاقات العامة في وزارة الخارجية العراقية على رصد النشر الإعلامي في وسائل الإعلام العراقية والعربية التي تناولت إجراءات انعقاد مؤتمر القمة العربية في بغداد ٢٠١٢ بالشرح والتفصيل واستعدادات الحكومة العراقية لاستضافة الشخصيات العربية المشاركة في مؤتمر القمة العربية. لما يمثل هذا المؤتمر من أهمية في عودة العراق إلى الحاضن العربي وتطوير مستوى العلاقات الدبلوماسية بين عدد من الدول العربية خاصة بعد ما شهدته الساحة العربية من إحداث الربيع العربي وما أفرزته من تداعيات وتغييرات في الأنظمة الحاكمة مما استوجب ضرورة إعادة النظر في تفعيل مستوى العلاقات السياسية والدبلوماسية والاقتصادية تحت غطاء منظمة الجامعة العربية بوصفها منظمة تسعى إلى توحيد الصف السياسي العربي وتقوية العلاقات الدبلوماسية بين الدول العربية .

وبذا فقد سعت وزارة الخارجية العراقية إلى توظيف موقعها الالكتروني لإدارة حدث مؤتمر القمة العربية من خلال نشر ما تم رصده بشأن القمة العربية وظروف انعقادها. بهدف تكوين تصور ايجابي لدى الجمهور العربي بان الحكومة العراقية قادرة على تهيئة الظروف الملائمة لإنجاح القمة من خلال حجم المواد التي تم رصدها من المواقع الالكترونية لوسائل الإعلام العراقية والعربية والتي ظهرت فيها مضامين مختلفة كان الأبرز منها الاستعدادات الأمنية العراقية لتأمين القمة العربية المنعقدة في بغداد ٢٠١٢ فضلا عن النقاط التي تناولها الجانب النظري من البحث متمثلة في تعريفات المؤتمر بشكل عام والمؤتمر الدولي بشكل خاص وتأثير الانترنت على ممارسة العلاقات العامة والقواعد التي ينبغي الالتزام بها. وتعريف الرصد الإعلامي وأهميته بالنسبة لممارسة نشاط العلاقات العامة .

الاطار المنهجي للبحث

اولاً: مشكلة البحث

تتطلب تحديد مشكلة البحث تحديد النقاط الأساسية والفرعية للمشكلة بالإضافة إلى تحديد العوامل الرئيسية التي دفعت الباحث إلى اختيار المشكلة ^(١) وبذا فان مشكلة البحث تحدد ب ((ما هي مضامين النشر الإعلامي التي تناولت مؤتمر القمة العربية المنعقد في بغداد بالشرح والتفسير وظهرت كفنون صحفية في وسائل الإعلام العراقية والعربية)).

ثانياً: أهمية البحث .

تتمثل أهمية البحث الحالي في

١. إضافة للدراسات الإعلامية عامة والدراسات في مجال العلاقات العامة ودورها في تنظيم وإدارة وبناء الصورة الايجابية من خلال التركيز على التجديد في أساليب الممارسة خلال الأحداث الخاصة مما ينعكس على مستوى الأداء المهني للجهة المختصة بممارسة النشاط .
٢. يهتم هذا البحث في بيان واحد من الأساليب المتبعة للتعرف على مضامين المعالجة الإعلامية للإحداث

والمؤتمرات المنعقدة من قبل المنظمات الإقليمية كجامعة العربية. وما تمتلكه من قدرة على تشكيل اتجاهات الرأي العام المحلي والدولي نحو مضامين القرارات المنبثقة من القمة المنعقدة والذي يمثل الرصد الإعلامي للمادة الصحفية المنشورة في المواقع الالكترونية احد هذه الأساليب

ثالثاً: هدف البحث

يهدف البحث إلى التعرف على موضوع رصد النشر الإعلامي وأهميته للعلاقات العامة الحكومية في إدارة الأحداث الخاصة لما يمثله من دور في بناء الصورة الإيجابية لدى الجمهور المستهدف عن طريق الرسائل الاتصالية التي توضح الأهمية السياسية والاقتصادية والدبلوماسية للمؤتمرات الدولية. والتي يأتي مؤتمر القمة العربية في مقدمتها كنموذج لمؤتمر عربي يمثل أهمية بالنسبة للدول العربية كافة إذ يسعى إلى توحيد الصف العربي والنهوض بمستوى العلاقات العربية وجاوز الخلافات بالطرق والوسائل الكفيلة لتحقيق ذلك، فضلاً عن محاولة البحث الوقوف على تجربة استخدام الوسائط الاتصالية الحديثة في تفعيل نشاط العلاقات العامة في القطاع الدبلوماسي في محاولته لرسم الصورة الذهنية الإيجابية باستخدام الانترنت.

رابعاً: منهج البحث وأدواته

يعد هذا البحث من البحوث الوصفية التي تستعين بمنهج المسح بوصفه احد المناهج المستخدمة في البحوث الوصفية التي تستهدف وصف سمات واءاء أو اتجاهات أو سلوكيات عينات من الافراد مثله لمتجمع ما. بما يسمح بتعميم نتيجة المسح على المجتمع الذي سحبت منه العينة^(١). من خلال اسلوب تحليل المضمون الذي يعرف بانه ((اسلوب او اداة للبحث العلمي يمكن ان يستخدمها الباحثون لوصف المحتوى الظاهر والمضمون الصريح للمادة الاعلامية المراد تحليلها، من حيث الشكل والمضمون شرط ان تتم عملية التحليل بصفة منتظمة، ووفق اسس منهجية، ومعايير موضوعية، وان يستند الباحث في عملية جمع البيانات وتبويبها وتحليلها على الاسلوب الكمي بصفة اساسية))^(٢). وبذا فان الباحث اتبع الاجراءات الاتية للوصول الى نتائج علمية دقيقة تمثلت بـ:

١. تحديد وحدات التحليل:

وهي الوحدات التي يتم عليها العد والقياس مباشرة. وقد اختار الباحث وحدة الفكرة في تحديد أكثر الفئات استخداماً في الكشف عما يتضمنه المحتوى.

٢. تحديد أسلوب القياس والعد:

استقر الباحث على التكرار كمقياس لوحدة التحليل.

٣. تحديد فئات التحليل

يتطلب التطبيق العملي لأسلوب تحليل المضمون في تصنيف المادة الخاضعة للتحليل الى فئات رئيسية. وبذا فقد تم تصنيف المادة الصحفية (عينة البحث) إلى عدد من الفئات بلغت (٢٩) فئة ظهرت بتكرارات مختلفة كما هو موضح في جدول الفئات (انظر صفحة ٢٢) من البحث

خامساً: الصدق والثبات

يقصد بالثبات إن القياس المتكرر باستخدام الأدوات نفسها على عينة من المادة الخاضعة للتحليل يجب ان يعطي النتائج نفسها^(٤). وبذا فقد اختار الباحث جزء من مواد النشر الاعلامي (عينة البحث) تمثل (١٠٪) من مجمل المادة الخاضعة للتحليل. وأعاد الباحث تحليل هذه المادة بنفسه. وقد توصل الى نتائج متوافقة بصورة كبيرة مع النتائج التي توصل إليها مسبقاً من خلال التحليل.

اما الصدق فيعني (أن الأداة المستخدمة في البحث صالحة لتحقيق الهدف الذي أعدت من اجله)^(٥) وللتأكد من صدق استمارة التحليل فقد قام الباحث بعرضها على مجموعة من المحكمين من أساتذة الإعلام والأخذ بالتعديلات التي تم تأشيرها من قبل الخبراء (*)

سادسا: مجالات البحث

١. المجال المكاني: ويتحدد بالمادة الصحفية المنشورة على موقع وزارة الخارجية العراقية والخاصة بانعقاد مؤتمر القمة العربية في بغداد آذار ٢٠١٢.

٢. المجال الزماني: تم إجاز البحث خلال الفترة الزمنية الممتدة من ١/٤/٢٠١٢ إلى ٣٠/٦/٢٠١٢

اولا: تعريف النشر الاعلامي

يعد النشر افضل اداة معروفة للعلاقات العامة. يؤدي الى المساعدة في دعم جهود العلاقات العامة مع جماهيرها. اذ يشير خبراء العلاقات العامة الى ان الاخبار والمعلومات التي تقوم العلاقات العامة برصدها والتعرف على مضامينها تسهم في تكوين تصور اولي عن الصورة الذهنية التي يحملها الجمهور تجاه المنظمات المختلفة وكيفية ادارتها للاحداث فضلا عن اتجاهات الراي العام نحو تلك الاحداث. فالنشر (هو معلومات يتم ايصالها الى الجمهور دون مقابل ودون رقابة. وتخضع هذه المعلومات الى سيطرة الوسيلة الاعلامية. فضلا عن انه ذو اتجاه واحد)^(٦)

وهناك تعريف يصف النشر الاعلامي ((بانه عملية اتصال تهدف الى تقديم معلومات واخبار عن المنظمة وانشطتها ومنتجاتها الى المستهلكين من خلال وسائل الاتصال وبصورة غير مدفوعة الاجر بحيث تحقق هذه المعلومات للمنظمة ميزة تنافسية في السوق وتخاطب هذه المعلومات والاخبار حاجة المستهلك بحيث تشعر بأهميتها بالإضافة إلى مراعاة ان هذه المواد المراد نشرها لا بد وان نقدم معلومات تهدف الى تعليم المستهلك مهارة جديدة او أسلوب جديد في استخدام المنتج او معلومة جديد وبالنسبة له تدعم ولأوه للمنظمة ومنتجاتها))^(٧)

ويرى تعريف اخر بان النشر الاعلامي هو (كافة الجهود التي تتم بهدف نشر المعلومات والبيانات عن المنظمة باستخدام كافة وسائل النشر المطبوعة والمسموعة والمرئية المسموعة وقنواته الجماهيرية والشخصية للوصول الى اكبر قطاع ممكن من الجمهور المستهدف)^(٨) ويذهب تعريف اخر الى ان النشر الاعلامي هو (النشر عن طريق وسائل الإعلام. ومنها الصحف والمجلات العامة والخاصة من خلال استخدام الكلمة والصورة المطبوعة. فالنشر الاعلامي هو احدى ادوات المزيج الاتصالي التي تستعين به العلاقات العامة لتوضيح ما تقوم به الجازات لخدمة الجمهور بقطاعاته المختلفة). ويمكن لممارس العلاقات العامة استخدام وسائل الاتصال الجماهيرية للوصول الى جمهوره. عن طريق التغلب على مشكلات عديدة أهمها ان هذا الاستخدام عبر اطار المساحة والوقت اللذين تخصصهما هذه الوسائل العامة. والشروط التي تضعها هذه الوسائل للاستخدام. والمشكلات بهذا التعامل والتنافس مع الآخرين للاستفادة من الفرصة نفسها^(٩)

وبذا فان ممارس العلاقات العامة عند تقديمه المعلومات الخاصة بالمنظمة الى النشر من خلال وسائل الاعلام فانه يلجأ الى تقييم المعلومات المقدمة وفق معايير محددة تتمثل ب^(١٠):

• هل هناك قيمة اخبارية حقيقية. وقصة جيدة. او ملاحظة غير مألوفة من المحتمل ان تثير انتباه الجمهور من قراء الصحف والمجلات ؟

• هل النشر مكتوب بالشكل الذي يجعل من مرورها الى الطباعة سهل. وهذا يعني القول بان لا تكون

طويلة جدا وفي الشكل الذي سوف لا يظهر على الأرجح بعد التحرير المساعد أو الثانوي ؟
هل الأساس الذي أعداه مسبقا كان قدر الامكان بواسطة الاتصال الشخصي . وهذا يفترض مقدما بان موظف العلاقات العامة يمتلك الاستعدادات للدخول الى الصحافة ووسائل الاعلام الاخرى المعنية

وبتميز النشر الاعلامي بعدد من الصفات تتمثل ب^(٩)
١. يقوم المتلقون بتصديق الرسالة بسبب طابعها الاخباري .وبسبب مصداقية الطرف الثالث (مذيع او كاتب).

٢. ان تكلفة النشر اقل من تكلفة الاعلان.

٣. انه في النشر يوجد هامش واسع ومساحات كبيرة. وحرية اكبر في عرض المعلومات .
ويمكن القول ان استخدام وسائل وسائل الاتصال بفاعلية من خبير العلاقات العامة يتطلب التعرف على فنون الصحافة والنشر بحيث يستطيع اعداد الاخبار والنشرات والمواد الاعلامية دون مراجعة مستفيضة من جانب اجهزة النشر المختلفة . وهذا يتأتى من ضرورة تفهم خبير العلاقات العامة لامكانيات وقدرات وسائل الاعلام في التعامل مع النشر الاعلامي لاجهزة العلاقات العامة في المنظمات المختلفة .

ثانيا: العلاقات العامة والانترنت

تعد العلاقات العامة من الأنشطة الاتصالية التي شملتها تكنولوجيا المعلومات والاتصالات واثرت فيها . ولا سيما شبكة الانترنت التي تعد احد اكبر اشكال الاتصال الحديثة تأثيرا في الافراد والمنظمات . وهذا مكن ممارسي العلاقات العامة من تقوية العلاقات والاتصالات وتنمية صورة المنظمة وتعزيزها وتحويل اساليب العلاقات العامة الى اساليب متطورة تخدم المنظمة وجمهورها الداخلي وجمهور الخارجي^(١٠)

فقد اثرت الانترنت بصورة ايجابية على فاعلية الاتصال للعلاقات العامة .اذ قدمت ادوات متعددة للاتصال التفاعلي مثل المؤتمرات عن بعد و غرف الحوار و استقصاءات الجمهور .الا ان توظيف هذه الادوات يجب الا يحول دون ممارسة العلاقات العامة لانشطة الاتصال المباشر مع الجمهور وتهتم العلاقات العامة بتفعيل الاتصال بالجمهور من خلال الموقع الالكتروني للمنظمة بحيث تتصف العناصر الموجودة بالموقع والمرتبطة بوظائف وانشطة العلاقات العامة بالقدرة على التفاعل مع الجمهور وتقديم ما يتلائم مع اهدافه وحاجاته من استخدام الموقع . ويعتمد الاتصال من خلال الانترنت على استراتيجتي الدفاع او الجذب . وتعتمد استراتيجية الدفع push على ظهور الرسائل الموجودة على الموقع فور دخول المستخدم عليه كأن يظهر الاعلان الخاص بالمنظمة فور الدخول على الموقع كصفحة مستقلة . او ان يتم تحميل معلومات معينة على جهاز المستخدم فور الدخول . وتعتمد استراتيجية الجذب pull على اثاره انتباه واهتمام المستخدم بحيث يقدم نفسه على الدخول الى الاعلان او تحميل المعلومات . او التعرض الاختياري لرسائل الاتصال^(١١)

وبذا فان تبني هذه التقنيات الجديدة في العلاقات العامة نتيجة للنمو غير المسبوق في سته مجالات متداخلة هي عدد المنافذ الاعلامية المتوافره وسرعة نقل المعلومات ومقدار المعلومات المتوفرة وحجم المنظمات التي تستخدم العلاقات العامة . وحجم العلاقات العامة ذاتها ثم مقدار التقنيات الجديدة الصالحة للاستخدام في مجال العلاقات العامة وتنوعها . وهذا يتحقق من خلال القواعد التي ينبغي

على ممارس العلاقات العامة ان يلتزم بها في استخدامه للانترنت بشكل عام واثناء ادارة المؤتمرات الدولية بشكل خاص ومن اهمها^(١١)

١. طلب العلم النافع والعمل على ايجاد وتنشئة المواطن الصالح .
٢. تحري الصدق والموثوقية والامانة في طلب البيانات والمعلومات .
٣. معلومات الانترنت للبحث والنشر والافادة وليست للكتيم او الحبس .
٤. حماية حقوق الملكية الفكرية . وقوانين الفضاء الالكتروني cyper space
٥. بيانات ومعلومات الانترنت من اجل التواصل والتعارف والتعاون على الاصعدة الوطنية والاقليمية والعالمية .

٦. اتخاذ كافة التدابير الوقائية لحماية افراد المجتمع وجماعته من البيانات والمعلومات الضارة والملوثة.
٧. القيام بالنشر الصحفي وابرار التصاريح والبيانات الرسمية وأراء المسؤولين وكذلك نشر المطبوعات العامة كالنشرات وغيرها بالاضافة الى توثيق العلاقة مع الجماهير المختلفة (العملاء .الموردين.الموظفين.المنافسين .الجمهور) وذلك عن طريق البريد الالكتروني.
٨. كفالة امن البيانات والمعلومات وسريتها في بعض الاحيان ومراعاة الخصوصية واحترامها .

لذا يمكن القول ان المنظمات الحكومية استطاعت ان تنشئ مواقع لها على الانترنت تشرح فيها سياساتها واهدافها وكل ما تريده نشره الى الجماهير من معلومات .اضافة الى الرصد السريع والفوري لكل ما ينشر عن المنظمة في المواقع الالكترونية وهو ما عملت على وزارة الخارجية العراقية على تحقيقه في ادارتها لحدث مؤتمر القمة العربية المنعقد في بغداد ٢٠١٢ . برصدها النشر الاعلامي للصحف والمواقع الالكترونية التي تناولت استعدادات العراق في استقبال مؤتمر القمة

تزايدت اهمية العلاقات العامة في المنظمات على اختلاف انواعها بشكل عام والمنظمات المعنية بالشؤون الخارجية بشكل خاص لاي بلد ويرجع ذلك الى اهمية كسب الراي العام في المجتمع الدولي .عن طريق ادارة الاحداث على وفق برنامج ذو مستوى عالي من الاعداد والتخطيط فدور العلاقات العامة من منظور نظرية الانظمة المفتوحة (open_systemstheory) يركز في الاساس على ايجاد نوع من التواصل بين المنظمة وبيئتها اذ تقوم العلاقات العامة بتنظيم المعلومات المتوافرة في بيئة المؤسسة الخارجية وشرحها للادارة كما تقوم بتقديم المعلومات المتوافرة في المنظمة للبيئة الخارجية مما يؤدي لخلق التوازن والانسجام بين المنظمة وبيئتها .^(١٢)

اذ يركز المنهج الاعلامي الحديث في دراسته للعلاقات العامة ودورها في ادارة الاحداث كالمؤتمرات الدولية .على الاساليب المتبعة للاتصال الدولية المدعوة للاشتراك .وأساليب الاقناع والحوار التي تمارسها عند صياغة المضامين الاتصالية في النشرات والتقارير التي تصدر عنها فضلا عن مستوى التخطيط للاداء الاعلامي الخاص بوسائل الاعلام التي تستعين بها ادارة العلاقات العامة للتواصل مع الجمهور الخارجي . اذ من الممكن ان نشير الى التجربة العراقية خلال انعقاد مؤتمر الجامعة العربية في بغداد عام ٢٠١٢ .وكيف استطاعت صورة ايجابية عن مستوى الاستعدادات العراقية لاستضافة مؤتمر القمة .اذ يؤكد اساتذة العلاقات العامة وخبرائها في هذا المجال على ان العلاقات العامة ينبغي ان تسعى لتحقيق الدعم والتأييد للمؤسسة وخلق التفاهم المشترك وتقويته وتبني السياسات التي تساهم في بناء صورة ايجابية للدولة في المجتمع الدولي .من خلال^(١٣)

الاستجابة للجماهير حيث تقوم العلاقات العامة بممارسة انشطتها لمواجهة التطورات والتغلب على

المشكلات القائمة .

• السيطرة على الجماهير حيث تقوم العلاقات العامة من خلال انشطتها الاتصالية بتوجيه تفكير الجماهير لمقابلة احتياجات ورغبات المنظمة التي تمثلها .

• تهدف العلاقات العامة الى اقامة علاقات ذات منفعة متبادلة بين مختلف الجماهير حيث تعد بمثابة حلقة وصل التي تساعد على تناغم وتنسيق العلاقات والتكيف

رابعاً: الرصد الاعلامي

يوفر الرصد الاعلامي لرجل العلاقات العامة القدرة على متابعة المستجدات والاتجاهات وما تقدمه من رؤى وتصورات ذهنية عن طبيعة المؤتمرات الدولية التي سيناقش فيها موضوعات تمس عدد كبير من الجماهير فضلاً عن طبيعة القضايا المطروحة للنقاش كالقضايا السياسية واعادة تفعيل العلاقات الدبلوماسية . لذا فمن اولى واجبات رجل العلاقات العامة رصد النشر الاعلامي في المجتمع الافتراضي على شبكة الانترنت ، لتعرف على اتجاهات المواد والتقارير الاخبارية التي تتناول الحدث بالشرح والتفصيل ، فضلاً عن التركيز على بعض الشخصيات والنخب السياسية التي يمكن ان يكون لها دور فاعل في المؤتمرات الدولية المنعقدة. وبذا فان على رجل العلاقات العامة ان يتعامل مع الرصد النشر الاعلامي باعتباره ((عملية اتصالية تفاعلية تعنى بمتابعة وتوثيق الرسائل الاعلامية اليومية ، من المصادر الاعلامية المحلية والأجنبية ، التي تبثها وسائل الاتصال المختلفة سواء كانت وسائل مرقوة او مسموعة او مرئية . بهدف التعرف على المستجدات والتصورات التي يملكها صانعو القرار في مواقع منافسه اخرى ، بهدف تنوير صانع القرار وفهم التوجيهات العامة لسياسة البلد الذي يعمل فيه او المؤسسة التي ينتمي اليها لان ذلك يساعد في معرفة ما هو مهم لصانع القرار⁽¹⁵⁾

وبذا فقد سعت العلاقات العامة في وزارة الخارجية العراقية الى رصد النشر الاعلامي الذي تناول الاستعدادات العراقية لعقد القمة العربية من خلال الاطلاع على المواد الصحفية المنشورة في المواقع الالكترونية للصحف والفضائيات والمواقع الاخبارية⁽¹⁶⁾

ونشرها على الموقع الالكتروني مما اسهم في بناء صورة ايجابية لدى الجمهور الخارجي من مستخدمي الانترنت والمهتمين بالشان السياسي العربي بشكل عام والشان العراقي المتمثل بقدرة الدبلوماسية العراقية على اعادة العراق الى محيطه العربي وجاوز الظروف والأزمات التي حاولت عرقلة تفعيل الدور العراقي على المستوى المحلي بالشكل الذي يؤهله لممارسة دوره بشكل فعال ومتكامل مع المجتمع العربي خاصة مع حرصه على ابراز تجربته في استعادة دور العراق في قدرته على استضافة المؤتمرات الدولية متمثلة في مؤتمر الجامعة العربية بوصفها التنظيم الاقليمي الذي يشمل الحاضن الأساسي لمجموعة الدول العربية.

