

## صحافة المدونات الإلكترونية على الإنترنت عرض وتحليل

أ.د. زكي حسين الوردی

كلية الاعلام - جامعة بغداد

### المقدمة

الإنترنت ، شبكة الشبكات ، ووسيلة الوسائل في عالم الاتصال والمعلومات ، قد أثرت تأثيراً بالغاً في كل جوانب دورة المعلومات حتى قلبت الأمور رأساً على عقب ، وحتى قيل أنه يمكن اليوم الفصل بين عالمين : عالم ما قبل الإنترنت وعالم ما بعدها . ولعل من أبرز معطيات الإنترنت في عالم المعلومات والصحافة هو النشر الإلكتروني والذي تأتي المدونات كأحد أشكاله . والمدونات التي بدأت بداية بطيئة على شكل يوميات شخصية تطورت وانتشرت على الإنترنت بسرعة فائقة وأصبح لها عالمها الخاص ، عالم المدونات ، وأخذت تشق طريقها في عالم الصحافة إلى الدرجة التي أصبحت عليها تنافس الصحافة التقليدية (إذاعة ، راديو ، صحف) وأصبح لها مجتمعها من المدونين (أصحاب المدونات) وكتّابها وقرأؤها **K**

ومن وجهة نظر علم اجتماع الإنترنت ينظر إلى المدونات باعتبارها وسيلة للتعبير والتواصل والدعاية والإعلان للمؤسسات والأفراد . ومن جانب آخر ، يُنظر إلى المدونات بوصفها أحد أساليب المشابكة الاجتماعية التي يمكن أن تدفع أصحابها وروادها للانخراط والتكيف مع تقنيات إدارة المحتوى لأجل تلبية احتياجاتهم الخاصة بتطوير مجتمع افتراضي ينبض بالحياة والنشاط (1).

ومن هنا يأتي هذا البحث لتناول موضوع المدونات الإلكترونية على الإنترنت وذلك لقلّة، بل ندرة الكتابات العربية عن المدونات ، وقلّة عدد المدونات العربية على الإنترنت . ويعتقد الباحث أن هذا الحال يعود إلى عدم انتشار ثقافة المدونات الإلكترونية في البلدان العربية مما أدى إلى الجهل بالمدونات ووجودها على الإنترنت ، وكيفية إنشائها وإدارتها وديمومتها والإفادة منها **K** إن أهمية هذا البحث تتجسد في كونه إسهاماً في نشر ثقافة المدونات الإلكترونية ، والتي - أي ثقافة المدونات - ستؤدي بدورها إلى انتشار المدونات على الإنترنت وبالتالي توفير فرص كبيرة أمام من يبحث عن الخبر الصحفي أو الرأي الحر أو ما يقع من أحداث من خلال وجهة نظر محايدة ، غير متأثرة بضغط سياسية أو اجتماعية أو رقابة حكومية والتي غالباً ما

تتعرض لها الصحافة التقليدية وتتأثر بها . كما أن انتشار المدونات العربية على الإنترنت سيفتح المجال أمام التعبير الحر عن الرأي دون أي تأثير أو اجتهاد يمكن أن يمارس في الصحافة التقليدية . استخدم

العدد

3

11

البحث الاعلامي

حزيران ٢٠٠٧

الباحث في إجراء هذا البحث المنهج الوصفي القائم على وصف وتحليل المدونات الإلكترونية على الإنترنت ، بالإضافة إلى الملاحظات التي تم الحصول عليها من أدبيات الموضوع المنشورة ، ومن زيارة العديد من مواقع المدونات الإلكترونية على الإنترنت - العربية والأجنبية وتصفحها .

المدونات : ماهيتها ، نشأتها وتطورها

ما هي المدونات ؟

المدونات ومفرداتها مدونة لعنكبوتية المكتوبة بأسلوب صحفي ومرتبطة زمنياً من الأحدث إلى الأقدم تصاحبها آلية لأرشفة المدخلات القديمة ويكون لكل مدخل منها عنوان إلكتروني دائم لا يتغير منذ لحظة نشره على الشبكة . والمدونة بالإنكليزية (**Blog**) مأخوذة اختصاراً من كلمة (**weblog**) ومنها (**blogging**) أي (**bloggers**) (**blogosphere**) لم تراعها من ث خلال محركات البحث أو كشافات التدوين (**blog indexes**) والمدونة هي أقرب ما تكون إلى الصحيفة الإلكترونية مع الفارق بأن المواد المنشورة في المدونات توضع في ترتيب زمني تصاعدي بحيث تكون المعلومات الأكثر حداثة هي أولى المعلومات التي يطالعها المستفيد .

النشأة والتطور

بدأت المدونات على شكل يوميات منذ عام ١٩٩٦ حيث يقوم الأشخاص بالكتابة عن حياتهم واهتماماتهم الشخصية (٢) ، وفي عام ١٩٩٩ وما بعده انتشرت المدونات واشتهرت بصورة واسعة . وتطورت آليات التدوين وإنشاء المدونات بظهور خدمات التدوين التي تستضيف المدونات مثل (**Dreamhost**) وظهور برامج إنشاء المدونات مثل (**Live Journal, Word Press**) وبهذه التطورات أصبح باستطاعة المدونين استخدام آليات البحث التي تربطهم مع آخرين لهم نفس الاهتمامات . وبعد بداية بطيئة ، انتشر التدوين على الإنترنت بسرعة كبيرة ، فمثلاً أن الموقع (**Xanga**) الذي أنشئ عام ١٩٩٦ وصل عدد التدوينات فيه إلى مائة تدوينة في عام ١٩٩٧ ، إلا أنها وصلت إلى عشرين مليون تدوينة في عام ٢٠٠٥ . وفي سنة ٢٠٠١ ، أصبحت المدونات ظاهرة وازدادت أهمية مجتمع التدوين بسرعة وبدأت مدارس الصحافة المعروفة في الولايات المتحدة الأمريكية ، بإجراء البحوث والدراسات في التدوين وفنونه وتقنياته ، وملاحظة الفرق بين الصحافة والمدونات . في عام ٢٠٠٢ ، أصبحت المدونات وسيلة معتمدة لنشر الأخبار ، ومصدر للأخبار يستخدمها السياسة ومرشحو الانتخابات للتعبير عن الآراء حول قضايا عديدة ذات مساس بحياة الناس . كما استخدمت المدونات وسيلة للدعاية التجارية **K**

وفي ٢٠٠٣ ، ذاع صيت المدونات إذ انتشرت المواقع الشخصية التي يتحدث فيها أصحابها عن تجاربهم الشخصية وآرائهم في مختلف الموضوعات ، وأحياناً في موضوع متخصص واحد . وأخذت

المدونات منحى جديداً عندما بدأت بتزويد الجمهور بتعليقات سريعة على الأحداث المتلفزة مكونة بذلك ما يسمى بـ (التدوين الحي) الذي يشبه نمط النقل التلفزيوني الحي للأحداث والأخبار . في سنة ٢٠٠٤ ، دخلت كلمة (blog) في قاموس Webster وأصبحت من مفردات اللغة الإنكليزية ، وأصبحت المدونات ظاهرة عامة بانضمام العديد من مستخدمي الإنترنت إلى صفوف المدونين وقرائه . وأصبح عام ٢٠٠٥ عام المدونات عندما خصصت صحيفة الكارديان البريطانية الصفحة الثانية منها لنشر يوميات عن المدونات ، وفي عام ٢٠٠٦ ، أنشأت هيئة الإذاعة البريطانية الـ (BBC) مدونات لمحريها (٣).

وبعد انتشارها وشهرتها الواسعة أصبحت المدونات توصف بأنها ثاني ثورة في الإنترنت بعد البريد الإلكتروني . ولعل من أسباب شهرتها وسرعة انتشارها تميزها بالتفاعلية، والوصول المباشر إليها من قبل المستفيدين منها ، وتشكيل المجموعات الإلكترونية ، وساحات الحوار والمنتديات الثقافية بين محريها وقرائها ، وذلك بصورة أكثر فعالية من غيرها من وسائل الاتصال الأخرى كالبريد الإلكتروني . هذا فضلاً عن توفر سجل أرشيفي للمواد المتاحة فيها يتم الوصول إليه بصورة أكثر سهولة ويسر من غيره من الأساليب . كما أنها تتيح للقارئ القدرة على التعليق والمداخلة على الأخبار والمواد المنشورة على المدونات سلباً أم إيجاباً دون عوائق للحد من حرية التعبير عن الرأي مع ثقة القارئ بأن تعليقه أو مداخلته سوف تُنشر بالكامل دون أي تحريف أو حذف ، وإن بإمكان جميع زوار موقع المدونات الإطلاع على ما يقوله (٤).

لقد أثبتت المدونات وجودها وجودها كإحدى الخدمات الحديثة على الإنترنت لسهولة إنشائها ونشرها وتحديثها ، فضلاً عن إتاحتها لفرص التفاعل مع معديها وقرائها في كل مادة من المواد المنشورة بها . ومن وجهة نظر المدونين ، فإن المدونات تنشأ لأجل النشر المهني أو الشخصي أو لمجرد توفير المعلومات . أما من وجهة نظر المستفيدين منها ، فإنه تتم الاستفادة من المدونات لأجل سد الحاجات الشخصية أو المهنية . وتتنوع موضوعات المدونات بين المجالات السياسية والعسكرية والإعلامية والأدبية والتكنولوجية ... الخ . كما أنها قد تركز على موضوعات دقيقة للغاية تصل إلى الخياطة والطبخ وإصلاح السيارات (٥).

لقد أثارت المدونات تساؤلات عدة حول جدية هذه الظاهرة وتأثيراتها المستقبلية على وسائل الإعلام وبالتحديد على مستقبل الصحافة الورقية . وإزاء ذلك ، قام العديد من الصحف الورقية بإنشاء مواقع إلكترونية لها لضمان عدم تسرب قرائها وحفاظاً على مستوى العوائد المالية للإعلانات التي تشكل مورداً كبيراً للصحافة الورقية (٦).

#### إنشاء المدونات

إن سهولة إتاحة برمجيات التدوين ، ومن ثم إنشاء المدونات والبحث فيها قد أحدثت ما يمكن

العدد

3

تسميته بـ (ثقافة المدونات) ثقافة جديدة جمعت الآلاف من مؤلفي المدونات وقرائها معاً . تسمح هذه

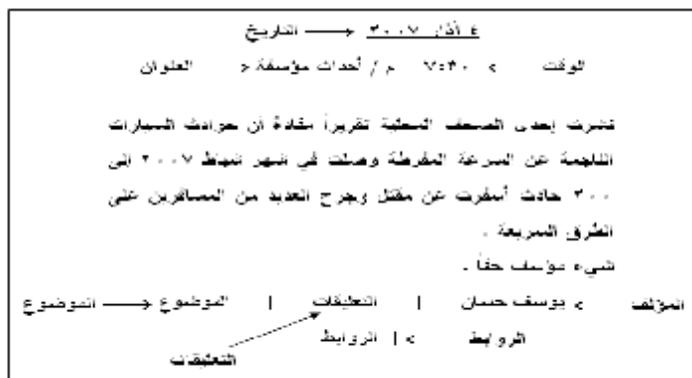
البرمجيات (Blogging Software) بإنشاء المدونات دون الحاجة إلى الإلمام الكبير بلغة تهيئة

13

البحث الإعلامي

حزيران ٢٠٠٧





(تموتج تدوينة)

ومن الجدير بالذكر ان محتوى الموضوعات المطروحة في المدونات يكون مستقلاً عن النقاش والتعليقات عليها . ويتم تحديث المدونات بشكل متواصل أسبوعياً أو يومياً أو حتى عدة مرات في اليوم الواحد في بعض الأحيان ، وأن معظم التدوينات يتم عرضها بالشهر أو الأسبوع الجاري إلى جانب المواد الأقدم التي تمت أرشفتها في المدونة لأجل تصفحها أو البحث فيها عند الحاجة **K**

أنواع وخصائص المدونات والبحث في **Web** للمدونات أنواع عديدة وكل نوع يختلف عن غيره في الطريقة التي تكتب بها المدونات أو تقدم بها:

- 1- حسب نوع الوساطة : المدونات التي تشتمل على الفيديو تسمى مدونات فيديو ، والتي تشتمل على روابط تسمى مدونات مترابطة والتي تشتمل على صور تسمى مدونات صور
- 2- حسب الطريقة : يمكن معرفة نوع المدونات بواسطة الطريقة التي كتبت بها ، فالمدونات التي تكتب عن طريق الموبايل تسمى (**Moblog**) .
- 3- حسب الموضوع الذي تغطيه المدونات **K**
- 4- مدونات خاصة أو تجارية **K**

وفي عالم المدونات نجد مدونات للأخبار ، ومدونات للتكنولوجيا ، ومدونات للفضاء ، ومدونات للموسيقى ، ومدونات للأفلام ، وأخرى للأدب ، وغيرها للفنون ، وللصحافة ، وللإعلام ، وللخياطة ، والصيد وعشرات بل مئات من الموضوعات والاهتمامات ، بحيث أن الشخص ومهما تكن اهتماماته فإنه سيجد مدونات لها على الويب ، فقد أصبح للمدونات عالم واسع **K**

والمدونة الناجحة لا بد أن تتوفر فيها الخصائص الآتية

- 1- عدم كتابة موضوعات طويلة أو مفصلة في كل تدوينة **K**
- 2- كتابة الموضوعات بصورة موجزة ومركزة على شكل فقرات قصيرة **K**
- 3- التحديث المستمر للمدونات بحيث لا يمر أسبوع واحد إلا وهناك تدوينة جديدة مضافة **K**

- 4- تفعيل خاصية التعليقات على التدوينة ، وعدم غلقها أمام الزائرين
- 5- إمكانية تصنيف التدوينات وفقاً لتقسيمات موضوعية تظهر على واجهة المدونة.
- 6- إمكانية الإشارة إلى الرابط لمجموعة من المواقع ذات الصلة بموضوع المدونة
- 7- إمكانية الإشارة إلى العنوان الإلكتروني للصفحة الخاصة بصاحب المدونة (٩).

وللبحث عن المدونات فهناك دليل بناشري المدونات ([www.directory-google.com](http://www.directory-google.com)) وفيه قائمة لخدمات استضافة المدونات . أما من حيث البحث في المدونات فيمكن الاستعانة بكشاف المدونات [www.blogdex.net](http://www.blogdex.net) وفي البيئية الإلكترونية العربية يوجد دليل مدونات هو [www.mdwnat.com](http://www.mdwnat.com) وآخر [www.tadwen.com](http://www.tadwen.com) ولمتابعة الأخبار والمعلومات ذات الصلة بالمدونين العرب بصورة عامة ، يمكن زيارة موقع ملتقى المدونين العرب ([www.arabiskblog.com](http://www.arabiskblog.com)) .  
أما آليات البحث عن المدونات فأهمها هي:

#### Technorati - Feedster - Blogdigger .

#### الدور الإعلامي للمدونات

وفيما يتصل بالإعلام ، يرى البعض أن المدونات بدأت تحدث أثراً في الحياة العامة للمجتمعات على عدة أصعدة سياسية واجتماعية وثقافية وإعلامية وذلك من خلال نشرها لتقارير حول أخطاء السياسيين ، ومن جهة أخرى بسبب اختلاف الطريقة التي يقوم بها المرسلون بكتابة تقاريرهم ، ومن ثم فإن محرري المدونات أصبحوا مؤثرين على نحو متزايد لدرجة أنه يتم النظر إليهم الآن على أنهم جزء من وسائل الإعلام الرئيسية ، وازداد من ثم حضور المدونات وباتت شكلاً إعلامياً يقف جنباً إلى جنب التلفاز والإذاعة والصحف . وفي هذا فقد طالب خبراء المدونات بمعاملة المدونين كونهم صحفيين . وفي الأعمال التجارية ، أصبحت المدونات وسيلة فعالة تستفيد منها الشركات والمؤسسات والأفراد للترويج عن منتجاتها وخدماتها وأفكارها والدعاية لها ، وبهذا تدخل المدونات عالم الدعاية والإعلان شأنها شأن وسائل الإعلام الأخرى المقروءة والمرئية والمسموعة . وفي هذا المجال أوردت صاحبة إحدى الشركات بأن المدونات كان لها التأثير الأكبر بالنسبة لها بين وسائل الإعلان التقليدية المطبوعة من التأثير على مبيعات الكتب (١٠) .

تكون المدونات وسيلة لنشر الأخبار ، أو لنقل الأحداث والخبرات والآراء والمعلومات أو الإعلانات التجارية أو تقارير لنشاطات ذات صلة بمشروع معين . وفي هذا المجال ، فهي تلتقي مع وسائل الإعلام الأخرى - الصحافة ، الراديو والتلفاز - وتكون واحدة منها .

كما يمكن أن تشمل التدوينة الواحدة على النصوص والصور ولقطات الفيديو القصيرة ،

والروابط المتعددة إلى مصادر إلكترونية أخرى على الويب ، وفي هذا تتفوق المدونات على الصحافة الاعتيادية في مجال الروابط إلى المصادر الأخرى التي لا يمكن لوسائل الإعلام الأخرى التقليدية (راديو ، تلفاز ، صحف) القيام بها.

ونظراً للدور الإعلامي الذي تقوم به المدونات ، قام الحزب الجمهوري وحزب المحافظين خلال الانتخابات الأمريكية عام ٢٠٠٤ بنشر مواد صحفية في المدونات.

إن هذا يؤشر مستوى جديداً من التأثير والمصدقية للمدونات . كما أن العديد من المدونين بدأ يراقب عمل الصحفيين التقليديين في جوانب الانحياز وعدم الدقة ونشر ذلك في المدونات (١١). وبالرغم من ذلك كله فإن المدونات لا تخلو من المشاكل التي تقود في بعض الأحيان إلى القضاء جراً نشر معلومات خاصة أو عمليات التشهير .

ففي بريطانيا ، على سبيل المثال ، أشارت إحدى المدونات إلى سياسي معين ووصفته بأنه نازي ، واستطاع ذلك السياسي أن يعرف صاحب المدونة ورفع دعوى ضده وحصل على غرامة مع مصاريف الدعوة (١٢).

## المصادر

- 1- عبد الرحمن فراج . "المدونات الإلكترونية مع إشارة خاصة إلى مدونات المكتبات والمكتبيين" ، مجلة المعلوماتية ، العدد ٤ ، ٢٠٠٦ ، ص٩-١٥ .
- 2- Conhaim, W. "Blogging - What is it ?" Lind up, 19 (3) 2002, Retrieved Dec.10, 2006, from <http://www.infotoday.com/lu/may02/conhaim.htm>
- 3- Bruemer, P.J. "The Expanding Role of Search", 2005. Retrieved Nov. 11, 2006, from [www.pandia.com](http://www.pandia.com).
- 4- وميض إحسان . "الصحف الإلكترونية تهدد عرش صاحبة الجلالة" ، مجلة تواصل ، العدد الثامن ، ٢٠٠٦ ، ص١٢-١٦ .
- 5- فضيل الأمين وسالي فرحات . "مستقبل البلوغر وصحافة المستقبل" ، مجلة هاي (أكتوبر) ، ٢٠٠٥ ، استرجعت في ٥ تشرين الثاني ٢٠٠٦ من <http://www.himag.com/articles/art8.cfm?topicid=8&id=1017>
- 6- وميض إحسان ، المصدر السابق .
- 7- Conhaim, W., op. cit.
- 8- Vogle, T.M. and Goans, D. "Developing the news with blogs", Internet Reference Quarterly. 10 (1) 2005, pp. 5-27.
- 9- Fickling, D. "Blogging, personal participation in public knowledge-building on the Web", Retrieved Jan. 2, 2007 from, [www.essex.ac.uk](http://www.essex.ac.uk)
- 10- فضيل الأمين وسالي فرحات ، المصدر السابق .
- 11- Coggins, Sheila. "What is the difference between weblogs and websites ?", Retrieved Jan. 10, 2007 from, <http://Weblogs.about.com/ics/weblogs10/f/blogvswebsites.htm>
- 12- Burns, A. and Joanne, J (eds). "Uses of Blogs", New York, Peter Long, 2006, p.6.

## العراق بين ثقافتين

### ثقافة المجتمع المدني وثقافة العنف

د. عبد جاسم الساعدي

يأخذ العنوان دلالاته الواقعية برموزها وشعاراتها وامتداداتها التاريخية في العراق ومضاعفات الأزمة العضوية التي تلمّ به على امتداد حوالي نصف قرن بخاصة بعد اجهاض ثورة الرابع عشر من تموز وإشاعة ثقافة السلاح والعنف والموت التي نعيش ذروتها في العراق.

يصلح الموضوع لدراسات نقدية تحليلية يتولاها أهل الاختصاص في مراكز البحث العلمي والاكاديمي والمؤسسات الثقافية لأنها ذات جدوى مهمة على المستوى الثقافي الاستراتيجي في العراق ومنطقة الشرق الأوسط والعالم.

إن البحث في العراق قد تراجع إلى أبعد الحدود ولم يعد فاعلاً بل يعبر عن أزمة ثقيلة في عناصرها لأنه يفتقر إلى الحرية وتوافر الشروط العلمية المناسبة في البحث.

نحاول في الصفحات التالية فتح هذا الملف وقراءة أبوابه ومضامينه السياسية والاجتماعية والمذهبية كذلك، بالاستفادة من مراجع التأليف العراقية وكتب "المذكرات" والشهادات التاريخية لأسماء إما لأنها فاقت من غيوبتها وشعرت بتقل المسؤولية وكأنها تبحث عن كلمة تخفف عنها وزر الأعباء التي حملتها في مواقع الحزب أو الدولة، أو لأن البعض منها كان يجد حريته في نشر آرائه المخطوطة بعد مماته!

وتظن في كل الأحوال نقطة ضوء ايجابية في نقد الذات والتجربة من أجل إعادة بناء الإنسان والمجتمع على أسس جديدة بعيداً عن تلك المخالب السوداء التي ما انفكت تنهش بالعراق والعراقيين وتعبث بشعارات طواها الزمن.

تعترض الباحث في الملف السياسي في العراق ظروف نشأة الدولة العراقية وقيام المؤسسة العسكرية بالتكوينات "القومية" التي احتوتها وصارت قاعدة دائمة لها في النزاعات والاستحواذ على العراق كله واستخدامها في حل الصراعات والخلافات بين القادة العسكريين وقمع حركات الاحتجاج والتمرد والانتفاضات الشعبية وظهور النزعة "الانقلابية" والتكتلات والعلاقات الشخصية و"المناطقية" ويمكن أن يكون العنصر "الطائفي" قد لعب دوراً مؤثراً في احتواء المؤسسة العسكرية والهيمنة عليها، بزجها في الصراعات السياسية ومسك زمام الأمور بيد تلك القيادات "القومية". فالبيئة الثقافية لاولئك الضباط القوميين كانت محدودة في إطار مناصبهم الوظيفية من خلال الثقافة العسكرية التي حصلوا عليها في مراتبهم العليا في

الجيش العراقي وكذلك الدولة العثمانية أو من خلال انتماءاتهم الاجتماعية لعوائل "اقطاعية" وعشائرية، كانت لها امتيازات خاصة لدى بريطانيا باعتبارها إحدى الدعائم الأولى والمهمة للاحتلال والنظام الملكي في العراق منذ نشأته وحتى اسقاطه في ثورة تموز الوطنية العام ١٩٥٨.

ظهر الجيش العراقي في السادس من كانون الثاني العام ١٩٢١ ببغداد قدره (٢٠٠٠) رجل. اعتمدت النشأة الأولى للجيش العراقي على ضباط سابقين في الجيش العثماني وعلى المدرسة البريطانية في الاسلوب والتنظيم والتدريب والتجهيز.

وقدمت الحكومة البريطانية استثناءات خاصة في الانتماء للكلية العسكرية "لأبناء رؤساء العشائر الاقطاعيين الموالين للحكم من شروط الحصول على الشهادة المدرسية... إذ خصصت ما يقارب ٢٥% من مجموع الضباط إلى أبناء رؤساء العشائر....".

فالمؤسسة العسكرية في العراق بكبار قادتها كانت ذات بنية فكرية محدودة، عرفت بالاضطراب والتردد والعزلة عن جماهير الشعب، حاكت حولها معاني وشعارات في الوطنية والوحدة العربية والتحرر من الاستعمار والاحتلال، إلا أنها كانت تمارس سياسة الاضطهاد المباشر على حركات الاحتجاج والتمرد كما حدث في قمع انتفاضة حركة الشيخ محمود الحفيد العام ١٩١٩ والانتفاضة البرزانية العام ١٩٣٢، إذ شاركت القوة الجوية البريطانية باخماد حركات العشائر في ١٣٠ مرة ومناسبة...

واستخدم الجنرال "ياسين الهاشمي" الجيش لأغراضه الشخصية في محاصرة خصومه واحراجهم، كما فعل في اثاره الاضطرابات على حكومة "حكمت سليمان" بالاتفاق مع بعض رؤساء عشائر الوسط والجنوب مثل: محسن أبو طيبيخ وعلوان الياسري وعبد الواحد الحاج سكر، وقمع انتفاضات أخرى وقاد الجنرال "بكر صدقي" حملته العسكرية المعروفة على الانتفاضة "الأشورية" العام ١٩٣٣.

إن المعطيات التاريخية والأبعاد النقدية بعيداً عن الشعارات الزائفة التي روجتها المؤسسة العسكرية وصارت جزءاً من بضاعتها في الوطنية والقومية لا تخرج عن نزعة استئصال الآخر بالصفة "الانقلابية" التي توارثتها من جيل إلى جيل حتى إذا أخذت شكلاً تنظيمياً في حزب أو كتلة أو جماعة، فإنها تشكل القاعدة الرئيسية المهمة في حياتهم السياسية والحزبية، ولم تكن الحياة المدنية والاشكال الاجتماعية سوى وسيلة لعبورهم إلى صفة "الانقلاب" العسكري والغاء الآخر، كما فعل "ياسين الهاشمي" مرات عدة منها خلال وزارته العام ١٩٣٥ باستخدام حزبه السياسي "الاخاء" لاستدراج عدد من "موظفي الحكومة ورؤساء العشائر (واتباعهم المسلحين) وبعض قادة رجال الدين من أجل تعزيز قيادته وسلطته الشخصية والسير أكثر وأكثر باتجاه التسلط والدكتاتورية" (١). لهذا لا تجد عند هؤلاء الضباط القوميين رؤية واضحة أو فكراً يمكن أن نجد صداه

بين العراقيين، لأنهم كانوا عرضة للاحتواء والصراعات الدولية، سواء تلك التي حدثت بعد الحرب العالمية الأولى أو الحرب العالمية الثانية فتارة نجدهم مع رجال الاحتلال الأول "توري السعيد" وتارة

مع "ياسين الهاشمي" المعروف بعدائه لحركات الاحتجاج السياسية والاجتماعية والأشكال التنظيمية في الحركة العمالية وثالثة مع "رشيد عالي الكيلاني" ودول "المحور"، بحثاً عن مظلة ونفوذ مع الدول الكبرى... "كان أولئك الضباط من ذوي الأفكار القومية وقد تعاطف معهم عدد من الضباط الذين خدموا في الجيش العثماني خلال السنوات الأخيرة من الحرب أبرزهم: صلاح الدين الصباغ وفهمي سعيد وعبد الرزاق حسين ومحمود الدرة وعبد المجيد الهاشمي وأكرم مشتاق. ربط هؤلاء مصيرهم في بداية تكوينهم... ببعض السياسيين القدامى الذين عرفوا باتجاهاتهم القومية أمثال: ياسين الهاشمي ونوري السعيد ورسيد عالي الكيلاني... (٢). فالنيت الطيبة لدى بعض القيادات العسكرية "القومية" لم تكن كافية لتكوين فضاء شعبي ورؤية قومية، للتحرر من هيمنة الاستعمار والاحتلال والنفوذ الأجنبي، لأنها كانت محدودة الآفاق ضيقة في أبعادها، تميل إلى الاعتكاف والانحسار خاصة إذا علمنا أن البنية الاجتماعية لعدد كبير من القيادات العسكرية كانت تنتمي لفئات "اروستقراطية" حظيت بامتيازات استثنائية على مستوى الأفراد والعشيرة من "بركات" الحكومة البريطانية وأوتها في العراق فيكفي أن تعلم ماذا كانت تعني العوائل والقبائل التالية "الهاشمي والعمرى والباجه جي والكيلاني والنجيب والمدفعي والأيوبي...". بما تملكه من أملاك وأراضٍ اقتطعتها الحكومة البريطانية لترضية رؤساء العشائر والقبائل لمؤازرة الاحتلال ودعمه وقدمت استثناءات لأبنائهم في الوظائف الادارية العليا والمراتب العسكرية. أرادوا أن يضيفوا عليها سمة دينية وتشريعية للاستحواذ والهيمنة على الأرض والبشر بقولهم: "انها هبة من الله أنعم عليهم بها فلا يجوز للحكومة وقانون الاصلاح الزراعي تقسيمها بين المستحقين من الفلاحين". ....

...إن درجة تركيز الملكية الزراعية في العراق، تكاد تكون فريدة من نوعها في العالم. فإن ١% من سكان الريف يستحوذون على ثلاثة ارباع الأراضي. فحسب الاحصاء العام لسنة ١٩٥٧، بلغ سكان الريف ٤,١٠٠,٠٠٠ نسمة.

إن ١٠٤ ملاكين يملك كل منهم ٢٠ ألف مشاركة فما فوق بعضهم يملك أكثر من مليون مشاركة أي ما يعادل ربع مساحة لبنان الكلية (٣). وأن إحصاءات رسمية تقول: "إن اثنين من كبار الملاك يستحوذون على ٦٩ في المئة من مساحة الأراضي الصالحة للزراعة"...

فمفاهيم القومية العربية في العراق بشعاراتها "الوحدوية" بقيت لعقود طويلة "هلامية" فارغة من أي محتوى شعبي أو مضامين اجتماعية أو فكرية وغير قابلة للحوار والمناقشات وكأنها اكتسبت صفة "القداسة" والعقيدة، لكونها دخلت مع بعض الضباط القوميين بعد تأسيس الدولة العراقية بما لا تتوافر لها سمة ثقافية يمكن

استيعاب دلالاتها وأهدافها وامكانات تحقيقها على المستوى العملي والشعبي. فكانت حمالة "أوجه" عدة تبعاً للصراعات الدولية ونفوذها في العراق ومنطقة الشرق والمصالح الشخصية والحزبية...

ويلاحظ الباحث ارتباط تلك المفاهيم "العربية" و"الوحدوية" بالمؤسسة العسكرية "الفوقية"

وبشعارات سياسية ظلت تلازمها بما يؤكد تاريخياً وثقافياً تعارضها الحاد والمنظم مع أي بعد ديمقراطي يسعى إلى التنظيم الاجتماعي وبناء مؤسسات مدنية لاقامة نظام اجتماعي متوازن يحقق للجماهير حضورها وحريتها ويوفر لها فرص التعبير عن ذاتها في مجالات العمل والتعليم والحياة المتعددة الأوجه، من دون قهر أو خوف أو اضطهاد اجتماعي وطبقي.

يقول خدوري: "إن أفكار الشعبوية لم تشق طريقها كما يجب، وذلك يعود بصورة رئيسة إلى معارضة السياسيين الكبار والدعاية المضادة من قبل القوميين الذين أعلنوا بعنف أن الشعبوية ليست سوى شيوعية تحمل اسماً مختلفاً، ولهذا فإنها مناقضة للتقاليد القومية العربية وموجهة نحو تهديم تعاليم الاسلام... (٤). ويختزل الباحث "التميمي" عناصر العدا للشيوعية والأفكار الإصلاحية بقوله: "واصل القوميون العرب وبعض ملاكي الأراضي ومعظم ضباط الجيش عداؤهم لجماعة الإصلاح الشعبي تحت شعار مناهضة الشيوعية... (٥). يلخص "محمد مهدي كبة" رئيس حزب "الاستقلال"، أصبح عضو مجلس السيادة بعد ثورة ١٤ تموز ١٩٥٨، رؤية حزبه الفكرية والثقافية وموقف حركتهم القومية من الشيوعية والاشتراكية بقوله: علينا أن نفرق بينها وبين الاشتراكية أو الوطنية التي لا تتعارض مبادئها وطبيعتها حركتنا القومية... تتفق والمبادئ القومية القائمة على فكرة العشيرة التي يتكافأ أفرادها في النسب ويتساوون في الحقوق والواجبات... أما المبادئ الشيوعية والاشتراكية العالمية، وهي والمبادئ القومية على طرفي نقيض أو قل هما ضدان لا يجتمعان على صعيد واحد في أية ناحية من النواحي الاجتماعية والسياسية والاقتصادية وغيرها...".

فمن المؤسسة العسكرية والبناءات السياسية التي استطلت بها بدأت المواجهة بين ثقافتين اثنتين، واحدة تشتغل على شعارات "عاطفية" خذلتها اصلاً وتكررت لها حينما توافرت لها فرصة استلام السلطة، كما حدث العام ١٩٦٣ والعام ١٩٦٨، ووضعتها جانباً لتؤسس "دكتاتوريتها" ومصالح أفرادها، سنتحدث عن الموضوع في صفحات قادمة...

ومن العلامات المفيدة في هذا السياق الامتدادات التاريخية والفكرية والسياسية بين حزب "الاستقلال" وحزب "البعث" في العراق من جهة و"المؤسسة العسكرية" من جهة أخرى التي تقدم نموذجاً لا مناص منه لقراءة واقع العراق ومضاعفات أزمامته السياسية والثقافية في الصراعات التي أكدت "النزعة الانقلابية" لتلك الأطراف والعداء المستحكم للديمقراطية وحقوق الإنسان وبناء مؤسسات المجتمع المدني، وكما لاحظنا سابقاً موقف حزب "الاستقلال" السلبي من إضراب عمال النفط في كورباغي العام ١٩٤٦ ومن الاتجاهات والأفكار السياسية الأخرى ومن المفيد أيضاً الاستشهاد برأي أحد القياديين في حركة القوميين العرب النقابي الراحل "هاشم علي محسن" إذ يقول بشأن حزب الاستقلال ومواقفه من الحركة العمالية والحريات المدنية والاجتماعية: "لقد

كان منهاج الحزب حافلاً في المطالب القومية والتحررية الوطنية، إلا أنه لم يشر لا من بعيد ولا من قريب للحريات النقابية وحق العمال في تأليف النقابات. ترجم الحزب هذا الصمت بالعزلة التامة التي

ظل يعيشها بالنسبة لحركة النقابات العمالية طوال تصديه لقيادة حركة النضال القومي في العراق. ولم ينحصر افعال الحزب للطبقة العاملة وحققها في ممارسة الحريات النقابية في مناهجه فحسب، بل أنّ نشاط العمال النقابي لم ينعكس حتى على صحافة الحزب، ولو قدر له أن يحكم لما وقف عند حدّ رفض السماح بقيام النقابات، بل لحارب العمال تحت ذريعة اتهامهم بالشيوعية... إنّ أبرز ظاهرة رافقت نشوء الحركة القومية في العراق هو انغلاقها على نفسها وعزلتها عن جماهير العمال وحركتهم النقابية... (٦) تقودنا الصفحات السابقة عن الائتلافات الفكرية والثقافية والعلاقات المتشابهة والحميمة بين قادة المؤسسة العسكرية والتيارات القومية على اختلافها والاقطاعيين وبعض رجال الدين وممن قوّضت الثورة مصالحهم والارتباطات بالدول الكبرى وبذات النفوذ والدول الاقليمية والعربية المجاورة، بأنها كانت وراء الانقراض على الثورة منذ ساعة اعلانها. لكنّ الذي يهمننا في هذا الباب قراءة أبعاد العنف الذي أفرزته "المؤسسة العسكرية" بطابعها القومي والصراعات التي نخرت جسم المؤسسة وحولته إلى اشلاء خاوية، هيمنت على جزء كبير منها مصالحها الذاتية فصارت تبحث عن كتلة أو جماعة أو "خلاص" كانوا يسمونه قومياً بانقلاب عسكري أو عمل تحريري أو دعوة علنية للتدخل الأجنبي والاقليمي وبالذات "العربي" الذي كان رابضاً خلف الحدود مع "الجمهورية العربية المتحدة" يغذي عناصر الفتنة والانقسامات وإلغاء الآخر بالقوة.

فالمؤسسة العسكرية التي تحولت إلى مجموعات من "الضباط الأحرار" قبيل إندلاع ثورة تموز الوطنية العام ١٩٥٨، كانت تفتقر إلى المبادئ الأولية في الحوار والنقاش والمشورة وتبادل الرأي في وضع برنامج وطني يجيب على الأسئلة الملحة والمتوقعة وكان من أهمها سؤال "الوحدة العربية" الذي أشعل العراق لهيباً من دون جدوى وحوله إلى ساحة بشعة للانقسامات والاعتقالات، الأمر الذي شكل أحد عناصر "العنف" التاريخية في العراق.

يبدو أنّ تشكيلة الضباط الأحرار كانت متحمسة على اسقاط النظام الملكي وإقامة النظام الجمهوري من دون تفصيلات وموانيق عهد والتزامات... انهم كانوا مهتمين بالسبل والوسائل الكفيلة بتحقيق الثورة أكثر من اهتمامهم بأهدافها وأغراضها، حتى أنهم لم يضعوا مخططاً متكاملًا يعنى بشؤون استراتيجية الثورة أو تعيين ساعة الصفر لها. ومن أقدم المخططات التي وضعت للبدء بالثورة، كان المخطط الذي وضعه عبد الكريم قاسم عندما كان في الأردن، ولعلّ ذلك كان بالتعاون مع عبد السلام عارف... (٧). إنّ غالبية الضباط "الأحرار" كانوا محافظين، فهم أقرب إلى الولاءات القومية و"العروبية" المحافظة، لا يؤيدون السياسة الحديثة ذات السمة الثورية في الإصلاحات الاجتماعية والثقافية منها الإصلاح الزراعي وتوزيع الأراضي على مستحقيها من الفلاحين وتأميم صناعة النفط، وسنجدهم بعد الثورة مباشرة يواجهون أزمات ويصطدمون بوقائع جديدة أفرزتها الثورة بعد سني الخوف والاضطهاد والقهر الاجتماعي.

لقد هالهم أن يجدوا جماهير العراق كلها وبصورة تلقائية تعبر عن نفسها في التنظيم والحركة

والحضور والمبادرات الشعبية والمشاركة في حماية الثورة والدفاع عن انجازاتها، فقدوا عنصر الاستتار والهيمنة ومواقع اصدار القرار السياسي، شعروا بأن تلك الجماهير تهدد مصالحهم وتزحف لإحتلال الشارع بحرية، انتفضت لإعادة سماتها الإنسانية بعد أن كانت أداة للسخرية والاستخدام المهين، تعاني طوال حياتها كلها من العوز والاضطهاد الاجتماعي، خرجت من الكهوف المظلمة وبيوت الطين الواطئة تقف على "السدة الشرقية"، وتشرف على بغداد الثورة والحلم والحرية لتشارك العراقيين فرحتهم في بزوغ فجر الخلاص من الاحتلال والاستعمار وقيوده الاجتماعية الجائرة... فكان الصدام يعبر عن نفسه بقوة بعد وقوف الجماهير بقامتها وحريتها تطالب بحقوقها، أنه عنصر جديد أضافته الثورة إلى بنيتها وتركيبها الاجتماعية فظهرت علامات المماحكات بين ثقافتين اثنتين، ثقافة "المؤسسة العسكرية"، ذات المنابت القومية والأصول الاجتماعية المحافظة التي لم تغادر فضاءاتها الضيقة وشعاراتها "القومية" ولم تحمل مشروعا اجتماعيا يلبي طموح الغالبية من المقهورين والمضطهدين يحقق كرامتهم الاجتماعية ويعيد اليهم اعتباراتهم الإنسانية، كما أنهم لم يقدموا مشروعا وطنيا يعالج الأزمات ومضاعفات الاحتلال ويسهموا ببناء اقتصاد وطني واستراتيجية لآفاق العراق وتقدمه وعلاقاته بمحيطه والبلدان العربية والعالم. كانوا مع الأسف "يتفافزون" بتوتر وعاطفية في شعارات "الوحدة الفورية" لا صلة لها بواقع العراق وأزماته وكيفية النهوض به.

كان هذا الاتجاه أشد خطراً على العراق وترك مضاعفات على النسيج الاجتماعي والوطني لكونه يتناغم مع مصالح الاقطاعيين وفئات من البرجوازية والمنتفعين من العهد الملكي. ولجأ الاتجاه القومي في العراق إلى سياسة العنف والمواجهة في وقت مبكر من قيام الثورة، بعد أن شعر بالانحسار والتراجع، أمام مدّ شعبي، اكتسح حال الجمود والسكون والانغلاق فكان التصدي للتظاهرات الجماهيرية السلمية في بغداد وتقريبها بقوة "السلاح" احدى أهم ركائز ثقافة العنف التي صحبتها حملات الاغتيالات والاعتداءات والتهديد واقتحام التجمعات الشعبية، وكانت محاولة اغتيال "عبد الكريم قاسم" في (رأس القرية) في شارع الرشيد في تشرين الثاني/ اكتوبر العام ١٩٥٩، علامة على دخول قيادة "حزب البعث" في نفق التأمير على الثورة باعتباره شكل دائرة الاستجابة غير المشروطة لجميع الفئات والجماعات و"طوابير" اعداء الثورة، وحمل لواء "الاغتيال والسلاح والتصفيات الجسدية" وإمكان التعاون مع أطراف أجنبية وعربية وبخاصة "مصر" عبد الناصر تحت شعار "الوحدة الفورية"، من جهة أخرى توالى يوماً بعد آخر تحقيق انجازات شعبية ذات سمات استراتيجية في تشريع قوانين جديدة منها: اصدار الدستور المؤقت وقانون العمل وقانون الأحوال الشخصية وقانون الإصلاح الزراعي وقانون الأحزاب والمطبوعات وقانون النفط رقم (٨٠) والاشتغال على استكمال سيادة العراق واستقلاله من الناحية الاقتصادية

والسياسية والخروج من نفوذ الدول الكبرى. أشاد "كامل الجادرجي" بالمكاسب التي حققتها الثورة بخاصة فيما يتعلق بقانون الإصلاح الزراعي الذي وصفه، بأنه ثورة، أزلت عهداً اقطاعياً، كان وجوده من أهم الأسباب التي أعاققت التطور الاجتماعي والاقتصادي في العراق وإلغاء حلف بغداد وانتهاج

سياسة الحياد وقبول مبدأ التصنيع في القطاع العام" كامل الجادرجي ودوره في السياسة العراقية. (٨). وانفتحت آفاق التعليم للعراقيين جميعاً سواء في داخل العراق وخارجه، فبدأت نهضة تعليمية وثقافية وفنية وعلمية كانت لها تأثيرات مهمة في منطقة الشرق الأوسط والبلدان العربية والعالم.

وأصبح العراق يزخر بتلك الطاقات والامكانيات العلمية والثقافية والاقتصادية، وصار نموذجاً تخشاه حكومات البلدان المجاورة، لكنه في الوقت نفسه كانت له امتدادات ثقافية مع الأدباء والكتاب والفنانين والتقدميين في تلك المجتمعات...

ومما له أهمية في هذا الشأن، أن ثقافة الكلمة والمجتمع المدني والحوار وثقافة الابداع والفن والكتابة كانت ذات أساغ حيوية وإنسانية ممتلئة بالعلاقات والانفتاح على الثقافات العراقية على تنوعها واستفادتها من غنى تراثها، وثقافات المحيط والعالم، فأرست دعائم المحبة والتألف الإنساني وشجعت الناس على القراءة والحوار وخلق منتديات ثقافية وفكرية كانت لها امتداداتها بالمفكرين والمثقفين الأوائل في بدايات القرن العشرين وبقيت ذات جذوة وحضور في المستويات العلمية والأكاديمية والاقتصادية والفكرية، تمد العراق بنبض الحياة والسمو على الأشكال الأخرى من ثقافة الكراهية واستئصال الآخر.

يقول زكي خيري في كتابه (صدى السنين): "حاولنا أن نزيل التوتر بيننا وبين القوميين ولاسيما حزب "البعث"، جاء الجواب في جريدة البعث السرية "الاشتراكي" تحت عنوان "تقطع اليد التي تمتد إلى الشيو عيين"، ويضيف زكي بأن برقية البعث العراقي إلى انقلاب سورية في ٨ آذار العام ١٩٦٣ حسمت الموقف "اسحق حتى العظم" في حين لم تكن أمامه أية مقاومة...

قدم "حسن سريع"، قائد انتفاضة الجنود في ٣ تموز العام ١٩٦٣ على سلطة البعث في ٨ شباط العام نفسه، نموذجاً آخر في ثقافة الجماهير وآمالها عند النجاح في عقد محاكمات شعبية عادلة أمام الرأي العام المحلي والعالم على النقيض تماماً من ثقافة السلطة البعثية/ القومية الممتلئة في قهر الآخر وسحقه واغتصاب النساء فيه من دون وازع أخلاقي أو اجتماعي أو ديني، وتلك ظاهرة تاريخية اقترفها بعثيون في دلالات الانتقام والثأر من ذلك العراقي الآخر.

يقول طالب شبيب: "تجمهر أمام أبواب معسكر الرشيد حشد من الجنود وضباط الصف وبعض الضباط والمدنيين يهتفون "ماكو زعيم إلاكريم" و"عاشت الجمهورية العراقية الخالدة". نادى "أنور الحديثي" على أحد الهاتفين وطلب منه إعادة هتافه، ولما أعاده أطلق عليه أنور الرصاص من مسدسه الذي صوبه نحو رأس الجندي مباشرة فسقط على الفور ميتاً..."

ويقول أيضاً "كنا نسمع عن جثث تطفو على سطح دجلة... وكان صالح مهدي عمّاش (وزير

المدد

3

الدفاع) يستغل الفرصة في كل مرة نسافر فيها إلى خارج البلاد، فيقوم باعدام مجموعة جديدة من الشيو عيين ولم يسلم منه حتى النادمون والمعترفون والمتعاونون مع أجهزة التحقيق... وأعلن عبد

25

البحث العلمي

حزيران ٢٠٠٧

السلام عارف بصراحة رغبته في أن يستمر نهج تصفية وإعدام الشيوعيين بنفس الوتيرة، وهدد بأن أي توان سيؤدي إلى استقالته من رئاسة الجمهورية... (٩). قال "حسن سريع" لرفاقه: "لا تقتلوا أحداً، بل اعتقلوهم وسنقدمهم للمحاكمة". اعتقل ثوار ٣ تموز ١٩٦٣ في الساعة الأولى من إعلان الحركة وزير الداخلية حازم جواد وطالب شبيب وزير الخارجية وقائد الحرس القومي منذر الوندائي ونائبه نجاد الصافي وخليل العزاوي، وهم باستثناء طالب شبيب المسؤولون مباشرة عن جهاز الأمن وعن ذراع الدولة والحزب القوية الحرس القومي وهيئاته التحقيقية المنتشرة في كل المدن والنواحي والقرى والأحياء... لقد جاءت تركيبة ثوار حركة ٣ تموز ١٩٦٣ الاجتماعية، تقريباً من نفس النسيج الاجتماعي والقومي والديني والمذهبي العراقي العربي والكردي والآشوري والمسلم والمسيحي... الخ، كما لم تتحكم في تصرفاتهم أية مثيرات طائفية أو عنصرية أو دينية... (١٠). نرصد تفكير الجندي حسن سريع قائد الحركة والمشير الركن عبد السلام عارف رئيس الجمهورية، الأول علم رفاقه عدم إنزال العقاب قبل المحاكمة... وبالمقابل أشرف الثاني بنفسه مباشرة على عمليات قتل وإذلال جماعية راح ضحيتها خلال الساعات الأولى من فشل التمرد بين ١٥٠ إلى ٢٠٠ جندي ومدني قتيلاً بعد استسلامهم!!!... (١١). كان مركز طه الشكرجي في معسكر الرشيد في مقر اللواء ١٩ (لواء عبد الكريم قاسم) قد شهد في الأيام الأولى بعد ٨ شباط ٦٣ وبعد فشل حركة حسن سريع مهرجانات من التعذيب والقتل لعدد كبير من الضباط الأحرار القادة كالزعيم الركن داود الجنابي والمقدم إبراهيم الموسوي والعميد عبد المجيد خليل والعقيد حسين خضر الدوري الذي قلع له الشكرجي أذنيه بكلايتين قبل رميه بالرصاص بأمر من صالح مهدي عماش، انتقاماً من توقيعه قرار الحكم بإعدام ناظم ورفعت...

### حزب البعث واستراتيجية العنف في العراق

تفيد التجربة والمشاهدة والقراءة لحوالي خمسة عقود خلت، اعتباراً من ثورة ١٤ تموز العام ١٩٥٨، وما رافقها من صراعات واحتدام دموي شديد وفق شعارات لا تزال بقاياها حاضرة حتى يومنا هذا، بأن ثقافة "العنف" والسلاح والقوة وما تحمله من مردافات واشتقاقات كانت صفة عضوية في بناءات حزب البعث واستراتيجيته العامة وشرطاً من شروط الإنتماء إليه، ويعتبرها جزءاً من "فحولة" الحزب و"رجولة" أبنائه في قهر خصومة واستئصالهم عند الضرورة.

وتؤكد الوثائق ومصادر قيادة "البعث"، بأن زخم إنتماء الشباب لحزب البعث في مرحلة ما بعد تموز ١٩٥٨، كان مبعثه القوة والمواجهة والردّ المباشر الذي اتسم به، لا القضايا الفكرية والثقافية.

ولعلّ الفرصة تتوافر يوماً للبحث العلمي في هذا المجال لقراءة الخلفية الثقافية والبيئية الاجتماعية لعدد كبير من الجماعات الارهابية التي التحقت بحزب البعث بعد ثورة تموز ١٩٥٨ في بغداد وفي محلات كانت موئلاً للشقاوات و"عصابات" بغداد قبل الثورة، وكأنها وجدت الملاذ والرعاية

والاحتواء في كيان الحزب وتنظيماته فاستخدمها البعث، ركائز لتفريق التظاهرات الشعبية المسالمة بقوة الرصاص، ولا نريد في هذا الباب أن نذكر أسماء من نعرفهم وصادقت الأيام أن نلتقي بهم في معتقلات بغداد، لأننا نهدف قدر الامكان إلى غاية علمية بحتة، نسعى لأن نضع تجربتنا من أجل عراق خال من ثقافة العنف والموت وإلغاء الآخر.

لكننا في هذا الجزء من أوراقنا سنظهر ثقافة السلاح والعنف باعتبارها جزءاً من ثقافة "المؤسسة العسكرية" بانتمائها القومية وشعاراتها "الوحدوية".

حمل حزب البعث لواء العنف وسحق الآخر باعتباره امتداداً للتيارات القومية في العراق بخاصة حزب "الاستقلال" الذي انزوى تدريجاً وانتهت مرحلة حضوره ونشاطه السياسي. فاشتغل على استقطاب المؤسسة العسكرية وزجها في الصراع في وقت مبكر.

يقول هاني الفكيكي: في "١٩٦١-١٩٦٢"، لم يكن عمل الحزب داخل الجيش يتجاوز حدود توسيع عدد الضباط المتعاونين معه، وخاصة ذوي الرتب الرفيعة وقادة الوحدات الضاربة القريبة من العاصمة. وكان هذا يتم على حساب الإعداد الفكري والسياسي لهؤلاء الذين تحركهم كراهيتهم لقاسم والشيو عيين ويعجبهم البعث كمؤسسة قوية تتحدى الحكم بشجاعة، وحيال التأييد والشعبية للذين تمتع بهما قاسم في أوساط الجنود والطبقات الشعبية الفقيرة وبالأخص في مدينة "الثورة" والريف الجنوبي، أضيفت إلى العوامل المذكورة مشاعر سنية دفعت بالضباط نحو الحزب" (١٢). اتخذت الأحزاب القومية في العراق بعد تموز ١٩٥٨، المؤسسة العسكرية باعتبارها القاعدة الأمامية والركن الركين في العمل والتخطيط لتصفية حساباتها السياسية مع الخصوم، فكانت الشغل الشاغل لهم جميعاً، وأعادوا إلى الذاكرة صراعاتهم الأولى في تلك "المؤسسة" أيام احتدام النزاعات بين الجنرال ياسين الهاشمي ونوري السعيد ورشيد عالي الكيلاني وحكمت سلمان فلا تعينهم الثقافة الفكرية والاجتماعية ومبادئ الحوار أو المشروع الوطني، لهذا لم يؤسسوا طوال تلك الحقبة فضاء للحرية والنقد والمساءلة وبناء المجتمع والإنسان، لأنّ الغالبية منهم قد تآكل حضورها بفعل الجمع بين الحزب والسلطة والمؤسسة العسكرية التي انتهت إلى الدكتاتورية وسياسة الغطرسة والبطش والتوسع "القومي" والقوة!

وتعتبر تجربة استلام حزب "البعث" السلطة في بغداد في انقلاب ٨ شباط ١٩٦٣ وما رافقها من حملات بطش وإبادة امتدت إلى انتفاضة الجنود وثوارها في حركة ٣ تموز ١٩٦٣، ذروة التعبير عن ثقافة الحقد والكراهية وسحق الآخر فحملت المؤسسة العسكرية بين دفتيها هذا الكمّ المترام من الضغينة وضيق الأفق على الرغم من أنّ السلطة كانت في قبضتهم. فاتخذ "الإلغاء" معاني عدة في الاستباحة وإلغاء ثقافة القانون والعدالة والإنتماء إلى بناء مستقبل العراق.

وصحوة "الاعتراف" في كتابة المذكرات والادلاء بتصريحات من داخل المؤسسة العسكرية وحزبها "القومي" في العام ١٩٦٣، تبين الامتدادات التاريخية لثقافة العنف التي تدرب عليها "بعثيون" في

ابتداع أشكال جديدة في تعذيب المعتقلين وإذلالهم والاعتداءات "الجنسية" على عدد من المعتقلات، إلا أن ما يؤسف له حقاً هو غلبة الجانب السياسي في أشكاله "الانتهازية" على جانب البحث والتحليل ونشر ثقافة النقد والتوعية الجماهيرية مما أدى إلى طي تلك الصفحات والسكوت عليها لخلل في البنية الثقافية والفكرية في مفهوم النقد والتحليل لظاهرة العنف التي أخذت العراق ابتداءً من انقلاب شباط ١٩٦٣ نحو تأسيس ثقافة العنف والفصل بين الثقافة المدنية والديمقراطية التي اشتغل عليها مفكرون ومثقفون وأكاديميون، كانوا يتألقون مع العراق والإنسان والحريّة، إذ نستعين الآن بمذكرات هاني الفكيكي في كتابه "أوكار الهزيمة" وطالب شبيب وكتاب "المنحرفون" وغيرهم، إلا أن هذا الكمّ الهائل من مشاهد الموت والخوف والتعذيب لم تأخذ طريقها في بحوث أكاديمية ونقدية.

"كان التعذيب يجري بأكثر أشكاله بدائية وتأريية... وفي ذلك التعذيب كانوا يستخدمون العصي والأنايب المطاطية والتهديد بالقتل عن طريق عصب أعين المتهم... وقد سمعت قصصاً عن التعليق بالمراوح السقفية وغيرها من الأساليب التي ربما استخدمت ولم تكن على بيئة منها..." (١٣).

يقول الضابط محمد علي سباهي الذي كان عضواً وأحد مؤسسي المكتب العسكري لحزب البعث قبل ٨ شباط: "في عام ١٩٦٣ زرت في قصر النهاية عمار علوش وكان مشرفاً على التحقيقات، فرأيت عنده عبد الكريم الشخيلي (وزير خارجية فيما بعد) وأيوب وهبي وخالد طيرة، وفوجئت بالصحافي عبد الجبار وهبي ممدداً على الأرض وكان على وشك الموت ويطلب الماء، ويجيبه خالد طيرة (مدير عام فيما بعد): "ها غواد تريد مي (ماء)" ولم يعطه. وكان الدكتور فؤاد بابان قد أخبرني بمدينة السلمانية عام ٢٠٠١ قائلاً: "كنت معتقلاً في قصر النهاية فرأيت عبد الجبار وهبي (أبو سعيد) منشور الرجل من تحت الركبة بألة نشر خاصة، وكان إلى جانبه شخص آخر لديه يد واحدة معلق منها..." (١٤).

"الملازم أيوب وهبي (الملقب بابن شيتا)، كان مهووساً، دخل يوماً إلى النادي الأولمبي الذي تحول بعد ٨ شباط إلى معتقل ومركز تحقيق وتعذيب فرأى مجموعة من الضباط يقفون جانباً، فقال من هو لاء؟ فقالوا هذا الرائد حافظ علوان مرافق عبد الكريم قاسم وهذا الملازم نوري ناصر أحد مرافقي قاسم والملازم الطيار محمد صالح ابن أخت عبد الكريم قاسم والملازم الطيار كريم صفر والرئيس غازي شاكور الجبوري، فسحب أيوب وهبي أقسام رشاشته ورماهم جميعاً دون تردد، فلم ينجح غير حافظ علوان الذي احتفى بعامود كونكريتي وغازي الجبوري الذي اكتشفه فيما بعد ناقل الجثث بسيارة الاسعاف إنه مازال حياً، فأخذته إلى مستشفى الرشيد العسكري حيث أنقذه أطباؤها باعجوبة. جاء في الهامش "الرئيس غازي الجبوري روى بنفسه هذه الحادثة لـ" عبد النبي جميل" في سجن نفرة السلطان، حديث خاص بين المؤلف والطيار عبد النبي جميل عام ٢٠٠١... (١٥).

يذكر أن أيوب وهبي كان طياراً فاشلاً، وبسبب سوء سلوكه هرب إلى الجمهورية العربية المتحدة، وعاد قبيل ٨ شباط، بعد أن عفا عنه عبد الكريم قاسم، وفوراً بعد ٨ شباط نسبه صالح مهدي عمّاش للعمل مع

ضباط الحرس القومي. تطوع لتعذيب أكثر السياسيين الذين دخلوا قصر النهاية والنادي الأولمبي وأسهم في الاعتداء على سلام عادل واعتصب خلال التحقيق سيدة شيوعية وكثيرات غيرها، وبدل محاكمته كوفئ بتعيينه مستشاراً دبلوماسياً للسفارة العراقية برومانيا... "عبد الكريم فرحان، لقاء خاص مع المؤلف عام ١٩٧٣.

"كانت الدعوة مندفعة وغريبة للقننل الجماعي صادرة عن شدة توتر الروح الثأرية... لكن المبالغة والعصبية الشديدة التي ظهرت على عبد السلام عارف وأحمد حسن البكر وعبد الغني الراوي... وبعد نقاش وجدال دام حتى ساعة متأخرة من تلك الليلة وافق أحمد حسن البكر (و الذي لم يكن حتى ذلك الحين عضواً في القيادة القطرية لحزب البعث) على إلغاء فكرة إعدام الجميع، بشرط موافقة القيادة القطرية على أن يسافر عبد الغني الراوي بعد حين إلى معتقل نقرة السلطان للإشراف على إعدام عدد محدود من الضباط فأعطوه الموافقة.

وبعد تعديل البكر لموقفه، إضطر عبد السلام عارف إلى تغيير اقتراحه من قتل الجميع إلى إعدام ١٥٠ ثم تراجع إلى ثلاثين ضابطاً فقط... عبد الغني رفض تنفيذ الأمر لقلّة العدد" (١٦). يؤكد "الفكيكي" هذا المشهد بقوله: "أما المفاجأة الثانية، فكانت اصرار العسكريين وفي مقدمتهم عارف والبكر على إعدام ٤٥٠ ضابطاً قاسماً وشيوياً بذريعة توأطئهم مع حسن سريع ورفاقه ومشاركتهم في الحركة المسلحة ضد الثورة... إن عبد السلام طلب إلى عبد الغني الراوي عند مغادرته القاعدة التحضير لإعدام ١٥٠ ضابطاً شيوياً، الأمر الذي رفضه الراوي بسبب قلّة العدد وتواضعه" (١٧). لعلّ الدراسة حققت بعض أهدافها في فتح نافذة عراقية بحثة لقراءة مصادر العنف في العراق، وهي كثيرة ومتعددة الجوانب والأغراض، نأمل أن نتواصل مع دراسات أخرى في سبر ميادين العنف والخوف والانكسارات الاجتماعية والنفسية في العراق.

## الهوامش

- 1- محمد الدليمي الدكتور، الجادري ودوره في السياسة العراقية، بيروت ١٩٩٩، ص ٣٨٥.
- 2- اسماعيل العارف، أسرار ثورة ١٤ تموز، لندن ١٩٨٦، ص ٤٩.
- 3- سعاد خيرى، ثورة ١٤ تموز بعد أربعة عقود، السويد ١٩٩٨، ص ١٤٥.
- 4- مجيد خدوري الدكتور، العراق الجمهوري، ط١، بيروت ١٩٧٤.
- 5- خالد التميمي الدكتور، محمد جعفر أبو التمن، الوراق للدراسات والنشر، دمشق ١٩٩٦، ص ٤١١.
- 6- هاشم علي محسن، تطور الحركة النقابية في العراق، بغداد ١٩٦٦، الجزء الثاني، ص ٣٤.
- 7- مجيد خدوري الدكتور، العراق الجمهوري، ط١، بيروت ١٩٧٤، ص ٢٩.
- 8- محمد الدليمي الدكتور، الجادري ودوره في السياسة العراقية، بيروت ١٩٩٩، ص ٢٤٩.
- 9- علي كريم سعيد الدكتور، عراق ٨ شباط ١٩٦٣/ مراجعات في ذاكرة طالب شببيب، دار الكنوز الأدبية، بيروت ١٩٩٩، ص ١٩٢-١٩٥.
- 10- علي كريم سعيد الدكتور، العراق/ البيرية المسلحة/ حركة حسن سريع وقطار الموت ١٩٦٣، بيروت، ص ١٢٨.
- 11- المصدر السابق نفسه، ص ٧٠.
- 12- هاني الفكيكي، أوكار الهزيمة، لندن ١٩٩٢، ص ٢١٨.
- 13- المصدر السابق نفسه، ص ٢٥٨.
- 14- علي كريم سعيد الدكتور، العراق/ البيرية المسلحة/ حركة حسن سريع وقطار الموت ١٩٦٣، بيروت ص ٥٩.
- 15- المصدر السابق نفسه، ص ١٤٢.
- 16- المصدر السابق نفسه، ص ٢٤٥.
- 17- هاني الفكيكي، أوكار الهزيمة، لندن ١٩٩٢، ص ٢٨٠.

## مجلة العلم ....

### فاتحة عهد الصحافة المتخصصة في العراق

د. حمدان خضر السالم

د. عدنان ابو السعود

كلية الاعلام - جامعة بغداد

#### مقدمة

لقد حملت رياح التغيير التي شهدتها الدولة العثمانية اثر الانقلاب الدستوري عام ١٩٠٨، نسائم الحرية، فانطلقت الاقلام من عقالها وتنفس الصحفيون والكتاب، وانعكس هذا التغيير على الحياة الفكرية والثقافية وعلى حرية النشر والتعبير. ولعل اول ما تأثر بهذا التغيير الصحافة التي دخلت مرحلة جديدة غادرت من خلالها تلك القيود والمحددات التي كانت تفرضها السلطنة العثمانية على حق اصدار الصحف وحرية النشر فيها.

وكان العراق اول من شهد مرحلة جديدة من الانطلاق الصحفي، فبعد ان كان عدد الصحف الصادرة فيه قبل الانقلاب الدستوري لا يتعدى اصابع اليد تضاعف عدد هذه الصحف ليصل خلال الاشهر الاولى الى عشرات الصحف حتى وصل في السنة التالية الى نحو ستين صحيفة تنوعت في الصدور بين يومية واسبوعية وشهرية، كما شهدت هذه المرحلة ظهور الصحف المتخصصة.

وعلى الرغم من غياب مفهوم التخصص في الصحافة العراقية انذاك بمعناه الحالي الا ان بعض اصحاب الصحف نحواً بصحفتهم منحى تخصصياً بشكل او بأخر. حيث راح بعضهم يصف صحيفته بأكثر من صفة، ويحدد لها اكثر من تخصص. فهي عند البعض ((اجتماعية، سياسية فلسفية دينية....)) وعند البعض الاخر ((كشكول اداب وفكاهات....))، او غير ذلك من الوصف.

ويبدو ان هذا الوصف العام والمتنوع كان يهدف الى الترويج لهذه الصحف ولعدم تحديد موضوعاتها او تقييدها بنوع من التخصص، لاسيما وان هذه الصحف صدرت في حقبة تاريخية معروفة ساد المجتمع خلالها التخلف بكل اشكاله وضربت الامية اطنابها في جوانبه بشكل لا يدع مجالاً للاعتقاد بان اصحاب هذه الصحف كانوا عند نشرهم للموضوعات المتخصصة انما يوجهونها نحو جمهور معين كما هو الحال اليوم وفق مفهوم التخصص في الصحافة ومستوياته الحديثة.

من هنا جاء اختيارنا لمجلة العلم - موضوع بحثنا - اذ ان صاحبها قد وصفها بانها مجلة ((دينية

العدد

3

31

البحث الاعلامي

حزيران ٢٠٠٧

فلسفية سياسية علمية صناعية))، وهذا الوصف حددها بموضوعات متخصصة، جعلنا نبحت في ثناياها ونقلب صفحاتها للوقوف على اهم الاتجاهات لصاحب هذه المجلة ومجال التخصص فيها. فهي على الرغم من كونها اول مجلة خاصة فردية صدرت بعد الانقلاب الدستوري العثماني عام ١٩٠٨، فان مادتها توزعت بين مختلف الاختصاصات والمجالات، الامر الذي دفعنا الى معرفة وتحديد التخصص لهذه المجلة من خلال متابعة موضوعاتها المنشورة والتأكد من عدد الموضوعات العلمية ونسبتها الى باقي الموضوعات الصحفية الأخرى التي تناولتها على مدى سنتين من صدورها. لقد سعينا من اجل تحقيق هدف البحث الى اخضاع جميع اعداد المجلة التي استطعنا الحصول عليها وكانت ((١٢)) عدداً في حين اهملنا الاعداد الأخرى لعدم توفرها او حفظها. وبذلك كانت عينة البحث تمثل ((٥٠)) في المائة من مجموع الاعداد الكلية البالغة ((٢٤)) عدداً توزعت على سنتين كونها شهرية الصدور. وكان لزاماً علينا ان نتقصى الموضوعات العلمية لنقف على مجموعها ونسبتها الى مجموع الموضوعات المنشورة في المجلة، ليتسنى لنا الاجابة على التساؤلات التي وضعناها قبل الخوض في هذا البحث. والتي من بينها:

- 1- ما مدى التخصص ونوعه في هذه المجلة؟
  - 2- هل يمكن اعتبار هذه المجلة فاتحة عهد الصحافة المتخصصة في العراق.
  - 3- وما هي ابرز المحاور الاساسية العلمية التي ركزت عليها المجلة؟
- وبعد تحديد هدف البحث ومبتغاه كان لابد من الدخول الى هذه المجلة من خلال تمهيد لمعرفة الشخصية التي وقفت وراء اصدار هذه المجلة لاسيما وانه يمثل واحداً من الرعيل الاول الذي كان له قصب السبق في اصدار صحيفة خاصة معتمداً على نفسه وقدراته وامكانياته المادية باذلاً في هذا المشروع كل جهده في وقت كان البعض يرى ذلك من قبيل المغامرة التي يصعب الدخول فيها. وكان لابد من الاشارة ببعض الوصف لهذه المجلة ليكون مقدمة ومدخلاً تعريفاً ولغرض الوقوف على ابرز المتغيرات الفنية والخراجية لها خلال سنوات الصدور. وانتهينا في خاتمة البحث بجملته نتائج ظهرت جلية من خلال المتابعة الدقيقة لعموم الموضوعات التي تناولتها المجلة في اعدادها المذكورة.
- مجلة العلم ... بداية الصدور

صدرت مجلة العلم في التاسع والعشرين من شهر اذار عام ١٩١٠م، الموافق اخر ربيع الاول من عام ١٣٢٨هـ، في مدينة النجف الاشرف. اصدرها صاحبها السيد محمد علي هبة الدين الشهرستاني، ومديرها المسؤول الحاج عبد الحسين الأزري، ((مجلة شهرية دينية فلسفية سياسية علمية صناعية)) (١). وصفاها صاحب كتاب (الصحافة العراقية) بانها: ((اول مجلة خاصة فردية صدرت بعد الانقلاب الدستوري، وكانت تطبع في بغداد وتوزع في انحاء العراق .... وهي مجلة جمعت خيرة الاقلام وكانت

اعدادها طافحة بالمناقشات الصريحة والاراء الجريئة، فقد نبهت الأفكار الى الأخذ بأسباب التقدم وأيقظت الهمم الى التآلف وجمع الشمل والاعتراف من مناهل العلم)) (٢).

وعن أسباب صدور المجلة يقول صاحبها: ((... اشرفت برهة من العمر على اعمال المبشرين ودعاة الاديان المنتشرين في بلاد المسلمين وغيرهم وتشكيلهم الجمعيات الدينية وارسالهم البعثات وتأسيسهم للمكاتب والمكتبات والملاجيء والمستشفيات ونشرهم ألوف الجرايد والمجلات وبذلهم ما استطاعوا من القوة في سبيل ترويج دينهم وتحوير عقائد البسطاء والضعفاء بكل وسيلة، حتى بلغ عدد الجمعيات الموظفة لترويج ديانة (الارباثية) مئاتا.... واما المبشرين من العيسوية فحدث عنهم ولاحرج.... وقد احصت بعض الجرائد الانكليزية عدد ما يطبع في العالم في صبيحة كل يوم رداً على الاسلام بقلم اعدائه، فناف مليون ورقة ما بين جريدة ومجلة ونشرة ورسالة وكتاب.... دفعني الى ترويج الاسلام والذب عنه بالاساليب العصرية دون الجدلية اني وجدته بعد البحث اصح الشرائع دليلاً واقومها سبيلاً واقواها اصولاً واقربها قبولاً واقفها مع العقل والعلم والحضارة الحاضرة واسبقها بياناً للمكتشفات الحديثة، وكونه مع كل ذلك محفوظاً باعاديهِ والجهال من ابناهِ وذويه فعزمت الى الهجرة من اهلي وتربتي الى الاقطار المتوحشة التي حلت بها بعثاتهم الدينية فادفع بما تمكنت واهي شبهاتهم واعتراضاتهم على هذا الدين او اتغرب الى احدى مدن الغرب لادعوا قاطنيتها الاسلام واذكر لهم منافع احكامه ومحاسن تعاليمه وبرهن لهم صحة اصوله وصدق مشنرعه .

ولكن او هن هذا العزم مني أمران، جهلي باللغات الاجنبية وعجزني عن مؤونة تعيينني على قضاء مأربي، فمرة علي ليالي اليأس حتى سنج لي ان اطفر في مكاني على ما طلبته ولو بيعضه فانشر ما عن لي من الرد والترويج ضمن مجلة شهرية دينية علمية اخدم بها العلم والاسلام في الداخل والخارج... واسميتها العلم حيث اني لم اجد في هذا العصر ناصرراً للاسلام ولا عوناً غير العلم وكفاه، كما لم ار للعلم ناصرراً سواه. فعرضت هذه السانحة على كثير فصوبني اكثرهم وما اشاروا الى محذور فيه ابداً غير محذور واحد حقير في زجاجة عيني المقعرة، كبير في النواظر المحدبة، وهو اني لانال معها الرئاسة الدينية فقلت دونكموها فلا خير فيها اذا انمحت (و العياذ بالله) عين الدين او انمحي اثره (ولا عطر بعد عروس) فما اتعس حال الرعاة اذا غفلوا عن الذئاب حافة باغنمهم تختلس منها الاحاد والعشرات وهم قانعون باستنرار البان البقية....)) (٣).

ووصفها صاحب تاريخ الصحافة العراقية بانها ((مجلة شهرية دينية فلسفية سياسية علمية صناعية كانت تطبع في بغداد وتنتشر في النجف الاشراف مرة في كل شهر لصاحبها محمد علي هبة الدين الشهرستاني ((العلامة الشهير)) ومديرها المسؤول عبد الحسين الازري، برز عددها الاول في ربيع الاول عام ١٣٢٨ هجرية (اذار ١٩١٠م) في ٤٨ بالقطع المتوسط، وبقيت تصدر مدة سنتين ثم احتجبت بإرادة منشئها مع انها لقيت من الانتشار والاقبال الشيء الكثير)) (٤).

اشاد بمجلة العلم العديد من الشعراء والادباء ودجوا القصائد والمقالات في مدحها واطراء

صاحبها ومنهم الاديب الشيخ محمد طاهر السماوي الذي قال فيها:	
احديقة هي ام مجلة	فيها لكل نهى تعلمه
هي في مجلات الورى	فضل وباقيهن فضله
فاذا اشتهى المرء ((الهلال))	ففي صحايفها أهله
و اذا ((لمقتطف)) سعى	فبروضها الأوراد جملة
سار المنى متطلعاً	((لمنار)) ها حلا ورحله
وتنافست فيها النفوس	لكي تبرد كل غله
فليفتخر فيها العراق	ويغتدي للفخر قبله
وليحى منشوها الذي	عرفت بنو العليا محله
ذو المنطق الفضل المحكم	في كتاب الفضل فصله
واخو العلوم الباهرات	فمن ترى في العلم مثله
هبة لدين الله ما	احلى مواهبه وبذله
بل ما اجد مقاله	حيث العلوم وما اجله
كم غامض ابدى سنائه	ومشكل في العلم حله
هو فيلسوف المسلمين	ومن تبوأ الفضل رحله
فليقدم الظامي يجد	من كل علم كان نهله
وليسأل النائي ينل	بسؤال ذاك البحر سؤله
أبقاه ربي للعلا	ظلاً ادم الله ظله

### مجلة العلم ... نظرة عامة

صدرت مجلة العلم اشبه بكتيب من القطع الصغير لا يتجاوز مقاس صفحاتها (٢٠سم×٤سم) ويعدد صفحات يقدر بـ(٥٠) صفحة وقد زينت صفحاتها الاولى (الغلاف الاول) باسم المجلة (العلم) والذي ظهر بخط (النسخ) شاعراً وسط الصفحة ومحاطاً بثلاثة احاديث نبوية شريفة(٦) من ثلاثة جوانب فيما ثبت اسم صاحب المجلة اسفل اسمها(٧). وظهر في النصف الاسفل بيتان من الشعر يعليان من شأن العلم ويحثان على التعلم(٨) فيما شغل الجزء الاسفل تعريف موجز بالمجلة وشارة الى اثمان الاشتراك فيها داخل العراق وخارجه(٩).

استمر ظهور المجلة وفق هذا التصميم لصفحتها الاولى (الغلاف الاول) ومن دون تغيير حتى

صدر العدد الحادي عشر في الاول من شباط عام ١٩١١ الموافق اخر محرم الحرام سنة ١٣٢٩ هجرية، والذي ظهر فيه اطار مزخرف احاط بالمعلومات التي وردت في صفحة الغلاف فضلاً عن

اطار وسطي آخر اطر اسم المجلة (١٠).

لقد اعتمدت مجلة العلم في ترقيم الصفحات اسلوب ((المجلدات)) حيث قسمت إصداراتها الى مجلدين ضم الاول اثني عشر عدداً صدر اولها في ٢٩ اذار ١٩١٠ وكان اخرها في الاول من اذار عام ١٩١١ ورقمت صفحاتها بالتسلسل اذ ابتداء العدد الاول بالترقيم من (١) الى (٥٠) فيما استمر العدد الثاني من (٥٠) الى (١٠٠) وهكذا حتى نهاية العدد الثاني عشر . اما المجلد الثاني فقد بدأ بالعدد الاول الذي صدر في نيسان عام ١٩١١ وتم ترقيم الصفحات من (١) الى (٥٠) واستمر الترقيم متسلسلاً وفق هذا الاسلوب في الاعداد التي تلتها. لقد حافظت المجلة على صدورها بـ(٥٠) صفحة في اغلب اعدادها عدا بعض الاعداد التي ظهرت باقل من ذلك(١١).

كما حافظت المجلة على الطابع الاخراجي لصفحتها الاولى (الغلاف الاول) طيلة مدة صدورها خلال السنة الاولى. فيما شهدت اعداد سنتها الثانية تغييراً في الشكل الاخراجي للغلاف الاول اختلف بعض الشيء عما كان عليه، فظهر اسم المجلة بحروف اصغر ورفعت الاحاديث النبوية التي كانت تحيط بالاسم. وتم تثبيت تاريخ صدور المجلة اسفل اسمها. فيما شغل الحيز المتبقي في صفحة الغلاف الاول بمادة صحفية او قصيدة اطراء او مسابقة(١٢). وقد اعتمدت المجلة في عددها الاول تثبيت (فهرس) للموضوعات في صفحتها الثانية (الصفحة الداخلية للغلاف الاول)، تضمن عناوين الموضوعات وارقام صفحاتها، وانتقل هذا الفهرس في الاعداد اللاحقة الى الصفحة قبل الاخيرة (الصفحة الداخلية للغلاف الاخير).

وكانت صفحتها الاولى (بعد الغلاف الاول) مشابهة في اخراجها ومضمونها لصفحة الغلاف الاول، فكانت تكرر اماً لما نشر في صفحة الغلاف الاول، وتغير هذا الامر بعد العدد الثامن، اذ طرأ تغيير على عددها الثامن حيث نشرت في صفحتها الاولى مادة صحفية ولكن سرعان ما عادت الى وضعها السابق في الاعداد التاسع وماتلاه(١٣). لم يطرأ على اخراج الصفحات الداخلية للمجلة أي تغيير يذكر، حيث واصلت الصدور على شكل صفحات كتاب، وكانت موضوعاتها تحمل عناوين رئيسية واخرى فرعية ظهرت بحروف كبيرة نسبياً فيما ظهرت متون الموضوعات مطبوعة بحرف صغير اقرب ما يكون الى قياس (١١) او (١٢) وفي بعض الاحيان قياس (١٤) الحالي، ولكنها في السنة الثانية للصدور وحدثت حروفها الطباعية للعناوين والمتون.

لقد استغلت المجلة صفحتها الاخيرة (الغلاف الاخير) لنشر بعض الاعلانات كما في العدد الرابع وماتلاه، وكانت الاعلانات حول صدور كتب جديدة او صحف جديدة. وتكررت بعض هذه الاعلانات اكثر من مرة(١٤). لم تحفل مجلة العلم بالصورة الصحفية او الفوتوغرافية (الشخصية)، ولعل هذا الامر لا يقتصر عليها فحسب، اذ ان معظم الصحف التي صدرت انذاك لم تتوفر لها امكانية الحصول على الصور او نشرها لاسباب فنية سيما وان امكانية طبع الصور لم تكن متوفرة بشكل عام. لقد تناولت المجلة موضوعاتها من خلال المقالات التي احتلت حيزاً واسعاً وبعض الاخبار وكانت نسبتها ضئيلة، في حين غابت منها الفنون الصحفية الاخرى عدا الاعلان الذي اشرنا اليه سابقاً.