خامساً: المؤتمر وتعريفه

تعرف المؤتمرات بانها عبارة عن مناقشة وتبادل فكري بين اعضاء المؤتمر بعضهم بالبعث حول قضية او موضوع او مسألة او مشكلة او مشروع او ظاهرة تكون موضع اهتمامهم ومرتبطة بظروفهم وذلك بقصد التوصل الى اراء او توصيات او قرارات مناسبة والتوصل الى كيفية تنفيذها والالتزام بها⁽¹⁷⁾

اما المؤتمر الدولي فيعرف بانه المؤتمرات التي يشارك فيها ممثلين للدول على كافة المستويات القيادية. الوزارية ، المهنية ، التخصصية، الصناعية، وتأخذ المؤتمرات الدولية شكل المنتدى والذي يمكن ان يختم

بقرارات واتفاقيات تبادلية او عقد صفقات على كافة المستويات^(١٨).
وتتمثل الغاية من عقد المؤتمرات الدولية باعادة السلم وتوطيد اركانه والحيولة دون نشوب الحروب
وبحث القضايا السياسية الهامة، اذ تعد من الاساليب الفعالة للترويج لقضية تمس قطاع كبير من
الجمهور المحلي واحيانا العالمي عن طريق^(١٩)
١. تزويد المشاركين بأبعاد الموضوع .

٢. التوصل الى لغة مشتركة او موقف او سلوك مشترك حول موضوع النقاش وبذلك يزداد التواصل بين
المهتمين بذلك الموضوع .

٣. التقريب بين مختلف وجهات النظر والاراء المتنوعة واتاحة الفرصة للحوار المتبادل والتعلم.

٤. خلق الحافز وتعزيز الالتزام باهمية الموضوع .

بالاضافة الى ذلك ان المؤتمرات الدولية تتميز بعدد من الصفات تتمثل بالاتي:^(٢٠)

١. الكيان المستقل :حيث تتميز بانها مستقلة عن الاجتماعات التي تليها ولها تام التصرف في جميع
اجراءاتها الدولية .

٢. التمثيل المستقل :يتسم المؤتمر الدولي بانه مستقل اذ تقع على عاتق مثل الدولة ان يعرف ان مهمته
الاولى هي تحقيق رغبات بلده وعدم الاستهانة بمصالح بلده.

٣. التباحث :تعد مسألة التباحث والمناقشة هي الشرط الاساسي لتفعيل وتحقيق ما يتم الاتفاق عليه
اثناء جلسات المؤتمر المنعقدة.

٤. استغراق الوقت:من المفروض ان ياخذ المفاوضون الوقت الكافي في تبادل وجهات النظر المختلفة بما
يفضي الى تحقيق بعض الاجازات بين الدول او الوفود المشاركة .

سادسا:الجانب الميداني

توصل الباحث من خلال تحليل المادة الصحفية المنشورة في وسائل الاعلام العراقية والعربية والتي تم
رصدها من خلال الجهة المعنية بممارسة نشاط العلاقات العامة في وزارة الخارجية العراقية وتم نشرها
على الموقع الالكتروني للوزارة كاسلوب من اساليب ادارة الحدث لمؤتمر القمة العربية المنعقد في بغداد
كسابقة تاريخية لاستعادة العراق دوره الدبلوماسي في المنطقة العربية، الى عدد من الفنون الصحفية
والفئات الرئيسية تمثلت بالاتي :

جدول رقم (١) يبين انواع الفنون الصحفية التي تم رصدها قبيل انعقاد مؤتمر القمة العربية ٢٠١٢

ت	نوع الفن الصحفي	التكرار	النسبة المئوية
١	خبر	٩١	٦٩,٤٦
٢	مقال	٢٨	٢١,٣٨
٣	تقرير	٥	٣,٨٢
٤	سببنايل اخباري	٥	٣,٨٢
٥	تحليل اخباري	٢	١,٥٢
	المجموع	١٣١	٪١٠٠

احتل الخبر المرتبة الاولى في مادة الرصد الاعلامي (عينة البحث) بتكرار مقداره (٩١) وبنسبة مئوية مقدارها (٦٩,٤٦) وجاء المقال في المرتبة الثانية ب (٢٨) تكراراً وبنسبة مئوية مقدارها (٢١,٣٨) في حين حصل التقرير والسبائيل الاخباري على (٥) تكرارات لكل منهم وبنسبة مئوية مقدارها (٣,٨٢) وجاء التحليل الاخباري بالمرتبة الاخيرة بتكرارين وبنسبة مئوية مقدارها (١,٥٢)

جدول رقم (٢) يبين مصادر رصد النشر الاعلامي (عينة البحث) قبيل انعقاد القمة العربية ٢٠١٢

ت	مصادر الرصد الصحفي	التكرار	النسبة المئوية
١	الصحف العراقية	٦٢	٤٧,٣٤
٢	الصحف العربية	٤٥	٣٤,٣٥
٣	مواقع الكترونية	١٤	١٠,٦٨
٤	قنوات فضائية عراقية	٥	٣,٨٢
٥	المواقع الالكترونية للفضائيات العراقية	٣	٢,٢٩
٦	مجهول المصدر	٢	١,٥٢
	المجموع	١٣١	%١٠٠

جاءت الصحف العراقية في المرتبة الاولى في رصد النشر الاعلامي المتعلق بانعقاد القمة العربية في بغداد ٢٠١٢ ب (٦٢) تكراراً وبنسبة مئوية مقدارها (٤٧,٣٤) في حين جاءت الصحف العربية في المرتبة الثانية ب (٤٥) وبنسبة مئوية مقدارها (٣٤,٣٥) . وحصلت المواقع الالكترونية على المرتبة الثالثة (١٤) تكرار وبنسبة مئوية مقدارها (١٠,٦٨) في حين حصلت القنوات الفضائية العراقية على (٥) تكرارات وبنسبة مئوية مقدارها (٣,٨٢) في حين حصلت المواقع الالكترونية للفضائيات العراقية على (٣) تكرارات وبنسبة مئوية مقدارها (٢,٢٩) . وجاءت مادة الرصد الاعلامي مجهولة المصدر في المرتبة الاخيرة بتكرارين وبنسبة مئوية (١,٥٢)

سابعاً: الفئات الرئيسية التي ظهرت اثناء تحليل مادة الرصد الإعلامي المنشورة على موقع وزارة الخارجية العراقية

١. تأمين الخطوات الأمنية لإنجاح انعقاد القمة العربية مع تحديد موعد انتهاء الخطة الأمنية.

حصلت هذه الفئة على (٢٣) وبنسبة مئوية مقدارها (١٢,٤٠) فالأمن من أهم الخطوات الأساسية التي تعمل الدول على تحقيقها بالنسبة للوفود أو الشخصيات السياسية المختلفة في أي بلد فهو يضيف نوع من الثقة لدى الآخر بان البلد يعيش حالة أمنية مستقرة وتستطيع قواته الأمنية إن تبسط الأمن في المناطق المتعددة من البلد. لذا فقد عملت الحكومة العراقية على اتخاذ عدد من الخطوات الأمنية لتأمين انعقاد القمة العربية لنقل رسالة واضحة إلى الشخصيات المشاركة بان القوات الأمنية العراقية قادرة على إدارة الأمن أثناء انعقاد القمة خاصة ونحن نعيش في عصر وفرة اتصالية نقلت لشعوب العالم العربي بان العراق بلد يتسم بعدم الاستقرار ويفتقد إلى الأمن وان قواته تتعرض لهجمات من أطراف متعددة مختلفة في أهدافها وترتبط بالإرهاب الذي ينفذ كل يوم أجندة جديدة في استهداف المواطنين. ومن اجل تغيير هذه الصورة كانت هناك عدد من الخطوات الأمنية التي

أسهمت في تحقيق مستوى ارتفاع عالٍ في معدل الأمن المتحقق خلال مدة انعقاد القمة العربية، منها تزايد عدد أفراد القوات الأمنية المنتشرة في مناطق بغداد المختلفة من خلال وضع خطة أمنية حددت فيها آليات الانتشار والتوجيه بضبط المداخل الرئيسية المؤدية إلى مدينة بغداد مكان انعقاد القمة فضلاً عن فرض حظر للتنجول لعدة أيام أسهم إلى حد ما في تقليل من الخروقات الأمنية. إذ جاء في الموقع الإلكتروني لصحيفة الرياض الإلكترونية بان الرئيس العراقي (جلال طالباني) أكد استكمال العراق للتحضيرات الخاصة بعقد مؤتمر القمة العربية اكتملت وأصبحت بغداد مستعدة لاستقبال القادة العرب

٢. موقف بعض القوائم والشخصيات من انعقاد القمة وعرض ملف الأزمة.

حصلت هذه الفئة على (٢٢) تكراراً وبنسبة مئوية مقدارها (١١,٦٩) فقد أشارت بعض الصحف في تغطيتها الإعلامية لموضوع انعقاد القمة العربية بأنه يجب على القادة السياسيين العراقيين حسم جميع خلافاتهم كي يكون قرارهم مؤثراً في القمة العربية التي سيقودها العراق قريباً، إذ يجب إن يكون هذا الدور نابعا من المسؤولية الكاملة من قبل جميع القوى العراقية المشتركة في العملية السياسية، والتي يجب إن تعمل جميعاً على إنتاج خطاب وطني موحد والنجاح في إيجاد الحلول والمبادرات التي من شأنها مساعدة الشعوب والدول العربية على تجاوز الأزمات السياسية والاقتصادية والاجتماعية. إلى جانب ذلك فقد دعت شخصية دينية بارزة إلى الاتفاق على إنجاح القمة العربية من قبل جميع الأطراف السياسية المشتركة في العملية السياسية، ونبذ التصريحات المتشجعة التي تعطي انطباع لدى الآخرين بان العراق غير قادر على إن يناقش الواقع العربي ويعالج قضايا العرب في القمة التي سيكون رئيسها، ومن الجدير بالذكر إن الزعيم الديني (مقتدى الصدر) دعا إتباعه إلى استقبال الزعماء العرب في قمة بغداد بـ (أخلاق وحب) وعدم التظاهر في يوم انعقاد القمة، في حين أكد أعضاء مجلس النواب العراقي دعمهم الكامل لكل الجهود المبذولة من اجل إنجاح القمة العربية لان احتضان بغداد لها ما هو إلا استحقاق لها، فعقد القمة مسؤولية تضامنية لجميع الكتل السياسية

٣. التأكيد على دعوة العراق للدول العربية وتركيزه على حضور بعض الشخصيات السياسية العربية وبحث الملفات الثنائية ومستوى التمثيل في القمة

حصلت هذه الفئة على (٢١) تكراراً وبنسبة مئوية مقدارها (١١,٥٠) نقلت وسائل الإعلام المحلية والعربية الدعوات العراقية الموجهة لقائدة العالم العربي متمثلة بشخصيات الرؤساء والملوك لحضور قمة بغداد ونقل تلك الدعوات على لسان من عدد الشخصيات العراقية رفيعة المستوى كالرئيس العراقي ورئيس الوزراء وهذا ما معمول به في العلم الدبلوماسي من حيث أسلوب إطلاق الدعوات لمؤتمرات تكتسب طابعها الدولي كونها ممثلة بعدد من الدول العربية الأعضاء في تنظيم يحاول تعميق العلاقات بين البلدان العربية وإزالة معوقات التفاهة والوصول إلى حلول ناجعة للامتات التي قد تؤثر على مستوى العلاقات بين أي بلد وآخر. وبذا فقد تضمنت هذه الدعوات إشارات واضحة إلى استعداد العراق إلى بحث الملفات العالقة مع الدول صاحبة العلاقة وتنفيذ التزاماته بما يضمن إعادة تفعيل الدور الريادي للعراق كعضو فاعل ومؤسس في الجامعة العربية وحرصه إلى العودة إلى الحاضن العربي بعد الظروف السياسية التي مرت عليه، وأدت إلى ظهور توترات مع بعض البلدان العربية. وفي هذا الشأن أكد وزير الخارجية العراقي هوشيار زيباري تسلم رسالة من امير الكويت إلى الرئيس العراقي تتعلق بمشاركة الكويت في القمة العربية المنعقدة في بغداد على خلفية الدعوة التي تلقاها، وبحث

سبل تطوير العلاقات بين البلدين^(١٢)

٤. تسمية الشخصيات والزعامات التي ستحضر في القمة وتقديم الضمانات بشأن عدم دعوة سوريا للقمة المنعقدة

حصلت هذه الفئة على (١٤) تكراراً وبنسبة مئوية مقدارها (٧,٥٣) حرصت الحكومة العراقية على إطلاق الدعوات الرسمية إلى الشخصيات من الرؤساء والملوك والتي بدورها استجابة وعبرت عن التزامها بالحضور إلى القمة العربية المنعقدة في بغداد وبين ذلك عبر وسائل إعلامها والمواقع الالكترونية التي عملت على تغطية الشخصيات التي ستحضر القمة العربية كنوع من الكسب السياسي الذي حققه العراق في استقطاب الدول العربية. فمن البديهي إن حضور الرؤساء والملوك العرب سيكون بمثابة اعتراف سياسي رسمي واضح بالعملية السياسية الجارية في العراق. وسيشكل تعزيزاً لبناء جسر الثقة بين العراق والبلدان العربية. وبالإضافة إلى ما تقدم فقد بين ائتلاف دولة القانون على لسان النائب (جواد البزوني) بان العراق أعطى ضمانات لجميع الدول العربية التي ستحضر إلى القمة تمثلت بعدم دعوة الرئيس السوري بشار الأسد والالتزام بما قالته الجامعة العربية. وان العراق سيكون مع الإجماع العربي والقرارات العربية مهما كانت هذه القرارات^(١٣)

٥. التأكيد على العلاقات السياسية مع بالقيادات العربية الجديدة بعد ثورات الربيع العربي

حصلت هذه الفئة على (١٠) تكرار وبنسبة مئوية مقدارها (٥,٤٠) شهد العالم العربي عدد من الأحداث السياسية التي أسهمت في تغيير على مستوى القيادة السياسية في عدد من البلدان مثل تونس ومصر وليبيا. إذ أكد النطاق باسم الحكومة آنذاك (علي الدباغ) (إن الوفود الوزارية التي تزور الدول العربية الشقيقة بدأت تسليم الرسائل الموجهة من الرئيس جلال طالباني إلى إخوانه القادة العرب وان حضور القادة العرب إلى بغداد رسالة مهمة بالنسبة إلى الشعب العراقي من منطلق تأكيد أهمية الانتماء العربي للعراق وإعادته إلى محيطه العربي. فضلاً عن إن ما تمر به المنطقة العربية من ظروف سياسية ومرور سنتين على عدم عقد قمة عربية أمر ليس صحيحاً وان التنام القادة العرب في القمة العربية يمكن إن يمثل مرحلة تحول في الموقف العربي حيال ما يدور من قضايا في عالم اليوم^(١٤)

٦. التركيز على إعادة تفعيل العلاقات العراقية السعودية ومستوى التمثيل الدبلوماسي

حصلت هذه الفئة على (٩) تكراراً وبنسبة مئوية مقدارها (٤,١٣) . إذ تمثل خطوات التقارب بين العراق والسعودية التي سعى إليها رئيس الحكومة نوري المالكي قبيل انعقاد القمة العربية بداية جديدة في صفحة العلاقات العراقية السعودية. فالتحولات التي شهدتها المنطقة بحسب هؤلاء إستراتيجية مرنة من قبل العراق ينفذ من خلالها على محيطه العربي^(١٥)

وفي هذا الاتجاه يؤكد النائب عن كتلة الأحرار (علي التميمي) إن خطوة المملكة العربية السعودية بتعيين سفير لها في العراق هي خطوة صحيحة وتصب في مصلحة البلدين ونحن الآن أمام استحقاقات كبيرة ولا بد من تطوير علاقاتنا مع كافة الدول العربية على أساس المصالح المشتركة (خبر من صحيفة (المشرق) وفي تصريح لوزير الدفاع العراقي وكالة (سعدون الدليمي) أكد انه رسالة الدعوة التي حملها إلى خادم الحرمين الشريفين قد تم استقبالها بكل ترحيب وانه ابلغ وزير الخارجية السعودية إن عقد قمة عربية بدون السعودية لا تعتبر ذات تأثير أو جدوى (موقع شفق نيوز). وهذا ما أكده احد المستشارين القانونيين حيث ذكر ((انه هناك حاجة للحكومة السعودية وللحكومة العراقية ولكلا الشعبين لهذا الانفتاح. إذ إن عودة العلاقات السعودية العراقية كانت يجب إن تتم منذ الأيام الأولى التي حدث بها

التغيير السياسي في العراق^(٢١)

٧. التأكيد على نجاح جهود الدبلوماسية العراقية في إعادة العراق إلى الحاضنة العربية بشكل ايجابي وفعال

حصلت هذه الفئة على (٨) تكرارات وبنسبة مئوية مقدارها (٤,٤٩) عملت الحكومة العراقية على تعميق الجهود المبذولة لأجل نجاح انعقاد القمة العربية مستعينة بالدبلوماسية بوصفها إحدى أدوات السياسة الخارجية المعروفة بالإضافة إلى الاستعانة بالمبعوثين من الوزراء في الحكومة العراقية لإيصال دعوات الحكومة العراقية للاشتراك بقمة بغداد، إذ يشير الناطق باسم الحكومة وقت انعقاد القمة بأن الحكومة العراقية لم تتلقَ رسائل غير ايجابية من قبل الزعماء العرب للمشاركة في قمة بغداد وأن جميع الردود على دعوات حضور القمة العربية كانت ايجابية^(٢٧).

وبذا فإن الدبلوماسية اكدت عودة العراق إلى ممارسة دوره الأساسي في العالم العربي

٨. اتفاق الكتل السياسية على عقد المؤتمر الوطني قبل انعقاد القمة مع التركيز على حل الخلافات السياسية داخليا

حصلت هذه الفئة على (٧) تكرار وبنسبة مئوية مقدارها (٣,٧٦). طرحت الكتل السياسية مشروعاً للخروج من الأزمة السياسية التي يمر بها البلد متمثلاً بعقد المؤتمر الوطني لحل الخلافات السياسية المثارة بين الكتل السياسية والاحتكام إلى الدستور العراقي فيما يخص الفقرات الخلافية. وقد عبرت الكتل السياسية عن موقفها هذا من منطلق الاهتمام بالشأن المحلي ومحاولة وضع الحلول الكفيلة للارتقاء بالوضع السياسي العراقي إبان انعقاد القمة العربية المخطط فمن الصواب إن تكون الحكومة العراقية مثلة في أحزابها المنضوية في العملية السياسية إن تكون قد توصلت إلى حل للامزات السياسية المحلية قبل انعقاد القمة، ولكن موقف بعض الشخصيات والكتل السياسية دفع الحكومة إلى الدفع باتجاه عقد القمة العربية متجاوزة دعوات بعض السياسيين إلى عقد المؤتمر الوطني قبل التوجه إلى القمة العربية ومحاولة إعطاء انطباع ايجابي بأن الكتل السياسية العراقية قادرة على تحقيق مبدأ الشراكة الوطنية. وقد نقل موقع إيلاف الإلكتروني خبراً مفاده إن ((غالبية العراقيين تفضل مؤتمر حل الأزمة على مؤتمر القمة العربية على الرغم من رغباتهم المتزايدة في عودة العراق إلى البيت العربي، إذ يسعى إلى تفكيك الأزمات السياسية التي تنتاب العراق فيما تحاول القمة إعادة العراق إلى بيته العربي بعد سنوات من القطيعة والفتور)).