### الشهرستاني رجل الدين... الصحفي

ولد محمد علي هبة الدين الحسيني الشهير بالشهرستاني في العشرين من ايار عام ١٨٨٤ في سامراء، ورحل الى كربلاء وعمره ثلاث سنوات، ثم عاد الى سامراء وبعدها قصد النجف الاشراف في عام ١٩٠٢ للارتشاف من مناهل علمها (١٥). وفي عام ١٩١٠ اصدر مجلة العلم في مدينة النجف واستمرت بالصدور لمدة سنتين (١٦)، بعدها اوقفها و غادر العراق بجولة لبعض الاقطار العربية والهند دامت سنتين عاد بعدها الى العراق عام ١٩١٤ (١٧).

ويروي السيد جواد الشهرستاني ان سبب ايقاف المجلة ومغادرة العراق كان نتيجة التهديدات التي تعرض لها السيد هبة الدين الشهرستاني حيث اثار فتاواه وكتاباته حفيظة البعض، لاسيما تلك التي تتعلق برسائلته المعروفة في تحريم نقل الجناز و التي اصدرها عام ١٩١١ و اشار فيها الى هذه القضية التي اثار البعض ضده وتوعدوه بالقتل، فامتل الى نصائح بعض الاصدقاء والمقربين بالابتعاد عن الساحة ومغادرة العراق حتى تهدأ الضجة التي اثيرت حول هذا الرأي (١٨) ولدى عودته الى العراق او اخر عام ١٩١٤، كانت القوات البريطانية المحتلة قد دخلت العراق فشارك في الجهاد ضد قوات الاحتلال حيث قاد المتطوعين في الشعبية لمقاتلة المحتلين، واسهم في الكتابة و اصدار الفتاوى ضد الاحتلال البريطاني (١٩).

وعندما قامت ثورة العشرين كان الشهرستاني من المشاركين فيها مشاركة فعليه، حيث قبض عليه في تشرين الاول عام ١٩٢٠ وزج به في السجن وحكم عليه بالاعدام، ثم اطلق سراحه في العفو العام في حزيران ١٩٢١ (٢٠). وعلى اثر تبوء الملك فيصل بن الحسين عرش العراق كان الشهرستاني من بين الرجال الذين اعتمد عليها الملك فيصل في الاستشارة والنصح حتى انه اشار على الملك ان يؤجل يوم التتويج الى يوم الثلاثاء الموافق ٢٣ آب ١٩٢١ بدلا من الموعد الذي كان مقرراً في العشرين من آب والذي صادف يوم السبت. حيث اقنع الملك بأن السبت هو عيد اليهود ولا يصح ان يتوج سليل الاسرة الهاشمية في مثل هذا اليوم، كما ان يوم الثلاثاء الموافق ٢٣ آب كان يوافق يوم الثامن عشر من ذي الحجة وهو عيد الغدير وتتويج الامام علي عليه السلام بالولاية. ووقع هذا الامر موقعا حسنا في نفس الملك ووافق على تأجيل تنويجه وجعله يوم الثلاثاء بدلاً من السبت، ولعل خطيب الروضة الكاظمية الذي هنا الملك فيصل بالتتويج قد اشار الى هذا التوافق في التاريخ حين خاطب الملك فيصل مهنتاً بهذا اليوم (الذي مثل عيدين هما عيد تنويج جدكم الامام علي بن ابي طالب عليه السلام يوم الغدير و عيد تنويجكم هذا اليوم) (٢١).

وفي عهد وزارة عبد الرحمن النقيب الثانية عين الشهرستاني وزيراً للمعارف (٢٢). ثم اسندت

اليه رئاسة مجلس التمييز الشرعي الجعفري في آب ١٩٢٣، و امضى في هذا المنصب احد عشر عاماً حيث اعتزل العمل عام ١٩٣٤. ثم انتخب نائباً في مجلس النواب عن بغداد بين عامي

١٩٣٤ و١٩٣٥ (٢٣). وباعتزاله العمل الحكومي انصرف الى التأليف والبحث وانشأ مؤسسة ثقافية هي مؤسسة الجوادين العامة يرئسها طالبة العلم، وكان يديرها فترة من الزمن ثم تولى ادارتها ولده المحامي السيد جواد الشهرستاني.

ولسماحته مؤلفات عديدة كان من بينها

- روائع الفيوض في اصلاح فن العروض عام ١٩٠٨

- الهيئة والاسلام عام ١٩١٨

- رسالة في تحريم نقل الجنائز المتغيرة عام ١٩١١

- توحيد اهل التوحيد عام ١٩٢٣

- ما هو نهج البلاغة عام ١٩٢٤

- الدلائل والمسائل في خمسة اجزاء عام ١٩٢٦ - ١٩٥٠

- نهضة الحسين

- المعارف العالية

وقد ترجمت مؤلفاته الى الفارسية والاوربية والتركية.

وانتقل الى جوار ربه في بغداد في السادس من شباط عام ودفن في مكتبته العامة في الصحن الكاظمي

الشريف.

وذكرته المصادر التي تناولت تاريخ العراق الحديث، بانه كان عالماً وحجة وقيهاً ومصلاً كبيراً ويعد من رجال النهضة في العراق الحديث. فقد عده علي الوردي رائداً من رواد الفكر بقوله: (رائدان فكريان من اوائل الذين اولعوا بالمطبوعات المصرية وتأثروا بها، اثنان، احدهما في بغداد والآخر في النجف هما جميل صدقي الزهاوي وهبة الدين الشهرستاني... وكان الشهرستاني من اوائل القرن العشرين من اكثر الناس ولعاً بالمطبوعات المصرية بحيث صار مرجعاً لها عند الراغبين فيها من شبان الملائية ومتجديهم وقد اتخذ له حلقة دراسية في جامع الطوسي كان يدرس فيها بعض مبادئ العلوم الحديثة التي استمدتها من المجلات والمنتب المصرية فأثار بذلك شيئاً من الضجة واعتبره المتمزمتون متفرداً زنديقاً) (٢٤).

ونظم العديد من الشعراء قصائد مدح واطراء تشيد بدور ومكانة السيد الشهرستاني العلمية والدينية

والصحفية (٢٥).

تحليل الجداول

من خلال مسح وتحليل الموضوعات الصحفية المنشورة في مجلة العلم (عينة البحث)، اتضح

ان المجموع الكلي للموضوعات بلغ ((٣٦٥)) موضوعاً صحفياً ضمن مختلف المحاور. وكما في

الجدول رقم ((١)) المذكور ادناه.

العدد

3

37

البحث الاعلامي

حزيران ٢٠٠٧

وتوزعت المحاور حسب انواع الموضوعات وجاءت على وفق مراتبها وكما يلي:

المرتبة	المحاور	ت
الاولى	محور الموضوعات العلمية	١
الثانية	محور الموضوعات الثقافية	٢
الثالثة	محور الموضوعات الدينية	٣
الرابعة	محور الموضوعات الفلسفية	٤
الخامسة	محور الموضوعات الاجتماعية	٥
السادسة	محور الموضوعات السياسية	٦

#### 1- محور الموضوعات العلمية

جاء تسلسل محور الموضوعات العلمية بالمرتبة الاولى حيث بلغ عدد الموضوعات العلمية المنشورة ((١٤٢)) موضوعاً محققاً ما نسبته ((٣٨,٩%)) من مجموع الموضوعات الكلي. وهو ما يؤكد اهتمام المجلة بالموضوعات العلمية أكثر من غيرها ويدلل توجه صاحب المجلة العلمي ومصداقية الاسم الذي اطلقه عليها (العلم). وتتوزع الموضوعات العلمية المنشورة ضمن هذا المحور وفق ابواب وزوايا مختلفة كان ورودها حسب مراتبها ضمن محور الموضوعات العلمية. وكما في الجدول رقم ((٢)) الذي يبين توزيع الموضوعات العلمية حسب اعدادها ونسبها المئوية.

#### جدول رقم (١) يبين توزيع الموضوعات واعدادها ونسبها المئوية

المرتبة	المحور	العدد	النسبة المئوية	المرتبة	المحور	العدد	النسبة المئوية
١	المحور العلمي	١٤٢	٣٨,٩%	١	المحور العلمي	١٤٢	٣٨,٩%
٢	المحور الثقافي	٣	٠,٨%	٢	المحور الثقافي	٣	٠,٨%
٣	المحور الديني	١	٠,٣%	٣	المحور الديني	١	٠,٣%
٤	المحور الفلسفي	١	٠,٣%	٤	المحور الفلسفي	١	٠,٣%
٥	المحور الاجتماعي	١	٠,٣%	٥	المحور الاجتماعي	١	٠,٣%
٦	المحور السياسي	١	٠,٣%	٦	المحور السياسي	١	٠,٣%
المجموع		٣٦٤	١٠٠%				

جدول رقم (٢) يبين توزيع الموضوعات العلمية حسب اعدادها ونسبها المئوية

المرتبة	الإجمالي	عدد الموضوعات المنشورة	النسبة المئوية
١	الإحصائيات العلمية	٨٦	٢٦,٨٢
٢	حركة النجوم والكواكب	٢٤	٧,٩٠
٣	الاكتشافات والاختراعات العلمية	٢٦	٧,٩٦
٤	تاريخيات العلمية	١٥	٤,٥٦
٥	تاريخيات العلمية التطبيقية	٢٤	٧,٩٠
٦	تاريخيات الصحة الوقائية والإرشادات	١٢	٣,٥٥
٧	تاريخيات الفيزيائية	٩	٢,٧٢
٨	تاريخيات الجغرافية	٨	٢,٤٢
٩	التخصصات العلمية	٧	٢,١٤
١٠	تاريخيات الكيميائية	٦	١,٨٢
	المجموع	٦٥٣	١٠٠

وجاء باب الاحصائيات العلمية بالمرتبة الاولى وكان عدد الموضوعات المنشورة ضمن هذا الباب ((٣١)) موضوعاً وحقق نسبة مئوية مقدارها ((٢١,٨٣%)) من مجموع الموضوعات العلمية المنشورة ضمن محور الموضوعات العلمية (٢٦).

في حين جاء باب حركة النجوم والكواكب في المرتبة الثانية حيث بلغ عدد الموضوعات المنشورة في هذا الباب ((٢٤)) موضوعاً وقد حقق نسبة مقدارها ((١٦,٩٠%)) من مجموع الموضوعات العلمية (٢٧).

اما المرتبة الثالثة فكانت من نصيب باب الاكتشافات والاختراعات العلمية فقد بلغ عدد الموضوعات المنشورة في هذا الباب ((١٦)) موضوعاً وحقق نسبة مئوية مقدارها ((١١,٢٦%)) (٢٨).

واحتل المرتبة الرابعة باب الموضوعات الطبية حيث بلغ عدد الموضوعات المنشورة فيه ((١٥)) موضوعاً وبنسبة مقدارها ((١٠,٥٦%)) (٢٩).

وجاء في المرتبة الخامسة باب الموضوعات العلمية التطبيقية، فقد بلغ عدد الموضوعات المنشورة فيه ((١٤)) موضوعاً وقد حقق نسبة مئوية مقدارها ((٩,٨٥%)) (٣٠).

واحتل باب الموضوعات الصحية والارشادات الوقائية المرتبة السادسة، حيث بلغ عدد الموضوعات المنشورة فيه ((١٢)) موضوعاً وحقق نسبة مقدارها ((٨,٤٥%)) (٣١).

اما باب الموضوعات الفيزيائية فقد جاء في المرتبة السابعة، وبلغ عدد الموضوعات المنشورة فيه ((٩)) موضوعات وحقق نسبة مقدارها ((٦,٣٣%)) من مجموع الموضوعات العلمية (٣٢).

وجاء باب الموضوعات الجغرافية بالمرتبة الثامنة وبلغ عدد الموضوعات المنشورة فيه ((٨)) موضوعات وحقق نسبة مئوية مقدارها ((٥,٦٣%)) (٣٣).

وكان باب الشخصيات العلمية قد احتل المرتبة التاسعة، حيث بلغ عدد موضوعاته ((٧)) موضوعات وكانت نسبتها ((٤,٩٢%)) (٣٤).

وجاء في المرتبة العاشرة باب الموضوعات الكيميائية الذي بلغ عدد موضوعاته ((٦)) موضوعات وحقق نسبة مئوية مقدارها ((٤,٢٢%)) من المجموع الكلي للموضوعات العلمية

المنشورة (٣٥).

## 2- محور الموضوعات الثقافية

لقد احتل محور الموضوعات الثقافية المرتبة الثانية بين المحاور التي ضمتها المجلة وكان عدد موضوعاته ((١١٧)) موضوعاً وكانت نسبته المئوية ((٣٢,٥%)) من المجموع الكلي للموضوعات المنشورة في المجلة. وتوزعت موضوعات هذا المحور في اربعة ابواب رئيسية وكما في الجدول رقم (٣) الذي يبين توزيع الموضوعات الثقافية حسب اعدادها ونسبها المئوية

جدول رقم (٣) يبين توزيع الموضوعات الثقافية واعدادها ونسبها المئوية

ترتبة	ابواب	عدد، نموعات الثقافية	النسبة المئوية
١	باب التفريغ والانتقاد	٧٢	٦١,٥٤
٢	باب الشعر والادب	٢٦	٢٢,٢٢
٣	باب الماثورات والمنثورات	١٤	١١,٩٦
٤	باب محاربة البدع والعادات السيئة	٥	٤,٢٧
	المجموع	١١٧	١٠٠%

واحتل باب التفريغ والانتقاد المرتبة الاولى حيث بلغ عدد موضوعاته ((٧٢)) موضوعاً وحقق نسبة مئوية مقدارها ((٦١,٥٣%)) ((٣٦)).

بينما جاء باب الشعر والادب بالمرتبة الثانية وكانت موضوعاته ((٢٦)) موضوعاً وحقق نسبة مئوية مقدارها ((٢٢,٢٢%)) ((٣٧)).

وكانت المرتبة الثالثة من نصيب باب الماثورات والمنثورات، حيث بلغ عدد موضوعاته ((١٤)) موضوعاً وبلغت نسبته المئوية ((١١,٩٦%)) ((٣٨)).

وجاء باب محاربة البدع والعادات السيئة(\*) بالمرتبة الرابعة والاخيرة حيث بلغ عدد موضوعاته المنشورة ((٥)) من مجموع الموضوعات الثقافية المنشورة في هذا الباب وكانت نسبتها المئوية ((٤,٢٧%)) ((٣٩)).

## 3- محور الموضوعات الدينية

احتل محور الموضوعات الدينية المرتبة الثالثة من بين المحاور التي وردت في المجلة وكان

عدد الموضوعات الدينية المنشورة ((٦٩)) موضوعاً وبلغت نسبتها المئوية ((١٨,٩%)) من مجموع

العدد

3

40

البحر العلمي

حزيران ٢٠٠٧

الموضوعات المنشورة في المجلة. وتوزعت الموضوعات الدينية في هذا المحور على ثلاث ابواب رئيسية، كما في الجدول رقم (٤) الذي يوضح توزيعها حسب عددها ونسبها المئوية.

جدول رقم (٤) يبين توزيع الموضوعات الدينية حسب واعدادها ونسبها المئوية

الترتبة	الابواب	عدد الموضوعات الثقافية	النسبة المئوية
١	باب العقائد الاسلامية	٣٣	٤٧,٨٢
٢	باب المطالب الاسلامية	٢٤	٣٤,٢٨
٣	باب فوائد الاحكام الاسلامية	١٢	١٧,٣٩
	المجموع	٦٩	١٠٠

وجاء باب العقائد الاسلامية بالمرتبة الاولى ضمن محور الموضوعات الدينية حيث بلغ عدد موضوعاته ((٣٣)) موضوعاً وحقق نسبة ((٤٧,٨٢%)) من مجموع الموضوعات الدينية المنشورة ((٤٠)). اما المرتبة الثانية فقد احتلها باب المطالب الاسلامية، حيث بلغ عدد موضوعاته ((٢٤)) موضوعاً وحقق نسبة ((٣٤,٢٨%)) من مجموع الموضوعات الدينية المنشورة ((٤١)). في حين جاء بالمرتبة الثالثة والاخيرة باب فوائد الاحكام الاسلامية والذي بلغ عدد موضوعاته ((١٢)) موضوعاً وكانت نسبية المئوية ((١٧,٣٩%)) من مجموع الموضوعات الدينية ((٤٢)).

#### 4- محور الموضوعات الفلسفية

جاء محور الموضوعات الفلسفية بالمرتبة الرابعة من بين المحاور التي وردت في المجلة وكان عدد الموضوعات الفلسفية المنشورة في هذا المحور ((٢٠)) موضوعاً وبلغت نسبتها المئوية ((٥,٤٧%)) من مجموع الموضوعات المنشورة في المجلة. وتوزعت الموضوعات الفلسفية في هذا المحور على ثلاث ابواب رئيسية، كما في الجدول رقم (٥) الذي يوضح توزيعها حسب عددها ونسبها المئوية.

جدول رقم (٥) يبين توزيع الموضوعات الدينية حسب واعدادها ونسبها المئوية

المرتبة	البواب	عدد الموضوعات الثقافية	نسبة مئوية
١	باب الفسيفسك	١١	٥٥%
٢	باب الشريعة والفلسفة	٥	٢٥%
٣	باب احاديث الروح والجسد	٤	٢٠%
	المجموع	٢٠	١٠٠%

واحتل باب الفلسفيات المرتبة الاولى ضمن ابواب هذا المحور حيث بلغ عدد موضوعات الفلسفية المنشورة ((١١)) موضوعاً وحقق نسبة مقدارها ((٥٥%)) من مجموع الموضوعات الفلسفية المنشورة ((٤٣)). وجاء في المرتبة الثانية باب الشريعة والفلسفة، حيث بلغ عدد الموضوعات المنشورة فيه ((٥)) موضوعات وحقق نسبة مقدارها ((٢٥%)) من مجموع الموضوعات الفلسفية المنشورة ((٤٤)). فيما كانت حصة باب احاديث الروح والجسد المرتبة الثالثة ضمن هذا المحور، حيث بلغ عدد الموضوعات المنشورة تحت هذا الباب ((٤)) موضوعات وكانت نسبتها المئوية ((٢٠%)) من مجموع الموضوعات الفلسفية ((٤٥)).

#### 5- محور الموضوعات الاجتماعية

احتل محور الموضوعات الاجتماعية المرتبة الخامسة من بين المحاور التي وردت في المجلة وكان عدد الموضوعات الاجتماعية المنشورة في هذا المحور ((١٥)) موضوعاً وبلغت نسبتها المئوية ((٤٣,٨%)) من مجموع الموضوعات المنشورة. وتوزعت الموضوعات الاجتماعية في هذا المحور على بابين رئيسيين، كما في الجدول رقم (٦) الذي يبين عددها ونسبتها المئوية.

جدول رقم (٦) يبين توزيع الموضوعات الاجتماعية ونسبتها المئوية

المرتبة	البواب	عدد لموضوعات ثقافية	نسبة مئوية
١	باب الاجتماعيات	٩	%٦٠
٢	باب المسكرات واضرارها الاجتماعية	٦	%٤٠
	المجموع	١٥	%١٠٠

واحتل باب الاجتماعيات المرتبة الاولى ضمن ابواب هذا المحور حيث بلغ عدد موضوعاته ((٩)) موضوعات وحقق نسبة مقدارها ((٦٠%)) من مجموع الموضوعات هذا المحور (٤٦).

بينما جاء باب المسكرات واضرارها الاجتماعية بالمرتبة الثانية ضمن ابواب هذا المحور حيث بلغ عدد موضوعاته ((٦)) موضوعات وبلغت نسبتها المئوية ((٤٠%)) من مجموع الموضوعات الاجتماعية المنشورة هذا المحور (٤٧). 6 - محور الموضوعات السياسية

احتل محور الموضوعات السياسية المرتبة السادسة والاخيرة ضمن المحاور التي وردت في المجلة وكان عدد الموضوعات السياسية المنشورة في هذا المحور موضوعين فقط وكانت نسبتها المئوية ((٠,٥٤%)) ونشرة هذه الموضوعات تحت باب المقالات السياسية، كما في الجدول رقم ((٧)) والذي يوضح عددها ونسبتها المئوية.

جدول رقم (٧) يبين توزيع الموضوعات السياسية ونسبتها المئوية

المرتبة	البواب	عدد لموضوعات ثقافية	النسبة المئوية
١	مقالات سياسية	٢	%١٠٠
	المجموع	٢	%١٠٠

وجاء الباب الوحيد ((مقالات سياسية)) ضمن المحور بموضوعين سياسيين (٤٨).

### الخاتمة

يتضح مما تقدم ومن خلال دراسة مجلة العلم وتحليل موضوعاتها، انها على الرغم من تنوع اهتماماتها بين العلم والدين والفلسفة والثقافة والاجتماع، الا انها قد غلب عليها الطابع العلمي في حين

جاءت الموضوعات الاخرى بالمراتب اللاحقة. ولعل ذلك يتطابق مع صاحب المجلة في توجيهه المعروف واهتماماته العلمية التي تمت الاشارة اليها في معرض الحديث عن حياة الشهرستاني. كذلك يتطابق مع الاسم الذي اختير للمجلة ((العلم)). واذا كان غلبة الاهتمام العلمي على بقية الاهتمامات الاخرى في مطلع القرن العشرين يمكن ان يفسر على انه اهتمام منفرد عن بقية الاهتمامات، فهو في ايماننا هذه يمكن ان يعد خطوة نحو التخصص الصحفي الذي لم يجد له مكاناً واضحاً وتعريفاً دقيقاً قبل نحو قرن من الزمن.

فلقد طغى على المجلة بشكل لا يقبل الشك الموضوع العلمي، فهي علمية اولاً وقبل ان تكون دينية او فلسفية او غير ذلك. لاسيما ونحن نتعامل مع لغة الارقام في تحليل موضوعاتها وبيان اهتماماتها. واثبتت هذه الارقام ان الموضوعات العلمية احتلت المرتبة الاولى من بين الاهتمامات الاخرى وهو ما يليب طموح وبحقق اهداف صاحبها في نشر العلم والمعرفة في مجتمع غلبت عليه الامية وساد فيه الجهل والفقر والمرض، الا ان الرغبة الجامعة لدى شخصية مثل شخصية الشهرستاني في التنوير كانت وراء دعم واستمرار صدور هذه المجلة التي داومت على الصدور سنتين معتمدة على الامكانات المالية الشخصية لصاحبها ومدعومة من فيض علمي ومعرفي اختزلته عقلية رجل الدين والصحفي الذي ضحى بكل شيء من اجل الصحافة ودورها في التنوير والتثقيف والتعليم.

ولذلك نجد المجلة وعلى مدى سنوات صدورها خاضت حرباً ضد الجهل ومن اجل العلم حتى لاقت ما لاقت من العراقيل والمشكلات التي دفعت بصاحبها الى مغادرة البلاد خوفاً من التهديد وتوقفت عن الصدور بعد عامها الثاني.

## الهوامش والمصادر

- 1- مجلة العلم / العدد الاول / ٢٩ اذار، ١٩١٠، ص ١.
- 2- منير بكر التكريتي / الصحافة العراقية / بغداد، ١٩٦٩، ص ١٤٣ كذلك انظر عبد الرزاق الحسني / تاريخ الصحافة العراقية / ج١، ص ١٨.
- 3- هبة الدين الشهرستاني / حياة مجلة العلم في عامها الاول النجف الاشرف / ١٣٢٩ هجرية / مطبعة حبل المتين، ص ٥.
- 4- عبد الرزاق الحسني، م.س.ذ، ص ١٨.
- 5- مجلة العلم / العدد الاول / ٢٩، اذار، ١٩١٠، ص ٤٧-٤٨.
- 6- وردت الاحاديث الشريفة كما يلي ... في الاعلى: قال النبي (ص): (طلب العلم فريضة على كل مسلم ومسلمة). وفي الجانب الايمن قال النبي (ص) : (اطلبوا العلم ولو بالصين) وفي الجانب الايسر قال النبي (ص): (اطلبوا العلم من المهد الى اللحد) انظر مجلة العلم / العدد الاول / ٢٩ اذار ١٩١٠.
- 7- ثبت الى صاحب المجلة بالشكل الاتي: (تأليف العلامة السيد محمد علي هبة الدين الشهرستاني). انظر العدد الاول. م.س.
- 8- جاء فيهما ...

((العلم انفس شيء انت ذاخرة من يدرس العلم لم تدرس مفخرة  
اقبل على العلم واستقبل مبادئه فأول العلم اقبال واخره))  
انظر مجلة العلم / العدد الاول . م.س.

- 9- اشار التعريف الى ... (مجلة تخدم العلم والدين وتبحث في اصول الترقى مادياً وادبياً). وثمن اشترائها الزهيد عن سنة كاملة في النجف وفي بغداد ٢٠ غرش وفي تركيا وايران ٢٥ غرش وفي ساير الجهات ٣٠ غرش وتطلب من مؤلفها في النجف الاشرف بالقطر العراقي وثمان العدد الواحد ٢ غرش وفي الخارج ٣ غرش. انظر مجلة العلم / العدد الاول. م.س. كذلك العدد ١١ في ١ شباط ١٩١١.
- 10- انظر على سبيل المثال العددين الثاني والثالث الذين صدر ابـ ((٤٨)) صفحة.
- 11- انظر العدد السادس / المجلد الثاني الصادر في ٢٣ تشرين الثاني ١٩١١.
- 12- انظر الاعداد ٧-٨-٩ وما تلاها.
- 13- انظر الاعداد (٥ وما تلاها).
- 14- انظر الاعداد (٦ وما تلاها).
- 15- موسوعة اعلام العرب، الجزء الثاني، الطبعة الاولى، بيت الحكمة، بغداد، ٢٠٠٠، ص ٥٩٣.
- 16- جدير بالذكر ان السيد الشهرستاني كان قد ضحى بالزعامة الدينية وهي زعامة الحوزة العلمية في النجف الاشرف، في سبيل الصحافة، حيث يشير في معرض حديثه عن اسباب انشاء المجلة قائلاً: ((حينما عرضت فكرة انشاء المجلة على كثير .. فصوبني اكثرهم وما اشاروا الى محذور فيه ابدأ غير محذور واحد... وهو اني لا انال معها الرئاسة الدينية فقلت دونكموها...)). انظر هبة الدين الشهرستاني، حياة مجلة العلم في العام الاول النجف

- الإشراف ١٣٢٩ هجرية، مطبعة حبل المتين، ص ٥.
- 17- مقابلة مع السيد جواد الشهرستاني الابن الاكبر للسيد هبة الدين بتاريخ اذار /٢٠٠٥.
- 18- المصدر السابق نفسه.
- 19- موسوعة اعلام العرب . م.س.ذ، ص ٥٩٤
- 20- المصدر السابق نفسه.
- 21- مقابلة مع السيد جواد الشهرستاني ،م.س.ذ.
- 22- تقلد منصب وزير المعارف للمدة من ١٢ ايلول ١٩٢١ الى ١٩ آب ١٩٢٢ ، انظر عبد الرزاق الحسيني/تاريخ الوزارات العراقية/المجلة الاول/بيروت/مطبعة دار الكتب/١٩٧٨/الطبعة الخامسة/ص ٦٨.
- 23- انظر الدليل الرسمي لسنة ١٩٣٦ /بغداد /وزارة الداخلية مطبعة دنكور/١٩٣٦/ص ٩٤٤.
- 24- د. علي الوردي، لمحات اجتماعية من تاريخ العراق، ج٣، ص ٩-١٠.
- 25- من بين هذه القصائد قصيدة العلامة الشيخ عبد الكريم الجزائري يقول فيها :
- ((درر حبر جباها فغدت في الأرض فيئه  
أرخوهن بها اظهر للإسلام هيئه))  
وقصيدة الشيخ محمد جواد الشبيبي منها:  
((بهمة عليا وتأييد ملك رقيتنا من فلك الي فلك  
بلغنا اماننا في قلم فيه كما تهوى بلغت املك  
جواهر سلكتها بسمطها عن خاطر في منهج الحق سلك  
ياهية الدين وتلك هبة منك لنا وهي من الرحمن لك  
نهجت نهجاً لم يصبه كاتب قبلك حتى يجعلوه قبلك))  
انظر مجلة العلم/العدد الاول، ٢٩ اذار، ١٩١٠، ص ٤٥.
- 26- تضمن هذا الباب العديد من الاحصائيات من بينها، احصائيات حول الجرائم واحصائيات الوفيات واحصائيات الصحف في العالم والموالييد والمسلمين في العالم وايام العمل وغيرها. انظر الاعداد ١، ٢، ٣، ٤، ٦، ٧.
- 27- ورد في هذا الباب موضوعات حول مذنب هالي وحركة الارض وحركة الشمس وحركة البروج وظهور المذنبات وغيرها، انظر الاعداد ١، ٢، ٣، ١١.
- 28- من بين ما نشر في هذا الباب اختراع السماعه، مدفع ضد الطائرات الالة الكاتبة للعميان، تلفون فوتوغرافي وغيرها، انظر على سبيل المثال الاعداد ٢، ٣، ٥، ٧.
- 29- ضم هذا الباب موضوعات حول انتشار الحمى التايفوئيدية، كتاب مرض الجدري، ضربات القلب، مكروب الحمى وغيرها، انظر الاعداد ٢، ٣، ٤، ٦، ١٢.
- 30- جاء في هذا الباب موضوعات حول، صناعة البارومتر، صناعة الحبر البارومتر الزئبقي، صناعة الشخاط، مقرونات الطائرات وغيرها، انظر الاعداد، ٢، ٣، ٥، ٦، ٧.
- 31- نشرت موضوعات عن ضرر المسكرات، مضاد التدخين، فوائد المشي، الماء المالح والصحة، منافع

- الصوم للصحة، وغيرها، انظر الاعداد، ٦،٤،٣،٢،١.
- 32- جاء فيه موضوعات حول، الماء المتجمد وتبلوره، فوائد التزاحم العلمي الجاذبية وتعليلها، الكهرباء، مقتطفات علمية، وغيرها، انظر الاعداد ١٢،١١،٦،٤،١.
- 33- من بين الموضوعات الجغرافية المنشورة، الزلازل الارضية، وضع الجبال تحرك الارض وسكونها وغيرها، انظر الاعداد ١٢،١١،٧،٣،٢،١.
- 34- ورد فيه موضوعات عن اول من اخترع التلسكوب، اول من استخرج العلوم الكلدانية، اسماء مكتشفي افريقيا، ديمقراطيس وبراهينه وغيرها انظر الاعداد ١٢،١١،٧،٥،١.
- 35- جاء في هذا الباب موضوعات حول، العناصر الكيميائية، كهربائية الراديوم درجة ذوبان العناصر، اوليات العناصر وغيرها انظر الاعداد ١٢،١١،٣،٢.
- 36- جاء في هذا الباب تقرير لبعض الكتب مثل كتاب الهيئة والاسلام، تقرير لمجلة العلم، تهنئة للصحف الجديدة الصادرة. وغيرها انظر الاعداد ٦،٥،٤،٣،٢،١.
- 37- من بين موضوعات هذا الباب مقالات ثقافية مثل معنى الصحافة، لم لم تسقطنا وبهم نرتقي، قصيدة ابن كنا واين صرنا، مناظرة الحاتمي والمتنبي وغيرها انظر الاعداد ٧،٥،٣،٢،١.
- (\* ) اوردها صاحب المجلة في المحور الثقافي لمناقشتها موضوعات ثقافية على عكس ما تبدو عليه وكأنها اجتماعية.
- 38- ورد في هذا الباب موضوعات مثل، سؤال وجواب، الحجة البالغة، كلمات حكيمة لأمير المؤمنين علي (ع) وغيرها انظر الاعداد ١٢،٧،٥،٣.
- 39- جاء هذا الباب الى المسلك لا الى السالك علماؤنا والتجاهر بالحق، اسئلة واجوبة وغيرها انظر الاعداد ١١،٧،٥.
- 40- انظر مثلا موضوعات، ابحاثنا حول النبوة، نقض على مانع ذبح الحيوان القران سيد المعجزات وغيرها انظر الاعداد ٥،٣،٢،١.
- 41- ورد فيه موضوعات مثل، نحن المتعصبون ام انتم؟ عصبية النمسا والمجر على المسلمين، الاسلام والاردن وغيرها انظر الاعداد ٧،٦.
- 42- ورد فيه موضوعات مثل، شرور الخمر، لب الاسلام ومدار الاحكام فوائد الصوم السياسية والاجتماعية، دعوة الاسلام في لاهور وغيرها انظر الاعداد ٧،٦،٥،٤.
- 43- مما ورد فيه موضوعات مثل، تجاريب الفلاسفة، الظلمة حقيقة وجودية ام عدمية وغيرها انظر الاعداد ١٢،١١.
- 44- مما ورد في هذا الباب، سؤال وجواب في الشريعة والفلسفة، الهيئة العصرية والشريعة الاسلامية، استحضار الارواح وغيرها انظر الاعداد ٦،٥،٤.
- 45- مما ورد فيه، مخابرة الارواح صادقة ام كاذبة؟ الاحزاب الروحانيين، القائمين لمخابرة الارواح، وغيرها انظر الاعداد ٨،٧.
- 46- مما ورد فيه، وجود البدع والخرافات في ابناء كل شريعة، الدعوة الاسلامية قوة تؤكد القوة الوطنية، نشترك في الغاية وتختلف في الطريق، لافرق بين الحروب وغيرها انظر الاعداد ١٢،٦.
- 47- مما ورد فيه، المسكرات مفاتيح الشرور، ضرر الخمر بمستقبل الامة، علاج مفاسد شيوخ الخمر، وغيرها

انظر الاعداد ٦،٧،١٢.

48- مما ورد فيه، نجاه ايران عن شرايدها ، اسمعي يا ايران واعتبري انظر الاعداد ٥،٨.

## المخاطر المرتبطة بأخلاقيات العمل الاعلامي

أ.م.د. كاظم المقدادي

كلية الاعلام - جامعة بغداد

### مدخل

في التصدي لموضوع " اخلاقيات العمل الصحفي"، يكون من المفيد جدا تسليط الضوء على الفترات التاريخية التي استخدمت فيها وسائل الاعلام لتقوية النظم السياسية او لخلق مبررات لوجودها. تعتبر النظرية السلطوية التي سادت في بريطانيا في القرنين السادس عشر والسابع عشر، البداية الحقيقية لاستخدام امكانيات السلطة في تثبيت اركان الدولة.. كما ان هذه النظرية التي غادرتها بريطانيا في بداية القرن الثامن عشر.. انتشرت في العالم الثالث ومنها نماذج الدول الشمولية في العراق وسوريا وليبيا. وهناك النظرية السوفيتية الشمولية التي لم تقتصر على الاتحاد السوفيتي قبل زواله، بل مارسها الفاشيون في ايطاليا والنازيون في المانيا، وكان غلوبز الالمانى صاحب مقولة - اكذب.. اكذب حتى يصدقك الناس - خير مثال على ذلك.

في المرحلة الثالثة يمكن الحديث عن النظرية اللبرالية التي دشنتها بريطانيا في مطلع القرن الثامن عشر، ثم تأثرت بها الولايات المتحدة الاميركية وفرنسا. غير ان الولايات المتحدة الاميركية رأت ان في النظرية اللبرالية بعض العيوب، لهذا اخترعت نظرية اعلامية جديدة هي نظرية (المسؤولية الاجتماعية)(1).

لكن السؤال المطروح الان، لماذا لم تستطيع كل هذه النظريات مجتمعة ان تحد من الرغبة الجامحة للدول والحكومات من الاستغلال البشع لوسائل الاعلام ولماذا ظهرت الان ومن جديد مخاطر تحالف السلطة السياسية وسلطة الاعلام وسلطة المال، الامر الذي يعود بنا الى النظرية السلطوية التي كانت سائدة في القرون الفائتة؟

لقد عكست التجربة الحالية لرئيس الوزراء الايطالي برلسكوني تلك المخاوف، فالرجل يمتلك مجموعة من المؤسسات الاعلامية، كما انه يمتلك المال، اضافة الى قوة سياسة لا يستهان بها.

والنموذج الذي يطرحه برلسكوني، ربما يتطور على يد موردوخ في بريطانيا، او فرنسيس

بويغ في فرنسا، وهذا الاخير عازم على شراء مؤسساته الاعلامية المتشعبة.

العدد

3

49

البحث الاعلامي

حزيران ٢٠٠٧

صحيح.. ان النظام الديمقراطي في الغرب، وقوة المؤسسات الدستورية لا تسمح بتجاوز الخطوط الحمر، لكن الصحيح ايضا ان التأثير على اي اتجاهات الرأي العام، ومحاولات ايجاد صيغة جديدة لهذا الرأي الشعبي باتت من الامور السهلة، ثم ان عولمة الاعلام وظهور (شركات معولمة)، متعددة الجنسيات يمكن ان تساهم وبشكل فعال في تغيير اتجاهات الرأي العام لصالح النخبة السياسية الحاكمة التي تجمع اليوم السلطة والمال والاعلام(٢).

في جانب خطير اخر، لا يمكن الاستهانة بظاهرة المتقنين والصحفيين الذليلين والمنتفعين، والذين لهم الاستعداد الكامل للاتخراط في مؤسسات اعلامية تضع شرف المهنة جانبا ولا تتمسك بقواعد اخلاقيات العمل الاعلامي.

ان هؤلاء ينتجون يوميا فكراً استهلاكياً من خلال اعلام استهلاكي يعتمد على الندوات والمقابلات والاحاديث التي تروج للفكر الجاهز، هذا الفكر الجاهز هو الذي يساعد على ادامة سلطة السياسة وسلطة المال وسلطة الاعلام.

توطئة...

كيمياء العلوم وفيزياء الاعلام

لابد من التأكيد ان الاعلام هو من الدراسات الانسانية التي يتداخل فيها العلم بقديمة وجديدة، وان الكشوفات الاعلامية هي فيزياء الاتصال الجديد.

لقد عبّر عالم الفيزياء ومؤلف كتاب (رؤى مستقبلية)، ميتشيو كاكو عن هذه الحقيقة حين قال: "وكباحث فيزيائي، اعتقد ان الفيزيائيين كانوا موفقين على الاخص في التنبؤ بالخطوط العريضة للمستقبل، وانا اعمل مهنياً في اكثر من الحقول اساسية في الفيزياء وهي المحاولة لتحقيق حلم انشتاين في ايجاد (نظرية لكل شيء...)، ونتيجة لذلك فأنتي اذكر دوماً بالسبل التي تلامس فيها فيزياء الكم عدداً من الاكتشافات الرئيسية التي شغلت القرن العشرين"(٣).

ثم يصل الى الحقيقة التي تضع الكشوفات الفيزيائية في خدمة العملية الاعلامية فيقول: "لقد شاركنا بشكل وثيق بأدخال عدد من الاختراعات الرئيسية كالتلفزيون والراديو والرادار والترانزستور والكومبيوتر.. وتصميم الانترنت والشبكة العنكبوتية العالمية(٤) WWW.

مشكلة البحث

على الرغم من اننا رسمنا حدود البحث عند مطلع الالفية الثالثة، اي بعد بروز ظاهرة

العدد

3

برلسكوني الايطالي، وان اهمية البحث تكمن في تشخيص الظاهرة الجديدة التي تنتافى واخلاقيات

50

البحث الاعلامي

حزيران ٢٠٠٧

العمل الاعلامي . الا ان مشكلة البحث ستظل قائمة، متكتلة بهذا التحول المستمر والسعي المرير لجمع السلطات الثلاث، كما ان فك الاشتباك سيكون من اولويات البحث، علماً ان الفتوحات الكبيرة التي تحققت لوسائل الاعلام ستجعل من عمليات الرصد مهمة صعبة.

الاعلام يسيطر على المادة والحياة والانسان

اذا كان هناك بعض الجدل وعدم قبول فكرة ان يكون النصف الثاني من القرن العشرين عصراً اعلامياً ملفتاً، فإن القرن الواحد والعشرين سيكون وبلا شك عصر الاعلام الفريد . ولا يمكن بأي حال من الاحوال ان يسجل التأريخ عصوراً وعقوداً مثل عصر النهضة العلمية، وعصر الرواية الرومانسية، وحقبة الخيال العلمي، ولا يسجل الاعلام عصره وتأريخه وتأثيراته . منذ ثلاثة قرون .. كَتَبَ اسحق نيوتن " ابدو لنفسي وكأنني صبي يلعب على شاطي البحر .. تَلَفْتُ انتباهه من فنية الى اخرى حصة انعم، او صدفة اجمل .. بينما يمتد محيط الحقيقة العظيم امام ناظره دون اكتشاف" (٥).

كما نعرف كان عصر نيوتن قبل ثلاثة قرون ذات قوانين الطبيعة التي غلفت بحجاب كثيف من السرية والغموض والخرافة، فالعلوم بكل اشكالها كانت تحبسو، وكانت عمليات الاتصال والتواصل شبه معدومة، وكانت اخبار الازمات والحروب تصل الى الناس بعد فترة طويلة من الزمن.

لقد ساعدت الحصى والصدفات العالم نيوتن، على اطلاق سلسلة مثيرة من الاكتشافات، وساهمت في تحول جذري وعميق للحياة البشرية، فمع " ميكانيكا نيوتن انت الآلات القوية وفي النهاية المحرك البخاري، وهو القوة المحركة التي اعادت تشكيل العالم حيث قلبت المجتمع الزراعي رأساً على عقب، ونشرت المصانع وادت الى رواج التجارة واطلقت الثورة الصناعية، وادت الى التوغل في اعماق قارات بكاملها عن طريق السكك الحديدية" (٦).

وبحلول نهاية القرن العشرين، كان العالم قد وصل الى نهاية حقبة مهمة .. اكتشاف اسرار الذرة .. اختراع الكمبيوتر الالكتروني، واخيراً التوصل الى القوانين الاساسية للمادة والحياة والحوسبة . لكن لا بد من الإشارة الى حدث مهم اخر هو ثورة ال D.N.A ومحاولة السيطرة على الجينات وتحديد مساراتها وبرمجتها وفقاً لنظرية تحسين النتائج البشري .

نحن اليوم امام حقبة اخرى .. اودع العالم فيها وصيته المتجددة .. حقبة ديناميكية جديدة كما يؤكد ميتشو كاكو في كتابه المهم (رؤى مستقبلية)، والذي يبشر بحقبة جديدة، من ديناميكية جديدة للعلم والتكنولوجيا، يلعب فيه الاعلام دوراً مهماً وخطيراً في تحديد المصطلحات، وصياغة الرأي العام، وعولمة الاراء والمعتقدات.

السؤال المهم هنا .. لماذا لم يستطيع مخترع الطباعة غونتبرغ في النصف الاول من القرن الخامس عشرين يثور العملية الاعلامية، بينما استطاع نيوتن ان ينجز الكثير في مجال اختصاصه ويعمل على تطوير النهضة العلمية.

قد يبدو الجواب على مثل هذا السؤال المهم من البساطة في مكان .. لان حاجة الانسان في عصر (غونتبرغ)، لم تكن القراءة والكتابة ونشر وطباعة الصحف، كانت الحاجة الى علوم جديدة تنتشل الانسان من الظلامية السائدة .. وهكذا كان، وقد انعكست مظاهر التقدم في الحياة، و بروز وتقدم عوامل المواصلات، والتواصل بين المجتمعات المدنية، الى تفعيل مهمة الصحف في تلك الفترة، فبعد ان كانت المواصلات المتعثرة تؤخرها .. ساهمت طرق المواصلات الجديدة الى انتشارها وفرض سلطتها الجديدة على المجتمعات الانسانية .. ان ثورة المعلومات .. والحاجة الجديدة واليومية للمعلوماتية تخلق وبلا شك اواصر علاقات كونية .. وبالتالي ثقافات كونية لا تعترف بالمصالح المحلية والصغيرة .. واعدو الى الة الطباعة التي اخترعها غونتبرغ، فهي بلا شك جعلت الناس يبصرون الى الابد .. اي ابعد من تقاليد القرية ونظامها الزراعي .. وبالتالي فأن مثل هذه النظرة الجديدة تجعل من المستقبل اكثر قريباً وأكثر تفاؤلاً .. تماماً كما تفعل العلوم الانسانية الاخرى.

"ان هذا الامتداد التاريخي بين علوم الحياة وعلوم الاتصال تؤكد حقيقة واحدة، ان الاعلام الذي ارتهن بكشوفات الفيزياء سيجعل من علوم الاتصال مادة حية قابلة الى التجزيء المستمر، اي ان ذرات الاتصال التي تجزأت في نهاية القرن العشرين، وبدأت وكأنها خاضعة لعملية تجزيئية جديدة في بداية القرن الواحد والعشرين .. سوف تجعل من مادة الاتصال مادة محيرة غير قابل للسيطرة.

#### متغيرات الاسس النظرية وتأثيرها على اخلاقيات العمل الاعلامي

لقد ظهرت اول جريدة في الولايات المتحدة الامريكية وفي مدينة بوستن عام ١٦٩٠، كانت تحتوي على صفحة واحدة وتصدر مرة واحدة كل شهر، وكانت جريدة خبرية تنقل الاخبار من اوربا الى المستوطنين الجدد في اميركا (٧). وهذا يعني وببساطة ان الراسمالية هي التي مهدت لصدور الصحف، خصوصاً اذا عرفنا ان العالم شهد طفرة كبيرة عام ١٨٣٤ مع الفرنسي لويس هافاس .. لقد اكتشف هذا الصحفي الناشيء ان الاخبار سلعة يمكن ان تباع وتشتري، ولذلك تراه قد اسس اول وكالة انباء في العالم هي وكالة (هافاس)، من هنا ايضاً يندخل السوق ليحدد مضمون الاعلام، ويعمل على توجيه الصحفي من خلال عمله في جمع الاخبار.

من هنا لا بد من التأكيد ان الصحافة قد تطورت على يد النخبة الراسمالية في الولايات المتحدة

الاميركية، في حين برزت كوسيلة مهمة عند النخبة البرجوازية في فرنسا والمانيا وحتى بريطانيا، وعندما تكون بدايات الصحف في الغرب على يد النخبة. فان الحديث عن الرأي العام في تلك الفترة

التاريخية سابق لوانه.

واستطراداً لما بدأنا به.. فإن متغيرات الاسس النظرية قد أثرت كثيراً على منهجية الاعلام واهدافه، وطبقاً للنظرية السلطوية فإن اختراع الطباعة ومن ثم انتشار الصحف اليومية والاسبوعية يعني ان الصحافة تؤدي وظيفتها من - القمة الى القاع- وهذا وحده يفسر الاعتقاد القائل بأن الحقيقة ليست نتاج الجماهير.. انها نتاج النخبة، وعلى الجماهير ان تتصاع لما تقدمه الصحف من معلومات وافكار واخبار.. ضمن هذا السياق العام من (الفهم النخبوي)، فإن الحقيقة تبدو كمركز قوة يمكن الاستعانة بها في الوقت المناسب.

طبعاً هذا المفهوم الاولي عكس علاقة الصحافة مع السلطة، ويبدو ان تكون هناك سلطة للصحافة، ولدت صحافة للسلطة.. بمعنى اخر ان الدور الرقابي على الحكومة لم يعد قائماً (٨).

من خلال ما تقدم.. فإن الدول في العالم الثالث ومنها الانظمة الشمولية لم تكتسب طابعها التسلطي على وسائل الاعلام من خلال النظرية الاشتراكية وحسب.. بل كذلك من النظرية السلطوية التي امتدت على قرنين كاملين - القرن السادس عشر والقرن السابع عشر- وفي بريطانيا على وجه التحديد.

يمكن القول هنا ايضاً.. ان النظرية الشيوعية الشمولية لم تأت من فراغ، بل هي نتاج تطوير النظرية السلطوية.. لكن النظرية الشمولية الشيوعية ذهبت ابعد من ذلك يوم اطبقت بالكامل على وسائل الاعلام وجعلتها تحت تصرفها، اي خلقت مركزية اعلامية قوية.. وهذا التطور الخطير نتج عنه ترسيخ دكتاتورية البروليتاريا وحسب تعاليم الماركسية- اللينينية.

ومقابل ذلك التحجر الشيوعي الذي اطبق على وسائل الاعلام، تقوم (النظرية الليبرالية)، على اساس الفلسفة الحرة التي تطورت في القرن السابع عشر والثامن عشر.

وقد تطورت هذه النظرية مع تطور المبادئ الديمقراطية للدولة والسوق الحر في الميدان الاقتصادي، وساعدت على بروز المجتمع المدني الذي انسجمت افكاره مع الواقع الجديد لوسائل الاعلام التي راحت تبشر بحرية التفكير وحرية الاختيار وكذلك حرية ملكية وسائل الاعلام للافراد وليست للحكومات فقط.

تجاوز حدود اخلاقيات العمل الاعلامي

تجارب اعلامية من حالة الحرب الى حالة السلم

في زمن الحرب.. ومهما كانت قوة القيم الديمقراطية السائدة فإن الانظمة الليبرالية تلجأ عادة الى

حجب الوقائع التي ترى فيها تهديداً لوجودها وخطراً كفيلاً بأثارة الرأي العام ضدها.. لذلك فإن الرقابة الصارمة والغاء حقوق المجتمعات المدنية، بل ان محاصرة الحريات الفردية تكون من العلامات البارزة في حالات الطوارئ وزمن الحروب التي تحصل في الغرب الرأسمالي.

العدد

3

53

البحث الاعلامي

حزيران ٢٠٠٧

ان النزاعات المسلحة وراء التغييرات الحاصلة في وسائل الاعلام.. لا بسل ان كل درجات التقدم التي تتحقق عادة في ميدان الاعلام تشهد تراجعاً قوياً عندما تجد الدول نفسها في حالة صراع مستمر مع دول مجاورة او حتى بعيدة.

لقد شهدت ايطاليا عام ١٩٢٧ انشاء وزارة اعلام بسبب حروبها التوسعية، وقد اطلق على هذه الوزارة اسم " وزارة الصحافة والدعاية"، وكان من بين اعمالها حث الصحف اليومية على التبشير للافكار الفاشية التي جاء بها موسوليني، او على الاقل احترام هذه الافكار وعدم انتقادها او جلها عرضة للسخرية والانتقاد!

وفي عام ١٩٣٣ حدث في المانيا الشيء نفسه، اذ طلب هتلر انشاء وزارة بأسم وزارة التربية الشعبية، وكان المشرف على هذه الوزارة غوبلز، وهو خبير الدعاية المعروف في زمن النازية. ان انشاء وزارات دعاية على هذا النمط وفي ظروف سياسية خانقة يعني تخصيص مبالغ كبيرة من الاموال، وحشد العديد من الخبراء، وجعل وزارة الدعاية صاحبة اليد الطويلة بالنسبة للوزارات الاخرى. ولم تقتصر هذه الاجراءات الخطرة في ميدان الاعلام على ايطاليا والمانيا.. بل ان الولايات المتحدة الاميركية أنشأت في نفس الفترة اي في عام ١٩٣٥ الوكالة الاميركية للاعلام، وكان عمل هذه الوكالة قد امتد الى البعثات الدبلوماسية في الخارج، وقد تم بعد ذلك انشاء العديد من خلايا الاعلام والتي يرأسها عادة ملحق صحفي يرتبط في الجهات التي يمك بالقرار السياسي في البلاد.

ومن خلال هذا العرض.. يتضح ان تلك الفترات الصعبة انتجت أنموذجاً جديداً من الصحفيين وهم صحفيو الدولة، وهؤلاء لا يكون لهم رأي الارأي الدولة، ولا حرية الاحرية الدولة.. في وقت تتقلص فيه معدلات النشر والتوزيع وتتعدد المنابر الاعلامية.

وفي هذه الفترات ايضاً لابد من الإشارة الى ان التضليل الاعلامي بدأ يأخذ طريقه في هذه الفترة بعد ان شعرت الدولة انها مضطرة لممارسة هذا النوع من الاعلام والذي يعد من اكبر المخاطر التي تواجه المجتمعات المدنية، والمؤسسات الديمقراطية، خصوصاً وان التضليل الاعلامي ولكي يؤدي دوره بثبات.. لابد من اضعاف شواهد وجوده، اي ان التضليل يكون ناجحاً عندما يشعر المتلقون المضللون.. ان الاشياء هي على ما هي عليه من الوجهه الطبيعية والحتمية.. بعبارة اخرى ان التضليل الاعلامي يقتضي واقعا زائفاً هو الانكار المستمر لوجوده اصلاً. (٩).

ولم يقف بالعقول عند حدود التضليل الاعلامي ومدارسه وفلسفاته.. بل اتهم هذه المرة بدأوا باستخدام الشركات الصناعية العملاقة كأداة وكشريك في الجهود الاعلامية الرامية الى بث الاساليب الجديدة في صياغة الخطاب الاعلامي.

ولكي نبرهن على هذا الاعتطاف الخطير في الساحة الاعلامية، فإن شركة جنرال الكترتريك

العلاقة والمعروفة، بأنتاج الاسلحة استطاعت انشاء شبكة اعلامية مهمة هي N.B.C الاميركية، وهذه القناة الاعلامية لعبت دوراً مهماً في اذكاء الحروب في العالم ومنها الحرب التي شُنت على العراق ١٩٩١. ترى ماذا يمكن ان تقدم مثل هذه القناة التلفزيونية الى مشاهديها من اخبار وندوات ومقابلات وافلام وثائقية، وما هي طبيعة رسالتها الاعلامية؟

في مكان اخر هناك بعض المؤسسات الاعلامية التي تعتمد اعتماداً كبيراً على الاموال التي تأتيها من الشركات الصناعية الكبيرة، وقد حدث ان سحبت شركة بيجو للسيارات الفرنسية المساعدات المالية المهمة التي تقدمها الى مجلة (أبنيون)، عام ١٩٩١، وقد تناولت صحيفة (لوموند دبلوماتيك)، الشهرية هذا الحدث في احدي دراساتها المهمة. (١٠).

نتطرح قضية التسويق مسائل مهمة تتعلق بأستقلالية الصحف وحيادها كذلك في مستقبل هذه الصحف التي تتعرض دوماً الى الابتزاز والضغط المالي المستمر.

ان الاستقلال الكامل للمؤسسة الاعلامية هو الاساس المتين الذي يحافظ على مصداقية وسمعة اي مشروع اعلامي، كما ان هذا الاستقلال يجب ان يرتبط بأستقلال الصحفيين العاملين الذين يبحثون دائماً عن مواقع صناعة الحدث، وقد اثرت هذه الاستقلالية وما زالت تُثار من قبل التنظيمات المحايدة مثل (منظمة صحفيون بلا حدود)، في فرنسا وجمعية الصحفيين المحترفين في الولايات المتحدة الاميركية.

ويمكن تلخيص ما تقدم ان المؤسسات الاعلامية الكبيرة تمارس الكثير من عمليات التضليل بأسم الانفتاح والديمقراطية بعد ان تعمل على احتكار المعلومات وحجب الكثير منها، ويظل المتلقي وحتى الصحفي غارقاً في التفاهات من الاخبار.. بينما الاخبار المهمة والتي تهدد الشركات العملاقة تعطى عادة بالقطارة.

يفهم من خلال ما تقدم ان مشكلة التدفق الاخباري وضخ الاخبار باتجاه دون اخر، او التركيز على نوع من الاخبار دون الانواع الاخرى، يمثل اهم التحديات التي تواجهها وسائل اعلام نزيهة ومستقلة لم يعد ممكناً.. كما ان ظهور وسيلة اعلامية واحدة تعزف خارج اطار هذه الجوقة لم يعد هو الاخر امراً ممكناً.. من هنا تتضح معالم المخاطرة الكبيرة التي تحف بحرية الاعلام، كذلك يتضح لنا حجم المخاطر التي تجعل من وسائل الاعلام سلعة خاضعة لمنطق الربح والخسارة وليس لمنطق المهنة وشرها، والحقيقة وقدسيته.

### دخول الاعلام عصر الحداثة الرأسمالية

لا يمكن الحديث عن المتغيرات الجديدة في اساليب الخطاب الاعلامي دون ذكر كتاب (قوة بلا مسؤولية)، للكاتب البريطاني جيمس كورون وهو احدث كتاب اعلامي يناقش الظواهر المؤدية في مسيرة المؤسسات الاعلامية (١١).

وعندما يستطيع الكاتب مسيرة الاعلام في بريطانيا منذ نشوء الانظمة السلطوية في القرنين

السادس عشر والسابع عشر والتي كانت تعكس فلسفة السلطة المطلقة للملك او للحكومة او لكليهما معاً.. وكانت الصحف في تلك المرحلة تعمل على دعم وتوطيد سياسة الحكومات المتعاقبة في بريطانيا. لكن قبل نهاية القرن السابع عشر، تبنت بريطانيا مفهوماً ليبرالياً جديداً مما انقذ مسيرة الصحف التي كانت خاضعة لسلطة الدولة.

في حين ظلت المشكلة الاساسية متعلقة بالتمويل وظهور شركات عملاقة تعمل على تمويل المؤسسات الاعلامية وبالتالي فإن جزءاً كبيراً من الاستقلالية المهنية اصبحت في مهب الريح. واللافت ان النصف الثاني من القرن العشرين وبداية القرن الواحد والعشرين كانت المؤسسات الاعلامية قطاعاً صناعياً مثل غيرها، وعندما تكتسب هذه المؤسسات الصفة الصناعية فهذا يعني انها تظل خاضعة لحركة السوق اي للعرض والطلب.

ويؤكد وان شيلر في دراسة نشرها في جريدة (لوموند دبلوماتيك) الفرنسية، ان الاتصال قطاع صناعي مثل غيره ويعمل هذه الظاهرة مؤكداً: "ان التقنيات الرقمية اطلقت حرية حركة تلاقح جديدة في السابق كانت وسائل الاعلام (تشابهيية)، بمعنى انها وبطبيعة عملها تعمل على توزيع صنف وحيد من المعلومات، الصوت في الهاتف، الاذاعة، الصورة في التلفزيون، ثم النص في الجريدة، لكن التكنولوجيا الرقمية تؤدي اليوم مجموعة واسعة من الخدمات تتحول جميعها الى دفق يتوزع بين الصفر والواحد، اضع الى ذلك ان مصنفي المنتجات الالكترونية الواسعة الانتشار يستخدمون مكونات متشابهة في جميع الادوات وان كانت مختلفة عن بعضها في الظاهر مثل اجهزة التلفاز والحواسيب الشخصية والهواتف النقالة والعباب الفديو"

هذا التطور السريع الذي نقل وسائل الاعلام من حالة المشاريع المتواضعة، الى مشاريع صناعية عملاقة سهل عملية وصف دخول الاعلام عصر الحداثة الرسالية، كما ان الوصفة الجديدة والوحيد الناجحة من اجل المحافظة على استقلال الصحافة هي الارضاء المشترك للقارئ ولحامل الاسهم. (١٢).

بيد ان دخول الاعلام عصر الحداثة الرأسمالية وهروبها من قبضة الحكومات لا يعني انها تخلصت نهائياً من الاستغلال الاعلامي، ومن الممكن ان تنشأ عملية الاستغلال الاعلامي، ومن الممكن ان تنشأ عملية الاستغلال من الداخل كما يرى الكاتب الفرنسي سيرج هليمي حيث ان الذي يمتلك وسائل الاعلام هو الذي يهيمن على الدولة والسياسة، وان الانتصار على الحقبة السلطوية والسلطة الشمولية لم يمثل سوى مرحلة على طريق التبعية المرسخة..

ان جدران رقابة الدولة التي سقطت واستبدلت بجدران اقل ظهوراً للعيان، اذ انه ما الفائدة من فرض ارتداء الزي العسكري على مقدمي الاخبار كما حصل في بولونيا خلال عهد الدكتاتورية، طالما انه يوجد في تصرف السلطة الحقيقية صحفيون بدون قيود ظاهرة لكنهم يتحدثون بلغة البزة الرسمية.

وإذا كنا قد اكدنا ان الاتصال اصبح من القطاعات الصناعية المهمة فهذا يعني بسهولة ويُسر

ان وسائل الاعلام يمكن ان تكون من العلامات التجارية التي تخضع لمنطق العرض والطلب، الربح والخسارة، كذلك الى منطق التكتلات والاندماجات.

ومما يثير المخاوف ان تحدد بعض التجمعات الاعلامية فيما بينها لينشأ من خلال هذه التجمعات مراكز قوى جديدة في حقل الاعلام.

والحقيقة ان التحالفات المتشابكة جعلت من الصعب توجيه التهمة الى اي من اصحاب شركات الاعلام.

وقد حدث في ايطاليا ان اندمجت بعض المجموعات الاعلامية التي يمتلكها موردوخ وبرلسكوني، كما ان الساحة الاعلامية في فرنسا شهدت هي الاخرى اندماج مجموعة (هاشيت)، ولوبوان (مجموعة بنيو)، ولوموند ولوفيغارو.

وفي محيط كهذا يمكن للتواطؤ الصناعي ان يرسخ المصالح التطبيقية على حساب المصالح الشعبية خصوصاً عندما يصعب التمييز ما بين ما هو ام وما بين ما هو تجاري.

في ايطاليا ما زال برلسكوني الرجل الاكثر ثراء في البلاد وصاحب المجموعات الاعلامية الاكثر تأثيراً، ثم ان رئاسة الوزراء كانت تحصيل حاصل، وفي فرنسا اشترى فرنسيس بويغ القناة التلفزيونية الاولى وهو بصدد ضم الكثير من اصحاب النفوذ والجماعات الضاغطة الى صفوفه، وحدث كذلك في امكنة اخرى حيث اشترى روبرت ماكسول صحيفة كبيرة في كينيا بعد ان كان شريكاً للاعمال مع الرئيس اراب موي.. وبالطبع لم تتوقف الصحيفة من مدح الرئيس، وهكذا فان الشركات المتعددة الجنسيات في العالم تتحول يوماً بعد يوم الى مجموعات اعلامية مندمجة، الى شركات معلومة.. لكن هذه العولمة الاعلامية تسير في خط يصعب تفسيره.

### بروز مخاطر جديدة

لابد من التأكيد ان موضوع العولمة الاتصالية يشكل اليوم احد اهم المخاطر المرتبطة بأخلاقيات العمل

الاعلامي.

ويرى جيمس روزناو ان العولمة الاتصالية تتم من خلال اربع طرق متداخلة ومترابطة (١٣).

1- من خلال التفاعل الحواري والثنائي الاتجاه عن طريق تقنية الاتصال.

2- الاتصال المونولوجي الاحادي الاتجاه من خلال الطبقة الوسطى.

3- من خلال المنافسة والمحاكاة.

4- من خلال تماثل المؤسسات.

هذه التفاعلات والاتصالات والمحاكات والتماثلات تركت بصماتها على المنهج الاخلاقي

للمعملية الإعلامية، بمعنى انها اوجدت ثغرات جديدة وتفسيرات جديدة مما ينتج عنها بعض الاجتهادات التي قد تغير الصورة المثالية لاخلاق المهنة.

على انه لا بد من التوضيح ان وسائل الاعلام وبعد هذا التطور السريع والمذهل لا بد وان تخضع لمراجعة مستمرة خصوصا وان تطورات البث الفضائي عبر الاقمار الصناعية وكذلك ثورة الانترنت قد احدثنا ثورة حقيقية في عالم الاتصال.

وفي هذا الصدد تؤكد الدكتور مي سنو (١٤).

(هناك عولمة اتصالية تبرز اكثر ما تبرز من خلال البث التلفزيوني عن طريق الاقمار الصناعية، وبصورة اكثر عمقا من خلال شبكة الانترنت التي تربط البشر مع انحاء المعمورة، وتدور حول الانترنت اسئلة كبرى، ولكن من المؤكد ان نشأتها وذيوعها وانتشارها امور ستؤدي الى اكبر ثورة معرفية في تاريخ الانسان).

ويمكن القول ان صياغة تعريف دقيق لاخلاقيات العمل الاعلامي بات من اكثر الامور تعقيدا والتباسا.. فالمخاطر التي كانت بالامس ربما لاتكون اليوم بالاهمية ذاتها.. على اعتبار ان المخاطر الجديدة تشكل تحديا صارما تصعب مواجهته.

ولعل الدكتور برهان شاي هو من نبهنا لواقع جديد ودور جديد تلعبه وسائل الاعلام حاليا من خلال نظرية "دوامة الصمت":

(ان وسائل الاعلام حين تتبنى آراء او اتجاهات معينة خلال فترة من الزمن فان معظم الافراد والجماعات سوف يتحركون في الاتجاه الذي تدعمه وسائل الاعلام، وبالتالي يتكون الرأي العام بما يتفق و الافكار التي تدعمها وسائل الاعلام) (١٥).

ان اهم المخاطر الجديدة التي تحيط بالعمل الاعلامي التي نراها اليوم قبول وسائل الاعلام الحديثة للعب دور ترسمه وهي للجمهور وليس العكس.

والمشكلة القديمة الجديدة ظلت تتعلق بتدفق المعلومات وتحقيق نظام اعلامي جديد قائم، إذ على التوازن المعرفي.

انه ومنذ الثمانينيات ومحاولة الاعلامي التونسي المصمودي ومباركة اليونسكو لايجاد نظام جديد.. كانت ومازالت المشكلة قائمة في المجتمعات العربية.

(تحولت هذه المجتمعات بفعل ذلك الى مستهلكة لمنتجات الغير وذلك لايمكن اعتباره الا تكديسا حضاريا كما قال مالك بن نبي) (١٦).

وهناك بعض المشاكل التي تتعلق بتقنيات وسائل الاعلام وصعوبة التدريب عليها ومواكبة

الجديد منها وقد نبه الى ذلك خبير الاتصال محمد راسم الجمال ونبه الى مخاطر الاعتماد الكامل على المنتجات التقنية:

(على اننا يجب ان لا نغفل ضرورة خلق قاعدة تقنية عربية او التهيئة السليمة للتقنيات الوافدة في مجال الاتصال و الاعلام تكمن عند المستويات العليا لصنع السياسة العامة واتخاذ القرار في الوطن العربي (١٧).

#### السلطة الخامسة.. وتنمية الحس المدني للاعلام

كانت وما زالت وسائل الاعلام الملجأ الاجتماعي والنفساني للمواطنين، خصوصا عندما تفشل السلطات الثلاث التقليدية (التشريعية، التنفيذية، القضائية)، في حماية المواطنين، وهذا ما يحصل بشكل مباشر ودون وجل في ظل الحكومات الدكتاتورية، كذلك تحصل احيانا بعض الاختراقات في الانظمة الديمقراطية، حيث يكون التصويت في البرلمانات المنتخبة يسير بشكل غير صحيح.

الصحفيون المستقلون والوطنيون هم وحدهم من يقف ضد مثل هذه التجاوزات الخطرة.. وهؤلاء هم الذين يساعدون على أذكاء الحس المدني للاعلام، بمعنى ان الجمهور الاعلامي ان صح التعبير التجمعات الاعلامية(العولمة)، والتي تمارس دوراً يفوق الدور الخطير الذي تمارسه الحكومة الانظمة الشمولية.

عندما تحدث خبير الاعلام انياسو رامونيه ignacio ramonet عن السلطة الخمسة، فهو يعني بالتأكيد هذا التوحد بين رجال الاعلام الصالحين وبين المواطنين الذين يفهمون خفايا اللعبة الاعلامية ودرجات التضليل التي تتصاعد كلما ابتعدت وسائل الاعلام عن نظرية المسؤولية الاجتماعية.

الواقع ان رامونيه وضع اصبعه على الجرح، عندما اكد ان "العولمة الليبرالية"، افرغت السلطة الرابعة من مضمونها وفقدت شيئاً فشيئاً وظيفتها الاساسية كسلطة رابعة مهمة الى جانب السلطات الثلاث المعروفة.. التشريعية، التنفيذية، والقضائية.

هذا طبعا لا يمكن ان نغفل ان غياب فاعلية السلطات الثلاث المذكورة قد اوجد بديلاً سريعاً وفاعلاً، ايضاً سلطة ثلاثية وهي.. سلطة السياسة وسلطة الاعلام وسلطة المال، وهناك بعض الشركات المعولمة تملك من المال ما لاتملكه العديد من الحكومات.

ان التغيرات الاقتصادية في القرن العشرين، وظهور كتل اقتصادية رهيبية ساعدت جميعها على جعل الاعلام ذليلاً يتحرك في جميع الاتجاهات وراء نوازع واهداف تلك الكتل الاقتصادية الامر الذي جعل معظم وسائل الاعلام تتجمع اكثر فأكثر داخل (عمارات تنظيمية)، لتشكل مجموعات اعلامية ذات بعد عالمي.. لكنها خاضعة، وهنا تكمن الخطورة الى سلطة العولمة واسياد العالم الجدد الذين يلتقون سنوياً في (رافوس)، ضمن اطار المنتدى الاقتصادي العالمي والذي يخضع اساساً لرغبات ثلوث العولمة المعروف بـ صندوق النقد الدولي، البنك الدولي، منظمة التجارة العالمية.

ان الحدث الابرز في حقل الاعلام، يكمن في ان هذا القطاع المهم انتقل من موقع الجماهير الى موقع السلطة، وبديل ان يكون اداة فاعلة بيد المواطن صار اداة ضاغطة بيد الحاكم.. والحاكم لا يعني

بالضرورة الملك او الرئيس، بل يمكن ان يكون شركة عملاقة يلهث وراءها الجميع بما فيها الحكام انفسهم. ان شركات عملاقة مثل ميكروسوت، جنرال الكتريك، ار تي ال فرانس، يوناييتد غلوبل كوم... وغيرها تملك اليوم امكانات ضخمة في مجال الاتصال، خصوصاً عندما استطاعت (الثورة الرقمية)، كسر حدود الاتصال التقليدي القائم على الكتابة والصوت والصورة، لقد تم فتح المجال امام ظهور الانترنت وانتشاره كطريقة رابعة في اشكال الاتصال من حيث التعبير والاستعلام والترفيه. (١٨).

ان المجموعات الاعلامية الجديدة تملك اليوم ميزتين جديدتين، البث الواسع عن طريق الكوابل والفضاء والانترنت، والثانية ان هذه المجموعات عالمية الطابع بالإضافة الى محليتها الاساسية. ومن خلال وزنها الاقتصادي، واهميتها الاعلامية استطاعت المجموعات الاعلامية السيطرة على مختلف القطاعات الاعلامية في العديد من البلدان والقارات، وهذا ما يطلق عليه اليوم - العولمة الليبرالية- لكن علينا ان لانسى ان هذه العولمة الليبرالية في ميدان الاعلام افرغت الصحافة من صفة السلطة الرابعة. لانها اساساً لا تبحث في قضايا ومشاكل الجماهير، بل في التوسع والسيطرة على حساب الجماهير.

وهكذا تحول شيئاً فشيئاً الهدف المدني ليصبح هدفاً اقتصادياً وسياسياً في احيان اخرى. هنا.. يبدو ان السؤال الكبير لا بد من طرحه.. ما العمل؟.. ازاء هذا الوضع الجديد، ازاء تجمع ثلاث سلطات هي سلطة السياسة/ سلطة المال/ وسلطة الاعلام، لتلغي عملياً دور السلطات التقليدية، التشريعية/ التنفيذية/ القضائية.. لا بل لتذهب الى غير رجعة بالسلطة الرابعة- الصحافة- وتضع المجتمعات الجديدة في متاهات لا حصر لها.

هذه الاشكالية الجديدة، نراها تتجسد في ايطاليا على يد رئيس الوزراء برلسكوني الذي جمع سلطة سياسية وسلطة الاعلام وسلطة المال، وتدعمه في هذه المسيرة شركات صناعية ومؤسسات اعلامية عالمية. ان خبير الاعلام رامونيه، يحاول وبعد ان بشرنا بالسلطة الخمسة كنظرية جديدة تدعم نظرية المسؤولية الاجتماعية، ان يستعين بالجماهير عن طريق تشكيل قوة مدنية تفصح السلطة المفرطة لوسائل الاعلام والمجموعات الاعلامية الكبيرة المتورطة في الترويج للعولمة الليبرالية.

طبعاً.. الاستعانة بالجماهير لا يكفي وحده، لكنه يضاف كقوة جديدة من خلال انكفاء الحس المدني للاعلام، ومن خلال خلق (حصانة)، اعلامية للمواطن يستطيع بها ومن خلالها فهم حدود اللعبة الاعلامية.. ومخاطر التضليل الاعلامي وخفايا صياغة رأي عام سريع يساعد على تمرير اللعبة الكبيرة.

في الواقع.. ان تجربة فنزويلا وسيطرة المجموعات الاعلامية التي تمول اميركياً والتي وقفت دائماً ضد سياسة الرئيس الفنزولي هوغو شافيز (١٩)، اسرعت في قرع جرس الانذار.. ففي الوقت الذي فاز فيه شافيز في الانتخابات وضمن ما يعرف باللعبة الديمقراطية.. حاولت المجموعات الاعلامية خلط الاوراق في الشارع بعد ان نجحت في خلق رأي عام مضاد لحكومة شافيز.. لكن هذا الاخير

استطاع ان يصمد الى النهاية ويكشف حقيقة تغلغل الاعلام الاميركي في الصحافة الفنزولية التي استطاعت تسميم الافكار، وحشو الادمغة والكذب والتلاعب في عواطف الجماهير .

ويذكر اتياسو رامونيه ان ما حدث في فنزويلا هو تطوير لسيناريو اخر كان قد حدث في مطلع السبعينيات في تشيلي ضد الرئيس سلفادور اليندي، حيث تهاوى امام ضربات الاعلام، وطلقت الدبابات التي حاصرت قصره.

وفي العراق .. يمكن ان نخضع اكلوبة اسلحة الدمار الشامل التي روجت لها وسائل الاعلام الاميركية، لنفهم كيف ان البيئة الاعلامية باتت ملوثة الى حد خطير .. خصوصاً عندما نكتشف ان الاعلام الاميركي بات مزيجاً من اعلام مخابرات، و اعلام عسكري، و اعلام دبلوماسي .. ثم الا يفكر احد منا ان حصار الفلوجة عسكرياً قد صاحبه حصار اعلامي رهيب حتى باتت الاخبار تتدفق من مصدر هو القيادة الاميركية المركزية في العراق، وفي احسن الاحوال فأن المصدر الخبري عندما يكون واحداً وغير مستقل تكون نسبة الكذب فيه عالية جداً.

ويبدو ان حدود اللعبة الاعلامية في الولايات المتحدة الاميركية، لم تقف عند الاعلام الحربي، بل ان محطة تلفزيونية مهمة مثل محطة (فوكس)، تم انشاؤها لخدمة السياسة الاميركية وخلق رأي عام داخلي يساند المغامرات العسكرية التي تقوم بها الادارة الاميركية خارج حدود اميركا .. ناهيك عن عمل قناة N.B.C التي تملكها شركة جنرال الكتريك لصناعة الاسلحة.

ان الصناعات الاعلامية العملاقة .. تقطع اليوم اشواطاً وتسير الاميال وصولاً الى ابعد نقطة، كما ان التأثير على اتجاهات الرأي العام والتحكم بها باتت من المسائل الخطرة التي لا بد من بحثها، وليس امامنا سوى التثقيف الاعلامي المستمر .. وكشف اساليب التضليل الاعلامي التي تهدد قناعات الشعوب، وتؤثر سلباً على مسيرها المدنية.

ان وسائل الاعلام الجديدة، او ما اطلقنا عليه - العولمة الليبرالية - لا تسعى بالنهاية الا الى تأمين مصلحتها الخاصة على حساب المصالح العامة .. وهي تحاول باستمرار كسب موقع جديد لتأمين تلك المصالح. من هنا فان عملية الاحتكار والسيطرة من العلامات الجديدة التي تسجل وبأستمرار لصالح العولمة الليبرالية، لكن السؤال الملح .. كيف يمكن لنا ان نخضع هذا التوجه الجديد الى المراقبة .. وهل من سبيل الى انشاء(مراقب دولي)، تساهم فيه المنظمات و الاحزاب والهيئات والقطاعات وكل صنوف المجتمع المدني من اجل الضغط على التوجهات الشرسة للأعلام الصناعي الجديد؟

ان السعي الى ممارسة مسؤولية جماعية بأسم المصلحة العليا للمجتمع .. وحق المواطنين في الحصول على اعلام مستقل وحر وغير خاضع للضغوطات أو الأيديولوجيات الاقتصادية الجديدة، سيكون هذا السعي من أنبل الأعمال التي يمكن ان تقدم للمجتمعات الحية المبدعة.

### الخاتمة

يظهر مما تقدم أن أخلاقيات العمل الإعلامي تواجه مخاطر جسيمة بمستوى الكشوفات الإعلامية الجديدة التي أطلقت العنان لوسائل الاعلام لكي تصل الى مدارات جديدة، وفضاءات عديدة. وقد تم تشخيص الخطر الجديد المتمثل بـ (العولمة الليبرالية)، التي تسعى الى تكوين مجموعات اعلامية متعددة الجنسيات والتي تجمع بينها سلطة السياسة وسلطة الاعلام وسلطة المال. والواقع.. وفي الجبهة الثانية هناك من يعمل على وقف هذا الزحف الاعلامي الجديد، وقد آشرنا الى محاولات خبير الاعلام أنياسيو رامونيه الذي طالب بإنشاء سلطة خامسة وتأسيس مرقب اعلامي، لكن مستوى العمل لم تسجل هذه المطالبات شيئاً ملموساً، بينما جبهة العولمة الليبرالية فأن القطار الاعلامي الجديد يسير الى ابعد مدياته.

إذا كان لنا رأي في هذا الميدان.. فأن المطلوب هو بث (ثقافة اعلامية)، جماهيرية تشكل بمضمونها حصانة اعلامية للمواطن.. بمعنى ان المتلقي العادي يمكن ان يكشف خيوط اللعبة الاعلامية من خلال ذات المصدر الواحد والبعد الواحد والهدف الواحد.

ان الحس المدني للاعلام هو الذي سيساعد على كشف خفايا اللعبة الاعلامية الكبيرة، كذلك يقلل من الأشتباك بين السلطات الثلاث - سلطة الدولة/ سلطة الاعلام/ وسلطة المال.. لكن لا يستطيع في النهاية من تفكيكه والغائه في المرحلة الراهنة.

## الهوامش

- 1- صالح خليل ابو اصبع- الاتصال والاعلام في المجتمعات المعاصرة ص ٢٥١.
- 2- سيرج هليمي- حرية الصحافة ورقابة المال - لوموند دبلوماتيك.
- 3- ميتشو كاكو- رؤى مستقبلية ص ١٤ .
- 4- المصدر السابق ص ١٤ .
- 5- المصدر السابق ص ١١ .
- 6- المصدر السابق ص ١١ .
- 7- فرانسوا يترو وبيار البيير- تاريخ الصحافة -ص١٧ .
- 8- صالح خليل ابو اصبع- الاتصال والاعلام في المجتمعات المعاصرة- ص ٢٥٦
- 9- جريدة الزمان - لندن-كرم نعمة.
- 10- جريدة لوموند دبلوماتيك - الاتصال قطاع صناعي مثل غيره.
- 11- جريدة لوموند دبلوماتيك- حرية الصحافة ورقابة المال.
- 12- المصدر نفسه.
- 13- روزناو - ديناميكية العولمة، ص ٣٢ .
- 14- مي العبد الله سنو، الاتصال في عصر العولمة، ص ٦٦ .
- 15- برهان شاوي، مدخل في الاتصال الجماهيري ونظرياته، ص ٢٠٤ .
- 16- عبدالرحمن عزي، دراسات في نظرية الاتصال، ص ٤٩ .
- 17- محمد راسم الجمال، الاتصال والاعلام في الوطن العربي، ص ٢٦٦ .
- 18- انياسو رامونيه- السلطة الخامسة- موقع لوموند دبلوماتيك.
- 19- المصدر نفسه.

## المصادر

### الكتب

- 1- ابراهيم عبده - الصحافة في الولايات المتحدة الاميركية - نشأتها وتطورها - مؤسسة سجل العرب - القاهرة.
- 2- برهان شاوي، مدخل في الاتصال الجماهيري ونظرياته، دار الكندي، الاردن، ٢٠٠٣.
- 3- راسم محمد الجمال، الاتصال والاعلام في الوطن العربي، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، ط٢، ٢٠٠١.
- 4- توماس بييري - الصحافة اليوم - ترجمة مروان الجابري - مؤسسة بدران - بيروت ١٩٦٤.
- 5- صالح ابو اصبح - الاتصال والاعلام في المجتمعات المعاصرة - دار ارام - الدراسات والنشر والتوزيع ١٩٩٥.
- 6- جون.ل. هاتلنج - اخلاقيات الصحافة - ترجمة كمال عبد الرؤوف - الدار العربية للنشر والتوزيع - القاهرة.
- 7- جون.ر. بيتز - مقدمة في الاتصال الجماهيري - مركز الكتب الاردني.
- 8- هربرت - شيللر - المتلاعبون بالعقول - ترجمة عبد السلام رضوان - عالم المعرفة - الكويت ١٩٨٦.
- 9- عبد الوهاب عزي، دراسات في نظرية الاتصال، مركز دراسات الوحدة العربية، سلسلة كتب المستقبل العربي، بيروت، ٢٠٠٣.
- 10- ياس خضير البياتي - الاعلام الدولي العربي - جامعة بغداد. ١٩٩٣
- 11- فرانسوا تيرو وبيار البير - تاريخ الصحافة - ترجمة عبد الله نعمان - المنشورات العربية.
- 12- ميتشو كاكو - رؤى مستقبلية - ترجمة سعد الدين خرفان - عالم المعرفة - الكويت - رقم ٢٧٠ - ٢٠٠١.
- 13- مي العبدالله سنو، الاتصال في عصر العولمة، الدور والتحديات الجديدة، ط٢، دار النهضة العربية، بيروت.
- 14- روزناو، ديناميكية العولمة، مركز الدراسات السياسية.
- 15- نضال منصور - الحماية القانونية للصحافيين واخلاقيات العمل الاعلامي - مركز حماية وحرية الصحافيين - عمان ٢٠٠١.
- 16- عبد السلام السامر - اخلاقيات الاعلام - ملزمة.

### الصحف العربية والاجنبية

- 1- صحيفة "العرب اليوم" الاردنية، مقالة بعنوان - صحافة السلطة وسلطة الصحافة - د. كاظم المقدادي العدد الصادر في ٢٠٠١/٥/٥.
- 2- صحيفة الزمان - لندن - البحث عن تقاليد صحفية - كرم نعمة العدد ٢٠٥٦ - ٢٠٠٥/٣/١٠.
- 3- صحيفة لوموند دبلوماسيك - حرية الصحافة ورقابة المال - بقلم سيرج هيليمي عدد اب ٢٠٠١.
- 4- صحيفة لوموند دبلوماسيك - الاتصال قطاع صناعي مثل غيره بقلم وان شلير العدد ايام ٢٠٠٢.
- 5- موقع صحيفة (لوموند دبلوماسيك)، الفرنسية - [www.lemondediplomatique](http://www.lemondediplomatique) - مقالة - السلطة الخامسة - اتياسو رامانية.

## مؤشر ديمومة الإعلام في العراق

بحث ميداني لقياس قوة وديمومة وسائل الإعلام العراقي بعد ٩ نيسان ٢٠٠٣

د. جهاد كاظم العكيلي

كلية الاعلام - جامعة بغداد

### المقدمة

أتاح التغيير السياسي الذي حصل في العراق بعد التاسع من نيسان مناخا إعلاميا جديدا لم يكن يحظى به الإعلاميون قبل ذلك الوقت، وقد انطلقت أصوات عديدة ومتنوعة تعكس وجهات نظر مختلفة عبر وسائل الإعلام الجديدة والمتضمنة الصحافة العامة والمتخصصة، الإذاعة، التلفاز، الفضائيات المختلفة والانترنت. ولم تعد وسائل الإعلام حكرا على المنافذ التابعة والمملوكة للدولة بل أصبح العديد منها تابعا للقطاع الخاص ويسمح من خلالها للإعلاميين بطرح آراء مختلفة موجهة أو غير موجهة، كما أصبح بإمكان الفرد العراقي أن يشاهد الفضائيات المختلفة والصحف والانترنت وكافة وسائل الإعلام دون قيد أو شرط. وقد جرت بحوث ودراسات عديدة لغرض تقسيم التغييرات الحاصلة في عمل وسائل الإعلام إلا أنها لم تضع مقاييس مهمة تحدد فيها المعايير الأساسية التي يتركز عليها عمل وسائل الإعلام كمؤشرات مهمة يمكن من خلالها النهوض بالعمل المهني والإداري والفني في مجال الإعلام والتي من شأنها دعم التقدم الاجتماعي والتنموي والسياسي في القطر.

### أهمية البحث

تكمن أهمية البحث في تقييم الحالة الراهنة لوسائل الإعلام في العراق بالاعتماد على مؤشرات ومعايير دولية تم تحديدها من قبل مجلس البحث والتبادل العلمي واليونسكو (١) وذلك لقياس قوة وديمومة وسائل الإعلام بعد التاسع من نيسان ٢٠٠٣. ان هذه المؤشرات موزعة على خمسة أهداف تقيس وتصف كل هدف من أهداف البحث الخمسة التي نسعى إلى اختبارها من خلال نظام النقا.

### أهداف البحث:

١ - هل تشجع/تحمي المبادئ القانونية والاجتماعية حرية التعبير والحصول على

المعلومات العامة؟

العدد

3

65

البحث الاعلامي

حزيران ٢٠٠٧

ويتضمن هذا الهدف المؤشرات التالية:

- ل الحماية القانونية/الاجتماعية لحرية التعبير موجودة ومدعومة
- ل إعطاء الأجازات لثبث اعلامي عادل ومنافس ولا يتبع اتجاها سياسيا
- ل بالنسبة للإعلام يعد الدخول للأسواق وبنية الضريبة عادلين مقارنة بالصناعات الأخرى
- ل تتم مقاضاة الجرائم التي ترتكب ضد الصحفيين او المنافذ الإعلامية بشدة ، ولكن حصول مثل تلك الجرائم نادرا
- ل لا يتلقى الإعلام الحكومي أو العام معاملة قانونية متميزة ، ويضمن القانون استقلال التحرير
- ل القذف والتشهير من خلال النشر يعد قضية قانونية مدنية، ويرفع الموظفون العامون الى مقامات عالية، على الجهة المتضررة أثبات الكذب وسوء النية
- ل المعلومات العامة متوفرة بسهولة وحق الحصول على المعلومات مضمون بعدالة لجميع الصحفيين الإعلاميين

- ل للمنافذ الإعلامية حرية وصول لا قيد لها للأخبار الدولية ومصادر الأنباء
- ل الدخول في المهنة الصحفية مفتوح بحرية ولا تفرض الحكومة الحصول على رخصة أو قيود أو حقوق خاصة للصحفيين

2- هل تتم تلبية (مقاييس الصحافة النوعية) والى أي حد؟ ويتضمن هذا الهدف المؤشرات التالية:

- ل كتابة تقارير عادلة ومحيدة ومن مصادر جيدة
  - ل يتبع الصحفيون معايير أخلاقية معترف بها ومقبولة
  - ل لا يمارس الصحفيون والمحررون الرقابة الذاتية
  - ل يغطي الصحفيون المناسبات والقضايا الرئيسية
  - ل مستويات الأجور للصحفيين وموظفي الإعلام الأجيرين عالية بشكل كاف ليمنع الفساد
  - ل برامج الترفيه لا تحجب برامج الأخبار والمعلومات
  - ل المرافق التقنية وأجهزة جمع وإخراج وتوزيع الأخبار حديثة وكفوءة
  - ل توجد أفضل نوعية تقارير في (المحاكم،الاقتصاد،المحليات،السياسة).
- 3- هل تتوفر المعلومات المحايدة/الموثوق بها من مصادر متعددة،والى أي حد. ويتضمن هذا الهدف

المؤشرات التالية:

- ل يوجد تعدد ووفرة مصادر الأخبار العامة والخاصة(مثلا المطبوعات، البث، الشبكة الدولية الأنترننت).

العدد

3

66

الباحث الاعلامي

حزيران ٢٠٠٧

- ل وصول المواطنين إلى وسائل الإعلام المحلية والدولية غير مقيدة

ل يعكس الإعلام الحكومي أو العام وجهات نظر الطيف السياسي وليس متحزبا كما يخدم المصلحة العامة

ل تجمع وكالات الأنباء المستقلة وتوزع الأخبار لوسائل الإعلام المطبوعة أو المبتوتة

ل تخرج وسائل البث الإعلامي المستقلة برامج أخبارها خاصة

ل تتيح شفافية ملكية الإعلام للمستهلكين الحكم على حيادية الأخبار، لا تتركز ملكية الإعلام بعدد محدود من المجموعات

ل يعكس الإعلام ويمثل طبفا واسعا من المصالح الاجتماعية بضمنها مصادر المعلومات بلغات الأقلية  
4- هل يدار الإعلام المستقل إدارة جيدة وهل يسمح باستقلالية التحرير؟ ويتضمن هذا الهدف

المؤشرات التالية

ل تؤدي منافذ الإعلام والشركات الداعمة (التوزيع، الطباعة) عملها مثل عمل تجاري كفوء ومهني ومربح

ل يتلقى الإعلام إيرادات من مصادر متعددة

ل تدعم وكالات الإعلان والصناعات ذات العلاقة سوق الإعلان

ل يتوافق وارد الإعلانات بوصفه نسبة من الوارد الكلي مع المعايير المقبولة على نطاق واسع في منافذ الإعلام التجارية

ل لا يتسلم الإعلام المستقل دعما من الحكومة

ل تستخدم بحوث الأسواق لصياغة خطط استراتيجية، تعزيز إيرادات الإعلانات، وتفصيل المنتج حسب حاجات ومصالح الجمهور

ل أرقام تصنيف البث والتوزيع يعتد بها وتقاس بطريقة مستقلة

5- هل تعمل المؤسسات الداعمة لخدمة المصالح المهنية للإعلام المستقل. ويتضمن هذا الهدف

المؤشرات التالية

ل تمثل الجمعيات التجارية مصالح الإعلام الخاص ونجهزهم بخدمات الأعضاء

ل تعمل الجمعيات المهنية على حماية حقوق الصحفيين

ل تدعم المنظمات غير الحكومية حرية الكلام والإعلام المستقل

ل توجد برامج إعلامية بدرجات نوعية عالية وتعطي خبرة عملية كبيرة

ل تتيح معاهد وبرامج التدريب قصير الأمد والتدريب أثناء الخدمة للصحفيين أن يرتقوا

بمهاراتهم ويحصلوا على مهارات جديدة

ل تتوفر مصادر الأخبار المطبوعة والمطابع الخاصة وهي ليست سياسية ولا مقيدة

لقنوات توزيع الإعلام (مثلا الأكشاك، النقالون، الأترنت) خاصة وهي ليست سياسية ولا مقيدة

#### منهجية البحث

أستخدم الباحث الوسائل الكمية والنوعية كتقييم درجة تقدم الإعلام العراقي وفق الأهداف المذكورة انفا مع المؤشرات التي تتضمنها الأهداف. وعينة البحث تتمثل (٦٤) صحفيا وإعلاميا عراقيا ونشطاء المجتمع المدني تم اختيارهم ليمثلوا مختلف وسائل الإعلام العراقي في جميع محافظات القطر من الشمال الى الجنوب

تم تزويد المبحوثين باستمارات الاستبيان تتضمن الأهداف الخمسة للبحث ومؤشراتها كما موضح في الاستمارة المرفقة مع البحث، وقد تم وضع نظام النقاط حيث يعطي المبحوث تقديره لكل مؤشر وفق المقياس

#### التالي

صفر = يعني أن البلد لا يلبي متطلبات هذا المؤشر؛ حيث تعارض الحكومة أو القوى الاجتماعية تطبيقه معارضة حثيثة

1 = يلبي البلد متطلبات الحد الأدنى من هذا المؤشر؛ حيث لا تعارض القوى تطبيق هذا المؤشر معارضة حثيثة لكن بيئة العمل قد لا تدعمه ولا تدعم الحكومة أو المهنة التغيير دعماً كاملاً  
2 = بدأ البلد يلبي الكثير من متطلبات هذا المؤشر لكن قد يكون من السابق جداً لأوانه الحكم على التقدم أو لزال يعتمد على الحكومة الحالية أو القوى السياسية  
3 = يلبي البلد معظم متطلبات هذا المؤشر وقد جرى تنفيذ المؤشر منذ عدة سنوات و/أو التغيير في الحكومة يشير إلى احتمالية الديمومة

4 = نعم، يلبي البلد متطلبات هذا المؤشر، وقد بقي صامداً أمام تغييرات عديدة في الحكومة وتذبذبات اقتصادية، وتغييرات في الرأي العام و/أو مختلف الإصلاحات الاجتماعية  
يمكن أن تتضمن الدرجات أنصاف الدرجة (٥، ١، ٥، ٢، ٥) عند الضرورة.

ويتم وضع النقاط بعد ان تتم مناقشة هذه الآلية مع المبحوثين لتوضيح كيفية إعطاء مثل هذا التقدير ومن ثم يقوم المبحوثون بدراسة الأهداف ومؤشراتها مسبقاً، بعدها تعقد جلسة نقاش لكل المبحوثين لمناقشة الأهداف والمؤشرات وتسجيل كل الآراء والملاحظات لكي يتسنى للباحث تدوينها عند كتابة البحث، وبعد انتهاء المناقشة يتم وضع النقاط من قبل المبحوثين التي يستحقها كل مؤشر من مؤشرات الأهداف. ومعدل مجموع نقاط مؤشرات كل هدف تمثل الوزن الرقمي لكل هدف، وبعد ذلك قام الباحث بالتحليل الإحصائي لنظام النقاط التي تم أستحصاله من استمارات الاستبيان فضلا عن مناقشة وتحليل ما ورد من آراء ومناقشات المبحوثين حول استبيان البحث.

الهدف الاول :

المعايير القانونية والاجتماعية التي تحمي/تعزز حرية التعبير والحصول على المعلومات العامة،

١,٤٦ من ٤

تسيطر بعض المحددات وتتحكم بعض العوامل بحركة الإعلام العام منه والمستقل فمن خلال النقاش تبين إن هذه المعايير القانونية والاجتماعية في واقع العمل في مختلف مؤسسات الإعلام تمثل درجة متدنية من حيث عدم انطباق هذه المؤشرات على كثير من ظواهر العمل بل ومخالفتها أو تقاطعها معه . وقد سجل المؤشر الأول لهذا الهدف ١,١٨ نقطة وهذا يعني ان البلد لا تتوفر فيه المعايير التي تحمي وتعزز حرية العمل الصحفي.

إن الحماية الاجتماعية ضرورية جداً كضرورة القانون و أحياناً تزيد عليها و لكن المجتمع العراقي لم يعتد بعد على أن يتعاطى مع مثل هذه القضايا . أما بشأن مقاضاة الجرائم التي ترتكب ضد الصحفيين فقد أشار المبحوثون بعدم وجود من يحاسب الذين يقومون بالعدوان على الصحفيين كما ان الدستور الجديد لم يتضمن إشارات مهمة إلى حرية التعبير فيقول الدستور الجديد و في الفصل الثاني المادة ٣٦ ضمن حرية الصحافة و الطباعة و الإعلام و النشر بشرط أن لا تتعارض مع الآداب العامة و قد أشار إلى حرية الصحافة بشكل مختصر و عام و لم يتطرق إلى تفاصيل العمل الصحفي و ضمانات حمايته القانونية. و عليه فان الصحفي لا يمكنه أن يشعر بالأمان طالما انه ليس هناك تشريعات تحميه

لم ينجح الصحفيون في العراق في تشكيل جمعيات أو منظمات تعنى بالدفاع عنهم أو عن حرية الرأي , فجميع المنظمات التي تم تشكيلها كانت ذات طابع سياسي و بذلك عملت على خدمة الأطراف السياسية و تجاهلت الصحفي و هذا خلل كبير .

أما بخصوص المؤشر الثاني من الهدف الأول فقد سجل ١,٥٩ نقطة و نستنتج من هذا إن الدولة لم تضع قيوداً على البث و هو الأمر الذي مكن الكثير من أن تكون لهم منافذ إعلامية دون النظر في أهلية هؤلاء لممارسة هذه الأعمال حيث لا توجد أجازات ينبغي الحصول عليها قبل أن تبدأ القنوات الفضائية إرسالها بل إن هيئة البث و الإرسال تفرض رسوماً قدرها ٥٠٠ دولار لغرض إجازة عمل أي قناة فضائية . غير انه يفترض بمن يعتزم تأسيس قناة فضائية، أن يمتلك مهارات فنية وثقافة جيدة و ان يكون مؤهلاً تأهيلاً مهنياً وإعلامياً . وقد أعطى المبحوثون للمؤشر الثالث ١,٢١ نقطة و يتناول مؤشر سوق الإعلام اعتباره أنه مشابه لأعمال تجارية أخرى تكون خاضعة للضرائب و نستنتج من الملاحظات التي أوردتها المبحوثون إن الإعلام العراقي أعلام استهلاكي و بسبب كونه إعلاماً حزبياً مسيساً غير مستقل فقد فشل في أن يتحول إلى صناعة تحقق أرباحاً وبالتالي لا توجد ضرائب تفرض على الإعلام .

أما بخصوص المؤشر الرابع والخامس فقد سجلا أقل النقاط (أقل من واحد) في الهدف الأول

العدد

3

69

البيانات الاعلامية

حزيران ٢٠٠٧

للبحث كما هو واضح في المخطط وجدول (رقم واحد) ، وهذا يعني انه لم يتم مقاضاة الجرائم التي ترتكب ضد الصحفيين أو المنافذ الإعلامية ولم تنظر المحاكم العراقية بعد في مثل هذه الجرائم والتي وقع منها الشيء الكثير دون أن يحال الجناة الى عدالة القانون. وفيما يتعلق بالمؤشر الخامس الذي يخص الإعلام الحكومي أو العام وما يتلقى من دعم من لدن الحكومة وتفضيله على الإعلام الخاص فيمكن القول إن الحكومة ترعى ما يطلق عليه الآن بإعلام الدولة وهي شبكة الإعلام العراقي بقناتها الفضائية (العراقية) بالإضافة على الإذاعات والصحف التي تتبعها (إذاعة القرآن الكريم والبرامج الدينية وإذاعة النهرين في البصرة وجريدة الصباح الصادرة في بغداد) وتتجلى هذه الرعاية في منحها بالمعلومات ودعوة مراسليها وممثليها لإصطحاب الوفود الرسمية وهذه مسألة لا تحدث مع الصحف والقنوات الأخرى. بل العكس من ذلك لا يتمكن مراسلو الفضائيات والصحف غير الحكومية من الوصول إلى المسؤولين أو استصرايحهم وقد تحول الشرط بين مندوب الصحيفة المستقلة وبين المسؤول. أما بالنسبة لبعض المسؤولين فكثيرا ما يحدث أن يرفض مسئول مقابلة صحفي من جريدة مستقلة بدعوى إنها مشبوهة أو ممولة من جهة خارجية , وهذه الممارسات تنم عن عدم وجود نص قانوني يؤكد على حرية تدفق المعلومات .

أما المؤشر السادس المتضمن بعملية القذف والتشهير من خلال النشر والتحرير وهل يعد قضية قانونية أم جنائية؟ فقد أعطى المبحوثون في البحث ١,٤٥ نقطة لهذا المؤشر بمعنى أن البلد يلبي متطلبات الحد الأدنى.

ويرى المبحوثون ان بعض المسؤولين اتخذوا من هذه القضية (القذف بالتشهير) ذريعة للضغط على الصحافة للحد من مواصلة توجية النقد لأعمالهم. حيث يطالب القانون من الصحفي تقديم الأدلة وقد لا يستطيع الحصول عليها في اغلب الأحيان

وفي ما يتعلق بالمؤشر السابع من الهدف الاول المتضمن بسهولة الحصول على المعلومات وبعادلة وصولها للجميع الصحفيين والإعلاميين فقد سجل هذا المؤشر ١,٤١ نقطة، ومن خلال المناقشة وضح المبحوثون ان الصحفيين والإعلاميين في عراق اليوم يعانون من اللامساواة في الحصول على المعلومة فقد يخص الوزير او المسؤول صحيفة حزبه بمعلومات معينة ولا يخص صحيفة أخرى كما ان هناك معوقات للحصول على المعلومات بشكل متساو بين منفذ إعلامي وآخر خصوصا عندما تتعلق المعلومات بممارسات الدولة عبر وزاراتها ومؤسساتها، فالمكاتب الإعلامية الموجودة فيها هي المسؤولة عن ضخ المعلومات للمنافذ الإعلامية وتقوم هذه المكاتب بمساومة الصحفيين واعطائهم المعلومات مقابل عدم الانتقاد او المساس بسياسة المؤسسات.

وقد سجل المؤشران الثامن والتاسع ارتفاعا ملحوظا عن باقي مؤشرات الهدف كما تلاحظ في جدول ومخطط (رقم واحد) حيث ان المؤشر الثامن سجل ٢,٣٤ والتاسع ٢,٣٥ نقطة وهذا يعني ان

العدد

3

70

البيانات الاعلامية

حزيران ٢٠٠٧

البلد لبي الكثير من متطلبات هذا المؤشر فالوصول للأخبار الأجنبية أصبح متاحاً وخاصة عبر استخدام شبكة الانترنت أو قراءة الصحف الأجنبية أو ما تبثه الإذاعات والقنوات ألتلفازيه الفضائية من أخبار، إلا أن الصحفيين يعانون من ارتفاع أجور استخدام الانترنت كما يعانون أيضاً من عدم تأمين هذا الاستخدام من قبل إدارات الصحف التي يعملون فيها مما يشكل إرهاقا ماديا لهم

اتفق اغلب المبحوثين على ان الدخول الى مهنة الصحافة أصبح سهلا للغاية سواء من قبل الافراد أو المؤسسات مما اتاح الفرص الكبيرة إمام الجميع للدخول إلى العمل الإعلامي وأصبحت مهنة الصحافة تشهد تراجعاً ملحوظاً من الناحية المهنية بسبب عدم وجود ضوابط تحد من تدفق سيل الطارئين على هذه المهنة فالمشكلة التي نعانيها في العراق ان نقابة الصحفيين لا تمتلك القدرة على مسائلة احد أو التدخل في شأن مؤسسة ما، كما انه لا يوجد قانون ينظم صدور الصحف، ورغم هذا الخلل الموجود إلا ان هذه الفترة خلقت توجهات عند القراء للفرز بين الجريدة الجيدة والرصينة عن غيرها وهذا التقييم مفيد كما ساعدت هذه المرحلة على بروز الكثير من المبدعين والكفاءات التي كانت مغمورة ابان النظام السابق.

مخطط و جدرز رقم (١)



الهدف الثاني:

تتفق الصحافة مع المعايير المهنية للنوعية ١,٣٨ من ٤

لتقييم المعايير المهنية للصحافة المنظمة في كتابة التقارير المحايدة والعادلة والتحقق من صحة المعلومات والتدقيق فيها فقد اجمع المبحوثون على أن هذه القضية ترتبط بطبيعة الفن الصحفي فمن يكتب خبراً قد يلجا الى التحقق من صحته، في حين يدقق من يكتب تحقيقاً صحفياً في كل معلومة تعرض عليه ولا ينشرها الا بعد ان يرى وجهة نظر الطرف الاخر و اشار المبحوثون الى أن الصحفي

مهما حاول لا يستطيع ان يتخلى عن ذاتيته ويصبح موضوعيا كل الموضوعية لأنه يرتبط بنفسه وأفكاره مثلما يرتبط بالحقيقة التي يسعى الى نشرها وتلاحظ عادة ما يلجأ الأعلام الرسمي إلى عرض وجهة نظر الحكومة فقط ولا يميل إلى استقصاء رأي الجانب الآخر. وقد تبين من خلال الأستبيان الرقمي ان المبحوثين قد سجل ٢٨ نقطة لهذا المؤشر ونستنتج من هذا بان البلد يلبي متطلبات الحد الأدنى لهذا المؤشر K

اما بشأن المؤشر الثاني والمتعلق بمعايير المهنة فمازالت النقابات الصحفية لا تتمتع بالقدرة على ممارسة دورها في وضع أخلاقيات مهنية و لهذا برزت ممارسات جديدة في الوسط الصحفي كتقاضي أجور على ما يقومون به من تغطية صحفية والتي تحمل طابعا دعائيا لمصلحة مسؤول أداري أو حزب سياسي معين وقد سجل المبحوثون ١,٣٥ نقطة وهي تعني أن البلد يلبي الحد الأدنى لهذا المؤشر كما هو ملاحظ في المخطط وجدول (رقم ٢)

أما المؤشر الثالث فقد سجل ١,٢٨ نقطة والذي يتضمن الرقابة الذاتية للصحفي، فالرقابة الذاتية سببان السبب الأول هو النظام العام السائد في المجتمع حيث يجعل الصحفي يفرض على نفسه رقيبا ذاتيا حين يمارس عمله داخل المجتمع. أما السبب الثاني فهو النظام التحريري داخل المؤسسة الإعلامية، فالصحفي يخضع إلى ضغوط من قبل رئيس التحرير أو مسؤول الصفحة والقسم الذي يعمل فيه وذلك بسبب الارتباطات السياسية والعلاقات الشخصية للمسؤولين السياسيين مع الجهات المسؤولة في المنافذ الإعلامية فهي تلعب دورا كبيرا في تحديد دور الصحفي داخل المؤسسة للتعبير عن رأيه بوضوح وصراحة، فثمة حقيقة يلتزم بها كل الصحفيين في العراق وهي أنهم يعملون في ظروف أمنية غير مستقرة وقد يؤدي مقال معين إلى خطف أو اعتقال أو قتل الصحفي ولهذا فهم شديدا الحرص على أن تكون مقالاتهم قليلة الإزعاج للمسؤولين او القوى السياسية ذات النفوذ K

وبسأن تغطية المناسبات والقضايا الرئيسية فقد سجل المؤشر الرابع من الهدف الثاني للبحث ١,٥١ نقطة فالملاحظ أن بعض الصحفيين لا يستطيعون تغطية كل المناسبات وخاصة في المناطق الوسطى والجنوبية حيث تسيطر الأحزاب الدينية على مقاليد الحكم وتتحكم فيما يصلح عرضه وما لا يصلح عرضه وهنا تجد المرأة عانقا أضافيا في إعداد وتقديم البرامج النسوية في ذات السياق قد يتجنب الصحفيون أحيانا نشر إخبار المظاهرات ضد المسؤولين خشية من الاعتقال والعقاب K

أما عن أجور الصحفيين فقد سجل المؤشر الخامس ٠,٩ نقطة وهي اقل بكثير من المؤشرات الأخرى للبحث وتعني هذه الحالة ان البلد لا يلبي مطلب الصحفيين الواردة في المؤشر، فهناك اختلاف كبير في الأجور بين هذه الصحيفة أو تلك وبين الصحف والقنوات التلفزيونية والإذاعات بشكل عام، فعادة ما يتقاضاه العاملون في التلفزيون أو الأذاعة أكثر بكثير مما يتقاضاه العاملون في الصحف وقد سبب ذلك انتشار تعاطي الرشوة أو الابتزاز أحيانا فيحاول بعض الصحفيين الحصول على المعلومات

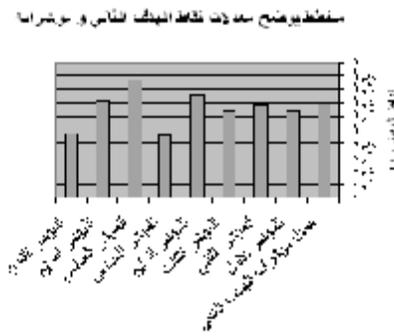
الخطيرة المتعلقة بارتكاب بعض المسؤولين أخطاء فاضحة لغرض ابتزازهم و الحصول على مبلغ كبير للسكوت عنهم

وفيما يتعلق بالمؤشر السادس والسابع فقد سجلا نتائج متقاربة من النقاط والتي هي ١,٧٤ و ١,٤٢ فبالنسبة للبرامج الترفيهية فهي شبه معدومة في بعض المنافذ الإعلامية لأن أغلب برامجها ذات طابع سياسي ولهذا فهي لا تهتم بالبرامج الترفيهية كما أن بعض هذه القنوات ذات طابع ديني و ترى في تقديم البرامج الترفيهية (كالغناء والموسيقى والمسلسلات الترفيهية) فعلا مخالفا لأحكام الشرع | وفي مجال التقنية المستخدمة في المنافذ الإعلامية فيمكن القول إن هذه التقنية متطورة في مجال القنوات الفضائية إما في محطات التلفاز الأرضية فهي مازالت قديمة أما التقنيات المستخدمة في طبع الصحف والمجلات فهي متأخرة أيضا حيث لا يوجد في الجنوب سوى مطبعة واحدة وهي من الطراز القديم وكان ذلك سببا رئيسيا في طبع بعض الصحف في بغداد حيث تطبع صحيفة الأخبار التي تصدر عن هيئة الإعلام العراقي في إحدى مطابع العاصمة وهو السبب الذي أفقدها القدرة على ملاحقة الحدث السياسي لكونها تصل بعد ثلاثة أيام من تاريخ إرسال المادة الصحفية إلى المطبعة في بغداد ويصف المبحوثون واقع عمل المنافذ الإعلامية بالقول أن (الصحف تنضد في مكان ويتم إخراجها في مكان آخر... وتوزع الألوان في مكان آخر.. وتطبع في مكان آخر.. وتوزع في مكان اخر).

وفي مجال التخصص في الكتابة الصحفية في المؤشر الثامن فقد سجل مستوى متدنيا من النقاط بلغ ٠,٩٣ نقطة فمن الملاحظ هو أن السياسة ما زالت تسترعي اهتمام اغلب الصحفيين بينما تراجعت نسبة المقالات المتخصصة في الاقتصاد أو القانون أو غيرها لعدم وجود محررين متخصصين بهذا النوع من الكتابة وذلك لعدم وجود مدارس إعلامية تهتم بهذه التخصصات.

مخطط و جدول رقم (٢)

١,٣٨	معدل منصات أهداف التدي
١,٢٨	المؤشر الأول
١,٤٤	المؤشر الثاني
١,٢٨	المؤشر الثالث
١,٥١	المؤشر الرابع
٠,٩	المؤشر الخامس
١,٧٤	المؤشر السادس
١,٥٢	المؤشر السابع
٠,٩٣	المؤشر الثامن



الهدف الثالث:

توفر مصادر الأخبار المتعددة للمواطنين أخبارا محايدة يعتد بها ١,٥٧ من ٤

فيما يخص تعدد ووفرة مصادر الأخبار في المؤشر الأول ووصول المواطنين إلى وسائل الإعلام المحلية والدولية في المؤشر الأول والثاني فقد سجلا ٢,١٩ و ٢,٥ نقطة على التوالي كما يتضح في المخطط وجدول (رقم ٣) وهذا يعني إن البلد يلبي الكثير من متطلبات هذين المؤشرين ، فقد اجمع المبحوثون على قدرة منافذ الإعلام على تغطية الأحداث تغطية وطنية وبأماكن المواطن الوصول إلى أي منفذ ينتقيه ، وعلى الرغم من توفر المطبوعات و تعددها ورخص ثمنها إلا إن وجود نسبة بطالة كبيرة تجعل من غير الممكن لدى البعض التزود بالصحف يوميا وخاصة بالنسبة لسكان القرى والمدن الصغيرة، هذا إضافة إلى وجود تغطية واسعة تقوم بها الفضائيات والإذاعات في بغداد وعموم المحافظات. فوصول المواطنين إلى وسائل الإعلام سهل ويعتمد على اختيار المواطن نفسه فلا يوجد أي قيد حكومي على استخدام المواطن لأي وسيلة إعلامية. كما إن الإنترنت لم يقتصر على الاستخدام من قبل الصحفيين فقط بل نجده اليوم منتشرًا في داخل البيوت وأصبح بوسع المواطن الإطلاع على ما ينشر في مواقع الإنترنت K

ومن المؤكد إن الواقع السياسي ينعكس على الصحفيين لان بعضهم له ميول حزبية أو سياسية. وحتى الصحفيون المستقلون قد يبتعدون عن الحيادية ويغطون الأحداث التي تتماشى مع ميولهم الشخصية فإذا كان الحدث يتماشى مع ميوله سارع إلى نقله وتغطيته وأفرد له المساحات الواسعة وإذا كان العكس فانه لا يعير للحدث أية أهمية، في الوقت نفسه نجد الوكالات الأجنبية قد غطت هذا الحدث مثل رويتر واسشيوتد بريس وفرانس بريس وغير K

وبصدد القيود التي تفرضها الحكومة على وصول المواطنين الى مصادر المعلومات عبر المنافذ الإعلامية فان هذه الحالة لا وجود لها فيأماكن كل المواطنين أن يصلوا إلى ما يشاءون من الصحف ووسائل الإعلام الأخرى، غير إن المشكله التي تواجه الكثير هي المشكله المادية، فليس بإمكان الفرد الدخول والتصفح في الانترنت لعدد من الساعات يوميا لأنها تكلفه الآلاف من الدنانير لمتابعة الأخبار وقراءة التقارير الثقافية والسياسية كما إن الوضع الأمني غير مستقر ولهذا لا يمكن التواجد في مقاهي الانترنت لساعات طويلة ومتأخر HD

وبشأن موضوع كون الإعلام الحكومي يعكس كل الطيف السياسي في العراق وغير متحزب والذي تناوله المؤشر الثالث من الهدف الثالث الذي سجل نقطة واحدة ، فهناك وجهات نظر عديدة في هذه المسألة وتجمع كلها على إن الإعلام الحكومي متحزب إلى حد ما وينظر إلى بعض الأمور من منظار طائفي أو عرقي ، ويرى إن أكثر الإعلاميين يريدون أن يعملوا بحيادية إلا أن سلطة الرقيب تحول دون ذلك . إن الأعلام العراقي هو إعلام مثقف بشقيه الخاص والعام ويفترض بالإعلام يشكل السلطة الرابعة وإن

العدد

3

74

البحث الاعلامي

حزيران ٢٠٠٧

يكون صوت الحق للجماهير ولكن ما يحدث هو عملية تضليل للجماهير لان الإعلام العام متحزب وخاصة في الجنوب والشمال فهو يعكس آراء الأحزاب المتحالفة في الحكم  
وقد سجل المؤشر الرابع الحد الأدنى من النقاط والتي بلغت ٠,٨٧ نقطة وقد تناول هذا المؤشر وكالات الأنباء العاملة في الداخل ومدى تجميعها للأخبار وتوزيعها

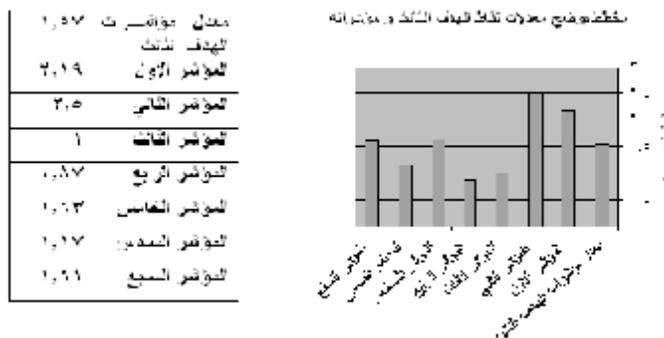
إن هذه الوكالات على الرغم من كثرتها والتي بلغ عددها ما يقارب ١٠ وكالات ما زالت ضعيفة ولا تستطيع أن تقوم بتغطية الحدث في العراق لقلة كوادرها وافتقارها للمستلزمات الضرورية للتوسع في عملها حيث أن معظم مواقع هذه الوكالات على الإنترنت وتبث من الخارج ، وقد اتصف عمل بعض هذه الوكالات بالحيادية في بادئ الأمر إلا إن البعض أخذ بتغيير منهجه بعد ذلك لأسباب غير معلومة. كما لا يوجد تجمع لوكالات الأنباء يعمل على تنظيم وتوزيع الأخبار.

وقد سجل المؤشر الخامس ١,٦٣ نقطة . إن بعض المنافذ الإعلامية تقوم ببث برامجها الخاصة من خلال قنوات إعلامية وإذاعات خاصة بها وطبقا لإنتماؤها وبرامجها المهنية والسياسية وهي نوعا ما محدودة غير ان الناس لا يعرفون على وجه الدقة من يملك هذه الوسائل

أما المؤشر السادس حول شفافية ملكية الإعلام واث ذلك في الحكم على حيا ديبتها فقد سجل ١,١٧ نقطة، فمن المعروف في العراق الآن ان الكثيرين لا يعرفون أي شيء عن مالكي المؤسسات الإعلامية وقد يكون هناك من بين العاملين في هذه المؤسسات لا يعرفون ذلك. ويرى البعض إن بعض مالكي هذه المؤسسات يحجمون عن الإعلان عن أنفسهم لأسباب تتعلق بالوضع الأمني في حين يتمتع آخرون عن ذلك لسبب يتعلق بالرفض المسبق لهم لكونهم يعملون لحساب جهات ما زال العراقيون يعتقدون بأنها عدو لهم. ويؤكد اغلب المبحوثين إن الإعلام العراقي في مجموعه إعلام مذهبي و حزبي ولهذا الأمر فانه قد لا يستطيع ان ينشر أو يذيع بحرية وذلك خوفا من العواقب التي تترتب عليه خصوصا إذا كان الأمر متعلقا بالأقليات أو بالجانب المذهبي للطوائف الدينية المتعددة في العراق.

أما بخصوص كون الإعلام يعكس طيفا واسعا من المصالح الاجتماعية والذي تناوله المؤشر السابع حيث سجل ١,٦١ نقطة نستنتج من هذا إن مسألة قيام أو اهتمام وسائل الإعلام بالبناء الاجتماعي تكاد تكون ضئيلة جدا وذلك لوجود محددات كثيرة تمنع تناول القضايا الاجتماعية المختلفة لأنها تحضى بمعارضة كبيرة، كما انه لا توجد حرية كافية للاهتمام بمشاكل الأقليات فهي تتعارض مع معتقدات ومصالح الأكثرية.

المخطط وجدول رقم (٣)



#### الهدف الرابع:

الإعلام المستقل عمل يدار إدارة ناجحة مما يتيح للتحرير استقلاله، ١,١٦ من ٤

سجل المؤشر الأول ١,١٧ نقطة كما هو واضح في المخطط وجدول (رقم ٤) والذي يتضمن إدارة المنافذ الإعلامية والشركات الداعمة وكفاءة عملها مثل أي عمل تجاري آخر.. إن الإدارة الناجحة لمنافذ الإعلام المستقل قد تؤدي دورها مثل أي عمل تجاري فالعمل الإعلامي في جانب منه عمل تجاري وما لم يدار إدارة واعية فإنه قد يتعرض إلى فشل ولا يحقق النجاحات المطلوبة، ولكن الذي يحصل في العراق هو عدم الفصل بين رئاسة التحرير وإدارة المطبوع، فرئيس التحرير هو المدير العام الذي يشرف على كل الفعاليات ومنها الإدارة والتسويق وغير ذلك.. ولهذا فمن النادر أن نجد مؤسسة ناجحة في هذه المجالات المختلفة خاصة وإن الدولة الآن لا تقوم بدعم دور الطباعة ولا علاقة لها بشبكات التوزيع فأغلب الصحف والقنوات الفضائية عندنا تخسر من الناحية التجارية إن شركات توزيع الصحف لا وجود لها إذا ما استثنينا شركتي الازدهار و المدى أما بقية التوزيع فيتم عن طريق باعة الصحف والأكشاك على الأرصفة وقد يلجا هؤلاء إلى أساليب مختلفة في ترويج بعض الصحف أو كسادها وذلك حسب مصالحهم الشخصية فهم قد يجربون صحيفة عن الرواج من أجل حمل صاحبها على بيعها بسعر أدنى بهدف زيادة أرباحهم وأحياناً يمارس موزعو الصحف سلطة على تحريرها حيث يشترط نشر بعض الأخبار بهدف تحقيق أعلى نسبة مبيعات.

وحول المؤشر الثاني المتضمن تمويل الإعلام وإيرادات الإعلام من مصادر متعددة كوكالات الإعلان أو غيرها، فقد سجل المشاركون في البحث ١,٧١ نقطة. إن الإعلام الخاص يمول عادةً من قبل أحزاب أو جماعات أو شركات وغيرها. وقد يؤثر هذا الدعم والتمويل نوعاً ما على سياسات التحرير أو الإدارة في

المنافذ الإعلامية، وقد تسئ منافذ الإعلام في بعض الأحيان إلى وكالات الإعلان حيث يلجا بعض رؤساء التحرير إلى التعاقد مباشرة مع مصادر الإعلان وتتجاوز بذلك وكالات الإعلان بغية تحقيق

### أرباح اكبرا

وبشأن دعم وكالات الإعلان والصناعات ذات علاقة بسوق الإعلان فقد سجل المؤشر الثالث ١,٣ نقطة، ويعتبر الإعلان في العراق في بدايته الأولى حيث يجهل معظم الصناعيين و التجار أهمية الإعلان في تحقيق الأرباح الكبيرة لهم كما إن إدارات الصحف هي الأخرى لا تملك الدراية الكافية بكيفية جلب الإعلان , هذا فضلا عن إن الصحف الأكثر رواجاً تحظى باهتمام أكبر من قبل المعلنين , كما أن الصحف اليومية لها حضوة أكبر من الصحف الأسبوعية في هذا المجال , ويشكل الإعلان احد الموارد المهمة لأي وسيلة إعلامية لا تعتمد التمويل الحكومي او الخارجي وهناك صحف تحقق أرباحا كبيرة عن طريق الإعلان فيما تعاني صحف أخرى من مشاكل مالية بسبب عدم وجود إعلانات فيها و مع ذلك فإن الإعلان في العراق اليوم موسمي ويعتمد على متغيرات العملية السياسية.

وسجل المؤشر الرابع والمؤشر الخامس نقاطا متقاربة وهي ١,٢٨ و ١,٢٣ نقطة المتضمنة و ارد الإعلانات من الاشتراكات ودعم الحكومة للإعلام المستقل . فبخصوص ص و ارد الاشتراكات فأنها ترد في آخر قائمة مصادر التمويل و هي لا تشكل موردا كبيرا للصحف . و في موضوع دعم الحكومة للإعلام المستقل يجد المبحوثون إن من واجب الدولة أن توفر مثل هذا الدعم غير المشروط للإعلام المستقل ولكن هذا لم يحصل إلا نادرا عن طريق تزويدها ببعض الإعلانات لدعم برامجها السياسية.

وقد سجل المؤشران السادس والسابع الحد الأدنى من النقاط وهي ٠,٧١ و ٠,٨٦ المتعلقة ببحوث الأسواق وأرقام تصنيف البث والتوزيع ، فبحوث الأسواق لا وجود لها في الإعلام العراقي فان غالبية الإعلام العراقي هو إعلام سياسي يهدف الى أقناع المتلقي بفكرة الجماعة أو الحزب الذي يمثله ولذلك فإن القيام بإجراء بحوث حول هذه المسألة غير و ارد مطلقا. كما يرى اغلب المبحوثين في الجلسة إن العراق يفتقر تماما للمنظمات المعنية بتصنيف البث إذ إن اغلب أو كل القنوات التلفزيونية والإذاعية حديثة العهد وربما تحتاج إلى سنوات حتى نجد مثل هذه المنظمات تهتم بشؤون تصنيف البث.

مخطط و بدون رقم (±)



الهدف الخامس:

تعمل المؤسسات الداعمة من اجل المصالح المهنية للإعلام المستقل، ٢٥، ١ من ٤ تناول المؤشر الأول موضوع خدمات الجمعيات التجارية لمالكي الإعلام الخاص أما المؤشر الثاني وتضمن دور الجمعيات المهنية في حماية الصحفيين ، وقد سجل كل منهما ٠,٨ و ٠,٨٦ نقطة على التوالي كما (هو واضح في المخطط وجدول (رقم ٥) حيث تعتبر المؤسسات الداعمة من أجل المصالح المهنية للإعلام المستقل كالجمعيات التجارية المعنية بمصالح مالكي الإعلام غير فعالة ولم تهتم بتقديم الدعم للمنظمات والموظفين الإعلاميين أما دور الجمعيات المهنية لحماية حقوق الصحفيين فيكاد يكون معدوماً حيث لا يوجد في العراق سوى نقابة واحدة للصحفيين تعمل بموجب القانون رقم ١٧٨ لسنة ١٩٦٩ . ويرى بعض المشاركين إن هذه التشكيلات النقابية عاجزة عن الدفاع عن الصحفيين فقد قتل عدد كبيراً منهم ولكن النقابة لم تفعل شيئاً

أما المؤشر الثالث الذي يتحدث عن دعم المنظمات غير الحكومية لحرية الرأي والإعلام المستقل فقد سجل ١,٣٢ نقطة. فيما يخص المنظمات غير الحكومية فلا توجد أي منظمة تدعم حرية الكلام أو الإعلام المستقل والسبب في ذلك يعود لحدائثة هذه المنظمات ولضعف دورها حيث ان العديد من هذه دخلت خط الإعلام ولكن بشكل سلبي ليس لها غرض سوى الحصول على المساعدات والمنح ولم تقدم للإعلاميين أي مساعدة أو دعم.

وفي ما يتعلق بوجود برامج إعلامية تطويرية للصحفيين في المؤشر الرابع وقد سجل ١,٢١ نقطة ، تشير النتائج الرقمية وملاحظات المبحوثين إلى عدم اهتمام المؤسسات الحكومية بهذا الجانب فمعظم المؤسسات الحكومية غير معنية بالإعلام وفي توفير فرص الدراسات والبحوث العلمية التي تعمل على إعداد الشباب علمياً ومهنياً للدخول في مهنة الصحافة. بالإضافة إلى وجود حالة رفض وعدم ترحيب بالكفاءات الأكاديمية القادمة من الخارج وعدم استغلال خبراتها العلمية وهذا ناجم عن المنافسات غير النزيهة<sup>١</sup> ويشير المبحوثون الى ان المؤسسات الصحفية كانت وما تزال تتعامل مع خريجي كلية الإعلام بجفاء ولا تتيح لهم الفرص الكافية في التعيين وذلك لاعتقادها إن الصحافة موهبة وليس علماً يدرس وبأمكان هذه المؤسسات توظيف وتشغيل خريجي الصحافة إذا اعتمدت معاييرها للعلم الأكاديمي شرطاً للتعيين<sup>٢</sup>

أما بخصوص المؤشر الخامس المتعلق بفرص التدريب قصيرة الأمد فقد سجل هذا المؤشر

٢,٦٥ نقطة ان البلد يفتقر إلى معاهد خاصة تتولى مهمة تدريب الصحفيين وإعدادهم إعداداً مهنيًا جيداً لكن هناك فرص تدريب لفترة قصيرة جداً وهي غير فعالة عملياً كما إن منافذ الإعلام لا تدعم

محاولات الكادر للاشتراك في أي دورة تدريبية يمكن ان تعود بالنفع على المهنة، أما الدورات التدريبية التي قامت بها منظمات دولية لبعض العاملين في الصحافة فإنها لم تقم على أسس صحيحة بسبب إن المشتركين في هذه الدورات التي أقيمت خارج البلد ليسوا محترفين وإنما ينتمون إلى جهات سياسية مختلفة عكست آثارها على طبيعة عمل الدوران

وفي ما يتعلق بتوفر مصادر الأخبار المطبوعة و المطابع الخاصة في المؤشر السادس الذي سجل

نقطاً ١،٤٦

أن تطور الطباعة يعد احد مظاهر تطور الصحافة في أي بلد من البلدان فإن ما شهدته المطابع في العراق يعد قفزة نوعية على صعيد تطور أجهزة المطابع واختصار الجهد و الزمن المستغرق في إنجاز طباعة الجريدة أو المجلة

بيد أن ما يؤشر على عمل هذه المطابع هو إنها لم تعتمد الأسلوب العلمي، فهي ما زالت تعمل بالأسلوب القديم الذي يفتقر إلى التخطيط و البرمجة يجعل من عمل المطابع عملاً تجارياً استثمارياً وهذا قد ينبع عن كون أصحاب تلك المطابع هم من غير المعنيين بالثقافة و لهذا فهم لم يطوروا أعمالهم و لم يدخلوا عليها التغييرات الفنية المطلوبة

ويمكن أن يكون الحال مشابهاً فيما يخص عمل الأكشاك و موزعي الصحف فهي تدار بكفاءات بسيطة و لا وجود للخبرات الفنية المتطورة ، فعدد مكاتب التوزيع مازال محدوداً ففي كل محافظة لا يوجد غير مكتب واحد يتعامل مع أصحاب الأكشاك المنتشرة في مراكز المدن ففي البصرة التي يزيد عدد سكانها على (مليونين نسمة) لا يوجد سوى مكتبين لتوزيع الصحف و هذان المكتبان يداران من أشخاص ليست لديهم المعرفة الكافية بنظام توزيع الصحف . أما محافظة نينوى و هي ثاني محافظة بعد العاصمة بغداد و يصل عدد نفوسها إلى (مليونين ونصف) نسمة فلا يوجد فيها إلا مكتب واحد للتوزيع و ذلك على الرغم من صدور ٣٠ صحيفة فيها فضلاً عما يرد إليها من صحف بغداد و المحافظات و من خارج العراق . ويرى بعض المبحوثين إن عملية إيصال الصحف من بغداد إلى المحافظات مازالت رديئة و ذلك بسبب الظروف الأمنية فضلاً عن عدم وجود مؤسسات تخطيط كفاءة و مهنية تتعامل مع المطبوع و تعرف كيف توصله إلى المواطن . وفي كثير من الأحيان لا تصل الصحف إلى الأفضية و النواحي البعيدة أو تصل ولكن في اليوم التالي و في بعض الأحيان تقوم القوات الأميركية بتوزيع بعض الصحف بصورة مجانية

وفي محافظة ميسان الذي يبلغ عدد سكانها ٨٠٠ ألف مواطن لا يوجد غير موزع واحد و تصل إليه

ألف نسخة من كل الصحف اليومية التي تصدر في بغداد و لا توجد في ميسان صحيفة خاصة بها و إنما هناك نشرات تطبع على طريقة الاستنساخ أما بشأن مراقبة الحكومة لناقلي البث أو السيطرة على الانترنت فان ذلك غير موجود في الوقت الحاضر و الحكومة غير معنية بتنظيم العملية

العدد

3

79

الباحث الإعلامي

حزيران ٢٠٠٧

الإعلامية ولا تتدخل فيها ليس لأنها تؤمن بحرية الصحافة والإعلام ولكن لأنها تفتقر إلى الكفاءات المتخصصة التي تتولى عملية تنظيم العمل في هذا القطاع المهم وتوفر له أسباب الدعم المادي والمعنوي الضروري للتطور والتحديث.

#### الخاتمة

في ما تقدم عرضه من الآراء والأفكار التي لازمتها نتائج رقميه تعكس الواقع الفعلي لوضع الإعلام في العراق بشكل عام فقد تراوح المعدل الرقمي للأهداف الخمسة بين (١-٢) من مجموع ٤ نقاط ومن هذا نستنتج إن العراق يلبي الحد الأدنى من متطلبات مؤشرات أهداف البحث

إن العملية الإعلامية في العراق تواجه مصاعب متعددة وهي بصورة عامة عشوائية في كثير من جوانبها و تفتقر إلى العلم والإدارة الجيدة والتخطيط، ولا يربطها بالإعلام المتقدم القائم على الأسس والمؤشرات الصحيحة التي تبنتها دول عديدة في تطوير مؤسساتها الإعلامية خدمة لبرامجها التنموية بدعم من قبل منظمة اليونسكو و مؤسسة التبادل الثقافي العالمي

لقد بدء الإعلام العراقي لتوه يشهد تطوراً ملموساً في مجال انتشار الصحافة الحرة والحصول على المعلومات. الا إن العراق لا يزال مبتدئاً في مجال تطوير المهارات الإدارية للمنافذ الإعلامية والمؤسسات الداعمة لتطوير العمل الإعلامي وحماية الرأي

ويتضح مما تقدم إن الإعلام العراقي يعاني من بعض المعوقات التي تحول دون تطور الإعلام الحر أهمها:

ل انعدام الحماية القانونية والاجتماعية للصحفي العراقي فهو لا يشعر بالأمن ولا يثق بحماية المنظمات النقابية والمؤسسات القضائية له، بل ربما انه يرى إن هذه المنظمات عاجز

ل قلة فرص التدريب وعدم وجود معاهد متخصصة.

- تواضع الأجور وعدم كفايتها للأنفاق على مقتضيات العمل.

ل قلة في المطابع وضعف في الكفاءة وعدم وجود شركات متخصصة بالتوزيع.

ل انعدام التسهيلات المادية لاستخدام الانترنت

وبالتأسيس على ما تقدم فإن الباحث في الإعلام العراقي يجد انه ربما أدت هذه الأوضاع إلى المزيد من

التراجع ما لم تتخذ الإجراءات التي تساعد على تلافي الأخطاء وتوفير مستلزمات التطور والتقدم وعناية

الدولة إلى ما يجب عليها من دعم هذه المسيرة ولن يكون هذا الدعم مجزياً ومفيداً ما لم يوجه إلى

الإعلاميين والصحفيين المحترفين الذين يأخذون على عاتقهم بناء إعلام متطور ويحتاج ذلك أيضاً إلى استصدار تشريعات جديدة تهتم بتوفير الشروط الضرورية لنمو صحافة حرة وديمقراطية وتؤكد

على حماية الإعلاميين والصحفيين وتعزيز دورهم الفاعل في المجتمع .  
ونأمل من خلال هذا البحث وضع دراسات تطويرية معدة ميدانيا في صياغة فكر جديد حول الإعلام العراقي يأخذ بنظر الاعتبار معالجة جوانب الخلل المتمثلة في موقف القبيلة والتعصب الحزبي وتحكم رجال السياسة والمال في هذه العملية المهمة وكذلك البحث عن صيغ جديدة أيضا في تطوير الكادر الفني في التحرير والإخراج وإدارة العمليات التسويقية والمتابعة الميدانية وإجراء البحوث والدراسات النظرية والميدانية التي من شأنها متابعة وتشخيص العوامل التي تساعد على تطويق مظاهر التخلف .

### المصادر

- 1-Development of sustainability independent media in Europe and Eurasia .  
Media sustainability Index 2004. IREX
- 2- The universal journalist by David Randall , second edition , Pluto press  
,London , 2000.

## الصورة الذهنية لمجلس النواب

### لدى الجمهور العراقي

أ. م. د. علي جبار الشمري (القسم الاول)

كلية الاعلام - جامعة بغداد

شهد المشهد السياسي العراقي في السنوات الثلاث التي تلت الاحتلال الأميركي للعراق بناء مؤسسات سياسية أريد لها أن تكون على غرار تلك الموجودة في الدول الديمقراطية ، وذلك بعد أن انهارت مؤسسات الدولة كافة سيما السياسية منها والتي عادة ما توصف بأنها مؤسسات تابعة للنظام السابق القائم على سياسة الحزب الواحد ، أما المؤسسات المزمع بناؤها فيفترض بدءاً أن تكون قائمة على مبدأ التعددية السياسية وهو ما لم يألفه المواطن العراقي منذ عقود خلت ، وبذا فان بناء مثل تلك المؤسسات في مجتمع فسيفسائي متنوع كالمجتمع العراقي يتطلب الكثير من الوقت والجهد ، ومن الموضوعات المهمة التي ينبغي على القائمين على بناء تلك المؤسسات مراعاتها هو تكوين صورة ذهنية حسنة عنها

ويعد وجود برلمان منتخب من الركائز الأساسية التي تميز المجتمع الديمقراطي عن غيره من المجتمعات ، وهو ما عكف السياسيون العراقيون على تحقيقه من خلال بناء مجلس النواب العراقي عبر إجراء انتخابات عامة في أنحاء البلاد كافة ، وإذا كانت عملية الانتخابات قد جرت في ظروف أمنية بالغة التعقيد ، فان جماهير الشعب بالضرورة تكون تواقفة إلى جني ثمار تلك العملية من خلال اضطلاع مجلس النواب بمهامه الوطنية كونه يمثل السلطة التشريعية الوحيدة في العراق ، وهذا يوجب على المجلس أن يكون قريباً من الجمهور عبر بناء علاقات ايجابية معه ، وذلك من شأنه إيجاد جو من الثقة والتفاهم والانسجام يؤدي إلى تكوين صورة ذهنية جيدة للمجلس لدى الجمهور ما يساعده على أداء الواجبات المنوطة به.

إن نظرة فاحصة على تاريخ الحياة البرلمانية في العراق منذ تأسيس الدولة العراقية أوائل عشرينيات القرن الماضي تؤكد أن الموروث البرلماني العراقي سواء إبان فترة العهد الملكي أو إبان الحكم الجمهوري لم يشهد برلماناً بالمعنى الحقيقي ومرد ذلك يعود إلى ما يأتي (١):

- 1- إن الانتخابات التي أدت إلى وجود تلك البرلمانات لم تكن انتخابات حرة ونزيهة
- 2- إن تلك البرلمانات لم تكن تتمتع بصلاحيات تشريعية حقيقية ووحيدة في البلاد
- 3- ضعف تلك البرلمانات في مواجهة الحكومات ورقابة أداؤها

وبذا فان تلك البرلمانات لم تكن سوى برلمانات شكلية أو صورية معبرة عن إرادة ثلة قليلة من أفراد النظم الحاكمة وليس عن إرادة أفراد الشعب كافة كما كانت تدعي ، وهذا يبرر اندفاع الجمهور العراقي ورغبته الجامعة في وجود برلمان عراقي قوي قادر على مواجهة الأزمات التي تعصف بالبلاد على الصعد كافة السياسية والاقتصادية والاجتماعية ، وعلى هذا فان دراسة الصورة الذهنية التي تكونت عن مجلس النواب الجديد لدى الجمهور العراقي بعد انتهاء الفصل التشريعي الأول للمجلس تحثل أهمية كبيرة لأسباب عدة أهمها **W**

- 1- إن هذا البحث يوفر للمعنيين بيانات مهمة يمكنهم تسخيرها لخدمة أهداف مجلس النواب **K**
- 2- إن هذا البحث يوفر نتائج علمية يمكن أن تسهم في تقويم مسارات مجلس النواب . سيما وان مسيرة المجلس في هذه المرحلة ما زالت في خط الشروع **K**
- 3- إن هذا البحث يعد بذرة لدراسات أخرى عن الجمهور العراقي وعلاقته بمؤسسات الدولة المختلفة، بعد أن كانت مثل هذه الدراسات إلى عهد قريب شبه معدومة **K**

إذا كان مصطلح الصورة الذهنية هو تصور الشيء في هيئته وحقيقته وصفته من خلال الفطنة والحفظ في العقل ، وكذلك إدراك الأشياء والتفكير بها لإصدار الأحكام والاستدلالات ، وإذا كان استخدام هذا المصطلح يحظى بحضور متزايد في مختلف العلوم الاجتماعية ما أضفى عليه اتساعاً معرفياً أدى إلى غياب حدود التعريف الدقيق والاستخدام الواضح والمحدد له ، فان الصورة الذهنية هي اقرب ما تكون إلى حدود المعرفة والإدراك التي تكونت في عقل الإنسان عند شروعه بعملية التفكير إزاء ما يحيط به سيما وان التفكير عملية عقلية تشمل كل أوجه النشاط العقلي ، وبذا فان الصورة الذهنية تسهم في اتخاذ الفرد لقراراته واتجاهاته سواء كان ذلك سلباً أم إيجاباً، وهي بهذا إحدى القوى النفسية أو البدنية التي تحدد اتجاهات الفرد وأنماط سلوكه (٢)، وهي قابلة للتغيير لأنها عملية ديناميكية تتغير وتتبدل بحسب تطور الواقع الاجتماعي وتغير الأوضاع الاقتصادية والظروف السياسية والثقافية (٣) غير أن ذلك لا يعني بالضرورة فقدانها لصفة الثبات ، سيما إذا كان الجمهور يعيش جواً اتصالياً تتوافق فيه الرسائل التي يتلقاها مع الصورة الذهنية التي يحملها إزاء الأشياء، وهذا بالضرورة يؤدي إلى ثبات ورسوخ الصور التي تكونت سابقاً، وهكذا فان الصورة الذهنية هي (الناتج النهائي للانطباعات الذاتية التي تتكون عند الأفراد أو الجماعات إزاء شخص معين، أو نظام ما أو شعب أو جنس بعينه، أو منشأة أو مؤسسة أو منظمة محلية أو دولية، أو مهنة معينة، أو أي شئ آخر يمكن أن يكون له تأثير على حياة الإنسان، وتتكون هذه الانطباعات من خلال التجارب المباشرة وغير المباشرة وترتبط هذه التجارب بعواطف الأفراد واتجاهاتهم وعقائدهم. وبغض النظر عن صحة المعلومات التي تتضمنها خلاصة هذه التجارب فهي تمثل

بالنسبة لأصحابها واقعاً صادقاً ينظرون من خلاله إلى ماحولهم ويفهمونه أو يقدرونه على أساسها) (٤)، وعليه فإنها أي الصورة الذهنية تقوم على الإدراك العقلي السابق دون أن تكون لها انعكاسات سلبية على تفاعل الأفراد والمجموعات (٥).

أولاً: مشكلة البحث

إذا كانت مشكلة البحث تعني موقف غامض أو ظاهرة تحتاج إلى تفسير (٦)، فإن السمة الرئيسية التي تميز البحوث العلمية كونها تنطوي على مشكلة محددة تحتاج لمن يتصدى لها بالدراسة والتحليل من جوانبها المتعددة (٧)، ولما كان المقصود بتحديد المشكلة هو توضيح حدود الموضوع بحيث يكون مقتصرًا على ما يريد الباحث تناوله، وليس على ما يوحي به العنوان من موضوعات لا يريد الباحث تناولها (٨)، فإن مشكلة هذا البحث تجسد في عدم وجود برامج علمية مدروسة ومخططة من شأنها بناء صورة ذهنية إيجابية عن مؤسسات الدولة الحديثة بشكل عام ومجلس النواب بشكل خاص سيما وان المواطن العراقي لم يعتد بعد على وجود حياة برلمانية مبنية على أسس ديمقراطية، فضلا عن أن العلاقة بين البرلمانات السابقة والجمهور قد مرت بأزمة ثقة نتيجة لعدم قدرة تلك البرلمانات على تأدية مهامها على وفق ما يريده الجمهور مما قد يؤثر سلبا على الصورة التي يكونها الجمهور عن البرلمان الحالي، كما إن مجلس النواب لم يفلح خلال الفصل التشريعي الأول من عمره في تقديم ما كانت الجماهير تتوقع منه مما اضطر رئاسة المجلس إلى تمديد الفصل التشريعي شهرا إضافيا (٩)، وإذا كانت مشكلة البحث معنية بالإجابة عن تساؤلات يثيرها الباحث أو اختبار فرضيات أملتها مقصبات البحث تحقيقا لأهدافه، فإن هذا البحث يحاول اختبار مجموعة من الفرضيات الصفرية القائمة على افتراض أن النتائج جاءت من مجتمع واحد، وبالتالي فإنه ليست هناك فروقا في إجابات المبحوثين على وفق متغيرات البحث ذات دلالة معنوية إحصائية (١٠) وهذه الفرضيات هي:

الفرضية الرئيسية الأولى: - لا توجد فروق في إجابات المبحوثين على وفق متغيرات الجنس والفئة العمرية والمهنة ومستوى التعليم بشأن معلومات الجمهور عن مجلس النواب، وتندرج تحت هذه الفرضية الفرضيات الفرعية الآتية:

- 1- لا توجد فروق في إجابات المبحوثين على وفق متغيرات الجنس والفئة العمرية والمهنة ومستوى التعليم بشأن نوع السلطة التي يمارسها مجلس النواب K
- 2- لا توجد فروق في إجابات المبحوثين على وفق متغيرات الجنس والفئة العمرية والمهنة ومستوى التعليم بشأن معرفتهم بعدد أعضاء مجلس النواب K
- 3- لا توجد فروق في إجابات المبحوثين على وفق متغيرات الجنس والفئة العمرية والمهنة ومستوى التعليم بشأن معرفتهم الكتل السياسية في مجلس النواب K
- 4- لا توجد فروق في إجابات المبحوثين على وفق متغيرات الجنس والفئة العمرية والمهنة ومستوى التعليم بشأن معرفتهم بأسماء رئيس مجلس النواب ونائبين K
- 5- لا توجد فروق في إجابات المبحوثين على وفق متغيرات الجنس والفئة العمرية والمهنة ومستوى التعليم بشأن معرفتهم أسماء أعضاء مجلس النواب K

الفرضية الرئيسية الثانية: لا توجد فروق في إجابات المبحوثين على وفق متغيرات الجنس والفئة العمرية والمهنة ومستوى التعليم بشأن مصادر استقاء المعلومات عن مجلس النواب، وتندرج تحت هذه الفرضية الفرضيات الفرعية الآتية:

- 1- لا توجد فروق في إجابات المبحوثين على وفق متغيرات الجنس والفئة العمرية والمهنة ومستوى التعليم بشأن متابعتهم لأخبار مجلس النواب K
  - 2- لا توجد فروق في إجابات المبحوثين على وفق متغيرات الجنس والفئة العمرية والمهنة ومستوى التعليم بشأن الوسائل التي يفضلونها في متابعة أخبار مجلس النواب K
  - 3- لا توجد فروق في إجابات المبحوثين على وفق متغيرات الجنس والفئة العمرية والمهنة ومستوى التعليم بشأن مدى إسهام تلك المتابعة في تشكيل الصورة عن مجلس النواب K
- الفرضية الرئيسية الثانية: - لا توجد فروق في إجابات المبحوثين على وفق متغيرات الجنس والفئة العمرية والمهنة ومستوى التعليم بشأن انطباعات الجمهور بشأن أداء مجلس النواب ، وتندرج تحت هذه الفرضية الفرضيات الفرعية الآتية W

- 1- لا توجد فروق في إجابات المبحوثين على وفق متغيرات الجنس والفئة العمرية والمهنة ومستوى التعليم بشأن قدرة المجلس على القيام بمهامه الوطنية بوجود الاحتلال K
- 2- لا توجد فروق في إجابات المبحوثين على وفق متغيرات الجنس والفئة العمرية والمهنة ومستوى التعليم بشأن قدرة المجلس على اتخاذ القرارات الكفيلة بجعله ممثلاً حقيقياً للشعب العراقي K
- 3- لا توجد فروق في إجابات المبحوثين على وفق متغيرات الجنس والفئة العمرية والمهنة ومستوى التعليم بشأن تمثيل مجلس النواب لكل فئات الشعب العراقي K
- 4- لا توجد فروق في إجابات المبحوثين على وفق متغيرات الجنس والفئة العمرية والمهنة ومستوى التعليم بشأن قناعتهم بما يقدمه مجلس النواب من أداء تحقيقاً لأهداف K
- 5- لا توجد فروق في إجابات المبحوثين على وفق متغيرات الجنس والفئة العمرية والمهنة ومستوى التعليم بشأن قدرة مجلس النواب على إصدار التشريعات التي من شأنها الحد من أعمال العنف في العراق K

- 6- لا توجد فروق في إجابات المبحوثين على وفق متغيرات الجنس والفئة العمرية والمهنة ومستوى التعليم بشأن قدرة مجلس النواب على القيام بدوره الرقابي في متابعة وتقويم أداء الحكومة

ثانياً: أهداف البحث

تحدد أهداف هذا البحث بما يأتي W

- 1- اختبار معرفة الجمهور بمجلس النواب K

2- الكشف عن انطباعات الجمهور عن مجلس النواب من نواح عديدة تتعلق بأداء المجلس .

3- وهذا من شأنه تحديد ملامح الصورة الذهنية لمجلس النواب لدى الجمهور

ثالثا: نوع البحث ومنهجه

يعد هذا البحث من البحوث الوصفية التي تهدف إلى دراسة الأوضاع الراهنة للظاهرة من حيث خصائصها، وأشكالها، وعلاقتها، والعوامل المؤثرة في ذلك (١١)، وهي بهذا لا تكتفي بتقديم المعلومات عن الجوانب التي تخضعها للبحث، بل تتعدى ذلك إلى استخلاص الدلالات منها (١٢) وهذه الدلالات مفيدة لتصحيح الواقع، أو تحديثه، أو استكمالها أو تطويره، أي فهم الحاضر بهدف توجيه المستقبل (١٣)، لهذا فإن البحوث الوصفية تعد إحدى الطرائق الأساسية والمهمة التي يمكن اللجوء إليها لدراسة المواقف الاجتماعية ومظاهر السلوك الإنساني والتي تعد الصورة الذهنية إحدى مكوناتها (١٤)، وتحقيقاً لأهداف البحث فقد أتبع الباحث المنهج المسحي للوصول إلى النتائج المرجوة ذلك أن البحوث الرامية إلى قياس وتخمين آراء ومواقف وانطباعات وميول واتجاهات الأفراد والجماعات عادة ما تلجأ إلى طريقة المسح الميداني، وبالنظر لطبيعة مجتمع وعينة الدراسة، فقد ارتأى الباحث استخدام استمارة الاستبيان أداة للبحث للحصول على معلومات دقيقة وصحيحة من نسبة عالية من أفراد العينة، حيث أن هذه الطريقة تعد من أكثر الأدوات المستخدمة في جمع البيانات خاصة في العلوم الاجتماعية، والتي تتطلب الحصول على معلومات أو تصورات أو آراء الأفراد، كما أنه من أكثر طرق جمع البيانات في الدراسات الإعلامية نظراً لتنوعه وتعدد أشكاله، وقد احتوت استمارة الاستبيان على (١٧) سؤالاً توزعت على ثلاثة محاور هي البيانات العامة، ومعلومات الجمهور عن مجلس النواب، وانطباعات

الجمهور عن مجلس النواب

رابعاً: حدود البحث

شملت حدود البحث ثلاثة مجالات أساسية هي:

أ. المجال الزمني:

استغرق العمل الميداني الذي قام به الباحث في توزيع الاستمارة على الجمهور واسترجاعها إليه شهراً واحداً هو شهر تموز ٢٠٠٦، وهذا يعني أن البحث اجري في الشهر الأخير من الفصل التشريعي الأول لمجلس النواب.

ب. المجال المكاني:

اقتصرت إجراءات الدراسة الميدانية على محافظة بغداد (العاصمة) وذلك لاعتبارات عدة هي:

- إن بغداد تعد المحافظة الأولى في العراق من حيث الكثافة السكانية.

- خصوصية بغداد من حيث تنوع وتمايز تركيبها السكاني

- اقتصار الدراسة على بغداد لا يؤثر كثيراً على نتائجها.

ج. المجال البشري

لقد قام الباحث بتوزيع ٢٠٠ استمارة استبيان بشكل عشوائي على سكان محافظة بغداد وبواقع ١٠٠ استمارة لكل من قاطعي الرصافة والكرخ وقد استطاع الباحث جمع الاستمارات كافة.

خامساً: عينة البحث

لما كان من النادر أو المستحيل أحياناً دراسة المجتمع بأكمله لأن ذلك يستغرق وقتاً طويلاً وكلفة باهظة فإن اختيار عينة ممثلة للمجتمع يتم اختيارها على أساس علمي يعد ضرورة تملئها الإجراءات المنهجية للبحث، وتعد خطوة اختيار العينة من الخطوات المهمة التي تؤدي الدقة فيها إلى نتائج علمية موضوعية، ولكي تكون عينة هذا البحث ممثلة ومعبرة عن المجتمع فإن الباحث حرص على إتباع طريقة المعاينة متعددة المراحل التي تتخذ أكثر من خطوة حتى تصل إلى عينة محددة يتم اختيار الأفراد منها بطريقة عشوائية (١٥)، وهذه الطريقة تمزج بين العمدية في مرحلة تحديد حصص المواقع الجغرافية مراعاة لكثافة السكان والمستوى المعاشي والعشوائية في مرحلة اختيار الأفراد، وتحدد الخطوات التي اتبعناها في اختيار عينة البحث بما يأتي:

الخطوة الأولى: تمثلت بتقسيم محافظة بغداد عمدياً إلى قاطعين هما الرصافة والكرخ على أساس أن لكل قاطع خصائص جغرافية وديمغرافية متقاربة إلى حد كبير.

الخطوة الثانية: وتم فيها اختيار وحدات إدارية معينة وبصورة عمدية أيضاً من كل قاطع، بحيث تتمثل في الوحدات المختارة الخصائص العامة للقاطع، وبهذا تكونت لدينا عينة مساحية أو جغرافية تتمثل فيها مكونات المجتمع في بغداد من حيث المستوى المعاشي والحضاري. متمثلة بمدينة الصدر والاعظمية والكرادة من قاطع الرصافة. والمنصور والكاظمية والغزالية من قاطع الكرخ.

الخطوة الثالثة: لما كان القصد من المعاينة هو الوصول إلى الفرد بوصفه مبحوثاً يتم تسجيل البيانات منه في المناطق الجغرافية المشار إليها، لذا تم اختيار الأفراد الذين توزع عليهم الاستمارات بشكل عشوائي عن طريق توزيع الاستمارات على البيوت بطريقة عشوائية.

والجداول (١) و(٢) و(٣) و(٤) توضح التوزيع النسبي للمبحوثين على وفق متغيرات الجنس والفئة

العمرية والمهنة والتحصيل الدراسي.

الصورة الذهنية لمجلس النواب لدى الجمهور العراقي - القسم الاول

جدول (١) يوضح التوزيع النسبي للمبحوثين على وفق متغير الجنس

النسبة المئوية	العدد	الجنس
٥٩	١١٨	ذكر
٤١	٨٢	أنثى
١٠٠	٢٠٠	المجموع

جدول (٢) يوضح التوزيع النسبي للمبحوثين على وفق متغير الفئة العمرية

النسبة المئوية	العدد	الفئة العمرية
٥٨	١١٦	٣٠-١٨
٤٢	٨٤	٣٠ فما فوق
١٠٠	٢٠٠	المجموع

جدول (٣) يوضح التوزيع النسبي للمبحوثين على وفق متغير المهنة

النسبة المئوية	العدد	المهنة
٤٠	٨٠	طالب
٥٠,٢٩	١٠٠,٥٨	موظف
٥,٦٠	١١,٢٠	أعمال أخرى
٦	١٢	عائل
٥,٢	١٠,٤	متقاعد
٥,٠	١٠	فلاح
١٠٠	٢٠٠	المجموع

جدول (٤) يوضح التوزيع النسبي للمبحوثين على وفق متغير مستوى التعليم

النسبة المئوية	العدد	مستوى التعليم
٦٥,٥	١٣١	جامعية أولية
١٩,٥	٣٩	ثانوية
١٢	٢٤	جامعية عليا
٢	٤	ابتدائية
١٠٠	٢٠٠	المجموع



الصورة الذهنية لمجلس النواب لدى الجمهور العراقي - القسم الاول

جدول (5) يوضح التوزيع النسبي لإجابات المبحوثين بشأن نوع السلطة التي يمارسها مجلس النواب

نوع السلطة	العدد	النسبة المئوية
تشريعية	156	78
تنفيذية	29	14,5
قضائية	6	3
لم يجيبوا	9	4,5
المجموع	200	100

جدول (6) يوضح قيمة مربع كاي المحسوبة لإجابات المبحوثين بشأن نوع السلطة التي يمارسها مجلس النواب على وفق متغير الجنس

نوع السلطة	ذكر		أنثى		المجموع	
	العدد	كأ	العدد	كأ	العدد	كأ
تشريعية	92	صفر	64	صفر	156	صفر
تنفيذية	15	0,23	14	0,23	29	0,56
قضائية	6	1	صفر	2	6	2
لم يجيبوا	5	صفر	4	صفر	9	صفر
المجموع	118	1,23	82	2,23	200	4,56

جدول (7) يوضح قيمة مربع كاي المحسوبة لإجابات المبحوثين بشأن نوع السلطة التي يمارسها مجلس النواب على وفق متغير العمر

نوع السلطة	18 - 30		30 فما فوق		المجموع	
	العدد	كأ	العدد	كأ	العدد	كأ
تشريعية	92	0,04	63	0,13	156	0,17
تنفيذية	16	0,05	13	0,08	29	0,13
قضائية	4	0,23	2	صفر	6	0,23
لم يجيبوا	3	0,8	6	1	9	1,8
المجموع	111	1,22	84	1,21	200	2,43

## الصورة الذهنية لمجلس النواب لدى الجمهور العراقي - القسم الاول

جدول (١) يوضح قيمة مربع كاي المحسوبة لإجابات المبحوثين بشأن نوع المنطة التي يمارسها مجلس النواب على وفق متغير المهنة

نوع المنطة	موظف		طالب		متقاعد		عميل		فلاح		عمل حر		المجموع
	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	
تدريبية	٦٦	٠,٠٤	٦٠	٠,٠٤	٦	٠,٠٤	٩	٠,٠٤	٦	٠,٠٤	٦	٠,٠٤	٦٠
تفقيية	١٣	٠,٠٩	١٢	٠,٠٩	١	٠,٠٧	٢	٠,٠١	١	٠,٠١	٣	٠,٠٢	١١٤٠
قضائية	٤	٠,٠٣	٠	٠,٠٠	٠	٠,٠٠	٠	٠,٠٠	٠	٠,٠٠	٠	٠,٠٠	٢,٠٣٣
تدريسية	٤	٠,٠٣	٤	٠,٠٣	٠	٠,٠٠	٠	٠,٠٠	٠	٠,٠٠	٠	٠,٠٠	١٤٦١
المجموع	٨٧	٠,٠٦	٨٠	٠,٠٥	٧	٠,٠٥	١٢	٠,٠٩	٧	٠,٠٥	١٠,١٢	٠,٠٨	١٢٦٢

جدول (١) يوضح قيمة مربع كاي المحسوبة لإجابات المبحوثين بشأن نوع المنطة التي يمارسها مجلس النواب على وفق متغير التحصيل الدراسي

نوع المنطة	جامعية		ثقوية		جامعية عاب		ابتدائية		المجموع
	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	
تدريبية	١٠٥	٠,٠٨	٢١	٠,٠١	٢٣	٠,٠٢	٢	٠,٠٢	١,٢٩
تفقيية	١٦	٠,٠٧	٩	٠,٠٤	٣	٠,٠٢	١	٠,٠١	٢,١٤
قضائية	٢	٠,٠٢	٣	٠,٠٣	٤	٠,٠٣	١	٠,٠١	٦٣,٨
تدريسية	٨	٠,٠٦	١	٠,٠١	١	٠,٠١	٠	٠,٠٠	٢,٣٦
المجموع	١٣١	٠,٠٩	٣٩	٠,٠٣	٢٦	٠,٠٢	٤	٠,٠٣	١٩,٥٩

أشار ٥٨% من المبحوثين إلى أن عدد أعضاء مجلس النواب هو ٢٧٥ ، وأشار ١٣,٥% منهم إلى أعداد خاطئة ، ولم يحدد ٢٨,٥% منهم عدد أعضاء مجلس النواب ، ينظر الجدول (١٠).