٩. وصف القمة العربية بأنها قمة انتقال نوعي

حصلت هذه الفئة على (٧) تكرارات وبنسبة مئوية مقدارها (٣,٧٦) إذ يعد توقيت قمة بغداد من الأمور المهمة التي حرص العراق على تحقيق انعقادها رغم الظروف السياسية العربية التي يشهدها الوطن العربي إضافة إلى الظروف التي غابت العراق عن أداء دور السياسي في السنوات المنصرمة، وبذا فإن مطالبة العراق إن يكون انعقاد القمة في هذا التوقيت يعد بمثابة انتقاله نوعية، إذ عدت عضو لجنة العلاقات الخارجية في مجلس النواب العراقي (زالت يونس) إن انعقاد القمة العربية في بغداد حدث له تأثير ايجابي جدا في الدور العراقي في المنطقة الإقليمية والوطن العربي (صحيفة المشرق)، فالقمة العربية انتقاله مفصلية لجهة متغيرات كبيرة سواء في التناول الرسمي العربي للقضايا أو في تأثير الرأي العام العربي في الشارع على القرارات وهي قمة يحضرها قادة جدد وتغيب عنها رئاسة مصرية ما زالت برسم الانتخابات القادمة^(٢٨)

وقد أكد التحالف الوطني احد الائتلافات المشاركة في الحكومة العراقية إن القمة العربية حدث كبير وتستحق بذل كل الجهود الوطنية المخلصة لإنجاحها. وان مكونات التحالف الوطني أكدت أهمية إنجاح القمة العربية والخروج بإعلان من بغداد يهدف إلى ترسيم خارطة هادفة للجهود العربية للسنة القادمة. وان القمة العربية تستحق كل الجهود لإنجاحها^(٢٩)

١٠ تأكيد الدور العراقي في إطلاق مشروع الجامعة العربية والمكاسب السياسية من انعقاد المؤتمر في الوقت الحالي

حصلت هذه الفئة على (٦) تكرار وبنسبة مئوية مقدارها (٣,٢٢) فالعراق يعد الدولة المسؤولة عن إطلاق مشروع الجامعة العربية عام ١٩٤٣ وتولى رئيس الحكومة العراقية آنذاك متابعة هذا المشروع والعمل على تنفيذه. ووفقاً لميثاق الجامعة العربية فمن حق أي دولة عربية إن تنضم إلى الجامعة العربية إذا استوفت ثلاثة شروط رئيسية أولها إن تكون دولة عربية. وان تكون دولة مستقلة. فقد أكد الأمين العام للجامعة العربية (نبيل العربي) الأهمية السياسية لإنجاح القمة العربية. إذ تعبر القمة عن التواصل المباشر مع الشعب العراقي. ليعود العراق عضواً فاعلاً في المنظومة العربية خاصة انه يشهد التحولات الديمقراطية ومشاركة جميع أطراف الشعب العراقي في الحكم. فضلاً عن إن القمة ستساعد في استثمار أجواء الانتفاضات للتخلص من مخلفات النظام السابق كالتعويضات والديون والفصل السابع. ووقوف دول الجامعة العربية إلى جنب العراق في تصديده للارهاب وتخفيف منابعه المالية السياسية والعقائدية

١١ موقف المملكة العربية السعودية من حضور القمة

حصلت هذه الفئة على (٦) تكرار وبنسبة مئوية مقدارها (٣,٢٢) فالحضور السعودي إلى القمة العربية المنعقدة له دلالة مهم خاصة بعد الحراك السياسي الذي شهدته العلاقات العراقية -السعودية بعد قطيعة دامت أكثر من ٢٢ سنة الأمر الذي يشير إلى الانفتاح نحو التطبيع وعودة العلاقات الدبلوماسية بين البلدين حيث أعلنت المملكة العربية السعودية تعيين سفيرها في الأردن كسفير غير مقيم في العراق بالإضافة إلى الزيارة التي قام بها وفد امني عراقي إلى العاصمة السعودية الرياض قبل إن تعلن بغداد عن تعاون امني بين الجانبين وعن زيارة قريبة لوزير العدل العراقي إلى المملكة

١٢ الترتيبات المتعلقة بحضور الوفود إلى المطار والسيارات المستخدمة لنقل الوفود

حصلت هذه الفئة على (٦) تكرار وبنسبة مئوية مقدارها (٣,٢٢) وفي هذا الاتجاه أكدت وزارة النقل العراقية على تخصيص ٢٥٠ حافلة لنقل الوفود المشاركة في فعاليات مؤتمر القمة العربية من مطار بغداد إلى مقراتهم. حيث أكدت عضو مجلس النواب العراقي (لقاء وردي) عن اتخاذ كافة التدابير اللوجستية والفنية المتعلقة بأماكن إقامة القادة العرب الذين سيحضرون القمة العربية في بغداد. فضلاً عن استضافة لجنة العلاقات الخارجية في مجلس النواب العراقي لوكيل وزارة الخارجية العراقية للاستماع منه حول استعدادات وزارة الخارجية العراقية لاستقبال القمة العربية. وفي نفس الاتجاه جاءت زيارة وفد عربي للعراق بشأن وضع الترتيبات النهائية لقمة بغداد. وذكرت صحيفة الوطن الكويتية إن بغداد أنهت الاستعدادات لاستضافة القمة و ٤٠٠ سيارة مصفحة لنقل القادة العرب

١٣ مضامين بيان قمة بغداد وعدم مناقشة الخلافات الداخلية

حصلت هذه الفئة على (٥) تكرار وبنسبة مئوية مقدارها (٢,٧٠) وقد بين مندوب العراق الدائم

لدى الجامعة العربية السفير قيس العزاوي إن العراق يعد حالياً مسودة بيان بغداد المتوقع صدوره عن القمة العربية وستطرح فيه العديد من الحلول والآليات لمواجهة معوقات العمل العربي المشترك، وأنه سيطرح العديد من الحلول والآليات لمواجهة معوقات العمل العربي المشترك.^(٣٠) فقد أكد الناطق الرسمي باسم الحكومة العراقية آنذاك بان العراق سيناقش مع أعضاء الجامعة العربية جدول أعمال القمة العربية، ومن أهم النقاط التي سيتم الالتزام بها هو عدم مناقشة الخلافات الداخلية للعراق، أو لأي الدول العربية من قبل المؤتمرين، وسيكون الاتفاق على بنود محدودة ستخرج معها توصيات يتوفر فيها الحد الأدنى من الإجماع العربي سيكون منها الربيع العربي وما تمر به المنطقة العربية^(٣١) فضلاً عن تأكيد رئيس الوزراء العراقي بان الشأن الداخلي العراقي لن يطرح ضمن جدول أعمال القمة^(٣٢)

١٤. وصف الوضع العراقي إبان انعقاد القمة العربية

حصلت هذه الفئة على (٥) تكرار وبنسبة مئوية مقدارها (٢,٧٠) إذ أشارت بعض التقارير الصحفية المنشورة على الموقع الإلكتروني للوزارة الخارجية العراقية (الرصد الإعلامي ضمن عينة البحث) بان الوضع الأمني كان مثار اهتمام وسؤال من قبل الوفود العربية المشاركة في القمة العربية في دعوة من العراق، وفضلاً عن ذلك نجد إن البيئة السياسية العراقية شهدت بعض التوترات بين الأحزاب والكتل السياسية وعبرت عن موقفها بين موقف رافض لعقد القمة العربية في الوقت الحالي، حيث ذكر زعيم القائمة العراقية إباد علاوي ((إن القمة تأتي في ظروف حرجية وحساسة والوضع العربي في حالة اضطراب وتفكك، والمنطقة ملتهبة بالأحداث والتغيرات، والعراق ينتظر حدثاً مهماً يعزز به علاقاته العربية المتردية منذ عام ١٩٩٠، لذلك ينبغي إن نضع بالحسبان كل الاحتمالات والتوقعات التي يمكن إن تواجه نجاح القمة))

١٥. ذكر بعض القضايا التي سوف يتم مناقشتها قبيل انعقاد القمة

حصلت هذه الفئة على (٥) تكرار وبنسبة مئوية مقدارها (٢,٧٠) أعدت الجامعة العربية الملف الاقتصادي الذي من المقرر عرضه أمام القمة العربية المنعقدة في بغداد إذ تضمن الملف متابعة تنفيذ قمة سرت ٢٠١٠ وقمة الكويت ٢٠٠٩ وشرم الشيخ ٢٠١١ خاصة فيما يتعلق بمشروعات الربط الكهربائي والربط ألسككي، بالإضافة إلى إعداد المجالس الوزارية العربية المعنية عدد من الاستراتيجيات منها الإستراتيجية العربية للسياسة، والإستراتيجية العربية للأمن المائي، والإستراتيجية العربية للحد من الكوارث ومتابعة لموضوع الاتحاد الكمر كي العربي واستكمال منطقة التجارة الحرة العربية . فالقمة العربية مدعوة لان يحظى الملف العراقي بنصيب وافر من مناقشتها من اجل عبور المأزق السياسي الذي يمر به العراق، وضرورة التعاون مع بغداد للخروج من مشكلاتها الاقتصادية والسياسية ومواجهة التحديات التي تواجه حاضره العراق ومستقبله .

١٦. استعراض العلاقات العربية مع دول الجوار وتطوير منظومة الجامعة العربية

حصلت هذه الفئة على (٤) تكرار وبنسبة مئوية مقدارها (٢,٦٢) أشارت صحيفة الشرق الأوسط في خبر لها (ضمن عينة البحث) إلى سعي الأمين العام إلى طرح بعض الأفكار المبدئية لتطوير الجامعة العربية في قمة بغداد وأنه شكل لجنة لتطوير منظومة الجامعة، وسيطرح هذه الفكرة أثناء زيارته إلى بغداد للاطلاع على الترتيبات التي أجرتها بغداد لاستضافة القمة العربية، إذ ستكون إعادة هيكلة الجامعة العربية على رأس القضايا المطروحة فضلاً عن التأكيد على تفعيل الدور العراقي

في إعادة علاقاته مع زعامات الدول العربية إل(١٤) الذين سيحضرون القمة العربية على خلفية ثورات الربيع العربي التي شهدتها المنطقة العربية. وقد أكد العراق في أكثر من تصريحات لوزير الخارجية ورئيس الحكومة ورئيس الوزراء بان العراق عازم على فتح صفحة جديدة من العلاقات الدبلوماسية مع الدول العربية بما يساهم في النهوض بمستوى العلاقات العراقية _ العربية وإعادة العراق إلى الحاضنة العربية. ولأجل هذا فقد كثفت الحكومة العراقية من جهودها لاستضافة القمة العربية وسخرت كافة إمكانياتها لإنجاح الحدث الاستثنائي.

١٧. الابتعاد عن التراسق الإعلامي وان الحكومة هي المصدر الوحيد للتصريحات الإعلامية

حصلت هذه الفئة على (٤) تكرار وبنسبة مئوية مقدارها (٢,٦٢) حيث ذكرت صحيفة العالم العراقية في خبر نشر على صفحاتها بان وزارة الخارجية العراقية حذرت الكتل السياسية من التدخل في شؤون القمة العربية وعدم إطلاق التصريحات الإعلامية تؤثر على الموقف الرسمي للعراق قبل انعقاد القمة العربية بالإضافة إلى عدم التدخل بالقضايا التي ستطرح في مناقشات الزعماء العرب ضمن جدول أعمال القمة ومستوى تمثيل بعض الدول العربية فيها .

١٨. الدور السعودي لنقل انعقاد القمة إلى الرياض

حصلت هذه الفئة على (٤) تكرار وبنسبة مئوية مقدارها (٢,٦٢) حيث أشارت بعض التقارير الصحفية التي نشرت ضمن الرصد الإعلامي (عينة البحث) بان البحرين والمملكة العربية السعودية تقودان حركات لإقناع أعضاء مجلس التعاون الخليجي الآخرين إلى الانضمام إليهم إلى تأجيل القمة العربية المزمع عقدها في العراق. وقد نقلت قناة البغدادية عن قاسم الاعرجي عضو لجنة الأمن والدفاع البرلمانية في مجلس النواب العراقي عن وجود مخطط تقوده المملكة العربية السعودية ودول الخليج حول نقل القمة العربية إلى الرياض. وقد أكد ما ذهب إليه النائب البرلماني، لجنة العلاقات الخارجية في مجلس النواب العراقي في اتهامها المملكة العربية السعودية وقطر في منع انعقاد القمة العربية في بغداد فضلاً عن اتهام التحالف الكردستاني بوقوف السعودية وراء التصريحات البحرينية بعدم حضور القمة العربية في بغداد.

فقد نقل موقع البشائر المصري (ضمن عينة الرصد الاعلامي من البحث) عن مصادر دبلوماسية في العاصمة الأردنية عمان والعاصمة اللبنانية بيروت عن اتصالات عربية مكثفة تستهدف عن عقد قمة عربية مصغرة يدعو لها العاهل السعودي وتستضيفها الرياض .

١٩. قدرة العراق على إدارة القمة العربية والمقارنة بين عقد القمة والاجتماع الوطني

حصلت هذه الفئة على (٣) تكرار وبنسبة مئوية مقدارها (١,٦٠) دعت بعض الشخصيات السياسية الحكومية العراقية إلى إن تثبت على ارض الواقع إن الدولة العراقية هي بلد امن. وان تقوم بتحقيق الإجراءات الكفيلة بتحقيق ذلك في إدارتها للقمة العربية التي أصرت على انعقادها في بغداد بعد تأجيلها في العام الماضي. وان إصرار الحكومة العراقية على إثبات قدرتها في سيطرتها على مقاليد الأمور في العراق لكسب مصداقية لدى الشعب وفي النطاق العربي. فقد ذكرت صحيفة العالم العراقية في مقال إن العراق رغم معرفته بعدم فاعلية الجامعة العربية وقدرتها على إيجاد الحلول المناسبة لسياسات متراكمة من أزمات الشرق الأوسط، إلا إن العراق يؤكد قدرته على إدارة القمة العربية وسط دعوات لكثير من السياسيين إن يكون الاهتمام بانعقاد المؤتمر الوطني حيث ينبغي إن تتوجه الجهود إلى إتمام انعقاد المؤتمر الذي يمكن إن ينجح في تجاوز نقاط الخلاف الأساسية بين الكتل

السياسية، والمشاركة في القمة العربية التي تكون قد نُجّت في تفعيل مبدأ المصالحة الوطنية بين القوى السياسية العراقية

٢٠. مراجعة مهم اللجان الفنية والإعلامية والإطلاع على الترتيبات

حصلت هذه الفئة على (٣) تكرار وبنسبة مئوية مقدارها (١,٦٠)، إذ بين مندوب العراق الدائم لدى الجامعة العربية قبيل انعقاد القمة العربية أن عدداً من الاجتماعات انطلقت مع اللجان الفنية والإدارية والإعلامية التي شكلتها الجامعة العربية فضلاً عن الالتقاء بمساعد الأمين العام للشؤون الإعلامية لوضع الترتيبات الإعلامية وأسماء الصحفيين الذين سيشاركون في القمة العربية من المعتمدين بالجامعة العربية والتراخيص على الأجهزة التي ترافق الصحفيين من مراسلي القنوات الفضائية، وبهذا الصدد أصدرت اللجنة الإعلامية لمؤتمر القمة العربية في بغداد لسنة ٢٠١٢ تعليمات للصحفيين الذين يتولون منها ضرورة مراجعة المركز الاعلامي لاستلام البطاقات التعريفية والتأكد عليهم بأن الحكومة العراقية وفرت حافلات لنقل الصحفيين إلى قاعة المؤتمرات فضلاً عن ضرورة الالتزام بإظهار البطاقة التعريفية المعتمدة من قبل اللجنة الإعلامية عند إجراء التفتيش من قبل القوات الأمنية المكلفة بحماية قمة بغداد.

٢١. الضغوط السورية بشأن عدم حضور بعض الدول للقمة العربية المنعقدة في بغداد

حصلت هذه الفئة على (٣) تكرار وبنسبة مئوية مقدارها (١,٦٠) توقعت بعض الصحف العربية إن هناك حراك سورياً لإفراغ قمة بغداد من محتواها، فسوريا ليس من مصلحتها انعقاد القمة العربية لا في بغداد ولا في أية عاصمة أخرى، فقد أعلنت على لسان وزير خارجيتها وليد المعلم أنه لا جامعة عربية بدون سوريا، وسخر الرئيس السوري بشار الأسد من قرارات مجالس الجامعة العربية تحميد عضوية بلاده وفرض عقوبات سياسية واقتصادية على سوريا، فكيف إذن ستقبل دمشق بانعقاد قمة عربية في بغداد من دون دعوة موجهة لها^(٣٣).

وفي هذا الصدد أكد الناطق الرسمي باسم الحكومة العراقية آنذاك أنه لا الرئيس السوري ولا المعارضة السورية سيدعيان إلى القمة العربية المقرر لها الانعقاد في بغداد. وقد ذكرت صحيفة الجمهورية اللبنانية إن الرئيس السوري بشار الأسد يضغط على الحكومة اللبنانية لعدم حضور القمة العربية في بغداد ولكن تصريحات العماد سليمان رئيس الجمهورية أمام مجلس الوزراء اللبناني حيث أكد علانية على عدم الرضوخ لأي أملاءات تتصل بموعد انعقاد القمة والحضور اللبناني للقمة

٢٢. استعراض مقترح أمير قطر بشأن دعم القضية الفلسطينية

حصلت هذه الفئة على (٣) تكرار وبنسبة مئوية مقدارها (١,٦٠) إذ أبرزت الصحف مقترح أمير قطر بالذهاب إلى مجلس الأمن لطلب تشكيل لجنة تقصي الحقائق وتوثيق الانتهاكات الإسرائيلية في مدينة القدس، وقد حظي هذا المقترح بتأييد مجلس الجامعة العربية على مستوى وزراء الخارجية، إذ أشار ممثل العراق الدائم في الجامعة العربية إن مقترح أمير قطر سيناقش خلال القمة في دورتها الثالثة والعشرين المنعقدة في العراق بالإضافة إلى مناقشة بند يتعلق بالقضية الفلسطينية والدعم العربي لها في ضوء النتائج التي خرج بها مؤتمر ((الدوحة الدولي حول القدس)) التي عاجلت كافة النقاط الأساسية المتعلقة بالقدس وما تتعرض له من مخططات التهويد على أيدي الاحتلال الإسرائيلي.

٢٣. مناقشة المديونية العراقية وعرض الملفات الاقتصادية المتعلقة بقمي سرت والكويت
حصلت هذه الفئة على (٣) تكرار وبنسبة مئوية مقدارها (١,٦٠) يذكر نائب محافظ البنك

المركزي ((إن القمة العربية التي ستعقد في بغداد من انسب المحافل العربية لمناقشة مديونية العراق مع الدول العربية ، التي لم تتم تسويتها لحد الآن عدا الجزائر وبعض الدول الأخرى ، خاصة وان بعض الدول العربية لم تسقط ديونها على العراق ^(٣٤)

فقد أعلن مساعد الأمين العام (سمير سيف البزل) إلى إن القمة العربية ستناقش ملفات اقتصادية مهمة بينها إستراتيجية الطاقة والأمن الغذائي والأمن المائي وإستراتيجية الحد من الكوارث .

٢٤. التأكيد على الهوية العراقية وعدم الارتباط بإيران

حصلت هذه الفئة على تكرارين وبنسبة مئوية مقدارها (١,٠٨) ذكرت إحدى الصحف العراقية بان انعقاد القمة العربية في بغداد رسالة بضرورة فك الارتباط مع إيران وإعادة العراق إلى ممارسة دوره الطبيعي في المنطقة العربية من دون السير وفق أجندة معينة ،وهي دعوة لا يجب إن تستخف بها الحكومة العراقية كونها تنطوي على محاذير في غاية الخطورة أولها صناعة مسافة متساوية في كل المستويات بين بغداد وطهران وهي غاية عربية خليجية ،هذه الغاية التي أكدها حضور القادة العرب كما أوضحه خليل نشر في جريدة المستقبل العراقية .

٢٥. الدعوات الموجهة من قبل الجامعة العربية حضور الدول الأجنبية ممثلة بسفرائها بشكل ضيوف

حصلت هذه الفئة على (٢) تكرارين وبنسبة مئوية مقدارها (١,٠٨) فمن من البديهي إن يكون انعقاد القمة العربية للدول العربية التي تحمل عضوية الجامعة العربية ،وبغية إدامة العلاقات الدبلوماسية وتعريف الدول الأجنبية بالإجماع العربي الذي يمثله انعقاد القمة العربية أطلق بغداد عدد من الدعوات الموجهة للدول الأجنبية الممثلة في سفراء لها على الأراضي العراقية في حين أكدت أنها لن تدعو الدول العربية مثل إيران وتركيا فضلا عن تأكيد الحكومة العراقية من خلال تصريحات الناطق الاعلامي بأنها سترسل دعوات إلى المنظمات الدولية مثل منظمة الأمم المتحدة ومنظمة المؤتمر الإسلامي والاتحاد الإفريقي ^(٣٥) .

إذ أكد الناطق الاعلامي باسم الحكومة آنذاك بان العراق يرفض أي تدخل من دول الجوار بشؤون القمة كونه بلداً يتمتع بسيادة ويحترم الشأن الداخلي لجميع الدول .

جدول رقم (٣) يوضح الفئات الرئيسية التي ظهرت اثناء تحليل مادة الرصد الاعلامي المنشورة على موقع وزارة الخارجية العراقية مرتبة بصورة تنازلية

ت	الفئات	التكرار	النسبة المئوية
١	تأمين الخطوات الأمنية لإنجاح انعقاد القمة العربية مع تحديد موعد انتهاء الخطة الأمنية	٢٣	١٢,٤٠
٢	موقف بعض القوائم والشخصيات من انعقاد القمة وعرض ملف الأزمة	٢٢	١١,٦٩
٣	التأكيد على دعوة العراق للدول العربية وتركيزه على حضور بعض الشخصيات السياسية العربية وبحث الملفات الثنائية ومستوى التمثيل في القمة	٢١	١١,٥٠
٤	تسمية الشخصيات والزعامات التي ستحضر القمة وتقديم الضمانات بشأن عدم دعوة سوريا للقمة المنعقدة	١٤	٧,٥٣
٥	التأكيد على العلاقات السياسية بالقيادات العربية الجديدة بعد ثورات الربيع العربي	١٠	٥,٤٠
٦	التركيز على إعادة تفعيل العلاقات العراقية السعودية ومستوى التمثيل الدبلوماسي	٩	٤,٦٣
٧	التأكيد على نجاح جهود الدبلوماسية العراقية في إعادة العراق إلى الحاضنة العربية بشكل ايجابي وفعال	٧	٣,٧٦
٨	اتفاق الكتل السياسية على عقد المؤتمر الوطني قبل انعقاد القمة مع التركيز على حل الخلافات السياسية داخليا	٧	٣,٧٦
٩	وصف القمة العربية بأنها قمة انتقال نوعي	٦	٣,٢٢
١٠	تأكيد الدور العراقي في إطلاق مشروع الجامعة العربية والمكاسب السياسية من انعقاد المؤتمر في الوقت الحالي	٦	٣,٢٢
١١	موقف المملكة العربية السعودية من حضور القمة	٦	٣,٢٢
١٢	الترتيبات المتعلقة بحضور الوفود إلى المطار والسيارات المستخدمة لنقل الوفود	٦	٣,٢٢
١٣	مضامين بيان قمة بغداد وعدم مناقشة الخلافات الداخلية	٥	٢,٧٠
١٤	وصف الوضع العراقي إبان انعقاد القمة العربية	٥	٢,٧٠
١٥	ذكر بعض القضايا التي سوف يتم مناقشتها قبيل انعقاد القمة	٥	٢,٧٠

١٦	استعراض العلاقات العربية مع دول الجوار وتطوير منظومة الجامعة العربية	٤	٢,٦٢
١٧	الابتعاد عن التراشق الإعلامي وان الحكومة هي المصدر الوحيد للتصريحات الإعلامية	٤	٢,٦٢
١٨	الدور السعودي لنقل انعقاد القمة إلى الرياض	٤	٢,٦٢
١٩	قدرة العراق على إدارة القمة العربية والمقارنة بين عقد القمة والاجتماع الوطني	٣	١,٦٠
٢٠	مراجعة مهام اللجان الفنية والإعلامية والإطلاع على الترتيبات النهائية لانعقاد القمة	٣	١,٦٠
٢١	الضغط السوري بشأن عدم حضور بعض الدول للقمة العربية المنعقدة في بغداد	٣	١,٦٠
٢٢	استعراض مقترح أمير قطر بشأن دعم القضية الفلسطينية	٣	١,٦٠
٢٣	مناقشة المديونية العراقية وعرض الملفات الاقتصادية المتعلقة بقمي سرت والكويت	٣	١,٦٠
٢٤	التأكيد على الهوية العراقية وعدم الارتباط بإيران	٢	١,٠٨
٢٥	الدعوات الموجهة من قبل الجامعة العربية لحضور الدول الأجنبية ممثلة بسفرائها بشكل ضيوف	٢	١,٠٨

النتائج التي توصل اليها الباحث.