وعند إجراء مقارنة بين قيمة مربع كاي المحسوبة على وفق متغير الجنس وهي ١,٤٥ مع قيمة مربع كاي الجدولية عند درجة حرية ٢ ومستوى معنوية ٠,٠٥ وهي ٥,٩٩ يتبين عدم وجود فروق في إجابات المبحوثين بشأن معرفتهم عدد أعضاء مجلس النواب على وفق متغير الجنس ، ينظر جدول (١١).

وعند مقارنة قيمة مربع كاي المحسوبة على وفق متغير الفئة العمرية وهي ٥,٠١ مع قيمة مربع كاي الجدولية عند درجة حرية ٢ ومستوى معنوية ٠,٠٥ وهي ٥,٩٩ يتبين عدم وجود فروق في إجابات المبحوثين بشأن معرفتهم عدد أعضاء مجلس النواب على وفق متغير الفئة العمرية ، ينظر جدول (١٢).

وعند مقارنة قيمة مربع كاي المحسوبة على وفق متغير المهنة وهي ١٩,٦٩ مع قيمة مربع كاي الجدولية عند درجة حرية ١٠ ومستوى معنوية ٠,٠٥ وهي ١٨,٣٢ يتبين وجود فروق في إجابات المبحوثين بشأن معرفتهم عدد أعضاء مجلس النواب على وفق متغير المهنة ، ينظر جدول (١٣).

وعند مقارنة قيمة مربع كاي المحسوبة على وفق متغير التحصيل الدراسي وهي ١٤,٣٦ مع قيمة مربع كاي الجدولية عند درجة حرية ٦ ومستوى معنوية ٠,٠٥ وهي ١٢,٥٩ يتبين وجود فروق في إجابات المبحوثين بشأن معرفتهم عدد أعضاء مجلس النواب على وفق متغير المهنة ، ينظر جدول

الصورة الذهنية لمجلس النواب لدى الجمهور العراقي - القسم الاول

(١٤).

جدول (١٠) يوضح التوزيع النسبي لإجابات المبحوثين بشأن معرفتهم عدد أعضاء مجلس النواب

النسبة المئوية	العدد	الإجابة
٥٨	١١٦	صحيحة
١٢,٥	٢٧	خاطئة
٢٨,٥	٥٧	لم يجيبوا عن ذلك
١٠٠	٢٠٠	المجموع

جدول (١١) يوضح قيمة مربع كاي المحسوبة لإجابات المبحوثين بشأن معرفتهم عدد أعضاء مجلس النواب على وفق متغير الجنس

الجنس	ذكر		أنثى		المجموع	
	العدد	٢١٤	العدد	٢١٤	العدد	٢١٤
صحيحة	٧٢	٠,٢٣	٤٤	٠,٣٢	١١٦	٠,٥٦
خاطئة	١٤	٠,٢٥	١٣	٠,٣٦	٢٧	٠,٦١
لم يجيبوا	٢٢	٠,١١	٢٥	٠,١٧	٥٧	٠,٢٨
المجموع	١١٨	٠,٥٩	٨٢	٠,٨٦	٢٠٠	١,٤٥

جدول (١٢) يوضح قيمة مربع كاي المحسوبة لإجابات المبحوثين بشأن معرفتهم عدد أعضاء مجلس النواب على وفق متغير لفئة العمرية

الفئة العمرية	١٨ - ٣٠		٣٠ فما فوق		المجموع	
	العدد	٢١٤	العدد	٢١٤	العدد	٢١٤
صحيحة	٦٢	٠,٣٧	٥٤	٠,٥٦	١١٦	٠,٨٦
خاطئة	١٤	٠,٢٥	١٣	٠,٣٦	٢٧	٠,٦١
لم يجيبوا	٤٠	٠,٤٨	١٧	٠,٠٤	٥٧	٠,٢٤
المجموع	١١٦	٢,١	٨٤	٢,٩٦	٢٠٠	٥,٠١

### الصورة الذهنية لمجلس النواب لدى الجمهور العراقي - القسم الاول

جدول (١٣) يوضح قيمة مربع كاي للمحسوبة لإجابات المبحوثين بشأن معرفتهم عدد أعضاء مجلس النواب على وفق متغير المهنة

نوعية الإجابة	موظف		طالب		مقاتل		عسكري		فلاح		عمل حر		المجموع
	عدد	النسبة	عدد	النسبة	عدد	النسبة	عدد	النسبة	عدد	النسبة	عدد	النسبة	
معلمة	٤٤	١,٣٩	١٢	٠,٣٤	٩	٠,٢٦	٩	٠,٢٦	١	٠,٣٧	٩	٠,٢٧	٤٩٤
حائفة	١٢	٠,٣٤	١٠	٠,٢٩	١	٠,٠٣	٢	٠,٠٦	١	٠,٣٧	٧	٠,٢٠	١٠٦
نم	١٥	٠,٤٥	١٤	٠,٤١	١	٠,٠٣	١	٠,٠٣	١	٠,٣٧	١٠	٠,٢٩	١٤٠
المجموع	٧٩	٢,٢٩	٣٦	١,٠٥	١١	٠,٣٣	١٢	٠,٣٦	٣	٠,٠٩	٣٦	١,٠٥	١٩٩٦

جدول (١٤) يوضح قيمة مربع كاي للمحسوبة لإجابات المبحوثين بشأن معرفتهم عدد أعضاء مجلس النواب على وفق متغير التحصيل الدراسي

التحصيل الدراسي	متدنية		متوسطة		عالية		المجموع
	عدد	النسبة	عدد	النسبة	عدد	النسبة	
متوسطة	٧٣	٠,١٦	١	٠,٠٢	١٠	٠,٢٢	١٨٤
حائفة	٢٥	٠,٠٥	٢	٠,٠٤	١	٠,٠٢	٤٠٧
ثم يجيب	٣٣	٠,٠٧	١	٠,٠٢	٩	٠,٢٠	٣٣٣
المجموع	١٣١	٠,٢٨	٤	٠,٠٩	٢٠	٠,٤٤	١٤٢٤

### 3- معلومات الجمهور بشأن الكتل السياسية في مجلس النواب

أشار ٧٢,٥% من المبحوثين إلى ثلاث كتل سياسية في مجلس النواب، وأشار ٣,٥% منهم إلى كتلة واحدة، بينما أشار ١٩% منهم إلى كتلتين، ولم يشير ٥% منهم إلى أي كتلة سياسية في مجلس النواب، ينظر الجدول (١٥).

وعند إجراء مقارنة بين قيمة مربع كاي المحسوبة على وفق متغير الجنس وهي ١٧,١٢ مع قيمة مربع كاي الجدولية عند درجة حرية ٣ ومستوى معنوية ٠,٠٥ وهي ٧,٨١ يتبين وجود فروق في إجابات المبحوثين بشأن معرفتهم الكتل السياسية في مجلس النواب على وفق متغير الجنس، ينظر جدول (١٦).

وعند مقارنة قيمة مربع كاي المحسوبة على وفق متغير الفئة العمرية وهي ٧,٩٢ مع قيمة مربع كاي الجدولية عند درجة حرية ٣ ومستوى معنوية ٠,٠٥ وهي ٧,٨١ يتبين وجود فروق في إجابات المبحوثين بشأن معرفتهم الكتل السياسية في مجلس النواب على وفق متغير الفئة العمرية، ينظر جدول (١٧).

وعند مقارنة قيمة مربع كاي المحسوبة على وفق متغير المهنة وهي ١٤٠,١٥ مع قيمة مربع كاي الجدولية عند درجة حرية ١٥ ومستوى معنوية ٠,٠٥ وهي ٢٤,٩٩ يتبين وجود فروق في إجابات المبحوثين بشأن معرفتهم الكتل السياسية في مجلس النواب على وفق متغير المهنة، ينظر جدول (١٨).

وعند مقارنة قيمة مربع كاي المحسوبة على وفق متغير التحصيل الدراسي وهي ١٦,٥٧ مع

قيمة مربع كاي الجدولية عند درجة حرية ٩ ومستوى معنوية ٠,٠٥ وهي ١٦,٩٢ يتبين عدم وجود فروق في إجابات المبحوثين بشأن معرفتهم الكتل السياسية في مجلس النواب على وفق متغير التحصيل

العدد

3

92

البحث العلمي

حزيران ٢٠٠٧

الصورة الذهنية لمجلس النواب لدى الجمهور العراقي - القسم الاول

الدراسي، ينظر جدول (١٩).

جدول (١٥) يوضح للتوزيع تسمي لإجابات لمدونين بشأن معرفتهم لكل السياسية في مجلس النواب

النسبة المئوية	العدد	الإجابة
٧٢,٥	١٤٥	ذكروا ثلاث كتل
٣,٦	٢٨	ذكروا كتلة واحدة
١٩	٧	ذكروا كتلتان
٥	١٠	لم يذكروا أي كتلة
١٠٠	٢٠٠	المجموع

جدول (١٦) يوضح قيمة مربع كاي المحسوبة لإجابات المبحوثين بشأن معرفتهم لكل السياسية في مجلس النواب على وفق متغير الجنس

الجنس الإجابة	نكر		أشرف		المجموع	
	العدد	ك.ا	العدد	ك.ا	العدد	ك.ا
ذكروا ثلاث كتل	٧٨	٠,٧٤	٦٧	١,٠٨	١٤٥	١,٨٢
ذكروا كتلة واحدة	٣٢	٥,٥	٥	٧,٥٦	٣٨	١٣,٠٦
ذكروا كتلتان	٣	٠,٢٥	٤	٠,٣٢	٧	٠,٥٨
لم يذكروا أي كتلة	٤	٠,٩٦	٦	١	١٠	١,٦٦
المجموع	١١٨	٧,١٥	٨٢	٩,٩٧	٢٠٠	١٧,١٢

جدول (١٧) يوضح قيمة مربع كاي المحسوبة لإجابات المبحوثين بشأن معرفتهم لكل السياسية في مجلس النواب على وفق متغير العمر

العمر الإجابة	١٨ - ٣٠		٣٠ فما فوق		المجموع	
	العدد	ك.ا	العدد	ك.ا	العدد	ك.ا
ذكروا ثلاث كتل	٨٥	٠,٠١	٦٠	٠,٠١	١٤٥	٠,٠٢
ذكروا كتلة واحدة	١٨	٠,٧٢	٢٠	١	٣٨	١,٧٢
ذكروا كتلتان	٣	٠,٢٥	٤	٠,٣٢	٧	٠,٥٨
لم يذكروا	١٠	١,٦	صفر	٤	١٠	٥,٦
المجموع	١١٦	٢,٥٨	٨٤	٥,٣٤	٢٠٠	٧,٩٢

## الصورة الذهنية لمجلس النواب لدى الجمهور العراقي - القسم الاول

جدول (١٨) يوضح قيمة مربع كاي المحسوبة لإجابات المتحويين بشأن معرفتهم الكتل السياسية في مجلس النواب على وفق متغير المهنة

المجموعة	موضوع		غالب		متفرد		متساو		منازع		الجموع	
	النسبة	العدد										
ثلاثة كتل	١٦	٠,٢٤	٥٤	٠,٠٦	٩	٠,٠٣	٥	٠,٠٢	٩	٠,٠٣	١٤٥	١,٥٢
كتلة واحدة	١٧	٠,٢٦	١١	٠,١٦	٢	٠,٠٣	٢	٠,٠٣	١٦	٠,٢١	٩٠	١,٠٠٦
كثرتين	٦	٠,٠٩	٣	٠,٠٤	٩	٠,١٢	١	٠,٠١	٤	٠,٠٥	٣٣٧	٣,٧٦
لم يتكروا	٦	٠,٠٩	٤	٠,٠٥	١	٠,٠١	١	٠,٠١	٨	٠,٠٩	١٠	٠,١١
المجموع	٤٥	٠,٦٥	٨٠	١,٠٠	١٦	٠,٢٠	١٦	٠,٢٠	١٦	٠,٢٠	٢٠٠	٢,٢٠

جدول (١٩) يوضح قيمة مربع كاي المحسوبة لإجابات المتحويين بشأن معرفتهم الكتل السياسية في مجلس النواب على وفق متغير التحصيل الدراسي

المجموع	انحصار لدرسي		جامعية		تأهيلية		جامعية عليا		ابتدائية	
	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد
ثلاثة كتل	١٤	٠,٠٤	٤	٠,٠١	١	٠,٠٠٣	٤	٠,٠١	٩	٠,٠٢
كتلة واحدة	٢٥	٠,٠٧	١	٠,٠٠٣	١	٠,٠٠٣	١	٠,٠٠٣	٣	٠,٠٠٨
كثرتين	٤	٠,٠١	١	٠,٠٠٣	١	٠,٠٠٣	١	٠,٠٠٣	٣	٠,٠٠٨
لم يتكروا	٩	٠,٠٢	١	٠,٠٠٣	١	٠,٠٠٣	١	٠,٠٠٣	١٠	٠,٠٢
المجموع	٣٢	٠,٠٩	٦	٠,٠١	٤	٠,٠٠٣	٦	٠,٠١	١٦	٠,٠٤

### 4- معلومات الجمهور بشأن معرفتهم بأسماء رئيس المجلس ونائبيه

أشار ٢٤% من المبحوثين إلى اسم رئيس مجلس النواب فقط ، وأشار ٢٤% أيضاً إلى اسم رئيس المجلس ونائبيه ، بينما أشار ١٨,٥% منهم إلى اسم رئيس المجلس واحد نوابه ، ولم يشر ٣٣,٥% منهم إلى اسم أي منهم ، ينظر الجدول (٢٠).

وعند إجراء مقارنة بين قيمة مربع كاي المحسوبة على وفق متغير الجنس وهي ١٦,١٧ مع قيمة مربع كاي الجدولية عند درجة حرية ٣ ومستوى معنوية ٠,٠٥ وهي ٧,٨١ يتبين وجود فروق في إجابات المبحوثين بشأن معرفتهم أسماء رئيس مجلس النواب ونائبيه على وفق متغير الجنس، ينظر جدول (٢١).

وعند مقارنة قيمة مربع كاي المحسوبة على وفق متغير الفئة العمرية وهي ١٦,١٧ مع قيمة مربع كاي الجدولية عند درجة حرية ٣ ومستوى معنوية ٠,٠٥ وهي ٧,٨١ يتبين وجود فروق في إجابات المبحوثين بشأن معرفتهم أسماء رئيس مجلس النواب ونائبيه على وفق متغير الفئة العمرية، ينظر جدول (٢٢).

وعند مقارنة قيمة مربع كاي المحسوبة على وفق متغير المهنة وهي ٩,١٣ مع قيمة مربع كاي الجدولية عند درجة حرية ١٥ ومستوى معنوية ٠,٠٥ وهي ٢٤,٩٩ يتبين عدم وجود فروق في إجابات المبحوثين بشأن معرفتهم أسماء رئيس مجلس النواب ونائبيه على وفق متغير المهنة، ينظر جدول (٢٣).

وعند مقارنة قيمة مربع كاي المحسوبة على وفق متغير التحصيل الدراسي وهي ١٣,٧٢ مع قيمة مربع كاي الجدولية عند درجة حرية ٩ ومستوى معنوية ٠,٠٥ وهي ١٦,٩٢ يتبين عدم وجود

العدد

3

94

البحث العلمي

حزيران ٢٠٠٧

الصورة الذهنية لمجلس النواب لدى الجمهور العراقي - القسم الاول

فروق في إجابات المبحوثين بشأن معرفتهم أسماء رئيس مجلس النواب ونائبيه على وفق متغير التحصيل الدراسي، ينظر جدول (٢٤).

جدول (٢٠) يوضح التوزيع النسبي لإجابات المبحوثين بشأن معرفتهم أسماء رئيس مجلس النواب ونائبيه

النسبة المئوية	العدد	الإجابة
٢٤	٤٨	ذكروا اسم رئيس المجلس
٢٤	٤٨	ذكروا اسم رئيس المجلس ونائبيه
١٨,٥	٣٧	ذكروا اسم رئيس المجلس وأحد نوابه
٢٣,٥	٤٧	لم يذكروا اسم أي منهم
١٠٠	٢٠٠	المجموع

جدول (٢١) يوضح قيمة مربع كاي المحسوبة لإجابات المبحوثين بشأن معرفتهم أسماء رئيس مجلس النواب ونائبيه على وفق متغير الجنس

المجموع		أنثى		ذكر		الجنس
العدد	النسبة المئوية	العدد	النسبة المئوية	العدد	النسبة المئوية	الإجابة
٤٨	٢٤	١٧	٠,٤٥	٣١	٠,٣٦	رئيس المجلس
٤٨	٢٤	١٣	٢,٤٥	٣٥	١,٧٥	رئيس المجلس ونائبيه
٣٧	١٨,٥	٢٥	٦,٣٦	١٢	٤,٥٤	رئيس المجلس وأحد نوابه
٤٧	٢٣,٥	٢٧	صفر	٢٠	صفر	لم يذكروا اسم أي منهم
٢٠٠	١٠٠	٨٢	٤١,٥٦	١١٨	٥٨,٤٤	المجموع

جدول (٢٢) يوضح قيمة مربع كاي المحسوبة لإجابات المبحوثين بشأن معرفتهم أسماء رئيس مجلس النواب ونائبيه على وفق متغير العمر

المجموع		٣٠ - ٤٠ سنة		٤١ - ٥٠ سنة		العمر
العدد	النسبة المئوية	العدد	النسبة المئوية	العدد	النسبة المئوية	الإجابة
٤٨	٢٤	٤	٠,٠٨٣	٣٠	٠,٦٢٦	رئيس المجلس
٤٨	٢٤	٢	٠,٠٤١	٤٦	٠,٩٥٩	رئيس المجلس ونائبيه
٣٧	١٨,٥	٩	٠,٢٤٣	٢٨	٠,٧٥٧	رئيس المجلس وأحد نوابه
٤٧	٢٣,٥	٢٥	٠,٥٣٢	٢٢	٠,٤٦٨	لم يذكروا اسم أي منهم
٢٠٠	١٠٠	٨٤	٤٢,٠٠٠	١١٦	٥٨,٠٠٠	المجموع

الصورة الذهنية لمجلس النواب لدى الجمهور العراقي - القسم الاول

جدول (٢٣) يوضح قيمة مربع كاي المحسوبة لاجابات المبحوثين بشأن معرفتهم أسماء رئيس مجلس النواب ونائبه على وفق متغير المهنة

المهنة	موظف		طالب		متقاعد		عامل		فلاح		عمل آخرى		المجموع	
	٢٤	٢٤	٢٤	٢٤	٢٤	٢٤	٢٤	٢٤	٢٤	٢٤	٢٤	٢٤		
رئيس لمجلس	١٧	١,٢١	١٩	صفر	٣	٠,٥	٣	صفر	١	٠,٢٥	١	٠,٢	٤٨	١,١٦
رئيس لمجلس وتناحية	١٦	١,٠١	٢٢	٠,٣٤	٣	٠,٥	٢	٠,٢٢	٤	٠,٢٥	٤	٠,٢	٤٨	٢,١٢
رئيس لمجلس واطد نواب	١٩	١,٠٦	١٢	٠,٢٦	١	صفر	١	٠,٥	١	٠,١	١	٠,٢٥	٢٧	٢,١٦
لم يتفكر في اسمهم	٢٧	١,٠٢	٧٥	٠,١٤	٢	صفر	١	١	١	٠,٢٤	١	٠,١٤	١٧	٢,١٦
المجموع	٦٩	١,٣١	١٠١	١,١٤	٧	٠,٥	١٢	١,٠٣	٢	٠,٩٦	٢١	٠,٧٩	١٠٠	٩,١٢

جدول (٢٤) يوضح قيمة مربع كاي المحسوبة لاجابات المبحوثين بشأن معرفتهم أسماء رئيس مجلس النواب ونائبه على وفق متغير التحصيل الدراسي

التحصيل الدراسي	جامعية		ثانوية		جامعية عليا		اعدادية		المجموع	
	٢٤	٢٤	٢٤	٢٤	٢٤	٢٤	٢٤	٢٤		
رئيس المجلس	٢٧	١,٥١	٥	٠,١١	١١	٤,١٦	٦	١	٤٨	٤,٧٨
رئيس المجلس وتناحية	٣٥	١,٥١	٦	٠,١	٧	٠,٢٦	٧	١	٤٨	٢,٦٧
رئيس مجلس واطد نواب	٢٥	صفر	٥	صفر	٤	٠,١	٧	٠,٢٧	٣٧	٠,٩
لم يتفكر في اسمهم	٤٤	صفر	١٧	١,٠٣	٤	٢,٧٧	١	٠,٣٧	١٧	٤,٢٧
المجموع	١٣١	١,٠٢	٣٩	٢,٣٤	٢٩	٧,٢٩	٤	٣,٠٧	١٠٠	١٣,٧٢

أشار ٤٧% من المبحوثين إلى أسماء ثلاثة أعضاء في مجلس النواب، وأشار ٣% منهم إلى أسماء عضوين، بينما أشار ١٦,٥% منهم إلى اسم عضو واحد، ولم يشير ٣٣,٥% منهم إلى اسم أي عضو، ينظر الجدول (٢٥).

وعند إجراء مقارنة بين قيمة مربع كاي المحسوبة على وفق متغير الجنس وهي ٢١,٧٣ مع قيمة مربع كاي الجدولية عند درجة حرية ٣ ومستوى معنوية ٠,٠٥ وهي ٧,٨١ يتبين وجود فروق في إجابات المبحوثين بشأن معرفتهم أسماء أعضاء مجلس النواب على وفق متغير الجنس، ينظر جدول (٢٦).

وعند مقارنة قيمة مربع كاي المحسوبة على وفق متغير الفئة العمرية وهي ٦,٠٣ مع قيمة مربع كاي الجدولية عند درجة حرية ٣ ومستوى معنوية ٠,٠٥ وهي ٧,٨١ يتبين عدم وجود فروق في إجابات المبحوثين بشأن معرفتهم أسماء أعضاء مجلس النواب وفق متغير الفئة العمرية، ينظر جدول (٢٧).

وعند مقارنة قيمة مربع كاي المحسوبة على وفق متغير المهنة وهي ٢٩,٥٢ مع قيمة مربع كاي الجدولية عند درجة حرية ١٥ ومستوى معنوية ٠,٠٥ وهي ٢٤,٩٩ يتبين وجود فروق في إجابات المبحوثين بشأن معرفتهم أسماء أعضاء مجلس النواب على وفق متغير المهنة، ينظر جدول (٢٨)

وعند مقارنة قيمة مربع كاي المحسوبة على وفق متغير التحصيل الدراسي وهي ٢٤,٩٨ مع

العدد

3

96

البحث العلمي

حزيران ٢٠٠٧

الصورة الذهنية لمجلس النواب لدى الجمهور العراقي - القسم الاول

قيمة مربع كاي الجدولية عند درجة حرية 9 ومستوى معنوية 0,05 وهي 16,92 يتبين وجود فروق في إجابات المبحوثين بشأن معرفتهم أسماء أعضاء مجلس النواب على وفق متغير التحصيل الدراسي، ينظر جدول (29)

جدول (25) يوضح التوزيع النسبي لإجابات المبحوثين بشأن معرفتهم أسماء أعضاء مجلس النواب

النسبة المئوية	العدد	الإجابة
47	94	ذكروا أسماء ثلاثة أعضاء
3	6	ذكروا أسماء عضوين
16,6	33	ذكروا اسم عضو واحد
33,6	67	لم يذكروا اسم أي منهم
100	200	المجموع

جدول (26) يوضح قيمة مربع كاي المصوبة لإجابات المبحوثين بشأن معرفتهم أسماء أعضاء مجلس النواب على وفق متغير الجنس

المجموع		أنثى		ذكر		الجنس
العدد	النسبة المئوية	العدد	النسبة المئوية	العدد	النسبة المئوية	الإجابة
94	47	125	62,5	48	24	ذكروا أسماء ثلاثة أعضاء
6	3	5	25	3	15	ذكروا أسماء عضوين
33	16,6	28	14	31	15,5	ذكروا اسم عضو واحد
67	33,6	59	29,5	36	18	لم يذكروا اسم أي منهم
200	100	199	99,5	118	59	المجموع

جدول (27) يوضح قيمة مربع كاي المصوبة لإجابات المبحوثين بشأن معرفتهم أسماء أعضاء مجلس النواب على وفق متغير العمر

المجموع		30 فما فوق		18 - 30		الفئة العمرية
العدد	النسبة المئوية	العدد	النسبة المئوية	العدد	النسبة المئوية	الإجابة
94	47	23	11,5	52	26	ذكروا أسماء ثلاثة أعضاء
6	3	3	1,5	4	2	ذكروا أسماء عضوين
33	16,6	14	7	15	7,5	ذكروا اسم عضو واحد
67	33,6	55	27,5	36	18	لم يذكروا اسم أي منهم
200	100	195	97,5	118	59	المجموع

الصورة الذهنية لمجلس النواب لدى الجمهور العراقي - القسم الاول

جدول (٢٨) يوضح قيمة مربع كاي المحسوبة لإجابات المبحوثين بشأن معرفتهم أسماء أعضاء مجلس النواب حتى وفق متغير المهنة

المهنة	موظف	طبيب		مهندس		مدون		دراج		أستاذ أكاديمي		المجموع
		عدد	النسبة	عدد	النسبة	عدد	النسبة	عدد	النسبة	عدد	النسبة	
الإجابة أعضاء مجلس	٣١	٤٣	٠,٢٥	٤	٠,٢٣	١	٠,٠٦	٤	٠,٢٥	١	٠,٠٦	٤٤
تصوير	٢	١	٠,٠٥	١	٠,٠٥	١	٠,٠٦	١	٠,٠٥	١	٠,٠٥	٤
مصور وليد	١١	١٠	٠,١٦	٢	٠,٠٣	٣	٠,٠٤	١	٠,٠٥	١	٠,٠٥	٣٣
مهندس جيبس	٢٤	٢١	٠,٢٤	٤	٠,٠٤	٤	٠,٠٤	١	٠,٠٥	١	٠,٠٥	٢٤
المجموع	٤٤	٤٠	٠,٥٠	٤	٠,٠٥	١١	٠,١٤	١١	٠,٢٥	١١	٠,٢٥	٤٤

جدول (٢٩) يوضح قيمة مربع كاي المحسوبة لإجابات المبحوثين بشأن معرفتهم أسماء أعضاء مجلس النواب حتى وفق متغير التحصيل الدراسي

التحصيل الدراسي	جامعية		ثانوية		جامعية عتقا		متعلمة		المجموع
	عدد	النسبة	عدد	النسبة	عدد	النسبة	عدد	النسبة	
درجة أعضاء مجلس	١٠	٠,٢٥	١٢	٠,٢٥	١	٠,٠٢	٢	٠,٠٤	٢٤
عضوين	٩	٠,٢٥	١	٠,٠٢	١	٠,٠٢	١	٠,٠٢	٤
عضو واحد	٢٢	٠,٥٠	١٠	٠,٢٠	١	٠,٠٢	١	٠,٠٢	٣٤
لم يذكر أو أي سؤال	٤	٠,٠٩	١١	٠,٢٥	٤	٠,٠٩	١	٠,٠٢	١٦
المجموع	٤٦	٠,٢٥	٤٦	٠,٢٥	٦	٠,١٤	٤	٠,٠٩	٤٤

## الهوامش

- 1- هيكلية مجلس النواب العراقي ودوره في الحياة العامة، المنظمة العراقية لتنسيق حقوق الإنسان، بغداد- ٢٠٠٦.
  - 2- نادية سالم ، الصورة العربية في المنظور الأميركي، مجلة السياسة الدولية، القاهرة ، العدد ٤٩ ، ١٩٧٧، ص ٤٤.
  - 3- صالح خليل أبو إصبع، إدارة المؤسسات الإعلامية (عمان: دار آرام للطباعة والنشر، ١٩٩٧) ص ٣٢.
  - 4- علي عوجة، العلاقات العامة والصورة الذهنية، (القاهرة: عالم الكتب، ١٩٨٣) ص ٦.
  - 5- إبراهيم الداوققي، صورة الأثر الك لدى العرب (بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، ٢٠٠١) ص ١٧.
  - 6- حميد جاعد الدليمي، أساسيات البحث المنهجي، ج ١ (بغداد: شركة الحضارة للطباعة والنشر، ٢٠٠٤) ص ٣٤.
  - 7- سمير محمد حسين، بحوث الإعلام (القاهرة: عالم الكتب، ١٩٩٩) ص ٦٩.
  - 8- سعيد إسماعيل صيني، قواعد أساسية في البحث العلمي (بيروت: مؤسسة الرسالة، ١٩٩٤) ص ١٣٩.
  - 9- لقاء خاص مع السيد محمود المشهداني رئيس مجلس النواب العراقي بثته قناة البغدادية الفضائية بتاريخ ٢٨/٧/٢٠٠٦.
  - 10- آن مايرز، علم النفس التجريبي، ترجمة: خليل إبراهيم ألبياتي (وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، جامعة بغداد، ١٩٩٠) ص ٣٠٣، ٣٠٤.
  - 11- ربحي مصطفى عليان و عثمان محمد غنيم، مناهج وأساليب البحث العلمي: النظرية والتطبيق (عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع، ٢٠٠٠) ص ٤٢.
  - 12- سمير محمد حسين، مصدر سابق، ص ١٢٣، ١٢٤.
  - 13- محمد منير حجاب، أساسيات البحوث الإعلامية والاجتماعية (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠٠٠) ص ٧٨.
  - 14- ديو بولد. ب. فان دالين، مناهج البحث في التربية وعلم النفس، ط ٢، ترجمة: نبيل نوفل وآخرون (القاهرة: مكتبة الانجلو المصرية، ١٩٨٤) ص ٣٦١.
  - 15- أحمد بدر، أصول البحث العلمي ومناهجه، ط ٢ (الكويت: وكالة المطبوعات، ١٩٧٥) ص ٣٢٩-٣٣٠.
  - 16- ينظر في ذلك: خاشع محمود الراوي، المدخل إلى الإحصاء (وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، جامعة الموصل، ٢٠٠٠) ص ٣٨٩.
- عبد الجبار توفيق وزكريا اثناسيوس، الإحصاء الوصفي والاستدلالي في التربية وعلم النفس (وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، الجامعة المستنصرية، ١٩٧٧) ص ٣٠٢، ٣٠١.

## مهارات الاتصال الجماهيري عن طريق لغة الخطاب (القنوات الفضائية العربية انموذجا)

م.د. رائد حسين عباس الملا

كلية التربية الاساسية - الجامعة المستنصرية

### مقدمة

تعد اللغة الأساس الواقعي والحساس لكل تواصل بين طرفين أو أكثر . فهي حلقة مهمة تقوم بإعداد المعاني وترميزها وفق بناء لغوي محكوم بقواعد متفق عليها يتخاطب ويتعايش بها الجميع **K** ولما كانت أشكال الاتصال هي : الشخصي ، الوسيط ، الجماهيري . فلا يمكن لأي منها أن تبتعد عن اللغة في تعاملاتها وأنماطها الاتصالية . وبما ان لكل منها خصائصها ومهاراتها فإنها لابد أن تنطلق في مجالاتها من خلال الرموز اللفظية وغير اللفظية وترتدي مقومات وعناصر اللغة المؤثرة حسب الهدف المقصود **K** وهي بذلك تجعل من المتلقي أمام أمرين : أما أن يعجز عن فهم تلك الرموز فتفشل الغاية منها، وأما إن يقوم بالتأمل والاسترسال ببساطة وحيوية ، بحيث يتطابق مع ما يريده القائم بالاتصال **K** واللغة نشاط اجتماعي ، يتشكل خطابها من نسيج البيئة التي تعمل فيها أو المحيطة ، ويعد الاتصال الجماهيري محور ذلك النشاط . فهو أحد الوحدات الاجتماعية التي تقوم بنقل الأفكار والمعارف بين المجتمعات . وقد وفر لها التقدم التكنولوجي ذلك النقل **K** كما أفاد في هذا المجال لغة الخطاب ، أن تستخدم مهارات متعددة ومتجددة وأساليب عرض يتناسب فيها الشكل مع المضمون لتحقيق أهداف ووظائف الاتصال الجماهيري . ويأتي هذا البحث ليوضح ذلك الاستخدام **K** تنطلق المنهجية في هذا البحث من المحاور الآتية:

أولا : مشكلة البحث والحاجة إليه

دخلت لغة الخطاب مرحلة جديدة في الصياغة والمعنى ذلك أن وسائل الاتصال أخذت تتسارع تقنياً ،

وظهرت فيها مستجدات تحتاج الوقوف والدراس **K**

فمنذ تسعينات القرن الماضي أوجدت شبكات اتصالية تحمل صفات متقدمة في نقل المعاني . إذ

أخذت تضغط على الحكومات وأجهزتها ، مثلما تضغط على قطاعات المجتمع الأخرى بفاعلية وتأثير .

وتعد القنوات الفضائية والصحافة الإلكترونية واحدة منها . فقد اتسعت جماهيرها وازدادت

المخاوف منها. وانتقل التأثير فيها من المدى الطويل الى مديات متقاربة وبترباط اشد بين المجتمعات. اذ يقف الجمهور أمام محطات اتصالية متعددة ومتنوعة ، دون ان تفرق بين مستوى المعيشة او التفكير او اللغة المستخدمة. وتزامن ذلك مع انتشار أدوات الاتصال النقالة الأخرى K وبالتالي فان انتقال المعاني والمضامين الاتصالية اخذ شكلا "جديدا" كما إن لغة الخطاب أخذت أبعادا" أوسع. ومن ذلك:

- 1- قلة العوامل التي تحد من إيصال معاني اللغة مثل الإتاحة والتشويش .. وغير K
  - 2- إيجاد خبرات معزولة بدلا" عن كونها خبرات مشتركة. ذلك ان حرية الاختيار أمام الأفراد لوسائل متنوعة ، والتنافس بين تلك الوسائل على كسب اكبر عدد منه. فقد ابعث ذلك الأمر الجمهور عن الوسائل المحلية ، او إجماع الرأي على قنوات محدده K
  - 3- التعبير غير اللفظي عن المعاني اللفظية من خلال الصورة والحركة والإيقاع. ودفع ذلك الى اختصار المفردات لكي تلائم السرعة في هذا المجال K
  - 4- فرض آليات الشكل على المعنى. إذ إن طريقة العرض فرضت نفسها واكتسبت أبعادا" جديدة للتعامل مع اللغة ومهاراتها الخطابية K
- إن ذلك التجدد في استخدام اللغة ومهاراتها لم تقابله دراسات تبلور الإيجابيات والسلبيات بصدده. إذ ان هناك واقعا اتصاليا جديدا يجب أن يستوعب دور اللغة بفاعلية وأصبحت المجتمعات النامية (والعربية خصوصا") في مفترق طرق بين الأصالة والتجديد والسيطرة المعلوماتية الخارجية عليها K ويأتي هذا البحث ليساهم بجهد بسيط في هذه المجالات K

ثانيا: هدف البحث:

الوقوف على واقع القنوات الفضائية العربية وكشف استخداماتها للغة ومهاراتها الاتصالية ، ويستدعي ذلك الدراسة النظرية للغة وإشكالياتها والمهارات التي تستخدمها بأساليب محددة للخطاب في مجال الاتصال الجماهيري والمحاور المتصلة به K

ثالثا: منهج البحث:

هذا البحث من البحوث الوصفية التي تستخدم المسح والتحليل، في إبراز الجوانب الإيجابية والسلبية لاستخدام لغة الخطاب ومهاراتها نظريا" من جهة ، والتطبيقات العملية لها من القنوات الفضائية العربية من جهة أخرى K

رابعاً : حدود البحث:

البحث في واقع لغة الخطاب العام للقنوات الفضائية العربية العاملة وبالأخص تلك التي يتم استقبالها في العراق .

خامساً : التعريف بمصطلحات البحث:

- 1- اللغة : نظام من الرموز المرئية أو المسموعة اللفظية وغير اللفظية التي تستخدم في ترميز الرسائل الاتصالية الموجهة إلى الآخرين بقصد استحضار المعاني لديهم (١).
- 2- الخطاب : وهو الناتج المادي للغة بصفة نصوص اتصالية مرتبطة بشكل منطقي تستوقف المتلقي وتجعله يتجاوب معها بالقبول أو الرفض بعد أن يصله المعنى بدلالات الفهم والفاعلية والانسجام (٢).
- 3- مهارة الاتصال : يقابلها الحرفة أو الذكاء، وتعني الارتقاء بالمعاني بإيجابية بأثارة وإيجاز لكي تصل إلى التوازن مع شكل الوسيلة المستخدمة ، وتقديم المعنى بتناسق وإيقاع (٣).

سادساً : الدراسات السابقة:

لم يحصل الباحث على دراسات في هذا المجال تربط الجانب النظري بجانبه العملي . وإنما هناك بحوث نظرية عن اللغة وخطابها الاتصالي . وهناك أيضاً دراسات غير معمقة (أشبه بالمقالات) عن القنوات الفضائية العربية . تم الاستفادة منها كمصادر للبحث.

### العلاقة بين لغة الخطاب والاتصال الجماهيري

1-1 لغة الخطاب بين الوظيفة والهدف (الإشكالية)

اولاً / العلاقة بين اللغة والخطاب:

يعد الخطاب رسالة يتم إنجازها عبر عدة قنوات . إذ تدخل عناصر دالة متباينة ماهية بوجود اللغة ومعانيها . والتي تقود الى الفهم وضبط المعنى المراد إيصاله ، حتى لا يبتعد ذهن الجمهور عن المقصد الحقيقي للنص .

ووظيفة اللغة هنا مراقبة الرسالة الاتصالية ، والحفاظ على تقديمها بأفضل صورة من خلال عملية

خطابية تحتوي مفردات وجملاً مع مواجعه بالصوت والصورة K

ويقصد بالخطاب تلك الوحدات اللغوية التي تتسلسل في جمل مترابطة ومتجانسة (٤) . وهي

وليدة ظروف خاصة تتحكم في صياغتها وتدفع بالجمهور الى ممارسة اللغة ، والتفاعل والحوار معها

قصد التأثير عليه. ويرى أحد الباحثين ان الخطاب يعطي المدلول الحقيقي للغة عن طريق استعمالها بحيث يصعب تصورهما قبل هذا الاستعمال (٥).

ويحدد آخر ان الخطاب هو المجال الذي تكتسب فيه الوحدات اللغوية قيمتها الدلالية الملموسة ، فالمستقبل يلجا الى الجهاز اللغوي ومفرداته من اجل بناء المعرفة التي يريد ايصالها في ظروف مادية معينة (٦) . وبهذا المعنى يصبح الخطاب مسرحا تجد فيه اللغة مجسدة في الاتصال الشخصي والاتصال الجماهيري بنظم ومعاني متعددة يفهمها كل من المصدر والمستقبل على حد سواء.

ثانيا / لغة الخطاب بين الوظيفة والهدف:

تشتمل اللغة رموزا ذات معاني ترتبط مع بعضها البعض لتؤلف دلالات لفظية يتعايش من خلالها البشر. وتشارك في خصائص تجعل منها سائدة داخل المجتمعات او فيما بينها . ومن ذلك **W** 1- ان اللغة تحتوي ذخيرة من المفردات ، يحكم ترتيبها قواعد واحكام ومعاني محددة. اذ يستطيع المرء وفق هذه القواعد ان يكون من المفردات معاني جديدة (٧).

2- ان لبعض المفردات طرقا متعددة في ايصال المعنى ، تجعل من المرء أمام مفردات متعددة. وتستطيع اللغة تقديم دلالات المعنى من خلالها ، حسب البيئة التي يعيش فيها **K** 3- من الممكن ان يدل اكثر من رمز مفرد على معنى واحد محدد **K**

لذلك فان اللغة هي وسيلة للخطاب والسيطرة على الجماهير . اذ تنظم العلاقة الطبيعية بينهم من خلال صناعة الأفكار والمعلومات المتداولة . فضلا عن انها تقدم تميز لمجتمع عن آخر في إعطائه خصوصيته القومية والتاريخية ، وتجانس الفهم بين أبنائه ومع الآخرين .

وبالرغم من الدراسات التي تتناول مصطلح اللغة وقدرتها على الخطاب ، إلا ان هناك إشكالية مستمرة فيها في ظل التغييرات وتبدل الأوضاع السياسية والاجتماعية والإنسانية (٨) . اذ انها تكتسب دلالات جديدة وتتداخل مع اتجاهات وميول متنوعة . وبالتالي تظهر العلاقة فيما بين الوظيفة والهدف بأبعاد متنوعة أيضا **K** ويشيء من التوسع فمن حيث الوظيفة ، فان لغة الخطاب تعبر عن استعراض للمعارف والجولات الفكرية التي يحملها من الأفراد . ولكل نص سر إبداع اللغة فيه ، والخصوصية التي تتشكل في صورة سياق مستقل بحيث يتلقاه المرء ويفهم معانيه دون لبس او غموض (٩).

وبالمقابل فان هناك أحتكام الى الخزين المعرفي السابق لدى ذلك المرء . إذ يجري التفسير والتفاعل مع الرسالة الاتصالية وفق ذلك . ويرى أحد الباحثين ان لغة الخطاب وسيلة لها استقلاليتها في كل نص ، تتبدأ بنقطة وتنتهي بأخرى (١٠).

ويأخذ هذا الاتجاه مديات أوسع من خلال الاتصال الجماهيري . إذ ان النظر إلى حركة

الاتصال ، تظهر من خلال مصادرها اللغوية ومواصفات العادة والتقليد او الحداثة المرافقة لها . ويتحكم في ذلك بعدان:

- 1- الشكل أو الصورة الصياغية (مظهر النص).
  - 2- المضمون (ما وراء النص) المتمثل بالأفكار والعواطف والحالات النفسية.
- أما بالنسبة إلى أهداف لغة الخطاب فإنها تتشكل حسب أهمية المعلومات وحاجة المستقبل لها ، فضلا عن أهمية مصادرها ودرجة تأثيرهم لدى من تتوجه إليهم . ويرى أحد الباحثين ان لغة الخطاب تضغط على المستقبل ومعانيها هي التي تحدث الاثر فيه، اما غاياتها فتبقى مضمرة يسعى الى ارادتها القائم بالاتصال ( ١١ ) . ويرى آخر ان لغة الخطاب تدرك غاياتها عندما يفسر المستقبل الرسالة بالطريقة التي يقصدها المرسل ( ١٢ ) . وحتى تصل لغة الخطاب الى أهدافها فيتوجب عليها:
- 1- مراعاة الرؤى والخلفيات الفكرية والأخلاقية لمن تتوجه اليهم.
  - 2- التجديد المستمر لأسلوب اللغة حسب التغييرات العصرية.
  - 3- توظيف العبارات بالشكل الذي يضمن التركيبة الأساسية للمستهدفين.
  - 4- بناء الثقة والطرح البناء مع المستقبل باستمرار وتأخذ أهداف لغة الخطاب في مجال الاتصال

الجماهيري خطين

1- الغاية الإيجابية

2- الغاية السلبية

فبالنسبة إلى الأولى فان توظيف اللغة يتوجه إلى تنمية الذوق العام ، وإيصال المعارف والأخبار ، وتقوية المعايير الاجتماعية ، وخلق حالة من التواصل بين أطراف العملية السياسية والاجتماعية ، فضلا عن الإمتاع والتسلية ... وغيرها ( ١٣ ) . أما في جانبها السلبي فإنها توظف اللغة بطريقة تهدف إلى إعاقة التغيير والطور الاجتماعي ، تمرير المعلومات المغلوطة بهدف إثارة الخلافات ، تكميم أفواه الرأي الأخرى ، زرع الإحباط والإلهاء في المجتمع وإدخال الثقافة الغربية وسلوكياتها على أفراد المجتمع ... وغيرها.

1 - 2 لغة الخطاب أداة من أدوات الاتصال الجماهيري

تعد وسائل الاتصال الجماهيري ناقلة ومجسدة للمعاني اعتمادا على أشكال لغوية لفظية وغير لفظية بقصد إيصالها إلى جمهور متنوع والتأثير عليه . ولذلك فان الربط بين لغة الخطاب وبين الاتصال الجماهيري يظهر من انهما يتكاملان مع بعضهما البعض لتكوين سلوك اجتماعي لا يمكن لاحدهما ان يحققه بمعزل عن الآخر ( ١٤ ) .

ويمكن القول إن الحاجة إلى المعرفة هي الحاجة إلى الفهم . إذ يدفع هذا الأمر الأفراد إلى

التنظيم البنائي للموقف كي يزيد من فهمه وتخف عنده حالة التوتر التي قد تنشأ قبل ذلك . وتسعى وسائل الاتصال الجماهيري إلى إدراك هذه الغاية عند الأفراد، وتقديم المعلومات المترابطة ذات المعاني المتناسقة حتى تحقق الإشباع لديهم

وتدخل اللغة كواحدة من مستلزمات ذلك التقديم . إذ يرى أحد الباحثين ان اللغة : هي وسيلة الاتصال التي بدونها لا تتحقق عملية الاتصال الجماهيري بمعناها المعروف (١٥) . إذ إنها نسق من الإشارات والرموز التي تهدف إلى نقل المعنى بدلالات متنوعة . ويظهر اهتمام وسائل الاتصال هنا بالبناء الغوي للمعلومات المقدمة والطريقة التي تستخدم الكلمات ومعانيها في سياق النص

وذلك يحتاج إلى لغة شاملة تكون حلقة أساسية للفهم بين طرفي الاتصال . لذا يرى أحد الباحثين ، إن لغة الخطاب هي إحدى أدوات توصيل الأفكار أو التعبير عن مضامينها بين أبناء المجتمع الواحد أو مع المجتمعات الأخرى (١٦) .

وبالتالي تقع على وسائل الاتصال التزامات حيال اللغة . ويرى أحد الباحثين إن لغة الخطاب الاتصالي تصل إلى تأثيراتها من خلال (١٧) .

- 1- معرفة الثوابت من الكلمات والمترادفات وكيفية الاختزال الفكري لها .
- 2- معرفة المتغيرات : أبعاد المفردات التي انتهى تداولها والسعي إلى عصرنة اللغة
- 3- حساب الاحتمالات : الحد من الوقوع في خطأ استخدام المفردات التي لها غايات أخرى لدى

#### الوسائل المنافسة

وهنا يستلزم أن تستعين وسائل الاتصال بلغة ترتقي فوق مستوى لغة الحياة العادية ، دون اللغة المستخدمة في الآداب والعلوم ، وذلك لاحتواء المستويات المتباينة في المجتمع . وفي المجتمعات العربية فإن وسائل الاتصال يتوجب عليها :

- 1- البحث عن التجديد في المفردات ومعانيها .
- 2- صقل المعلومات بلاغياً بحالة التأثير والفاعلية ، لجعلها أكثر قدرة على الاستهوا
- 3- إبراز السمات الخاصة والشمولية للغة بحيث تخاطب الجميع بذات المعنى والوضوح
- 4- الربط المنطقي لاستخدامات اللغة بالنسبة إلى ظروف الزمان والمكان وتتابع المعلومات بدقة وسرعة وترابط منطقي (١٨) .

#### 2-1 علاقة اللغة بنموذج الاتصال

إن عملية الاتصال بمجملها تتم عن طريق اللغة . وتدخل هنا صورتان هي : وجود بالقوة ووجود بالفعل لتمام المعنى وإيصاله إلى الجمهور (١٩) . لذا فإن اللغة ترتبط بنموذج الاتصال وبسماته

وظائفه ارتباطاً وثيقاً. وبما إن العملية هنا لها سيرورتها الدائرية، فإن سريان لغة الخطاب في عملية الاتصال يتم من خلال المحاور الآتية:

1- المرسل : والذي يتولى تحويل المعاني إلى شكل لغوي وفق مفردات يفهمها الجمهور . ولا يعمل المرسل بمعزل عن التأثيرات الأخرى. إذ تتجاذبه في أداءه جهات عدة أهمها: سياسة المؤسسة الاتصالية، مراعاة الضوابط النفسية والاجتماعية والحرفة والمهنية، إضافة الى الضغوط النفسية التي يحياها الجمهور . ويجب أن تتوفر في المرسل : الثقافة الذاتية، إدراك معاني الجمهور ، المعرفة بقواعد اللغة وبلاغتها، الاهتمام بالاعتبارات الفكرية للجمهور وعدم الماس المباشر لها (٢٠)، التعامل الهادئ مع المعلومة، مع القوة في التعبير، البحث عن الجمال الفني في صياغة الألفاظ .. وغيرها وذلك بمجمله يوفر للغة الخطاب إيصال المعنى وبناء تأثيراته اللاحقة

2- الرسالة : هي البناء الذي يتشكل من اللغة اللفظية وغير اللفظية لاتمام المعنى المراد إيصاله إلى الجمهور . ويشترط أن تكون من التأثير بما يجذب الانتباه ويزيد من المشاركة الفاعلة والارتقاء بالفكر إلى مستويات متقدمة

ويتوجب لذلك : التنوع في المفردات وعدم التكرار الممل، الاستعارات اللفظية، التعبيرات المجازية، الابتعاد عن لتعقيد وكذلك مخاطبة المجال النفسي للجمهور، التبسيط في استخدام العبارات (٢١)، تقديم المعلومة بجمالية وامتاع فني، اعتماد خصائص الوسيلة الاتصالية في بناء المعلومات .. وغير ذلك

3- الوسيلة : هي الأدوات المادية التي تنقل محتوى معرفي عبر أحد الوسائل الاتصالية . وقد فرضت قدراتها على اللغة في بناء المضامين حسب نوعها. لذا تصح المقولة الصحفية ان الرسالة هي الوسيلة . إذ لا يمكن لاية مؤسسة اتصالية أن تقدم المعلومة دون الوقوف عند اداة التوصيل (صحفية أم إذاعية ام تلفازية)، واختيار المفردات اللغوية وتركيباتها على هذا الأساس.

4- المستقبل : ان نجاح عملية الاتصال يرتبط بمعرفة نوعية الجمهور واللغة التي يجب ان يتعامل بها معه . وبعد جمهور الوسيلة الاتصالية متنوع التركيبية الاجتماعية والفكرية والجغرافية، مع كبر حجمه وتغيره المستمر وخضوعه لظروف إنسانية وبيئية مختلفة لذا فان لغة الخطاب حتى تستقيم علاقتها هنا تستوجب :- تحديد الجمهور، الوقوف عند خصائص المفردات ومعانيها المألوفة لديه، خلق حالة من التواصل معه (رجع الصدى). فضلا عن مراعاة الخصائص الشخصية التي يحملها (العمر، الدخل، الوضع الاجتماعي، الانتماء الديني والفكري) وكذلك الخصائص السيكولوجية (النكاه، السلوك، الثقة بالنفس، العوامل المؤثرة في حياته ... وغيرها) (٢٢). فضلاً عن عدم التناقض مع رأيه، ترك فرصة الاختيار الانتقائي مفتوحة أمامه ... وغير ذلك للوصول الى التأثيرات المطلوبة.

## 2- مهارات الاتصال الجماهيري من خلال لغة الخطاب

ان المهارة هي الوظيفة او الإنجاز الذي يؤديه متغير اجتماعي وسط تفاعلات إنسانية متعددة باستخدام أدوات محددة تساعد في تحقيق أغراضه (٢٣). وتبرز أهمية مهارات الاتصال الجماهيري بأنه لا يمكن تصور وجود مجتمع متحضر بدونها . اذ تسعى الى ترسيخ هويته التاريخية والقومية ، و ابراز العملية السياسية والإنسانية فيه ، والمساعدة في التنقيف والتفعيل والمشاركة الاجتماعية داخله ويظهر استخدام وسائل الاتصال للغة في ابراز مهاراتها من خلال المباحث التالية:

### 2-1 أساليب لغة الخطاب الجماهيري

تظهر العلاقة بين اللغة والأسلوب، في ان وان الأخير هو طريقة التعبير عن الفكر من خلال اللغة ، الى جانب دلالاته على الطريقة الخاصة بتقديمها . ويرى احد الباحثين : ان الأسلوب هو الاختيار الجيد للغة (٢٤). ويرى اخر ان اللغة هي ثوب الفكرة والأسلوب فصالتها الخاص (٢٥). ويدرس الأسلوب للغة ضمن نظام الخطاب من خلال التعرف على ماهية النص وكيفية بناؤه . وبذلك فانه يدير لغة الخطاب في مجال الفنون الاتصالية المختلفة . إذ يدخل في أدارته تحليل الأوضاع المختلفة للنفس البشرية (الفكرية والعاطفية)، وتعقب آثار الحالات النفسية في التعبير اللغوي (٢٦).

ولا تظهر أساليب لغة الخطاب ظاهرة للعيان في مجال الاتصال الجماهيري، وانما تتسلسل في النص والبنى الداخلية فيه . واهم هذه الاساليب ما يأتي:

1- الموضوعية :- أي إظهار الاهتمام من خلال الجدية في الطرح والدقة في التعبير والوضوح في

المعنى المقدم ، والتحقق من مصادر المعلومات K

2- الإيجاز :- أي اعتماد المفردات والجمل المختصرة والتي تقدم معنى واسع . ذلك ان وقت الجمهور

لا يتناسب مع الحشد والتطوير . ويتطلب ذلك المعرفة بدلالات الألفاظ واستخدامها بشفافية وابعاد المعقد منها K

3- التكامل :- المطابقة مع فكر الجمهور من خلال اختيار العبارات التي لها دلالات مشابهة للتي

يتداولها أو يفهمها (٢٧) . ذلك ان صعوبة الفهم والتفسير تقود الى النفور عن الوسيلة والبحث عن أخرى.

ويدخل في ذلك مراعاة الخلفية الفكرية والأوضاع الإنسانية لذلك الجمهور K

4- التجديد :- ان وسائل الاتصال بما يفرزه لها التقدم التكنولوجي ، تحاول الارتقاء بشكل ومضمون

المجتمع . وذلك يتطلب استخدام مفردات ورموز متجددة تتناغم مع ذلك النقل وتلائم روح العصر دون المساس بأصالة اللغة وبلاغتها .

5- الفاعلية :- أي القدرة على إيصال المعنى بأبعاد ودلالات لها وقع الانتباه لدى الجمهور

(٢٨) . ويدخل هنا نوع الوسيلة المستخدمة ، وطرق العرض المبتكر فيها ، مساعدة العناصر غير

- اللفظية في صور وإيقاعات ورسوم ومؤثرات صوتية في إيضاح المعنى المقدم ... وغير ذلك .
- 6- التوزيع والالتزام :- أن الحركة اللحظية لوسائل الاتصال تتطلب الارتقاء بمستوى الإبهار والتسويق والارتقاء بمستوى الفهم لدى الجمهور (٢٩). ويتوجب ذلك الابتعاد عن العبارات الجاهزة أو التجريد الغامض، والألفاظ المبهمة أو الدارجة ( العامية ) . فضلاً عن الابتعاد عن الكلمات المبتذلة والحادة، التي تسيء إلى الجمهور وتجعله ينفرد عن الوسيلة الاتصالية.
- 7- التدرج والمناشدة :- استثارة الرغبات ( العقلية ، العاطفية ، الحركية ) وخلق روح التأمل لدى الجمهور ، مع عدم الاصطدام المباشر بالجمهور . ومحاولة إخفاء المقاصد ما وراء السطور واعطاء المعنى، القيم الدلالية المطلوبة. على ان تكون الغايات نبيلة وذات قصد مشروع . وبالتالي تشترك هذه الاساليب او بعضها في إيصال لغة اتصالية متطورة سليمة المعاني واضحة الاهداف حسب غرض القائم بالاتصال

## 2 - 2 المهارات الاتصالية للغة الخطاب

- تعتمد وسائل الاتصال الجماهيري مهارات متنوعة في تبني لغة الخطاب، وإيصال المعاني. وقد تتداخل مع أساليب لغة الخطاب، إلا إن الفرق بينهما إن المهارة تتعامل مع روح اللغة وبناءها الداخلي. أما الأسلوب فيتعامل مع طريقة عرض المعلومة من خلال استخدامات اللغة ودلالاتها .
- وفي جانب المهارة الاتصالية فإن اللغة قدرة على المطاوعة التشكيل والتمثيل بأوجه متعددة (٣٠). ويظهر ذلك سلبياً في اللغات ذات الأطر الضيقة أو المحددة . أما اللغات الشاملة (مثل اللغة العربية) فإن الأطر الدلالية التي تحملها والمعاني المتعددة لكل مفردة يجعل منها
- 1- وسيلة اقتصادية للتعبير عن معاني متعددة بكلمات أقل
  - 2- ملائمة معاني مفرداتها لمختلف المضامين الاتصالية
  - 3- التعبير عن مقاصد المرسل دون إظهارها من خلال البعد البلاغي والصياغي للغة
  - 4- استعمال الحركات (٣١). أي ان المفردة تقدم أكثر من معنى عند تغيير الحركات فيها
  - 5- لغة المعاصرة أي امتلاكها القدرة على التحديث وإدخال معاني ورموز جديدة لاحتواء كافة الظروف والمتغيرات

ويمكن إبراد مهارات لغة الخطاب في وسائل الاتصال الجماهيري بالآتي:

- أ- المهارة الجمالية او الإيحائية :- إذ تستطيع لغة الخطاب إثارة الجانب النفسي لدى الجمهور من خلال وسائل الاتصال . وذلك من خلال تنمية الأنواق والتشويق والدعوة الى التأمل المفتوح واستثارة الرغبات ومغازلة العواطف والأحلام، وتفعيل الروح الابتكارية لديه (٣٢).
- فمن مميزات لغة الخطاب إنها تقبل اسقاطات كل فرد على حدة وفقاً لرغباته ، من خلال

محاورة اللاوعي لديه بمشاعر وسياقات تختلف في طبيعتها من فرد لأخر . ودور اللغة هنا تغير البنية الإدراكية للجمهور وزيادة فناعته من خلال تنظيم المفردات وتقديمها بشفافية . مستعينة بأمر أهمها :- تفاعل الأدب مع التكنولوجيا لتكوين الثقافة الاتصالية الجديدة ، الاستعانة بالخبراء ، استخدام أساليب اللغة ، وحرقة البعد البلاغي في هذا المجال

ب- المهارة التوجيهية :- إذ تسعى لغة الخطاب ان تكون مصاغة في نسيج لغوي ناجح غير متنافر ، من خلال تجانس الألفاظ ووحدها في النص الواحد أو بالمقارنة مع النصوص السابقة (٣٣).

وتدفع لغة الخطاب نقاط التأثير لدى الجمهور أن تتناغم مع ما يريد المرسل . وتحتاج في ذلك إلى التجديد والثقة ، وتقديم نموذج للتصرف السلوكي المطلوب في المجتمع . فضلاً عن الانسجام بين حركة لكلمة وإيقاع المؤثرات المرافقة له ، وكذلك مراعاة التوقيتات الزمنية ، وتكنيك عرض المضمون بما يؤدي الى الإقناع بالاختيار ، لا بالإكراه المجبر وبأسلوب حضاري متقدم .

ج- المهارة التجسدية : يقع ضمن جهد لغة الخطاب في مجال الاتصال ، القدرة على التشكيل والمطواعة ، وتمثيل الأشياء بأبعادها ومضامينها ، حتى في غياب الصور أو المؤثرات المختلفة .

ويساعد في ذلك :- الأداء الاتصالي الجيد ، المستوى المهني العام للمرسل ، والثقافة التي يحملها ، اتحاد صياغة اللغة للمعنى مع التكنيك في الأسلوب ، درجة ثقافة ووعي الجمهور . (٣٤) . فضلاً عن القدرة في التعامل مع التكنولوجيا الاتصالية .. وغيرها .

لغرض التعرف على حاجة المجتمع وشكل البيئة فيه (٣٥) ، إشراك الجمهور من خلال الاتصال معهم ، محاكاة الواقع من خلال سرعة الحركة والإيقاعات المصاحبة له

د- المهارة الدلالية : تستطيع لغة الخطاب إيصال الحقائق والمعارف إلى الجمهور بصورة مباشرة أو غير مباشرة . ويوفر التشبيه والأعجاز والصور المستعارة والمدلولات المساندة والاختصارات ، سهولة ذلك التقدي

ويرى أحد الباحثين إن الدلالة هنا تجاوزت بتعبيرات المجاز حدود الصور المحسوسة الى حدود المعاني المجزئة (٣٦) . وبالتالي أعطت للتفكير والتأمل الفرصة لإدراك المعنى المقصود .

ويستلزم ذلك صحة استعمال الكلمات التي تربط المعنى ببعضه البعض ، الإيقاع والموازنة بين الشكل والمضمون ، القابلية على التنبؤ من خلال تفضيل تراكيب لغوية على أخرى (٣٧) ، أحكام وحدة النص المقدم وعناصره اللغوية ، المعرفة بالجمهور وخصائصه ، مع الابتعاد عن الضغط عليه بما يقلل من استيعابه للمضامين المقدمة إليه .

هناك عوامل تقف في طريق لغة الخطاب، وتحد من عملها في بناء حلقات إيصال المعرفة إلى الجمهور. ويظهر ذلك بصور متباينة. إذ إن الجمهور يتباينون في فهم معاني الرسالة الاتصالية، رغم تحدثها بلغة يعرفها الجميع. كما إن لوسائل الاتصال أدائها الواسع والمنتشعب. لذا قد يحصل التفسير المتناقض للنصوص المقدمة. وذلك يقف عائقاً أمام لغة الخطاب في أداء دورها داخل العملية الاتصالية بمجملها **K** ومن هذه المعوقات:

- 1- عدم الاستعداد: أي العمل في الفراغ وابتعاد اللغة عن نسق وحاجات وفهم المتلقي. وبالتالي إغفال العوامل الاجتماعية والثقافية التي ينتمي إليها الفرد وعدم ربطها بسياق التخاطب الاتصالي (٣٨).
  - 2- الانتقائية: التوجه إلى جمهور محدد، وترك الآخر ورأيه دون الوصول إليه أو إهماله. وذلك يؤدي إلى فرض لغة التطرف واستخدامها بتفسيرات لها أبعاد عنصرية أو مذهبية تحاكي مصالحي جماعة محددة **K**
  - 3- المغالطة: إخفاء الحقائق من خلال إظهار جزء منها أو إخفاء عائدة الوسيلة الاتصالية أو مصدر المعلومات. فضلاً عن عدم الشعور بالمسؤولية الاجتماعية واستخدام العبارات المبهمة لتحقيق مقصد ما (٣٩).
  - 4- التشويش: عدم الوضوح أو تطابق المعنى المقدم. ويدخل في ذلك الخطأ في اختيار الوسيلة المناسبة للنص. الضعف في استخدام الكلمات ومعانيها، استعمال اللغة الدارجة بإسهاب (٤٠)، (صعوبة الحصول على (رجع الصدى) من طرف الجمهور بما يسمح للمرسل بالتعديل أو الاستمرار.
  - 5- التقليد والإحباط: استخدام النماذج الجاهزة والوقوف بعيداً عن مواكبة اللغة لروح العصر والمستجدات على الساحة الاتصالية، من معاني ومفردات. وذلك يفقد وسائل الاتصال خصوصيتها ويجعلها تعيش في معزل عن الأحداث والأزمات وتبعات المتغيرات الإنسانية **K**
- فضلاً عن ذلك فإن هناك استخداماً للغة بما يعزز مضامين النكوص والجانب السلبي بعيداً عن بناء الثقة والتفاوض بالمستقبل (٤١). إذ تظهر الضبابية على هذه الوسائل بما يشعر الجمهور بتوقف الحركة الاجتماعية والنمو الاقتصادي.

3- صناعة المعلومة في القنوات الفضائية العربية بين المهارة واستخدام لغة الخطاب  
تعد صناعة المعلومة من المهام الشاقة والأساسية لوسائل الاتصال الجماهيري. إذ تستند عليها الخصوصية الاتصالية لكل منها. وذلك من خلال تبني اعتبارات وسياقات، توضح طبيعة الأداء الانتمائي لها، فضلاً عن إبراز حجم دورها بين الوسائل الأخرى **K**

ولما كانت القنوات الفضائية إحدى وسائل الاتصال، ولها امتدادات أوسع من المحلية والإقليمية. لذا فإن صناعة المعلومة فيها تنطلق من وجوب عدة آليات هي:

- 1- إنها تعمل وسط كم هائل من وسائل الاتصال، ما يصعب حصرها من قبل الجمهور وذلك

وفر:

- معلومات متنوعة ومتسارعة بكلفة اقل وبدرجة إتاحة عالية .
  - بروز ظاهرة التخصص البرامجي والعمل على مدار الساعة
  - 2- ان الجمهور أمام مشكلة في الاختيار (٤٢). اذ ان القنوات وفرت له الانفتاح على ثقافات ونماذج اتصالية متعددة
  - 3- مراعاة التوقيت الزماني والمكاني لمن تتوجه إليهم ، من خلال التكرار واستخدام لغة للخطاب تلائم الجميع . فضلا عن احترام دور الجمهور الاجتماعي ودعم قيمه الذاتية ، بما يدفع الرغبة لديه في المشاركة الفعالة مع الوسيلة الاتصالية (٤٣).
  - 4- هناك تحرر من القيود التنظيمية التي تفرض على الوسائل المحلية . لذا تعد الثقافة هنا كسلعة لا خدمة والجمهور مستهلك لا مشارك (٤٤) لذا يستوجب الدقة والجودة والإبهار في الشكل مع عدم التذبذب في المضمون ، حتى لا تتضارب الآراء والاتجاهات
  - 5- هناك تهديد للخصوصية الثقافية في البلدان النامية من قبل بعض الفضائيات . لذا يتوجب ابراز مثل هذه التهديدات، وبيان شرعية المواقف المتخذة.
- وعند عكس هذه المفردات على واقع القنوات الفضائية العربية ، فإنه يفرز مفاصل وسياقات متعددة.

### 3 - 1 القنوات الفضائية العربية بين الواقع والطموح

دخلت وسائل الاتصال العربية مرحلة جديدة بعد تسعينات القرن الماضي. فقد انتقلت إلى ثورة جديدة من خلال البث الفضائي واشتراكها في خدمات الأجهزة الرقمية والمعلوماتية والانترنت (٤٥) . اذ أدركت بعد حرب الخليج الأولى ، ان التطور الحضاري في مجتمعاتها يرتبط ارتباطا وثيقا بتطور الوسط الاتصالي الذي يتسع يوما بعد آخر .

وقد تزامنت القنوات العربية بسرعة وكثافة وتنوع . وأصبحت لها كوادر هندسية وملاكات فنية متخصصة ، وقد وفر لها القطاع الخاص (وأحيانا الحكومي) الدعم المادي والاستقلالية البرامجية . وكانت النتيجة ان يكون هناك مؤسستين (٤٦) : المحلية الرسمية الحكومية التي تعكس بناء النظام السياسي ، والخارجية غير الرسمية المتفقة على حدود لايمكن تخطيها .

ومع حداثة هذه القنوات تبقى الوظيفة الحقيقية مفقودة لديها . اذ إنها تكاد تكون مستنسخة لما يصدر من فضائيات عالمية لها شهرتها . كذلك فقد انها التعامل الحضاري مع المواطن العربي رغم انها تقتصر على متابعته لوحده ، فضلا" عن اتجاهها الى العواطف والمشاعر قبل مخاطبة العقل في مضامينها الاتصالية.

ان الانتقال من دائرة القطرية الى الإقليمية والعالمية ، يستوجب التخطيط وتغيير السياسات الاتصالية المحلية ، وكذلك استبدال لغة الخطاب وطريقة التفكير لدى العاملين فيها . فضلا عن بناء ومراعاة الاعتبارات الثقافية للمتلقي الجديد ومستواه الثقافي ودرجة اتصاله بالآخرين (٤٧).

وقد انعكس ذلك سلبا على الرسالة الاتصالية المنقولة ، إذ اصبح بإمكان الجمهور العربي متابعة عشرات القنوات من مشارب واتجاهات متعددة. واخذ بالتالي يفرض ذوقه على تلك الوسائل ويختار منها ما يريد ، بعد ان كان مفروضا عليه متابعة رسالة اتصالية محلية موحدة.

ان العرب يقفون اليوم أمام مجموعة شاملة من البرامج، وهي تساهم في اشباع الرؤى الفكرية لديهم الا إنها تدفع بالمقابل الى تشويه الواقع المعاصر وتغذية العقول بواقع جديد (٤٨). ويعود السبب في ذلك الى جهل الجمهور بعائديه تلك القنوات وأغراضها ، كما انها تقدم المعلومة ومعها الرأي الصائب (من وجهة نظرها) دون ترك المجال للجمهور في الحكم عليه **K**

تلك الشراكة في تقديم الرأي أبعدت الوسيلة عن أخلاقيات المهنة وشروطها (٤٩) وبذلك دخلت روح التجاوز والمواجهات أصدامية في الحوارات التي تجريها حول موضوعات حساسة . وكذلك حالة الإسفاف والابتذال للعديد من البرامج المقدمة على حساب الجادة والتنمية . فضلا عن تقديم التعليقات الخاصة بها باللهاجات العامية إضافة إلى الفصحى **K**

وقد خلف مجمل ذلك ضعف حالة انتماء القنوات الفضائية القومي والفكري . كما أوجدت قصورا واضحا في الوقوف على تأثيرات هذه الوسائل، على العقل والتفكير وأساليب الرأي العام لدى الجمهور العربي (٥٠) ، ومدى إيجابياته او سلبياته . حتى تتمكن من بناء رسالة اتصالية وفق هذه النتائج.

ولدى متابعة الباحث للقنوات الفضائية العربية بشكل عام ، وجد ان واقعها ينطلق (إضافة الى ما تم ذكره) من آتاي:

#### 1- تغيير أنماط السلوك :

ان القنوات الفضائية العربية توفر مساحة كبيرة من المعلومات والانفتاح على نماذج ثقافية متعددة وذلك اسهم في تغيير الواقع الاجتماعي ، وطريقة التفكير والسلوك فيه . فقد اتسع السلوك الاستهلاكي والكمالي ، وانتقل نسق القيم ، والفكر المتأمل او المعمق ، الى السلبي البليد .

ان الساحة الاتصالية العربية دخلت في ازواجية معقدة . ذلك ان وسائل الاتصال الحكومية لازالت تعمل إضافة الى القنوات الفضائية (٥١) . ويظهر الاختلاف بينها واضحا ، بما يؤدي الى زعزعة الوضع النفسي والثقافي لدى جمهورها المحلي والخارجي . وهنا تفقد المشاركة وروح الانتماء الوطني صيغتها بعد انشغال الجمهور عنها ، من خلال مراقبة الصراع بين الطرفين.

1- نقل أنصاف الحقائق : ان القنوات العربية مرتبطة بمصادر المعلومات الرئيسية في العالم

الغربي . ورغم أن لها إمكانيات في الحصول على المعلومات إلا إنها تصل متأخرة أو ناقصة . وقد دفع ذلك إلى إعداد الصفة التحريرية للأخبار والمعلومات بناء على قواعد خارجية (٥٢) .

وبالتالي فقدان الجزء الأساسي منها . ويدخل في ذلك عدم التحقيق من المسبب الحقيقي الحدث ، عدم إلقاء اللوم على الحكومات ، استعمال ورقة التطرف العرقي او العقائدي ، تبني سياسات خارجية وفرض التطبيق معها . وذلك يدفع بتأثيراته الى انشغال الجمهور بواقع آخر .

2- أمية الثقافة والإبداع : ازدادت نسبة الأمية الثقافية العربية في السنوات الأخيرة (٥٣) . ذلك ان القنوات الفضائية استحوذت على الساحة الاتصالية وقد دفعت الى سلبية الجمهور مع الجمود العقلي بعيدا عن المشاركة والنشاط الذهني

وقد عزز ذلك اتجاهين

- الرقابة الحكومية على المطبوع (كتب ، صحف) داخل الدولة العربية والابتعاد عن دعمها ماديا .

- الوقت المفتوح للفضائيات لتقديم برامج مبتذلة ، ضيقة الأفق لا تحاكي الشارع العربي بصدق ،

وتحاول لفت أنظاره باتجاه مغاير

3- النمذجة : تنقل القنوات الفضائية العربية سلوكيات وأساليب الحياة الغربية او التي لا تتناسب مع قيم وحاجات المجتمع المحلي (٥٤) . ويدخل في ذلك إعداد البرامج المستسخة من هناك . بما فيها طرق العرض والتقديم . وانعكس ذلك على الأفلام والمسلسلات والاعاني والبرامج الثقافية والترفيهية المنتجة عربيا . وهنا تدخل المصطلحات في العالم الغربي ، لتجد في القنوات الفضائية خير من يتبناها . ومن ذلك النظام العالمي الجديد ، العولمة ، محاربة الإرهاب ، التطبيع ، الملفات النووية ، التجارة الحرة .. وغيرها . ويتم تصوير ذلك بان الخلاص للمجتمعات العربية يتوجب ان تنطلق من تبني هذه الأفكار ومدلولاتها .

4- إشكالية الوعي : هناك تناقض صارخ بين الواقع السياسي والاجتماعي وبين ما يقدم في القنوات الفضائية للدول العربية (٥٥) . ذلك ان المجتمع المحلي يعيش حياة قاسية غير متكافئة مع روح العصر . تحكمها روتينية الحياة المرتبطة بالقوانين والتشريعات ، اختلاف في الموازين الدينية والدينية ، البيئة غير الصحية بضعف الخدمات العامة ، معاناة المتقرب العربي من قيود وسطوة السلطات (٥٦) . اضافة الى الانسلاخ من المراكز القيمة والإنجازات التاريخية والمنظومة الفكرية، نتيجة التأثير بتعدد الثقافات الخارجية .

لذا أضحت فكرة الهروب من هذا الواقع الى عالم جديد مليء بالتفوق والتعظيم . ذلك ان القنوات الفضائية تقوم بتربية المتلقي على مشاهد مفتوحة المنافذ تدرج فيها السرعة والحركة والإثارة والإقناع من دون رقيب . وقد ابعد هذا الأمر الجمهور عن الفكرة السياسية والحوار معها . كما أبعدته عن الترابط الفكري والانسجام الثقافي . رغم الحسنات التي وفرت له رؤية العالم الخارجي من داخل المنازل دون قيود .

### 3 - 2 لغة الخطاب في القنوات الفضائية العربية

- إشكالية المهارة:

تشكو القنوات الفضائية العربية من القصور الاتصالي وشيوع الخطاب غير الملتزم بالواقع وحقائقه من جهة ، وبالقيم الإنسانية التي تسعى إليها المجتمعات العربية من جهة أخرى . ويظهر ذلك واضحا" بوجود جهد واسع واستنزاف مادي ، دون الاهتمام بتطوير لغة الحياة الواقعية للمواطن العربي (٥٧) . إذ إن لغة الخطاب لازالت تفتقر إلى الحداثة والمعاصرة في الوظيفة والهدف . كما تفتقر الى الترابط الذي يحقق مقولة ان الشكل هو بناء يضم مضامين متعددة . وقد أكد ذلك مبكرا" أحد الباحثين بالقول ((علينا ان ننقل الى لغتنا كل التطورات التي تحصل في العلم والأدب لكي نحصل على المعاصرة (٥٨) .

إن هناك حملات اتصالية لتشويه الفكر وإغلاق منافذ الرؤى لدى الجمهور العربي (٥٩) . إذ يتعرض إلى آلة اتصالية تتحدث معه بلغة تكتيكية تحمل من المعاني الأسلوبية مايرى ظاهرها جيدا" ، إلا إنها تخفي أبعادا" خطيرة . فهي أدوات ذكية لها وزنها الفكري والسياسي ، الذي يتوخى الحيادية والشفافية في الطروحات الاتصالية (٦٠) وبالمقابل فهو يبحث عن المضامين وحقائقها ليعيدها في بناء جديد ويقدمها في نسج متكامل أمام هذا الجمهور لتحقيق غايات يقصدها

وعند متابعة الباحث للعدد الأكبر منها وجد ان اللغة المستخدمة تفتقر إلى التكتيك والدرابة والأسس المنهجية الصحيحة وصعوبة تقديم الحقيقة بالشكل المطلوب . وبذلك لم تصل هذه القنوات إلى المستوى المطلوب لمواجهة حملات التشويه الموجهة الى مجتمعاتنا ، بل على العكس زادت من وتيرتها وساعدت على إيصالها .

ولا يأتي ذلك من فراغ إنما يعود للأسباب التالية:

1- منطلق الوصاية في مؤسسات الاتصال العربية (المسايرة) : إذ لازالت تفتقر إلى تشريعات مهنية تحمل معايير متجددة تحاكي روح العصر ، ذلك ان العمل الاتصالي بقي يحمل صفات الوصاية والإرشاد الرسمية بافتراض إن الجماهير تعاني الجهل ، وهذه اللغة هي امتداد للسياسات الحكومية التي لا تقبل المناقشة أو طرح الرأي الآخر . وبالتالي فإنها تسعى إلى بناء منظومة لغوية تحاكي المتنفذين مع إظهار الحادية في الطرح . وبتحليل ذلك تجدها تصب في الأيدولوجيات القائمة واصحاب راس المال

وقد اصبح معنى الحضارة المقدم من قبل هذه القنوات مجموعة من المعطيات المتكاملة في مجتمع ما وفق مناهج وسياقات محددة (٦١) . وبالتالي تحددت لغة الخطاب بها ولامجال لتجاوز تلك المعطيات ، إلا بمباركة الجانب الرسمي لها

2- الأحادية في اللغة الاتصالية : إذ يأخذ شكل الحوار المنفرد في سيناريو معد لجمهور سلبي .

يستمر في تلقي الحقائق المطلقة الجاهزة دون مراجعة. ويعد الجمهور في نظر هذه القنوات مستهلكا " لا مبدعا" ، متلقيا " لا فاعلا". لذا توجه إليه لغة الكسول الذي تزعجه الأسئلة ، وتقدم له فتاوى جاهزة لكل ما يتعرض إليه من قضايا وأحداث. وبالتالي فقد ثقة الجمهور بها وبحثه في عدة قنوات للحصول على معلومة واحدة.

3- قصور اللغة الاتصالية : ان عدم الأمانة في شفافية العرض ، أو التغطية المتوازنة للأحداث تعد أحد أهم ظواهر اللغة في القنوات العربية والعالمية (٦٢). وذلك من خلال دس الأفكار الأيديولوجية التي يؤمن بها النخبة ، والانتقال إلى النفعية الاقتصادية دون شروط أخلاقية. وكذلك انتقاء الأحداث بدلا " من عرض الوقائع وترك الجمهور يستقرئ الواقع. وذلك ابعد الجمهور عن المشاركة معها بالشكل المطلوب.

فضلا" عن بناء منظومة من الأفكار بلغة دعائية محجفة لتدمير واقع جديد وإدخال مفاهيم غريبة على المجتمع العربي، بعد ان كانت تعد جريمة في تلك الوسائل.

4- الترويج : اذ إن لغة لخطاب في هذه القنوات تحمل مصطلحات وأفكار تروج لانتشارها في العالم العربي ، ذلك ان رهانات العولمة فرضت على هذه القنوات تعميم الثقافة الغربية ونشر العادات والسلوكيات والآثار الفكرية والأساليب الفنية والأدبية الخاصة بها. وذلك افقد الجمهور القابلية على التنبؤ واستكشاف المعنى من خلال الخصوصية التي يحيهاها

5- وقد ساعد في ذلك منطق القوة الأحادية الذي فرض لغة خطاب جديدة من صفاتها : ان المسلمين يهددون الثقافة المتطورة، ان الشكل النمطي للإسلام لا يتعدى فكرة الإرهاب ويتبناها بكل ثقله ، انزال العرب وانشغالهم بمحاولة الربط بين الأيمان والمذهبية (٦٣)، استمرار الصراع بين الأنظمة الحاكمة وجمهورها ، وجوب التعايش الطبيعي مع كيان بصفة دولة (إسرائيل) ، وان استخدام السلاح من قبل الغرب يجب ان يواجه بالسكوت والاعت بصفات العنف والإرهاب .. وغير ذلك .

5- المحاكاة : تستخدم القنوات الفضائية العربية لغة التقديم بطريقة متشابهة مع غيرها من القنوات . لذا لا تحمل أي منها خصوصية الخطاب المنظم . فهي تستخدم لغة محفزة مثيرة أكثر منها مقنعة او محاوره . وتستخدم الشعارات الإنشائية الخالية من الموضوعية وتستثمر جزء مهم من وقتها للإعلان الاقتصادي (٦٤). ولا تتعدى نسبة البرامج الثقافية فيها نصف بالمئة من مجموع الإرسال العام لها . لذا جاء الاهتمام بالصياغات اللغوية ضعيفا ويرتكز أحيانا الى العامية الدارجة.

6- الاقتداء : ان اللغة المستخدمة معدة للتقصم الوجداني . اذ ان القنوات الفضائية لا تقدم البرامج لحاجة فكرية . وانما لابرار نماذج جديدة للخطاب على الساحة العربية من جهة . ولابرار فئات اجتماعية يمكن الاقتداء بها ، بعد ان كانت بمستويات ثانوية سابقا من جهة اخرى.

وتتعلق لغة الحوار هنا في إظهار السلوكيات وحركات المودة التي يحملها هؤلاء الأشخاص  
وطرق التعبير المختلفة لهم ، وإبرازها بسياقات توحى حاجة المجتمع إليها بديلا عن سلوكيات سابقة

(٦٥) . وتشارك العديد من القنوات العربية في ذلك .

اذ تخصص أوقات مهمة للعمل في هذا الجانب . وتستعمل هنا الخطاب العاطفي المثير للمشاعر بأسلوب عرض متميز ، من اجل كسب عقول الأجيال الجديدة . ويرى أحد الباحثين ان ضيوف البرامج من الممثلين والمطربين ومصممي الأزياء أو عارضيهما يصل الى (٩٩%) على حساب الكتاب والشعراء والمفكرين بنسبة (١%) في الفضائيات العربية (٦٦) . كما إنها تستضيف معارضين للحكومات يجهلهم الجمهور المحلي ، وتسعى إلى إظهارهم على الساحة السياسية ، من باب استغلاليتها عن الشكل الرسمي ، ولتحقيق مقصد معين K ويتضح من مجمل ذلك ان هناك علاقة متشابهة ، بل ومترابطة بين الواقع الذي تعيشه القنوات الفضائية العربية وبين مهارات لغة الخطاب التي تستخدمها . اذ ينعكس كل منهما على الآخر ، وليكونا نسيجا من الإيجابيات والسلبيات والتي تتدرج في سياق واحد تتعامل به مع جمهورها في مختلف الصعد .

### النتائج العامة

- 1- ان اللغة هي نظام للسيطرة على الجماهير من خلال إعداد المعاني في قالب للخطاب يتفق بدلالاته مع فكر المتلقي واعتباراته . وذلك لتحقيق الفهم والانسجام بين الطرفين .
- 2- ان لغة الخطاب هي إحدى أدوات الاتصال الجماهيري من خلال :
  - أ - إنها النسيج الرمزي (اللفظي وغير اللفظي) الذي تتعامل به وسائل الاتصال بكليتها .
  - ب - إنها تتفاعل مع سيرورة العملية الاتصالية من خلال عناصرها المكونة . مستوجبة ان تراعي شروط وسياقات لانجاح ذلك التفاعل K
- ج- ان اللغة دورها في ضبابية المعنى المنقول اذا أسئ استخدامها في هذا المجال K
- 3- هناك مهارات للغة الخطاب تستخدم أساليب متعددة في وسائل الاتصال . وتختلف في تركيبه الاستخدام حسب الخصوصية للوسيلة من جهة ونوع المجتمع المستهدف من جهة أخرى .
- 4- ان القنوات العربية أمام لغة فيها كم لاحصر له من المعاني والمهارات الا إنها لم تستثمر بالشكل المطلوب . وذلك يعود للأسباب التالية:

أ - إن الواقع الذي تعمل فيه يختلف عن الأهداف المتوخاة منها K

ب - إنها مستنسخة من قنوات خارجية عربية . تحمل صفاتها في الإعداد والتقديم وطرق العرض K

ج - إنها ما تزال مرتبطة بسياسات الحكومات التي تنتمي إليها وتفتقر إلى التشريعات الخاصة بها K

5- إن لغة الخطاب للقنوات الفضائية العربية تفتقر الى العديد من مقومات التوصيل . ما زالت

تستخدم أساليب التحرير التقليدية والقوالب النمطية غير المتجددة، بالرغم من استخدامها التقنيات المتطورة . وبذلك فان مهاراتها لم تصل الى المستوى المطلوب .

6- هناك تأثير أساسي للغة على الواقع الذي تعيشه القنوات الفضائية العربية . اذ وجد ان القصور في استخدام اللغة وعدم فاعلية الخطاب عند طرحه القضايا والبرامج المختلفة ينعكس على محمل عمل القناة . مما يجعل المنطقة العربية عرضة للتأثيرات الخارجية فكريا وبرامجيا

### الوصايا

- 1- دراسة الجمهور المستهدف من خلال تشجيع الباحثين وبناء الاستطلاعات المستمرة ، والالتزام بلغة خطاب وفق نتائج ذلك مع الربط بين الأصالة والتجدي
- 2- السعي لبناء خصوصية لغوية في كل قناة عربية . والابتعاد عن :- الرسمية في الطرح أو عكس الرأي والحكومي في مضامينها الاتصالية ، أو استخدام النماذج الجاهز
- 3- مواجهة حملات التشويه للواقع العربي والإسلامي ، وعدم الانسياق وراء ماكنة الدعاية الغربية في طروحاتها . والسعي لإبراز الخصوصية القومية والحضارية للمجتمع بلغة متجددة.

## الهوامش

- 1- هادي الهيبي ، اللغة في عملية الاتصال الجماهيري . ط ١، بغداد ، دار السامر ، ١٩٩٧ . ص ٨
- 2- روبرت لوديس ، خصوصيات الخطاب في خدمات الاتصال . ترجمة ماري يعقوب ، بيروت ، سلسلة دراسات رقم (٣) ، المركز الثقافي الفرنسي في لبنان ، ١٩٩٠ . ص ١٣
- 3- معتز سيد عبد الله ، الاتجاهات التعصبية . الكويت ، سلسلة عالم المعرفة - ١٣٧ ، ١٩٨٩ . ص ١٤٩-١٥٠ .
- 4- محمد خلاف ، الخطاب الاقناعي : الإشهار نموذجا . مجلة كلية الآداب والعلوم الإنسانية ، فاس عدد ٩ ، ١٩٨٧ . ص ٧٩ .
- 5- بارتس . ر ، صورة الخطاب في وسائل الاتصال . ترجمة النقاري حم . باريس - المغرب ، دار المعرفة ، ١٩٩٢ . ص ٥٢
- 6- المصدر السابق نفسه ، ص ٣٤ .
- 7- محمد حسن عبد العزيز ، لغة الصحافة المعاصرة . بيروت ، سلسلة دراسات - ٤ ، المركز العربي للثقافة والعلوم ، ١٩٨٩ ، ص ١٤ .
- 8- فؤاد الترابي ، العلاقة بين اللغة والنقد الحضاري للمجتمع العربي . بيروت ، المؤسسة العربية للدراسات والنشر ، ١٩٩٤ ، ص ٢٢-٢٣ .
- 9- محمد احمد القضاة ، الأسلوب والأسلوبية والنقد الحديث . مجلة دراسات (العلوم الإنسانية والاجتماعية) ، عمان ، مجلة ٢٥ عدد ٢ ، آب ١٩٩٨ ، ص ٢٤٧ .
- 10- خالد سليكي ، من النقد المعياري الى التحليل اللساني . مجلة عالم الفكر ، القاهرة ، مجلة ٢٣ عددان ٢٠٠٠ ، ١٩٩٤ . ص ٣٩٨ .
- 11- علي خليل مصطفى أبو العينين ، أصول الفكر التربوي الحديث . ط ٢ ، القاهرة ، دار الفكر العربي ٢٠٠٠ . ص ٥٤
- 12- محمود السمرة ، النقد الأدبي والإبداع الاتصالي . بيروت ، المؤسسة العربية للدراسات والنشر ، ١٩٩٧ . ص ١٩ .
- 13- رشاد احمد عبد الطيف ، حتمية الاتصال الاجتماعي . القاهرة ، دار النهضة العربية ، ١٩٩٧ ، ص ٣٠ .
- 14- هادي الهيبي ، اللغة في عملية الاتصال الجماهيري . مصدر سبق ذكره ، ص ١٢-١٣ .
- 15- محمد جميل شلش ، اللغة ووسائل الإعلام الجماهيرية . بغداد ، سلسلة الموسوعة الصغيرة ، دار الشؤون الثقافية ، ١٩٨٦ . ص ١٩ .
- 16- هناء حافظ بدوي ، وسائل الاتصال في الخدمة الاجتماعية والمجتمعات النامية . الاسكندرية ، المكتب الجامعي الحديث ، ٢٠٠١ . ص ٣١-٣٢ .
- 17- صلاح فضل ، علم الأسلوب وصلته بعلم اللغة . ط ٢ ، الرياض ، دار العلوم للنشر ، ١٩٨٩ ، ص ١٧ .

- 18- محمد العمري ، في بلاغة الخطاب الإقناعي . ط ٢ ، الدار البيضاء ، دار الثقافة ، ١٩٩٠ . ص ٦٧ .
- 19- عبد العزيز شرف ، اللغة في نظرية الإعلام . مجلة الدراسات الإعلامية للسكان والتنمية والتعمير ، القاهرة ، أكتوبر - ديسمبر ، ١٩٨٨ . ص ٤٩-٥٠ .
- 20- محمد بهجت كشك و آخرين ، الاتصال ووسائله في الخدمة الاجتماعية . الإسكندرية ، دار الفكر ، ١٩٩٩ . ص ٢٨ .
- 21- نيازي احمد ، بين لغة الأدب ولغة الأعلام . ط ٢ ، بيروت ، المركز الثقافي العربي ، ١٩٩٤ ، ص ١٣-١٤ .
- 22- رشيد بن حدو ، العلاقة بين القارئ والنص في التفكير الاتصالي . مجلة الفكر الاجتماعي ، تونس ، عدد ٥ ، ١٩٩٦ ، ص ٣٦-٣٨ .
- 23- محمد الجواهري ، مهارات الاتصال في الخدمة الاجتماعية . الاسكندرية ، دار المعرفة الجامعية ، ١٩٩٤ ، ص ٦ .
- 24- محمد احمد القضاة ، الأسلوب ، والأسلوبية والنص الحديث . مصدر سبق ذكره ، ص ٢٤٦ .
- 25- كراهم هاف ، الأسلوب والأسلوبية ، ترجمة كاظم سعد الدين ، سلسلة آفاق (١) ، بغداد ، دار آفاق عربية ، ١٩٨٥ ، ص ٢٠ .
- 26- صلاح فضل ، علم الأسلوب وصلته بعلم اللغة . مصدر سبق ذكره ، ص ٣٢-٣٣ .
- 27- محمد الجواهري ، مهارات الاتصال في الخدمة الاجتماعية ، مصدر سبق ذكره ، ص ٢٧ .
- 28- انظر : رائد حسين عباس الملا ، فاعلية القنوات الفضائية أوقات الأزمات من العراق ، دراسة استطلاعية ، بغداد ، كلية التربية الأساسية ، الجامعة المستنصرية ، بحث غير منشور ، ٢٠٠٥ . ص ١٥-١٦ .
- 29- جمال الأسعد ، الخطاب الإذاعي والشرق الأوسط (إذاعة مونت كارلو) . بيروت ، شركة الطبع والنشر اللبنانية ، ١٩٩٧ . ص ٥٥ .
- 30- سهير جاد ، البرامج الإذاعية - والفصحى المشتركة . الإنترنت ، مواقع اللغة الاتصالية ، [www.google.com](http://www.google.com)
- 31- عباس محمود العقاد ، اللغة الشاعرية . بيروت ، المكتبة العصرية ، ١٩٨٥ . ص ١٨-١٩ .
- 32- عبد الستار جواد ، اللغة الإعلامية . بغداد ، كلية الآداب - قسم الإعلام ، بحث غير منشور ، ١٩٩٣ - ١٩٩٤ . ص ٥ .
- 33- Henry Sam , the political relations in front of the means of communication . New york .Brantel Print , 2001 . p . p . 107-108 .
- 34- محمد الجواهري ، مهارات الاتصال في الخدمة الاجتماعية . مصدر سبق ذكره ، ص ٤١ .
- 35- محمود السمرة ، النقد الأدبي والإبداع الاتصالي . مصدر سبق ذكره ص ٤٢-٤٤ .
- 36- كوفمان أ ، العلاقة بين السلوك والخطاب اللغوي . ترجمة علي الخطيب ، بيروت ، دار المعارف ، ١٩٩٥ . ص ٢٣ .
- 37- محمد احمد القضاة ، الأسلوب والأسلوبية والنقد الحديث . مصدر سبق ذكره ، ص ٢٤٧ .
- 38- هادي الهيتي ، اللغة في عملية الاتصال الجماهيري . مصدر سبق ذكره ، ص ٣٣ .
- 39- عبد الستار جواد ، اللغة الاعلامية . مصدر سبق ذكره ، ص ١٦ .
- 40- محمد سعيد السيد ، الوظائف السياسية لوسائل الأعلام . مجلة الدراسات الإعلامية ، القاهرة ، عدد ٥٠ ، مارس ، ١٩٨٨ . ص ١٩ .

- 41- Hibert , the process of mass communication , New York , 1982 . p 34-36 .
- 42- عفاف طالبة ، حول الدور الثقافي للتلفزيون . مجلة الإذاعات العربية ، تونس ، عدد ٣ ، ٢٠٠١ ، ص ٦٨ .
- 43- أنور سعيد ، إشكالية القنوات الفضائية داخل المجتمع العربي . شبكة الانترنت **KiççÖEİAçã K** .
- 44- سعود بن فايز ، اثر العامل الاقتصادي على التطورات التكنولوجية في العالم . مجلة كتاب الامة ، قطر ، عدد ٣٤ ، ٢٠٠١ . ص ٧٤ .
- 45- سيار الجميلي ، فضائيات الإعلام المرئي العربي - بعيدا عن أساليب البلاهة والإسفاف . شبكة الانترنت WWW . google . Com
- 46- حمد جار الله ، الأعلام العربي يعبئ الملايين . مجلة الأزمنة العربية ، دبي ، عدد ٢٤٩ نيسان ٢٠٠٣ . ص ٦٤ .
- 47- خالد عبد اللطيف ، الخطاب الإعلامي العربي ومواجهة التحديات . مجلة آفاق الثقافة والتراث ، دبي ، عدد ٩ أيلول ، ٢٠٠١ . ص ١١٩-١٢٠ .
- 48- غازي زين عوض الله ، الهوية الثقافية وتحديات عولمة الاتصال ، مجلة الادعات العربية ، تونس ، عدد ٣ ، ٢٠٠١ . ص ٢١ .
- 49- علي وطفة ، أزمة الخطاب الاتصالي في القنوات الفضائية ، شبكة الإنترنت ، إسلام أون لاين ، الاتصال الجماهيري **K**
- 50- هشام شرابي ، التأثير السياسي لمحطات التلفزيون الفضائية العربية في العالم العربي في فترة ما بعد حرب العراق . شبكة الانترنت **KiççÖEİAçã K**
- 51- خيربي شكر الدين ، الإعلام العربي ... إلى أين؟ شبكة الإنترنت ، إسلام او دين
- 52- هيئة التحرير ، الإعلام الإسلامي من منطلق القنوات الفضائية . مجلة منار الإسلام ، الرياض ، عدد ٦ ، ٢٠٠٢ . ص ٥٤-٥٦ .
- 53- علي محمد شمو ، دور الاتصاليين في التنمية الثقافية . دبي ، مركز جمعة الماجد للنشر ، ٢٠٠٠ . ص ٣٧ .
- 54- هيئة التحرير ، الإعلام الإسلامي من منطلق القنوات الفضائية ، مصدر سبق ذكره ص ٥٦ .
- 55- سيار الجميلي ، إشكالية الوعي الثقافي العربي . مجلة دراسات (العلوم الإنسانية) عمان ، مجلد ٢٩ ، عدد ٣ ، كانون الثاني ٢٠٠١ . ص ١٩٧-١٩٨ .
- 56 - المصدر السابق نفسه ، ص ١٩٩ .
- 57- خيربي شكر الدين ، الإعلام العربي .. إلى أين؟ . مصدر سبق ذكره .
- 58- زكي حبيب محمود ، ثقفتنا في مواجهة العصر . القاهرة - بيروت ، دار الشروق ، ١٩٧٩ . ص ٦٤ **K**
- 59- احمد فازع ، أزمة الخطاب الديني . الرياض ، سلسلة دراسات (٦) ، مركز الملك فيصل للبحوث والنشر ، ٢٠٠١ . ص ٢٢٢ **K**
- 60- سيار الجميلي ، فضائيات الإعلام العربي - بعيدا" عن أساليب البلاهة والإسفاف ، مصدر سبق ذكره **K**
- 61- محمد الجيزان ، الإعلام الرسمي الحكومي في مازق ! . المجلة العربية للعلوم الإنسانية ، الرياض ، عدد ٧٨ ، ٢٠٠٢ . ص ٥٩-٦١ .
- 62- حامد فازع ، أزمة الخطاب الديني . مصدر سبق ذكره ، ص ٢٦ .

- 63- رشاد محمد ، عولمة الاعلام في ظل الفضائيات . النشرة السنوية ، مركز جمعة الماجد ، دبي ، الملحق الثاني ، ٢٠٠٢ . ص ٢١٤ .
- 64- أنور سعيد ، إشكالية القنوات الفضائية داخل المجتمع العربي . مصدر سبق ذكره .
- 65- عزة الطويل ، القنوات الفضائية بين عقدين ، مصدر سبق ذكره .
- 66- رشاد محمد ، عولمة الإعلام في ظل الفضائيات ، مصدر سبق ذكره ص ٢١٢ .

## شخصية فرعون بين النص القرآني والرواية العربية (روايات نجيب محفوظ الفرعونية انموذجاً)

أ.م.د. سلافة صائب العزاوي

جامعة بغداد - كلية التربية ابن رشد

### فرعون في القرآن الكريم:

يشيع بين الناس أن من يتجبر في الأرض، أو يشيع الفساد فيها يقال له (فرعون). قال تعالى: (إذهب إلى فرعون إنه طغى) (١)، وفرعون لقب كل من ملوك مصر كالعزير لكل من ملكها (٢). وقيل هو اسم ذلك الملك بعينه (٣) وقيل إنه اسم كل ملك من ملوك العمالقة، مثل كسرى للفرس، واختلفوا في اسم فرعون موسى هل هو قابوس، أو الوليد بن مصعب. ويبدو أن كل عات فرعون، والعناة: الفراعنة، وقد تفرعن وهو ذو فرعنة أي دهاء ومكر. وفرعون مصر الذي بعث الله سبحانه وتعالى سيدنا موسى عليه السلام في زمانه جعل بني إسرائيل خدماً وخولاً وصنفهم في أعماله، فصنف بينون، وصنف بحرثون ويزرعون، وصنف يخدمون، وكان قومه جنداً وملوكاً، ومن لم يكن منهم في عمل من هذه الأعمال ضربت عليه الجزية؛ ليصبح فقيراً يضطر إلى عمل الخدمة، وهذا سوء العذاب، وكان يذبح ذكور أطفالهم مبقياً على اناتهم، وعبر القرآن عنهم بالنساء على اعتبار ما استؤول إليه حالهم (٤).

وقيل لعنوا الفراعنة اشتقوا تفرعن فلان إذا عتا وتجبر (٥)، ومن مظاهر جبروت فرعون وتبجيله أنهم وضعوا له ألقاباً وأسماء رسمية تطلق عليه بمجرد اعتلائه عرش الملك، واكتمل تكوين هذه الألقاب والأسماء في أواخر عهد الأسرة الرابعة، ووصل عددها إلى ستة، ومنها صورة طائر الصقر والصل والنسر والنبات والنحلة، ثم صور القاهر، ثم ابن الشمس (٦).

وهناك من يرى أن كلمة فرعون ليست اسمه الحقيقي، وهي ليست كذلك لقبه الرسمي، "وكل ما في الأمر أنها لفظ كانوا يدلون به على أحد العظماء الذين يتهببون من ذكر أسمائهم، كما كان يذكر التركي (الباب العالي)، إذا عنى السلطان وحكومته، وعلى هذا القياس كان المصريون يطلقون لفظة (فرعون) على ملكهم العظيم ومعناها اللغوي (البيت العظيم)" (٧).

وفرعون الذي ذكر في القرآن الكريم هو الوليد بن مصعب بن الريان وهو الذي بعث له سيدنا موسى عليه السلام أما الثاني هو الذي بعث له سيدنا يوسف عليه السلام وهو جد الذي ذكر أولاً وهو الريان بن مصعب الوليد. وسيكون محور البحث هو الحفيد لالجد لأنه الذي ذكر في القرآن على أنه

(فرعون) أما الآخر فذكر بلفظ (ملك) لا (فرعون) (٨).

ومن مظاهر علوه وتجبره أنه عذب امرأته لما آمنت برب موسى وهارون عليهما السلام ، فقد كان فرعون هذا عدواً من أعداء الله كافراً به ، فكان يعذب زوجه بالشمس ، فإذا انصرف أظلتها الملائكة بأجنحتها ، وكانت ترى بيتها في الجنة ، وكانت مع عذابها وألمها تسأل من غلب ؟ فيقال : غلب موسى وهارون ، فتقول : آمنت برب موسى وهارون ، فأرسل إليها فرعون ، فقال : أنظروا أعظم صخرة تجدونها ، فإن مضت على قولها فألقوها عليها ، وان رجعت عن قولها فهي أمرته ، فلما أتوها رفعت بصرها الى السماء ، فأبصرت بيتها في السماء ، فمضت على قولها ، فانتزع الله روحها ، وألقيت الصخرة على جسد ليس فيه روح (٩) . فلشدة جبروته وطغيانه لم يترك لأحد مجالاً ليفكر في عقيدته أو دينه ، بل على الجميع أن يكونوا عبيده تابعين له في الرأي قولاً وفعلاً ، بل إن تجبر فرعون على غيره امتد من زوجه الى الناس ، فقد آذى بني إسرائيل الذين آمنوا بنبوة سيدنا موسى عليه السلام وسامهم سوء العذاب ، فذبح ابناءهم ، واستحيا نساءهم ، بل ان آله تبعوه في ظلمه وصاروا معه في حكم الفراعنة ، وذكر انه من ظلمه كان يأمر "بالقصب فيشق حتى يجعل أمثال الشفار ، ثم يصف بعضه الى بعض ، ثم يؤتى بالحبالي من بني إسرائيل ، فيوقن عليه ، فيحز أقدامهن ، حتى أن المرأة منهن لتمصع بولدها ، فيقع من بين رجلها ، فتظل تطؤه تنقي به حد القصب عن رجلها لما بلغ من جهدها ، حتى أسرف في ذلك ، وكاد أن يفنيهم ، فقيل له : أفنيت الناس وقطعت النسل ، وأنهم خولك وعمالك ، فأمر أن يقتل الغلمان عاماً ويستحيوا عاماً ، فولد هارون في السنة التي يستحيا فيها الغلمان ، وولد موسى في السنة التي فيها يقتلون" (١٠) . والمظهر الآخر من جبروته أنه يعتمد في سياسة شعبه على حلمه فيقتل الآلاف منهم لمجرد رؤيا رآها ، ثم فسر لها له السحرة ، فقد كان من شأنه أنه رأى في منامه أن ناراً أقبلت من بيت المقدس ، حتى اشتملت على بيوت مصر ، فأحرق القبط و تركت بني اسرائيل ، وأخربت بيوت مصر ، فدعا السحرة والكهنة والعافة والفاقة والحازة ، فسألهم عن رؤياه فقالوا له : يخرج من هذا البلد الذي جاء بنو اسرائيل منه - يعنون بيت المقدس - رجل يكون على وجهه هلاك مصر ، فأمر بني اسرائيل أن لا يولد لهم غلام الا ذبحوه ، ولا تولد لهم جارية الا تركت ، وقال للقبط : انظروا مملوكيكم الذين يعملون خارجاً فأدخلوهم ، وأجعلوا غلمانهم ، وأدخلوا غلمانكم ... " (١١) . ومصداق كلامنا عن تجبره وفتكه بالناس أن السحرة الذين يستعين بهم الملوك عادة ليفسروا الاحلام اعترفوا على أنفسهم أنهم لا يجيدون تأويل الاحلام ، قال تعالى على لسان هؤلاء السحرة لما طلب منهم عزيز مصر أن يفسروا له حلماً رآه في سبع بقرات سمان يأكلن سبع عجاف ، وسبع سنبلات خضر وأخر يابسات : (قالوا أضغاث أحلام وما نحن بتأويل الاحلام بعالمين) (١٢) . فكيف يأخذ ملك الناس بحلم رآه وفسره له السحرة ، فيقتلهم بلا ذنب ولا جريمة ؟ ومن مظاهر تجبره كذلك أنه أول من سن طريقة مؤلمة في التعذيب إذ أنه

أمر بقطع أيدي السحرة وأرجلهم من خلاف ، فهو يقطع من أحدهم يده اليمنى ، ورجله اليسرى ، أو يقطع يده اليسرى ورجله اليمنى ، فيخالف بين العضوين في القطع ، مخالفته في ذلك بينهما ، هو القطع

من خلاف ، ويقال : إن أول من سنَّ هذا القطع فرعون (١٣) . ولو نظرنا إلى هذا النوع من العذاب نجد فيه أن فرعون قد أمر بقتل بطيء لهذا الإنسان المعذب فينزف من جسده كله بلا قدرة على منع النزف ؛ لأنه لو قطعت يده ورجله اليسرى لانقلب على جانبه الأيسر بحكم الفطرة فيتوقف النزف حتى يهب إلى نجدته احد ، ولو قطع يده ورجله اليمنى لانقلب على جانبه الأيمن ليمنع النزف في انتظار من ينجده . أما وقد قطعت أعضاؤه من خلاف فهو إما منطرح على ظهره ، أو منكبا على وجهه لا يقدر على الحركة ، فهي طريقة يضمن فيها فرعون الموت بعد العذاب لهذا الشخص الذي أمر بتعذيبه حتى الموت ولما لفرعون من ذكر كثير في القرآن الكريم فقد ورد ذكره في خمس وسبعين آية من الآيات الكريكات ، وكلها خطاب فيه ذكر تجبره وتكبره ، فقد أثرت أن ادرسه من خلال تحليل شخصية فرعون في القرآن الكريم وموازنة هذا مع الطريقة التي استمد فيها الروائيون هذه الشخصية ؛ ليفيدوا منها في رواياتهم ، وقد أخذت مثالا لذلك روايات نجيب محفوظ الفرعونية الثلاث (كفاح طيبة) ، (وعيث الأقدار) ، (ورادوبيس) . من خلال تقنية (القناع) في الادب التي عمد إليها الشعراء المحدثون ليستخدموها أبطالا أو رموزاً تراثية واسطورية خالدة فيتحدثون بصوتهم من خلالها لا بصوت هؤلاء بحيث تبدو لنا (أنا) المؤلف واضحة ظاهرة .

ففي (القناع) دلالة على شخصية المتكلم أو على شخصية الراوي في العمل الأدبي ، ويكون في اغلب الاحيان هو المؤلف نفسه ، والأساس النفسي لهذا المفهوم أن المؤلف يختار شخصية يستمدها من الماضي فيظهرها بشكل أوضح واعمق وأشمل (١٤) . فذكرت شخصية فرعون في القرآن لتكون قاعدة نقيس عليها الشخصية التي اظهرها لنا نجيب محفوظ . مطبقا الشرط الذي وضعه النقاد ليكون القناع مقبولا في الأدب فأهم شرط في تقنية القناع الجديد ، وهو أن لا يتطابق مع صوت القناع الأول ، وان يكون أقوى ، وأشمل محملا بأفكار ورؤى وتجليات وتطلعات جديدة ومعاصرة ، يهدف إليها الشاعر ، ويعبر عنها من خلال قناعه الجديد " (١٥) . وبذلك يعبر الأديب عن تجربته بحيث يسحبها على الواقع المعاصر ويعالج من خلالها ما يعرضه من أفكار وأحلام ورؤى (١٦) .

وقد كان فرعون بالنسبة لقومه أسطورة رفضوا أن يصدقوا أنها قد تمس بأية حال من الأحوال ؛ لذا لم يصدقوا أنه قد يموت أو أن يمس بسوء ، فعندما جاء موعد عذابه خرج وراء النبي وأتباعه ليقتلهم فكان أن " تنام آخر جنود فرعون في البحر ، وخرج آخر بني إسرائيل ، أمر البحر فانصق عليهم ، فقالت بنو إسرائيل : ما مات فرعون ، وما كان ليموت أبداً ، فسمع الله تكذيبهم نبيه عليه السلام ، قال : فرمى به على الساحل ، كأنه ثور أحمر يتراءاه بنو إسرائيل " (١٧) .

وكان الناس ينظرون إليه كما لو كان أكثر من إنسان عادي ، وكان هو نفسه يعتقد أن ذلك الأمر

شيء صحيح لا ريب فيه ، فهو أحد الآلهة الأرباب ، بل هو أقرب من غيره إلى نفوس الناس ؛ لكونه قريبا منهم فهو سريع الإجابة لطلباتهم ، وما يريدون إيصاله له . وغالبا ما يرسمون له صورة وهو

جالس على فخذ الرب يد الله كما يدل الأبنه ؛ لذا بذلوا في سبيل فرعون كل عزيز لديهم ، وقدموا له أنواع الضحايا فإذا صعد إلى السماء لاحقاً بإخوته الآلهة شيدوا له معبداً عظيماً لإحياء ذكره على الأرض ، ويخصص لهذا المعبد جماعة من الكهنة يسلخون حياتهم في عبادته والتغني بمناقبة ، وقد فرق المصريون بين فرعون والآلهة الأخرى ، فالأرباب مثل (أمون) ، و(بتاح) تدعى الآلهة العظام ، وأما فرعون فيدعى (الإله الطيب) (١٨).

ويتبع كون شخصية فرعون أسطورية أنه كان يأمر بأشياء لا تخطر على بال بشر فيعمل من تحت أمرته بجعل الخيال حقيقة منفذة ؛ لإيمانهم المطلق بعظمة هذا الشخص وألوهيته ، فقد قال لأشرف قومه عندما بعث الله سبحانه وتعالى موسى عليه السلام : (يا أيها الملأ ما علمت لكم من إله غيري " (١٩) ، فتعبدون ، وتصدقوا قول موسى فيما جاءكم به من أن لكم وله رباً غيري ، ومعبوداً سواي (فأوقد لي ياهايمان على الطين) (٢٠) ، فأعمل لي أجراً فأجعل لي صرحاً لعلني أذهب في السماء ، فأنظر إلى إله موسى ، فلما بني له الصرح ، أرتقى فوقه ، فأمر بنشأته فرمى بها نحو السماء ، فرئت إليه وهي متلخطة دماً ، فقال قد قتلت إله موسى . ويقال إنه أول من طبخ الأجر وبني به . فقد حقق له أتباعه انجازاً معمارياً بأن جعلوا الطين أجراً للبناء ثم رتبوه بشكل هندسي هو شكل الصرح ؛ ليرتقى عليه مرتفعاً إلى أماكن شاهقة . وفي هذا دلالة على عظمة الصرح وابداع صنعه وقوته ، وفرعون لم يرتق إليه وحده بدليل أنه أمر بنشأته . مما يدل على ان هناك من صعد معه ، وهو مدجج بالسلاح ، وهناك من رافقه ، وهو شخص أعزل ، فلا بد أن يرافقه دائماً أقرب وزرائه ، أو أخلص مستشاريه ، فهذا يعني أنه قد أعتلى هذا الصرح على الأقل ثلاثة أشخاص .

وقد أثرت عوامل كثيرة في تكوين شخصية فرعون على هذا النحو ، منها الوراثة ، فهو بطغي ويتكبر كونه سليل الآلهة ، ثم البيئة المحيطة به ، فأمره منفذة بلا جدال ، ورغباته لا ترد ، ثم إن فرعون إرادة لا يمكن لأحد أن يقف بوجهها ، وأخيراً علمه بكل ما حوله من أمور . وحتى الأمور التي لا يعلمها ، فهو يستعلم عنها من الكهنة ، فهم يمنحونه الأسباب التي تسوغ له أن يفعل ما يشاء برعيته ، فيقتل بعضهم ، ويستخدم بعضهم الآخر عبداً ، ويجعل من غيرهم ملوكاً وسادة ولذا تجبر وتكبر ؛ لأنه يجد أن ما يقول يحول إلى فعل بأسرع مما ينطق به . من ذلك أنه أمر بتجيش الجيش في مدة يسيرة لا تزيد على مدة ذبح شاه وطبخها ، والفراغ من أكلها . لما خرج موسى ببني إسرائيل ، بلغ ذلك فرعون ، فقال : لا تتبعوهم حتى يصيح الديك ، فلم يصح ديك ليلتذ حتى أصبحوا ، فدعا بشاة ، فذبحت ، ثم قال : لأفرغ من كبدها حتى يجمع إلي ستمائة ألف من القبط ، فلم يفرغ من كبدها حتى اجتمع إليه ستمائة ألف من القبط ، ثم سار (٢١).

وقد كان آل فرعون سبباً في ظلم فرعون الناس وإهلاكهم ؛ إذ إنهم كانوا من يدفعه إلى ذلك ،

ويسوغون له أفعاله ، وقد سام آل فرعون بني إسرائيل سوء العذاب ، وفعلوا بقوة فرعون وبأمره لمباشرة تم ذلك بأنفسهم ، فبين سبحانه وتعالى أن كل من باشر قتل نفس ، أو تعذيب حي بنفسه ، وإن كان

عن أمر غيره ، ففاعله المتولي ذلك هو المستحق إضافة ذلك إليه ، وإن كان الأمر قاهراً للفاعل المأمور بذلك . سلطاناً كان الأمر أو لصاً خارجاً ، أو متغلباً فاجراً ، كما أضاف جل ثناؤه ذبح أبناء بني إسرائيل ، واستحياء نسائهم أي آل فرعون دون فرعون (٢٢) . ولما كان آل فرعون سبب تجبره وقوته ، وكونه بهذا الشكل دعا سيدنا موسى عليه السلام قائلاً : " يارب إن عبدك هذا قد علا في الأرض ، وعتا في الأرض ، وبغى عليّ ، وعلا عليك ، وعالي بقومه ، ربّ خذ عبدك بعقوبة تجلها له ولقومه نعمة ، وتجعلها لقومي عظة ، ولمن بعدي آية في الأمم الباقية ، فبعث الله عليهم الطوفان ، وهو الماء ، وبيوت بني إسرائيل وبيوت القبط مشتبكة مختلطة بعضها في بعض ، فامتألت بيوت القبط ماء ، حتى قاموا في الماء الى تراقيهم ، من حبس منهم غرق ، ولم يدخل في بيوت بني إسرائيل قطرة " (٢٣) . ولهذا كانت العقوبة له ولقومه ، وليست له وحده ؛ لأنهم هم من جعله فرعوناً عاتياً بعبادتهم له وتألبيهم إياه .

وبناء على ما سبق نجد أن شخصية فرعون في القرآن الكريم شخصية عاتية متجبرة ، يأمر صاحبها بكل أمر صعب لا يمكن تحقيقه إلا بشق الانفس ، ومع ذلك نجد أصحابه يجتهدون في تحقيق أو امره . ومن الصفات الأخرى التي ذكرها القرآن مشاورته أصحابه في حال حزيه أمر كالحلم الذي راوده ففرض مضجعه ، ثم فسره له الكهنة والعرافون ، وضرب القرآن صفحاً عن ذكر صفات فرعون الجسدية وملامحه الخفية ، بل صور له بصورة كلية كما رآه من عاصره من الناس ، فلم يتعرفوا الى دواخل نفسه ، وعلاقاته مع الآخرين كالزوجة والأولاد والاحفاد وغيرهم ، لأنه بنظر الناس كان إلهاً ولم يكن من البشر . وصدق هو نفسه ذلك فكان عاتياً متكبراً في الأرض ، تجبر على الناس واستعبدهم .

### مفهوم الشخصية:

تعد الشخصية عنصراً من عناصر السرد القصصي ؛ لأن المضمون يتمحور حولها ، لكونها الأساس الذي يبنى عليه حديث الرواية " فالحديث هو تصوير الشخصية وهي تعمل فالروائي يعرض الشخصية من خلال التفاعل مع الأحداث ومدى التأثير السلبي والايجابي الذي تظهر الشخصية عليه .

ولابد من الإشارة الى أن لكل شخص منا وجهين لشخصيته أو أكثر تبدو كل واحدة منها في ميدان أو مجال ، فالرجل قد يكون أباً أو عاشقاً أو موظفاً أو ابناً أو أي نمط آخر ، وقد يكون في مجال اخر سيداً آمراً ناهياً وفي مجال ثالث مخذولاً مدحوراً يرجو رحمة من يذله وأحياناً يظهر الشخص أضعف جوانبه لمن يحبهم ، مظهراً أشدها صلابة لأعدائه ؛ لذلك كان اهتمام الروائيين منصبا على إظهار الجانب الخاص من الشخصيات ،

بعد النفاذ الى اعماقها ، وتسليط الضوء على زواياها الخفية ، وحتى نفهم الشخصية لابد لها من أن تقنعنا بوجودها وتأثيرها في أحداث الرواية . ولابد بعد هذا من الإشارة الى أن شخصية (فرعون) شخصية حقيقية ليست متخيلة ، وإن حدود هذه الشخصية كانت مؤثرة بشكل كبير في تحريك أحداث الرواية الى

مسارات قد تبدو متوقعة في بعض الأحيان ؛ لأن القاريء يمتلك مرجعية تاريخية عنها ؛ واستطاع الروائي ان يركز اهتمام القاريء بعد أن أدرك فهمه للشخصية ، يسوق أفكاره وقضاياها العامة والفكرية في الحقبة التي عاش فيها لا الحقبة التي عاشتها شخصية فرعون ، وبذلك قد تبدو هذه الأفكار والقضايا منفصلة عن المجتمع الذي عاشت فيه شخصية فرعون .

وقد صورت شخصية فرعون بأسلوب استبطاني استطاع الروائي من خلاله الولوج الى العالم الداخلي للشخصية الروائية ، في تصوير أفكارها ، وما يتصارع من عواطفها وانفعالاتها ، وأحيانا يصور رؤاها وأحلامها في عفوية . بل إن لكل ما يمس هذه الشخصية له تأثير في تكوينها وتحديد ملامحها ولعل أوضح مثال على ذلك لقب الفرعون ، فالاسماء والألقاب في الرواية يجب أن تكون " متناسبة ومنسجمة بحيث تحقق للنص مقروئته ، وللشخصية احتمالياتها ووجودها " (٢٥) . وقد لاحظنا أنفاً معنى لقب فرعون وأثره في تكوين هذه الشخصية التي حظيت باهتمام كبير في التاريخ من خلال دراسة تاريخ مصر القديمة .  
وتكون دراسة الشخصية كذلك من " تكامل الصفات الجسدية والخلقية المميزة لفرد ما ، بما في ذلك بناؤه الجسدي ، وسلوكه واهتماماته ، ومواقفه وقدراته ، وكفائه ، أي إنها كلية الشخص كما يراها الآخرون " (٢٦) .

#### شخصية فرعون في الأدب العربي :

يمكن دراسة شخصية فرعون في الأدب العربي ونظرة الأدباء إليه من خلال روايات نجيب محفوظ الفرعونية . وسأدرس شخصيته من جوانب مختلفة اهتم الروائي بإظهارها . فقد يلفت نظر الباحث أن نجيب محفوظ اهتم بجوانب مهمة أراد أن يبرزها من خلال الرواية توضح نظرة القارئ الى فرعون ، وهذه الجوانب هي :

أولاً : بناؤه الجسدي :

الجسد أول ما يثير اهتمام الناس بعضهم ببعض ، وللجسد لغة يمكن للآخر أن يفهمها إذا ما إهتم بشخص ما ، وحاول أن يفهم حركاته وسكناته ، فقد وصف لنا نجيب محفوظ الفرعون من خلال رؤية امرأة عاشقة لجلاله وجماله قائلاً : " وكانت رأتة قبل ذلك في يوم التتويج العظيم منذ شهر قلائل ، وكان يقف في عجلته كما وقف اليوم فارح الطول جاهر الجمال ، مرسلًا بناظريه الى الافق البعيد ، وقد تمننت يوم ذاك كما تمننت اليوم لو عطف إليها عينيه " (٢٧) . فلا بد لمن كان رباً معبوداً أن يكون على قدر كبير من الجمال والكمال حتى يفوز بقلوب عبيده

فيتبعوه راضين به حاكماً لهم يسوس أمورهم بحكمته ومعرفته المستمدة من الآلهة . ويصفه لنا رجالا مكتمل الرجولة والهيئة قائلاً : " وكانت جلسته هادئة ودیعة ، فكان يسلم ظهره الى وسادة محشوة بریش النعام ، ويتكىء بمرفقه على نمرقة ذات غطاء من الحرير المنمنم بالذهب ، وقد تجلت آي عظمته في

جبهته العالية ونظرته الرفيعة ، وتبدت قوته الخارقــــــــــــة في صدره الواسع وساعديه المقتولين وأنفه الأشم ، فأحاطت به مهابه من سن الأربعين ، وهالة من مجد الفراعنة " (٢٨) .  
فالروائي جعل الفرعون يتحلى بكل الصفات الجسدية المثالية التي تجعل منه نموذجا انسانياً يبهر الانظار .

ثانياً : سلوكه:

يمكن من خلال النظر الى سلوك فرعون ان نفهم شخصية فرعون بشكل أوضح ، وقد كان الروائي يتدرج بالصفات السلوكية من القوة والانفعال الى الاستسلام . يذكر محفوظ أن فرعون يميل الى التمسك بالاسرة والارتباط بها ، قال : " كان فرعون يحب تلك الجلسات العائلية التي تعفيه من أقال الرسميات ، وترفع عن كاهله أعباء التقاليد ، فيغدو فيها أباً رقيقاً وصديقاً ودوداً ، ويخلص وصحبه الى النجوى والحديث ، ويطلقون تافه المواضيع وهامها ، فتلوك ألسنتهم التفاهات وتبرم الامور وتقرر المصائر .... " (٢٩) .

وقد يتصف فرعون بصفات أخرى منها شعوره بالملل لكونه بشراً مثل سائر البشر يفرح ويحزن ويتألم على الرغم من مظاهر الألوهية التي حباها له شعبه وأتباعه وحاشيته ، قال الروائي : " ولكن الملك كان في تلك الأيام يشكو من ملل أوقات الفراغ على قصورها وندرتها ، فلما علم أنه قد أن له أن يستريح وأن يلهو ران على قلبه السأم ونظر الى صحبه ، وقد قال له خوميني : هل أملاً لمولاي كأساً من الشراب ؟ فهز فرعون رأسه وقال : شربت اليوم وشربت بالأمس : فقال أربو : هل ندعو العازفات يامولاي ؟

فقال بملل : إني استمع الى موسيقا هن صباح مساء .

فقال ميرابو : ما رأي مولاي في الخروج الى الصيد ؟

فقال الملك بنفس اللهجة : شبع من صيد البر والبحر - إذا فهل من سير بين الأشجار والأزهار ؟

فقال : وهل في الوادي مشهد جميل لم أره ؟

وساعت شكوى الملك خلاءه وتكررت نفوسهم ، إلا الأمير هوردايف فإنه كان يدخر لوالده مفاجأة سارة لاعهد له بها ، فقال :

-أبي الملك ، إني أستطيع أن أقدم بين يديــــــــــــك لو تشاء ساحراً عجبياً يعلم الغيب ويميت ويحيي ... " (٣٠) .

فالرعية تحاول أن تزيج عن نفسه الملل والالام النفسية المريرة ، وفرعون يدرك تماما اهمية الشعب له ؛ ولهذا فهو يقدمه على أي شيء آخرونجد المقولة التي أطلقها الفرعون خوفاً وهي بمثابة شعار رفعه محفوظ في روايته عبث الاقدار أراد أن يعيه كل قارئ لهذه الرواية قال فرعون : (من الذي ينبغي أن تبذل حياته لصاحبه ؟ الشعب لفرعون أم فرعون للشعب ! ) (٣١) .

ومما يمكن أن نستخلصه من سلوك فرعون في الرواية . عمق إيمانه وصدق اعتقاده بما يؤمن

قال الروائي : " وكان سيكنز ع يدرك الهول الذي ينتظره وجيشه ، ولكنه كان رجلاً باسلاً عظيم الإيمان ، فلم يتردد لحظة ونظر الى السماء ، قال بصوت صافي النبرات : (أيها الرب آمون لاتنس أبناءك المخلصين) . ثم أصدر أمره الى قوة العجلات المحيطة به بالهجوم ، واندفع أمامها ليلقي عدوه " (٣٢).

ونجد الروائي في رواية رادوبيس قد أجمل خصائص سلوك فرعون بشكل متكرر؛ لان شخصية فرعون في هذه الرواية شخصية شابة متمردة لاتعرف الخوف أو التراجع . موضحاً في مشهد ممسرح فورة غضب فرعون في حادث نغص عليه فرحته بعيد النيل عندما هتف بعض أفراد الشعب محيين كبير الكهنة بدلا من أن يحيوا فرعون قال : " وكان عليه أن ينتظر ساعة كاملة ، قبل أن يستقبل رجال مملكته الرسميين ، الذين جاءوا من أقصى البلاد للاشتراك في عيد النيل ، ولكنه لم يستطع صبرا ، فهرع كالريح الهوجاء الى جناح الملكة ، واقتحم بابها بعنف . وكانت الملكة نيتوقريس جالسة بين وصيفاتها ، تلوح في عينيها الصافيتين آي السلام والطمأنينة ، فلما رأى الوصيفات الملك وشاهدن الغضب يصرخ في وجهه ، وقفن مرتبكات مضطربات ، وانحنين له وللملكة ، وانسحين مسرعات لابلوين على شيء ... " (٣٣).

والحق أن الروائي صور فرعون في صورة ماكان له ان يظهر فيها سواء أكان ذلك أمام الملكة أو أمام الخادومات ؛ لان لفرعون هيبة منحها له الشعب كونه معبوداً وملكاً لمصر القديمة قبل أن يكون انساناً من لحم ودم ، بل ان الروائي غالباً ما كرر لنا ذلك هذه الحالة السيئة عنده وهي شدة غضبه وفورة شبابيه عبر الرواية من أولها حتى نهايتها . وهذا السلوك هو الذي دفع بفرعون الى حافة الهاوية ومن ثم موته وهو في ذروة شبابيه وعنفوان رجولته مقتولا بسهم غادر قال : " ولكن كان يوجد بين الثائرين دهاء يشفقون مما يرجو قلب سوفخاتب ، وخشوا أن ينقلب فوزهم هزيمة ، ويخسروا قضيتهم الى الأبد ، فامتدت ي الى قوسها ، ووضعته سهماً في كبده ، وسددته الى فرعون وأطلقتها ، فانطلق السهم من وسط الجمع ، واستقر في أعلى صدر الملك دون أن تمنعه قوة أو رجاء " (٣٤).

ويؤكد الروائي هذا المعنى فيما بعد عندما وصف لنا المشهد نقل فرعون بأمره الى منزل حبيبته رادوبيس التي أراد أن تكون لحظاته الأخيرة في أحضانها قائلاً : " وكان نائماً في تراخ وهمود ، وقد أتت الرحلة الصغيرة على بقية قواه الأخذه في الانحلال السريع ، ولكنه حين سمع صوتها ورأى وجهها الحبيب دبت فيهِه نسمة حياة رقيقة ، ولاح في عينيهِه المظلمتين ظل ابتسامة خفيفة ، ولم تكن تراه إلا هائجاً مفعماً بالحياة كالعاصفة ، فكادت تجن وهي تشاهده كمن شاخ وذوى منذ دهر طويل . وألقت نظرة نارياً على السهم الذي أحدث كل هذا ، وقالت بتألم - : كيف تركوه في صدرك؟! ... هل استدعي الطبيب؟! " (٣٥).

وقد أدركت حاشية الملك غضبه ويمكننا ان نلاحظ هذا الإدراك من خلال كلام بعضهم على هذا

الأمر قال الروائي : " وعلمنا بعد ذلك باستبقاء فرعون لرئيس وزرائه بعد انتهاء التشريفات ، فخفق قلباهما . وأشفق سوفخاتب من عواقب غضبة الملك ؛ لأنه كان ينصح دائماً بالتؤدة والأناة والصبر ،

وبمعالجة مشكلة الأراضى بمنتهى الاعتدال ، أما طاهو فكان يرجو أن يدفع الغضب الملك الى الانضمام الى رأيه ، فيصدر أمره بنزع أملاك المعابد وينذر الكهنة إنذاراً نهائياً ... وجعل الرجلان المخلصان ينظران الى وجه مولاهما ، يرجوان ، ويكابدان قلقاً أليماً ، ولكن فرعون كتم عواطفه ، وطالعهما بوجه كأبي الهول ... وأمرها بالجلوس ، وسرعان ما عاودت وجهه هيئة الجد والاهتمام ، فقال : يحق لي اليوم أن أغضب وأتألم . وفهم الرجلان مايعني ، ورن في أذنيهما الهتاف الجريء مرة أخرى . فرجع سوفخاتب يديه تألماً وإشفاقاً ، وقال بصوت متهدج : تعالى مولاى عن دواعي الألم والغضب ! " (٣٦) .

بل ان قاريء الرواية يدرك أن غضب الملك سجية من سجايه لاتفارقه أبداً قال الروائي : " ووجم الرئيس أسفاً وحنناً ، وغلب إخلاصه تردده هذه المرة أيضاً ، فأحاط مولا هذه الأخبار بلباقة ، وغضب الملك كعادته ، وقال أسفاً : إن حاكم طيبة يسمع ويرى ولايستطيع شيئاً . فقال سوفخاتب في حزن . ليس لديه يامولاى إلا قوة الشرطة ، وهي لاتجدي في مقاومة جموع غفيرة ، فقال الملك بغضب : وليس لدى الا الانتظار على مضض ، لقد أدميت وحق الرب كيرياى ! " (٣٧) .

وهنا يبدو لنا أن غضب الملك عادة في عاداته وسجية من سجايه . والى جانب الغضب هناك سلوك آخر أراد الروائي أن يبيده لنا محاولاً لفت انتباهنا الى انه لايجوز لفرعون ان تتصف به ، هو سيطرة رغباته عليه الى حد أنها لم تترك له مجالاً ليكون ذلك الملك الذي يتمناه الناس قال : " فقال الملك الشاب بجدة :

- أريد أن أشيد قصوراً ومقابر ، وأن اتمتع بحياة سعيدة عالية ، ولا يقف في سبيل رغباتي إلا أن نصف أراضى الملكة في أيدي أولئك الكهنة ... أيجوز أن تعذبني رغباتي كالفقراء ؟ الاسحقا لهذه الحكمة الفارغة ، أو تعلمين ماذا حدث اليوم ، لقد هتف منهم في أثناء سير الموكب باسم ذلك الرجل خنوم حنوب ... أرايت أيئها الملكة إنهم يتحدون فرعون عينا لعين " (٣٨) .

فكلام فرعون يظهر لنا أنه شخص يريد أن يفعل ما يريد وكأن مجرد وضع التاج فوق رأسه يخوله ان يكون سيداً مطلقاً على رؤوس العبيد ، ناسياً أو متناسياً أن السيادة والملك ليست سوى مسؤولية خطيرة الشأن يكلف بها المرء ؛ ليكون موضع سؤال عند كل من تمسه هذه المسؤولية من قريب ، أو من بعيد .

وقد أراد الروائي أن يوضح هذا الامر لنا في ان من يحيط بفرعون يدرك أنه تابع لأهوائه وهي متسلطة عليه متحكمة فيه قال : " فقعد طاهو ذراعيه على صدره ، وقال بشدة : ليس فرعون بالإنسان الذي يرغب في شيء ، ويعز عليه ، وهو إذا هوى شيئاً يعرف كيف يستأثر به " (٣٩) . بل إن فرعون كان فريسة أهوائه وشهواته وقد أدركت الملكة ذلك ، قال الروائي : " وما كانت تجهل من الأمر شيئاً ، فقد شاهدت المأساة

من بدء فصولها ، ورأت الملك يتردى في الهاوية ، ويذهب فريسة لهواه الجامح ، ويهرع الى تلك المرأة - التي شاد بحسنها كل لسان - لايلوي على شيء " (٤٠) . وقوله : " ولكن ثبت لها اليوم أن هناك قلوباً

غير قلبها تعاني الآلام بسبب تهور الملك، وهاهو ذا ختوم حنث يشكو إليها بثه ويقول لها بعبارة بيّنة: انه لايجوز أن تنزع أملاك المعابد لتلهو بها رادوبيس الراقصة، ويؤمن بقولــــه المئون من صفوة الحكماء " (٤١).

بل إنه يكره من يصرح بهذا الأمر أمامه قال الروائي على لسان الملكة

- يحزنني وحق الرب، وانت فرعون أن تشكو الأهواء الطاغية. وأحس الملك الغضوب بوخز كلامها، فأهاجه الغضب، واندفع الدم الى رأسه، فانتفض واقفا يندز وجهه بالشر. وخشيت الملكة أن يفسد غضبه عليها الغرض الذي جاءت من أجله، فندمت على قولها، وقالت له برجاء: أنت الذي سقتني الى هذا الحديث أيها الأخ، وما لهذا جئت، وعسى أن يفرخ غضبك، أن تعلم أنني قصدت إليك لأحدثك في شؤون هامة تمس سياسة المملكة التي نجلس على عرشها سوياً.

فكظم حنقه، وسألها بلهجة كالهائنة: ماحديثك أيتها الملكة؟ " (٤٢). فهو غاضب ويكتم غضبه ليحدث

أقرب الناس إليه وزوجه وشريكته على العرش.

ومن صفاته الأخرى التي تتحكم بسلوكه عناده واعتداده بما يرى على الرغم من رأي الآخرين الذي يغاير رأيه، وان كان الصواب في رأيهم وهو يعرف ذلك، قال الروائي واصفاً حال نيتوقريس وهي تتكلم مع الملك: " فأحست بامتعاض شديد، وكانت تعرف عناده، فبيّست من إقناعه، وقالت بهدوء وحزم: سأكون الى جانبك. ولكنه هلع، وأمسك بذراعيها وقال بتوسل:

- نيتوقريس، إن الشعب يريدك، وحسناً أراد، فأنت جديرة بحكمه فابقى له. وإياك وأن تظهرى الى

جانبي فيقولوا إن الملك يحتمي بزوجه أمام الشعب.

وكيف أتخلى عنك؟

- أفعلي هذا من أجلي، ولاتقدمي على عمل يفقدني شرفي الى الأبد " (٤٣).

ولكن لهذا الأمر كله نهاية عجيبة فالملك يدرك أخيراً العيوب التي تعترى شخصيته قال الروائي على لسان الملك: " ثم أمسك بذراعيها، وسار بها صوب حجرة اعتكافه، وازاح الستار المسدول على بابها ودخلا معا إلى الحجرة الفاخرة. وكان يطالع الداخل محراب منحوت في الجدار يقوم بداخله تمثالان للملك والملكة السابقين، فاتجه الملكان الى تمثالي والديهما، ووقفا أمامهما خاشعين صامتين ينظران بعينين حزينتين كئيبتين، وقال الملك بصوت ثقيل، وهو ينظر الى تمثال والديه:

ترى ما رأيكما في؟!!

وسكت لحظة كأنه ينتظر أن يتلقى الجواب، وعاده انفعاله فغضب على نفسه، ثم ثبتت عينيه على وجه

أبيه، وقال: - لقد ورثتني ملكاً عظيماً ومجداً اثيلاً، فماذا صنعت بهما؟ لم يكد يمضي عام على توليت حتى شارفت الدمار، وا أسفاه لقد أذللت عرشي موطناً للنعال، وجعلت اسمي مضغة الأفواه، واكتسبت لنفسى اسماً جديداً لم يطلق على فرعون من قبل، هو (الملك العابث) " (٤٤).

ولابد لنا لفهم شخصية الملك ان نفهم مواقفه إزاء الامور ومن ذلك نظرتة الى الهزيمة على سبيل المثال التي تبدو في حوار ه مع عشيقته رادوبيس قال : " - أنت لاتدريين من الأمر شيئاً يا رادوبيس ، لقد قلت كلمتي فلم تحترم ، ونفذت على كره ، ولم يسكتوا عن الاحتجاج ، وما انفكوا يتحدثونني ، فالتسليم لهم هزيمة لا أرضاها ، وأتمنى دونها الموت . أنت لا تدريين معنى الهزيمة في نفسي ، إنه الموت . ولو فازوا علي بنيل بغيتهم لوجدتني وحيداً ، غريباً ، حزيناً ، أسيفاً لاقدرة لي على الحياة ولاالحب " (٤٥).

ومن الأمور التي يشير إليها الروائي محاولاً من خلالها إبراز شخصية فرعون التي عمل على رفضها في روايته (رادوبيس) اضافته الى نظرتة الى الخسارة والتراجع رأي الفرعون بنفسه وبأنه غير مقتنع بما يجب ان يرفض عليه من اعباء لكونه فرعوناً ، فبعد أن تعرف برادوبيس الغانية أراد دائماً أن يكون معها وهو يصف حالة فراقها لانشغاله بمهام الملك لكونه فرعون مصر المسؤول عنها قال : " رأيت الاجتماع ثقيلاً مرهقاً ، وأعياني تركيز فكري ، واستخفني الجزع ، وعرض علي الرجل مراسيم كثيرة فأضيت عدداً يسيراً ، وأصغيت إليه بعقل مشتت ، ثم ضقت بكل شيء ذرعاً ، فقلت له الى الغد ، ولم أكن أفكر في العودة ، ولكني رغبت في أن أخلو بنفسي للحديث والمناجاة ، فلما خلوت الى نفسي وجدت الوحدة ثقيلة ، والليل موحشاً لا يحتمل ، هنالك لمت نفسي قائلاً : لماذا أصبر الى الغد؟ وليس من عادتي أن أقاوم عاطفة ، فما عتمت أن وجدتني ها هنا بين يديك ... " (٤٦).

قال (ليس من عادتي أن أقاوم عاطفة) هل هذه صفة ملك ، بل فرعون في دولة هي من أعظم العالم القديم تطوراً وحضارة وعمراناً ، فمن يتطلع للنظرا في تاريخ مصر القديمة يجدها وقد وصلت مجداً عظيماً في (الطب ، والفلك ، والملاحة ، والبناء والعمران) وحتى الفلسفة فقد اعطى علماء مصر كل شيء معنى آخر اختلفوا به عن غيرهم ، وامتازوا به من غيرهم ، فهل سيكون شعب هذه حال يتملك عليهم فرعون لا يدرك خطورة غضبه وعظم مسؤولياته ، وقد قدم لنا نجيب محفوظ صورة أخرى لموقف فرعون من الحياة من خلال موقفين متناقضين ذكرهما في روايته (كفاح طيبة) ، كان الأول مشهداً من حياته مع أسرته والوجه الحقيقي الذي يظهره معهم ، قال واصفاً حاله مع أسرته وهو ؛ يودعهم ذاهباً الى قتال الأعداء ذلك القتال الضاري الذي لا أمل بعده في العودة الى الوطن والى الأهل بسبب كثرة عدد العدو ، وقوتهم ، وشراستهم ، وتخليبهم عن الرحمة والشفقة ، وقد حصل فعلاً ماتوقعه الملك فسقط قتيلاً وهو يدافع عن وطنه وأهله قال الروائي على لسان الملك مخاطباً أولاده واحفاده : " - أتبكين ياأحوتبي ... انظري الى شجاعة أمتنا توتيشيري ..

ثم نظر الى أحمس وكان يكلف به كلفاً شديداً ، وكان الغلام صورة صادقة من جده ، فجذبته إليه وقبله

وسأله مبتسماً :

- من العدو الذي يجب أن نحذره يا أحمس ؟

فقال الغلام وهو لا يفقه معنى ما يقول : اليأس .

فتضاحك الملك وقبله مرة أخرى ، ثم قام واقفاً برقة : " هلموا نتعاقب ... " ثم عانقهم جميعاً مبتدئاً بتوتيشيري وزوجه أحوثبي وستكيموس زوج ابنة ثم أحمس ونيفر تاري : ثم انطلق نحو كاموس ، وكان واقفاً في جمود واستسلام فمد له الملك يده فشده عليها بقوة ، ثم انحنى عليها فقبلها وقال بصوت خافت: "فلتصحبك السلامة ياأبتاه " ولوح لهم الملك بيده ، وبرح المكان بقدمين ثابتتين ، وقد تجلى على وجهه العزم واليأس " (٤٧).

فقد استمد من حب أسرته وفائها قوته التي سيحارب بها الاعداء محاولاً الانتصار على من يريد لأرضه ووطنه الشر .

أما الموقف الآخر فهو قرار فرعون الخطير بالهجوم على أسوار طيبة بعد أن وضع العدو الشرس عليها نساء وأطفال ، ليكونوا دروعاً بشرية يحتمي وجنوده بها من هجوم فرعون ورجاله عليه ، قال الروائي على لسان فرعون وقد طلب منه رجاله ان ينظر ماذا علق الاعداء على الأسوار قال : " آذنتي عيونني بالعمل الدنيء الوحشي ، ولكن كيف ترضى أن نساق الى أشراك أبو فيس ونحن به عالمون ؟ ...

-هل يجوز ان نكف عن الكفاح في سبيل طيبة إشفافاً من أن تؤذي نبالنا بعض النساء والأطفال من قومنا ؟ فقال الملك أحمس بمرارة:

-أترى أن أمر بتمزيق أجساد هؤلاء النسوة البائسات وأطفالهن ؟

فقال القائد بحماس وثقة - : نعم يامولاي ، إنهن قربان الكفاح ، مثلهن مثل جنودنا البواسل الذين يتساقطون في كل حين ، بل مثلهن مثل ملكنا الشهيد سيكنرع ... فالتقت الملك الى القواد وقال بعزم:

-إيها القواد ، اذهبوا الى جنودكم وقلوا لهم إن ملكهم الذي فقد في سبيل مصر جده وأباه ، ومن لا يتردد عن الجود بنفسه في سبيلها ، يأمركم بالهجوم على سور طيبة المدرع بأكبادنا والاستيلاء عليه مهما كلفنا ذلك من بذل ... " (٤٨).

صورتان متناقضتان يضعها اما منا الروائي الاولى: للعطف والرقعة التي يخفيها الملك في صدره ، والثانية للقسوة التي يجب ان يدوس فيها مشاعره و احساسيه في سبيل تحقيق النصر للوطن، والانتصار في المعركة مهما كانت النتائج.

وللوقوف على جوانب أخرى مهمة من شخصية فرعون لابد لنا من أن ننظر الى قدراته وما يمكنه ان يؤديه في الحياة لنفسه أو لشخصه، وهذه هي الصورة الثالثة التي قدم لنا فيها نجيب محفوظ شخصية فرعون ففي (رادوبيس) كانت شخصيته متهورة عابثة متكبرة على شعبها ، وأهلها وحتى على اقرب الناس إليها . اما في

(كفاح طيبة) فكانت شخصية ملتزمة جعلت كل حياتها في خدمة الشعب ،وقضية العادلة في التحرر من الاستعمار ، لنجده يظهر لنا شخصية ثالثة في (عبث الأقدار) ففرعون في هذه الرواية كان شخصية مدورة بدأت في أول الأمر شخصية ملكية محاطة بأتباعه ووزرائه وأفراد أسرته من الأمراء الذين

يريدون أن يرضوه بشتى السبل (٤٩) . ينظرون إليه نظرة توحّد مع الشعب قال وزيره خوميني:  
-مولاي صاحب الجلالة الربانية! لماذا تفرقون بين ذاتكم العالية ، وبين شعب مصر وأنتم منه كالرأس  
واروح من الجسد" (٥٠).

فهو يرى أن موت شعبه في سبيل بناء هرمة سيكون تضحية كبيرة منه لمليكه . وهو يعي تماماً مكانته ؛  
لكونه ملك دولة عظيمة قال : " فابتسم الملك ارتياحاً ، وعاد بخطى واسعة الى الأريكة الذهبية وجلس فجلس  
القوم ، ولم يكن الأمير رعخوف ولي العهد بمرتاح الى وساوس والده فقال له:  
- لماذا تكذبون صفوفكم بامولاي بأمثال هذه الوسواس ؟ لقد توليت الحكم بمشيئة الآلهة لا بإدارة إنسان ،  
ولك أن تحكم الناس كيف تشاء لاتسأل عما تفعل وهم يسألون!  
فقال خوفو :

- أيها الأمير ، إن أبالك إذا تفاخرت الملوك يقول : أنا فرعون مصر " ثم تنهد بصوت مسموع وقال  
وكأنه يحدث نفسه :

-إن كلام رعخوف حري بأن يوجه الى حاكم ضعيف لا الى خوفو الجبار خوفو فرعون مصر ... وما  
مصر إلا عمل عظيم لاتقام لبناته الا على تضحيات الأفراد ، وما قيمته حياة الفرد ؟ إنها لاتساوي دمة جافة لمن  
ينظر الى المستقبل البعيد والعمل المجيد ... لهذا أقسو دون تردد ، وأضرب بيد من حديد ، وأسوق مئات الألوف  
الى الشدائد لابلادة طبع أو تحكم أثرة ، وكأن عيني تنفذان خلال سحج الأفق فتطلعان على مجد هذا الوطن  
المنتظر . لقد اتهمتني الملكة مرة بالقسوة والظلم . كلا ، ما خوفو الاحكيم بعيد النظر ، يرتدي جلد نمر مفترس ،  
ويخفق في صدره قلب ملاك كريم " (٥١).

فالملك يظهر لمن أمامه شخص قاسي القلب متجبر يسوق آلاف العمال الى الموت ليبنى مرقده الأخير  
في هرمة العظيم . وقد استعمل الروائي قوله تعالى في كتابه العزيز : (لايسأل عما يفعل وهم يسألون) (٥٢) . بعد  
أن غير اتجاه الضمير من الغائب الى الحاضر فصارت الجملة (لاتسأل عما تفعل) موحياً بهذا الاستعمال للمتلقي  
أن هذا الملك ليس سوى شخص عاش في زمان غير زمان الفراعة ، ولو تتبعنا النص لوجدنا قوله بعد ذلك :  
(يوجه الى حاكم ضعيف) ، فكأن الصورة قد اتسعت لتشتمل على شخص أراد نجيب محفوظ أن توضح  
لنا معالم شخصيته في أنه حاكم قوي لدولة قوية ، يزوج برعيته في بحار الموت الهائلة اذا كان هذا الأمر يصب  
في صالح مصر ، ومجدها وعظمتها لايهمه ذلك ، ولكنه في الوقت نفسه تذوب نفسه حشرات عليهم حزين يتمنى  
ضد هذا الأمر .

وبدا فرعون في أول الرواية أنه متمسك بعرشه لايهمه سفك الدماء دفاعاً عنه، فعندما هدد

عرشه وجود طفل صغير رضيع سار إليه بنفسه ليقتله دفاعاً عن عرشه قال : " فابتسم فرعون وقال  
باطمئنان .

-أمامنا طفل رضيع على بعد منا يسير ، فيا أيها القائد أربو أعد حملة من العربات الحربية سأقودها الى أون ، لأشهد بنفسى قتل مخلوق الأقدار الصغير .

فقال خوميني دهشاً : هل يذهب فرعون بذاته ؟ فضحك الملك وقال :

- إذا لم أذهب للدفاع عن عرشي فمتى يحق لي الذهاب ؟ (٥٣) .

وعلى فرعون واجبات صار حتماً عليه أن يؤديها كما يجب والا سئل عما يفعل، وهذه نظرة أخرى قدمها لنا الروائي لما قال : "أحسنت أيها الكاهن ، فكل مصري يسعى في الحياة لنفسه أو لأسرته ، أما فرعون فينهض بحمل أعباء الملايين ، ويسأله عنها جميعاً أمام الرب ... " (٥٤) .

والاعتقاد السائد عند المصريين ان الفراعنة هم الآلهة المعبودة التي لاتحاسب عما تفعل بل هم الذين يحاسبون الناس عما يفعلون . وقد ذكر سبحانه وتعالى ذلك في كتابه العزيز قال مخاطباً سيدنا موسى عليه السلام) اذهب الى فرعون إنه طغى ، فقل هل لك الى أن تزكى ، وأهديك الى ربك فتخشى ، فأراه الآية الكبرى ، فكذب وعصى ، ثم أدبر يسهى ، فحشر فنادى ، فقال أنا ربكم الاعلى (٥٥) . لهذا صارت الصورة أمامنا واضحة أن الفرعون الذي نقرأ عنه في الرواية هو ليس فرعون الذي حكم مصر قديماً وإنما صورة للملك آخر تمخضت عنه مخيلة نجيب محفوظ .

وتتغير شخصية فرعون كلما تقدمنا في قراءة الرواية فقد غيرته الحوادث التي مرت عليه فصار " يميل الى التشاؤم والتفكير والقراءة ، فكان ربما طلع عليه الفجر وهو جالس في مخدعه يقرأ كتب اللاهوت ، وفلسفته قاقمنا وتطورت فكاهته الاولى الى سخرية لاتخلو من سوء الظن والريبة " (٥٦) .

كل هذه المشاعر المؤلمة التي تعترى الفرعون كانت تمر به والروائي يشعرنا أن الفرعون كان في اوج عظمته، وقمة مجده، فقد انتهى اليوم بناء هرمة العظيم أعظم أهرام مصر . وكل هذا وهو ليس سعيداً في داخله كما دلنا على ذلك الروائي الذي حضر اذهاننا لكي نفهم سبب تغيره واهتمامه بشعبه بعد ان كان اهتمامه بمجده هو . لهذا نراه فيما بعد وهو منهمك " في تأليف كتاب عظيم يرجو ان يجعل منه للمصريين اكبر مرشد للدين والدنيا ، فلم يبدي جلالته استعداداً للتفكير جدياً في مسألة الحرب " (٥٧) .

فالحرب تعني الحركة وتأليف الكتب يحتاج الى الاستقرار ، وهذوء البال ، واحدهما ضد الآخر ويجعلنا الروائي في نهاية الرواية ندرك أن فرعون بشر أحس بانتمائه الى عالم البشر الفاني مبتعداً عن عالم الآلهة الخالد، وان الموت هو نهاية كل واحد من البشر قال في ساعة احتضاره : " الحق أقول لكم إنني في هذه الساعة الرهيبة أحس من نفسي قوة عظيمة على السموات والارض ، وأحس بأبوتي للعباد تغلب أبوتي الأبناء ، فأعينوني على قول الحق وفعلته ... والحق إنني لا أمجد أبوتي لكم ، ولكني أجد بين يدي من هو

أحق بالعرش منكم ، ومن توليه للملك حري بأن يصون لكم أخوتكم ظاهرة . وهو شاب علت به همته الى القيادة قبل الأوان ، وحققت له شجاعته نصراً عزيزاً للوطن ... وإياكم أن تقولوا كيف يتولى العرش

من ليس يجري في عروقه دم الفراعين... " (٥٨).

وأخيراً يقدم الروائي قولاً يقوله فرعون وهو في اقرب لحظاته الى الموت أراد أن يكون شعاعاً لكل من يتولى الملك والحكم قال: "إن فرعون تربة صالحة كأرض مملكته يزدهر فيها العلم النافع، ولولا جهل الفتوة و عماية الشباب ما قتلت نفوساً بريئة بغير ذنب" (٥٩). وكانت هذه حكمته الأخيرة التي سطرها في كتابه الذي أهداه الى شعبه، وقال بعد ذلك في اعياء شديد: "تمت رسالة خوفو الى شعبه الحبيب" (٦٠).

من غير ان يلقب نفسه بلقب (ملك) أو (فرعون) فقد انتهى هذا الأمر الآن؛ لأنه سيذهب الى عالم آخر لا حاجة فيه الى الالقاب، وقد إختار أن يموت في هدوء بلا خلاف مع أحد فكان نصيبه ان مات موتة خيم عليها السكون وحفتها الدعة، فقد مالت الملكة عليه لحظة موته " فرأت وجهه وقد اكتسى بنور سماوي" (٦١).

نخلص مما سبق أن نجيب محفوظ قد وسع حقل رؤيته من كل ما هو فردي وذاتي الى نظرة جمعية حياتية اساسها عمق نظرة الفنان في تأمله الحياة، وتوقه الى الوصول الى جوهر الأشياء، مستعملاً للوصول الى ذلك انموذجاً بشرياً لشخصية هي مثال التكبر والتجبر، والغرور كما قرأنا عنها في القرآن الكريم.

ولماذا شخصية فرعون؟ لأن الشائع الراسخ في اذهان القراء ان فرعون عات متجبر فأراد الروائي ان تكون هذه النقطة هي انطلاقة من فردية فرعون الى ان يتحدث بصوته هو - عبر هذه الشخصية - قائلاً إن الدولة العظيمة اساسها الفرعون العظيم، وان الفرعون العظيم لا تكون عظيمته الا من خلال تفانيه في حب شعبه الى الحد الذي ينسى نفسه فيجعلها فداء لشعبه ووطنه، ولو نظرنا الى روايات نجيب محفوظ الفرعونية سنجد ألف (عبث الاقدار) عام ١٩٣٩. وهي التي حدد فيها ملامح الملك الذي يكون قادراً على بلوغ المجد عندما يذكره شعبه بأنه واحد من اعظم الملوك، ثم ألف (رادوبيس) عام ١٩٤٣، وفيها وصف ملكاً عابثاً كان قدره الموت بيد شعبه؛ لأنه لم يتعظ ممن سبقوه وترك نفسه لأهوائها، فكان محفوظ يقول: هذا هو جزء من لا يكون عادلاً مع شعبه ويراعي مصالحه قبل نزوات نفسه ثم نجده ألف (كفاح طيبة) عام ١٩٤٤، وفيها صورة مختلفة عن هاتين الصورتين ففرعون (عبث الاقدار) دافع عن عرشه في حياته بكل قوة وبذل لاجله كل غالٍ ونفيس، وفرعون (رادوبيس) استسلم لقدره راضياً بالموت في سبيل نفسه، اما فرعون (كفاح طيبة) فهو فرعون بدأ جهاده وكفاحه منذ نعومة اظفاره عندما بنى نفسه جسدياً وفكرياً لكي يكون مؤهلاً لهذا الأمر الجليل.

وبهذا حقق محفوظ شرط تقنية القناع في ان الشخصية الروائية يجب أن تكون اعمق من الشخصية الأصلية التي استمد منها الاديب فكرته، وبهذا يعبر المبدع عن تجربته في الحياة ونظرة المبدعة الى الامور صاحباً ذلك كله الى أرض الواقع الذي يعيش به المتلقي.