- احتلت الصحف العراقية المرتبة الأولى لمصادر رصد النشر الاعلامي الخاص بانعقاد القمة العربية ب (٦٢) تكرار وبنسبة مئوية مقدارها (٤٧,٣٤٪)
- جاءت الاستعدادات العراقية لتأمين انعقاد القمة العربية في المرتبة الأولى في مضامين المواد المنشورة على الموقع الالكتروني لوزارة الخارجية العراقية ب (٢٣) تكرار وبنسبة مئوية مقدارها (٢,٤٠٪) .
- جاءت مواقف بعض القوائم والشخصيات من انعقاد القمة وعرض ملف الأزمة المحلية بالمرتبة الثانية ب(٢٢) تكرار وبنسبة مئوية (١١,٦٩٪)
- اهتمت إدارة العلاقات العامة برصد النشر الاعلامي في المواقع الالكترونية للصحف العربية .حيث جاءت في المرتبة الثانية بعد الصحف العراقية ب (٤٥) تكرار وب (٣٤,٣٥٪) .
- جاء الخبر الصحفي في المرتبة الاولى من مواد النشر الاعلامي التي رصدتها ادارة العلاقات العامة ب (٩١) تكرار وبنسبة مئوية مقدارها (٦٩,٤٦٪)

التوصيات

١. ضرورة استفادة ادارة العلاقات العامة من نماذج العلاقات العامة وتوظيفها بالشكل الصحيح اثناء ادارة الاحداث كالمؤتمرات الدولية.
٢. اقامة عدد من الدورات التدريبية الخاصة بتكنولوجيا الانترنت واهميتها لممارسي العلاقات العامة في رصد النشر الاعلامي بصورة فاعلة واساسية اثناء المؤتمرات الدولية.
٣. الاستفادة من تقنيات النص الفائق والمترايط في تعزيز المادة الاعلامية المنشورة بالصور الصحفية .

الهوامش

١. عصمت عبد المجيد بكر، المدخل إلى البحث العلمي: الموسوعة الصغيرة (٤٥٣) (بغداد: دار الشؤون الثقافية، ٢٠٠١) ص ٩٣-٩٤.
 ٢. راسم محمد الجمال ، مقدمة في مناهج البحث في الدراسات الاعلامية (القاهرة: مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، ١٩٩٩) ص ١٤٣
 ٣. سمير محمد حسين ، تحليل المضمون :تعريفاته ومفاهيمه ومحدداته ط ٢ (القاهرة: عالم الكتب، ١٩٩٦) ص ٢٢
 ٤. سامي طايح ،بحوث الإعلام (القاهرة: دار النهضة العربية ، ٢٠٠١) ص ٢٥٣ .
 ٥. محمد عبد الحميد ،البحث العلمي في الدراسات الإعلامية (القاهرة:عالم الكتب، ٢٠٠٠) ص ٢٤٩ .
 ٥. دوج نيوسوم،بوب كاريل، الكتابة للعلاقات العامة ،الشكل والأسلوب ترجمة :فايد رياح مراجعة مي الخاجة (غزة: دار الكتاب الجامعي ، ٢٠٠٣) ص ٤٢ .
 ٦. عبير الشربيني ،العلاقات العامة بين العلوم والفنون (القاهرة:دار النهضة العربية، ٢٠٠٩) ص ٢٨٨ .
- للاستزادة انظر في ذلك ، حسن صالح سليمان القضاة،تقييم وظائف اقسام العلاقات العامة في المستشفيات الخاصة الاردنية من وجهة نظر الجمهور الداخلي :دراسة تحليلية،مجلة جامعة الملك عبد العزيز م ٢٣، ع٢، available at IRAQI VIRTUAL SCIENCE LIBRARY
٧. نيفين غباشي ،ديناميكية العلاقات العامة الداخلية :صورة المنشأة اليــــــــــــات ادارة الازمة (القاهرة: دار النهضة العربية، ٢٠٠٩) ص ٥٠
 ٨. محمد منير حجاب،الاتصال الفعال للعلاقات العامة (القاهرة:دار الفجر للنشر والتوزيع ، ٢٠٠٧) ص ٤٩١ .

- William F.coventry,John L.barker, Management made simple(London: :Heinemann (٩ p١١) (١٩٨١),professional publishing
١٠. عايد فاضل الشعراوي .الاعلان والعلاقات العامة :دراسة مقارنة (بيروت :الدار الجامعية للنشر والتوزيع .٢٠٠٦) ص ص ١٧ .١٨.
١١. شريفة رحمة الله .دور الاتصال والعلاقات العامة في الحكومة الالكترونية ..دراسة حالة امارة دبي.. (ابوظبي:مركز الامارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية.٢٠٠٩) ص ٢١.
١٢. انظر في ذلك ,سلمان فيحان فيصل بن لبده,تاثير استخدام تكنولوجيا الاتصال على الاستراتيجيات الاتصالية للعلاقات العامة في المؤسسات السعودية رسالة دكتوراه (جامعة القاهرة:كلية الاعلام ٢٠١٢) ص ٧٦
١٣. انظر في ذلك . وليد خلف الله محمد ذياب ((اخلاقيات ممارسة العلاقات العامة على شبكة الانترنت

- ((جمعية العلاقات العامة العربية متاحة على الموقع الالكتروني
<http://www.aprs-info.org/news.php?action=view&id=>
١٤. عبد الرحمن حمود العناد، أساليب تعامل العلاقات العامة مع البيئة الجماهيرية، مجلة جامعة الملك سعود، كلية الاداب، م. ٣، ١٩٩١ ص ٦٢٥.
١٥. حنان فاروق، مدخل الى العلاقات العامة والتنظيم (القاهرة: مكتبة عين شمس، ١٩٩٧) ص ١١٠ — ١١١.
١٦. صالح ابو اصبع، استراتيجيات الاتصال: سياساته وتأثيراته (عمان: دار مجدولاي للنشر والتوزيع، ٢٠١١) ص ١٥٩ — ١٦٠.
١٧. انظر مصادر الرصد الاعلامي التي عملت العلاقات العامة في وزارة الخارجية على رصد المواد الاخبارية والتقارير التي تناولت استعدادات العراق لاستضافة القمة العربية.
١٨. محمد علي ابو العلا، العلاقات العامة في ضوء الاعلان وتكنولوجيا الاتصال (القاهرة: العلم والايان للنشر والتوزيع، ٢٠١٣) ص ٧٨ — ٧٩.
١٩. صلاح مذكور، الاتصال التسويقي، النظرية والتطبيق (القاهرة: دار النشر غير واضح، ٢٠٠٨) ص ١٥٦ — ١٥٨.
٢٠. عبير الشربيني، مصدر سابق، ص ٢٢١.
٢١. انظر في ذلك، جيلان حمزة، المراسم والبرتوكول وعلاقتها بالأعلام (القاهرة: دار الفكر العربي، ٢٠٠٩) ص ١٠٧.

22. [http://alitthad.com/paper 16 /2/ 2012](http://alitthad.com/paper%2016).
23. 19/2/ 2012 <http://www.altaakhipress.com>.
24. 24/2/2012 <http://www.awwwsat.com>.
25. 1/3/2012 <http://www.newsabah.com>
26. 7/3/2012 Sabah.comwww.news).
27. 12/3/ 2012 [wwwhttp://aladalanews.net/index](http://www.aladalanews.net/index).
28. 14/3/ 2012 <http://www.alrai.com>
29. 16/3/ 2012 <http://www.aladalanews.net>
30. 20/ 3/2012 <http://www.newssabah.com>.
31. 14/3/ 2012 <http://www.alfayhaa.tv.news>
32. 17/3/2012 . <http://www.addustour.com>
33. 18 /3/ 2012 <http://www.alrai.com>.
34. 20/3/ 2012 <http://www.almowatennews.com>.
35. 22/ 3/ 2012 <http://www.shafaaq.com>

مصادر رصد النشر الاعلامي

٢٠١٢/٢/٢٣	٢٠١٢/٢/١٦
موقع ايلاف السعودي	قناة البغدادية الفضائية
شبكة اخبار العراق	صحيفة الحياة اللندنية
صحيفة المدى العراقية	صحيفة الوطن القطرية
صحيفة الصباح الجديدة	صحيفة الصباح العراقية
صحيفة العالم العراقية	صحيفة العالم العراقية
صحيفة المشرق العراقية	صحيفة المشرق العراقية
صحيفة البيان العراقية	صحيفة البيئة الجديدة العراقية
٢٠١٢/٢/٢٨	موقع النشرة الالكترونية اللبنانية
صحيفة العدالة العراقية	موقع البشائر الالكترونية المصري
صحيفة الشرق الاوسط	موقع محيط
صحيفة البيان العراقية	موقع صوت العراق
صحيفة الاتحاد الاماراتية	٢٠١٢/٢/١٩
صحيفة القبس الكويتية	موقع شفق نيوز
صحيفة العالم العراقية	صحيفة العدالة العراقية
٢٠١٢/٢/٢٩	صحيفة اخبار الخليج
موقع قناة الفيحاء الالكتروني	صحيفة الاتحاد العراقية
موقع قناة البغدادية الالكتروني	صحيفة المدى العراقية
صحيفة الاتحاد العراقية	٢٠١٢/٢/٢٢
صحيفة الصباح العراقية	صحيفة دار الخليج الاماراتية
صحيفة البيان العراقية	صحيفة الراي الكويتية
صحيفة المدى العراقية	صحيفة المشرق العراقية
صحيفة البيئة الجديدة العراقية	صحيفة بغداد العراقية
صحيفة المؤتمر العراقية	موقع شفق نيوز
صحيفة الدستور العراقية	قناة البغدادية العراقية
صحيفة الوطن الكويتية	قناة البابلية
صحيفة القدس العربي	

٢٠١٢/٣/١٢	٢٠١٢/٣/١
صحيفة الرياض السعودية	صحيفة الشروق التونسية
صحيفة الشرق الاوسط	موقع ابلاف الالكتروني
صحيفة الوطن الكويتية	صحيفة السياسية الالكترونية
صحيفة الوفد المصرية	صحيفة الراي الالكترونية
صحيفة المدى العراقية	صحيفة الاهرام المصرية
صحيفة الصباح العراقية	صحيفة الشرق الاوسط
صحيفة العالم العراقية	صحيفة البيان الاماراتية
٢٠١٢/٣/١٣	صحيفة البيان الاماراتية
صحيفة الحياة اللندنية	صحيفة العرب القطرية
صحيفة الغد الاردنية	صحيفة المدى العراقية
صحيفة الراي الاردنية	صحيفة البيئة الجديدة العراقية
صحيفة الدستور الاردنية	صحيفة المؤتمر العراقية
صحيفة المدى العراقية	صحيفة الاتحاد العراقية
موقع صوت العراق	صحيفة المشرق العراقية
صحيفة الصباح العراقية	٢٠١٢/٣/٤
قناة الفيحاء العراقية	صحيفة الراي الاردنية
قناة الشرقية الفضائية	صحيفة الاتحاد الاماراتية
٢٠١٢/٣/١٤	صحيفة المدى العراقية
صحيفة الاتحاد العراقية	صحيفة الصباح الجديد
موقع النشرة اللبنانية	٢٠١٢/٣/٥
صحيفة الصباح الجديد	صحيفة البيان الاماراتية
صحيفة المشرق العراقية	صحيفة الوطن الكويتية
٢٠١٢/٣/١٥	صحيفة الاتحاد العراقية
صحيفة البيئة الجديدة العراقية	صحيفة الصباح الجديد العراقية
موقع الجوار	٢٠١٢/٣/٦
موقع ساحات التحرير	صحيفة السفير
موقع شفق نيوز	صحيفة الرياض السعودية
صحيفة الحياة اللندنية	صحيفة الشرق الاوسط
صحيفة الوطن الكويتية	صحيفة الوطن السعودي
صحيفة العرب القطرية	صحيفة الاتحاد العراقية
	صحيفة التاخي العراقية
	صحيفة المواطن العراقية

مسؤولية الصحافة العراقية في تعزيز الثقافة السياسية في المجتمع

دراسة تحليلية في صحف : الصباح . الاتحاد . العالم للمدة من ٢٠١٣/٣/٢م - ٢٠١٣/٣/٣١م

د. حسين علي إبراهيم الفلاح
كلية الإعلام / الجامعة العراقية

المستخلص :

جاء هذا البحث : مسؤولية الصحافة العراقية في تعزيز الثقافة السياسية في المجتمع: دراسة تحليلية في صحف : الصباح . الاتحاد . العالم للمدة من ٢٠١٣/٣/٢م - ٢٠١٣/٣/٣١م . لسلط الضوء على مدى التزام الصحافة العراقية - مثلة بالصحف الثلاث المشار إليها - بتعزيز الثقافة السياسية في المجتمع، والتي تعد متطلباً أساسياً من متطلبات نجاح وتعزيز الممارسة الديمقراطية في المجتمع . وسعى هذا البحث إلى تحقيق عدد من الأهداف منها : الكشف عن مدى التزام الصحف الثلاث ميدان الدراسة بمسؤولياتها في تعزيز الثقافة السياسية في المجتمع . التعرف على طبيعة إسهامات الصحف المشار إليها في تعزيز الثقافة السياسية . وتحديد موضوعات الثقافة السياسية التي حظيت باهتمام كل من الصحف الثلاث ميدان الدراسة .

وقد استخدم الباحث المنهج المسحي الذي يعد المنهج الأنسب لتحقيق أهداف البحث . كما استخدم الباحث أسلوب تحليل المضمون لتحديد الموضوعات الخاصة بالثقافة السياسية وتحليلها وتصنيفها وتبويبها باستخدام الأسلوب المذكور .

وقد اقتضت منهجية البحث ان يقسم على ثلاثة مباحث : اختص الأول بالاطار المنهجي للبحث . وخصص الثاني للإطار النظري للبحث والذي اشتمل على تحديد مفهوم الثقافة السياسية وأنواعها وأهميتها في تعزيز الممارسة الديمقراطية فضلاً عن أهمية وسائل الإعلام والاتصال ولاسيما الصحافة في تعزيز الثقافة السياسية في المجتمع . فيما تناول المبحث الثالث نتائج الدراسة وتحليلها، وتوصل البحث الى نتائج أهمها :

١- تفوق جريدة العالم على جريدتي الصباح والاتحاد في عدد التكرارات المسجلة ضمن المحاور الثلاث التي تم تصنيفها .

٢- استحوذت الموضوعات الخاصة بمحور : تعزيز الممارسة الديمقراطية في الحياة العامة على اهتمام الصحف الثلاث ميدان الدراسة في حين يؤثر ضعف اهتمامها بمحور : ضمان حقوق أفراد المجتمع وحياتهم .

٣- تفوق جريدة العالم على جريدتي الصباح والاتحاد في عدد التكرارات المسجلة ضمن محور : تعزيز الممارسة الديمقراطية في الحياة العامة .

٤- تفوق جريدة الاتحاد على جريدتي الصباح والعالم في عدد التكرارات المسجلة ضمن محور : تفعيل المشاركة في العملية السياسية ولاسيما الانتخابات .

٥- حصول جريدة العالم على مركز الصدارة في عدد التكرارات المسجلة ضمن محور : ضمان حقوق أفراد المجتمع وحياتهم ثم تلتها جريدة الصباح ثم جريدة العالم .

Abstract

This study comes as: The responsibility of Iraqi newspapers in the enhancement of the political culture inside society, analytical study in newspapers: Al-Sabah, Al-Etihad, Al-Aalam for 2/3/2013 to 31/3/2013 to spot light on the extent to which the three mentioned newspapers are compliance with the enhancement of the political culture inside society which is seen as one of the essential requirements for the success and enhancement of the democratic process inside society.

The study aims to: finding out the extent to which these newspapers are compliance with their responsibility in the enhancement of the political culture inside society, knowing the nature of their role in enhancement of the political culture, and determining the political culture subjects that these newspapers are concerned with.

The researcher adopts survey as a suitable procedure to achieve the aims of the study, in addition to, he uses content analysis to determine the subjects that are related to political culture and to utilize and to sort them.

The methodologies of the study demand to divide the study into three sections: the first one concerns with methodological frame for the study, while the second one is concerned with the theoretical background which includes the illustration of the concept of the political culture, its types, and its significance in enhancement the democratic process beside mass media and mass communication especially newspapers in enhancement of the political culture inside society, finally the third section which deals with the results of the study and their analysis.

Most important conducted results are:

- 1-Al-aalam newspaper predominates the other newspapers at the number of frequencies that related to the three categorized fields.
- 2-The newspapers of the study concentrate on the subjects that are related to enhancement democratic process in the whole life. Whereas they ignore the subjects that are related to the rights and freedom of the society.
- 3-Al-aalam newspaper predominates other newspapers of the study at the number of frequencies that are relate to the field of the enhancement of the democratic process in the whole life.
- 4-Al-etihad newspaper predominates other newspapers of the study at the number of the frequencies that are related to the field of activation of political action especially elections.
- 5-Al-aalam newspaper comes in the front followed by Al-Sabah newspaper then al-etihad newspapers comes at last in ensure the rights and freedoms of society.

المقدمة :

ينظر للثقافة السياسية على أنها متغير مهم من متغيرات نجاح وفاعلية العملية السياسية ومعيار أساسي من معايير حيوية الحياة السياسية ولاسيما في المجتمعات التي تسير في طريق التحول الديمقراطي . ذلك ان الثقافة السياسية يمكن لها أن تسهم مساهمة كبيرة في بناء الوعي السياسي للمواطن وتعزيزه . وفي تشكيل اتجاهاته نحو النظام السياسي والعملية السياسية السائدة في المجتمع . كما يمكن لها أن تحقق التواصل الإيجابي بين المواطن والطبقة السياسية . وفي نشر الثقافة الديمقراطية وترسيخ قيمها في المجتمع . وكذلك في دفع المواطن نحو تفعيل مشاركته في الحياة السياسية بمستوياتها كافة ولاسيما الانتخابات . فضلا عن أهميتها في تعريف المواطن بحقوقه وحدود حرياته . وبما يسهم في الجمل في تحقيق الاستقرار السياسي والمجتمعي الذي يعد متطلباً أساسياً لنجاح مسيرة الديمقراطية في المجتمع .

إن مسؤولية تعزيز الثقافة السياسية في المجتمع تقع على جهات عديدة لعل أهمها وسائل الإعلام والاتصال ولاسيما الصحافة التي أصبحت اليوم إحدى المؤسسات الاجتماعية الفاعلة ومظهراً بارزاً من مظاهر الديمقراطية المعاصرة . وجاء هذا البحث ليسلط الضوء على مسؤولية (١) الصحافة العراقية في تعزيز الثقافة السياسية في المجتمع من خلال الصحف الثلاث ميدان الدراسة .

المبحث الأول : الإطار المنهجي للبحث

أولاً : أهمية البحث :

تتجسد أهمية هذا البحث في جانب منه في التصدي لموضوع الثقافة السياسية التي تعد ضرورة لا غنى عنها من ضرورات نجاح العملية السياسية وتحقيق الاستقرار السياسي ومن ثم تعزيز الديمقراطية ومسيرتها في المجتمع . ومن جانب آخر في تبيان طبيعة تعامل الصحافة العراقية مثلاً - بالصحف ميدان الدراسة - مع الثقافة السياسية ولاسيما وأن العراق يعيش في ظل ديمقراطية ناشئة تتطلب شيوع الثقافة السياسية وتعزيزها وبما يدفع بالديمقراطية نحو الوصول الى أهدافها المنشودة .

ثانياً : مشكلة البحث :

ينبغي للصحافة العراقية باعتبارها إحدى المؤسسات الفاعلة في المجتمع . أن تضطلع بمسؤوليتها في نشر الثقافة السياسية وتعزيزها في المجتمع . وبما يساعد في بناء عملية سياسية سليمة ومن ثم توفير سبل نمو البناء الديمقراطي وتطوره في العراق . لكن هل اضطلعت الصحافة العراقية مثلاً بصحف العينة بمسؤولياتها في هذا الشأن . في هذا تنحصر المشكلة الأساسية للبحث والتي تم صياغتها في التساؤلات الآتية :

١- هل وعت الصحف الثلاث ميدان الدراسة مسؤولياتها في تعزيز الثقافة السياسية في المجتمع ؟

٢- ما مدى اسهام الصحف المذكورة في نشر الثقافة السياسية وتعزيزها في المجتمع ؟

٣- ما طبيعة اسهاماتها في تعزيز الثقافة السياسية ؟

٤- ما أبرز الموضوعات التي ركزت عليها كل من الصحف المشار اليها في نطاق مسؤوليتها في تعزيز الثقافة السياسية في المجتمع ؟

ثالثاً : أهداف البحث :

يسعى البحث الى تحقيق عدة أهداف منها :

١- معرفة أهمية الثقافة السياسية في تعزيز الممارسة الديمقراطية وفي تنمية المشاركة في العملية

- السياسية وفي ضمان حقوق المواطن وحرياته .
 - ٢- الوقوف على أهمية وسائل الإعلام والاتصال ولاسيما الصحافة في تعزيز الثقافة السياسية في المجتمع .
 - ٣- كشف مدى التزام الصحافة العراقية مثلة - بالصحف الثلاث - في تعزيز الثقافة السياسية في المجتمع .
 - ٤- معرفة طبيعة إسهامات الصحف المذكورة في تعزيز قيم الثقافة السياسية .
 - ٥- تحديد موضوعات الثقافة السياسية التي حظيت باهتمام كل من الصحف الثلاث ميدان الدراسة خلال المدة الزمنية المحددة للتحليل .
- رابعاً : نوع البحث ومنهجه :**

يعد هذا البحث من حيث النوع من البحوث الوصفية التي تركز على رصد الظاهرة واكتشافها وتحديد العلاقات بينها وبين الظواهر الأخرى، ومن أجل الوصول إلى النتائج المطلوبة في البحث والإجابة عن تساؤلاته وتحقيق أهدافه . فقد استخدم الباحث المنهج المسحي . كما اعتمد البحث أيضاً أسلوب تحليل المضمون الذي وفر جمع المعلومات والبيانات الخاصة بموضوع البحث ومن ثم حصر وتحديد الموضوعات الخاصة بالثقافة السياسية التي حملتها مضامين المقالات الصحفية بأنواعها كافة في كل من الصحف الثلاث ميدان الدراسة واخضاعها للتحليل وتصنيفها وتبويبها .