## الهوامش

- 1- النازعات : ١٧ .
- 2- تاج العروس من جواهر القاموس : ٣٠٠ / ٩ .
- 3- الجامع لأحكام القرآن : ٣٨٣ / ١ .
- 4- ينظر المصدر نفسه : ١ / ٣٨٥ .
- 5- الكشاف عن حقائق التنزيل وعلوم الاقاويل : ٣١٤ / ١ .
- 6- ينظر مصر القديمة ، سليم حسن : ١ / ١٦٦ .
- 7- مصر القديمة جيمس بيكي ، تر : نجيب محفوظ : ٢٤ .
- 8- تاج العروس : ٣٠١ / ٩ .
- 9- جامع البيان عن تأويل آي القرآن : ١٧١ / ٢٨ .
- 10- المصدر نفسه : ١ / ٢٧٣ .
- 11- المصدر نفسه : ١ / ٢٧٢ .
- 12- يوسف : ٤٤ .
- 13- جامع البيان عن تأويل آي القرآن : ٢٣ / ٩ .
- 14- معجم مصطلحات الادب : مادة القناع ، ولفائدة ينظر القناع في الشعر العربي - دراسة في شعر الرواد ، رعد أحمد علي ، (رسالة ماجستير) ، الجامعة المستنصرية ، كلية الآداب ، ١٩٩٢ م والقناع في أدب أبي العلاء المعري ، اسامة عبد الصاحب محسن ، (رسالة ماجستير) الجامعة المستنصرية ، كلية الآداب ، ١٩٩٦ م ، وتقنية القناع في فن مارون عبود القصصي ، غانم وائل أبو شقر ، مطبعة منشورات البينوع ، طرابلس ، ٢٠٠٤ م .
- 15- قصيدة القناع في الشعر العربي : ٤٣ .
- 16- المصدر نفسه : ١١ .
- 17- جامع البيان عن تأويل آي القرآن : ٧٦ / ١٩ .
- 18- مصر القديمة ، جيمس بيكي : ٢٤ - ٢٥ .
- 19- القصص : ٣٨ .
- 20- القصص : ٣٨ .
- 21- ينظر : البيان عن تأويل آي القرآن : ١ / ٢٧٦ .
- 22- المصدر نفسه : ١ / ٢٧٠ .
- 23- المصدر نفسه : ٩ / ٣٨ .
- 24- فن القصة القصيرة : ٣٩ .
- 25- بنية الشكل الروائي : ٧٨ .

- 26- معجم علم النفس : ٨٣.
- 27- رادوبيس : ٣٩.
- 28- عبث الأقدار : ١٥.
- 29- المصدر نفسه : ٦.
- 30- المصدر نفسه : ١٤.
- 31- المصدر نفسه : ١٢.
- 32- كفاح طيبة : ٤٦.
- 33- رادوبيس : ٢٣.
- 34- المصدر نفسه : ٢٢٧.
- 35- المصدر نفسه : ٢٣٤.
- 36- المصدر نفسه : ٢٧.
- 37- المصدر نفسه : ١٧٩.
- 38- المصدر نفسه : ٢٥.
- 39- المصدر نفسه : ٧٣.
- 40- المصدر نفسه : ١٢٤.
- 41- المصدر نفسه : ١٢٥.
- 42- المصدر نفسه : ١٢٨.
- 43- المصدر نفسه : ٢٢٣.
- 44- المصدر نفسه : ٢٢١.
- 45- المصدر نفسه : ١٥٣.
- 46- المصدر نفسه : ٩٦.
- 47- كفاح طيبة : ٣٥.
- 48- المصدر نفسه : ١٩٠ - ١٩١.
- 49- ينظر عبث الأقدار : ٥ وما بعدها.
- 50- المصدر نفسه : ١٢.
- 51- المصدر نفسه : ١٣.
- 52- سورة الانبياء : ٢٣.
- 53- عبث الأقدار : ٢٤.
- 54- المصدر نفسه : ٤١.
- 55- سورة النازعات : ١٧ - ٢٤.
- 56- عبث القدار : ٩٦.

- 57- المصدر نفسه: ١٥٥.  
58- المصدر نفسه: ٢٥١.  
59- المصدر نفسه: ٢٥٦.  
60- المصدر نفسه: ٢٥٦.  
61- المصدر نفسه: ٢٥٧.

## المصادر والمراجع

- القرآن الكريم.  
- بنية الشكل الروائي، حسن بحراوي، المركز الثقافي العربي، بيروت - الدار البيضاء/ط١، ١٩٩٠.  
- تاج العروس من جواهر القاموس، محمد مرتضى الزبيدي، مطبعة الكويت، الكويت، بلا.ت.  
- جامع البيان عن تأويل آي القرآن، أبو جعفر محمد بن جرير الطبري، مطبعة مصطفى البابي الحلبي وأولاده، مصر، بلا.ت.  
- الجامع لأحكام القرآن، أبو عبد الله محمد بن أحمد الأنصاري القرطبي، دار الكتب المصرية، مطبعة دار الكتب المصرية، القاهرة، ط٢، ١٣٥٣ - ١٩٣٥.  
- رادوبيس، نجيب محفوظ، دار مصر للطباعة، ط٣، ١٩٥٨.  
- فن القصة القصيرة، د. رشاد رشدي، دار العودة، بيروت - لبنان، ط٢، ١٩٧٥.  
- قصيدة الفئاع في الشعر العربي الحديث، دراسة ومختارات، محمد جميل شلش، الموسوعة الصغيرة (٤٥٦)، مطابع دار الشؤون الثقافية العامة، ط١، ٢٠٠١ م.  
- الكشاف عن حقائق التنزيل وعلوم الأقاويل في وجوه التأويل، أبو القاسم جار الله محمود بن عمر الزمخشري الخوارزمي (٥٢٨هـ)، المطبعة الكبرى الأميرية، مصر، ط٢، ١٣١٨ هـ.  
- كفاح طيبة، نجيب محفوظ، دار مصر للطباعة، ط٣، ١٩٥٧.  
- مصر القديمة، جيمس بيكي، تر: نجيب محفوظ، دار مصر للطباعة، بلا.ت.  
- مصر القديمة، سليم حسن، مطبعة الكوثر، مصر، بلا.ت.  
- معجم علم النفس، فاخر عاقل، دار العلم للملايين، بيروت - لبنان، ط١، ١٩٧٧.  
- معجم المصطلحات العربية في اللغة والادب، مجدي وهبة، كامل المهندس، مكتبة، ١٩٧٩.  
- المعجم الموضوعي لآيات القرآن الكريم، أعده حسان عبد المنان، الرياض - المملكة العربية السعودية، بلا.ت.

## مصادر الأخبار المحلية في الصحف العراقية

### دراسة تحليلية لمصادر الأخبار المحلية

في جريدة الزمان للمدة من ٢٠٠٦/١/١ لغاية ٢٠٠٦/٦/٣٠

م. م. سعد كاظم حسن

كلية الاعلام - جامعة بغداد

#### المقدمة

تعد الأخبار المحلية موضوعاً مهماً من موضوعات الصحافة لما لها من أهمية للقراء، فهي تمس حياتهم اليومية بشكل أو بآخر الأمر الذي يجعلهم مهتمين بها ومتابعين لها باستمرار. ومن هنا تأتي أهمية الخبر المحلي كونه يهتم شريحة واسعة من القراء.

وتتعدد مصادر الصحف في الحصول على الأخبار المحلية حيث تنتوزع هذه المصادر الى مصادر ذاتية خاصة بالصحيفة ومصادر خارجية.

فالمصادر الذاتية هي المصادر الخاصة بالصحيفة والتي بواسطتها يمكن الحصول على هذه الأخبار مثل مندوبي الجريدة ومراسليها والصحفيين العاملين فيها. وهنا تتمثل جهود الصحيفة في الحصول على هذه الأخبار.

أما المصادر الخارجية فتتوزع الى وكالات الأنباء المحلية والعالمية والقنوات التلفازية الأرضية والفضائية ومحطات الأذاعة والصحف والمجلات. وفي هذه الحالة فإن الجريدة لا تبذل أي مجهود يميزها عن باقي وسائل الإعلام في الحصول على هذه الأخبار وإنما تأتيها جاهزة من هذه المصادر. وفي تقديرنا، أن الجريدة كلما كانت أكثر اعتماداً على مصادر خاصة في الحصول على الأخبار المحلية كلما كانت أكثر نجاحاً وحرفية في العمل الصحفي وتميزاً عن باقي وسائل الإعلام. فأنفرادها في الحصول على هذه الأخبار هي انعكاس لشخصية الجريدة. وهذا البحث يعني بدراسة مصادر الأخبار المحلية في الصحف العراقية عن طريق دراسة نموذج لها وهي جريدة الزمان لغرض معرفة أهم المصادر التي تعتمد عليها الجريدة في الحصول على الأخبار المحلية وأيهما أكثر اعتماداً المصادر الذاتية الخاصة بالجريدة أم المصادر الخارجية. فضلاً عن دراسة موضوع الخبر المحلي بصورة عامة وأهميته للصحف.

العدد

3

141

البحث الاعلامي

حزيران ٢٠٠٧

### المبحث الأول: الإطار المنهجي للبحث

#### مشكلة البحث:

يعد تحديد مشكلة البحث أولى خطوات إجراء البحوث وأهمها فبدون وجود مشكلة للدراسة لا يوجد بحث.

((ومشكلة البحث هي موضوع الدراسة، وهي تساؤل يدور في ذهن الباحث حول موضوع يحتاج الى تغيير)) (١)

وتتمثل مشكلة البحث في دراسة مصادر الإخبار المحلية في الصحف العراقية، وذلك عن طريق دراسة نموذج لها وهي جريدة الزمان.

#### أهداف البحث:

يهدف البحث الى التعرف على مصادر الأخبار المحلية التي تعتمد عليها الصحف العراقية (جريدة الزمان انموذجاً لها) وتحديد أي المصادر أكثر اعتماداً عليها من قبل الجريدة هل هي المصادر الذاتية للجريدة أم المصادر الخارجية.

#### مجتمع البحث وحدوده الزمنية:

يتمثل مجتمع البحث بالصحف العراقية وتحديداً جريدة الزمان (طبعة بغداد) وهي جريدة يومية سياسية عامة تصدر عن مؤسسة الزمان للطباعة والنشر.

أما حدود البحث الزمنية فتبدأ من ٢٠٠٦/١/١ لغاية ٢٠٠٦/٦/٣٠ أي ان مدة البحث هي ستة أشهر وهي في تقديرنا مدة كافية من أجل الخروج بنتائج ملائمة تلبي أهداف البحث.

#### منهج البحث:

أستعمل الباحث المنهج الوصفي التحليلي في بحثه، ((و المنهج الوصفي يقوم على رصد ومتابعة دقيقة لظاهرة أو حدث معين بطريقة كمية أو نوعية في فترة زمنية معينة أو عدة فترات من أجل التعرف على الظاهرة أو الحدث من حيث المحتوى والمضمون والوصول الى نتائج وتعميمات تساعد في فهم الواقع)) (٢). وهو المنهج الانسب لهذا البحث.

#### عينة البحث:

تمت المعاينة في هذا البحث بطريقة العينة العشوائية المنتظمة، ((وتمتاز هذه الطريقة بسعة

الانتشار وبساطة الأجراء وقلّة التكاليف، وقلّة التعرض للأخطاء في اختيار الأفراد)) (٣) وقد أختيرت عينة البحث كالآتي:

- العدد الأول لليوم الأول من الأسبوع الأول من الشهر K
- العدد الثاني لليوم الثاني من الأسبوع الثاني من الشهر .
- العدد الثالث لليوم الثالث من الأسبوع الثالث من الشهر .
- العدد الرابع لليوم الرابع من الأسبوع الرابع من الشهر .

فتكونت بذلك لدى الباحث عينة عشوائية منتظمة مكونة من (٢٣) عددا موزعة بين مدة البحث، كما

موضح في الجدول الآتي:

الشهر	مجموع الأعداد
كانون الثاني	٤
شباط	٣
آذار	٤
نيسان	٤
ايار	٤
حزيران	٤
المجموع الكلي	٢٣

أجراءات البحث:

أجراء التحليل:

تم تقسيم مصادر الأخبار وفق ظهورها في أعداد العينة وكما ذكرته الجريدة في بداية كل خبر وكالآتي:

1 - مندوبو الجريدة ومراسلوها داخل العراق .

2- مراسلو الجريدة خارج العراق .

3- وكالات الأنباء .

4- وسائل الإعلام .

أسلوب التحليل:

قام الباحث بتحليل مصادر الأخبار المحلية في جريدة الزمان للصفحة الأولى فقط ،لأنها أهم

صفحات الجريدة وتضم أهم الأخبار فيها. و((باعتبار أن الصفحة الأولى هي واجهة الصحيفة وتبرز فيها شخصيتها أكثر من غيرها من صفحات الجريدة)) (١٤) و قد بلغ المجموع الكلي لأعداد الأخبار المحلية التي خضعت للتحليل للصفحة الأولى في الجريدة لمدة البحث (١٩٢) خيراً.

### المبحث الثاني: طبيعة الاخبار المحلية

#### تعريف الاخبار المحلية

((هي الاخبار التي تغطي الموضوعات المتعلقة بالبيئة المحلية ، حيث إن الاخبار المحلية تقتصر على الولاية والمقاطعة والبلدية كمصدر لأخبارها)) (٥). ويعرفها د. عبد العزيز الغنام ((بأنها الاخبار التي تتناول الحوادث والمشاكل الخاصة بأقليم محدد أو مدينة معينة . ولهذا فإنها أقرب الى القراء، أذ تعالج المشاكل المحيطة بهم والتي يعيشونها وتؤثر في حياتهم)) (٦) ويعرفها د. فاروق أبو زيد ((أنها الاخبار التي تقع داخل المجتمع التي تصدر فيه الصحيفة)) (٧) ويمكننا تعريف الاخبار المحلية بأنها الاخبار التي تقع داخل البلد الذي تصدر فيه الصحيفة ، والتي تمس مصالح الجمهور بشكل مباشر أو غير مباشر والتي تثير أهتمامهم ومتابعتهم لها .

#### أهمية الاخبار المحلية

تعنى الاخبار المحلية بالشأن الداخلي أو بأخبار المجتمع الذي تصدر فيه الصحيفة ، ومن هنا تأتي أهمية هذه الاخبار فهي تمس مصالح الجمهور بشكل مباشر أو غير مباشر أو تثير أهتمامهم بشكل من الاشكال . ومن هنا يأتي تعريف هارولد أيفانز للاخبار حيث يقول ((أن الاخبار هي الناس)) (٨) ويشترط جلال الدين الحمامصي بالخبر ((أن يسترعي أهتمام القراء لارتباطه بمصالحهم ومحيطهم الاجتماعي)) (٩) والاعخبار المحلية فضلاً عن كونها تمس مصالح الجمهور فإنها تتضمن عنصر القرب أيضاً ، أي أن مكان وقوع الحدث يكون قريباً لجمهور القراء .

لذلك فإن هيربرت سترنز يشترط بالتغطية الاخبارية الناجحة أن ((تلبى أهتمامات الناس والقرب في المكان والزمان)) (١٠) وتفرد الصحف مساحات كبيرة من الصحيفة للاخبار المحلية وذلك لكونها تهم شريحة واسعة من جمهور القراء وتحظى بمتابعتهم المستمرة لما لها من أهمية في حياتهم اليومية .

((فالاعخبار المحلية تجد العناية البالغة من جانب الصحف قبل غيرها من الانواع ، وبالتالي تكون سيطرتها على مساحات أكثر من سيطرة غيرها من الانواع)) (١١) ((وتختلف الصحف في

درجة اهتمامها بالأخبار المحلية من ناحية أو بالأخبار الخارجية من ناحية أخرى فهناك من يرى ضرورة ارتباط الخبر بالمجتمع المحلي أو بالوطن الذي تصدر فيه الصحيفة، ذلك أنه كلما بعد مركز الحادث قلت رغبة الإنسان في تتبعها بأهتمام)) (١٢) وتحظى الأخبار المحلية بنسبة عالية من القراء أكثر من بقية الأنواع، وذلك للاهمية الكبيرة التي تشكلها لهم ((فقد أظهرت الدراسات أن الأخبار المحلية تحظى بنسبة عالية من القراء لأنها تتعلق بحياة المواطنين وتشغل بالهم أكثر من الأخبار الخارجية التي قد تؤثر في حياة هؤلاء المواطنين إلا أن تأثيرها يحتاج الى وقت)) (١٣)

و الخبر المحلي قد يكون مهماً بشكل كبير فيحظى بمتابعة عدد كبير من القراء نظراً لأهميته لهم وماقد يشكله من تأثير كبير في حياتهم اليومية .

أي أنه يهتم شريحة واسعة من القراء ((فالحادث الداخلي قد يكون من الاهمية والخطورة في بعض الاحيان بحيث يلفت أنظار القراء على أختلاف درجاتهم)) (١٤).

وهنا يجب على الصحيفة أن تعمل على تغطية هذا الحدث بشكل مستمر وأن تورد تفاصيله بشكل متتابع حتى تكون تغطيتها تغطية ناجحة .

فالصحف تتنافس فيما بينها على تغطية مثل هذه الاحداث, فجمهور القراء متابعا لها بأستمرار و يبحث عن تفاصيلها فهي تهم حياته اليومية.

لذلك ينبغي على الصحيفة الناجحة أن توفر لجمهورها هذه التفاصيل ، الامر الذي يوجب عليها أن تبذل مجهوداً كبيراً في الحصول على هذه التفاصيل .

((فالصحف الواسعة الانتشار، تبذل مجهوداً لتحصل على المعلومات من جميع النواحي ولتتفوق على غيرها من الصحف المنافسة لها)) (١٥) نخلص الى أن الأخبار المحلية تشكل أهمية كبيرة للصحف فهي تهم جمهور القراء وتمس مصالحهم وتثير أهتمامهم بشكل مستمر و تؤثر في حياتهم اليومية بشكل مباشر أو غير مباشر ، مما يتطلب من الصحف أن تعمل على تغطيتها بصورة مستمرة وبأكثر قدر ممكن من التفاصيل حتى تضمن الصحيفة النجاح لتغطياتها الاخبارية.

### المبحث الثالث: مصادر الأخبار المحلية

تتعدد مصادر الأخبار المحلية بين مصادر ذاتية خاصة بالصحيفة ومصادر خارجية.

((وتسمى مصادر أخبار الجريدة في بعض الأحيان مسالك الأخبار وذلك للترقية بينها وبين مصادر

أخبار المندوب الصحفي)) (١٦).

ويمكننا إجمال مصادر الأخبار المحلية في الصحف بالآتي:

1- المندوب الصحفي: يعد المندوب الصحفي أهم المصادر للصحف في الحصول على

### الأخبار المحلية.

فهو يمثل جهود الصحيفة في التغطية الأخبارية للأحداث المحلية ويعمل على أفراد الجريدة في تغطياتها الأخبارية وفي التميز عن باقي وسائل الإعلام في حصولها على هذه الأخبار.

فالمندوب الصحفي هو الذي ((يغذي الصحيفة بنسبة كبيرة من الأخبار التي تنشرها وهو الذي تعتمد عليه في الأفراد بأخبار معينة أو في تحقيق سبق صحفي)) (١٧).

فالخبر المحلي الذي يجلبه المندوب الصحفي للصحيفة قد تتفرد به الجريدة في حالة عدم حصول بقية وسائل الإعلام عليه أو تتفرد بنشر تفاصيل أو جوانب منه في حالة الحصول عليها.

والمندوب الناجح هو الذي يستطيع أن يصل الى موقع الحدث ويغطيه تغطية ناجحة، ((فالأنباء لاتأتي الى الصحفي وهو جالس على مكتبه، وإنما الصحفي الناجح هو الذي ينقب عنها ويتعقبها)) (١٨)

والمندوب الصحفي الناجح مطالب بالأمام بجميع تفاصيل الحدث لغرض تزويد صحيفته بها.

((فهو يجمع الأنباء ويسجل ما يجمعه ولا بد له من الحصول على كل تفاصيل الخبر)) (١٩)

ولما للمندوب الصحفي من أهمية للصحف في تزويدها بالأخبار المحلية فأنها تعمل على تعيين مندوبين لها في مختلف الوزارات والدوائر والجهات الحكومية المهمة وغيرها من الأماكن المهمة التي يمكن أن تشكل مصدراً مهماً للأخبار. من هنا فإن المندوب الصحفي يعمل على إرسال ((مختلف الأنباء الى الصحيفة التي تتناول أخبار هذه الوزارات والهيئات وأخبار المجتمع)) (٢٠).

((والمندوب الصحفي في الجريدة غالباً ما يتخصص في تغطية مجال معين من مجالات نشاط الصحيفة فيتخصص كل مندوب بوزارة أو هيئة من الهيئات العامة في المجتمع الذي تصدر فيه الصحيفة)) (٢١). أي أن الصحيفة يجب أن تغطي كل المجالات المهمة في المجتمع بالمندوبين حتى يمكنها الحصول على أكبر قدر ممكن من الأخبار المحلية عن طريق مندوبيها، ومن ثم يمكنها التميز في نقل هذه الاخبار وتغطيتها تغطية ناجحة .

فالمصدر الخاص بالصحيفة والذي يمثله المندوب الصحفي ((يمثل جوهر العمل الاخباري والركيزة الاولى التي تعتمد عليها الصحيفة في امدادها بالمادة الاخبارية)) (٢٢)

نصل الى أن المندوب الصحفي هو أهم مصادر الاخبار المحلية للصحف فهو يمثل جهود الصحيفة في الحصول على هذه الاخبار ويعكس تميزها عن باقي وسائل الاعلام .

2- وكالات الانباء: تعتمد الصحف على وكالات الانباء المحلية والعالمية في الحصول على بعض الاخبار المحلية.

فقد تورد الصحف بعض هذه الاخبار نقلاً عن هذه الوكالات في حالة عدم حصولها عليها أو عدم تمكنها من الامام بجميع تفاصيل الحدث .

وتعد وكالات الانباء أهم المصادر الخارجية للصحيفة في تزويدها بالاخبار المحلية ((ويبدل

على ذلك وظيفتها فهي تجمع الاخبار وتنشرها فور ورودها ويحدث ذلك بسرعة ودقة ((٢٣)).  
وتتميز وكالات الانباء لاسيما العالمية منها بتوفر الامكانيات المالية الكبيرة لها فضلاً عن توفر شبكة واسعة لها من المرسلين في مختلف مناطق الدولة التي تعمل على تغطية أخبارها.  
وتوفر الامكانيات التقنية المتطورة التي تسهل عملها وتميز أخبارها بالسرعة ومواكبة الاحداث .  
(ومن هنا ينشأ الدور الرئيس الذي تقوم به وكالات الانباء في المجال الصحفي)) ((٢٤)).  
الأن الأخبار المحلية التي يكون مصدرها وكالات الانباء لاتجعل من الصحيفة متميزة عن باقي وسائل الاعلام في تغطية هذه الاخبار نقلاً عن هذه الوكالات.  
أي ان صفة الانفراد والتميز للصحيفة في نقل الاخبار المحلية تنتفي هنا.  
مما يوجب على الصحف الاعتماد أكبر قدر ممكن على جهودها الذاتية في نقل الاخبار المحلية وفي التقليل من الاعتماد على وكالات الانباء في تغطية الاخبار المحلية .  
3- وسائل الاعلام: وتضم الصحف والمجلات وقنوات التلفاز الارضية والفضائية ومحطات الاذاعة .  
فقد تستقي الصحف بعض الاخبار المحلية نقلاً عن وسائل الاعلام لاسيما وسائل الاعلام التي تنصف بالصفة الرسمية ، فهي معبرة عن مواقف الحكومة أو ماتريد أبعاله من قرارات الى الناس .  
(فالاذاعات المحلية تعتبر مصدراً هاماً من مصادر الانباء خاصة في الدول التي تخضع فيها الاذاعة لاشراف الحكومة وسيطرتها حيث تعبر الاذاعة عن الاتجاهات الرسمية للدولة)) ((٢٥)).  
فضلاً عن القنوات التلفازية الارضية والفضائية. أو القنوات الاخرى التي تورد بعض هذه الاخبار التي لم تتمكن الجريدة من الحصول عليها بالاعتماد على مصادرها الخاصة .  
ويمكننا اضافة مصدر آخر لوسائل الاعلام وهو من المصادر الحديثة التي ظهرت بفعل التطور التكنولوجي والعلمي وهو المواقع الاخبارية على شبكة المعلومات العالمية ((الانترنت)).  
حيث يوجد العديد من هذه المواقع وماتوفره من الاخبار التي يمكن أن تستفيد منها الصحف .  
وتتميز هذه المواقع بسرعة تحديثها وسرعة نقلها للاخبار حيث يتم اضافة الجديد من الاخبار لها باستمرار وبأوقات قصيرة نسبياً . فضلاً عن سهولة ومجانية الحصول عن طريقها على مختلف الاخبار المحلية وفي مختلف المجالات .

فالصحيفة لاتدفع أي ثمن مقابل الحصول على هذه الاخبار .

الأن جميع هذه المصادر تعد من المصادر السلبية في تقديرنا فالاخبار التي يتم أستقاؤها عن هذا الطريق تكون جاهزة ولاتميز الصحيفة عن باقي وسائل الاعلام في حالة الحصول عليها ولاتضمن لها السبق والانفراد في تغطية الاخبار المحلية .

المبحث الرابع: نتائج تحليل مصادر الاخبار المحلية في جريدة الزمان

سياسة جريدة الزمان في تغطية الاخبار المحلية

((أن المبدأ الاساس الذي نعتمده في تغطية الخبر المحلي هو أنه يجب أن يهتم شريحة واسعة من الشعب العراقي وأن يتحلى الخبر بأكبر قدر ممكن من الموضوعية والمصداقية .  
والخبر يجب أن تنطبق عليه مجموعة من المعايير حتى يستحق في تقديرنا النشر هي الأنية والمصداقية والموضوعية والاهمية .

أما فيما يخص مصادر حصولنا على الخبر فأنا نعتمد بالدرجة الاولى على مندوبينا ومراسلينا في الوزارات والمحافظات . فلدينا مندوب في كل وزارة من الوزارات ومراسل في كل محافظة من المحافظات العراقية . يعملون على تغطية نشاطات وأخبار هذه الوزارات والمحافظات .

فضلاً عن الاستفادة من الاخبار التي يمدنا بها مراسلو الجريدة في بعض العواصم العربية والعالمية ، والتي تخص الشأن المحلي فللجريدة مراسلين في (عمان ، القاهرة ، المنامة ، طهران ، أنقرة ، روما ، مدريد ، لندن ، واشنطن ، الخرطوم ، دمشق ، الرياض ، نيويورك ، تورنتو ، طوكيو ، برلين).

وبالدرجة الثانية نعتمد على الوكالات التي تشترك فيها الجريدة في الحصول على الخبر المحلي وذلك في حالة عدم حصولنا على هذا الخبر بواسطة مندوبينا ومراسلينا أذ لدينا أشتراك في وكالة الانباء الفرنسية ووكالة رويترز ووكالة الانباء الالمانية .

والجريدة تغطي جميع أنواع الاخبار المحلية سواء كانت سياسية أو اجتماعية أو اقتصادية أو غيرها من من أنواع الاخبار والاولوية هي للخبر الاكثر أهمية في تقديرنا))\* .

وكالات الانباء	مندوبو الجريدة في مراسلو الجريدة لوزارات العراقية في المحافظات العراقية	مراسلو الجريدة خارج لعراق
وكالة رويترز وكالة الصحافة الفرنسية وكالة الانباء الانسانية	مندوب في كل وزارة محافظات	القاهرة - عمان - المنامة - الخرطوم - دمشق - الرياض - طهران - لندن - نيويورك - واشنطن - روما - طوكيو - برلين - انقرة - مدريد - تورنتو

نتائج التحليل:

بلغ المجموع الكلي لإعداد الأخبار المحلية التي تم أخضاعها للتحليل في الجريدة للصفحة الأولى للمدة من ٢٠٠٦/١/١ لغاية ٢٠٠٦/٦/٣٠ (١٩٢) خبر. وكما مبين في جدول رقم (٢).

جدول رقم (٢) يبين المجموع الكلي لأعداد الأخبار المحلية للصفحة الأولى في الجريدة التي تم أخضاعها للبحث

جدول رقم (٣) يبين مصادر الاخبار المحلية في جريدة الزمان وتكرارها ونسبها المئوية كما ظهرت في

نتائج التحليل: اعداد التكرار

المصدر	التكرار	%
مندوبو الجريدة ومراسلوها داخل العراق	١٤٦	٧٦,٥٥
مراسلو الجريدة خارج العراق	٢٦	١٣,٥٤
وكالات الأنباء	١٨	٩,٣٧
وسائل الاعلام	٢	١,٠٤
المجموع الكلي	١٩٢	

١- الأخبار التي مصدرها مندوبو الجريدة ومراسلوها داخل العراق: بلغ المجموع الكلي لاعداد هذه الأخبار (١٤٦) خبراً ونسبة (٥,٧٦) ينظر جدول رقم (٣) و جدول رقم (٤).  
وحصلت على المرتبة الاولى.

جدول رقم (٤) يبين تكرار الاخبار المحلية التي مصدرها مندوبو ومراسلو الجريدة داخل العراق

الشهر	التكرار	%
كانون الثاني	٢٦	١٧,٨١
فبراير	١٨	١٢,٣٢
أذار	٢٥	١٧,١٣
نيسان	٢٣	١٥,١٥
ايار	٢٦	١٧,٨١
حزيران	٢٨	١٩,١٨
المجموع الكلي	١٤٦	

2- الأخبار التي مصدرها مراسلو الجريدة خارج العراق: بلغ المجموع الكلي لأعداد هذه الأخبار لمدة البحث (٢٦) خبراً وبنسبة (٥٤،١٣) ينظر جدول رقم (٣) و جدول رقم (٥).  
وحصلت على المرتبة الثانية.

يتبين لنا من نقطة رقم (١) ونقطة رقم (٢) أن جريدة الزمان تعتمد اعتماداً رئيساً على مصادرها الذاتية والمتمثلة بمندوبي ومراسلي الجريدة داخل العراق ومراسليها خارج العراق في الحصول على الأخبار المحلية. جدول رقم (٥) يبين تكرار الأخبار المحلية التي مصدرها مراسلو الجريدة خارج العراق لمدة البحث

الشهر	التكرار	%
كانون الثاني	٧	٢٦،٩٣
شباط	٢	٧،٦٩
آذار	٤	١٥،٣٨
نيسان	٥	١٩،٢٤
ايار	٣	١١،٥٤
حزيران	٥	١٩،٢٤
المجموع الكلي	٢٦	

3- الأخبار التي مصدرها وكالات الأنباء: بلغ المجموع الكلي لإعداد هذه الأخبار (١٨) خبراً وبنسبة (٣٧،٩) ينظر جدول رقم (٣) و جدول رقم (٦). وحصلت على المرتبة الثالثة.  
الأمر الذي يعني قلة اعتماد جريدة الزمان على وكالات الأنباء في الحصول على الأخبار المحلية مقارنة بمصادر ذاتية.

جدول رقم (٦) يبين تكرار الأخبار المحلية التي مصدرها وكالات الأنباء لمدة البحث.

الشهر	التكرار	%
كانون الثاني	٢	١١,١١
شباط	٢	١١,١١
آذار	٤	٢٢,٢٢
نيسان	٥	٢٧,٧٧
ايار	٣	١٦,٦٦
حزيران	٢	١١,١١
المجموع الكلي	١٨	

4- الاخبار التي مصدرها وسائل الاعلام: بلغ المجموع الكلي لعدد هذه الاخبار (خبران) ونسبة (٤,١) ينظر جدول رقم (٣) و جدول رقم (٧). وجاءت بالمرتبة الخامسة والاخيرة . وهذا يعني قلة اعتماد جريدة الزمان على وسائل الاعلام في الحصول على الاخبار المحلية مقارنة بمصادرنا الذاتية  
جدول رقم (٧) يبين تكرار الاخبار المحلية التي مصدرها وسائل الاعلام لمدة البحث

الشهر	التكرار	%
كانون الثاني	١	٥٠,٠٠٠
شباط	-	-
آذار	-	-
نيسان	١	٥٠,٠٠٠
ايار	-	-
حزيران	-	-
المجموع الكلي	٢	

### نتائج البحث

- 1- جاءت الاخبار التي مصدرها مندوبو الجريدة ومراسلوا داخل العراق بالمرتبة الاولى بمجموع كلي بلغ (١٤٦) خبراً.
- 2- جاءت الاخبار التي مصدرها مراسلو الجريدة خارج العراق بالمرتبة الثانية بمجموع كلي بلغ (٢٦) خبراً.
- وبذلك فإن المجموع الكلي للاخبار المحلية التي أتمدت الجريدة مصادرha الذاتية في الحصول عليها لمدة البحث بلغ (١٥٢) خبراً. الامر الذي يعني أن الجريدة تعتمد اعتماداً رئيساً وكبيراً على مصادرha الذاتية في الحصول على الاخبار المحلية أكثر بكثير من باقي المصادر.
- 3- جاءت الاخبار المحلية التي مصدرها وكالات الانباء بالمرتبة الثالثة بمجموع كلي بلغ (١٨) خبراً. وهذا يعني قلة اعتماد الجريدة على وكالات الانباء في الحصول على الاخبار المحلية.
- 4- جاءت الاخبار التي مصدرها وسائل الاعلام بالمرتبة الرابعة والاخيرة بمجموع بلغ خبران. وهذا يعني قلة اعتماد الجريدة على وسائل الاعلام في الحصول على الاخبار المحلية مقارنة بمصادرha الذاتية.
- 5- ظهرلنا من نتائج البحث أن الجريدة تعتمد اعتماداً رئيساً وكبيراً على مصادرha الذاتية (مندوبو ومراسلو الجريدة داخل وخارج العراق) في الحصول على الاخبار المحلية.
- أبلغ مجموع هذه الاخبار (١٥٢) خبراً من المجموع الكلي للاخبار المحلية التي أوردتها الجريدة في صفحتها الاولى لمدة البحث والتي بلغت (١٩٢) خبراً والخاضعة للتليل.
- وهذا يشير الى أن التغطية الاخبارية التي قامت بها جريدة الزمان للاخبار المحلية (لمدة البحث) هي تغطية ناجحة كونها أتمدت جهودها الذاتية الخاصة بها في هذه التغطية، وأن اعتمادها على المصادر الخارجية كان قليلاً مقارنة بمصادرha الذاتية.

## الهوامش

- 1- د. فوزي غرابية وآخرون، أساليب البحث العلمي في العلوم الاجتماعية والانسانية، عمان، مطابع الجمعية الملكية، ١٩٧٧، ص١٩.
- 2- د. محمد عبيدات وآخرون، منهجية البحث العلمي، عمان، دار وائل، ١٩٧٧، ص ٤٧.
- 3- د. محمد الصاوي محمد مبارك، البحث العلمي أسسه وطريقة كتابته، القاهرة، المكتبة الاكاديمية، ١٩٩٢، ص٤١.
- 4- د. فاروق أبو زيد، فن الخبر الصحفي، جدة، مكتبة العلم، ١٩٨١، ص١٧.
- 5- ستيفن أيزن لابيير وآخرون، لعبة وسائط الاعلام، ترجمة د. شحدة فارح، عمان، دار البشير، ١٩٩٩، ص٥٠.
- 6- د. عبد العزيز الغنام، مدخل الى عالم الصحافة، مكتبة الانجلو مصرية، ١٩٧٧، ص ١٩٠.
- 7- د. فاروق أبو زيد، مصدر سابق، ص ٨٥.
- 8.F.W Hodgson, Modren news paper , Second editon practice , N.P Henamann professional publishing , 1989 , page 9
- 9- جلال الدين الحمامصي، المندوب الصحفي، القاهرة، دار المعارف، ١٩٦٣، ص٩٦.
- 10- هيربرت سترنز، المراسل الصحفي ومصادر الاخبار، ترجمة سميرة أبو سيف، ط٢، القاهرة، الدار الدولية للنشر والتوزيع، ١٩٨٩، ص١٢٥.
- 11- د. عبد العزيز الغنام، مصدر سابق، ص ١٣٤.
- 12- د. فاروق أبو زيد، مصدر سابق، ص ٨٥.
- 13- المصدر نفسه، ص ٨٥.
- 14- د. عبد اللطيف حمزة، المدخل في فن التحرير الصحفي، القاهرة، دار الفكر العربي، ط٤، بلاتاريخ، ص٩٩.
- 15- د. خليل صابات، الصحافة رسالة وأستعداد وفن وعلم، القاهرة، دار المعارف، بلاتاريخ، ص ١٧١.
- 16- د. فاروق أبو زيد، مصدر سابق، ص ١٧٠.
- 17- المصدر نفسه، ص ١٧٢.
- 18- كارل وارين، كيف تصبح صحفياً، ترجمة عبد الحميد سرايا، بلادار للنشر، بلاتاريخ، ص ١٢.
- 19- دافيد بوتر، مخبرو الصحف، ترجمة محمد مصطفى غنيم، القاهرة، دار الفكر العربي، ١٩٦٦، ص١٢.
- 20- د. محمود فهمي، الفن الصحفي في العالم، القاهرة، دار المعارف، ١٩٦٤، ص١٧٠.
- 21- د. فاروق أبو زيد، مصدر سابق، ص ١٧٣.
- 22- د. عبد العزيز الغنام، مصدر سابق، ص ٢٢٢.
- 23- المصدر نفسه، ص ٧٥.
- 24- د. خليل صابات، مصدر سابق، ص ١٨٢.
- 25- د. فاروق أبو زيد، مصدر سابق، ص ١٧٦.

(\*) مقابلة اجراها الباحث مع د. احمد عبد المجيد رئيس تحرير جريدة الزمان (طبعة بغداد) في مقر الجريدة في بغداد بتاريخ ٢٠٠٦/٨/١ .

## المصادر

### أولاً : الكتب العربية

- 1- أبو زيد ، د. فاروق ، فن الخبر الصحفي ، جدة، مكتبة العلم ، ١٩٨١ .
- 2- الحماصي ، جلال الدين ، المنذوب الصحفي ، القاهرة ، دار المعارف ، ١٩٦٣ .
- 3- الغنام ، د. عبد العزيز ، مدخل الى عالم الصحافة ، مكتبة الانجلو مصرية ، ١٩٧٧ .
- 4- الصاوي ، د. محمد مبارك ، البحث العلمي ، أسسه وطريقة كتابته ، القاهرة ، المكتبة الاكاديمية ، ١٩٩٢ .
- 5- حمزة د. عبد اللطيف ، المدخل في فن التحرير الصحفي ، القاهرة ، دار الفكر العربي ، ط٤ ، بلا تاريخ .
- 6- عبيدات وآخرون ، د. محمد ، منهجية البحث العلمي ، عمان ، دار وائل ، ١٩٩٧ .
- 7- غرايبة وآخرون ، د. فوزي ، أساليب البحث العلمي في العلوم الاجتماعية والانسانية ، عمان ، مطابع الجمعية الملكية ، ١٩٧٧ .
- 8- صابات ، د. خليل ، الصحافة رسالة وأستعداد وفن ، القاهرة ، دار المعارف ، بلا تاريخ .
- 9- فهمي ، د. محمود ، الفن الصحفي في العالم ، القاهرة ، دار المعارف ، ١٩٦٤ .

### ثانياً : الكتب المترجمة

- 1- اينز لابير وآخرون ، ستيفن ، لعبة وسائط الاعلام ، ترجمة د. شحده فارح ، عمان ، دار البشير ، ١٩٩٩ .
- 2- بوتر ، دافيد ، مخبرو الصحف ، ترجمة محمد مصطفى غنيم ، القاهرة ، دار الفكر العربي ، ١٩٦٦ .
- 3- سترنز ، هيربرت ، المراسل الصحفي ومصادر الاخبار ، ترجمة سميرة أبو سيف ، القاهرة ، الدار الدولية للنشر والتوزيع ، ١٩٨٩ .
- 4- وارين ، كارل ، كيف تصبح صحفياً ، ترجمة عبد الحميد سرايا ، بلا دار للنشر ، بلا تاريخ .

### ثالثاً : الكتب الاجنبية

1.F.W Hodgson, Modren news paper , Second editon practice , N.P  
Henamann professional publishing , 1989 .

### رابعاً : المقابلات الشخصية

مقابلة شخصية اجراها الباحث مع الدكتور أحمد عبد المجيد رئيس تحرير جريدة الزمان (طبعة بغداد)

في مقر الجريدة في بغداد بتاريخ ٢٠٠٦/٨/١ .

العدد

3

154

البحث الاعلامي

حزيران ٢٠٠٧

## الاعلام والمستهلك

دراسة تحليلية لآراء واتجاهات عينة من الصناعيين  
في دور الاعلام بتوجيه المستهلك للصناعات الوطنية

د. منى تركي الموسوي

د. رعد جاسم الكعبي

الفريق المساعد هالة فاضل الحكيم

تقديم :

يكاد الحديث عن العلاقة ما بين وسائل الاعلام والصناعيين يكون محوراً او ممراً لموضوع اكبر وأعمق هو دور هذه الوسائل في زيادة المبيعات وبالتالي او لزيادة وعي المستهلك بأهمية السلع وبالنتيجة الترويج للمنتوج وثانياً زيادة الاستثمار الأمر الذي يتطلب دراسات وبحوث عميقة متواصلة لاستيعاب المتغيرات التي تطرأ باستمرار على أوضاع السوق أولاً وعلى أذواق الجمهور ثانياً، بندرج البحث الذي نحن بصدد في إطار معرفة كيف يرى الصناعيون دور هذه الوسائل الإعلامية في الترويج للمنتوج في العراق اليوم وكيف يرون ان يتطور هذا الدور مستقبلاً؟

### مشكلة البحث

لوحظ ان هنالك عزوفاً من قبل الصناعيين للإعلان في وسائل الاعلام المحلية كما يكتنف الغموض رؤية الصناعيين لدور وسائل الاعلام المحلية في الترويج للمنتوج المحلي ولذلك ينبغي الاجابة على التساؤلات

### التالي

- 1- ما القنوات الاعلامية التي يفضلها الصناعيون للإعلان عن منتجاتهم؟
- 2- ما اسباب عزوف المنتجين المحليين عن الاعلان في وسائل الاعلام المحلية؟
- 3- هل تقدم وسائل الاعلام المحلية تسهيلات ملائمة للصناعيين؟

### أهداف البحث

يهدف البحث إلى:

- 1- الكشف عن معرفة وجهات نظر الصناعيين في دور وسائل الاعلام المحلية في الترويج

### للمنتوج المحلي

- 2- الكشف عن الاسباب التي تقف وراء عزوف المنتجين عن الاعلان في وسائل الاعلام

العدد

3

155 البحث الاعلامي

حزيران ٢٠٠٧

### المحلي K

3- تحديد مشكلات الصناعيين الخاصة برؤياهم لدور وسائل الإعلام في الترويج للمنتج المحلي ورؤيتهم لتطور دور هذه الوسائل ومقترحاتهم بهذا الصدد.

#### أهمية البحث:

يسلط البحث الضوء على منطقة غاية في الأهمية تكمن في تحديد كيف تسهم وسائل الإعلام في الترويج للمنتج المحلي وكيف يرى القائمون على المنتج المحلي دور هذه الوسائل وهو امر يلفه الغموض وعدم

### الوضوح K

#### منهجية البحث

اعتمد الباحث المنهج الوصفي الذي يقوم على ضوء الظاهرة وتحليل عناصرها K

#### إجراءات البحث

اعد الباحث استمارة استبيان ضمن ثلاثة محاور ومجموعة من الاسئلة ذلك لان الاستبيان (١) ((ادرة ملائمة للحصول على معلومات وبيانات وحقائق مرتبطة بواقع معين يقدم بشكل عدد من الاسئلة يتطلب الاجابة عنها من قبل عدد من الافراد المعنيين بموضوع الاستبيان)) وقام بتوزيع استمارات على المجموعتين اللتين تم اختيارهما على وفق عينة عمدية او قصدية والتي تسمى (٢) ((الطريقة المقصودة او الاختيار بالخبرة، وهي تعني ان اساس الاختيار خبرة الباحث ومعرفة بان هذه المفردة او تلك تمثل مجتمع البحث)) اذ اختار الباحث مجموعة من الصناعيين ووزع ٥٥ استمارة استرجع منها ٥٠ استمارة بلغت نسبتها (٩٠,٩%) وهي نسبة

#### مرتفعة جداً K

وقد اجرى التحليل الاحصائي باستخدام نظام **pmpp** الاحصائي للوصول الى النتائج K

#### تقسيم البحث:

قسم البحث الى اطار منهجي يتضمن مشكلة البحث واجراءاته واطار نظري يتناول مفهوم الإعلام الاقتصادي وسماته ومن ثم مفهوم الإعلان وخصائص الإعلان في وسائل الإعلام الثلاثة الصحافة والاذاعة والتلفزيون، واخيراً الاهتمام الاعلامي العالمي بالانفاق على الاعلان فيما كان الاطار التطبيقي تحليل لاستمارات الاستبانة التي اعدّها الباحثان للتوصل الى النتائج ومناقشتها

#### اولاً : الأعلام الاقتصادي K

يعرف الاعلام الاقتصادي المتخصص بانه ((الاعلام المعني اساساً بمعالجة الاحداث والظواهر والتطورات الاقتصادية بجوانبها المختلفة والهادف الى التأثير في مسارات التطور والتغيير في الحياة الاقتصادية بما يعبر عن افكار القوى التي تملك هذا الاعلام وتوجهه ويخدم مصالحها)) (٣).

وينقسم التحرير الاقتصادي في الصحف والمجلات عادة إلى أربعة أقسام (٤):

1- التحرير الخبري المباشر K

2- التحليل K

3- التنبؤ والتتويج K

4- التعليق K

ثانياً: الإعلان

يعرف الإعلان بأنه ((وسيلة غير شخصية في الترويج والذي بواسطته نقوم بتعريف ما نريد بيعه ونريد شراءه)) (٥).

وتقف أسباب عديدة وراء اللجوء إلى الإعلان منها (٦):

1- السلعة الجديدة K

2- لاتخاذ موقف تجاه المنافسين

P- زيادة فاعلية البيع الشخصي K

4- زيادة استخدامات السلع K

5- لتذكير وإجبار المستهلكين K

6- التقليل في تقلبات البيع K

7- في مجال التصدير K

ولذلك على المعلن ان يأخذ في اعتباره ثلاث قوى يمكن ان تقود الى انجاز البيع (٧):

1- من يستخدم المنتج؟

2- من يشتريه بالفعل؟

3- من يقرر الحصول عليه؟

وينبغي تحديد الجمهور المستهدف للإعلان وذلك للاستفادة منه في إعادة صياغة الاعلانات لتوافق

احتياجات الجمهور الذي في الغالب تشده الوسيلة الاعلامية بما تقدمه من مضامين K

ولكل وسيلة اعلامية (\*) مزايا لنشر الاعلانات فبالنسبة للصحافة يمكن تحديد بعض هذه المزايا (٨):

1- مرونة الاعلان K

2- سعة الانتشار وتغطية مناطق جغرافية شاملة K

3- رخص الثمن K

4- اتاحة المستهلك قدر كافي من الوقت لدراسة الاعلان K

5- استخدام الالوان وسهولة الرجوع الى الاعلان من قبل العديد من المستفيدين K

ثالثاً : الاهتمام الإعلامي بالإنفاق الإعلاني

على الرغم من ان الاعلان يساعد المنتجين على تحقيق الأرباح المرغوبة بما يحثهم على زيادة الاستثمار ، ومما ينتج عنه زيادة في العمالة والدخل الفردي والدخل القومي (٩) الا ان الحديث عن مسلمات ثابتة حول دور مطلق للإعلان بهذا الصدد يظل بحاجة الى إثباتات لا تقنعها الا الدراسات العلمية الرصينة وهي قليلة الى حد **K**

ويبدو ان الارقام التي تصرف على الانفاق الاعلاني تقدم تصوراً دقيقاً بهذا الصدد وقد شهدت بعض الدول زيادة في هذا الانفاق ما بين سبعة اعوام بلغت في اليونان مثلاً ١٨٢% واطالياً واليابان ٤٣% والولايات المتحدة الامريكية ٣٠% (١٠).

وقد بلغ الانفاق الاعلاني في دول مجلس التعاون الخليجي ٣٥٥ مليون دولار عام ١٩٩١ وصل الى ٥٩٧ مليون دولار عام ١٩٩٥. وقد تماثل هذا التطور في التخصيصات المالية للاعلان مع التطورات التي شهدتها وسائل الاعلام وظهور الفضائيات المتخصصة التي قدمت فرصة للنشاطات الاقتصادية لنقل الشبكات والفواتير والصور والبيانات على اختلاف انواعها نقلاً مباشراً في ثوان معدودة وان التأثيرات المحتملة لهذه الخدمات عبر الاقمار الصناعية تؤكد ارتباط القوة الشرائية العالمية لتلك الخدمات بالتغيرات الاقتصادية.

المبحث الأول

منهجية الدراسة

أولاً: الخصائص العامة للمبحوثين

تبين من خلال تحليل استمارات البحث أن نسبة الذكور المشاركين في البحث (٤٩) مبحوثاً وهو ما يشكل (٩٨%) من مجتمع البحث في حين وجدنا مبحوثاً واحداً وبنسبة (٢%) من الإناث وهو أمر يعكس طبيعة العمل الصناعي الذي يمارسه الرجال أكثر من النساء في مجتمع مثل مجتمعنا وكذلك بسبب الطرف الأمني الذي يمر به البلد وكما يظهر الجدول (١):

الجنس	عدد التكرارات	النسبة المئوية %
ذكر	٤٩	٩٨
أنثى	١	٢
المجموع	٥٠	١٠٠

كما أظهر تحليل الاستثمارات ارتفاع نسبة المتزوجين بين الصناعيين عن غيرها من الفئات إذ بلغ عدد المشاركين من المبحوثين (٣٨) متزوجاً وبنسبة (٧٦%) من مجتمع البحث، في حين حل العزاب ثانياً فبلغ عددهم (١٠) وبنسبة (٢٠%)، في حين بلغ عدد المطلقين منهم (٢) وبنسبة (٤%)، فيما لم يكن أي منهم أرملاً، الأمر الذي يعني أن نسبة كبيرة منهم تعيش وضعا عائلياً مستقراً في هذا الجانب والذي قد يسهم في خلق جو ساند للعمل الصناعي

أما النسبة التي تصل الى ربع المبحوثين ما بين مطلق وأعزب فأنها تعكس وضعا خطيراً ذلك أن هذه الفئة المعول عليها في التنمية تعاني من عدم استقرار عائلي وكما يظهر الجدول (٢):

جدول (٢) توزيع عينة الدراسة حسب الحالة الاجتماعية

فئات العمر	عدد التكرارات	النسبة المئوية %
٣٠-٢٠	٦	١٢
٤٠-٣١	١٧	٣٤
٥٠-٤١	١٥	٣٠
٥١ فأكثر	١٢	٢٤
المجموع	٥٠	١٠٠

وتبين من خلال التحليل ارتفاع عدد الصناعيين من الفئة العمرية ما بين (٣١-٥٠) سنة عن غيرها، إذ بلغ عدد المبحوثين الحاملين لهذه الصفة (٣٢) مبحوثاً وبنسبة (٦٤%)، وهي نسبة جيدة تعكس طبيعة المهنة التي تتطلب فئات في هذه الأعمار تحمل خبرة وتجربة كافية تولدها المباشرة بالمهنة مبكراً، غير أن حلول الفئة العمرية (٥١ سنة فأكثر) ثالثاً، إذ وجدت في (١٢) مبحوثاً وشكلت ما نسبته (٢٤%) مما يدل على أن فرصة الفئات العمرية المرتفعة نقل عن غيرها في عمل يتطلب جهداً كبيراً قد لا تساعد عليه التقدم في العمر في حين حلت الفئة العمرية (٣٠-٢٠) سنة في المرتبة الأخيرة إذ بلغ عدد المبحوثين (٦) وبنسبة (١٢%) مما يدل على قلة فرص الشباب في عمل يتطلب خبرة تولدها سنوات من العمل. وكما مبين في الجدول (٣):

العدد

3

159 الباعث الاعلامي

حزيران ٢٠٠٧

جدول (٣) توزيع عينة الدراسة حسب الفئات العمرية

فئات العمر	عدد التكرارات	النسبة المئوية %
٢٠-٣٠	٦	١٢
٣١-٤٠	١٧	٣٤
٤١-٥٠	١٥	٣٠
٥١ فأكثر	١٢	٢٤
المجموع	٥٠	١٠٠

وقد أظهر التحليل الخاص بالتحصيل الدراسي للمبحوثين أن الحاصلين على شهادات في دراسات جامعية حلوا أو لأفبلغ عددهم (٢٦) مبحوثاً وبنسبة (٥٢%)، في حين حل الحاصلين على شهادة الإعدادية ثانياً بـ (١٢) مبحوثاً وبنسبة (٢٤%)، حين جاء خريجو المتوسطة بـ (٦) مبحوثين وبنسبة (١٢%)، وجاء حملة الدراسات العليا بـ (٣) مبحوثين وبنسبة (٦%)، في حين بلغ عدد اللذين يقرأون ويكتبون (٢) مبحوثين وبنسبة (٤%) وحل أخيراً حملة شهادة الابتدائية فبلغ عددهم مبحوث واحد وبنسبة (٢%) أن هذه الأرقام تعكس حقيقة أن أكثر من نصف العاملين في الوسط الصناعي هم خريجو دراسات جامعية مما يعكس أن لديهم مؤهلات أكاديمية بهذا الصدد يوظفونها في عملهم، في حين يعكس باقي التدرج الأوضاع التي مر بها القطر من عدم وجود فرص حقيقية خلال النظام السابق لتوظيف التخصصات الأكاديمية والانخراط في العمل الصناعي مباشرةً أما انخفاض نسبة حملة الشهادات العليا فيعكس وجود نقص هائل في توظيف التخصص العالي الأكاديمي في هذا الميدان وكما يظهر الجدول (٤):

جدول (٤) توزيع عينة الدراسة حسب التحصيل العلمي

التحصيل العلمي	عدد التكرارات	النسبة المئوية %
يقرأ ويكتب	٢	٤
ابتدائية	١	٢
متوسطة	٦	١٢
إعدادية	١٢	٢٤
دراسات جامعية	٢٦	٥٢
دراسات عليا	٣	٦
المجموع	٥٠	١٠٠

ثانياً: وسائل الإعلام والمنتج المحلي

تبين من خلال التحليل أن (٣٤) مبحوثاً وما يشكلون (٦٨%) من مجتمع البحث يتابعون الصحف والمجلات في حين أجاب (١٦) مبحوثاً وما نسبته (٣٢%) بعدم متابعة الصحف والمجلات ، مما يعكس أن غالبية العاملين في الوسط الصناعي ممن شملهم البحث يتابعون بعض وسائل الإعلام، وان وجود ما يقارب ثلث العاملين ممن لا يتابعون الصحف والمجلات يعكس حالة خطيرة لا تتلائم مع كون غالبيتهم من خريجي الدراسة الجامعية الأمر الذي قد يفسر انشغالهم بالعمل وكما يظهر الجدول (٥):

جدول (٥) توزيع عينة الدراسة حسب متابعتها الصحف والمجلات

الاعتقاد	عدد التكرارات	النسبة المئوية %
نعم	٣٤	٦٨
كلا	١٦	٣٢
المجموع	٥٠	١٠٠

وفيما يخص الإذاعة جاءت النتائج مغايرة لمتابعة الصحف والمجلات تماماً إذ بلغ عدد الذين لا يتابعون الإذاعة من المبحوثين (٣١) مبحوثاً وبنسبة (٦٢%)، في حين بلغ عدد المتابعين للإذاعة منهم

(١٩) مبحوثاً وبنسبة (٣٨%)، مما يعكس أنهم قد يكتفون ببعض الوسائل عن غيرها وان ارتفاع نسب المتعلمين يجعلهم يميلون الى الصحف والمجلات عن الإذاعة كما أثبتت بعض الدراسات. وكما مبين في جدول (٦)

جدول (٦) توزيع عينة الدراسة حسب متابعتها للإذاعة

الإعتقاد	عدد التكرارات	النسبة المئوية %
نعم	١٩	٣٨
كلا	٣١	٦٢
المجموع	٥٠	١٠٠

تبين أن غالبية من شملهم البحث يتابعون التلفزيون، إذ بلغ عددهم (٤٣) مبحوثاً وبنسبة (٦٨%)، في حين أجاب (٧) مبحوثين وبنسبة (١٤%) بعدم متابعتهم للتلفزيون. أن هذا يعكس حقيقة متابعة القنوات العديدة التي تصل الى القطر بسبب الإتاحة عن طريق الستلايت الذي انتشر مؤخراً وكما يظهر الجدول (٧):

جدول (٧) توزيع عينة الدراسة حسب متابعتها التلفزيون

الإعتقاد	عدد التكرارات	النسبة المئوية %
نعم	٤٣	٨٦
كلا	٧	١٤
المجموع	٥٠	١٠٠

لقد تباينت آراء المبحوثين بصدد الثقة بوسائل الإعلام المحلية، إذ تبين أن (٢٦) مبحوثاً ما نسبته (٥٢%) يعتقدون بدور وسائل الإعلام المحلية في تثقيف المستهلك المحلي، في حين أجاب (٢١) مبحوثاً ما نسبته (٤٢%) بعدم اعتقادهم بدور لهذه الوسائل في تثقيف المستهلك المحلي، وقد أجاب (٣) مبحوثين ما نسبته (٦%) بعدم معرفتهم بذلك. أن هذه الأرقام تعكس حقيقة أن ثقة الصناعيين ليست كبيرة جداً بوسائل الإعلام المحلية وهذا يتناقض مع متابعتهم لها إذ يبدو أن متابعتهم لهذه الوسائل شيء وثقتهم بدور هذه الوسائل في تثقيف المستهلك المحلي شيء آخر... وكما يظهر الجدول (٨):

جدول (٨) اعتقاد عينة الدراسة بدور وسائل الاعلام المحلية في تثقيف المستهلك المحلي

الإعتقاد	عدد التكرارات	النسبة المئوية %
نعم	٢٦	٥٢
كلا	٢١	٤٢
لا اعرف	٣	٦
المجموع	٥٠	١٠٠

كما تبين عدم اعتقاد غالبية المبحوثين بكفاية البرامج الإعلامية التي يبثها التلفزيون لدعم الصناعة الوطنية، إذ أجاب (٤٣) مبحوثاً ما نسبته (٨٦%) بعدم كفاية هذه البرامج الإعلامية، في حين حل الذين لا يعرفون بهذا الصدد (٥) مبحوثين ما نسبته (١٠%)، يعتقدون بكفاية هذه البرامج الإعلامية مبحوثان وبنسبة (٤%).

أن هذه النسبة المرتفعة جداً تعكس عدم الثقة بوسائل الإعلام المحلية أولاً، وتعكس ان الثقة بهذه البرامج التلفزيونية لدى الصناعيين لا توازي ارتفاع متابعتهم للتلفزيون وكما مبين في جدول (٩):

جدول (٩) اعتقاد عينة الدراسة بكفاية البرامج الإعلامية التي يبثها التلفزيون لدعم الصناعة الوطنية

الإعتقاد	عدد التكرارات	النسبة المئوية %
نعم	٢	٤
كلا	٤٣	٨٦
لا اعرف	٥	١٠
المجموع	٥٠	١٠٠

وتبين النتائج أن نسبة مرتفعة من المبحوثين لا تعتقد بكفاية المواضيع التي تنشرها الصحف والمجلات لدعم الصناعة الوطنية، إذ بلغ عددهم (٤٣) ما نسبته (٦٨%)، وقد أجاب (٩) مبحوثين ما نسبته (١٨%) بعدم معرفتهم بهذا الصدد، في حين أجاب (٧) مبحوثين ما نسبته (١٤%) بكفاية هذه المواضيع. أن هذا يعكس أيضاً عدم الثقة بالوسائل المحلية أولاً وان المبحوثين يشعرون بقصور في أداء هذه الوسائل إزاء نشاطهم الصناعي. وكما يظهر الجدول (١٠):

جدول (١٠) اعتقاد عينة الدراسة بكفاية المواضيع التي تنشرها الصحف والمجلات لدعم الصناعة

الوطنية

الاعتقاد	عدد التكرارات	النسبة المئوية %
نعم	٧	١٤
كلا	٣٤	٦٨
لا اعرف	٩	١٨
المجموع	٥٠	١٠٠

كما أن ارتفاع نسبة غير العارفين لكفاية البرامج والمواضيع في التلفزيون والصحف والمجلات الى (١٤) مبحوثاً وما نسبته (٢٨%) يعكس عدم وجود وعي لدور هذه الوسائل الإعلامية وما يمكن أن تقدمه لدعم **الصناعات الوطنية**

ثالثاً: المنتج المحلي والإعلانات تبين من خلال تحليل إجابات المبحوثين إن (٢٥) مبحوثاً في عينة الدراسة وبنسبة (٥٠%) لا يرغبون بنشر إعلانات عن منتجاتهم في وسائل الإعلام المحلية، في حين أجاب (٢١) مبحوثاً وبنسبة (٤٢%) بنعم، وأجاب (٤) مبحوثين وبنسبة (٨%) عن عدم معرفتهم بهذا الصدد، ويبدو إن نصف الصناعيين الذين شملهم البحث لا يتقنون بأداء وسائل الإعلانات المحلية إزاء نشاطهم ولذلك فهم لا يرغبون بنشر إعلاناتهم فيها، وإن الراغبين بنشر إعلاناتهم هم بنسبة مرتفعة، ولكنها لا تعكس في الحقيقة إلا مدى محدود من الثقة بجدية وسائل الإعلام وتبين أن المجموعة الأخرى غير العارفين بهذا الصدد لا تعكس إلا قلة وعي بدور هذه الوسائل. وكما يظهر الجدول (١١):

جدول (١١) رغبة عينة الدراسة في نشر إعلانات عن منتجاتها في وسائل الإعلام المحلية

الرغبة	عدد التكرارات	النسبة المئوية %
نعم	٢١	٤٢
كلا	٢٥	٥٠
لا اعرف	٤	٨
المجموع	٥٠	١٠٠

وقد عبر (٢٩) مبحوثاً وما نسبته (٥٨%) عن عدم كفاية مساحة الإعلانات المعروضة عن الإنتاج المحلي في الإذاعة والتلفزيون للترويج عن المنتج، في حين عبر (١١) مبحوثاً وما نسبته

(٢٢%) عن عدم معرفتهم بذلك، وجاء الذين يعتقدون بكفاية مساحة الإعلانات المعروضة في المرتبة الأخيرة إذ عبر عنه (١٠) مبحوثين وما نسبته (٢٠%) أن ذلك يعكس أن أكثر من نصف الصناعيين الذين شملهم الدراسة يعتقدون أن أداء وسائل الإعلام إزاء نشاطهم غير مقنع بالنسبة لهم وذلك لأن الإعلانات عن منتجاتهم لا تأخذ مساحات مقنعة وهي غير كافية وخاصة في الإذاعة والتلفزيون الواسعتين الانتشار وكما يظهر (١٢):

جدول (١٢) اعتقاد عينة الدراسة عن كفاية مساحة الإعلانات المعروضة عن الإنتاج المحلي في

الإذاعة والتلفزيون للترويج

الإعتقاد	عدد التكرارات	النسبة المئوية%
نعم	١٠	٢٠
كلا	٢٩	٥٨
لا اعرف	١١	٢٢
المجموع	٥٠	١٠٠

كما اظهر التحليل إن (٢١) مبحوثاً وبنسبة (٤٢%) غير مقتنعين بطبيعة نشر المادة الإعلانية في الإذاعة والتلفزيون وان (١٥) مبحوثاً وبنسبة (٣٠%) لا يعرفون شيئاً بهذا الصدد وقد أبدى (١٤) مبحوثاً وبنسبة (٢٨%) عن اقتناعهم بطبيعة النشر، الأمر الذي يفسر أيضاً ما ذكرناه في اعتقاد الصناعيين بقصور وسائل الإعلام إزاء نشاطهم، في حين أن ثلث المبحوثين لا يعرفون شيئاً بهذا الصدد الأمر الذي يعكس أما عدم أكثر انهم بالموضوع أو نقص في وعيهم إزاء الأمر، إما نسبة المقتنعين منهم نسبة قليلة قياساً لباقي النسب لاسيما وهم يتعاملون مع وسائل إعلام محلية وكما يظهر الجدول (١٣):

جدول (١٣) يوضح اقتناع عينة الدراسة بطبيعة نشر المادة الإعلانية في الإذاعة والتلفزيون

الإقتناع	عدد التكرارات	النسبة المئوية%
نعم	١٤	٢٨
كلا	٢١	٤٢
لا اعرف	١٥	٣٠
المجموع	٥٠	١٠٠

وبين تحليل إجابات المبحوثين فيما يخص قناعة الصناعيين مجتمع البحث بطبيعة نشر المادة

الإعلانية في الصحف والمجلات وقد أبدى (٢١) مبحوثاً أي ما نسبته (٤٢%) قناعتهم بطبيعة هذا النشر الى حين (١٧) مبحوثاً وبنسبة (٣٤%) عدم قناعتهم، في حين اظهر (١٢) مبحوثاً وبنسبة (٢٤%) بعدم معرفتهم، وتعكس النسبة ارتفاع الثقة في الصحف والمجلات قياساً للإذاعة والتلفزيون ربما بسبب كثرة الصحف قياساً للإذاعات المسموعة والمرئية المحلية وكما يظهر الجدول (١٤):

جدول (١٤) يوضح اقتناع عينة الدراسة بطبيعة نشر المادة الإعلانية في الصحف والمجلات

الاقتناع	عدد التكرارات	النسبة المئوية%
نعم	٢١	٤٢
كلا	١٧	٣٤
لا اعرف	١٢	٢٤
المجموع	٥٠	١٠٠

وبينت نتائج التحليل أسباباً عديدة لظروف الصناعيين عن نشر الإعلانات في وسائل الإعلام المحلية اذ أعزى (١٣) مبحوثاً وبنسبة (٢٦,٤%) ذلك إلى ارتفاع تكلفة الإعلان، أعزى في حين (١٢) مبحوثاً وبنسبة (٣٣,٣%) إن ذلك يعود للاعتقاد بعزوف المشاهد عن وسائل الإعلام المحلية وتوجهه لوسائل إعلام عربية وأجنبية، وقد أعزى (١١) مبحوث وبنسبة (٢٢%) ذلك إلى عدم الثقة في وسائل الإعلام المحلية، فيما أكد (٩) مبحوثين وبنسبة (١٨,٣%) إن ذلك يعود للاعتقاد بعدم جدوى الإعلان في زيادة المبيعات و عبر (٥) مبحوثين وبنسبة (١٠%) أن ذلك يعود إلى الحالة الأمنية وعدم وجود دعم للصناعة الوطنية وان هذه المعطيات تعبر عن النظرة التي يحملها الصناعيين لوسائل الإعلام والدور المفترض أن تقوم به لدعم النشاط الصناعي، وتظهر بوضوح عدم الثقة بهذه الوسائل والاعتقاد بعزوف المشاهد المحلي عنها انسياقاً وراء قنوات عربية وأجنبية، وكما يظهر الجدول (١٥):

النسبة المئوية %	عدد التكرارات	الأسباب
٢٢	١١	عدم ثقة في وسائل الإعلام المحلية
٢٦,٤	١٣	ارتفاع تكلفة الإعلان
٢٣,٣	١٢	الاعتقاد بعزوف لمشاهد عن وسائل لإعلام محلية وتوجهه لوسائل اعلام عربية وأجنبية
١٨,٣	٩	الاعتقاد بعدم جدوى لإعلان في زيادة المبيعات
١٠	٥	أخرى تذكر (الدالة لأممية: عدم وجود دعم للمصنعة الوطنية... الخ)
١٠٠	٥٠	المجموع

وتبين من خلال إجابات الصناعيين موضح الدراسة اعتقاد (٤٧) مبحوثا وبنسبة (٩٤%) إن الإذاعة والتلفزيون لا تقدم تسهيلات ملائمة للمنتجين المحليين في حين ذكر (٣) مبحوثين وبنسبة (٦%) إن هذه الوسائل تقدم تسهيلات للمنتجين، أن هذه النسبة تؤكد الفجوة ما بين وسائل الإعلام المحلية والصناعيين ويؤكد ما ذكرناه سابقا في عدم تقنهم في وسائل الإعلام المحلية وكما يظهر الجدول (١٦):

جدول (١٦) يوضح رأي عينة الدراسة بتقديم الإذاعة والتلفزيون تسهيلات ملائمة للمنتجين

النسبة المئوية %	عدد التكرارات	تقديم التسهيلات
٦	٣	نعم
٩٤	٤٧	كلا
١٠٠	٥٠	المجموع

أشار (٤٦) مبحوثا وبنسبة (٩٢%) عدم تقديم الصحف والمجلات تسهيلات ملائمة للمنتجين المحليين

فيما ذكر ٤ مبحوثين وبنسبة (٨%) أن هذه الوسائل تقدم تسهيلات ملائمة للمنتجين مما يعني أن طبيعة الوسيلة الإعلامية لا تشكل معيارا بهذا الصدد بالنسبة للصحفيين رغم أن جداول سابقة أثبتت وجود فروقات في آرائهم من هذه الوسائل في بعض القضايا وكما أن انخفاض هذه النسب عن الإذاعة لا يشكل

حداً واسعاً للتمييز وكما يظهر الجدول (١٧):

جدول (١٧) يوضح رأي عينة الدراسة بتقديم الصحف والمجلات تسهيلات ملائمة للمنتجين المحليين

تقديم التسهيلات	عدد التكرارات	النسبة المئوية%
نعم	٤	٨
كلا	٤٦	٩٢
المجموع	٥٠	١٠٠

وبينت إجابات الصناعيين مجتمع البحث حول أهم الأسباب التي تدفع المنتجين المحليين إلى الإعلان في الصحف والمجلات دون الإذاعة والتلفزيون، إذ أشار (١٤) مبحوثاً ونسبة (٢٧,٦%) أن ذلك يعود إلى قلة تكاليف الإعلان، في حين أشار (١٢) مبحوث ونسبة (٢٤,٧%) أنه يعود إلى سهولة تصنيع الإعلان الصحفي قياساً للإعلان الإذاعي والتلفزيوني، وقد أعزى (١١) مبحوثاً ونسبة (٢١,٢%) ذلك إلى سرعة نشر الإعلان في الصحف والمجلات قياساً للإذاعة والتلفزيون في حين أشار (٨) مبحوثين ونسبة (١٦,١%) أن ذلك يعود إلى الثقة في الصحف أكثر قياساً بالإذاعة والتلفزيون، في حين قال (٥) مبحوثين ونسبة (١٠,٤%) أن فعالية مندوبي إعلانات الصحف والمجلات قياساً للإذاعة والتلفزيون هو السبب

ان هذا التدرج في الأسباب يعكس في الحقيقة مشكلات يعاني منها الصناعيون الراغبون بالترويج عن منتجاتهم في وسائل الإعلام وليس من المستغرب قلة تكلفة الإعلان أولاً، في حين رجحت بعض المميزات الفنية في الصحف والمجلات الكفة بهذا الصدد رغم ان انتشار الإذاعة والتلفزيون أوسع في الصحف والمجلات وهو يشكل مشكلة ينبغي للصناعيين تجاوزها وكما يظهر الجدول (١٨):

النسبة المئوية %	عدد التكرارات	الأسباب
٢١,٢	١١	سرعة نشر الإعلان في الصحف و المجلات قديماً للإذاعة والتلفزيون.
١٦,١	٨	لغلة في الصحف أكثر قياساً بالإذاعة والتلفزيون.
٣٧,٦	١٤	قلة تكيف الإعلان.
٢٤,٧	١٢	سهولة تصنيع إعلان المصحفي قديماً للإعلان إذاعي والتلفزيوني.
١٠,٤	٥	فعالية مقدوني إعلانات الصحف و مجلات قياساً للإذاعة والتلفزيون.
١٠٠	٥٠	المجموع

و عن مقترحات الصناعيين الخاصة بتوجيه المستهلك نحو المنتجات الصناعية المحلية، فقد أشار (٣٢) بحوث وبنسبة (٦٣,٣%) عدم معرفتهم بتقديم مقترحاتهم بهذا الصدد، في حين أشار (١٣) بحوث وبنسبة (٨,٧%) تحسين المنتج المحلي، في حين عبر (٧) مبحوثين وبنسبة (٤,٦%) الإعلان المرضي، فيما اقترح (٦) مبحوثين وبنسبة (٤%) حماية الصناعة الوطنية، وقد اقترح (٩) مبحوثين وبنسبة (٦%) زيادة دور الدولة في دعم الصناعات العراقية وتقليل الاستيراد والاعتماد على المنتج العراقي وتخفيض أسعار الإعلان، فيما أشار (١٤) مبحوثاً وبنسبة (٩,٨%) الى ضرورة التعريف عن المنتج المحلي وعمل برامج تلفزيونية وعمل فحوصات للمنتجات ونشر النتائج ودور الدولة في دعم الإنتاج الخاص وخلق تنافس صناعي بواسطة إعلان يدعم المصنع والثقة في المنتج المحلي وضرورة وجود سيطرة نوعية، في حين اقترح (٦) مبحوثين وبنسبة (٣,٦%) زيادة عرض المنتجات المحلية والزيارات الموقعية للمصانع للتعرف على المنتج وتوفير تسهيلات في اجراء الإعلان وتشديد الرقابة على الإعلان وتحسين السلوك في الإعلان والأمانة في الإعلان، إن عدم معرفة غالبية الصناعيين موضوع الدراسة بتقديم مقترحات تعكس أما قلة وعي بهذا الصدد أو عدم جدية تقديم مثل هذه المقترحات أما التسلسل المتبقي للمقترحات فيبقى في الواقع تمنيات لمشكلات عديدة يعانيتها القطاع الصناعي

تبين من خلال البحث الاستنتاجات التالية

- 1- ارتفاع نسبة الذكور عن الإناث بالنسبة للعاملين في الوسط الصناعي
- 2- غالبية المبحوثين يعيشون وضماً عائلياً مستقراً الى حد ما
- 3- ارتفاع نسبة اللذين تتراوح أعمارهم ما بين (٣١ - ٥٠) سنة العاملين في الوسط الصناعي عن باقي

الفئات

- 4- غالبية الصناعيين هم من حملة شهادات البكالوريوس والدراسات العليا
- 5- يتابع غالبية الصناعيين الصحف والمجلات، لكنهم قليلو المتابعة للإذاعة في حين أن نسبة مرتفعة جداً منهم يتابعون التلفزيون
- 6- ان نصف الصناعيين يعتقدون بدور وسائل الإعلام العراقية في تثقيف المستهلك العراقي على حين أن نسبة كبيرة منهم لا تعتقد ذلك

- 7- ان نسبة مرتفعة جداً من الصناعيين تعتقد بعدم كفاية البرامج الإعلامية التي يبثها التلفزيون لدعم الصناعة الوطنية، كما أن غالبية الصناعيين تعتقد بعدم كفاية المواضيع التي تنشرها الصحف والمجلات لدعم الصناعة الوطنية

- 8- أن نصف الصناعيين لا يرغبون بنشر إعلانات عن منتجاتهم في وسائل الإعلام المحلية ويعتقدون أن مساحة الإعلانات المعروضة عن الإنتاج المحلي في الإذاعة والتلفزيون غير كافية، في حين عبرت نسبة كبيرة منهم عن عدم اقتناعها بطبيعة نشر المادة الإعلامية في الإذاعة والتلفزيون في حين أبدته نفس هذه النسبة عن قناعتها بنشر المادة الإعلامية في الصحف والمجلات

- 9- ان هنالك أسباباً عديدة وراء عزوف المنتجين عن الإعلان في وسائل الإعلام المحلية في مقدمتها ارتفاع تكلفة الإعلان او الاعتقاد بعزوف المشاهدين عن وسائل الإعلام المحلية وتوجهه لوسائل أعلام عربية وأجنبية وعدم الثقة في وسائل الإعلام المحلية والاعتقاد بعدم جدوى الإعلان في زيادة المبيعات وكذلك الحالة الأمنية وعدم وجود دعم للصناعة الوطنية

- 10- لا تقدم الإذاعة والتلفزيون تسهيلات ملائمة للمنتجين المحليين، وكذلك لا تقدم الصحف والمجلات تسهيلات ملائمة أيضاً

- 11- أن الصناعيين يفضلون نشر الإعلانات في الصحف والمجلات دون الإذاعة والتلفزيون لأسباب في مقدمتها قلة تكاليف الإعلان ثم سهولة تصنيع الإعلان الصحفي قياساً للإعلان الإذاعي والتلفزيوني وسرعة نشر الإعلان في الصحف والمجلات قياساً للإذاعة والتلفزيون وكذلك الثقة في الصحف أكثر قياساً بالإذاعة والتلفزيون وفعالية مندوبي إعلانات الصحف والمجلات قياساً للإذاعة والتلفزيون.

العدد

3

170 البحوث الاعلامية

حزيران ٢٠٠٧

## الهوامش

- 1- د. عبد القادر الدليمي : استخدم العينات في البحوث الاتصال الجماهيري مجلة الاكاديمي ، كلية الفنون الجميلة ، جامعة بغداد العدد 239 / ص 68 / 2004 .
- 2- د. عصمت عبد المجيد: المدخل الى البحث العلمي الموسوعة الصغيرة، عدد 353، ص 18 بغداد دار الشؤون الثقافية، 2001 .
- 3- أديب خضور، الإعلام المتخصص، نقلاً عن حسين دبي ، برامج قناة (CNBC) عربية ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية الإعلام، ص 7 جامعة بغداد 2005 .
- 4- د. نبيل راغب : العمل المفرد او المسموع والمرئي ، القاهرة . دار نوبار للطباعة ، 1999 ، ص 158 .
- 5- د. ابي سعيد الديوه جي، ادارة التسويق، وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، جامعة الموصل، مديرية دار الكتب للطباعة والنشر، 1987، ص 252 .
- 6- المصدر السابق ص 253 - 255 .
- 7- أ.د. فاريبي فن الاعلان، كيف تنتج وتدير اعلان مقالاً وحملة اعلانية ناجحة، ترجمة عبد الحكيم احمد الخزاعي، للامكان نشر دار الفجر للنشر والتوزيع، 2004، ص 38 .
- (\*) المقصود به الصحافة، الاذاعة، التلفزيون.
- 8- ابي سعيد الديوه جي، مصدر سبق ذكره، ص 260 - 261 .
- 9- حيدر جاسم، دور الاعلام في الحياة الاقتصادية والاجتماعية، بحث غير منشور، كلية الاعلام، جامعة بغداد، ص 15 ، 2005 .
- 10- ابي سعيد الديوه جي، مصدر سبق ذكره ص 264، والارقام تعود الى 1975 - 1982 وفي احصائيات قديمة تغيرت اليوم بالتاكيد .

## المصادر

- 1- د. أبي سعيد الديوه جي: ادارة التسويق، وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، جامعة الموصل، مديرية إدارة الكتب للطباعة والنشر ١٩٨٧.
- 2- أ. فاربي: فن الاعلان، ترجمة عبد الحكيم احمد الخزعلي، بلا مكان نشر دار الفجر للنشر والتوزيع ٢٠٠٤.
- 3- د. نبيل راغب: العمل الصحفي، القاهرة، دار نوبار للطباعة ١٩٩٩.
- 4- د. عصمت عبد المجيد: المدخل الى البحث العلمي، الموسوعة الصغيرة، عدد ٥٣، بغداد، دار الشؤون الثقافية ٢٠٠١.
- 5- حسين دبي: برامج قناة E k\_` F عربية، رسالة ماجستير غير منشورة كلية الاعلام، جامعة بغداد، ٢٠٠٥.
- 6- د. عبد القادر الدليمي: استخدام العينات في بحوث الاتصال الجماهيري، مجلة الاكاديمي، كلية الفنون الجميلة، جامعة بغداد، عدد ٣٩، ٢٠٠٤.
- 7- د. علي حسين طويبة و د. وسام فاضل، دراسة ميدانية لانماط الاذواق لدى الجمهور العراقي، جريدة الزمان، عدد ١٩٢٥، ٢٦/٩/٢٠٠٤.
- 8- حيدر جاسم: دور الاعلان في الحياة الاقتصادية والاجتماعية، بحث غير منشور، كلية الاعلام، جامعة بغداد، ٢٠٠٥.