خامساً : حدود البحث ومجالاته :

يتخذ البحث مجالين أساسيين هما : المكاني الذي يتمثل في ثلاث صحف هي : جريدة الصباح المملكة ملكية عامة وتبني في غالب الأحيان وجهة النظر الرسمية . وجريدة الاتحاد وهي الجريدة المركزية لحزب الاتحاد الوطني الكردستاني . وجريدة العالم وهي جريدة مملوكة ملكية خاصة وعرفت بجرأتها في الطرح واستقطابها للنخب على اختلاف أنواعها للكتابة في الموضوعات كافة ولاسيما السياسية . والمجال الآخر هو الزماني الذي تم تحديده بالمدة من ٢٠١٣/٣/٢م - ٢٠١٣/٣/٣١م . وقد بلغت مجموع الأعداد الصادرة من الصحف الثلاث خلال المدة الزمنية المحددة للتحليل (٦٨) عدداً توزعت بواقع (٢٥) عدداً من جريدة الصباح . و(٢٣) عدداً من جريدة الاتحاد . و(٢٠) عدداً من جريدة العالم إذ ان الجريدة الأخيرة تصدر بواقع (٥) أيام في الأسبوع .

سادساً : إجراءات التحليل وخطواته :

١- وحدات التحليل وفئاته : تم في هذا البحث استخدام وحدة الموضوع لأنها الأنسب لتلبية أهداف البحث . وأما فيما يتعلق بفئات التحليل فقد وجد الباحث أن فئة موضوع الاتصال ضمن فئة (ماذا قيل) هي الفئة الأكثر ملائمة في تحقيق أهداف البحث .

٢- إجراءات التحليل : اقتضت عملية التحليل القيام بعدد من الخطوات والإجراءات من أهمها:

أ- حصر المقالات الصحفية التي انطوت على مضامين تتعلق بالثقافة السياسية في كل من الصحف الثلاث ميدان الدراسة باستخدام طريقة الحصر الشامل . وقد بلغ عدد المقالات الصحفية التي تم اخضاعها للتحليل في الصحف المذكورة (٢٧١) مقالاً صحفياً توزعت بواقع (٧٨) مقالاً صحفياً في جريدة الصباح . و(٧٦) مقالاً صحفياً في جريدة الاتحاد . و(١١٧) مقالاً صحفياً في جريدة العالم . وقد تم استخراج موضوع واحد (فئة) من كل مقال صحفي وهو الموضوع الرئيس الذي يتمحور حوله مضمون المقال الصحفي في كل من الصحف الثلاث ميدان الدراسة . وبلغ عدد الفئات التي تم تحديدها (٢٨) فئة

توزعت على ثلاثة محاور . وقد إستند الباحث في وضع الفئات الى الاطار النظري للبحث والملاحظات التي تكونت لديه أثناء الدراسة الإستطلاعية .

ب- تصنيف الموضوعات الخاصة بالثقافة السياسية التي تم حديدها في المقالات الصحفية موضع التحليل وفق ثلاثة محاور وكما هو مبين في جدول رقم (١) .

جدول رقم (١) يبين المحاور التي تم تصنيفها في صحف : الصباح . والاتحاد والعالم ومجموع تكراراتها ونسبتها المئوية .

الجريدة المحور	جريدة الصباح		جريدة الاتحاد		جريدة العالم	
	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية
تعزيز الممارسة الديمقراطية في الحياة العامة	٥٢	١٦,٦٧	٥٠	٦٥,٧٩	٨٥	٧٢,٦٥
تفعيل المشاركة في العملية السياسية ولاسيما الانتخابات	١٤	١٧,٩٥	٢٠	٢٦,٣٢	١٩	١٦,٢٤
ضمان حقوق أفراد المجتمع وحرّياتهم	١٢	١٥,٣٨	٦	٧,٨٩	١٣	١١,١١
المجموع	٧٨	١٠٠٪	٧٦	١٠٠٪	١١٧	١٠٠٪

وقد تم تبويب الموضوعات التي تضمنتها المقالات الصحفية موضع التحليل ضمن كل محور من المحاور الثلاثة في جداول خاصة وترميزها كميّاً باحتساب عدد المرات التي تكررت فيها بعد استخراج النسبة المئوية لكل فئة منها . وترتيبها على وفق معدلاتها العامة في كل من الصحف الثلاث ميدان الدراسة .

ج- تفسير النتائج الإحصائية و تحليلها ومن ثم استخلاص النتائج بشأنها .

٣-صدق التحليل وثباته : لقد تحقق صدق التحليل من هذا البحث من الحرص على تحديد وحدة التحليل وفئاته والالتزام بالمعايير العلمية في تنظيم استمارة التصنيف التي تم عرضها على مجموعة من الخبراء المختصين (٢) لغرض إبداء الملاحظات بشأنها وقد تم الأخذ بملاحظاتهم وإجراء التعديلات اللازمة في ضوء الملاحظات التي تم تسجيلها . واعتمد البحث في قياس الثبات على أسلوب الاتساق عبر الزمن بتكرار عملية التحليل على المقالات الصحفية موضع التحليل مرتين وبفاصل زمني أمده (٣٠) يوماً بين عملية التحليل الأولى والثانية ولم تظهر سوى اختلافات طفيفة في نتائج التحليلين . وبلغ معدل الثبات الذي تم قياسه باستخدام معادلة هولستي (٩٣,٣٪) وهي نسبة تدل على وجود درجة اتساق عالية بين التحليلين .

المبحث الثاني : الإطار النظري للبحث

أولاً : مفهوم الثقافة السياسية :

يرى فقهاء السياسة ان الثقافة السياسية جزء من الثقافة العامة السائدة في مجتمع

معين، والتي توارثتها الأجيال عبر الحقب المتلاحقة . وتعرف الثقافة السياسية بأنها ((مجموعة القيم والمعتقدات السياسية الأساسية السائدة في المجتمع والتي تميزه من غيره من المجتمعات ، وهي نتاج التاريخ الجمعي لنظام سياسي معين وكذلك هي نتاج حياة الأفراد الذي يقومون بخلق هذا النظام)) (٣) . وترتبط الثقافة السياسية بعملية أوسع نطاقاً هي التنشئة السياسية التي يكتسب الفرد من خلالها اتجاهاته نحو السياسة ويطورها من خلال تلقينه لقيم واتجاهات اجتماعية ذات دلالة سياسية ، وهي عملية مستمرة على مدى حياة الفرد ، ومن ثم فهي تلعب أدواراً أساسية سواء في تكوين الثقافة السياسية أو نقلها عبر الأجيال أو تغييرها ، وعبر أدوات مختلفة منها الأسرة ، المؤسسات التربوية والتعليمية، ووسائل الإعلام والاتصال وسواها، والهدف منها تكييف وتوجيه سلوك الأفراد السياسي للانسجام مع النظام السياسي وتحقيق استقراره لإحداث عملية تماسك داخلي تنجم عما يطلق عليه الفهم أو الحس المشترك لقيم وثوابت ومعايير المجتمع (٤) . ويتبين مما تقدم ان عملية تكوين الثقافة السياسية تتطلب وجود تنشئة سياسية منهجية ومنظمة تشترك فيها جهات عديدة وتستمر مع استمرار حياة الفرد وبما يحقق انسجامه مع الفلسفة السياسية السائدة في المجتمع .

ثانياً : أنواع الثقافة السياسية :

يحدد المختصون في علم السياسة ثلاثة أنواع من الثقافات السياسية تقسم بناءً على تطور المجتمع ، وهذه الأنواع من الثقافات لا توجد بصورة خالصة ومستقلة عن بعضها بل هي متداخلة فيما بينها ، ولكن قد تبدو واحدة منها مهيمنة أو قد تبدو متعايشة بعضها مع البعض الآخر ، وتمثل هذه الأنواع بالآتي (٥) :

- ١- الثقافة القديمة : وهي تنسجم مع بنى سياسية تقليدية لا مركزة ، وهذا النوع من الثقافة لا يوفر في الغالب البيئة المناسبة للديمقراطية .
 - ٢- ثقافة الخضوع : التي تتعامل مع أنواع الثقافات الأخرى من موضع المهيمن ، وهي تتلاءم مع بنية سلطوية مركزة ، بمعنى انها تشكل النقيض لبنية سياسية ديمقراطية .
 - ٣- ثقافة المساهمة : وهي تتلائم مع بنية سياسية ديمقراطية وتقوم على ركيزتين الأولى هي حقوق المواطن ، والثانية المشاركة في صنع القرار ، كما انها تتطلب مواطناً على مستوى عال من الوعي بالأمور السياسية وتقوم بدور فاعل فيها ، ومن ثم يؤثر على النظام السياسي بطرق مختلفة .
- إن ما تقدم يشير بوضوح إلى ان الثقافة السياسية المساهمة هي ثقافة ديمقراطية توفر حماية حقوق المواطن وحياته ، كما انها توفر في الوقت عينه سبل الاستقرار السياسي مما يجعلها مستلزماً مهماً من مستلزمات ترسيخ البناء الديمقراطي السليم .

ثالثاً : أهمية الثقافة السياسية في تعزيز الممارسة الديمقراطية :

يرى معظم الباحثين أن الديمقراطية لا تقتصر فقط على شكل الحكم ، إنما هي أيضاً فلسفة ونمط عيش ومعتقد ، ولكي تتحقق الديمقراطية عملياً في الواقع السياسي ، ولا تبقى مجرد فكرة أو شعار لا قيمة فعلية له . يجب ان يكون الشعب مدركاً لأهمية الديمقراطية في الحياة السياسية ومؤمناً بالديمقراطية كقيمة بذاتها وبقيمة مبادئها ، وهو ما يتطلب قدراً من النضج السياسي والثقافة السياسية (٦) .

ذلك ان الثقافة السياسية شرط أساسي يسبق الدعوة للديمقراطية , إذ إن الثقافة السياسية متغير شديد الأهمية في تفسير مستقبل الديمقراطية واستشرافها على أكثر من مستوى . وعلى هذا فان الانتقال الى نظم حكم ديمقراطية ليبرالية يتوقف على خلق ثقافة سياسية تحترم قيم الديمقراطية ومؤسساتها ومنها التسامح السياسي وقبول الآخر وقيم الحوار واحترام الرأي والرأي الآخر . والمشاركة السياسية ومؤسسات التنافس السياسي والتمثيل السياسي مثل الأحزاب والانتخابات والبرلمان وغيرها (٧) .

وفضلاً عن ذلك فأن هناك من يرى ان ((عناصر الثقافة السياسية ضرورية للتغلب على واحدة من المعضلات الأساسية للديمقراطية لإيجاد توازن بين الانشقاق والصراع من جهة والحاجة الى الاجتماع من جهة ثانية)) (٨) .

وبناءً على ما تقدم . فأن الثقافة السياسية تعد عاملاً ضرورياً في بناء نظام ديمقراطي وعنصراً شديداً الفعالية لنجاح هذا النظام وترسيخ قيمه في وعي أفراد المجتمع .

رابعاً : تلازم الثقافة السياسية وطبيعة المشاركة السياسية :

تعد المشاركة السياسية الفاعلة عنصراً مهماً من عناصر بناء وشيوع الثقافة السياسية الديمقراطية في المجتمع . إذ إن ((نجاح أي ثقافة سياسية في تحقيق استقرار النظام السياسي وقبوله مجتمعياً تستند بالأساس إلى المشاركة السياسية الديمقراطية لعموم المجتمع والتي تنجح في بناء نظام سياسي ذي مؤسسات تتناسب والخصوصية الثقافية للمجتمع وتؤكد هويته لا إلغائها)) (٩) . وينظر للمشاركة السياسية على أنها ((سلوك سياسي يمارسه المواطنون طواعية للمساهمة في صنع السياسة العامة واتخاذ القرارات على المستويات كافة . واختيار النخب الحاكمة من مختلف المواقع ومراقبة الأداء الحكومي . والتعبير عن الآراء في وسائل الاتصال المختلفة حول القضايا التي تفرض نفسها على أجناس الرأي العام)) (١٠) .

ويرى احد الباحثين أن المشاركة السياسية في الواقع العملي تتضمن مجموعة من المستويات على النحو الآتي (١١) :

- **المستوى الأول :** درجة الوعي والاهتمام السياسي : ويتصل بدرجة وعي الأفراد بشأن معرفة حقوقهم وواجباتهم السياسية . وفهم معطيات التشريعات والقوانين التي تنظم الحياة السياسية ودرجة الاهتمام بمتابعة ما يجري على الساحة السياسية .

- **المستوى الثاني :** اتجاهات الأفراد وآراؤهم نحو البيئة السياسية المحيطة : ويتصل باتجاهات الأفراد وآرائهم في مفردات المناخ السياسي السائد والتي تتكون نتيجة ما يتعرض له الأفراد من معلومات ومعارف عبر الألفية المختلفة .

- **المستوى الثالث :** السلوك السياسي : ويتصل بالسلوك السياسي للمواطن على مستويات متعددة منها : التصويت في الانتخابات . المشاركة في عضوية الأحزاب السياسية والمنظمات الفاعلة في الحياة العامة . الترشيح لتمثيل أفراد المجتمع في الانتخابات . المشاركة في صنع السياسة العامة أو في اتخاذ القرار وتنفيذ السياسات العامة . والمشاركة في صياغة التشريعات والقوانين المنظمة لحياة المجتمع .

ويتبين ما تقدم أن الثقافة السياسية تشتمل على تفعيل المشاركة السياسية وبما يتيح للمواطن المشاركة في تحديد أطر السياسة العامة وصياغة مضامينها . وبما يوفر كذلك لصناع القرار الوقوف على أفضلويات الجمهور وتوجهاتهم ورغباتهم . وبما يساهم بالتحصلة في ترشيد السلوك السياسي وفي

تعزيز قيم الديمقراطية المنشودة .

خامساً : الثقافة السياسية وتوفير ضمانات احترام حقوق الانسان وحياته :

هناك بعض القيم التي ((تنطوي عليها الثقافة السياسية والتي تكون وثيقة الصلة بالديمقراطية ويمكن اعتبارها شرطاً لوجودها واستقرارها . ولعل من اهم هذه القيم احترام الانسان واستقلاله وكرامته . والاعتقاد في وجود حقوق فردية مصونة أي تتسم بالخصوصية ويجب الا تتدخل فيها الدولة)) (١٢) .

ومن أهم الحقوق والحريات التي يجب أن تكون مصانة هي : الحق في الحياة . حرية العمل . عدم التعرض للتعذيب أو المعاملة القاسية . الحرية والسلامة الشخصية . حرية العقيدة . حرية الفكر . حرية الرأي والتعبير . حرية التعليم . حرية الصحافة . المشاركة في إدارة الحياة العامة . الحق في التجمع السلمي . الحق في تشكيل النقابات والأحزاب السياسية والانضمام اليها (١٣) . فضلاً عن المساواة أمام القانون والقضاء وتكافؤ الفرص وفي تقلد الوظائف العامة وفي ممارسة الحق في التصويت في الانتخابات والاستفتاءات العامة . وحق الترشيح لعضوية المجالس المحلية والنيابية (١٤) . ونستنتج مما سبق أن حماية حقوق المواطن وحياته تعد من القيم الأساسية التي تنطوي عليها الثقافة السياسية في النظم الديمقراطية وهو ما يحقق قدراً كبيراً من التماسك والانسجام الذي يعزز البنيان الديمقراطي ويزيد تماسكه .

سادساً : أهمية وسائل الإعلام والاتصال وخاصة الصحافة في تعزيز الثقافة السياسية:

تعد وسائل الإعلام والاتصال وخاصة الصحافة من الأدوات الفاعلة في بناء الثقافة السياسية وتعزيزها في المجتمع الديمقراطي . إذ إن تلك الوسائل تعد إحدى وكالات التنشئة السياسية . ذلك أن الكم الكبير من المعلومات والمعارف التي يحصل عليها أفراد المجتمع عن كل ما يتعلق بالجانب السياسي يأتي من خلال تلك الوسائل وهي تصلهم مباشرة من تعرضهم الاختياري للرسائل والمواد الإعلامية والاتصالية التي تقدمها تلك الوسائل (١٥) .

ويرى أحد الباحثين أن الصحافة وسيلة من وسائل الإعلام والاتصال تمتلك القدرة على تطوير الثقافة السياسية لأفراد المجتمع وبناء أو تعزيز قيم ومعتقدات وأفكار وتصورات سياسية . فضلاً عن العمل على محاربة الصور السلبية السياسية التي تعوق حركة التطور في المجتمع وبما يكفل التحول الديمقراطي (١٦) .

وتعمل الصحافة في النظم الديمقراطية أيضاً على تعزيز مبادئ الديمقراطية بإتاحة الفرصة للنخبة الفكرية والثقافية لأبداء رأيها بشأن الحريات السياسية . والدفاع عن حرية الرأي والتعبير . ومتابعة الأداء الحكومي . وتصحيح المسار الديمقراطي . وتقديم بدائل حلول للموضوعات السياسية . فضلاً عن إعطاء الأحزاب الفرصة المناسبة للتعبير عن نفسها ليسهم كل ذلك في نجاح مسيرة الديمقراطية في المجتمع (١٧) .

وتساهم الصحافة في النظم الديمقراطية مساهمة فاعلة بتعزيز المشاركة السياسية عن طريق أوجه متعددة منها : تحفيز المواطنين على المشاركة السياسية في مجالاتها ومستوياتها كافة . أو توجيه اهتمامهم ووعيهم نحو النظام السياسي والمساعدة في تشكيل توجهاتهم وأرائهم السياسية . ويأتي ذلك من إمداد المواطنين بالمعلومات والخبرات والحقائق والاحداث السياسية بدقة ومصداقية ومن ثم تأهيلهم بالشكل اللازم للمشاركة السياسية (١٨) .

وتستخدم الصحافة وقت الانتخابات قناة اتصالية ودعائية لتوضيح برامج الأحزاب والمرشحين . وفي تشكيل اتجاهات المواطنين وأرائهم بشأن النظام الانتخابي المعمول به ، وبشأن العملية الانتخابية وأسلوب إدارتها ، وكذلك في تعريفهم بالنظام الانتخابي السائد وكيفية ممارسة حق الانتخاب . وتعريفهم بمواعيد إجراء الانتخابات ، وبمفردات البيئة السياسية المحيطة وكافة مواقع صنع القرار في المجالس المنتخبة ، فضلاً عن تشجيع المواطنين على التقيّد بجداول الانتخابات واستخراج البطاقة الانتخابية ، وصولاً إلى تشجيع الأعضاء المنتخبين في المجالس المختلفة على تطوير أدائهم من خلال تقييم أدائهم في المجالس المذكورة (١٩) .

كما ان الصحافة تضطلع بمسؤوليتها في تعزيز الثقافة السياسية عن طريق التنشئة السياسية للمواطنين بتعريفهم بحقوقهم وواجباتهم السياسية التي كفلها الدستور والقانون في ضوء المضامين الصحفية المختلفة ، ومن الالتزام بالدفاع عن حرية الرأي والتعبير ، والتعبير عن الفئات المهمشة ، والدفاع عن حقوق الانسان وحياته المختلفة ، وفي تشجيع المواطنين على عضوية الأحزاب السياسية وفي ممارسة حقوقهم السياسية والاشتراك في الانتخابات عن طريق الترشيح أو التصويت . وأيضاً بتعريف المواطنين بطرق التعبير عن الرأي الشخصي ، والتظاهر السلمي الذي لا يحدث ضرراً بأمن واستقرار المجتمع . وكيفية مخاطبة الجهات الحكومية المعنية بحل المشكلات والتعبير عن الرأي في وسائل الإعلام والاتصال المختلفة (٢٠) .

ويمكن القول في ضوء ما تقدم ، إن وسائل الإعلام والاتصال وبخاصة الصحافة يمكن لها أن تسهم مساهمة فاعلة في تعزيز الثقافة السياسية في المجتمع . وبما يؤدي إلى ترسيخ قيم الديمقراطية السليمة ولاسيما في المجتمعات التي تسير في طريق التحول الديمقراطي .

المبحث الثالث : نتائج الدراسة وتحليلها .

أولاً : الموضوعات الخاصة بمحور : تعزيز الممارسة الديمقراطية في الحياة العامة .
١- جريدة الصباح :

يتبين من تحليل بيانات جدول رقم (٢) ان موضوع ((الطائفية السياسية والتناحر بين الكتل السياسية يهدد أركان البناء الديمقراطي الناشئ)) قد حصل على المرتبة الأولى ضمن هذا الجدول بعد أن سجل (١٧) تكراراً ونسبة مئوية قدرها (٣٢,٦٩) % . واحتل موضوع ((العمل على بناء المؤسسات الديمقراطية وإدامتها بما يعزز المضمون الديمقراطي في العملية السياسية)) المرتبة الثانية بعد أن سجل (١١) تكراراً ونسبة مئوية بلغت (٢١,١٥) % . وجاء موضوع ((تأكيد وجوب شيوع ثقافة التسامح والحوار لحل الخلافات السياسية)) في المرتبة الثالثة بعد أن سجل (٨) تكرارات و نسبة مئوية قدرها (١٥,٣٩) % .