## إدارة المعرفة وإدارة الأعلام

أ.م.د. حميد جاعد محسن

كلية الأعلام - جامعة بغداد

### مدخل

يشكل الإعلام أحد أهم الحقول المعرفية في الوقت الحاضر ، ومن ثم يصعب البحث في الإدارة الإعلامية دون التطرق إلى إدارة المعرفة ذاتها.

فإذا كانت إدارة المعرفة تهتم وتعني بحقول الفكر والثقافة والمعارف العلمية والحضارية - الإنسانية والإنتاج الفكري الإنساني . فإنها معنية بالنتيجة بالإعلام والعمليات الإعلامية التي تؤسس بدورها لدراسة وتداول المنتجات الفكرية التي يبدعها الإنسان ذاته عبر تجاربه الفردية والجماعية وممارساته الحياتية.

وكذلك برزت ضرورة وأهمية إدارة المعرفة بفعل التطور المماثل في مجال المعلوماتية التي تشكل محور النشاط المعرفي الإنساني في الوقت الحاضر . فهي ، أي المعلوماتية ، تستحوذ وتتحكم بمجمل عمليات الحوارات الفكرية وتبادل المنتج الفكري الإنساني وتعميمه عبر تقنياتها المتطورة . وبتحديد أكثر ، أن الإدارة الإعلامية هي جزء لا ينفصل عن إدارة المعرفة. وربما أن كل منهما انعكاس لضرورة وجود الأخرى . إلى الدرجة التي يصعب تمييز التداخل بين حدود كل منها.

لم تقتصر عملية تثوير المعرفة على الجانب العلمي والتقني ، وإنما تقدمت خطوات كبيرة أخرى لووجهها المجالات كافة . بدءاً من نظرية التنظيم ، والموسيقى ، ودراسة النظم البيئية ، والعمليات التي تجري في المخ ، واللغويات ، ونظريات التعلم ، إضافة إلى الدراسات الخاصة بعدم الاتزان والفوضى ، والتركيبات المتبددة ، وانتهاءً بمجالات الشبكات العصبية ، والذكاء الاصطناعي ، ومن ثم تحولت جميع فروع المعرفة المذكورة هذه إلى قاعدة للتثورة المعرفية ذاتها. وساهمت بصورة مباشرة في الوصول إلى الاختراعات والاكتشافات التي أحدثت نقلة نوعية في طبيعة المعرفة ذاتها وفي الإنسان وبنيتها المعرفية.

أن تتبع التطورات العلمية والإنجازات على سبيل المثال التي (حققت) أعقبت الحرب العالمية الثانية حتى اللحظة هذه ، يجعل كل منا في حالة ذهول مطلق . فقد اخترع الحاسوب ، واكتشف العامل الوراثي (DNA) وتم اكتشاف رسم الخارطة الجينية للإنسان ، والصعود إلى القمر ، واختراق الفضاء الخارجي بواسطة الأقمار الصناعية ، والاقتراب كثيراً من الكواكب البعيدة ، وإنتاج الطائرات النفاثة ،

والمعالجات المصغرة ، و الليزرات إضافة إلى تمكن الإنسان من خلق طبقة من المادة رقيقة إلى درجة بالغة ومثيرة للتصور . كما أصبح بإمكان الإنسان أن " يحفر خطوطاً لا يتعدى سمك كل منها ٢٠ بليون من المتر ". كما تمكن الإنسان أيضاً من تجميع الأشياء ذرة فذرة وبناء موصلات كفاءة وعالية الدقة ، وقدرات واسعة على نقل المعلومات تصل إلى بليون نبضة في الثانية الواحدة . وعلى حد تعبير توفلر ، هذا ليس تقدماً بل هو انقلاب تام في حياة الإنسان والبنية المعرفية ، وفي تقنيات وأساليب معالجات المشكلات التي بقيت عصية على المجتمع البشري .

### الإدارة والمعرفة:

ابتداءً ماذا نعني هنا بالإدارة ، وماذا نعني بالمعرفة وما هي طبيعة ، العلاقة بينهما؟ الإدارة ببساطة هي سلطة القرار ، أي كانت طبيعة الإدارة ، اقتصادية ، إنتاجية ، اجتماعية ، أو إدارة القرار السياسي في مؤسسة ما . بمعنى آخر ، أن الهيئة التي تملك حق تنظيم وتسيير شؤون : الافراد ، الجماعات ، المؤسسات ، أو العمليات ، التي تمنح ناس معينين أيأ كان عددهم كبيراً أو صغيراً ، إضافة إلى مسؤوليتها عن تصريف الإشيء المادية التي تمنح هؤلاء الناس التصرف بها .

وإذا أخذنا معنى ومضمون الإدارة والمعرفة كل على حدة نجد هناك اكثر من عامل واحد يجمع بينهما . ويدعو بالضرورة إلى استخدام المعرفة كعنصر رئيسي وأساسي في كيفية وضع مرتكزات بناء القرار الإداري ، خاصة إذا كان القرار المذكور يتعلق بإدارة الناس وحق التصرف بالأشياء المادية التي تعنيهم .

وبتعبير آخر ، لا تستطيع الإدارة تجاوز المحتوى المعرفي للبيانات والمعلومات المتوفرة لأنها تمثل المعطى الأول والأخير في تقييم ضرورة وصحة القرار الإداري : أي أن العلاقة بين الاثنين ازدادت (وأصبحت أكثر) متانة بفعل الدور الذي أخذت المعلومات والبيانات تلعبه في تأثيرها على حركة الإنسان وتقنياته ، وأنماط تفكيره وانتاجه ومن ثم سلوكه . ولم تتوقف هذه العلاقة عند هذا الحد وإنماز اوجت إلى حد كبير بين القرار والمعرفة . وقد انسحب ذلك كله في تأثيره ، وإلى درجة كبيره على بنية الإدارة وطبيعة تشكلها .

يعتمد الأفراد ، الجماعات ، المؤسسات على المعرفة القائمة في الحياة اليومية ، بالإضافة إلى تعلم خبرة جديدة بدرجة أو أخرى الاعتماد على الممارسة والمعرفة المتركمة تاريخياً .

عبر هذا المفهوم يتم إدراك العلاقة بين الادارة والمعرفة ومدياتها ، فالإدارة كونها الجهة المعنية باتخاذ القرارات واصدار الاحكام بشأن تنظيم العلاقات ، وأساليب التعامل ، وأنماط السلوك ، وتعميم الخبرة الانسانية الجديدة ، أصبحت أكثر ، حاجة من غيرها للجوء إلى منظومة المعرفة والاسترشاد بمعطياتها في توفير البيئة الصلدة التي ترتكز إليها قرارات الإدارة وإحكامها .

المعرفة لم تعد حكراً لسلطة القرار التي تتحكم أيضاً برأس المال . ولم تعد تقبع في قاعدة الهرم

السلطوي ، وإنما هي الآن تتربع على قمته . فقد دفعت الحاجة الماسة المتعلقة بالمعلومات إلى قائمة الاهتمامات الأساسية : بدءاً بالسياسة ، والاقتصاد ، والعلاقات الدولية ، إضافة إلى مسائل التقنية ومعالجة مسائل الخصوصية ، والسرية ، وقرصنة المنتجات ، والاتصالات وأمن الحاسبات الآلية ، والتعليم ، والمتاجرة بالسندات . وكذلك الاعلام وأنتهاء بشبكات المعلومات ، دفعت إلى مقدمة الاحتياجات المعرفية للإدارة . وبالرغم من ضخامة هذه الامور وغيرها التي تهيمن عليها البنية المعرفية الجديدة إلا إنها في حقيقة الأمر لا تمثل إلا جزءاً صغيراً جداً من التشكيل المعرفي المعاصر . وما يجب الإشارة له أن جميع هذه المعارف التي ذكرت لا تمس في النهاية إلا قمة جبل جليدي متنامي من البيانات والمعلومات .

من هنا فإن العلاقة بين المعرفة والإدارة ، لا تمثل ضرورة معرفية فقط وإنما هي حاجة ملحة جداً لغرض إعادة تنظيم انتاج المعرفة ، وتوزيعها ، وكيفية استخدامها ، إضافة إلى توظيف الرموز فيها . وبتعبير أكثر تحديداً ، خلق نسق جديد من المعرفة ، بقصد ربط المفاهيم بعضها ببعض عبر سلسلة هرمية من الاستنتاجات تساعد على بناء فروض جديدة لمجمل المعطيات الناتجة عن تراكم المعلومات ، والمقدمات المعرفية التي توصل لها العلماء .

فما يجب اقراره ، في عرف الإدارة ، أو لآخر ، هو الارتكاز إلى المعطيات العلمية والتذكر دائماً بأن الخبرة أو المهارة الحقيقية في عملية تحويل المعلومات إلى معرفة تبقى في النهاية مهارة بشرية ، مدعومة بوسائل ونظم تقنية . وما كان كافياً من المعرفة لإدارة الحياة اليومية في السابق لم يعد يفي لمواجهة المتغيرات الجديدة المتلاحقة في حياة الناس هذه الأيام .

وقد ترتب على إدراك الإدارة الاجتماعية والإنتاجية لهذه الحقيقة طرح أسئلة متكررة حول فعالية النموذج المعرفي الكلاسيكي الذي يتم الترويج له بواسطة برامج التعليم وخططه . وكذلك طرح أسئلة حول معنى ومضمون المعرفة ، والمهارة البشرية ، ومن ثم العلاقة بينهما ، أو حاجة كل منها لاستكمال الآخر . ولم يكن الإدراك المذكور لهذه الحقيقة هو محض صدفة أو موضة عابرة ، وإنما هو ناتج تطور تاريخي عميق ، وتراكم معلوماتي معرفي كبير ، يرجع بجذوره إلى موجة الحضارة الثانية ، قبل ثلاثمائة عام .

وقد أدرك ببيكون هذه الحقيقة مبكراً كما أدركها غيره حينها . أثر ازدياد التقدم العلمي ، وانتشار الثورة الصناعية ، وانعكاساتها على بيئة المجتمع الثقافي عامة ، والفكري خاصة ، والمعرفة إجمالاً تلك التي أصبحت موازية للقوة والثروة أن لم تتقدم عليهما في منطق الإدارة وأنماط قراراتها . مع أهمية هذا الإقرار من قبل العلماء إلا أنه لم يكن أحد يدرك " الدرجة المذهلة التي أصبحت بها القوة والثروة تعتمد على المعرفة حالياً " بعد إن تحررت البيانات والمعلومات من القيود القسرية التي كانت مفروضة على حركتها ، ومن ثم حددنا المعرفة ومكانها من العودة إلى موقعها الحقيقي في الهرم الإداري وإطلاق قدرات العقل اللامحدودة من عقابها .

فقد كانت الأرض في الحضارة الأولى - الزراعية - أهم رأسمال على الإطلاق. ثم أصبحت الثروة في عصر الثورة الصناعية تكمن في المصانع والآلات والإنتاج والمواد اللازمة له. أما اليوم فإن الثروة تكمن في الجمجمة وما تحويه من خبرة و معلومة ومعرفة، بل أنها أصبحت أهم من الثروة والقوة التي تستمد الإدارة قوتها منها. أن ظهور نظام جديد لإنتاج الثروة الذي يعتمد المعرفة أساساً له سوف لن يؤدي إلى تغيير مواقع عناصر السلطة في الإدارة، ودور كل منها فقط، وإنما سوف يغير نمط تشكل السلطة في الإدارة ذاتها. فقد أصبحت الثروة تعتمد بصورة كبيرة على المعرفة بدلاً من الأرض والصناعة الثقيلة. وبكفي الإشارة: إلى أن الصناعات الأربع الرئيسية التي تشكل الصناعات الهيكلية للمرحلة القائمة والمقبلة، إضافة إلى ما سوف تحدثه من تحولات في القوة الاقتصادية والسياسية والاجتماعية، تلك هي صناعتنا الحاسوب والالكترونيات.

إضافة إلى أن حسم الصراع على سلطة الإدارة في أي مؤسسة أو جماعة، أو نسق بشري، وعلى مستوى العالم أجمع، سوف يعتمد أساساً على المعرفة. وكما كانت الثروة والقوة هي سمة للغنى ورصيده الإحتياطي، فإن المعرفة أصبحت الرصيد الحقيقي للفقراء بقدر ما هي للاغنياء، أنها القاسم المشترك بين الأثنيين. وأحد سمات الصراع الطبقي القادم بين من يملكون المعرفة والذين يملكون القوة والثروة.

وبمعنى آخر، لم تعد المعرفة احد مصادر الإدارة، وإنما هي الآن تمثل أهم المصادر المذكورة، ومعياراً لقياس فعالية الإدارة في مواجهة القوة المادية المتمثلة برأس المال والتي بقيت لفترة تاريخية طويلة تعكس التحكم في الإدارة وكيفية تشكلها وكذلك صيغ ممارستها.

أن احتواء المعرفة لمفهومي القرار (السلطة) ورأس المال يضعها بلا منازع في موقع الحكم والقرار الذي يؤشر مستقبل الإنسان ومستقبل علاقاته، وأنماطه السلوكية. ولم يخطأ توفلر عندما قال في نهاية القرن الماضي أن التحكم في المعرفة هو لب ما سيدور من صراع على القيادة في كل مؤسسة بشرية على نطاق العالم. لهذا ستبقى المعرفة أكثر الوسائل التي يمكن الركون لها ديمقراطية على مستوى ضمان التوازن بين مصادر الإدارة المتمثلة بالمعرفة والقرار وحجم الاستثمار في المؤسسة الاجتماعية.

تبرز الاهتمامات الواسعة اليومية للأفراد والجماعات في نطاق البحث عن معنى الحياة والاستمرار. فقد تعود الإنسان على تطوير وتوسيع مفاهيمه، حركته، دائرة نشاطه، نمط علاقاته، وصيغ التعامل (قيمة وأخلاقياته). وهو لم يقتصر على تطوير وتوسيع ذلك فقط، وإنما عمل على إعادة إنتاج شروط التطور المفاهيمي المعني هنا ذاته، وإعادة استخداماته بواسطة توسيع قاعدة العلوم وامتدادها إلى فروع عدة.

وبتعبير آخر، أن الغرض من توسيع قاعدة العلوم، وخاصة الأكاديمية، هو تجسيد مضمون التطور

التاريخي في تمثل المهارات الإنسانية وإعادة إنتاجها بواسطة تنوع الفروع العلمية، وبواسطة امتداد النشاطات الإنسانية (الصيد، الرعي، الزراعة، الصناعة.. الخ) إلى حقول جديدة لم تكن معروفة لدى الإنسان - المجتمع من قبل. فلم تكن عملية إنتاج المعرفة، عملية بسيطة، بل كانت تتسم بالتعقيد والتأويل

وقد بذلت جهود مضمينة وكبيرة وصولاً إلى بنية معرفية وإنتاج معرفي قابل للتبادل وإعادة إنتاجه reproduction عبر وسائل مبتكرة عدة كالنحت على الحجر، والألواح الطينية... الخ)، تلك التي تعكس معنانيين المهارات والخبرات المكتسبة آنذاك.

ويبرز نطاق البحث اليومي الواسع للأفراد والجماعات في الوقت الحاضر بعداً جديداً لمعنى المعرفة. التي تحولت بفعل التطور العلمي والتقني (الحاسوب، الإنترنت... الخ) إلى منتج يومي، يتمثل في الإضافات العلمية والتقنية المتواصلة وليس منتج سائب يقبع في ثنانيا النظريات الخاصة، ورؤوس أولئك الدعاة، وإنما منتج ممنهج، منظم، ومصنف Classified نظرياً، وعملياً إلى درجة كبيرة على مستوى الجامعات، ومراكز البحوث، والمنظمات العالمية.

وبتحديد أكثر أن فكرة إدارة المعرفة هذه لم تعد تقتصر على مجموعة من الممارسات المجربة والمختبرة فقط، وإنما أخذت إدارة المعرفة منحى آخر، أي الاهتمام بالتوجهات التي تستخدم على نطاق واسع في التنظيم، والتعلم. ومع أن الفكرة ذاتها، أي فكرة إدارة المعرفة، تبدو وكأنها فكرة محيرة ربما أكثر من ذلك، فكرة متناقضة، عبر إصاقها بعلم الإدارة و علم الاقتصاد وإدارة الأعمال دون غيرهما.

ففي نطاق البحث اليومي، كل فرد، أو مجتمع يعتمد على نتائج معرفته الخاصة في الحياة اليومية، ومن ثم يعيد في ضوء الأشياء التي مارسها تنظيم طريقة تعلمه، وكيفية استخدامه، أي استخدام ما تعلمه. ومن ثم فهو بحاجة إلى إعادة النظر بالمعرفة التي اكتسبها، وكيفية إدارة المعرفة المذكورة. وما من شك، المعارف الفردية، والجماعية تلك التي قادت أصحابها تاريخياً إلى إنتاج أشياء مهمة، وإلى مبادرات إنسانية كبيرة، وحضارات عظيمة. لهذا لم يعد هناك مبرر لتحديد إدارة المعرفة بعلم الإدارة، والاقتصاد، وإدارة الأعمال، ولا يوجد ما يبرر لمعاملة العلوم المذكورة باعتبارها الأكثر تفهماً ومعرفة من غيرها بإدارة المعرفة، وإدارة منتجاتها الثقافية، والتقنية، والخبرات العلمية.

### نشأة إدارة المعرفة وتطورها

كانت إدارة المعرفة في السابق جزء من المعرفة ذاتها، تعامل وكأنها كل موحد وتابع لإدارة أوسع تلك هي السلطة وإدارتها. فهي لم تكن أكثر من احد عناصر قاعدة الهرم السلطوي إلى جانب رأس المال، ممثلة بالأرض أو المصنع فيما بعد.

ومع بدء استقلال المعرفة الذي أخذت تتمتع به بفعل الدور الجديد الذي اكتسبته اثر الثورة الصناعية وحضارة الموجة الثانية، تصاعدت وتيرة الاهتمام بالمعرفة وبالكيفية التي تدار بها.

وبمعنى آخر، أن موضوع إدارة المعرفة، رغم قدم المعرفة موضوع حديث ذو بدايات تاريخية معاصرة تمت بلورته خطوة إثر خطوة تلك التي سمحت فيما بعد بتشكيل هيكلته ونشاطاته، في سياقات

العدد

3

177

البحث العلمي

حزيران ٢٠٠٧

اجتماعية واقتصادية وتقنية محددة. فقد أدركت المؤسسات التي نشأة في حاضنة الثورة الصناعية ضرورة احتواء مهارات وخبرات جديدة بطريقة منهجية، وتوفيرها للإفراد العاملين فيها، أو إتاحتها لأفراد معينين منهم. وقد أسفر الإدراك المذكورة عن تغيير منهجية الإدارة، ومبادراتها لتنفيذ مجموعة من الإجراءات أو مجموعة من تدابير إعداد برامج التدريب وتوفير المعلومات والبيانات التي تنطوي بمجموعها تحت تعبير ومفهوم "إدارة المعرفة".

مع نهاية القرن التاسع عشر تبلور مفهوم المعرفة الإنتاجية كمحور للتفكير المنهجي في إغقاب الحركة التaylorية، وكذلك تبلور مفهوم إدارات تجهيز العمل. أي أن حركة تابلور انتهت، أن لم تكن الأساليب السابقة لإدارة المعرفة، وحلت مكانها أساليب جديدة تتفق مع تركيز المؤسسات على الكفاءة والتقدم التقني.

وقد نشطت حركة البحث في هذا المجال مع بداية القرن العشرين وظهر مفهوم "منحنى التعلم" الذي تحول إلى أداة رئيسية فيما بعد في العملية الإنتاجية الحديثة. وأدت النجاحات الجديدة في تلك الفترة إلى بلورة نوع جديد من إدارة المهارات التي جمعت في آن واحد إدارات الاختبار، وتحليلات ورش القياس. وبذلك تحولت المؤسسات، وخاصة المنتجة، إلى مجال آلي لـ "إدارة المعرفة" ومن ثم العمل على إنتاج وتوزيع المهارات للاعتماد عليها. كشفت الأدبيات التي صدرت عن المؤسسات المعنية بذلك عن ماهية التفكير الكامن وراء حيازة وإنتاج المعرفة العملية، وفيما بعد إدارتها.

وفي هذا السياق العام اتخذت إدارة المعرفة النمط اليومي المعتاد في التعامل مع برامج التدريب، بل تجاوزت روتين التدريب وتحولت إلى أداة تغيير جوهري على يد دعائها، وسير العمل الفعلي في المؤسسات. وبالرغم من إغفال بعض الدعاة الرؤية التاريخية، واستعاضوا عنها برؤية عامة مجردة للتنظيم، باعتباره هيكلًا ومنظومة تجهيز للمعلومات، بفعل هيمنة النموذج السيبيرنيتيكي -الإعلامي(، وكذلك التعامل مع المعلومات كبديل عن المعرفة ذاتها. ومن ثم اندفاع المؤسسات المعنية بالموارد، وخاصة الإنتاجية، التعامل مع المعلومات باعتبارها إحدى مكونات الموارد، كالأفراد، والآلات، ورؤوس الأموال. وبالتالي تراجع تنظيم التعلم، والتعلم إلى مجرد تغذية مرتدة.

وبالتالي تحول النموذج السيبيرنيتيكي الاتصالي الذي أصبحت فكرة الشبكات فيه تشكل أساساً مهماً ومحوراً لاهتمام الأدبيات في هذا المجال. إلى درجة بات الكثير من الأدبيات المذكورة التعامل مع إدارة المعرفة وكأنها مجرد تنظيم للشبكات. وساعد على دعم وبلورة الاتجاه المذكور، سهولة الوصول إلى البيانات والمعلومات (مكونات المعرفة) عبر الشبكات الالكترونية مثل الانترنت. ومما هو واضح من خلال دراسات وتجارب المؤسسات، أن الشبكات المعنية ليس لها فاعلية كبيرة إلا إذا ارتبطت بنشاط المؤسسات ذاتها، واشرف عليها أولئك المعنيين بإدارة المعرفة. لأن المعرفة بالنهاية أوسع من البيانات المجردة، وأعمق من المعلومات المستقاة من البيانات.

## إدارة التشكيل المعرفي والإعلامي

تميز الربع الأخير من القرن العشرين اعتماد المؤسسات الإنتاجية والثقافية كافة على موضوعين: الأول، استمرار المنافسة لغرض الوصول إلى نسب نجاح عالية في أنجاز الأهداف. والثاني، تكثيف التجديد في أنماط سلوك الإدارات وطريقة تفكيرها، والأساليب المستخدمة في إدارة الأفراد، الأفكار، والمؤسسات، إضافة إلى إدارة التقنيات المتطورة كأحد أهم مظاهر تكثيف التجديد. وإلى جانب المهارات والخبرات الجديدة التي تقدم للكوادر الإدارية على المستويات كافة. وفي حقيقة الأمر، أن كثافة التجديد ربما تشتمل على جميع العناصر التي تشكل القيمة الحقيقية للتكثيف مضافاً لها التقنية التي لا تشكل إلا واحداً من العناصر المذكورة.

فقد دأبت المؤسسات الثقافية، والإعلامية على الخصوص العمل على تجديد:

1 - تقنياتها.

2 - خبرتها.

3 - كادرها.

4 - منتجاتها.

5- والاهم من ذلك نمط تفكيرها.

وقد أثر التجديد المشار له بصورة خاصة ومباشرة على المؤسسات الإعلامية وعلى المنتج الإعلامي: الفلم، المسلسل، البرامج، الأخبار، المنوعات، برامج الترفيهية... الخ وقد انسحب التأثير المذكور إلى السمات الوظيفية الاتصالية للمنتج، وأشكال تقديمه، والخدمات التي يؤديها. ومن القيم الإنسانية والبيئية المستهدفة من المنتج في إطار العملية الإعلامية.

ومن الأمور التي يجب أخذها في الاعتبار، أن التجديد المعني ربما يظهر ويبرز في مجالات وأماكن غير متوقعة، إلى جانب اتسامه بالتنوع المستمر. ويمكن تلمس هذه الملاحظة في عدد من قطاعات التقنية وكذلك لدى معظم الإداريين العاملين في الإذاعات المسموعة أو المرئية التناظرية والصحف المحلية. وكذلك في حقل تكنولوجيا المعلومات، وتقنيات البث الرقمية الحديثة.

ومن أكثر هذه الأمور وضوحاً هو تحول صناعة الهواتف المحمولة من تقنية ذات استخدامات محددة إلى أدوات للاستهلاك الجماهيري **Mass Production** الواسع الانتشار. وتكثيف التجديد المعنى لم يأت اعتباطاً وإنما يعكس طبيعة ومستوى التغيرات الاجتماعية الجوهرية والأبعاد التي تجسدها عملية التجديد ذاته. إضافة إلى ذلك التغيير في بنية وتركيب هيكل الفئات الاجتماعية التي تتعامل وتواكب عمليات تكثيف التجديد على المستويات كافة.

فقد نمت وتوسعت الطبقة الوسطى في الدول الغنية، وكذلك في الدول المتخلفة بفعل اتساع

العملية التعليمية، وتوسع المدن على حساب المناطق المتخلفة. وقد قاد ذلك إلى تحول الفئات الجديدة إلى زبون دائم ومستهلك نشط للمنتج الإعلامي، وبصورة خاصة المنتجات المرئية. وتزامن هذا التطور مع عمليات التجديد والتنوع المستمر في بنية وتركيب الفئات الاجتماعية، ومع اتساع حرية الحركة، والحوار، وتبادل المعلومات، ومن ثم حرية التعبير عن الآراء والأفكار التي ربما تتعارض مع عدد من القيم الاجتماعية. كالعادات والتقاليد والممارسات التي لم تعد قابلة للتطبيق في إطار شروط ومستلزمات الحياة الجديدة.

فوق هذا، جاء النظام العالمي الجديد، و المتمثل في عولمة المجتمعات وممارساتها، ليفتح معالم الصراع مرة أخرى بين الجديد والقديم وبصورة خاصة الصراع الثقافي والأيدولوجي. وما يجب الإشارة له أن كثافة التجديد ليست في الحقيقة من نواتج النظام العالمي الجديد، وإنما ترجع في النهاية بأصولها إلى الثورة الصناعية في القرن التاسع عشر. ويمكن القول أن الاعلام والإدارة الإعلامية ربما في طريقهم إلى استيعاب المفاهيم الجديدة في إغراق الثورة المعلوماتية المعاصرة.

والطفرة الهائلة والنوعية في تغيير المفاهيم، الوظائف، وأساليب العمل التي يحتاجها كل منها، أي الاعلام والإدارة الإعلامية، كي يواكب ويتجاوز آثار الطفرة النوعية المذكورة على مستوى الإنتاج وتنوعه، وعلى مستوى الأداء، والاستجابة (للشارع) للجمهور المشاهد.

من هنا تنبثق ضرورة البحث في جوهر العلاقة بين إدارة المعرفة والمهارات الجديدة التي تتطلبها

الإدارة الإعلامية.

“الذي نعرفه ويعرفه المعنيين بالاعلام، أن الإدارة الإعلامية، وخاصة الصحفية قد شهدت على مدى ثلاثة قرون، شيء من الاستقرار، والعمل وفق مسلمات السوق أو مسلمات الايدولوجيا. إلا أن العولمة الجديدة أعطت الإدارة الإعلامية نطاقاً أوسع من السابق. ومع أنها، أي العولمة، ليست في حد ذاتها مسؤولة عن المنطق الكامن وراء كثافة وتراكم التجديد، وإنما هي وبدون شك، إضافة إليه الكثير، ووسعت نطاقها، ومفهوم الإدارة السابق، إثر التحولات الجديدة، لم يعد قادراً للتعبير عن المفهوم الجديد بوضوح، فإن نمو وتنوع المؤسسات الإعلامية، وظهور أنشطة جديدة مع البث المباشر الرقمي، ومضاعفة البث عبر شبكات الأقمار الصناعية وغيره حمل معه مخاطر جديدة على الإدارة ذاتها وعلى ممارسة الاعلام ووسائله لوظائفها.

وأصبح لزاماً على المعنيين بالاعلام البحث عن جوهر التطور الجديد، والإبعاد المعرفية التي يشترطها. وبالتحديد أكثر اظهار الاهتمام الاوسع والمتزايد بالمعرفة التي تتطلبها عمليات التعليم، والتنظيم، والمشاركة، واستخدام التقنيات الحديثة. وكذلك نوعية الكوادر التي تحتاج لها العمليات الإعلامية، إضافة إلى كيفية ادارة الافراد، والبرامج، وكيفية اتخاذ القرارات وصياغتها. والسلطات التي تتمتع بها الإدارة والقرارات التي تصدرها. والأكثر من هذا كله قدرة الإداء على معرفة استخدامات التقنيات الجديدة.

وبمعنى آخر، كي تتمكن الإدارة من رصد كيفية تشكل المعرفة والمدى الذي تستطيع أن تساهم

به في التشكل المعرفي المعني. بسبب عدم وضوح عملية التشكل المذكورة ،ومن الذي يمكنه أو المسؤول عنها . وماهية الجوانب التي يجب تمييزها ،والاهتمام بها لا بد ان تأخذ بنظر الاعتبار توفر إمكانية توظيف التقنيات الحديثة والتي تركز بدورها على معطيات المعرفة ذاتها . أي تنمية المهارات الإدارية للإعلام والإعلاميين المعنيين بانتاج وإعادة انتاج الرسالة الاعلامية.

وعندئذ يكتسب مفهوم الإدارة المبنية على المعرفة معنى عملي والتي تتميز ، أي الإدارة ، ليس فقط بالتراكم التاريخي للتراث المعرفي عن سابقتها ، بل تتميز أيضاً بالتدفق غير المسبوق للمعرفة (المولدة) المنتجة حديثاً ، والتي يتم تبادلها أو تدميرها . وقد ازداد حجم التدفق المذكور بفعل تطور تقنيات الاتصالات . ولكن ما يجب إقراره أن توسع هذه التقنية يصبح بلا معنى ما لم تكن هناك حاجة دائمة لاشكال جديدة من المعرفة . كما أن التدفق المقصود هنا لا يفصل عن الأشخاص القائمين عليه ، أي اصحاب القرار الذين يمثلون الخط الامامي للإدارات باعتبارهم الأشخاص المعنيين بتحديد اتجاهات المنتج والإنتاج وجميع المعنيين بالاقسام الاخرى ، والمشتغلين بالانتاج (الابداع) الجماعي للمعرفة.

وفقاً لكل الاعتبارات والملاحظات التي قيلت إعلاء عن إدارة المعرفة وإدارة الاعلام ، والتداخل المتاح بين كل من المعرفة والاعلام فكراً وممارسة يدفع بنا إلى معالجة إدارة المعرفة والاعلام في اطار اطروحة إدارة الموضوعات . وعموماً يمكن القول أن إدارة المعرفة تندرج تحت أطروحة إدارة الموضوعات التي تحتل مجالاً واسعاً في ادبيات الإدارة الحديثة واتجاهاتها الوظيفية في إطار تنسيق إدارة العمليات المعلومات وخاصة جمع ومعالجة ونشر البيانات والمعلومات . ومن ثم جمع ومعالجة الإدارة الإعلامية باعتبارها احد اوجه ادارة المعرفة وامتداد لها ، في حقل تداول البيانات والمعلومات ، فإنه يمكن القول أن الإدارة الإعلامية تقع في نطاق دائرة الموضوعات التي تصنع التي تشتمل ادارة المعرفة ذاتها . وبتحديد أكثر كي يمكن الوقوف على مرجعية الإدارة الإعلامية لابد من العود إلى إدارة الموضوعات .

و السؤال هنا ما هي اذن ادارة الموضوعات ؟

استخدم مصطلح إدارة الموضوعات لأول مرة عام ١٩٧٦ كما أشرنا بواسطة الخبير هاورد جاس ، الذي عرف المصطلح المعنى على النحو التالي: إدارة الموضوعات هي عبارة عن قدرة الفهم ، والتحرك (تحريض) ، والتعاون ، وإدارة جميع وظائف التخطيط السياسي والاستراتيجي ، إضافة إلى فهم جميع خبرات العلاقات والشؤون العامة " . لفرض انجاز هدف واحد ذلك هو اقناع المساهمين المعنيين في ابداع السياسة العامة ، تلك التي تحدد نصيب المؤسسات والافراد في التأثير في إطار إدارة الموضوعات ، والتي يمكن تحديدها عملياً في الخطوات الخمس التالية:

1- تشخيص الموضوعات ومقارنتها مع تلك التي يجب أن تتمتع بها الإدارة وخاصة  
الاعلامية.

- 2- تحليل وتقييم كل موضوع على حدة مع تقدير تأثيره على عامة الناس .
- 3- عرض الخيارات الاستراتيجية المختلفة المتوفرة للإدارة .
- 4- تنفيذ برنامج فعلي يعكس وجهات نظر الإدارة في المؤسسة الاتصالية لمعرفة مدى تأثير تصورات المستقبل على الموضوع الذي يتبناه البرنامج .
- 5- تقييم البرنامج في مصطلحات واضحة لغرض الوصول إلى أهداف الإدارة والكيفية التي تستطيع وفقها انجاز اهداف موضوعاتها .

## المصادر

- 1 - صالح خليل ابو اصبع: ادارة المؤسسات الاعلامية، دار آرام، عمان، الاردن، ١٩٩٧ .
- 2 - الفن توفلر : تحول السلطة، ترجمة: فتحي بن شتوان ونبيل عثمان، الدار الجماهيرية، طرابلس، ليبيا، ١٩٩٢ .
- 3 - الفن توفلر : حضارة الموجة الثالثة، ترجمة: عصام الشيخ قاسم، الدار الجماهيرية، طرابلس، ليبيا، ١٩٩٠ .
- 4 - محمد الجوهرى: علم الاجتماع ودراسة الاعلام والاتصال، دار المعرفة، ١٩٩٢ .
- 5 - حميد جاعد محسن: التنمية والتخطيط الاعلامي في العراق، وزارة الاعلام، ١٩٨٠ .
- 6 - ارماندها تشويل وآخرون: من الإدارة ذات التوجه للتخطيط، المجلة الدولية للعلوم الاجتماعية، اليونسكو، عدد ١٧١، آيار، ٢٠٠٢، ص ٣٧-٥٤ .
- 7 - اللجنة الاقتصادية لغربي آسيا، منهجية إدارة المعرفة، نيويورك، ٢٠٠٤ .
- 8 - حميد جاعد محسن: الإدارة الإعلامية، مخطوطة تحت الطبع .

## مدى تعرض طلبة جامعة بغداد للبرامج الثقافية والتلفزيونية دراسة ميدانية لقناة المنار الفضائية للمدة من ٩/١ ولغاية ٣١/١٢/٢٠٠٦

د. سعد مطشر عبدالصاحب

كلية الاعلام - جامعة بغداد

### تمهيد

يعد الاتصال أحد العناصر الرئيسة للثقافة وهو منبع تكوينها وعامل من عوامل تطورها وانتشارها ، فالاتصال عملية ثقافية "ديناميكية" وهي جزء لا يتجزأ من الجوانب السياسية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية للشعوب لذا كان من المهم ان تساعد وسائل الاتصال الجماهيري في مسار وحركة الافراد والمجتمعات الثقافية والعلاقة بين الاعلام والثقافة وفقاً لهذا المنظور هي علاقة يكتنفها العديد من العوامل الرئيسية والقوى المؤثرة التي تجعلها تتناسق في أحيان وتتشابك في أحيان أخرى فهي علاقة مشكلة تدفع الى البحث والدراسة تمهيداً لوضع الاسس الصحيحة في التوجه نحو الجمهور .

ويضطلع الاتصال الجماهيري بالعديد من الوظائف الاساسية حيث أقرت منظمة اليونسكو وظائف

الاتصال الجماهيري بالاتي:

- 1- الاعلام
- 2- التنشئة الاجتماعية
- 3- خلق الدوافع
- 4- الحوار والنقاش
- 5- التكامل
- 6- التربية
- 7- الترفيه
- 8- اشباع حاجات الفرد و الجماعة
- 9- النهوض الثقافي

وفقاً لذلك لا يمكن القول ان الاتصال الجماهيري هو تجسيد لثقافة المجتمع وحاضرتة ، وتعبيراً عما عن القيم والمعايير المستمدة من هذه الثقافة مما يؤكد اهمية القائمين على الاتصال بالثقافات المرجعية للمجتمع وشرائحه المختلفة فضلاً عن درايتهم بالتركيبة النفسية لتلك الشرائح ومعرفتهم بأحتياجاتهم من البرامج و رغباتهم واختباراتهم بهذا الخصوص، يضاف الى ذلك أن أداء وسائل الاتصال ووظيفتها الثقافية يتطلب من القائمين على هذا النشاط أجادة فعاليات متنوعة ومضامين الرسالة الثقافية الجماهيرية في وقت واحد لكي يكونوا قادرين على فهم الفن الراقي واستيعاب الافكار والجوانب الثقافية ومن ثم تقديمها

للجمهور بأسلوب مبسط خال من التعقيد ومن دون اللجوء الى الحذف والتحريفK  
لقد أثرت العديد من التساؤلات حول موضوع علاقة الثقافة بالوسيلة انطلاقاً من البديهية التي وضعها المختصون في مجال الاتصال الجماهيري والتي مفادها (الرسالة هي الوسيلة) فهناك من يضع الاستفهام الآتي:  
هي تستطيع الحضارة الآلية التي نعيشها اليوم ان تحل محل التربية التقليدية التي ساعدت على ظهور العباقرة والفلاسفة وهذا الارث الحضاري العظيم البشرية؟ وهناك من المختصين من تساءل عن الطريقة الامثل لنشر الثقافة؟ فيما يتساءل آخرون عن مصير وسائل الاتصال الجماهيري كالكتاب والصحافة المقروءة بعد ظهور وسائل الاتصال الجماهيرية الحديثة كالانترنت والصحافة الالكترونية والبت الفضائي والتي استطاعت ان تختصر المسافات البعيدة والاقوات الكبيرة ومن ثم تقديم كم هائل من المعرفة والعلوم والمعلومات والاراء والافكار من دون ان يبذل المتلقي جهداً كبيراًK  
وهذا البحث محاولة للوقوف على اشكالية العلاقة بين البرامج الثقافية والجمهور في محاولة للوقوف على حقيقة تعرض جمهور فئة مقصودة هي شريحة (طلبة الجامعة) بالرسالة الاتصالية المتمثلة بالثقافة التلفزيونية والمقدمة عبر الفضائيات العربية (قناة المنار الفضائية - أنموذجاً - وفي أوقات مختلفة وبأشكال مختلفة وبأساليب فنية ومضامين عديدة).

#### أولاً :- مشكلة البحث

تحرص جميع الفضائيات الدولية والعربية والمحلية على توجيه رسائل ثقافية عامة وخاصة ، العامة منها لعموم الجماهير والخاصة تخص بفئة او جمهور معين بغية التأثير وتحقيق مختلف الاهداف التي يسعى اليها القائم بالاتصال .

وفي ضوء المعلومات الاولية المتوافرة لدى الباحث والمتفق عليها فإن الجمهور العراقي وجمهور الطلبة بشكل خاص يعاني من محدودية التعرض لمنابع الثقافة بشكل عام والبرامج التلفزيونية الثقافية بشكل خاص وهي عادات وانماط ناتجة من عدة عوامل واسباب بعضها متوارث مما عاشه المجتمع العراقي من ظروف وحصار طال مصادر المعلومات ومنع استخدام الاطباق وشبكة الانترنت ودخول الكتب والصحف والمجلات الى العراق ، ويضع الباحث جملة من التساؤلات وهي:

1- هل يتعرض طلبة جامعة بغداد للبرامج الثقافية المعروضة على شاشة قناة المنار الفضائية ؟

2- ما نوع البرامج الثقافية التي يتعرضون اليها عبر قناة المنار الفضائية ؟

3- هل تعمل البرامج الثقافية التلفزيونية على زيادة ثقافتهم ؟

4- ما البرامج الثقافية التي يفضل الطلبة التعرض اليها ، هل هي الثقافية العلمية أم الثقافية

الادبية ؟

- 5- أيهما أكثر تعرضاً للبرامج الثقافية المعروضة على شاشة قناة المنار الفضائية طلبة الاقسام العلمية أم طلبة الاقسام الانسانية ؟
- 6- أيهما أكثر تعرضاً للبرامج الثقافية الطالبات أم الطلاب ؟

#### ثانياً : أهمية البحث

تنطلق أهمية البحث من أهمية الوظيفة الثقافية اذا أشار العديد من الباحثين الا ان التلفزيون أصبح وسيلة ثقافية يتعرض لها الفرد لفترات طويلة وبالإمكان الاستفادة من خصائص هذه الوسيلة الجماهيرية لنشر الثقافة في المجتمع بصورة عامة وكذلك الاستفادة في التوجه الى جمهور طلبة الجامعات لبرامج ثقافية متنوعة وعلمية وأدبية بما يساهم في رفع المستوى الثقافي للطلبة وزيادة معلوماتهم ونقل تفصيلات دقيقة وواضحة عن الفكرة أو المعنى المراد ايصاله الى الفرد المتلقي .

#### ثالثاً : - أهداف البحث

- 1- التعرف عن مدى تعرض طلبة جامعة بغداد للبرامج الثقافية عبر قناة المنار الفضائية من خلال معرفة حجم التعرض وانماطه ومستوياته .
- 2- معرفة الاسباب التي تدفع الجمهور للتعرض للبرامج الثقافية المعروضة على شاشة قناة المنار الفضائية .
- 3- معرفة الاوقات المفضلة للبرامج الفضائية التلفزيونية المعروضة على شاشة قناة المنار الفضائية .
- 4- التعرف على الشكل والاسلوب الفني الافضل لتدعيم الثقافة عبر التلفزيون .
- 5- تحديد جنس ونوع جمهور الطلبة الأكثر تعرضاً للبرامج الثقافية والتلفزيونية (طلبة الاقسام العلمية) أو (طلبة الاقسام الانسانية) .
- 6- معرفة ، هل يفضل الطلبة البرامج الثقافية في القنوات الفضائية المتخصصة ام القنوات الفضائية العامة ؟

#### رابعاً : - منهج البحث واجراءاته:

اعتمد هذا البحث على منهج البحث المسحي الوصفي الذي يفيد في دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بالظاهرة المدروسة بقصد التوصل أستبصارات جديدة أو محاولة تفسيرها وتحليلها(1).

#### خامساً : - إجراءات البحث:

قام الباحث بإعداد استمارة استبيان وتم استشارة عدد من اصحاب الاختصاص في أسئلة الاستمارة (\*) .

سادساً :- حدود البحث:

- 1- المجال البشري : طلبة جامعة بغداد ، (٥٠) طالباً من كلية التربية ابن رشد وهم من اقسام مختلفة من الكلية ، و (٥٠) طالباً من كلية التربية ابن الهيثم الاقسام العلمية وهم من اقسام مختلفة أيضاً .
- 2- المجال الزمني : استغرق العمل الميداني (٣) أشهر أي لدورة تلفزيونية واحدة من ١/٩ /ولغاية ٢٠٠٦/١٢/٣١ .
- 3- المجال المكاني :- قناة المنار الفضائية .

تعرض الجمهور للبرامج الثقافية

أولاً :- التعرض لوسائل الاتصال الجماهيري :

كلمة التعرض في اللغة العربية هي عرض وتعني لغوياً أظهر الشيء وأراه أياه و عرض (اسم العرض) منقول بما يدل عند الجمهور هو الشيء السريع الزوال وينقسم بالجملة الى المقولات الثمان هي (الكمية والكيفية والاضافة وأين ومتى والوضع وان يفعل وينفعل) (٢) .

اما مفهوم التعرض فهو ما يصدر عن الفرد من عرض للحقائق والوقائع وقد يكون هذا العرض واضحاً او ضمناً او غامضاً وبذلك فإن المصطلح يعني الشرح والبيان والتفسير وتعني أيضاً المكان المعد للعرض (٣) . ويمثل التعرض أحد الحلقات الرئيسة للعمليات الاتصالية وهو يعبر عن حدوث الصلة بين الرسالة الاتصالية ووسائل الاتصال الجماهيري من جهة والجمهور من جهة أخرى(٤) .

يهدف المرسل أيضا رسالته الى المتلقي والتأثير فيه واذا كانت عملية الاتصال تعتمد على المصدر والمستقبل او لأفان كلاً منهما يتطلب الآخر ويؤثر فيه اذ لا تتم العملية الاتصالية الا من خلال استقبال الجمهور للرسالة الاتصالية عن طريق القراءة او الاستماع او المشاهدة وفك الرموز وادارك المعاني وفهمها هو ما يعرف بالتعرض(٥) .

فالتعرض يعبر عن اكتمال العملية الاتصالية واستجابة الجمهور للرسالة ومدى اهتمامه بها ، ووفقاً لذلك فهو صلة رئيسه بين الرسالة والوسيلة من جهة والجمهور من جهة أخرى .

ويرى باحثون بأن التعرض هو عملية وصول المعلومات من مصادر المعلومات الى الجماهير أو

الافراد بصورة مباشرة او غير مباشرة (٦) .

وللتعرض اشكال يمكن ايضاحها بما يلي :-

1- التعرض المباشر : ويعني وصول المعلومات بصورة مباشرة الى الافراد ودون وسيط مثل

- قراءة المطبوعات او الاستماع للراديو او مشاهدة التلفزيون (٧).
- 2- التعرض الغير مباشر : ويتجسد بانتقال المعلومات عبر مرحلتين اساسيتين الاولى من وسيلة الاتصال الجماهيرية الى الافراد وهؤلاء يقومون بدورهم بنقل المعلومات وافكار والمعاني التي تلقوها من الوسيلة الى الاخرين وهؤلاء بمثابة قادة رأي في المجتمع (٨).
- وهناك تقسيم آخر للتعرض يشمل النوعين السابقين ودمجها بشكل واحد يطلق عليه (التعرض الانتقائي) ويعني ميل الافراد الى التعرض أنفسهم اختيارياً للرسائل عن طريق وسائل الاعلام التي يهتمون بها أو التي يجدونها ملائمة لاتجاهاتهم أو آرائهم ويتجنبون شعورياً أو لاشعورياً رسائل وسائل الاعلام التي قد تكون مثيرة او التي لا تتلائم مع اتجاهاتهم (٩).
- ويقوم مفهوم التعرض الانتقائي أيضاً على ان الناس يبحثون عن المعلومات التي تتفق ومخزونهم المعرفي ويتعرضون لها ويجتنبون المعلومات التي لا تتفق مع معتقداتهم وميولهم وأفكارهم ومواقفهم (١٠)، ويستند هذا السلوك الاتصالي الى ان هناك عناصر اجتماعية تتدخل في طبيعة أدراك الفرد النفسية وكيفية رؤيته للعالم وفقاً لنسق القيم الخاص باتجاهات الانسان ومعايره ومن هنا تتجم عملية الانتقاء الشخصي والتي تعني (انحياز الجمهور الى القائم بالاتصال).
- ان عملية التعرض لجمهور وسائل الاتصال الجماهيرية تتجسد في العبارة الشهيرة التي أطلقها الباحثان الاعلاميان (لازار فيلد وبييرلسون وجوديت) اللذان يران ان التعرض لوسائل الاعلام دائماً يكون انتقائياً بمعنى انه توجد علاقة معنوية بين آراء الناس وما يختارون سماعه أو قراءته، وان الناس بصفة عامة يميلون الى ان يتعرضوا لتلك الاتصالات الجماهيرية التي تتلائم واتجاهاتهم الراهنة (١١).
- ثانياً : معوقات تعرض الجمهور لوسائل الاتصال الجماهيري :
- تقف في طريق تعرض الناس لوسائل الاتصال الجماهيرية معوقات عدة بعضها ذات علاقة بوسائل الاتصال والاخر ذات علاقة بالجمهور، ومن أبرز تلك المعوقات :-
- 1- درجة تبسر الوسيلة: حيث يؤلف عامل من العوامل المعوقة للتعرض لان الفرد ينتقي عادة الطريق الاسهل في تعرضه .
  - 2- القصور في المهارات الاتصالية لدى الجمهور : وتتجسد هذه المهارات في القراءة والكتابة واجادة العمل على الحاسوب .
  - 3- ميل الافراد الى التعرض للرسائل التي تتوافق مع آرائهم ومعتقداتهم وأفكارهم : فالافراد يميلون الى ما يتوافق مع أفكارهم ويعزفون الى حد ما عن التعرض لما لا يتوافق مع اتجاهاتهم .
  - 4- الثقة بالمصدر : تعد الثقة بالمصدر درجة الصدق التي يوليها الفرد للوسيلة وللقائم بالاتصال وقد يؤدي ذلك الى العزوف عن التعرض وانخفاض التعرض وقد يحدث

العكس (١٢) .

5- اللغة المستخدمة في الرسالة الاتصالية : حيث ان نجاح الرسالة الاعلامية يعتمد على المشاركة في الخبرات والافكار بين المرسل والمستقبل فالارتفاع فوق مستوى المستقبل أو الهبوط الشديد دون مستواه في اللغة يفيد عملية التفاهم وبالتالي يقلل من عملية التعرض للعملية الاتصالية (١٣) .

6- التشويش : ويعني كل ما يسبب اضطراباً في سلامة النقل الطبيعي للرسالة الاتصالية ويعد من معوقات التعرض للوسيلة الاتصالية وانواعه :-  
أ. التشويش الهندسي . ب. التشويش الدلالي . ج. التشويش السايكولوجي .

وهناك معوقات اخرى تنقل من التعرض لوسائل الاتصال الجماهيري كعدم التشويق والجازبية في الرسالة الاتصالية وحالة الفرد النفسية وعدم تقديم الرسالة في الوقت المناسب للفرد والوضع المالي للفرد (الحالة الاقتصادية) ومعالجة الخاصة .

ثالثاً : جمهور المتلقين (خصائصهم وانواعهم وعادات التعرض :

يعني مصطلح الجمهور (فئة أو جماعة من الناس تتميز عن غيرها بخصائص أو صفات خاصة وتجمع افرادها صفات مشتركة أو روابط معينة) كما عرفه آخرون بأنه (جماعة متضامنة مع أفراد وجدا انفسهم مؤقتاً ودمجها بقيم مشتركة واصبحوا يعانون عواطف وانفعالات متشابهة) (١٤) .

ومع ظهور وسائل الاتصال أكتسب مصطلح الجمهور شكلاً آخر واصبح يعني (أولئك) الذين يستقبلون وسائل الاتصال الجماهيري وينتشرون في أماكن مختلفة ويشكلون أعداداً كبيرة من الناس) (٥) . ويفهم من هذا التعريف بأن الجمهور جماعات كبيرة مختلفة ومتباينة متنوعة وموزعة في أماكن متفرقة بحيث يصعب الاتصال بها الا من خلال انظمة الانتاج والتوزيع الجماعية التي تلقي بالرسائل الاتصالية المتماثلة في وقت واحد أي ان التطور الحديث أوجد وسائل تستطيع نقل الاصوات والحركات والالوان الى الناس أينما كانوا مما جعل منهم جماهيراً لوسائل الاتصال ويتكون الجمهور من افراد مختلفي الاعمار والاجناس والطبقات الاجتماعية والاقتصادية ومن مختلف المراكز والمهن والمستويات الثقافية وهم يرتبطون عادة فيما بينهم بجماعة أو عدد من الجماعات كالعائلة والاصدقاء وطلبة الجامعة وجماعة العمل وتلاميذ المدارس ولكنهم في الغالب يجهل بعضهم الآخر (١٦) .

ان هذا المزيج والواسع للجمهور يعطي لوسائل الاتصال الجماهيري قدرة اخرى اضافة الى استقباله بصورة مباشرة من قبل الافراد فأن أولئك الافراد ينقلون بدورهم بعض المعاني الى الجماعات التي ينتمون اليها وهذا الاتجاه السائد يبرز نشاطاً ثقافياً يؤثر في اغلبية الناس دون ان ينتظروا هم بذلك (١٧) .

ولجمهور وسائل الاتصال الجماهيري عدداً من الخصائص التي تميزه وتجعل منه ليس مجرد حشد يضم افراداً ليس لديهم انتماء مشترك او اتفاق او تنظيم وبذلك فهو يختلف عن الحزب او النقابات

العدد  
3

المهنية ويمكن القول ان جمهور وسائل الاتصال الجماهيري يتميز بما يأتي :

- 1- انه متنوع في تركيبه : اذ يضم افراد ينتمون الى جماعات مختلفة في المجتمع .
- 2- اعداد الجمهور كبيرة .
- 3- لا يعرف القائم بالاتصال افراد الجمهور معرفة شخصية .

لذا يشترط الباحثون في علم الاتصال على المرسل ان يجمع اقصى مايستطيع من معلومات عن الجمهور ، ويرى الكثير منهم ان خصائص الافراد الاولية تؤثر على عاداتهم الاتصالية واكثر من العوامل المتصلة بشخصيتهم ومن هذه السمات والخصائص :-

أولاً :- التعليم :- ويؤثر نظام التعليم في أي مجتمع من المجتمعات على أبناء هذا المجتمع فالجماهير التي يسودها نظام تعليمي يهتم اساساً بالقيم والاتجاهات الجديدة ويفتحوا الباب للتعليم في مراحل المختلفة بآلياته دون تميز او معوقات ويحترم الفروق الفردية ويشجع على الابتكار والخلق تنتصف بأنها جماهير واسعة الافق جادة التفكير ، عملية الاتجاه تنزع الى التجديد والابتكار .

فقد اثبتت الدراسات المختلفة ان هناك ارتباطاً ايجابياً بين مقدرة الفرد الذهنية ودرجة استيعابه للرسالة الاعلامية معنى هذا ان استيعاب الافراد للمعلومات اكبر دائماً عند الذين حصلوا على نصيب اكبر من التعليم الذين يتمتعون بقدرات ذهنية عالية(١٨) .

ان زيادة التمدن والتحضر تؤدي الى زيادة نسبة التعليم وبالتالي ازدياد نسبة التعرض لوسائل الاتصال الجماهيري .

اما الجماهير التي يسودها نظام تعليمي متأخر ونسبة التعليم فيها منخفضة يقف افرادها عاجزين بعض الشيء امام ممارساتهم لحقهم في الاتصال لذلك توصف بأنها جماهير جامده ومنغلقة(١٩) .

ثانياً : العمر :- ينقسم الجمهور الى فئات عمرية مختلفة وهذا الاختلاف يؤثر على عادات اتصال كلاً منهم حيث تؤكد الدراسات المختلفة وجود اختلاف سلبي واقع بين صغار السن أو الشباب والاهتمام بالشؤون العامة فكلما ارتفع السن يتحول الاهتمام من الخيال الى الواقع ففي حين يميل الصغار الى الخيال يميل الكبار الى البحث عن المواد الجادة المقروءة والمسموعة والمرئية حيث يتسم هذا النمط من التعرض لوسائل الاعلام بقدر كبير من الثبات وعدم الهروب من الواقع(٢٠)K

وهناك عاملان اساسيان لهما دوراً كبيراً في تحديد الخصائص والسمات للجمهور هما :

أولاً : العوامل النفسية وهي العوامل والمتغيرات النفسية ذات الدلالة التي تؤثر على الاستجابة لعملية الاتصال والسلوك وترتبط هذه العوامل بأنماط الحياة التي تنمو من خلال عضوية للجماعات والخلفيات الثقافية للافراد وأنواع ومستويات التعليم .

ثانياً : انطباعات الجمهور عن الموضوع ويستهدف تقسيم الجمهور طبقاً لتصوراته الذهنية

وانطباعاته الحالية عن الموضوع أو الفكرة مما يتيح للقائم بالاتصال القدرة على تحديد الاهداف الاتصالية بكفاءة ، وفيما يخص تصنيف الجمهور فقد تباينت الاراء اذ تعتمد فئات التصنيف على أغراض سعيدة ولكن من المتفق عليه ان الجمهور ينقسم الى :-

أ- الجمهور العام : ويشمل هذا النوع اصناف الجمهور الذي له رأي موحد حول المسائل أو المشاكل ذات الاهتمام العام ويُشبه الجمهور العام بالقوة المسيطرة التي يقدم لها المواطنون والعلماء وأصحاب السلطة والطاعة والولاء وهم يفعلون ذلك كما لو أنهم يمارسون عقيدة أو يتجاوبون مع حالة من حالات التعقل والحكمة (٢١) .

ب- الجمهور الخاص : ويسمى هذا النوع من الجمهور بالجزئي لانه يمثل جزءاً من الجمهور العام ، حيث يمكن للفرد فيه ان يكون عضواً في الجمهور الخاص والعام في وقت واحد كما يقسم الجمهور على أساس طبيعة تكوينه الثقافية كالآتي :-

1- جمهور أُمِّي وينقسم الى فرعين :

أ- أمية ابدية : واصحابها غير قادرين على القراءة والكتابة .

ب- اميون بموقفهم من الثقافة :- أي قادرون على القراءة والكتابة ولكنهم لا يميلون الى ما ينتمي الى

العلم والثقافة والادب (٢٢) .

2- الجمهور الذرائعي : وهو نوع من الجمهور يعتمد في تقييمه للافكار والفلسفات على أساس النتائج

العلمية ويتصف هؤلاء المتلقين بأنهم جمهور جيد .

3- الجمهور الفكري : وهم مجموعة من الافراد الذين يربطون الامور ويحلونها بما يجعل الصورة

واضحة للاخرين لذا فهم يعدون مفكرين ومبدعين (٢٣) .

### البرامج الثقافية في الفضائيات العربية

أولاً :- الثقافة والتلفزيون

أثارت محاولة تعريف الثقافة الكثير من الجدل والخلاف في الادبيات الثقافية والاعلامية وتحفل المصادر بـ (الكثير) من التعاريف لمفهوم الثقافة نورد بعضها ، فالثقافة يراها البعض (بأنها طريقة حياة مجتمع ما) (٢٤) ، وتعرف أيضاً بأنها (أنماط السلوك المكتسب والمعتقدات المتعارف عليها والتي يستخدمها الجميع ويتوقع الآخرون منه استخدامها وهي التي تميز المجتمع الانساني عن التجمعات السكانية) (٢٥) ، فيما يعرفها البعض (بأنها ما تجمع من تراث الابداع الانساني على مر الاجيال من الكتب واللوحات الفنية وما شاكلها ومعرفتنا بطرق التكيف مع البيئة الطبيعية والاجتماعية واللغة والعادات وآداب السلوك والمعاملة والدين والاخلاق) (٢٦) .

وخلص القول ان الثقافة من منظور منفق عليه هي تلك الدرجة الرفيعة من الكمال العقلي الذي تضيفه المعرفة ورهافة الحس على الانسان(٢٧) .

ومع التطور الكبير في مجال الاتصالات والتقنيات الحديثة والبحث الفضائي ظهر في الجانب الثقافي للمجتمعات العديد من المشاكل التي تتصل بثقافة الافراد والهوية الوطنية ومشكلة الثقافة وعولمة الثقافة والثقافة الجماهيرية ، والثقافة الرديئة لمجتمعاتنا والغزو الفكري ، ومن هذا تأتي أهمية الوظيفة الثقافية للاذاعة والتلفزيون وتكتسب أهميتها من حاجة المجتمع اليها بأحداث تطورات متوازنة للافراد وبشكل متعاقب في عملية تسمى التعليم والتثقيف وتشارك بذلك وسائل الاعلام والاتصال في عملية التعليم وان كانت مهمتها مختلفة ومن هذا التلاقي يؤكد الباحثون في مجال الاعلام بأن التلفزيون هو مدرسة موازية يمكنها ان تقدم الثقافة للجماهير ، وهناك من الباحثين من يهتم بالكيفية التي يتم من خلالها تقديم البرامج التلفزيونية للجمهور وهم يعتقدون بأن هناك مسؤولية ثقافية وتربوية وتعليمية كبيرة تقع على التلفزيون يجب مراعاتها قبل ان تراعي رغبات الجمهور واذواقهم(٢٨).

ويأتي كل ذلك بفضل التطور العلمي والتقني الذي يشهده العالم الى الحد الذي نتج عنه تغيراً كبيراً في الكثير من المفاهيم الانسانية والاتجاهات العلمية والنظم الاجتماعية والثقافية لتلك المجتمعات فهذا الجهاز يتمتع بإمكانات عالية في تأدية وظائفه بأتقان وفاعلية وبطريقة مفهومة فضلاً عن انه يحقق الاثر الاكبر ويساهم في نقل التراث والتقاليد المتركمة من جيل الى آخر ومن مجتمع الى آخر ويساهم في الاتصال الحضاري والحوار الحضاري وزيادة الوعي الاجتماعي السليم عند الافراد في المجتمعات المختلفة اذا ما احسن استخدامه وله القدرة على رفع مهارات الافراد في المجتمع من خلال التدريب ونقل المهارات بين الافراد معتمداً على قدراته الكبيرة في جذب الانتباه واثارة الاهتمام المتواصل والملاحظة الدقيقة والانصات الواعي فهو يظهر الاشياء بصورة واضحة وفعالية وبمرونة وحركة حيوية(٢٩) .

ويرى أصحاب هذا الرأي ان التلفزيون يشجع على الاستقرار على الحد الأدنى من التفكير والتفسير لانه يقدم الاشياء جاهزة فضلاً عن التأثير الموقفي بما يشجع على استنباط مواقف عاطفية أكثر مما هي عقلانية والمعرفة الفاسدة ، كما أكد أصحاب هذا الرأي ان التدهور الثقافي هو نتيجة لانخفاض القدرات الفعلية(٣٠) . ومع كل هذه التناقضات في الاراء الا ان هناك اتفاقاً على ان التلفزيون وظيفة تثقيفية تتبلور عبر ماتوديه الاذاعة المرئية كوسيلة اتصال فعالة من بث الافكار والمعلومات وأنماط السلوك والتعبير عن قيم المجتمع والحفاظ على تراثه الاصيل والمساعدة في تنشئة الاجيال عبر استلهاهم واع للمبادئ القومية وأنماط الحضارة الانسانية المتطورة(٣١) .

ثانياً :- البرامج الثقافية التلفزيونية وأشكالها الشكل والمضمون :

تعددت التعريفات الخاصة بالبرامج الثقافية وذلك بتنوع طبيعة مضامين وموضوعات هذه

البرامج فبعض التعريفات اعتمدت على جانب الوظيفة التي من الممكن ان تؤديها هذه البرامج فيما اتخذت بعض المفاهيم الاخرى معانيها من الشكل او القالب الذي يتخذ في التوجه الى الجمهور فقسم من البرامج الثقافية تأخذ شكل الافلام والموضوعات الثقافية والاشكال الفنية والحوارات والندوات واللقاءات ذات الطابع العلمي والمعرفي وهي تعتمد مضامين تطرح على المشاهد بصورة مباشرة وصريحة ، بينما هناك قالب آخر يتمثل في البرامج الثقافية والافلام والمسلسلات والموسيقى العالمية ذات الطابع الثقافي والتي تطرح مضامينها بصورة غير مباشرة (٣٢) .

ومع هذا التعدد الا ان هناك اتفاقاً على ان البرامج الثقافية "هي تلك البرامج التي تقدم من خلال التلفزيون بهدف تبسيط موضوع أو فكره ثقافية في صورة تلفزيونية مقبولة تقوم على الافاده من إمكانات الفن التلفزيوني وتتميز بالتحديد والتبسيط في تقديم تراث الفن والفكر والعلم على أوسع نطاق دون ان يمس ذلك المستويات ذات القيم الكبرى في الانتاج الثقافي الادفعاً لها الى مزيد من التفوق والاجادة(٣٣) .

وتعرف البرامج الثقافية أيضاً بأنها البرامج التي تختص بالاداب والفنون والعلوم عن طريق تقديمها او التعريف بها او نقدها ، ومنهم من يعرف البرامج الثقافية بأنها تقديم منجزات الفن والاداب والعلوم للجماهير المختلفة بأسلوب فعال ورعاية الحركة الفكرية في المجتمع من اجل تحقيق هذه الغاية(٣٤) .

ولذلك من المناسب القول بأن البرامج الثقافية التلفزيونية هي البرامج التي تهدف الى نشر الوعي الثقافي بين الجمهور باعتبارها مدخلاً رئيساً الى الثقافة العامة ولابليغي ذلك حقيقة ان تحقق هذه البرامج قدراً معيناً من الترفيه ، ان التلفزيون منيراً ثقافياً يمكن استغلاله لنشر الثقافة في المجتمع ولايتعارض ذلك مع وظيفة الاخبار أو الترفيه خاصة اذا ما روعي المضمون والقيم والشكل الفني الجذاب ، وهي تستطيع ان تشد البرامج الترفيهية الى مستواها الأرفع والانتفع بدلاً من ان يترجع الجانب الثقافي في اداء وظيفته عبر التلفزيون الى مرتبه متدنيه ويترك المراتب الاول للاخبار والترفيه واذا ما استغل التلفزيون بصورة جيدة فإنه يحقق خدمة عظيمة لثقافة المجتمع بأشمل المعاني لكلمة (الثقافة) وانه اقرب وسيلة تثقيفية تتيح للمشاهد ان يتلقى الثقافة عن طريق الرؤية واللون و احياناً الصوت والحركة(٣٥) وتتميز البرامج الثقافية عن غيرها من البرامج بأن من الممكن تقديم مضامينها بشتى الاشكال الفنية البرمجية فمن الممكن تقديمها وفق القالب الدرامي وكذلك على شكل الحديث السردى.

ثالثاً :- حدود الاهتمام بالبرامج الثقافية في الفضائيات العربية

تعود فكرة استخدام الاقمار الصناعية للاتصال بين الدول العربية الى منتصف الستينات خلال مؤتمر

وزراء الاعلام في بنزت بتونس ، وفي نيسان عام ١٩٧٦م وخلال اجتماع وزراء المواصلات العرب بالقاهرة تمت الموافقة على اتفاقية المؤسسة العربية للاتصالات الفضائية ، في اطار جامعة الدول العربية ، فيما انطلقت الفضائيات العربية في مطلع التسعينات ويمكن تأشير عدد من الملاحظات عن

واقف البرامج الثقافية في محطات التلفزة الفضائية العربية وتتمثل في :

- 1- هنالك خلط واضح حول مفهوم البرامج الثقافية وعدم وجود ضوابط محددة للبرامج الثقافية .
- 2- طغيان البرامج الترفيهية على مخطط برامج التلفزيون فلا عجب ان نجد نسبة البرامج الثقافية في تلفزيون دولة الامارات العربية المتحدة تصل الى نسبة ٥% من مجموع ساعات البث وفي تلفزيون البحرين تصل الى نسبة ٢٠% وفي التلفزيون السعودي تصل الى نسبة ٢٠% مضافاً اليها البرامج الدينية وفي تلفزيون قطر ٢٤% (٣٦) وفي تلفزيون العراق تصل الى نسبة ٣٠,٧٨% من مجموع البرامج العامة ، وفي التلفزيون العربي السوري المحلي تصل الى نسبة ٤٧,٨٦% من مجموع البرامج العامة (٣٧) .
- 3- صياغة البرامج الثقافية في قوالب محددة بعيدة عن روح الخلق والابداع واعتمادها على الحديث المباشر ، والمقابلة الطويلة المملة .
- 4- اعتماد البرامج الثقافية في قوالب محددة بعيدة عن روح الخلق والابداع واعتمادها على الحديث المباشر والمقابلة الطويلة المملة .
- 5- الافتقار الى السياسة الثقافية في مخطط برامج التلفزيون وتقديم الرسائل الثقافية اعتماداً على الصدفة لزيارات بعض المفكرين والمبدعين ضمن سهرات غير منتظمة او لقاءات عابرة في البرامج المحلية .
- 6- مقاطعة بعض المثقفين لبرامج التلفزيون لاعتبارات كثيرة منها تلك السطحية التي تخرج بها البرامج الثقافية وعدم قدرة بعض المذيعين على استيعاب المواضيع المطروحة .
- 7- اهمال دور التلفزيون في نشر الثقافة لدى القائمين على السلطات التعليمية والثقافية .
- 8- ربط الثقافة ببرامج التسمية الرسمية الامر الذي يخرج الثقافة عن مدلولها الحقيقي ويجعل برامجها ضمن عجلة الروتين الحكومي (٣٨) .

توصيف عام للبرامج الثقافية في قناة المنار الفضائية

تعرض قناة المنار الفضائية العديد من البرامج الثقافية التي تهدف الى تدعيم الثقافة العربية والاسلامية كما جاء في ميثاق تأسيسها ، وادناه جدولاً بأسماء البرامج الثقافية وأوقات عرضها وبعض المعلومات التوصيفية عنها :

مدى تعرض طلبة جامعة بغداد للبرامج الثقافية والتلفزيونية

ت	اسم البرنامج	مؤعد العرض	زمن البث	مدة العرض	الملاحظات
١	لبنان هذا اليوم	يومي	المساء	٣٠ دقيقة	
٢	لوجه الآخر	يومي	المساء	٣٠ دقيقة	
٣	ن و للقدم	اسبوعي	المساء	١٥ دقيقة	
٤	لاديين والصفحة	اسبوعي	المساء	٣٠ دقيقة	
٥	نذلة الصلاة	اسبوعي	المساء	١٥ دقيقة	
٦	المبار للصغير	يومي	المساء	٦٠ دقيقة	
٧	مؤ لاسب المبار للصغير	اسبوعي	صباحي ، مساء	٢٠ دقيقة بدت	
٨	أو المبار	اسبوعي	صباحي	١٥ دقيقة	
٩	في سبني حكايا	يومي	صباحي	١٥ دقيقة	
١٠	أطفالنا أكبادنا	يومي	صباحي	١٥ دقيقة	
١١	للخدم و الأيدى	اسبوعي	المساء	١٥ دقيقة	
١٢	مجلس للتحراء	اسبوعي	المساء	٢٠ دقيقة	
١٣	مسم و مسم	اسبوعي	المساء	٦٠ دقيقة	
١٤	شبه الكلام	اسبوعي	المساء	٣٠ دقيقة	

أولاً : لبنان هذا اليوم : برنامج يومي مباشر على الهواء عدا السبت والاحد يفتح نافذة على الاحداث والوقائع والحياة بكل اتجاهاتها ويتضمن مجموعة من الفقرات المنوعة ، الثقافية ، الاخبارية ، السياسية ، العلمية ، الاجتماعية وبمازج بين الفقرات عبر استضافة الشخصيات المعنية وبحاورها في شتى المجالات الحياتية التي تهم المجتمع اللبناني ، البرنامج يومي ويهدف الى تنمية المجتمع ثقافياً من أجل رسم غد افضل بينى بالتواصل المباشر مع المواطن يوماً بعد يوم ويتضمن البرنامج الفقرات التالية :

(من الصحف - مع الحدث - زمني علماً - صدر حديثاً - مع الناس ، سنابل - نوافذ ثقافية - فضلاً عن فقرات سريعة عن اسعار العملات ، حركة المطار ، حالة الطقس - البرنامج من اعداد وتقديم محمد شري ، صفاء مسلماني - توفيق شومان - فاطمة بدير - بتول ايوب وتنسيق عمادة مرتضى واشراف محمد شري .

ثانياً : الوجه الآخر :- برنامج حوارى مباشر (يومي) على الهواء يناقش مختلف القضايا التربوية والفكرية والثقافية والاجتماعية والاقتصادية ويستضيف البرنامج نخبه من ذوي الاختصاص ورجال الفكر والعلم والثقافة والصحافة ويتناقشون بجرأة وموضوعية وصرحة يطرحون آرائهم دون تحفظ ، يشارك في البرنامج جمهور من المهتمين والصحافيين والجامعيين داخل الاستوديو حيث يتم تناول قضايا محددة (ثقافية وفكرية) وتحاول الكاميرا رصد القضية وتسجيلها وعرضها بكل حقيقتها وبتيح البرنامج للمشاهدين ابداء آرائهم مباشرة او عبر احصاءات تحدد توجه الرأي العام ، من اعداد أمين مصطفى وحاو ناصر أخضر .

ثالثاً : ن والقلم :- برنامج اسبوعي ثقافي يعرض في كل حلقة اخر واهم الاحداث الثقافية

ويناقش القضايا الثقافية والفكرية ويرصد آخر الانجازات العلمية والادبية وحاو نخبه من اهل الثقافة ويعرض النتائج الادبية نقداً وتحليلاً والبرنامج من اعداد عبد الحليم حمود وفاطمة بدير وتقديم فاطمة

#### بدير و اشرف حسان بديري

رابعاً : الدين والحياة: - برنامج حوارى مباشر على الهواء يتناول قضايا الحياة ومستجداتها ويحاول الاجابة على تساؤلات ومشاكل الناس من المنظار الاسلامي متهماً بمعالجة واقع المجتمع من النواحي الدينية والفكرية والاجتماعية ويعرض التحديات الفكرية والعقائدية التي تواجه مجتمع المسلمين خصوصاً واللبنانيين عموماً ، البرنامج يستضيف نخبة من علماء الدين والمفكرين تتمحور كل حلقة حول موضوع معين مع المشاركة المباشرة للمشاهدين عبر اتصالاتهم واسئلتهم الموجهة للضيف ، البرنامج من اعداد وتقديم خضر الموسوي .

خامساً : نداء الصلاة : - برنامج يرصد خطباء الجمعة من مختلف العواصم العربية والاسلامية ويقدم مقتطفات من آرائهم الدينية والفكرية وكذلك السياسية ، ويعرض هذه الآراء والشخصيات في مادة مقارنة تعبر عن المشهد الديني والفكري والثقافي الراهن ، البرنامج من اعداد محمد دهيني وتقديم حكم أمهر .

سادساً : المنار الصغير :- برنامج يومي يقدم ساعة تلفزيونية يومية على مدار الاسبوع مخصصة للاطفال تتضمن الترفيه والمعلومات عبر مجموعة من البرامج تراعي مختلف الاعمار وتتمى معلوماتهم حيث تتنوع الاهداف والوسائل وذلك بوساطة مجموعة من الشخصيات المحببة ويضم المنار الصغير البرامج التالية :- ( آلو منار - مجلة المنار الصغير - مواهب المنار الصغير - الحسون وجو - في سلتى حكايا - بريد المنار الصغير - وهذه الفقرات عبارة عن مجموعة يقوم بأعدادها فريق مختص ، تقديم غادة نصر الدين وكابي جعفر وفاتته وهبي تمثيل عمر ميقاتي ورشاد عيتر و ابراهيم ابو خليل ومحمد قمر الدين و اشرف سلوى صعب .

سابعاً : مواهب المنار الصغير :- البرنامج عبارة عن عرض لمواهب الاطفال في مجالات الرسم والشعر والالقاء والتمثيل ويشجع على تنمية المواهب الجديدة وتنمية روح الابداع لدى الاطفال .

ثامناً : الو المنار :- مسابقة ثقافية على الهواء تعرض اسئلة عبر مجموعة من الرسوم والفقرات التمثيلية وجيب عنها الاطفال هاتقياً ، ويهدف البرنامج الى تنمية القدرات اللغوية والفكرية للطفل بأسلوب شيق .  
تاسعاً : في سلتى حكايا :- البرنامج عبارة قصة يومية تقدم للاطفال من روائع الادب العالمي للطفولة

تقدمها شخصية رئيسه ودميه تضيف اجواء تمثيلية على القصص

عاشرأ : اطفالنا اكبانا :- برنامج حوارى توجيهي تربوي مباشر على الهواء يعني بتربية الاطفال ويناقش المشاكل التربوية والصحية والنفسية التي يتعرضون لها

أحد عشر : العلم والايمان :- برنامج يبرز الاعجاز القرآني في الخلق والكون والانسان مستعرضاً الاشارات القرآنية لهذه المعجزات الكبيرة مازجاً بين النظريات العلمية والحقائق القرآنية .

أثنى عشر : مجالس الشعراء :- برنامج اسبوعي مدته عشرون دقيقة يستضيف نخبة من الشعراء وتتضمن كل حلقة مسابقات في الشعر والزجل .

ثلاثة عشر : سم وعسل :- برنامج يتناول بالنقد والتعليق الافلام السينمائية العالمية والغربية

التي صنعت خصيصاً ضد العرب والمسلمين وشوهت صورتهم وتركت انطباعات سيئة ومحرفة عن الحقائق التاريخية والانسانية ويظهر البرنامج عبر تحليله لاليات تركيب وصناعة الافلام وتحليل البناء الدرامي والمستوى المؤذي للنص والشخصيات كما يبرز المظهر الحقيقي لصانعي هذه الافلام ودورهم في تشويه صورة العرب والمسلمين البرنامج من اعداد (اسد ماجد) .

اربعة عشر : فقه الاسلام :- وهو برنامج من تقديم (حسيب حايك) يقدم اسبوعياً لمدة نصف ساعة ، ويقوم على استضافة ضيف للحوار في موضوع معين ويتناول حياة الناس اذ يقدم ضيوف البرنامج اجوبتهم عن الاسئلة الموجهه اليهم مستندين في ذلك الى القرآن الكريم وسنة الرسول الكريم محمد (ص) ، فهو برنامج يتناول موضوعات دنيوية والهدف من البرنامج خدمة الجمهور وذلك بتبصيره بالامور الدينية .

### الإطار الميداني

تعرض طلبة جامعة بغداد للبرامج الثقافية في قناة المنار الفضائية

قبل الخوض في الجانب الميداني ، لابد من التمهيد للمجالين الميداني والبشري ، ففي الجانب الميداني

(قناة المنار الفضائية) نعرض ما يلي :

- تأسس التلفزيون في لبنان من قبل القطاع الخاص ، وبدأ العمل في اول محطة تلفزيون في لبنان من قبل القطاع الخاص في بيروت تحت اسم الشركة اللبنانية للتلفزيون في العام ١٩٥٩ ، وفي العام ١٩٦٢ بدأت محطة ثانية البث تحت اسم شركة تلفزيون لبنان والمشرق (٣٩) .

وعرف لبنان اربعة اشكال من الاعلام تتداخل كلها لتشكل تاريخه الاعلامي الطويل (٤٠) والمميز

وهي :

أ. اعلام الحروب

ب. حروب الاعلام

ج. سلام الاعلام

د. اعلام السلام

وخلال هذه السنوات التي مرت على لبنان تميزت المحطات التلفزيونية الجديدة بأنها مسيسه وموجهة وكل منها يعبر عن طائفة ما او حزب معين واطهرت صورة لبنان المجزء والمهشم بفعل الحروب الطاحنه التي عاشها في تلك الفترة.