جدول رقم (٢) يبين ترتيب الموضوعات الخاصة بمحور: تعزيز الممارسة الديمقراطية في الحياة العامة في جريدة الصباح

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الموضوعات الخاصة بمحور: تعزيز الممارسة الديمقراطية في الحياة العامة
١	٣٢,٦٩	١٧	الطائفية السياسية والتناحر بين الكتل السياسية يهدد أركان البناء الديمقراطي الناشئ
٢	٢١,١٥	١١	العمل على بناء المؤسسات الديمقراطية وإدامتها بما يعزز المضمون الديمقراطي في العملية السياسية
٣	١٥,٣٩	٨	تأكيد وجوب شيوع ثقافة التسامح والحوار لحل الخلافات السياسية
٤	١١,٥٤	٦	تأكيد ضرورة الانسجام بين المواقف السياسية المعلنة والممارسات الفعلية للفعاليات السياسية
٥	٥,٧٧	٣	احترام الحق في الاختلاف السياسي
٥	٥,٧٧	٣	غياب الثقافة البرلمانية الحقيقية وتنامي الخلافات السياسية يشل حركة مجلس النواب
٦	٣,٥٨	٢	التحذير من سعي بعض الجهات السياسية نحو استغلال الديمقراطية لتحقيق مكاسب غير مشروعة
٧	١,٩٢	١	الحرص على إشاعة قيم الديمقراطية وثقافتها في الحياة العامة
٧	١,٩٢	١	العمل على ترسيخ فكرة المواطنة وإعلانها
-	-	-	تأكيد أهمية انسجام العقل السياسي مع مفاهيم الدستور
-	-	-	أهمية وسائل الإعلام والاتصال في شيوع الثقافة السياسية وقيمها في المجتمع
-	٪١٠٠	٥٢	المجموع

أما موضوع ((تأكيد ضرورة الانسجام بين المواقف السياسية المعلنة والممارسات الفعلية للفعاليات السياسية)) فقد حل في المرتبة الرابعة بعد أن سجل (٦) تكرارات ونسبة مئوية قدرها (١١,٥٤)٪. في حين احتل المرتبة الخامسة موضوعا ((احترام الحق في الاختلاف السياسي)) و ((غياب الثقافة البرلمانية الحقيقية وتنامي الخلافات السياسية يشل حركة مجلس النواب)) بعد أن سجل كل منهما (٣) تكرارات ونسبة مئوية بلغت (٥,٧٧)٪.

وحصل موضوع ((التحذير من سعي بعض الجهات السياسية نحو استغلال الديمقراطية

لتحقيق مكاسب غير مشروعة ((على المرتبة السادسة بعد أن سجل تكرارين فقط ونسبة مئوية قدرها (٣,٨٥٪) . وجاء موضوعا ((الحرص على إشاعة قيم الديمقراطية وثقافتها في الحياة العامة)) و ((العمل على ترسيخ فكرة المواطنة وإعلانها)) في المرتبة السابعة بعد أن سجل كل موضوع منهما تكراراً واحداً فقط ونسبة مئوية بلغت (١,٩٢٪) . فيما غاب موضوعا ((تأكيد أهمية انسجام العقل السياسي مع مفاهيم الدستور)) و ((أهمية وسائل الإعلام والاتصال في شيوع الثقافة السياسية وقيمها في المجتمع)) عن الحضور في جريدة الصباح خلال المدة الزمنية المحددة للتحليل، مما يدل على عدم إيلائهما أية أهمية تذكر من قبل كتاب المقال الصحفي في الجريدة المذكورة خلال المدة المشار إليها .

٢-جريدة الاتحاد :

يظهر من تحليل بيانات جدول رقم (٣) ان موضوع ((العمل على بناء المؤسسات الديمقراطية وإدامتها بما يعزز المضمون الديمقراطي في العملية السياسية)) قد احتل المرتبة الأولى بعد أن سجل (١٧) تكراراً ونسبة مئوية قدرها (٣٤٪) .

وحصل موضوع ((تأكيد وجوب شيوع ثقافة التسامح والحوار لحل الخلافات السياسية)) على المرتبة الثانية بعد أن سجل (١٢) تكراراً ونسبة مئوية قدرها (٢٤٪) . وجاء موضوع ((تأكيد ضرورة الانسجام بين المواقف السياسية المعلنة والممارسات الفعلية للفعاليات السياسية)) في المرتبة الثالثة بعد أن سجل (٤) تكرارات ونسبة مئوية بلغت (٨٪) . أما المرتبة الرابعة ضمن هذا الجدول فقد احتلتها أربعة موضوعات بعد أن سجل كل موضوع (٣) تكرارات ونسبة مئوية قدرها (٦٪) . وهذه الموضوعات هي : ((التحذير من سعي بعض الجهات السياسية نحو استغلال الديمقراطية لتحقيق مكاسب غير مشروعة)) و ((الحرص على إشاعة قيم الديمقراطية وثقافتها في الحياة العامة)) و ((تأكيد أهمية انسجام العقل السياسي مع مفاهيم الدستور)) . وجاءت ثلاثة موضوعات في المرتبة الخامسة بعد أن سجل كل موضوع منها تكرارين فقط ونسبة مئوية بلغت (٤٪) . وهذه الموضوعات هي : ((الطائفية السياسية والتناحر بين الكتل السياسية يهدد أركان البناء الديمقراطي الناشئ)) و ((احترام الحق في الاختلاف السياسي)) و ((غياب الثقافة البرلمانية الحقيقية وتنامي الخلافات السياسية يشل حركة مجلس النواب)) . وحصل موضوعا ((العمل على ترسيخ فكرة المواطنة وإعلانها)) و ((أهمية وسائل الإعلام والاتصال في شيوع الثقافة السياسية وقيمها في المجتمع)) على المرتبة السادسة بعد أن سجل كل موضوع تكراراً واحداً فقط ونسبة مئوية قدرها (٢٪) .

جدول رقم (٣) يبين ترتيب الموضوعات الخاصة بمحور: تعزيز الممارسة الديمقراطية في الحياة العامة في جريدة الاتحاد.

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الموضوعات الخاصة بمحور: تعزيز الممارسة الديمقراطية في الحياة العامة
١	٣٤	١٧	العمل على بناء المؤسسات الديمقراطية وإدامتها بما يعزز المضمون الديمقراطي في العملية السياسية
٢	٢٤	١٢	تأكيد وجوب شيوع ثقافة التسامح والحوار لحل الخلافات السياسية
٣	٨	٤	تأكيد ضرورة الانسجام بين المواقف السياسية المعلنة والممارسات الفعلية للفعاليات السياسية
٤	٦	٣	التحذير من سعي بعض الجهات السياسية نحو استغلال الديمقراطية لتحقيق مكاسب غير مشروعة
٤	٦	٣	الحرص على إشاعة قيم الديمقراطية وثقافتها في الحياة العامة
٤	٦	٣	تأكيد أهمية انسجام العقل السياسي مع مفاهيم الدستور
٥	٤	٢	الطائفية السياسية والتناحر بين الكتل السياسية يهدد أركان البناء الديمقراطي الناشئ
٥	٤	٢	احترام الحق في الاختلاف السياسي
٥	٤	٢	غياب الثقافة البرلمانية الحقيقية وتنامي الخلافات السياسية يشل حركة مجلس النواب
٦	٢	١	العمل على ترسيخ فكرة المواطنة وإعلانها
٦	٢	١	أهمية وسائل الإعلام والاتصال في شيوع الثقافة السياسية وقيمتها في المجتمع
-	٪١٠٠	٥٠	المجموع

٣-جريدة العالم :

جدول رقم (٤) يبين ترتيب الموضوعات الخاصة بمحور: تعزيز الممارسة الديمقراطية في الحياة العامة في جريدة العالم .

الترتبة	النسبة المئوية	التكرار	الموضوعات الخاصة بمحور: تعزيز الممارسة الديمقراطية في الحياة العامة
١	٤٤,٧١	٣٨	الطائفية السياسية والتناحر بين الكتل السياسية يهدد أركان البناء الديمقراطي الناشئ
٢	١١,٧٧	١٠	العمل على بناء المؤسسات الديمقراطية وإدامتها بما يعزز المضمون الديمقراطي في العملية السياسية
٣	١٠,٥٩	٩	الحرص على إشاعة قيم الديمقراطية وثقافتها في الحياة العامة
٤	٩,٤١	٨	تأكيد ضرورة الانسجام بين المواقف السياسية المعلنة والممارسات الفعلية للفعاليات السياسية
٥	٧,٠٥	٦	تأكيد وجوب شيوع ثقافة التسامح والحوار لحل الخلافات السياسية
٦	٤,٧١	٤	أهمية وسائل الإعلام والاتصال في شيوع الثقافة السياسية وقيمها في المجتمع
٧	٣,٥٣	٣	العمل على ترسيخ فكرة المواطنة وإعلانها
٨	٢,٣٥	٢	التحذير من سعي بعض الجهات السياسية نحو استغلال الديمقراطية لتحقيق مكاسب غير مشروعة
٨	٢,٣٥	٢	احترام الحق في الاختلاف السياسي
٨	٢,٣٥	٢	غياب الثقافة البرلمانية الحقيقية وتنامي الخلافات السياسية يشل حركة مجلس النواب
٩	١,١٨	١	تأكيد أهمية انسجام العقل السياسي مع مفاهيم الدستور
-	٪١٠٠	٨٥	المجموع

توضح بيانات جدول رقم (٤) إن موضوع ((الطائفية السياسية والتناحر بين الكتل السياسية يهدد أركان البناء الديمقراطي الناشئ)) قد احتل المرتبة الأولى بعد أن سجل (٣٨) تكراراً ونسبة مئوية قدرها (٤٤,٧١)٪. وهي النسبة الأعلى ضمن هذا المحور. وحصل موضوع ((العمل على بناء المؤسسات الديمقراطية وإدامتها بما يعزز المضمون الديمقراطي في العملية السياسية)) على المرتبة الثانية بعد أن سجل (١٠) تكرارات ونسبة مئوية بلغت (١١,٧٧)٪. وجاء موضوع ((الحرص على إشاعة قيم الديمقراطية وثقافتها في الحياة العامة)) في المرتبة الثالثة بعد أن سجل (٩) تكرارات ونسبة مئوية قدرها (١٠,٥٩)٪. في حين

حل موضوع ((تأكيد ضرورة الانسجام بين المواقف السياسية المعلنة والممارسات الفعلية للفعاليات السياسية)) في المرتبة الرابعة بعد أن سجل (٨) تكرارات ونسبة مئوية قدرها (٩,٤١٪) . وجاء موضوع ((تأكيد وجوب شيوع ثقافة التسامح والحوار لحل الخلافات السياسية)) في المرتبة الخامسة بعد أن سجل (٦) تكرارات ونسبة مئوية بلغت (٧,٠٥٪) . أما موضوع ((أهمية وسائل الإعلام والاتصال في شيوع الثقافة السياسية وقيمها في المجتمع)) فقد احتل المرتبة السادسة بعد أن سجل (٤) تكرارات ونسبة مئوية قدرها (٤,٧١٪) . وحصل موضوع ((العمل على ترسيخ فكرة المواطنة وإعلانها)) على المرتبة السابعة بعد أن سجل (٣) تكرارات ونسبة مئوية قدرها (٣,٥٣٪) . أما المرتبة الثامنة ضمن هذا الجدول فقد احتلتها ثلاثة موضوعات بعد أن سجل كل موضوع تكرارين فقط ونسبة مئوية قدرها (٢,٣٥٪) . وهذه الموضوعات هي : ((التحذير من سعي بعض الجهات السياسية نحو استغلال الديمقراطية لتحقيق مكاسب غير مشروعة)) و ((احترام الحق في الاختلاف السياسي)) و ((غياب الثقافة البرلمانية الحقيقية وتنامي الخلافات السياسية يشل حركة مجلس النواب)) . أما موضوع ((تأكيد أهمية انسجام العقل السياسي مع مفاهيم الدستور)) فقد جاء في المرتبة التاسعة والأخيرة ضمن هذا الجدول بعد أن سجل تكراراً واحداً فقط ونسبة مئوية قدرها (١,١٨٪) .

ثانياً : الموضوعات الخاصة بمحور : تفعيل المشاركة في العملية السياسية ولاسيما الانتخابات.

١- جريدة الصباح :

جدول رقم (٥) يبين ترتيب الموضوعات الخاصة بمحور : تفعيل المشاركة في العملية السياسية ولاسيما الانتخابات الانتخابية في جريدة الصباح .

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الموضوعات الخاصة بمحور : تفعيل المشاركة في العملية السياسية ولاسيما الانتخابات
١	٢٨,٥٧	٤	ضرورة توفير مستلزمات نجاح العملية الانتخابية
٢	٢١,٤٣	٣	أهمية التوعية والتثقيف في الحملات الانتخابية لانتخاب الأصلح للوطن والمواطن
٣	١٤,٢٩	٢	المشاركة الواسعة في الانتخابات تعزز الممارسة الديمقراطية في المجتمع
٣	١٤,٢٩	٢	تأكيد وجوب التزام القائمين على الحملات الدعائية الانتخابية بقانون الانتخابات والنزاهة الوطنية
٤	٧,١٤	١	وجوب الابتعاد عن استخدام الأساليب غير المقبولة في الحملات الانتخابية
٤	٧,١٤	١	الحرص على صناعة برامج انتخابية فعالة تلبي طموح الجماهير وتحقق أمانهم بعيداً عن المبالغة والتضخيم
٤	٧,١٤	١	تأكيد وجوب التزام الفائزين في الانتخابات بتنفيذ الوعود الانتخابية
-	-	-	أهمية وسائل الإعلام والاتصال في تحفيز المواطن على المشاركة السياسية
-	٪١٠٠	١٤	المجموع

يتوضح من بيانات جدول رقم (٥) أن موضوع ((ضرورة توفير مستلزمات نجاح العملية الانتخابية)) قد حصل على المرتبة الأولى بعد أن سجل (٤) تكرارات ونسبة مئوية قدرها (٢٨,٥٧)٪ ، واحتل موضوع ((أهمية التوعية والتثقيف في الحملات الانتخابية لانتخاب الأصلح للوطن والمواطن)) المرتبة الثانية بعد أن سجل (٣) تكرارات ونسبة مئوية قدرها (٢١,٤٣)٪ ، أما المرتبة الثالثة فقد حصل عليها موضوعا ((المشاركة الواسعة في الانتخابات تعزز الممارسة الديمقراطية في المجتمع)) و ((تأكيد وجوب التزام القائمين على الحملات الدعائية الانتخابية بقانون الانتخابات والنزاهة الوطنية)) بعد أن سجل كل موضوع تكرارين فقط ونسبة مئوية قدرها (١٤,٢٩)٪ ، وجاءت ثلاثة موضوعات ضمن هذا الجدول في المرتبة الرابعة والأخيرة بعد أن سجل كل موضوع تكراراً واحداً فقط ونسبة مئوية قدرها (٧,١٤)٪ وهذه الموضوعات هي : ((وجوب الابتعاد عن استخدام الأساليب غير المقبولة في الحملات الانتخابية))

و ((الحرص على صناعة برامج انتخابية فعالة تلبي طموح الجماهير وتحقيق أمانهم بعيداً عن المبالغة والتضخيم)) و ((تأكيد وجوب التزام الفائزين في الانتخابات بتنفيذ الوعود الانتخابية)) . في حين غاب موضوع ((أهمية وسائل الإعلام والاتصال في تحفيز المواطن على المشاركة السياسية)) عن الحضور في جريدة الصباح خلال المدة الزمنية المحددة للتحليل .

٢-جريدة الاتحاد :

جدول رقم (١) يبين ترتيب الموضوعات الخاصة بمحور : تفعيل المشاركة في العملية السياسية ولاسيما الانتخابات في جريدة الاتحاد .

الترتبة	النسبة المئوية	التكرار	الموضوعات الخاصة بمحور : تفعيل المشاركة في العملية السياسية ولاسيما الانتخابات
١	٢٥	٥	وجوب الابتعاد عن استخدام الأساليب غير المقبولة في الحملات الانتخابية
٢	٢٠	٤	تأكيد وجوب التزام القائمين على الحملات الدعائية الانتخابية بقانون الانتخابات والنزاهة الوطنية
٣	١٥	٣	ضرورة توفير مستلزمات نجاح العملية الانتخابية
٣	١٥	٣	أهمية التوعية والتثقيف في الحملات الانتخابية لانتخاب الأفضل للوطن والمواطن
٤	١٠	٢	الحرص على صناعة برامج انتخابية فعالة تلبي طموح الجماهير وتحقيق أمانهم بعيداً عن المبالغة والتضخيم
٤	١٠	٢	تأكيد وجوب التزام الفائزين في الانتخابات بتنفيذ الوعود الانتخابية
٥	٥	١	المشاركة الواسعة في الانتخابات تعزز ممارسة الديمقراطية في المجتمع
-	-	-	أهمية وسائل الإعلام والاتصال في تحفيز المواطن على المشاركة السياسية
-	٪١٠٠	٢٠	المجموع

يتبين من تحليل بيانات جدول رقم (١) أن موضوع ((وجوب الابتعاد عن استخدام الأساليب غير المقبولة في الحملات الانتخابية)) قد احتل المرتبة الأولى ضمن هذا الجدول بعد أن سجل (٥) تكرارات ونسبة مئوية قدرها (٢٥٪) . وجاء موضوع ((تأكيد وجوب التزام القائمين على الحملات الدعائية الانتخابية بقانون الانتخابات والنزاهة الوطنية)) في المرتبة الثانية بعد أن سجل (٤) تكرارات ونسبة مئوية قدرها (٢٠٪) .

أما المرتبة الثالثة ضمن هذا الجدول فقد احتلها موضوعا ((ضرورة توفير مستلزمات نجاح العملية

الانتخابية)) و ((أهمية التوعية والتثقيف في الحملات الانتخابية لانتخاب الأصلح للمواطن والمواطن)) بعد أن سجل كل منهما (٣) تكرارات ونسبة مئوية قدرها (١٥٪) . وجاء موضوعا ((الحرص على صناعة برامج انتخابية فعالة تلبي طموح الجماهير وتحقيق أمنيائهم بعيداً عن المبالغة والتضخيم)) و ((تأكيد وجوب التزام الفائزين في الانتخابات بتنفيذ الوعود الانتخابية)) في المرتبة الرابعة بعد أن سجل كل موضوع منهما تكرارين فقط ونسبة مئوية قدرها (١٠٪) . وحصل موضوع ((المشاركة الواسعة في الانتخابات تعزز الممارسة الديمقراطية في المجتمع)) على المرتبة الخامسة بعد أن سجل تكراراً واحداً فقط ونسبة مئوية قدرها (٥٪) . أما موضوع ((أهمية وسائل الإعلام والاتصال في تحفيز المواطن على المشاركة السياسية)) فقد غاب عن الحضور في جريدة الاتحاد خلال المدة الزمنية المحددة للتحليل .

٣-جريدة العالم :

جدول رقم (٧) يبين ترتيب الموضوعات الخاصة بمحور : تفعيل المشاركة في العملية السياسية

ولاسيما الانتخابات في جريدة العالم .

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الموضوعات الخاصة بمحور : تفعيل المشاركة في العملية السياسية ولاسيما الانتخابات
١	٢١,٠٥	٤	أهمية التوعية والتثقيف في الحملات الانتخابية لانتخاب الأصلح للمواطن والمواطن
١	٢١,٠٥	٤	الحرص على صناعة برامج انتخابية فعالة تلبي طموح الجماهير وتحقيق أمنيائهم بعيداً عن المبالغة والتضخيم
٢	١٥,٧٩	٣	وجوب الابتعاد عن استخدام الأساليب غير المقبولة في الحملات الانتخابية
٣	١٠,٥٣	٢	تأكيد وجوب التزام القائمين على الحملات الدعائية الانتخابية بقانون الانتخابات والنزاهة الوطنية
٣	١٠,٥٣	٢	ضرورة توفير مستلزمات نجاح العملية الانتخابية
٣	١٠,٥٣	٢	المشاركة الواسعة في الانتخابات تعزز الممارسة الديمقراطية في المجتمع
٤	٥,٢٦	١	تأكيد وجوب التزام الفائزين في الانتخابات بتنفيذ الوعود الانتخابية
٤	٥,٢٦	١	أهمية وسائل الإعلام والاتصال في تحفيز المواطن على المشاركة السياسية
-	٪١٠٠	١٩	المجموع

يتبين من تحليل بيانات جدول رقم (٧) ان موضوعا ((أهمية التوعية والتثقيف في الحملات الانتخابية لانتخاب الأصل للوطن والمواطن)) و ((الحرص على صناعة برامج انتخابية فعالة تلبي طموح الجماهير وحقق أمانيتهم بعيداً عن المبالغة والتضخيم)) قد احتلا المرتبة الأولى بعد أن سجل كل منهما (٤) تكرارات ونسبة مئوية قدرها (٢١,٠٥)٪. وحصل موضوع ((وجوب الابتعاد عن استخدام الأساليب غير المقبولة في الحملات الانتخابية)) على المرتبة الثانية بعد أن سجل (٣) تكرارات ونسبة مئوية بلغت (١٥,٧٩)٪. وجاءت ثلاثة موضوعات ضمن هذا الجدول في المرتبة الثالثة بعد أن سجل كل موضوع منهما تكرارين فقط ونسبة مئوية قدرها (١٠,٥٣)٪. وهذه الموضوعات هي : ((تأكيد وجوب التزام القائمين على الحملات الدعائية الانتخابية بقانون الانتخابات والنزاهة الوطنية)) و ((ضرورة توفير مستلزمات نجاح العملية الانتخابية)) و ((المشاركة الواسعة في الانتخابات تعزز الممارسة الديمقراطية في المجتمع)) . أما المرتبة الرابعة والأخيرة ضمن هذا الجدول فقد احتلها موضوعا ((تأكيد وجوب التزام الفائزين في الانتخابات بتنفيذ الوعود الانتخابية)) و ((أهمية وسائل الإعلام والاتصال في تحفيز المواطن على المشاركة السياسية)) بعد أن سجل كل موضوع منهما تكراراً واحداً فقط ونسبة مئوية قدرها (٥,٢٦)٪.

ثالثاً : الموضوعات الخاصة بمحور : ضمان حقوق أفراد المجتمع وحياتهم .

١-جريدة الصباح :

جدول رقم (٨) يبين ترتيب الموضوعات الخاصة بمحور : ضمان حقوق أفراد المجتمع وحياتهم في جريدة الصباح .

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الموضوعات الخاصة بمحور : ضمان حقوق أفراد المجتمع وحياتهم
١	٧٥	٩	ضمان حقوق المواطنين وحياتهم وخاصة المرأة
٢	١٦,٦٧	٢	إتاحة حق التصويت في الانتخابات للمواطنين كافة
٣	٨,٣٣	١	ضمان ممارسة حرية الرأي والتعبير في نطاق القانون والدستور
-	-	-	حق المواطن في الانضمام للجمعيات والنقابات والأحزاب
-	١٠٠٪	١٢	المجموع

توضح بيانات جدول رقم (٨) ان موضوع ((ضمان حقوق المواطنين وحياتهم وخاصة المرأة)) قد احتل المرتبة الأولى بعد أن سجل (٩) تكرارات ونسبة مئوية قدرها (٧٥)٪ وهي النسبة الأعلى ضمن هذا الجدول . وحصل موضوع ((إتاحة حق التصويت في الانتخابات للمواطنين كافة)) على المرتبة الثانية بعد أن سجل تكرارين فقط ونسبة مئوية قدرها (١٦,٦٧)٪. وجاء موضوع ((ضمان ممارسة حرية الرأي والتعبير في نطاق القانون والدستور)) في المرتبة الثالثة بعد أن سجل تكراراً واحداً فقط ونسبة مئوية قدرها (٨,٣٣)٪. في حين لم يسجل موضوع ((حق المواطن في الانضمام للجمعيات والنقابات والأحزاب)) أي حضور يذكر في جريدة الصباح خلال المدة الزمنية المحددة للتحليل .

٢- جريدة الاتحاد :

تظهر بيانات جدول رقم (٩) ان موضوع ((ضمان حقوق المواطنين وحرياتهم وخاصة المرأة)) قد حصل على المرتبة الأولى بعد أن سجل (٤) تكرارات ونسبة مئوية قدرها (١١,١٦٪). أما المرتبة الثانية ضمن هذا الجدول فقد احتلها موضوعا ((إتاحة حق التصويت في الانتخابات للمواطنين كافة)) و ((ضمان ممارسة حرية الرأي والتعبير في نطاق القانون والدستور)) بعد أن سجل كل منهما تكراراً واحداً فقط ونسبة مئوية قدرها (١٦,١٧٪). في حين غاب موضوع ((حق المواطن في الانضمام للجمعيات والنقابات والأحزاب)) عن الحضور في جريدة الاتحاد خلال المدة الزمنية المحددة للتحليل .

جدول رقم (٩) يبين ترتيب الموضوعات الخاصة بمحور : ضمان حقوق أفراد المجتمع وحرياتهم في جريدة الاتحاد .

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الموضوعات الخاصة بمحور : ضمان حقوق أفراد المجتمع وحرياتهم
١	١١,١٦	٤	ضمان حقوق المواطنين وحرياتهم وخاصة المرأة
٢	١٦,١٧	١	إتاحة حق التصويت في الانتخابات للمواطنين كافة
٢	١٦,١٧	١	ضمان ممارسة حرية الرأي والتعبير في نطاق القانون والدستور
-	-	-	حق المواطن في الانضمام للجمعيات والنقابات والأحزاب
-	١٠٠٪	٦	المجموع

٣- جريدة العالم :

يتبين من جدول رقم (١٠) ان موضوع ((ضمان حقوق المواطنين وحرياتهم وخاصة المرأة)) قد حصل على المرتبة الأولى ضمن هذا الجدول بعد أن سجل (٨) تكرارات ونسبة مئوية قدرها (١١,٥٤٪). أما المرتبة الثانية فقد احتلها موضوعا ((ضمان ممارسة حرية الرأي والتعبير في نطاق القانون والدستور)) و ((حق المواطن في الانضمام للجمعيات والنقابات والأحزاب)) بعد أن سجل كل منهما تكرارين فقط ونسبة مئوية قدرها (١٥,٣٨٪) لكل موضوع .

وحل موضوع ((إتاحة حق التصويت في الانتخابات للمواطنين كافة)) في المرتبة الثالثة والأخيرة ضمن هذا الجدول بعد أن سجل تكراراً واحداً فقط ونسبة مئوية قدرها (٧,٧٠٪) .

جدول رقم (١٠) يبين ترتيب الموضوعات الخاصة بمحور: ضمان حقوق افراد المجتمع وحرياتهم في جريدة العالم

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الموضوعات الخاصة بمحور : ضمان حقوق أفراد المجتمع وحرياتهم
١	١١,٥٤	٨	ضمان حقوق المواطنين وحرياتهم وخاصة المرأة
٢	١٥,٣٨	٢	ضمان ممارسة حرية الرأي والتعبير في نطاق القانون والدستور
٢	١٥,٣٨	٢	حق المواطن في الانضمام للجمعيات والنقابات والأحزاب
٣	٧,٧٠	١	إتاحة حق التصويت في الانتخابات للمواطنين كافة
-	١٠٠٪	١٣	المجموع

الاستنتاجات :

١- تفوق جريدة العالم على جريدتي الصباح والاختاد في عدد التكرارات المسجلة ضمن المحاور الثلاثة التي تم تصنيفها . إذ سجلت الجريدة المذكورة (١١٧) تكراراً توزعت على (٢٠) عدداً وبمعدل عام بلغ (٥,٨٥) مقالات صحفية في كل عدد . ثم تلتها جريدة الصباح بمجموع تكرارات بلغت (٧٨) تكراراً توزعت على (٢٥) عدداً وبمعدل عام قدره (٣,١٢) مقالات صحفية في كل عدد . ثم جريدة الاختاد التي سجلت (٧٦) تكراراً توزعت على (٢٣) عدداً وبمعدل عام بلغ (٣,٣٠) مقالات صحفية في كل عدد .

٢- استحوذت الموضوعات الخاصة بمحور : تعزيز الممارسة الديمقراطية في الحياة العامة على اهتمام الصحف الثلاث ميدان الدراسة . في حين سجل محور : ضمان حقوق أفراد المجتمع وحررياتهم على أقل عدد من التكرارات في الصحف المذكورة .

٣- حصول جريدة العالم على مركز الصدارة في عدد التكرارات المسجلة ضمن محوري : تعزيز الممارسة الديمقراطية في الحياة العامة . وضمن حقوق أفراد المجتمع وحررياتهم . ثم تلتها جريدة الصباح . ثم جريدة الاختاد .

٤- تفوق جريدة الاختاد في عدد التكرارات المسجلة ضمن محور : تفعيل المشاركة في العملية السياسية ولاسيما الانتخابات . تلتها جريدة العالم ثم جريدة الصباح .

٥- استحوذت ((موضوع الطائفية السياسية والتناحر بين الكتل السياسية يهدد أركان البناء الديمقراطي الناشئ)) . ضمن محور : تعزيز الممارسة الديمقراطية في الحياة العامة على اهتمام جريدتي العالم والصباح . في حين تركز اهتمام جريدة الاختاد ضمن المحور المذكور على موضوع العمل على بناء المؤسسات الديمقراطية وإدامتها بما يعزز المضمون الديمقراطي في العملية السياسية .

٦- فيما يتعلق بالموضوعات الخاصة بمحور : تفعيل المشاركة في العملية السياسية ولاسيما الانتخابات فإن موضوع ((ضرورة توفير مستلزمات نجاح العملية الانتخابية)) قد استحوذ على اهتمام جريدة الصباح . في حين تركز اهتمام جريدة الاختاد ضمن المحور ذاته على موضوع ((وجوب الابتعاد عن استخدام الأساليب غير المقبولة في الحملات الانتخابية)) فيما استحوذ موضوعا ((أهمية التوعية والتثقيف في الحملات الانتخابية لانتخاب الأصلح للوطن والمواطن)) . و((الحرص على صناعة برامج انتخابية فعالة تلبي طموح الجماهير وتحقيق أمانيتهم بعيداً عن المبالغة والتضخيم)) على اهتمام جريدة العالم ضمن المحور المذكور .

٧- اشترك الصحف الثلاث ميدان الدراسة في الاهتمام بموضوع ((ضمان حقوق المواطنين وحررياتهم وخاصة المرأة)) . ضمن محور : ضمان حقوق أفراد المجتمع وحررياتهم .

التوصيات :

يوصي الباحث بما يلي :

١- ضرورة التزام الصحف الثلاث ميدان الدراسة بمسؤولياتها الحقيقية في تعزيز الثقافة السياسية وقيمها في المجتمع .

٢- أهمية التزام الصحف المذكورة بوضع خطط مدروسة للتعاظم مع موضوع الثقافة السياسية وبما يتناسب مع ظروف العراق وواقعه .

٣- الحرص على التعامل الموضوعي مع الثقافة السياسية وقيمها وعدم التركيز على موضوعات وقيم دون أخرى .

- ٤- الحرص على التعامل مع الثقافة السياسية وقيمها ضمن سياق متصل نظراً لما تتطلبه المرحلة التي يعيشها العراق .
- ٥- العمل على استقطاب النخب وقادة الفكر والأكاديميين في المجالات المختلفة للتصدي للثقافة السياسية وقيمها .
- ٦- توجيه النقد البناء لتعامل الفعاليات السياسية مع الثقافة السياسية وقيمها وبما يؤدي إلى تجاوز السلبات وترسيخ قيم الثقافة السياسية في الحياة العامة .
- ٧- ضرورة تضمين موضوع الثقافة السياسية وقيمها في المناهج التعليمية في المراحل الدراسية كافة لأهمية ذلك في بناء تنشئة سياسية سليمة وفعالة .

الهوامش:

- ١- المقصود بالمسؤولية هنا هو المهام التي ينبغي أن تقوم بها الصحافة العراقية في تعزيز الثقافة السياسية في المجتمع في نطاق مسؤوليتها الاجتماعية .
- ٢- تألفت لجنة الخبراء الذين عرضت عليهم الاستمارة في كل من :
 - ١-أ.د. حميد حمد السعدون ، كلية العلوم السياسية ، جامعة بغداد .
 - ٢-أ.د. سعد خميس الحديثي ، كلية الإعلام ، الجامعة العراقية .
 - ٣-أ.م.د. ناهض فاضل زيدان ، عميد كلية الإعلام ، الجامعة العراقية .
 - ٤-أ.م.د. حمدان خضر السالم ، كلية الإعلام ، جامعة بغداد .
 - ٥-أ.م.د. حافظ ياسين الهيتي ، كلية الآداب ، قسم الإعلام ، جامعة الأنبار .
 - ٦-أ.م.د. شكرية السراج ، كلية الإعلام ، جامعة بغداد .
 - ٧-أ.م.د. فريد صالح ، رئيس قسم الإعلام ، كلية الآداب ، جامعة تكريت .
 - ٨-د. إبراهيم حردان ، كلية الإعلام ، الجامعة العراقية .
- ٣-د. مها عبد اللطيف الحديثي ، النظام السياسي ، الديمقراطية والثقافة السياسية ، مجلة قضايا سياسية ، بغداد ، كلية العلوم السياسية ، جامعة النهرين ، المجلد الثاني ، العددان (الخامس والسادس) صيف ٢٠٠٤م ، ص ١٣٥ .
- ٤- المصدر نفسه ، ص ١٣٧ .
- ٥-د. عامر حسن فياض و د. ناظم عبد الواحد الجاسور ، ثالث المستقبل العربي ، الديمقراطية - المجتمع المدني - التنمية ، أبو ظبي ، مركز زايد للتنسيق والمتابعة ، ٢٠٠٢م ، ص ١٣-٢٠ .
- ٦-د. عصام سليمان ، مدخل إلى علم السياسة ، بيروت ، دار النضال للطباعة والنشر والتوزيع ، ط ٢ ، ١٩٨٩م ، ص ١١٦ .
- ٧-معتز بالله عبد الفتاح ، الديمقراطية العربية بين محددات الداخل وضغوط الخارج ، مجلة المستقبل العربي ، بيروت ، مركز دراسات الوحدة العربية ، العدد ٣٢٦ ، نيسان ، ٢٠٠٦م ، ص ٢٦-٢٧ .
- ٨-د. مي العبد الله ، الاتصال والديمقراطية ، بيروت ، دار النهضة العربية ، ٢٠٠٥م ، ص ١١٩ .
- ٩-د. مها عبد اللطيف الحديثي ، مصدر سابق ، ص ١٣٧ .
- ١٠-د. عادل عبد الغفار ، الإعلام والمشاركة السياسية للمرأة ، رؤية خيلية واستشرافية ، القاهرة ، الدار المصرية اللبنانية ، ٢٠٠٩م ، ص ٥٨-٥٩ .
- ١١- المصدر نفسه ، ص ٥٩-٦٠ .
- ١٢-د. أكرم بدر الدين ، الديمقراطية الليبرالية ونماذجها التطبيقية ، بيروت ، دار الجوهرة للطباعة والنشر

- والتوزيع ، ١٩٨٦م ، ص ١٠٥ .
- ١٣- د. ثناء فؤاد عبد الله ، آليات التغيير الديمقراطي في الوطن العربي ، بيروت ، مركز دراسات الوحدة العربية ، ١٩٩٧م ، ص ٢٦٦-٢٦٩ .
- ١٤- د. عبد الغني بسيوني عبد الله ، النظم السياسية : أسس التنظيم السياسي - الدولة - الحكومة - الحقوق والحريات ، بيروت ، الدار الجامعية للطباعة والنشر ، ١٩٨٤م ، ص ٣٥٦ .
- ١٥- د.مجد الهاشمي ، الإعلام الدبلوماسي والسياسي ، عمان ، دار أسامة للنشر والتوزيع ، ٢٠٠٩م ، ص ٧٥ .
- ١٦- محمد عبد الله أبو علي ، دراسات في علم الاجتماع القانوني والسياسي ، القاهرة ، دار المعارف ، ١٩٧٥م ، ص ٢٤٤-٢٤٥ .
- ١٧- د. عادل عبد الغفار ، مصدر سابق ، ص ١١٨-١٢٠ .
- ١٨- د. عزيزة عبدة ، الإعلام السياسي والرأي العام : دراسة في ترتيب الأولويات ، القاهرة ، دار الفجر للنشر والتوزيع ، ٢٠٠٤م ، ص ٢٢ .
- ١٩- د. عادل عبد الغفار ، مصدر سابق ، ص ١١٩-١٢٣ .
- ٢٠- المصدر نفسه ، ص ١١٧-١٢٢ .

الابواب الثابتة

- ١- اخبار كلية الاعلام .
- ٢- عرض كتاب
- ٣- قراءة في بحوث إعلامية مثيرة للجدل
- ٤- استخلاصات رسائل واطاريح كلية الإعلام/ جامعة بغداد

اخبار كلية الاعلام .



أعلنت كلية الاعلام - جامعة بغداد، عن اقامة حفل تخرج خريجي كليتها للعام الدراسي ٢٠١٢-٢٠١٣ م. وقال مساعد رئيس الجامعة للشؤون العلمية الدكتور علاء كريم، ان « رئاسة الجامعة ستقيم حفل تخرج طلبة كليتها للدورة (٥٦) للعام الدراسي ٢٠١٢-٢٠١٣ م تحت عنوان (دورة التعايش والمحبة) في ٢١ ايلول ٢٠١٣، على ملاعب كلية التربية الرياضية في الجادرية ». مطالباً « عمادات الكليات بتبليغ خريجي الدراسات الصباحية والمسائية، فضلاً عن الدراسات العليا». ودعا ايضاً « كليات الجامعة الى تزويد الخريجين بارواب وباجات تعريف ». وبضرورة تزويد الرئاسة باسماء الطلبة الثلاثة الاوائل.

وقال رئيس اللجنة الدكتور عمار طاهر معاون عميد كلية الاعلام، ان «اللجنة وضعت مجموعة من

الخطط التي من شأنها انجاح كرنفال التخرج السنوي». مبيناً ان «الخطّة تضمنت اعلانات في الصحف المحلية والاذاعات والقنوات التلفزيونية فضلاً عن وضع مجموعة من الملصقات التعريفية والفلكسات داخل مفاصل الجامعة». و اضاف ان «اللجنة ستعقد مؤتمراً صحفياً عن الكرنفال لرئيس الجامعة والمساعد العلمي ومدير شؤون الطلبة». مؤكداً ان «الاحتفالات ستتضمن دعوة عامة لجميع وسائل الاعلام المكتوبة والمسموعة والمرئية».

يذكر ان اللجنة الاعلامية المركزية لاحتفالات التخرج تشكلت برئاسة معاون عميد كلية الاعلام للشؤون الادارية الدكتور عمار طاهر وعضوية الدكتور عادل الغريبي والدكتور صفد الساموك والمدرس خالد ناجي والمدرس المساعد خليل ابراهيم فاخر والمدرس المساعد ضياء مصطفى والمدرس المساعد شريف سعيد فضلاً عن مدير وحدة الاعلام والمعلوماتية في كلية الاعلام محمد العموري، واحمد حسون وكمال مصطفى وهشام الفاخر.

يذكر ان اللجنة شرعت باجتماعاتها مطلع ايار الماضي ووضعت مجموعة من الخطط والاوليات التي تهدف الى انجاح حفل التخرج المركزي بما يناسب التاريخ المشرف للجامعة الام.

دليل أسلوب في عنوان الخبر الصحفي... الكفاءة الاتصالية في صياغة عناوين الأخبار



المؤلف الدكتور أكرم فرج الربيعي

دليل أسلوب في عنوان الخبر الصحفي... الكفاءة الاتصالية في صياغة عناوين الأخبار عن دار أمانة للنشر والتوزيع وبالتعاون مع شركة الباني للخدمات العلمية صدر حديثاً في عمان كتاباً للدكتور أكرم فرج الربيعي يتناول مصطلحاً جديداً في مضمار الصحافة يتمثل بالعنونة الخبرية إذ يحتل عنوان الخبر أعلى مراتب الاتصال ويمثل سلطة النص وواجهته الإعلامية، فهو المنطقة الأولى التي يحدث فيها تصادم عين القارئ بالخبر، وهو اللقاء الأول الذي يحصل بينهما. فالإخفاق في صياغته يسبب خللاً في طريقة الاتصال

ويؤدي إلى نفور القراء وإهمالهم للخبر والجريدة التي تنشره، ونفور المستمعين والمشاهدين في متابعة تفاصيل النشرة الإخبارية، مما يتطلب البحث في طرائق المعالجة الأسلوبية والدلالية في صياغته وتشخيص أسلوب تحريره وقياس كفاءته الاتصالية، فالعناوين التي لا تحقق اتصالاً فعالاً بالمتلقي سواء كان قارئاً أو مستمعاً أو مشاهداً تصبح مجرد مؤشرات غير دالة لافتقارها إلى الشروط العلمية المتفق عليها في مجال العنونة من حيث توصيفها وتحديد وظائفها.

وبذلك يقدم هذا الكتاب معايير مقبولة يمكن بمقتضاها قياس مستوى الكفاءة الاتصالية في صياغة عناوين الأخبار في الصحافة الإذاعية والتلفزيونية عامة والصحافة المطبوعة خاصة، ومعرفة نقاط ارتكاز عملية لعنونة فعالة في الصيغ الخبرية بالاستعانة بطرائق المعالجة الأسلوبية والدلالية.

لقد اعتمدت أغلب الدراسات الإعلامية على مؤشرات عامة تتناول شروط كتابة عناوين الأخبار ووظائفها لا تستند إلى معايير عملية يمكن بموجبها تحديد مستوى الكفاءة الاتصالية فيها وتوقفت معظمها عند نقطة جوهرية تتمثل في خضوع التصنيفات التحريرية للعناوين الصحفية للغة والأسلوب بلا تحديد للمعالجات الأسلوبية والدلالية في وضع هذه التصنيفات وصياغتها فضلاً عن أن مجمل الدراسات التي تناولت لغة الصحافة أو لغة الإذاعة أو لغة التلفزيون أو لغة السينما كانت قد اكتفت بمؤشرات غير معتمدة على معيار كالقول أن لغة هذه الوسائل ينبغي أن تكون بسيطة أو مشوقة أو جذابة وما إلى ذلك في الوقت الذي لا تمثل فيه هذه الصفات أحكاماً أو معايير لأنها ذوقية أو ذاتية.

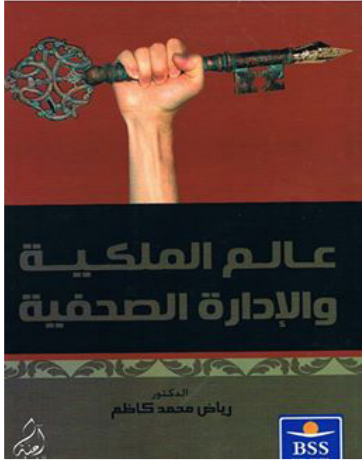
وجاء هذا الكتاب عبر فصوله الأربعة ليشرح الطرائق الأسلوبية والدلالية في صياغة عناوين الأخبار ويقدم مقياساً كمياً لقياس مستوى كفاءتها الاتصالية وتحديد علاقتها بالمتغيرات الأخرى المرتبطة بالقائم بالاتصال الذي يضع عنوان الخبر. والمستقبل الذي يتلقى نص هذا العنوان ويأتي هذا الكاتب ليقدم لنا نوعين من المعالجات الأولى تتعلق بالصياغة اللغوية والتحريرية عن طريق المخططات التي تصنف عناوين الأخبار إلى أنواع متعددة من حيث التحرير الصحفي والثانية تتعلق بطرائق قياس كفاءة الاتصال في صياغة عناوين الأخبار عن طريق اقتراح عدد من المعادلات الرياضية التي يؤدي تطبيقها إلى معرفة مستوى الكفاءة الاتصالية في صياغة هذه العناوين.

وتناول الفصل الأول من هذا الكتاب الصياغة في عناوين الأخبار من حيث المعالجات واللغة. فيما اعتنى الفصل الثاني بجدلية العلاقة بين العنوان والخبر والقاري عن طريق مثلث العنوان أما الفصل الثالث فقد درس قياس مستوى الكفاءة الاتصالية في عناوين الأخبار عن طريق تناول القياس الأسلوبية والدلالية في صياغة عناوين الأخبار وعلاقة عناوين الأخبار بالمقاييس الأسلوبية اللغوية والصحفية وقدم هذا الفصل مقياساً جديداً للعنونة الخبرية يمكن عن طريقه قياس مستوى الكفاءة الاتصالية في كل عناصر العملية الاتصالية، وخصص الفصل الرابع لتقديم تطبيقات عملية لقياس العنونة الخبرية المستحدث واختباري المهارة الاتصالية والتفاضل الدلالي لقياس مستوى كفاءة عناوين الأخبار الاتصالية في جريدتين من الصحف العراقية هما الزمان والمشرق.

وأخيراً استعرض الكتاب النتائج العملية لتفعيل الكفاءة الاتصالية في أسلوب صياغة عناوين الأخبار. وبذلك يمثل هذا الكتاب دليلاً أسلوبياً في عنونة الأخبار الصحفية يمكن اعتماده من قبل الدارسين والباحثين في علوم الإعلام والمحررين العاملين في غرفة أخبار المؤسسات الصحفية.

عالم الملكية والإدارة الصحفية

الدكتور رياض محمد كاظم



شهدت وسائل الإعلام المختلفة وتحديداً الصحافة تغيرات ملموسة في أنماط ملكيتها وأساليب إدارتها وهياكلها التنظيمية ومصادر تمويلها وتقنيات إنتاجها. وانعكست هذه التغيرات على المؤسسات الصحفية التي أجرت تعديلات جوهرية في سياستها التحريرية والإدارية والاقتصادية، وبفعل التطورات التي أفرزتها الثورة التكنولوجية تنوعت أشكال الملكية وأساليب الإدارة الصحفية، إذ أحدثت تغيراً واضحاً في شبكة العلاقات الاجتماعية ونمط السيطرة السائد، وأسهمت في إحلال النمط اللامركزي في الإدارة والاتجاه نحو الإدارة التكاملية التي تسير فيها خطوط الملكية والإدارة والمسؤولية بشكل رأسي وأفقي في آن واحد وفي أكثر من اتجاه، كما أعادت تعريف وظائف الإدارة بشكل جديد.

ومن هنا يكتسب كتاب عالم الملكية والإدارة الصحفية لمؤلفه الدكتور رياض محمد كاظم الصادر عن دار امنه للنشر والتوزيع في عمان أهميته من أهمية الموضوع نفسه فضلاً عن النظرة الموضوعية لواقع نظام الملكية وتأثيراتها على مستوى الأداء الإعلامي للمؤسسة الصحفية في كل جوانبها (الإدارية والفنية والتحريرية)، إذ تكمن أهمية الكتاب في معالجته لمشكلة (تحديد شكل الملكية) وتأثيراتها وأبعادها في الصحافة عموماً والصحافة العراقية تحديداً بعد نيسان ٢٠٠٣ وموقعها في ظل التطور التكنولوجي الذي يشهده العالم والذي انعكس بدوره في إحداث تغييرات هائلة على مستوى الإدارة الصحفية وملكيتها ومؤسساتها.

ويجب الكتاب عن تساؤل يفرض نفسه: أين موقع ملكية المؤسسات الصحفية وإدارتها في ظل هذه التغيرات؟ وهل طرأ تغيير في أنماطها وأساليبها ونظمها أم مازالت بعيدة عنها؟

وبذلك سلط هذا الكتاب الضوء على أنماط ملكية المؤسسات الصحفية وإدارتها بصورة عامة وفي المؤسسات الصحفية العراقية في أثناء مدة زمنية مهمة من عمر الصحافة العراقية تمثلت بعد أحداث ٢٠٠٣/٤/٩ بصورة خاصة عن طريق اختيار ثلاث مؤسسات صحفية عراقية هي الصباح والزمان والمدى للوقوف على أشكال ملكيتها ونوع الإدارة الصحفية فيها.

قضايا إعلامية مثيرة للجدل

التربية الإعلامية: كفاءات اساسية للمواطنة الفاعلة في ديمقراطية تشاركية
ان أولى العمليتين المجتمعتين «لنظومة إنتاج ونشر المعرفة» في العالم، هما التعليم، والإعلام. وتلتقي وسائل الإعلام من حيث الهدف بالتعليم، فكلاهما يرمي إلى إحداث تغيير في سلوك المتلقي.

ويقدم الاعلام الجديد فرصة معرفية غير مسبقة في التاريخ. وقد تشكل مشروعاً للارتقاء بنوعية حياة الإنسان. على الرغم من انه لا يمثل العامل الأساس للتغيير في المجتمع. لكنه عامل مهم في تهيئة متطلبات التغيير عن طريق تكوين الوعي، في نظرة الإنسان إلى مجتمعه والعالم. فالمضمون الذي يتوجّه به عبر رسائل إخبارية أو ثقافية أو ترفيهية أو غيرها، لا يؤدي بالضرورة إلى إدراك حقيقة الواقع فقط، بل انه يسهم في تكوين الحقيقة، وحل اشكالياتها.

اذ أصبحت وسائل الإعلام المختلفة جزءاً لا يتجزأ من حياتنا اليومية. والخطير في الأمر، هو أن ما تقدمه وسائل الإعلام، ليس كله بريئاً وصحيحاً وخالياً من التسييس والتوجيه. من هنا تأتي أهمية موضوع التربية الإعلامية والوعي الإعلامي، لكي يعرف أفراد المجتمع كيف يتعاملون مع وسائل الإعلام المختلفة، وكيف يستفيدون منها، وكيف يسخرونها لتنمية وتطوير معارفهم وثقافتهم.

والمقصود بالتربية الإعلامية، هو امتلاك المهارات والفهم والوعي الكامل للتعامل مع وسائل الإعلام المختلفة، بوعي وذكاء ومسؤولية، وتنمية مهارات واستراتيجيات تحليل ومناقشة الرسائل الإعلامية، وإدراك المحتوى الإعلامي، كعنصر يزود الأفراد ببعدهم الثقافي وانتمائهم الحضاري، وتنمية القدرة على فهم وتقدير المحتوى الإعلامي، ولا يقتصر الوعي الإعلامي على جانب التلقي والنقد فقط بل يجب أن يتعدى ذلك إلى المشاركة الواعية والهادفة لإنتاج المحتوى الإعلامي، والقدرة على الوصول للمعلومات وتحليل الرسائل وتقويمها وإبصالها، وإنتاج رسائل إعلامية فعالة ومؤثرة.

ونتيجة التحوّلات التقنية، أصبح الجمهور أكثر إقبالا وتعاملا مع الأنترنت. وأصبح الأطفال والشباب يتعرّضون ويتفاعلون مع تيارات ثقافية ومذهبية وسياسية ضمن فضاءات ثقافية وإعلامية لا تخلو من فوضى، اذ تتداخل وتتنافس وتتصارع شتى أنماط الثقافة المحلية والأجنبية.

و عادة ما يتّسم استهلاك هذا الجمهور للمنتوج الإعلامي بالسلبية، إذ أنّ هذا الجمهور غافل عن ظروف انتاج هذا الإعلام وعن خلفياته المالية والإيديولوجية وعن محتوياته الضمنية وعن أهدافه الدعائية أو التجارية. ولهذا فإنّ المؤسسة التربوية تبدو مؤهلة أكثر من غيرها لتمكين هذا الجمهور غير الراشد من ثقافة إعلامية تجعل استهلاكه للمادة الإعلامية أكثر عقلانية وتعامله مع الإنتاج الثقافي أكثر نقدية.

ويسعى الإعلام الجديد للتوصل الى حلول سياسية تسمح للشعوب بالتأكيد على تفرداها الثقافي. وعلى الرغم من تنوع الآراء في استكشاف قدرته، فان ما يطلق عليه ليدبير «التفأؤل

المقاتل» مطلوب. لان الابداع يشيع الأمل. ويقوم على التنوع والانفتاح. والاستقلال. والتقدم التراكمي لا الثوري. وليس امامنا الا الأمل. بالتغيير للأفضل. ومن هنا فان مضمون الإعلام الجديد هو تجريب «سياسات الأمل».

ويمكن الإعلام الجديد في ازدهار مبادرات المجتمع المدني. فتعددية الفاعلين وحدها هي التي يمكن أن تختار تنمية ثقافية ديمقراطية وتقديم هويات عدة. وافكار جديدة عن التقدم والتنمية. في فضاءات لم تكن تتلاءم يوماً معها. ويمكن ان يكون نتاجا للمقاومة والثقافة المحلية. وتقول ماكروبي أن «الإعلام البديل سياسة ترغب في تحويل نقاد اجتماعيين وسياسيين غاضبين الى ناجحين».

ومكنت التقنيات الحديثة في الاتصال تحديد «المواطنة الفاعلة» كنسق فكري وعملي يبحث عن الرقي بالمجتمع كفاعل أو كموضوع للاتصال». ويبدو أن الاعلام وبشكل ملموس هو الفرصة للمجتمع المدني ليقدم مكوناته المختلفة. ليتعرفوا بعضهم على بعض وليتحاوروا في ما بينهم. وهو الامكانية المفتوحة لكل مواطن للدخول بحرية وبفعالية للاتصال مع مواطن آخر أو مجموعة أخرى في جو من التسامح والاحترام المتبادل».

ويبدو أن للإعلام مهمة تتمثل في وضع الأفراد المهتمين والمجموعات في علاقة اتصال في ما بينهم. وايضا رهانا استراتيجيا. فهو لا ينفصل عن التنشيط الاجتماعي. إذ إنه في احترام الحرية الشخصية لكل فرد. فهو لذلك يستهدف تفعيل تجارب الحوار مابين الثقافات والاثنيات التي تتعايش وهي تتصادم وتتجاهل بعضها البعض.

وعلى الرغم من ذلك يفتقر الإعلام الى الوضوح. بالنسبة الى مجاله ومداه. ليس هناك اتفاق على حدود مقبولة. وكما يؤكد امبرتو ايكو: «في كل قرن. تعكس الطريقة التي تقوم عليها الاشكال الاعلامية الطريقة التي يرى بها العلم والثقافة المعاصرة الواقع». وقد يعني هذا ان اشكال الإعلام الجديد تعكس علم الشك. والنسبية. والفوضى «الأوصاف المشتركة للثقافة المعاصرة».

والمواطن المتعلم إعلاميا وكمفكر نقدي. سيركز على حرية الرأي والتعبير ولكن كفاعل منتصر لا كفاعل منهزم أي كفاعل إيجابي انفلتت أفكاره ومواقفه من سلطة الرقابة. عبر هامش الحرية التي يخلقها هذا الفاعل أو عن طريق مقولة «مجال اللابقيين». في إبراز الحقائق وتشكيل الأجندة الإعلامية. عن طريق الأحداث البارزة التي تفرض نفسها. ويؤدي عرض الأفكار حتماً للتعدد. والتعدد هو طريق التواصل والحوار بين الناس. وهو مدخل الديمقراطية والجدل الاجتماعي الذي يمكن عن طريقه القيام بالإصلاح والمصالحة بين النظام السياسي والمواطن من زاوية تواصلية إعلامية. وأنا اليوم وإذا ما أردنا أن نفهم علينا أن لا نكون متفجرين بل أيضا ناقدين. بالمشاركة في المناقشات الحية. وتقديم الالتماسات للحكومة. والاحتجاجات التي تؤثر على الرأي العام وتضبط السلطة. وهي تمثل وضعاً حرجاً عندما تتعارض مع أجندة الحكومة. بينما يحس الأفراد بالتواصل الأكثر عندما يكون لديهم القدرة على المشاركة في الحوار بدلا من اعتبارهم متلقيا سلبيا يتقبل كل ما يُعرض عليه.

وللاستخدامات الرقمية في عالم الإنترنت جوانب متنوعة لدعم المشاركة. وتم في هذا المجال العام ايضا الاتصال السياسي وتبادل الخطابات المتناقضة لثلاثة فاعلين لديهم

الشرعية للتعبير علناً عن السياسة، وهم: رجال السياسة والصحافيون والرأي العام. وافرز مكاناً كبيراً للاتصال، وللسكوت، وللكذب، وللأسرار. وتتضح من هنا أهمية الوعي لمواقع التواصل الاجتماعي، ولوظيفتها في الحياة الديمقراطية.

وايضاً يعود سبب تعطل آلة التسويق السياسي لتبادل الأفكار إلى عنصرين متلازمين يمكن تلخيصهما في إشكالية وعي الحرية وإدراك التقنية وهي معضلة فكرية إجرائية في كيف يمكن أن نفهم أن لا قيمة للفكرة مهما كانت طبيعتها إلا إذا شاعت بين الناس. وحتى يمكن بلوغ ذلك فلا بد أن تكون حركة الوسائط الحاملة للأفكار «التقنية» شائعة الملكية وحرية من حيث المضمون.

ومن هذا المنطلق يمكننا القول أيضاً بأن مواقع التواصل الاجتماعي قد اسهمت في رفع مستوى الوعي للمشاركة السياسية لدى الشعوب. وأفرزت قيماً جديدة، لعل أهمها بالمطلق القبول بالآخر في تنوعه واختلافه وتباينه، مادامت المطالب موحدة والمصير مشترك. ولا يزال دور الحكومات في الاعلام الجديد غامضاً، وقد يؤدي وجودها في مواقع التواصل الاجتماعي الى تغيير شكل المداولات السياسية. ففي المستقبل القريب، اذا كان هناك توظيف مثالي من قبل الحكومات فسيكون هناك وجه آخر مختلف تماماً للاعلام عما نعيشه اليوم. هو باختصار مرحلة انتقالية من الركود الى الوعي. وبالتأكيد مرحلة انتقالية في تغيير شكل الانظمة والمجتمع المدني. لذلك، فإننا قد نرى في المستقبل القريب ركوداً سياسياً في مواقع التواصل الاجتماعي، يعوض عنه بنشاط حقيقي في منظمات المجتمع المدني والعملية السياسية.

وتكمن أهمية التربية الإعلامية بأنها من موضوعات العصر وتنامي دور الشباب في رسم خريطة التغيير السياسي، وإن المشاركة السياسية لها بعد اجتماعي هام يقترن بالمساواة والعدالة. فإن سوء توزيع الثروة وعدم العدالة اجتماعياً قد يتسبب بزيادة محاولات وانتشار العنف، وكلها بعض سمات دول العالم الثالث. لذا، فالمشاركة السياسية وسيلة لتحقيق مزيد من المساواة وتكافؤ الفرص بين الأفراد.

وايضاً أهمية التقنيات الحديثة في الاتصال اذا ما وظفت من ان تسهم في إعلاء قيم المعرفة والوعي للحرية والنقد والمراجعة وحوار الذات. وهي القيم التي ينطلق منها أي مشروع تنموي ثقافي. وعدّ الإعلام الجديد إعلاماً بديلاً، وموقع يمارس فيه النقد، ويولد أفكاراً وأساليب لها أهميتها. وأيضاً طرقاً جديدة للتنظيم بين أفراد المجتمع. وربما الأكثر أهمية، يتناول الموضوعات الحساسة في الآليات الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والتوترات بين السيطرة والحرية، وبين العمل والبطالة، وبين المعارضة والحكومة، ومن ثم يتضاءل البديل إلى إن يصبح نمطاً، للاتصال الجماهيري.

ولتحقيق التربية الإعلامية، يجب ان نتبنى الفكرة ونؤمن بها ونعمل على تحقيقها. وهنا يجب التركيز على الجهة المحورية والرئيسية في العملية، وهي التعليم. فالمطلوب هو إدماج موضوعات التربية الإعلامية ضمن المقررات الدراسية المختلفة، والمؤسسات الإعلامية مطالبة كذلك بالاسهام في العملية، وأولياء الأمور من جهتهم، مطالبون بالاهتمام بتثقيف وتوجيه أبنائهم للتعامل الواعي والمسؤول مع وسائل الإعلام.

مستخلصات رسائل واطاريح كلية الإعلام/ جامعة بغداد

اعداد: م.م بيرق حسين

الصورة الذهنية للمرأة البرلمانية لدى تدريسيي جامعة بغداد

رسالة ماجستير في قسم العلاقات العامة تقدمت بها: نهلة نجاح عبدالله رمضان ١٨ بإشراف الأستاذ الدكتور علي جبار الشميري/ ٢٠١٣م.

حازت المرأة على مكانة اجتماعية وسياسية واقتصادية على مر العصور وكان لها دور فاعل في مختلف ميادين الحياة وقد تباين هذا الدور باختلاف الأزمنة والمجتمعات ، وجاء هذا الدور المهم للمرأة كونها تشكل نصف عدد المجتمع ونصف موارده البشرية والانتاجية . ومنها مشاركت المرأة على قدم المساواة الرجل في مختلف ميادين الحياة رغم ما عانته من اشكاليات اجتماعية وفقاً لظروف المجتمع والتقاليد والعادات ، وأن تحرر المرأة من قيود العادات والتقاليد المجتمعية البالية ساعدها على المشاركة مع الرجل في العملية الديمقراطية ودليل ذلك مشاركة المرأة في البرلمان وهو دليل على تطور المجتمع وتقدمه وانفتاحه الفكري مع مراعاة اختلاف الظروف من محيط الى آخر وهذا الاختلاف مرتبط بالقيم والتقاليد المعاشه . لذلك أهتم هذا البحث في كشف الضبابية التي تحيط بالصورة الذهنية للمرأة البرلمانية في العراق على عينة محددة تعد من النخبة في المجتمع وهم من تدريسيين ات في الجامعة ، وذلك لما تشكله الصورة الذهنية من انعكاسات قد تؤثر في سلوك الأفراد بالسلب أو الايجاب . ويكتسب البحث اهميته من الدور الذي تمارسه الصورة الذهنية في توجيه سلوك الافراد فضلاً عن تأثيرها في عملية صنع القرار واتخاذة . إذ يشير مفهوم الصورة الذهنية إلى إنها انطباع يكونه الافراد عن الاشياء المحيط بهم متأثرين بالمعلومات الخزونة لديهم وبالكيفية التي يدركونها بها . أي أن الصورة الذهنية هي نتاج تفاعل أو مزاجية المعرفة والادراك لدى الافراد. وليس بالضرورة ان تكون ثابتة قد تتغير وتتطور جزئياً او كلياً بسبب عوامل شخصية أو اجتماعية بمعنى ان الصورة الذهنية (مرنة) . وهذا يعني إنها بمثابة الخريطة التي يستطيع الإنسان من خلالها أن يفهم ويدرك ويفسر الأشياء . و الصورة الذهنية هي الفكرة التي يكونها الفرد عن موضوع معين وما يترتب عن ذلك من أفعال سواء سلبية أو إيجابية وهي فكرة تكون عادةً مبنية على المباشرة أو على الإيحاء المركز والمنظم بحيث تتشكل من خلالها سلوكيات الأفراد المختلفة . وقد اشار العالم (غراهام دلاس) إلى أن الناخبين في حاجة إلى تكوين شيء مبسط ودائم ومنظم عند الثقة في مرشح ما.

ولكشف الضبابية التي تحيط بالصورة الذهنية للمرأة البرلمانية العراقية ونظراً لعدم وجود أية أداة لقياس الصورة الذهنية للمرأة البرلماني لدى أي نوع من انواع الجمهور وعدم توفر مقياس اجنبي يناسب البيئة العراقية وفقاً لمعلومات الباحثة . لذا قامت الباحثة

بناءً مقياساً لها وفقاً لمقياس (ليكرت الخماسي) إذ يعد أكثر الطرق شيوعاً في بناء المقاييس . وتوزيعه على عينة من تربيسيات جامعة بغداد من (٢٧) كلية ومعهداً ومركزاً في الجامعة أذ تم اختيار عينة عشوائية منتظمة وحددت ب (٣٨٤) تدريسيات وتدرسية ممثلة نسبة (٥٪) من مجتمع البحث الكلي (٧٦٨١). واشتمل المقياس على ثلاثة محاور وفقاً للقضايا التي وجدتتها الباحثة مهمة وهذه المحاور هي:

١. المرأة البرلمانية والسياسة . ويشمل كل ما يتعلق بالأداء السياسي للمرأة البرلمانية.
٢. المرأة البرلمانية والمجتمع . ويشمل كل ما يتعلق بالأداء الاجتماعي للمرأة البرلمانية.
٣. المرأة البرلمانية والإعلام . ويشمل كل ما يتعلق بالأداء الإعلامي للمرأة البرلمانية.

ووفقاً لمتطلبات البحث وظفت الباحثة المنهج الوصفي الذي يعد من افضل المناهج والاكثر توظيفاً في الدراسات الاجتماعية و الاعلامية خصوصاً . والذي يشمل عدة اساليب ومن أبرزها الدراسات المسحية وهي من الاساليب الرئيسية التي توظف في بحوث الاعلام وتستخدم في هذا النوع من الدراسات أدوات البحث العلمي لجمع البيانات والمعلومات كالمقاييس والمقابلة.

ومن أهم النتائج التي توصلت لها الدراسة :

١. أن الصورة الذهنية للمرأة البرلمانية العراقية لدى تدريسي جامعة بغداد (عينة البحث) سلبية لإنعدام وجود أنشطة علاقات عامة ناجحه لدى البرلمانيات من شأنها ان تخطط لبناء صورة ذهنية إيجابية.
 ٢. سجلت الدراسة ايضاً قصوراً في الأداء العام للمرأة البرلمانية بما خلق جواً من عدم الرضا عن أدائها واسهم ذلك في بناء صورة ذهنية سلبية عنها .
 ٣. لم يتضح دور المرأة البرلمانية الفاعل في عملية التغيير في المجتمع ولم تتبنى قضية أو على الأقل الأخذ على عاتقها المطالبة بحقوق المرأة وفقاً لرأي المبحوثين .
 ٤. وأشارت الدراسة إلى أن هناك ضغوطاً تتعرض لها البرلمانيات من كتلهن السياسية في حين تم انتخاب اغليبيتهن على اسس طائفية او عشائرية إذ هي بذلك اسيرة لأيديولوجية القائمة التي رشحتها .
 ٥. ضعف اهتمام البرلمانيات بالجانب الإعلامي للاتصال بالجمهور لكسب ثقتهم وتأييدهم للحصول على دعمهم في الانتخابات المقبلة .
- وبذلك توصي الباحثة بأن المجتمع العراقي بحاجة إلى ثورة تتبنى ثقافة العدالة والمساواة لتترجم إلى قوانين وأعراف لرفع الظلم الذي لحق ويلحق بالمرأة العراقية . وهذا لم يتم إلا إذا أدرك كل من الرجل والمرأة أن كلا منهما يكمل الآخر لتشكيل جماعة ضغط سياسية ومجتمعية لإحداث تغييرات جذرية في مفاصل الحياة للقضاء على الصورة النمطية للمرأة تقوم بها البرلمانيات ومنظمات المجتمع المدني ووسائل الإعلام والحكومة العراقية والبرلمان العراقي .

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