اما تلفزيون المنار فقد ظهر في ٦ حزيران ١٩٩١ هي المرحلة التي تسمى بمرحلة اعلام

السلام ليعبر عن ضرورة المرحلة الجديدة التي اعقبت اتفاق الطائف ، ومع ان هذه المرحلة لها خصوصيتها من حيث الانفتاح والتوجهات والممارسات التي اعقبت الحرب الا ان قناة المنار ظهرت

في هذه المرحلة وجاء في ميثاقها بأنها قناة اعلامية مرئية باشرت ارسالها الارضي عام ١٩٩١ و الفضائي في عام ٢٠٠٠ وتتوجه المحطة الى العرب والمسلمين في كل اقطار العالم بخطاب توحيدي منفتح وتنتهج سياسات موضوعية يحفزها الى ذلك طموح كبير في المشاركة بصنع غد افضل للاجيال والمجتمعات العربية والاعلامية في بقاع الارض كافة ، ومن خلال التركيز على القيم الدينية السمحاء ، وتعزيز ثقافة الحوار والتلاقي والتعاون بين اتباع الاديان السماوية والحضارات الانسانية ، وتركز المحطة على ابراز قيمة الانسان والتركيز عليه كمحور لرسالات السماء تهدف الى صون كرامته وحرية وتنمية الابتعاد الروحية والمعنوية في شخصيته (٤١)

وتمتلك قناة المنار الفضائية دائرة خاصة بالبرامج الثقافية والدينية حيث تحتل البرامج الثقافية حيزاً هاماً وذلك لان قناة المنار تعمل على بناء المشروع الثقافي العربي الاسلامي على اساس سليمة في ظل تداعيات العولمة وتأثيراتها على المنطقتين العربية والاسلامية ، وتقدم قناة المنار الفضائية برامجها الثقافية بأشكال ومضامين مختلفة لكن الهدف منها هو بناء الحالة المعرفية عند المشاهد ، فحتى البرامج ذات الطابع الديني تحمل في طبيعتها الثقافة والفكر وتقدم بأساليب واشكال فنية عديدة حوارية او وثائقية وبعضها مسجلة وبعضها الاخر يكون على الهواء مباشرة (٤٢) .

ثانياً : الجانب البشري :- قام الباحث بتوزيع (١٠٠) استمارة استبيان وعلى النحو الاتي :

(50) استمارة استبيان تم توزيعها على طلبة جامعة بغداد كلية التربية ابن رشد قسم علم النفس التربوي وتمثل هذه النسبة طلبة الاختصاصات الانسانية ، و (٥٠) استمارة استبيان تم توزيعها على طلبة جامعة بغداد كلية التربية ابن الهيثم ، وضمت الاستمارة (١٧) سؤال وبعض الاسئلة تضم مجموعة اختيارات ، وهناك اسئلة تكون اجاباتها مفتوحة من دون اختيار (\*) وضمت الاستمارة المتغيرات الاساسية التالية :

- 1- الجنس ، التخصص ، ملكية الاجهزة ، نوع الدراسة (صباحي ، مسائي) ، عدد افراد الاسرة) .
- 2- حيازة الاجهزة (الستلايت والتلفزيون) ، (ملكيتها ، عدد الاجهزة) .
- 3- اولويات التعرض (نوع القناة عامة ، متخصصة) (محلية ، عربية ، دولية) .
- 4- أنماط المشاهدة (الوقت صباحاً ، ظهراً ، عصرراً ، مساءً) .
- 5- حجم التعرض (بالساعات ، بالدقائق ، يومياً ، اسبوعياً ، بشكل متفرق) .
- 6- شكل ومضمون المادة الثقافية (برنامج ، فقرة ، فنون صحفية تلفزيونية) .
- 7- التقديم بواسطة (مذيع ، صحفي ، أديب ، مقدم ، مقدمة) .

اولاً : كلية التربية (ابن رشد) الاقسام الانسانية:

- تم توزيع (٥٠) استمارة على طلبة كلية التربية ابن رشد وهي كلية الانسانية في جامعة بغداد واستعادة جميع الاستمارات وكانت النتائج كما يأتي :-

الاستمارة الموزعة على الذكور (٣٣) استمارة أي (٦٦%) من العينة في هذه الكلية، فيما شكلت نسبة الإناث (١٧) استمارة أي (٣٤%) ولدى تحليل البيانات ظهر أن جميع الطلبة يعيشون مع عوائلهم وتراوحت افراد اسرتهم من (٥-١١) فرد، واجاب (٤٨) من المبحوثين بأن لديهم اكثر من جهاز تلفزيون وجهاز استقبال (ستلايت) في بيوتهم وهو مايشكل نسبة (٩٦%) من العينة بينما أجاب (٢) من المبحوثين بأن لديهم جهاز تلفزيون واحد وجهاز استقبال واحد في بيوتهم وهو ما يشكل نسبة (٤%) من المبحوثين، واجاب (٤٢%) من النسبة العامة أي (٢١) مبحوثاً بأنهم يشاهدون البرامج الثقافية في قناة المنار الفضائية، بينما اجاب (٢٩) من المبحوثين بأنهم لايشاهدون البرامج الثقافية المعروضة على شاشة قناة المنار الفضائية وهو مايشكل (٥٨%)، ولدى فرز هذه الاستمارات تبين ان الطلاب أكثر اهتماماً من الطالبات في متابعة البرامج الثقافية فقد تبين ان (١٥) طالباً يتابعون هذه البرامج وهو مايشكل (٣٠%) من النسبة العامة بينما تتابع (٦) طالبات فقط البرامج الثقافية وهو مايشكل (١٢%) فقط من النسبة العامة، اما عن اسباب المشاهدة فقد تعددت آراء المبحوثين الا ان النسبة الكبرى من الاجابات كانت تركز على الحصول عن المعلومات وزيادة الوعي الثقافي للمشاهد والتعرف على حياة الشعوب واخبار التاريخ والجغرافية والشعر والادب والمدن وعادات الناس واجاب (١١) مبحوث بأنهم يشاهدون القنوات الفضائية المحلية وهو مايشكل نسبة (٢٢%)، و (٢٩) مبحوث يشاهدون البرامج الثقافية من الفضائيات العربية ويشكل (٥٨%) من النسبة العامة، بينما اجاب (١٠) مبحوثين بأنهم يتابعون البرامج الثقافية في الفضائيات الدولية وهو ما يشكل (٢٠%) من المبحوثين واجاب (٣٤%) بأنهم يتابعون البرامج الثقافية المقدمة من القنوات الفضائية العربية العامة وهو ما يشكل (٦٨%) من المبحوثين، بينما جاب (١٦) طالباً من المبحوثين بأنهم يتابعون القنوات الفضائية المتخصصة ونسبتهم (٣٢%)، واجاب (٢٨) من المبحوثين بأنهم يتابعون البرامج الثقافية لانها تقدم كم ممتع ووافي من المحتوى الثقافي وهم يشكلون (٥٦%) من النسبة العامة للمبحوثين، بينما اجاب (٢٢) من المبحوثين بأنهم يتابعون البرامج الثقافية لانها تقدم المضمون الثقافي بشكل جميل وممتع وهؤلاء يشكلون نسبة (٤٤%) من النسبة العامة للمبحوثين في هذه الكلية الانسانية .

وعن طريقة تقديم البرامج الثقافية اجاب (٦) من المبحوثين عبر البرامج التعليمية أي (١٢%) من المبحوثين، واجاب (١٣) من المبحوثين عبر البرامج العلمية والوثائقية التسجيلية أي نسبة (٢٦%)، وعبر البرامج الحوارية والندوات الثقافية أجاب (١١) مبحوث وهو مايشكل (٢٢%) ويرى (٦) مبحوثين بأن المجالات الثقافية هي الطريقة الافضل لتقديم البرامج الثقافية وهم يشكلون نسبة (١٢%) واجاب (٧) مبحوثين بأن التحقيقات هي الافضل ونسبتهم (١٤%) وعبر المقابلات اجاب (٥) مبحوثين ويشكلون هؤلاء نسبة (١٠%)،

بينما يرى (٢) من المبحوثين ان الاخبار هي الانسب لتقديم الثقافة عبر التلفزيون ونسبتهم (٤%) واجاب (٣٧) مبحوثاً بأن الاعلامي هو الافضل في تقديم البرامج الثقافية ونسبتهم (٧٤%)، بينما أجاب (١٧) من المبحوثين بأن المقدم الاكاديمي للبرامج الثقافية هو الافضل، وهو ما يشكل نسبة (١٤%) من

النسبة العامة من المبحوثين في هذه الكلية ، فيما اجاب (٦) من الطلبة ونسبتهم (١٢%) من النسبة العامة للمبحوثين والبالغة (٥٠ استمارة) ، اما عن عدد ساعات التعرض فقد بلغت (٤٥) اجابة لم تتجاوز الساعة الواحدة في اليوم الواحد وهي نسبة تشكل (٩٠%) من المبحوثين ، و(٥) اجابات كانت اكثر من ساعة وهو مايشكل نسبة (١٠%) من المبحوثين بينما كانت نسبة التعرض للبرامج العامة (٤٠) اجابة اكثر من (٦) ساعات وبنسبة (٨٠%) ، و (١٠) اجابات من (ساعة الى ست ساعات) التعرض للبرامج العامة وهذا يشكل نسبة (٢٠%) من النسبة العامة للمبحوثين ، واجاب (٣١) من المبحوثين في هذه الكلية بأن التلفزيون هو الافضل من بقية وسائل الاتصال الجماهيري في تقديم الثقافة ونسبته (٦٢%) ، بينما اجاب (١٩) منهم بكلا وهو ما يشكل نسبة (٣٨%) من النسبة العامة ، وبالنسبة لافترات التعرض للبرامج الفضائية الثقافية فقد اجاب (٦) مبحوثين بأن الفترة الصباحية هي الانسب لمشاهدة هذا النوع من البرامج وهو ما يشكل نسبة (١٢%) ، بينما اجاب (٧) من المبحوثين بأن مدة الظهر هي الانسب للتعرض ، وهو ما يشكل نسبة (١٤%) ، واجاب (١١) من المبحوثين بأن المدة المسائية المبكرة هي الاحسن للتعرض وهو ما يشكل (٢٢%) ، في حين بلغ عدد الاجابات الخاصة بالمدة المسائية (٢٤) اجابة وهي نسبة تشكل (٤٨%) ، في حين بلغت الاجابات الخاصة بالمدة المتأخرة من الليل (٢) اجابة أي (٤%) ، ويرى (٤٦) مبحوثاً ضرورة زيادة المساحة الزمنية للبرامج الثقافية على حساب البرامج السياسية وهي نسبة تبلغ (٩٢%) في حين لم يجب (٤) مبحوثين عن ذلك ، واجاب (٤٢) مبحوثاً من أصل (٥٠) مبحوثاً بأن البرامج الثقافية ساهمت في رفع المستوى الثقافي له ، وهو ما يشكل نسبة (٨٤%) في حين لم يؤيد ذلك (٨) من المبحوثين وهو ما يشكل نسبة (١٦%) من النسبة العامة للمبحوثين في هذه الكلية الانسانية .

#### ثانياً :- كلية التربية (ابن الهيثم) الاقسام العلمية

تم توزيع (٥٠) استمارة على طلبة كلية التربية (ابن الهيثم) وهي كلية تضم عدداً من الاقسام العلمية في جامعة بغداد ، وبعد جمع الاستمارات واستعادتها بالكامل وتحليلها ظهرت النتائج التالية:

شكلت نسبة الاناث (٢٢) استمارة وهو مايشكل نسبة (٤٤%) من المبحوثين كان عدد الاستمارات الموزعة على الذكور (٢٨) استمارة أي مايشكل نسبة (٥٦%) ، وان نسبة (٩٦%) من المبحوثين هم ممن يعيشون مع عوائلهم وعددهم (٤٨) طالباً وبلغت نسبة (٤%) أي (٢) من المبحوثين ممن يعيشون في الاقسام الداخلية وتراوحت اعداد اسرهم ما بين (٣- ١٠ أفراد) واجاب (٤٥) طالباً بأن لديهم أكثر من جهاز تلفزيون وأكثر من جهاز استقبال (ستلايت) في بيوتهم أي (٩٠%) من المبحوثين بينما اجاب (٥) مبحوثين بأن لديهم جهاز تلفزيون واحد وجهاز استقبال (ستلايت) واحد أي (١٠%) فقط من المبحوثين ، واجاب (٣٦) من

المبحوثين بأنهم يشاهدون البرامج الثقافية وهو مايشكل نسبة (٧٢%) من عينة البحث بينما اجاب (١٤) مبحوث بأنهم لايشاهدون البرامج الثقافية وهذا العدد يشكل نسبة (٢٨%) من المبحوثين وعن اسباب مشاهدة البرامج الثقافية قال المتعرضون بأنهم يبحثون عن المعلومات العلمية ولدى فرز الاستمارة تبين

بأن الطلاب هم أكثر تعرضاً للبرامج الثقافية من الطالبات فمن بين (٣٦) طالباً يشاهدون البرامج الثقافية تبين ان (٢٩) منهم هم من الطلبة وان (٧) طالبات فقط يتعرضن للبرامج الثقافية من بين الـ (٣٦) طالباً الذين يشاهدون البرامج الثقافية ، وأجاب (٧) طلاب بأنهم يتعرضون للبرامج الثقافية في القنوات المحلية وهو مايشكل نسبة (١٤%) بينما يتابع القنوات العربية (٣٦) طالباً أي بنسبة (٧٢%) في حين بلغ عدد الذين يشاهدون القنوات الفضائية الوافده (٧) طلاب أي نسبة (١٤%) وعن القنوات المفضلة للمشاهدة أجاب (٣٧) وهي نسبة (٧٤%) بأنهم يرغبون في مشاهدة البرامج الثقافية عن طريق القنوات الفضائية العامة في حين أجاب (١٣) طالباً بأنهم يرغبون في مشاهدة البرامج الثقافية عن طريق القنوات الفضائية المتخصصة وهي نسبة بلغت (٢٥%) من النسبة العامة للمبشرين وعن اسباب التفضيل أجاب (٢٨) طالباً ونسبتهم (٥٦%) لانها تقدم كم متمع ووافي من المحتوى الثقافي في حين اجاب (٢٢) طالباً وهي نسبة (٤٤%) بأن السبب يعود لانها تقدم بشكل واضح وجميل ومتمع وخال من الاسفاف والبهرجة والمظاهر التي تخالف الذوق والاداب العامة ، وعن أفضل طريقة لتقديم الثقافة عبر التلفزيون اجاب (٦) من المبشرين أي (١٢%) من النسبة العامة عبر البرامج العلمية والوثائقية التسجيلية ، فيما أجاب (٩) من الطلبة بأن برامج الحوارات والندوات الثقافية هي افضل طريقة لتقديم الثقافة وهذا العدد يشكل نسبة (١٨%) من النسبة العامة في حين أجاب (١١) من الطلاب بأن برامج المجالات الثقافية هي الافضل وهذا العدد يشكل نسبة (٢٢%) و (٦) من الاجابات عبر التحقيقات التلفزيونية بينما أجاب (٩) من المبشرين بأن المقابلات التلفزيونية هي الافضل وهي نسبة تشكل (١٨%) ، اما الاخبار فقد حصلت على اجابة واحدة وهذه النسبة تشكل (٢%) من النسبة العامة للمبشرين في هذه الكلية العلمية ، وعن أفضل طريقة لتقديم البرامج الثقافية أجاب (٣٧) من الطلبة بأنهم يفضلون ان يكون المقدم متخصص بالثقافة كأن يكون ادبياً أو شاعراً أو قاصاً أو روائياً أو مسرحياً أو ناقداً وهي نسبة تشكل (٧٤%) من النسبة العامة فيما اجاب (٨) من المبشرين بأنهم يفضلونه أستاذاً أو استاذة جامعية وهي نسبة تشكل (١٦%) من النسبة العامة في حين اجاب (٥) طلبة بأنهم يفضلونه مقدم برنامج أو مقدمة برنامج وهي نسبة تشكل (١٠%) من النسبة العامة .

اما عن عدد ساعات التعرض فكانت الاجابات (٤٦) أجابة أي (٧٢%) يتعرضون للبرامج الثقافية أقل من ساعة يومياً ولاكثر من (٦) ساعات للبرامج العامة ، فيما أجاب (٤) طلبة أي (٨%) بأنهم يتعرضون لاكثر من ساعة لهذا النوع من البرامج الثقافية وأنهم يتعرضون من ساعة الى ساعتين للبرامج العامة وأجاب (٣٤) من المبشرين بأن التلفزيون أفضل من بقية وسائل الاتصال في تقديم الثقافة ، وهي نسبة تشكل (٦٨%) من النسبة العامة ، بينما أجاب (١٤) من المبشرين بكلا ، وهي نسبة تشكل (٢٨%) من النسبة العامة ، وختلت استمارتان من الاجابة ... وعن الوقت المناسب لمشاهدة البرامج الثقافية فيرى (٢٤) من المبشرين بأنها المدة

العدد  
3

200

البحث الاعلامي

حزيران ٢٠٠٧

نسبة (١٤%) لمدة الظهيرة ، و(٢) من الطلبة أي (٤%) للمدة الصباحية ، واجابة واحدة أي (٢%) للمدة المتأخرة من الليل .

وعن زيادة المساحة الزمنية المخصصة للبرامج الثقافية أجاب (٤٣) من المبحوثين أي (٨٦%) من النسبة العامة بأنهم يرون أن يتم ذلك على حساب البرامج السياسية والاعخبارية ، في حين لم يجب (٧) من المبحوثين عن هذا السؤال وهذه النسبة تشكل (١٤%) من النسبة العامة ، وعن مساهمة البرامج الثقافية في رفع المستوى الثقافي للطلاب الجامعي أجاب (٢٨) من المبحوثين بـ (نعم) وهي نسبة (٥٦%) من النسبة العامة ، و(١٤) مبحوثاً أجاب بـ (كلا) وهي نسبة تشكل (٢٨%) بينما أجاب (٨) من المبحوثين وهي نسبة تشكل (١٦%) بـ (نعم بحدود) .

### النتائج

- 1- أظهرت نتائج البحث ان طلبة الدراسات العلمية أكثر تعرضاً للبرامج الثقافية المعروضة على شاشة قناة المنار الفضائية من طلبة الدراسات الانسانية .
- 2- تبين من خلال النتائج ان الطلبة الذكور هم أكثر تعرضاً للبرامج الثقافية المعروضة على شاشة قناة المنار الفضائية من الطالبات في الدراسات الانسانية والعلمية .
- 3- أتفقت آراء الطلبة في الكليتين (أبن رشد وأبن الهيثم) بأنهم يتابعون البرامج الثقافية عن طريق الفضائيات العامة ومنها قناة المنار الفضائية أكثر من القنوات الفضائية المتخصصة بالثقافة ، وان المعدل العام للتعرض لايزيد عن الساعة يوماً وان هذه البرامج تساهم في زيادة معلوماتهم .
- 4- تباينت آراء الطلبة في الكليتين عن أسباب التعرض ، واتفقت الآراء في الاجابة رقم واحد وتتخلص في الحصول على المعلومات وزيادة الوعي الثقافي من خلال استلام المعلومة بشكل سهل ومفهوم من شاشة التلفزيون وهو ماتحاول ان تقوم به قناة المنار الفضائية .
- 5- اتفقت الآراء على ان المجالات الثقافية في قناة المنار الفضائية هي أفضل طريقة لتقديم البرامج الثقافية وان الاخبار جاءت في المرتبة الاخيرة فيما تباينت الآراء حول بقية البرامج والمواد التلفزيونية الثقافية المقدمة على شاشة قناة المنار الفضائية .
- 6- تشابهت الآراء فيما يخص التلفزيون كونه أفضل وسائل الاتصال الجماهيري في تقديم الثقافة وان المقدم المتخصص بالثقافة هو الانسب لتقديم البرامج الثقافية وان الفترة المسائية هي الاحسن لتقديم هذه البرامج فيما كانت المدة المتأخرة من الليل هي الاسوأ بالنسبة للتعرض على شاشة المنار الفضائية .
- 7- أتفقت آراء طلبة الكليتين بأن يتم زيادة المساحة الزمنية المخصصة للبرامج الثقافية على

شاشة قناة المنار الفضائية على حساب البرامج السياسية والاعلامية.

## الهوامش

- 1- محي الدين عبد العليم، الدراما التلفزيونية والشباب الجامعي، دار الفكر العربي، القاهرة ١٩٨٤، ص ٣٩.  
(\* الاساتذة حسب الدرجة العلمية :
- 1- الاستاذ الدكتور مظفر مندوب العزاوي / استاذ مادة البث الفضائي - كلية الاعلام - جامعة بغداد .
- 2- الاستاذ المساعد الدكتور عبد المنعم كاظم الشمري / استاذ مادة الاتصال الجماهيري - كلية الاعلام - جامعة بغداد .
- 3- الدكتور طالب عبد المجيد علاوي / رئيس قسم الصحافة الاذاعية والتلفزيونية - كلية الاعلام - جامعة بغداد .
- 4- الدكتور خالد كامل شاهين / خبير متخصص في الاذاعة والتلفزيون .
- 2- يوسف الخياط، معجم المصطلحات العلمية والفنية، المجلد الرابع، دار لسان العرب، بيروت، بلا تاريخ، ص ٤٣٨.
- 3- أحمد زكي بدوي، معجم مصطلحات الاعلام، ط ١، دار الكتاب المصري ودار الكتاب اللبناني، بيروت، ١٩٨٥، ص ١٥٤
- 4- المركز العربي للبحوث، بحث خصائص وعادات الجمهور العربي في التعرض للاذاعة، اتحاد اذاعات الدول العربية، بغداد، ص ١٠.
- 5- ملفينزل وبفيلر ساندرابول - روكيتس، نظريات وسائل الاعلام، ترجمة كمال عبد الرؤوف، القاهرة، الدار الدولية للنشر والتوزيع، ١٩٩٢، ص ٢٧٥ .
- 6- مجموعة مؤلفين، نظريات وسائل الاعلام، مصدر سابق، ص ٢٧٦.
- 7- هادي الهيتي، الاتصال الجماهيري في العراق، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الاعلام، ١٩٨٠، ص ٧.
- 8- جيهان رشتي، نظم الاتصال، ج ١، دار الفكر العربي، القاهرة، ١٩٧٢، ص ٧١.
- 9- شاهيناز طلعت، وسائل الاعلام والتنمية الاجتماعية، مكتبة الانجلو مصرية، القاهرة، ١٩٨٠، ص ٤٤-٤٥.
- 10- عصام سليمان موسى، المدخل في فن الاتصال الجماهيري، جامعة اليرموك، عمان، ١٩٨٦، ص ١٤٦.
- 11- شاهيناز طلعت، نظم الاتصال، مصدر سابق، ص ٤٥-٤٦.
- 12- محمد علي العويني، دور التكنولوجيا في الاعلام الدولي، عالم الكتب، القاهرة، ١٩٧٩، ص ١٧.
- 13- فوزية فهيم، الفن الاذاعي، دار المعارف، القاهرة، ١٩٧٨، ص ٤٨.
- 14- حاتم الكعبي، السلوك الجمعي، ج ١، مطبعة الديوانية، العراق، ١٩٧٣، ص ١٨٨.
- 15- عبد الغفار رشاد، دراسات في الاتصال، ط ١، مكتبة نهضة الشرق، القاهرة، ١٩٨٤، ص ٢٠٥.

- 16- كارل منهايم ، علم الاجتماع النظري ، ترجمة احسان محمد الحسن ، دار الكتب للطباعة والنشر ، بغداد ، ١٩٩٢ ، ص ١٥٤ .
- 17- كلوس روجر ، الجمهور ووسائل الاتصال الجماهيرية ، ترجمة تماضر توفيق ، المجلة الدولية للعلوم الاجتماعية ، السنة الاولى ، العدد الثاني ، ١٩٧١ ، مركز مطبوعات اليونسكو ، القاهرة ، ص ٧٨ .
- 18- يوسف مرزوق ، المدخل الى علم الاتصال ، دراسات اعلامية ، دار المعرفة الجامعية ، الاسكندرية ، ١٩٨٨ ، ص ١٥٠ .
- 19- يوسف مرزوق ، المدخل الى علم الاتصال ، المصدر نفسه ، ص ١٥١ .
- 20- جيهان أحمد رشتي ، الاعلام ونظرياته في العصر الحديث ، دار الفكر العربي للنشر ، القاهرة ، ١٩٧١ ، ص ٤٧١ .
- 21- احمد بدر ، صوت الشعب دور الرأي العام في السياسة العامة ، وكالة المطبوعات في الكويت ، ١٩٧٣ ، ص ٥٤ .
- 22- أحسان محمد الحسن ، بهيه أحمد شهاب ، خدمة الجماعة ، جامعة بغداد ، ١٩٩٠ ، ص ١٠٨ .
- 23- حميدة سميسم ، نظرية الرأي العام مدخل ، دار الشؤون الثقافية العامة ، بغداد ، ١٩٩٢ ، ص ٦٦ .
- 24- Columbia disk encyclopedia, newyork, 1960.
- 25- رحيم علي عبد وآخرون ، تحليل مضمون عينة من البرامج الثقافية المقدمة من إذاعي بغداد وصوت الجماهير ، مجلة البحوث ، العدد (٢٥) ، نيسان ، بغداد ، ١٩٨٩ ، ص ٢٢ .
- 26- رالف الفتون ، الانثربولوجيا وأزمة العالم الحديث ، ترجمة عبد الملك الناشق ، دون اسم الناشر ، بيروت ، ١٩٦٧ ، ص ١٧٤ .
- 27- Cherif Khazender Radio et . Culture masse Grandeurs ed Faiblesses de la Radio, parjean Tardien unesco, 1969 , P.19MK
- 28- عبد العزيز حميد علي ، التلفزيون التربوي في العراق ١٩٧-١٩٩ ، اطروحة دكتوراه غير منشورة ، قسم الاعلام ، كلية الاداب ، جامعة بغداد ، ١٩٩٣ ، ص ٢٦ .
- 29- نواف عدوان ، تقرير أولي عن ندوة مشروع انتشار الفيديو كاسيت في العالم ، مجلة البحوث ، العدد (١٧) حزيران ، بغداد ، ١٩٨٦ ، ص ٣ .
- 30- جون برنز ، التلفزيون والمجتمع ، ترجمة أديب خضور ، المكتبة الاعلامية ، دمشق ، ١٩٩٩ ، ص ٢٤ .
- 31- عبد الرزاق النعاس ، الوظيفة الثقافية للتلفزيون ، اطروحة دكتوراه غير منشورة ، جامعة بغداد ، كلية الاداب ، قسم الاعلام ، ١٩٩٦ ، ص ٤٠ .
- 32- Heath, R.B. The Mass Media: Red ioed Television, London , Hamish hamilton, 1969, P10 . نقلاً عن عبد الرزاق النعاس ، الوظيفة الثقافية للتلفزيون ، مصدر سابق ، ص ٤١ .
- 33- سهير جاد ، البرامج الاذاعية والتلفزيونية ، من دون اسم ناشر ، القاهرة ، ١٩٧٥ ، ص ٧٠ .
- 34- محمد بهاء الدين طاهر ، البرامج الثقافية في الاذاعة ، مجلة دراسات وبحوث اذاعية ، اتحاد اذاعات الدول العربية ، العدد (١٦) ، مطبعة التقدم ، القاهرة ، ١٩٧٥ ، ص ٩٠ .
- 35- Mary 6/0 Ziro Broadcasting, Oxford , University Press , Oxford, 1958, P.212.
- 36- التلفزيون في دول الخليج ، دار دلفين النشر ، الطبعة الثانية ، ٢٠٠٠ ، ص ٢٥ .
- 37- سعد مطشر ، المضامين والاشكال الفنية للبرامج التلفزيونية في العراق والتلفزيون العربي السوري - دراسة مقارنة - أطروحة دكتوراه غير منشورة - كلية الاعلام ، جامعة بغداد ، ٢٠٠٥ ، ص ١١٨-١٢٣ .

- 38- احمد عبد الملك ، دراسات في الاعلام والثقافة والتربية ، مطابع علي بن علي ، ط ١ ، الدوحة ، قطر ، ٢٠٠٢ ، ص ٢٦ .
- 39- مي العبد الله سنو ، التلفزيون في لبنان والعالم العربي ، بيروت ، دار النهضة العربية للطباعة والنشر ، (١١) ، ص ١٨٧ .
- 40- نسيم الخوري ، الاعلام العربي وانهيار السلطات اللغوية ، بيروت ، مركز دراسات الوحدة العربية سلسلة (اطروحات الدكتوراه) (٥٠) ، ٢٠٠٥ ، ص ٢٩ .
- 41- كراس "قناة المنار" أصدار خاص للمجموعة اللبنانية للاعلام ، بدون تاريخ ، وكالك موقع قناة المنار على شبكة الانترنت [www.manar tv.com](http://www.manar tv.com) .
- 42- علي الجابري ، الوظيفة السياسية للقنوات الفضائية العربية - دراسة تحليلية مقارنة للبرامج السياسية - اطروحه دكتوراه غير منشورة ، المعهد العالي للدراسات السياسية والدولية ، الجامعة المستنصرية ، ٢٠٠٥ ، ص ٢٩٦ .
- (\* ) تم عرض الاستمارة على عدد من الاساتذة من ذوي الخبرة والاختصاص ، وهم :
- 1- أ.د. مظفر المنذوب- رئيس قسم الصحافة الاذاعية والتلفزيونية كلية الاعلام -جامعة بغداد
  - 2- أ.م.د عبد المنعم الشمري - أستاذ الاتصال الجماهيري - كلية الاعلام - جامعة بغداد .
  - 3- د. طالب عبد الحميد- أستاذ التقنيات الاذاعية والتلفزيونية - كلية الاعلام - جامعة بغداد
  - 4- د خالد كامل شاهين - خبير اختصاص في الاذاعة والتلفزيون .

” ترحب مجلة (الباحث الاعلامي) بنتائج المفكرين والباحثين وتبدي استعدادها لنشر عروض

لهذه النتائج في باب (قراءة في كتاب) على ان يتم ارسال نسخة من المطبوع اهداء بأسم

“

اعداد: يسرى خالد ابراهيم

كلية الاعلام - جامعة بغداد

## في فلسفة اللغة والإعلام

د. هادي نعمان الهيتي

القاهرة - الدار الثقافية لنشر ٢٠٠٦

شهدت بحوث الاعلام دراسات كثيرة وواسعة في مجال لغة الاعلام وكانت بين جذب وشد في هذا المجال وجاء هذا الكتاب للدكتور هادي الهيتي وهو في الاصل بعض من حصيلته الفكرية والجهود العلمية لهذا العالم لسنوات طوال خلال مسيرته العلمية فهو عبارة عن عدد من الدراسات الاعلامية التي تناولت موضوع لغة الاعلام والاشكالية بين لغة الاعلام واللغويين في محاولة للوصول الى اتفاق وسط لتحديد معالم هذا العلم وتحديد مساراته المنهجية... وضم الكتاب دراسات ست تتوعت في معالجة الجوانب المهمة في لغة الاعلام . يهدف الباحث من خلالها الوصول الى تحديد لمعالم هذه اللغة ووضع شروط ووابط تحكمها مثل بقية العلوم والعمل على تحديد مرجع اساسي للغة الاعلام يسترشد من خلاله الباحثين ليكون معيناً يفتح افاقاً جديدة في بحوث لغة الاعلام ومجالاته فحاول من خلال هذه الدراسات العمل على وضع تقييم للعديد من المفاهيم اللغوية وتحديد اليات التعامل المعرفي في هذا المجال . فجاءت الدراسة الاولى لتضم بحثاً مفصلاً عن مفهوم لغة الاعلام مستهلاً البحث بوضع تعريف اجرائي لمفهوم اللغة كونها (نظام من الرموز المرئية والمسموعة اللفظية وغير اللفظية تستخدم في ترميز الرسائل الاتصالية الموجهة الى الاخرين بقصد استحضار المعاني لديهم). موضحاً الرموز وحدات اساسية لانظمة الاتصال كما تطرقت الدراسة الى مفاهيم الاتصال و انواعه تبعاً لمعايير (الهدف والوسيلة والحاسة والموقف الاتصالي) وتم من خلال هذه الدراسة وضع نموذج لسريان اللغة باعتبارها النموذج هو عنصر من الابنية المنهجية مركزاً على دور المعوقات النفسية والاجتماعية والطبيعية في عملية سريان اللغة مما يؤدي الى حدوث تفسيرات مختلفة للرسالة الواحدة من قبل افراد الجمهور .

وتبين الدراسة اهمية جو الاتصال وسلطانه على اللغة التي يعبر عن مشاركة في المعاني فكما كانت

اللغة تمثل موقعا اساسيا في الاتصال فان انماط الفكر والعاطفة التي تحويها اللغة الموجهة الى الجمهور تشكل جوا اتصاليا . ثم تختتم الدراسة بتقديم عدة وصايا في اهمية اللغة وسلطانها على مجمل جوانب النشاط العقلي والانفعالي وعلى السلوك والشخصية مؤكداً على اهمية ان لاتخرج اللغة عن حدود

العدد

3

219

الباحث الاعلامي

حزيران ٢٠٠٧

القاموس اللغوي للجمهور، وكون اللغة هي وعاء للتغير والاتصال ولها الطواعية في التضييل والتمويه لذا يفرض على المصدر مسؤولية الالتزام باخلاقيات الاتصال والتمسك بوظيفة اللغة في التعبير والاتصال. وفي الدراسة الثانية بعنوان (لغة الاعلام والنهضة القومية) تحدثت هذه الدراسة عن النهضة كونها حدثا تاريخيا مستمرا و عملية تغيير اجتماعي دون ان يسقط من الحساب الصفة التاريخية للنهضة القومية كما ربط بين اللغة وبين التغيير من خلال تحليل اللغة ووظيفتها النفسية والاجتماعية ودورها في احداث التأثير وخاصة عند استخدامها من خلال وسائل الاعلام الجماهيري حيث يتاح لها الشبوع والسعة وتجسيد المعاني من خلال عناصر عدة مؤكدا على اهمية العوامل الاقتصادية والبيئية والتكنولوجية والثقافية المولدة للنهضة الحضارية لتشكيل اللغة صورة من صور الحضارة.

اما (ماذا يريد الاعلاميون من اللغويين؟) فهو عنوان الدراسة الثالثة سلط من خلالها الضوء على جوهر المشكلة التي تواجهها اللغة في عملية الاتصال متمثلة في طغيان الاجتهادات الذاتية وشبوع الانطباعات الشخصية البعيدة عن منطق العلم وعدم قدرة البعض في التمييز بين الاتصال الجماهيري كعلم مستقل او انه احد فروع العلوم الانسانية وقد تطرق البحث الى جوانب القصور في بحوث اللغة من قبل اللغويين كون بحوث الاعلام قد ارتفعت الى مستوى دقيق في تطبيق مناهج واساليب البحث العلمي المعاصر بينما لاتزال بحوث اللغة دون ذلك المستوى وكان للتعامل العاطفي مع اللغة اثارا سلبية في تأخر تطورها.

وفي الدراسة الرابعة تناول الباحث (الظواهر اللغوية الحديثة في الخطاب الاعلامي العربي) فتطرق الى مفهوم الخطاب الاعلامي وحدد له خمسة مميزات ومن ثم بين اهم الظواهر اللغوية في الخطاب الاعلامي وكد الباحث على مشكلة داء اللفظية التي يشكو منها المثقف العربي حيث تتسلط الكلمات على التفكير وتصبح المعاني ثانوية تحمل خلطا بين اللغة والفكر واخلال بالعلاقة بينهما واذا كان سلوك الانسان هو الذي يكون الفكر بمقدار ما يستوعبه من الكلمة فان تضليل الفرد العربي امر سهل لان مفهوم الكلام غير واضح في ذهنه منذ بدء مرحلة تعلمه.

اما الدراسة الخامسة فقد تناولت قضية التلفزيون الدولي وشبوع ثقافة الصورة في ثقافة الشباب العربي سلطت هذه الدراسة الضوء على الاتصال الفضائي الدولي كونه يمثل انعطافة كبرى في استخدام الصورة بحركة الاتصال عبر الحدود فهو وحدة اساسية من وحدات لغة التلفزيون وبين تأثير البث الفضائي على المكونات الثقافية للمجتمعات والشبوع حيث اتاح التلفزيون للانسان ان يفكر من خلال الاشكال والاشارات والاصوات والالوان والحركات فمارست لغة الصورة هيمنة على السلوك الاجتماعي والفردى معا. ويرى الباحث في هذه الدراسة ان الثقافة التي يبثها التلفزيون هي ثقافة سطحية وكانت وراء شبوع الكثير من انماط السلوك غير المسؤول والذي ينم عن اللامبالاة بين قطاعات واسعة من الشباب فكانت ثقافة الصورة السبب الذي جعل الشباب والاطفال يعتادون على التلقي السهل للمضمون وابتعادهم عن قراءة

الكتب ذات المضمون الفكري العميق . بينما انفردت الدراسة السادسة بموضوع غير تقليدي في مجال بحوث الاعلام فهو عبارة عن دراسة ميدانية لعملية الاتصال المواجه في ارض الواقع وكانت بعنوان (الاستمالات العاطفية في نداءات المتسولين دراسة في صيغة من صيغ الاتصال المواجهي) اخضع من خلال هذا البحث صيغة اتصالية هي نداءات المتسولين كونها عملية اتصالية متكاملة وهي تنطوي على محتوى يستوعبه شكل معين واتباع طريقة تحليل المضمون على الاستمالات العاطفية التي تستوعبها تلك النداءات تعتمد اللغة اللفظية وغير اللفظية تمكن الباحث من خلالها التوصل الى نتائج تعطي مؤشرات اساسية عن استخدام هذه الاستمالات في الاتصال المواجهي ويبين الباحث سبب تناوله هذا الموضوع هو قلة الاهتمام بدراسة هذا الجانب من الاتصال المواجه.

ومن خلال مراجعة هذا الكتاب القيم في مجال لغة الاعلام والاتصال فهو عبارة عن جهد كبير في مادة مهمة ومجال واسع في ميدان الاعلام وهو لغة الاعلام التي مازالت تبحث لها عن هوية تحدد من خلالها خصائصها وما تمتلك من مقومات تجعلها تصبح علما بامتلاكها شروط التفكير العلمي وضوابطه ونخلص في هذا العرض الى عدد من النقاط وهي:

- 1- الاهتمام بوضع نموذج يعتمد مبادئ الشروط المنهجية للبحث العلمي .
- 2- اللغة هي صورة من صور الحضارة وتطورها مرهون بتطور الفكر الانساني ومرتبطة بنهضة المجتمعات الانسانية.
- 3- دعوة اللغويين للاهتمام بدراسة هذا الجانب للاتفاق على وضع القواعد والاسس العلمية والمنهجية له بدلا من الاجتهادات الذاتية.
- 4- تحديد شروط معينة للخطاب الاعلامي وتخليصه من داء اللفظية فعصور الانحطاط اللغوي تشهد الاهتمام باللفظ اكثر من الاهتمام بالمعنى.
- 5- للصورة التلفزيونية اثر سيء على ثقافة الشباب ونمو العمليات العقلية والمعرفية لديهم بتفضيلهم التلقي السهل بدلا عن قراءة الكتب ذات المضمون الفكري العميق.
- 6- الاهتمام بدراسة كافة الجوانب المتعلقة بالعملية الاتصالية دون اهمال جانب لحساب اخر .

## السلطة الخامسة علم المعلومات وتكنولوجيا المعلومات فؤاد يوسف قرانجي

بغداد، دار الشؤون الثقافية العامة، ٢٠٠٦

ويعد علم المعلومات علماً تخصصياً يتضمن عمليات خزن ونقل المعلومات بهدف تجميع المفاهيم والطرق معاً من علوم متنوعة مثل الحاسوب وعلم الاتصال واللغويات والرياضيات والعلوم والتقنيات الأخرى وذلك بهدف تطوير تقنيات ولجهزة تساعد على المعالجة السريعة واسترجاع المعلومات، وليحقق الإنسان الفائدة القصوى من هذه العملية فعليه حفظ المعلومات وتوثيقها عن طريق وسائط خزن ومن هنا جاءت فكرة الكتاب بعرض وافي لمصطلح التوثيق وكيفية التعامل المعلوماتي الكترونياً، فقد نما هذا العلم استجابة لنمو واتساع النتاج الفكري والعلمي وتعدد وتنوع الدوريات والصحف بوصفها وسائل مساندة كما استوجب تحليل المطبوعات من خلال الفهرسؤ والتكشيف والاستخلاص التي تعمل على تعزيز معلومات الباحث الأساسية والمنشورة أصلاً في مصادر متنوعة.

ان جذور علم المعلومات تكمن في ثلاث مراحل اساسية الاولى حدثت بعد الحرب العالمية الثانية وهو النموذج الذي وضعه شانون والمرحلة الثانية بمفهوم السبرنتيكا الذي جاء به/ نوربرت والمرحلة الثالثة مفهوم اثر التقدم السريع الذي احده اختراع اجهزة الحاسوب وتطورها المتسارع فالتقنيات الحديثة للمعلومات تسمح للمستخدمين الاستفادة منها بطرق مختلفة لخلق فرضيات جديدة وهذه الاتاحة المعلوماتية وفرت موارد عالية حيث صار نموها متسارعا ومماثلاً لنمو المعرفة التقنية. ان علم المعلومات ساعد على تعدد وسائط ومصادر نقل المعلومات ليشمل المصادر الالكترونية فضلاً عن المصادر التقليدية مما ساعد على تنوع وتوسع مراكز البحوث. ان جوهر علم المعلومات برأي المؤلف ينحصر في المجالات التالية:

- 1- تقصي المعلومات information seeking
- 2- استرجاع المعلومات ~íáá o Éíáá
- 3- ادارة المعلومات ~íáá ~á~Öá Éáí
- 4- تصميم نظم المعلومات ~íáá éóéíÉá a Ééáá
- 5- قياسات المعلومات ~íáá Éíáá

هذا وقد بين الكتاب العديد من النقاط في هذا المجال منها بيئة المعلومات واهداف علم المعلومات فضلاً عن تحديد مصطلح المعلوماتية ودوره في العملية الاتصالية واثره في التطور التكنولوجي وتكوين المعرفة العلمية ومدى تاثيرها في البلدان العربية كوننا في هذا العصر بأمس الحاجة لخلق قاعدة علمية وتوعية الجمهور باهمية العلم وضرورة الاهتمام بالمعرفة العلمية لخلق جمهور مثلك ثقافة علمية تساعده على تقبل معطيات العصر وتيسر عملية التعامل معه، هذا وقد ظم الكتاب عشرة موضوعات لم تخرج عن هذا الاطار اختتم الكتاب بصفحات معلوماتية عن تطور الحضارة البشرية منذ فترة ما قبل الميلاد وحتى القرن الحالي وفي خاتمة المطاف يعد هذا الكتاب عرضاً مكثفاً لعلم المعلومات ومفاهيمه واهم الجوانب التي يتعامل معها

ولم يبخل علينا في ذكر كل ما له علاقة بهذا الموضوع وهو ما يجعل هذا الكتاب سفرا ومرجعا للباحثين ليس فقط في مجال المعلومات و علم الاتصال بل في العديد من العلوم الانسانية فهذا الكتاب يحمل بين طياته معلومات ذات اهمية يمكن ان تفتح مجالا للباحثين للتعلم والخروج ببحوث اخرى تكون مشكاة ينير خلالها عتمة الجهل الذي اخذ يتوسع.

## رسائل واطاريح اعلامية

يا عراق يا بلد العلم والحضارة ..... فرغم المحن تبقى مسيرة العلم سائرة ويبقى أبناء العراق يتحدون الصعاب باحثين ومسطرين للأجيال نتاج جهودهم في عالم واسع الآفاق . وبغية تطوير ومواكبة الدراسات الحاصلة في العالم في مجال الإعلام وللاستفادة القصوى من هذه الدراسات وكى لا يضيع جهد الباحثين ليصبح كم من الرسائل والاطاريح على رفوف المكتبات ، ارتأت مجلة ((الباحث الإعلامي)) أن توثق هذه الرسائل والاطاريح التي أجزت من قبل كلية الإعلام بهدف الاستفادة منها واطلاع القارئ على محتوياتها وأهمية المواضيع التي تناولها وهذا يعد دليلاً للذين

اعداد: م. م. بشرى جميل

الباحث : جاسم طارش العقابي

عنوان البحث : الوظيفة الاتصالية للعلاقات العامة في المؤسسات الاقتصادية.

دراسة مسحية في البنك المركزي والهيئة العامة للضرائب وشركة التأمين العراقية للمدة

من ٢٠٠١/١/٣٠ لغاية ٢٠٠٣/١٢/٣١

الدرجة العلمية : دكتوراه

المشرف : أ.د هادي نعمان الهيتي

### المستخلص

تتناول هذه الدراسة موضوع الوظيفة الاتصالية للعلاقات العامة في المؤسسات الاقتصادية الخدمية في العراق والتمثلة بمؤسسات البنك المركزي العراقي والهيئة العامة للضرائب وشركة التأمين العراقية. وتهدف الدراسة التعرف على الوظائف الاتصالية التي تستخدمها اجهزة العلاقات العامة في المؤسسات الاقتصادية ، ومعرفة الاسس العلمية المتبعة في عملية الاتصال بالجمهور ، وكذلك التعرف على انماط واساليب ووسائل الاتصال في العلاقات العامة مع تحديد ابرز المشكلات التي تعوق عملية الاتصال في المؤسسة. وتكمن اهمية البحث في تصديه الى قضية مهمة في العلاقات العامة وهي الوظيفة الاتصالية ، حيث بحثت العلاقات العامة في العراق كثيرا كمفهوم اداري ولم يلق الجانب الاتصالي تلك الاهمية ، لذا اهتم الباحث بدراسة الوظائف الاتصالية التي اكد عليها خبراء الاتصال والاعلام والتمثلة بوظائف (الاعلام - التثقيف - الترفيه - الاعلان) وهذا لا يعني ان الباحث يشير الى ان العلاقات العامة هي نشاط اتصالي بحث بل ان العلاقات العامة هي في جوهرها نشاط اتصالي واداري معا وهذه ميزة للعلاقات العامة كعلم وكفن.

وتأتي هذه الدراسة في ظل المتغيرات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والاعلامية التي تر بها

العدد

3

224

الباحث الاعلامي

حزيران ٢٠٠٧

المنطقة ولاسيما العراق حيث تبرز الحاجة الى اعداد بحوث ميدانية وعلمية تعيد التوازن بين الانتاج داخل المؤسسات وعلاقتها بالجمهور الخارجية.

واعتمد الباحث على المنهج الوصفي بأعتبره من اكثر المناهج كفاءة في مثل هذه الدراسات معتمدا على طريقة او نمط الدراسة المسحية كمحاولة منظمة لتحليل وتسجيل الوضع الراهن للمؤسسات الاقتصادية وذلك بالاعتماد على اسلوب الاستبيان والمقابلة واستخدام الباحث الطرق الاحصائية المختلفة للحصول على النتائج الدقيقة كالنسب المئوية والتكرارات ومربع كاي وقانون بول وكندال.

وقد قسمت الدراسة الى باين عشرة فصول . حيث تضمن الباب الاول الدراسة النظرية والتي تمثلت بالفصل الاول المتضمن الاطار المنهجي ، والفصل الثاني عن العلاقات العامة في المؤسسات الاقتصادية والفصل الثالث الوظائف الاتصالية للعلاقات العامة اما الفصل الرابع فجاء عن نشأ وتطور مفهوم العلاقات العامة في العراق .

وتضمن الباب الثاني الدراسة الميدانية من ستة فصول تضمنت جميعها دراسة مدى تحقيق الوظائف الاتصالية واساليبها ووسائلها وبرز مشكلاتها:

خرجت الدراسة بعدة نتائج اهمها:

- 1- عدم وجود اهتمام علمي حقيقي بالرأي العام.
- 2- الفهم؟؟ لوظيفة العلاقات العامة في العراق.
- 3- احتلت الوظيفة الاعلانية المرتبة الاولى من بين الوظائف الاتصالية التي تستخدمها اجهزة العلاقات العامة في المؤسسات الاقتصادية بنسبة ٨٧,٥% في حين جاءت الوظيفة الاعلامية ثانيا بنسبة ٤٢,٨٥% والوظيفة الثقافية ثالثا بنسبة ٤٣,٧٥% والوظيفة الترفيهية بالمرتبة الاخيرة بنسبة ٤٣,٧٥%.
- 4- في مجال استخدام وسائل الاتصال تبين ان اجهزة العلاقات العامة في المؤسسات الاقتصادية قد فضلت استخدام وسائل الاتصال المطبوعة (الصحف والمجلات) حيث احتلت المرتبة الاولى بنسبة ٨١,٧٥% في حين احتلت الوسائل المرئية لاسيما التلفزيون المرتبة الثانية بنسبة ٧٦,٣٤% في حين احتلت الوسائل المباشرة لاسيما الندوات المرتبة الثالثة بنسبة ٦٦,٦٦%.
- 5- ابرز المشكلات التي تواجه اجهزة العلاقات العامة في المؤسسات الاقتصادية هو ضعف الميزانية وعدم منح الصلاحيات الكاملة لها.

الباحثة : أزهار صبيح غنتاب الكعبي

عنوان البحث : الصحافة الحزبية في العراق

(دراسة وصفية للفنون الصحفية في صحف طريق الشعب، التآخي، البيان، للمدرة من ٢٠٠٣/٥/١ -

٢٠٠٣/١١/١

الدرجة العلمية : ماجستير

المشرف : أ.م.د. هاشم حسن

## المستخلص

في الوقت الذي تعد فيه التعددية الاعلامية، ضرورة اساسية وشرطا فاعلا في إثراء التجربة الصحفية في البلدان التي تنتعش فيها الديمقراطية، وتسهم بشكل او باخر في بلورة اساليب مهنية واضحة، وصياغة تقاليد صحفية متجددة تفضي الاحادية الاعلامية في الخطاب والاسلوب والتوجه الى انكفاء وانغلاق إعلاميين، لا يؤديان الى جمود مهني حسب، بل الى انحسار وتراجع، يصعب تدارك سلبية اثاره على المادة الاعلامية شكلا ومضمونا.

وفي العراق، فقد افرزت طبيعة نظام الحكم الشمولي وآليات حاكمة طيلة خمسة وثلاثين عاما خلقت، مركزية اعلامية صارمة، وابعاد قسري لجميع الاحزاب المعارضة، الامر الذي اضطرها الى ان تصدر صحفها خارج الوطن، فبات خطابها الصحفي بعيدا بالجغرافيا، وربما بالهجوم عن المواطن العراقي.

لكن... بعد احداث التاسع من نيسان ٢٠٠٣، وزوال النظام السياسي الحاكم في العراق باحتلال امريكي، اضحت الاجواء السياسية والاعلامية في البلاد مناسبة، بالنسبة للاحزاب العراقية سواء القديمة منها او الحديثة التشكيل، لئن تستأنف او تشرع بنشاطاتها داخليا.

فشرعت هذه الاحزاب، وقبل اي شيء اخر، باصدار صحف تمثلها وتنطق باسمها، في محاولة منها للتعريف بنفسها، وايصال صوتها الى المتلقي العراقي، وذلك في خضم واقع اتصالي جديد، بدت ملامحه مختلفة التوجهات، فشكلت (الصحافة الحزبية) بذلك بعدا جديدا ومضافا، غير شينا من صورة الصحافة العراقية عموما.

ولوضع هذه التجربة الصحفية تحت مجهر البحث العلمي، وسعيها الى رصد مسار عملها، والوقوف على مستوى ادائها تأتي هذه الدراسة كمحاولة علمية للتنبيه والاشارة الى الطريق المهنية المثلى التي لا بد لهذه التجربة ان تشهدها لتؤدي بها بالمحصلة الى ايجاد هوية صحفية واضحة.

واستجابة لمتطلبات حجم الدراسة، وعملا باشتراطات البحث العلمي، اكتفت الباحثة بتسليط الضوء على واقع الفنون الصحفية السائدة في الصحافة الحزبية في العراق، بغية تقديم توصيف دقيق لمدى اقتربها من الاطر الدلالية لعلم الاتصال وفن الصحافة.

تم تقسيم الدراسة الى خمسة فصول:

يقدم الفصل الاول: الاطار المنهجي للبحث، ويضم مشكلة البحث، أهمية البحث، اهداف البحث، مجال البحث، الدراسات السابقة، منهج البحث، وحدات التحليل وفنائه، والتعريفات الاجرائية.

اما الفصل الثاني، فيكشف عن ماهية الارتباط بين الصحافة والسياسة عبر مبحثين، يبحث الاول في الوظيفة السياسية للصحافة، ويتقصى الثاني عن علاقة الصحافة بالسلطة.

في حين يتناول الفصل الثالث: التطور التاريخي للصحافة الحزبية في العراق في مبحثين، يبحث الاول في مسيرة الصحافة الحزبية في العراق ابان العهد الملكي، ويتدارس الثاني مسيرة هذه الصحافة ابان العهد الجمهوري.

ويبحث الفصل الرابع: الواقع السياسي والصحفي في لعراق للمدة من ١ أيار ٢٠٠٣ لغاية ١ تشرين

الثاني من العام نفسه، وذلك في مبحثين يتحدد الاول في دراسة الواقع السياسي في العراق ويتناول الثاني الواقع الصحفي فيه.

اما الفصل الخامس، فيقدم دراسة وصفية لواقع الفنون الصحفية السائدة في الصحف الحزبية العراقية (طريق الشعب - التآخي - البيان).

وقد توصلت الدراسة الى عدد من الاستنتاجات تمثلت بالآتي:

- 1- وجود اهتمامات مشتركة لنوع الموضوعات التي عالجتها الصحف الحزبية، طريق الشعب - التآخي - البيان، من خلال فنونها الصحفية تركزت اغلبها حول جرائم النظام السابق والموضوعات المتعلقة بالحكومة القائمة، وذلك لوجود قاسم مشترك يجمعها، وهو موقف احزابها المعارض للنظام السابق، وانتلافها في مجلس الحكم الانتقالي.
- 2- غياب الخطوط المهنية الفاصلة بين فن صحفي وآخر، في الصحف الحزبية (طريق الشعب، التآخي، البيان) وذلك لضعف اساليب التحرير الصحفي فيها، وتداخل اختصاصات اقسام الصحيفة واقسمها بالارباك والتشويش.
- 3- التقليدية والعشوائية والرتابة في اخراج الصحف الحزبية (طرق الشعب، التآخي، البيان) وانسجامها مع الخطاب الصحفي المؤدلج حزبيا، وعدم اعتماد الاسس والقواعد الاخبارية الحديثة المتعارف عليها مهنيا.
- 4- انغلاق الصحف الحزبية (طريق الشعب، التآخي، البيان) على حزبيتها في اغلب الاحيان، وغلبة الرؤية الاحادية في طرح الموضوعات داخلها ومعالجتها صحفيا، وضعفها في تحقيق الاستقطاب الشعبي نحوها، مما ادى الى انعدام الصفة الجماهيرية لها، وهذا ما اكدته معدلات توزيعها الضعيفة والمتردية احيانا.

اما التوصيات التي تعد انعكاسا للاستنتاجات التي توصلت اليها الدراسة فتمثلت بالآتي:

- 1- العمل على تنوع الموضوعات التي تتناولها الصحافة الحزبية من خلال مختلف فنونها الصحفية، وتعددها على نحو يستجيب لحاجات المجتمع ومشكلاته اضافة الى تنوع اساليب المعالجة الصحفية لهذه الموضوعات سواء داخل الصحيفة نفسها او بينها وبين الصحف الحزبية الاخرى.
- 2- إقامة اقسام صحفية متخصصة، تتوافر على ملاكات عاملة ذات تأهيل علمي ومهني أكثر عمقا وشمولا، قادرة على تقديم فنون صحفية خالصة تتوفر فيها الاشتراطات العلمية الصحيحة.
- 3- الاهتمام بالجوانب الاخبارية، عبر تبني مدارس الاخبار الصحفية الحديثة، واعتماد اساليب التصميم الطباعي المتقدمة، اضافة الى الاستعانة بادوات النشر الالكتروني.
- 4- تحرير الصحافة الحزبية من حزبيتها الضيقة، وفتح المجال من خلال صفحاتها للمصادر الاخبارية المتنوعة، وللرأي الآخر، سعيا الى توسع قاعدة المشاركة السياسية، والعمل على تحقيق الاستقطاب الشعبي الواسع، الذي لا بد منه لتفعيل دور الاحزاب كمؤسسات سياسية مهمة في توجيه المجتمع وقيادته.

الباحث: باقر موسى جاسم

عنوان البحث: دور العلاقات العامة في بناء الصورة الذهنية لمؤسسات التعليم العالي في العراق (دراسة

ميدانية في جامعة بغداد)

الدرجة العلمية: الماجستير

المشرف: ا.د. عيد الاله مصطفى كمال الدين

## المستخلص

تعتبر العلاقات العامة ظاهرة اجتماعية ارتبط ظهورها بنشأة المجتمعات الإنسانية منذ الازل غير أنها لم تتوضح بشكل علمي الا بعد التطور الاجتماعي والثقافي والاقتصادي الذي شهدته المجتمعات الإنسانية حيث ظهرت تسمية العلاقات العامة في ادبيات الادارة في مطلع القرن الثامن عشر. والعلاقات العامة علم اجتماعي جديد يطبق الكثير من نظريات العلوم الاجتماعية الحديثة وهو عندما ننظر اليه من زاوية التأصيل والتأسيس على اسس علمية يتبع المنهج العلمي في البحث القائم على التحليل والتفسير والتأثير، وهي عمليات تحتاج الى البحث في ضوء الدراسات الاجتماعية و السايكولوجية المتعلقة بالصورة الذهنية ومكوناتها واتجاهات الافراد وميولهم واساليب قياس هذه الاتجاهات والتأثير فيها، ان التطور الذي شهدته المجتمعات الإنسانية، سواء على مستوى العلاقات الإنسانية أم المادية أم الصناعية أو جد حاجة ايجاد حلقة وصل بين الافراد بعضهم مع البعض الاخر أم بين هؤلاء الافراد والمؤسسات الاجتماعية التي تستهدفهم وهي العلاقات العامة القائمة على أساس خلق نوع من الصورة الطيبة والثقة المتبادلة فيما بينهم وقد أدركت المؤسسات الحديثة سواء كانت حكومية او خاصة أهمية دراسة صورتها السائدة في أذهان الجماهير واتخاذ السياسات ورسم الخطط الكفيلة بتكوين هذه الصورة على النحو الذي تتمناه هذه المؤسسات بحيث اصبح تكوين الصورة الذهنية الايجابية هدفا اساسيا تسعى العلاقات العامة لتحقيقه على أي مستوى وفي أي مجال، ولما كانت الدراسات التي تتناول الصور الذهنية والعلاقات العامة في المكتبة العربية لاتزال محدودة بالقياس لأهمية هذا الموضوع للعاملين في العلاقات العامة وللرغبة الموجودة في ذهن الباحث في دراسة الصورة الذهنية ومصادر تكوينها او تعديلها ودور العلاقات العامة في ذلك. تتضح أهمية البحث في أثناء التعرض الى موضوع العلاقات العامة لأنها من الدراسات الحديثة في العراق والمحاولة في التأصيل والتأسيس العلمي لهذا العلم، فضلاً عن التعريف بالصورة الذهنية ومصادر تكوينها ومدى أهميتها بالنسبة للعلاقات العامة، وحين تتحدد مشكلة البحث في دراسة أنشطة ووظائف العلاقات العامة في مؤسسات التعليم العالي ومدى استخدامها للرسائل الاتصالية التي تتضمن المضامين الهادفة الى بناء الصورة الذهنية عند الجماهير، ولغرض تحقيق اهداف هذا البحث فقد اتبع الباحث المنهج المسحي الذي يعدّ نموذجاً معيارياً لخطوات جمع البيانات من المفردات البشرية عن حالاتهم وسلوكهم وادراكهم واتجاهاتهم والذي يسمح بدراسة عدد من المتغيرات في وقت واحد مثل السمات العامة والاجتماعية والنفسية وأنماط السلوك الاتصالي، وقد قام الباحث بأعداد استمارة البحث لهذا الغرض لتكون أداة البحث في الحصول على المعلومات من العاملين في جهاز العلاقات العامة في الجامعة ومن عينة من الجمهور الداخلي لها، وقد قسم هذا البحث الى ستة فصول يتضمن الفصل الأول الاطار المنهجي للبحث واستعرض الباحث فيه الموضوعات الآتية :- أهمية البحث، مشكلة البحث، اهداف البحث، منهج البحث، اجراءات البحث، مجالات البحث، صعوبات البحث، الدراسات السابقة في موضوع العلاقات العامة والصورة الذهنية، وأخيراً فقد تضمن هذا الفصل التعريف بالمصطلحات الواردة في البحث. وتناول الفصل الثاني التطور التاريخي للعلاقات العامة ومفهومها والتعريفات العلمية التي تناولها فضلاً عن أهمية واهداف ووظائف العلاقات العامة في مؤسسات التعليم العالي ثم جمهور جهاز العلاقات العامة وفي الفصل الثالث كانت الصورة الذهنية المحور الاساسي فيه حيث تضمن هذا الفصل مفهوم الصورة الذهنية وتعريفها ومصادر تكوينها ووسائل تكوين

الصورة الذهنية في ضوء وسائل وأساليب الاتصال في العلاقات العامة . وتضمن الفصل الرابع وهو يدخل ضمن اطار الدراسة الميدانية للبحث العلاقات العامة في جامعة بغداد ونبذة تاريخية عن الجامعة ثم التنظيم الاداري للجامعة ولجهاز العلاقات العامة فيها والممارسة لهذا النشاط واهدافه ووظائفه التي يقوم بها . أما الفصل الخامس فقد تناول تحليل البيانات الخاصة بجهاز العلاقات العامة في بناء الصورة الذهنية لجامعة بغداد والتي تشمل دراسة حدود تحقيق اهداف ومضامين الرسالة الاتصالية والاتصال الموجهي ووسائل الاتصال في بناء الصورة الذهنية للجامعة والاساليب ووظيفة الاتصال في تكوين الصورة الذهنية .

وتناول الفصل السادس اتجاهات الجمهور الداخلي لجهاز العلاقات العامة في جامعة بغداد في ضوء دراسة حدود وتحقيق الصورة الذهنية عند عينة من جمهور الأساتذة وعينة من جمهور الطلبة في جامعة بغداد وأخيراً قام الباحث بقراءة أهم نتائج البحث منطلقاً في ضوءها لبناء نموذج للهيكل التنظيمي لجهاز العلاقات العامة في جامعة بغداد . لقد توصل الباحث في ضوء هذه الدراسة الى مجموعة من النتائج ذات الفوائد العلمية والعملية لجميع الجهات التي تخص موضوع البحث وهذه النتائج على صعيد الاطار النظري هي :

- هناك اختلاف واضح بين المتخصصين في علم الاتصال والعلوم الإدارية حيث يعد البعض ان العلاقات العامة وظيفة إدارية بينما يعتبرها آخرون نشاط اتصالي وهذا يشكل نوعاً من التداخل في تعريف هذا المفهوم ، ويرى الباحث بعد الاطلاع على مختلف المراجع التي تتناول هذا المجال ان العلاقات العامة تنتمي الى علم الاتصال اكثر من انتمائها لغيره من العلوم على اعتبار شمول واتساع نشاطها الاتصالي .
- تبين للباحث وفي ضوء المراجع والبحوث العلمية ان مصطلح الصورة الذهنية هو مزيج من التداخلات في المجالات السياسية والاجتماعية والاعلامية لذلك فانه اقرب الى العلاقات العامة من بقية العلوم الاجتماعية الأخرى على اساس انها في تفاصيلها ذات أبعاد اجتماعية وسياسية وإعلامية .
- ويمكن على ضوء الدراسة النظرية التي قام بها الباحث صياغة مفهوم عام لدور العلاقات العامة في بناء الصورة الذهنية بدلاً من التخبيط والتداخل لهذا المفهوم في مختلف العلوم المعرفية .
- وجد الباحث ان الصورة الذهنية ومهما كانت مصادر تكوينها قابلة للتغير اذا ما توافرت شروط علمية وعملية وعناصر وخصائص موضوعية في وسائل ومصادر التكوين عند الجماهير .
- ان المتغير الثقافي عند جماهير العلاقات العامة يلعب دوراً أساسياً في عملية تغيير او دعم الصورة الذهنية .

اسم الباحثة: - سينهات محمد عز الدين الداودي

اسم البحث: - الإذاعة الكردية في العراق - النشأة والتطور - دراسة مسحية لدورة برمجية للعلم ٢٠٠٣ .

الدرجة العلمية: - ماجستير

المشرف: - أ.د. مظفر مندوب العزوي

المستخلص:

ان التطورات السريعة التي شهدتها تكنولوجيا الاتصال والمستحدثات التي بدأت تفرضها التقنيات

الرقمية بالخصوص قد بدأت نحو ترتيب جديد للمنظومة الاتصالية، فالثورة الرقمية فتحت امام الاذاعة مجالات جديدة للتكامل مع وسائل الاتصال الاخرى، واستطاعت الاذاعة في ضوءها ان تتبوأ منزلة اهم من تلك التي كانت تحتلها في الثمانينيات ابان تفجر الثورة التلفزيونية.

لقد ادى ظهور الاذاعات في جميع انحاء العلم والوطن العربي الى ظهور الاذاعات المحلية والموجهة وازدياد اعدادها في اثناء السنوات القليلة الماضية وخاصة في مناطق الوطن العربي والتي مازالت دائرة اتساعها تكبر مع مرور الايام وهي ان كانت با لاساس ليست جهازا اعلاميا جديدا على المنطقة، اذ أن وجودها يعود الى عدة عقود سائلة كاذاعات فرعية يطلق عليها الاذاعة المحلية، وكثيرا ما كانت ترتبط بالاذاعة الام الرئيسية في العواصم العربية ومنها من تبث عبر الامواج الوطنية في اوقات محددة من اليوم او تبث محليا عبر شبكة ارسال اقليمية تغطي منطقة محدودة، بينما عرفت في وقتنا الحاضر انتشارا واسعا الى درجة بات فيها في بعض البلدان العربية لكل اقليم او ولاية او منطقة اذاعة تم انجازها او هي في طور الدراسة والبرمجة.

ويعد العراق واحدا من البلدان العربية التي سارعت الى انشاء الاذاعات المحلية والموجهة الناطقة بغير اللغة العربية منذ بداية تأسيس الاذاعة العراقية ومن هذه الاذاعات الاذاعة الكردية التي تعد اقدم اذاعة محلية ناطقة بغير اللغة العربية والتي اشتهت عقب تأسيس الاذاعة العراقية بثلاث سنوات اى في عام ١٩٣٩، حيث كانت هذه الاذاعة قسما تابعا للاذاعة المركزية الام تبث برامجها على الموجات الاذاعية نفسها التي تبث عليها الاذاعة العراقية.

وتعد الاذاعة الكردية بذلك اول اذاعة في تاريخ الوطن العربي ناطقة باللغة الكردية وكان انشاؤها في بغداد حدثا مهما على نطاق الثقافة والاعلام الكرديين فهي المؤسسة الاعلامية الكردية الوحيدة التي كان لها دور بارز في تطوير الثقافة واللغة الكردية.

وجاءت هذه الدراسة بوصفها محاولة للكشف عن واقع الاذاعة الكردية في العراق في ضوء التعرف على نشاتها ومراحل تطورها ووصف وتحليل برامجها وتحديد سمات وخصائص العاملين فيها.

وقد تناولت الباحثة ذلك في ضوء اربعة فصول كرس الفصل الاول منها لايضاح الاطار المنهجي للبحث وما تضمنه من منهج البحث واجراءاته وادواته اما الفصل الثاني فقد تناولت فيه تاريخ الاذاعة في العالم والعراق وقسم هذا الفصل الى ثلاثة مباحث تناولت في المبحث الاول نشأة الاذاعة في العلم والوطن العربي اما المبحث الثاني فقد تناولت فيه نشأة الاذاعة في العراق حتى سنة ١٩٣٩ وتناولت في المبحث الثالث الاذاعة العراقية منذ سنة ١٩٤٠ - ٢٠٠٣ والذي توقفت فيه عن البث الاذاعي وخصصت الفصل الثالث لتناول موضوع نشأة الاذاعة الكردية في العراق وتطورها منذ العهد الملكي وحتى سنة ٢٠٠٣ فضلا عن ذلك فقد تناولت موضوع اللغة الكردية من حيث تاريخها وخصائصها الاتصالية في ضوء مبحثين خصصا لهذا الغرض اما في الفصل الرابع فقد تناولت واقع البث البرامجي الكردي في ضوء تحليل استمارة الاستبيان الخاصة بتحديد خصائص العاملين في الاذاعة الكردية كما تضمن الفصل تحليلا وصفيا للجداول المتعلقة ببرامج الاذاعة الكردية من حيث موضوعاتها ومصادر انتاجها ومدة عرضها وزمن البث الكلي

لبرامجها وهذا ما تناولته الباحثة في المبحث الثاني، ولهذا يسعى البحث الى الاجابة عن التساؤلات الاتية:

1 - متى بدأت الانطلاقة الاولى للاذاعة الكردية في العراق؟

- 2- ما هي الهيكلية التنظيمية لهذه الإذاعة من ناحية أقسامها وبرامجها وكادرها ؟
  - 3- ما هي الاهداف المرسومة للإذاعة الكردية ؟
  - 4- ما هي نوعية البرامج التي تقدم من خلال الإذاعة الكردية والخصائص المميزة لها ؟
  - 5- ما هي المساحة الزمنية التي تحتلها برامج الإذاعة الكردية مقارنة ببرامج الإذاعة المركزية في العراق ؟
  - 6- ما هي المناطق الجغرافية والبشرية التي تغطيها وتستهدفها الإذاعة الكردية في العراق ؟
  - 7- ما هي نوعية اللهجات الكردية التي تتوجه بها الإذاعة الى مستمعيها من خلال برامجها ؟
  - 8- ما هي فترات بث الإذاعة الكردية والموجات العاملة عليها؟
  - 9- ما هي خصائص الكادر الذي يعمل في الإذاعة الكردية؟
- ويعد هذا البحث من البحوث الوصفية وتم فيه استخدام المنهج التاريخي والمنهج المسحي بما اتاحه من مسح للبيانات والمعلومات المتعلقة بموضوع البحث , اما الادوات التي تم استخدامها فهي المقابلة والاستبيان الخاص بالعاملين في الإذاعة الكردية والملاحظة فضلا عن استمارة متابعة لبرامج الإذاعة والتي تبدأ من ١-١-٢٠٠٣ ولغاية ٣١-٣-٢٠٠٣
- وقد توصلت الباحثة الى عدة نتائج اثناء دراستها اهمها:
- 1- عانت الإذاعة الكردية منذ تاسيسها في عام ١٩٣٩ وخلال الاربـعـينات من ضعف الامكانيات و انعدام التخصص في العمل.
  - 2- اتسم العمل الإذاعي في العهد الملكي بالتطور البطيء و بعدم القدرة على ان يكون بالمستوى اللائق لعدم الاهتمام بالاجهزة والمعدات الإذاعية وضعف الكادر العامل في الإذاعة وعدم ادراك الحكومة الملكية اذالك بمدى خطورة واهمية الإذاعة في التأثير على الراى العام محليا وعالميا.
  - 3- تحولت الإذاعة الكردية في عهد الجمهورية الثانية ولاسيما منذ العام ١٩٧٩ الى اداة مهمة من ادوات التعريب والتبعية مما ابعـد المستمع الكردي والمتقنين الكرد عنها.
  - 4- عانت الإذاعة الكردية خلال فترة التسعينات وما بعدها من سنوات من ضعف وقدم الاجهزة الإذاعية حيث لم توفر الدولة لهذه المؤسسات الاعلامية المهمة الاستوديوهات الحديثة والمعدات والاجهزة الفنية الحديثة فضلا عن الاجهزة التقنية كالحاسوب والانترنت وغيرها من الاجهزة.
  - 5- تبين النتائج الميدانية عدم وجود التخصص العلمى للعاملين في الإذاعة الكردية حيث ان اغلب العاملين هم من غير المختصين في الاعلام.
  - 6- تبين من نتائج تحليل البيانات ان هناك توجه ضعيف نحو اعداد كوادر متخصصة ومدربة على مستوى العمل الإذاعي من خلال اقامة دورات متخصصة.
- وقد عكست تلك النتائج عددا من التوصيات اهمها:
- 1- ضرورة العمل على تشجيع وتطوير الاعلام الكردي المحلى بما يسهم في دعم الاعلام العراقي وقدرته على التأثير.

2- ضرورة تاهيل وتدريب الملاكات البشرية التي تعمل في الإذاعة الكردية على مختلف الاصعدة والاستفادة من الكفاءات المؤهلة والمتخصصة بالعمل الإذاعي بهدف انتاج برامج ناجحة ترضى أذواق المستمعين وذلك باقامة دورات تدريبية متنوعة في اعداد البرامج وتقديمها واستعمال الاجهزة الإذاعية وتقنيات الحاسوب واللغات فضلا عن مشاركة جميع العاملين في دورات تدريبية عربية او عالمية من اجل التعرف على التقنيات الإذاعية المتطورة.

3- ان تستعين الإذاعة الكردية بخبرات وتجارب المهتمين بالعمل الإذاعي من اساتذة في الاعلام سواء أأفراد كانوا ام من غير الاكراد من اجل تطوير مسيرة الانتاج البرامجي المتعلق بالإذاعة الكردية من خلال رفق الإذاعة بإفكار علمية هادفة.

ونشير الى ان الباحثة اعتمدت على ٣٤٦ مصدرا ومرجعا علميا وهي مصادر احتوت على كتب عربية واجنبية وكتب مترجمة وكتب كردية فضلا عن العديد من الصحف والمجلات العربية والكردية والبحوث المنشورة وغير المنشورة والتقارير والوثائق الرسمية والمقابلات ذات صلة بما لموضوع تم توظيفها للخروج بدراسة علمية ميدانية اعلامية.

الباحث: حيدر محمود محسن علي الخزرجي

اسم البحث: التغطية الإخبارية للشأن السياسي العراقي في قناة أبو ظبي الفضائية - دراسة مسحية لأخبار

العراق في برنامج المدار للمدة من ٩/١ - ٣٠/١١/٢٠٠٤

الدرجة العلمية: ماجستير

المشرف: أ.د. حميدة مهدي سميسم

المستخلص:

ينطلق هذا البحث من اهمية تحديد معايير واضحة ودقيقة للتغطية الإخبارية في القنوات الفضائية، في ظل التنافس بين القنوات الفضائية العربية لتغطية أخبار وأحداث العالم، فضلاً عن تعاملها بنديّة مع الإعلام الفضائي الغربي من خلال مجموعة من البرامج الإخبارية والسياسية التي تعتمد عنصر الإثارة والجاذبية في الإعداد وأسلوب التقديم والإخراج واستعمال التقنيات الاتصالية الحديثة لتُخرج المشاهد العربي من رتابة وتقليدية الإعلام الرسمي العربي، خصوصاً أخبار الشأن العراقي باعتباره منطقة حدث ساخن ومتداول ومتجدد باستمرار بما يمتلكه من وزن سياسي وسكاني وجيوبوليتيكي، كأحد دوائر الاهتمام الأساسية للإعلام العربي والغربي على حدٍ سواء، لاسيّما الإعلام الفضائي المرئي من خلال توصيف الملامح الأسلوبية والشكلية للتغطية الإخبارية وتحليلها، في ظل ما يواجه من اتهامات إلى هذه القنوات الفضائية بأنها تقدم صورة مشوهة عن الأحداث التي تقع في العراق خصوصاً وفي مناطق أخرى من العالم الثالث عموماً.

خصوصاً أن الجمهور دائماً بحاجة إلى الخبر ومهما أُعطي من الأخبار فأنه يريد المزيد وذلك للتغير

الدائم في الأحداث وحاجته إلى التعرف على ما يدور حوله وهذه حاجة طبيعية لدى الإنسان، لذا عنيت وسائل الاتصال الجماهيري بما فيها القنوات التلفازية بالنشرات والبرامج الإخبارية التي تعد من بين الموضوعات

العدد  
3

232 البحوث الاعلامية

حزيران ٢٠٠٧

السياسية التي تعول عليها في تغطية أحداث العالم وتداعياتها على الصعيد الوطني والإقليمي والدولي، إضافة إلى ما حظيت به من اهتمام الإعلاميين وقادة الرأي والباحثين وعنايتهم، مما أدى إلى جعل نسبة من الجمهور تحيا في خضم أحداث منتقاة ومصنوعة بشكل ولون محددين تفرض عليه أن يعيش في أجواء ووجهات النظر المعدة سلفاً، لاسيما بعد ما أثبتته الدراسات من أن التغطية الإخبارية للأزمات كان لها أكبر الأثر في توجيه اهتمام المجتمع الدولي ببعض هذه الأزمات والذي تمثل في إبراز أزمة احتلال العراق وتداعياتها التي شكلت تحدياً كبيراً لوسائل الإعلام الأجنبية والعربية معاً، لما أثارته من اختلاف في وجهات النظر، ليس فقط بين السياسيين والعسكريين، بل بين الإعلاميين وعلماء الاجتماع والاقتصاد، كما فرضت هذه الأزمة تحدياً للإعلام العربي بشكل خاص تمثل في الظاهرة الإعلامية التي أثارها والتي شكلت خصوصية مميزة لها على ما عداها من الأزمات التي واجهها النظام العربي والتي أثرت بالطبع على الأداء الإعلامي تجاهها.

ومن هنا جاء اختيار الباحث لواقعة من هذه القنوات الفضائية العربية، وهي قناة أبو ظبي الفضائية، لتمييزها بنشاطها الإخباري لاسيما تغطية ومتابعة الشأن العراقي، على الرغم من أنها قناة عامة وليست إخبارية متخصصة، ولكنها وبتواتر الأحداث الكبرى منذ انتفاضة الأقصى والحرب على أفغانستان، بدأت برصد إمكانات مادية وفنية كبيرة لتغطية (حرب الخليج الثالثة) وتداعياتها، فكانت في طليعة الإعلام الإخباري المرئي العربي. وقد وقع اختيار الباحث على الشأن السياسي دون غيره من شؤون العراق الأخرى لكون تغطية هذا الجانب من القضايا إعلامياً يعكس بالضرورة فلسفة معينة وأسلوباً خاصاً في عرض الأحداث وتقديمها وتفسيرها وينبئ عن اتجاهات محددة.

في حين تم اختيار برنامج المدار الإخباري لكونه يتناول أخبار العالم ومنها أخبار العراق على مدار اليوم بالتحليل والتفسير وبشكل موسع وتفصيلي، فضلاً عن ما يتناوله من قضايا سياسية ساخنة تمثل جزءاً من شواغل المشاهد العربي.

وبناءً على ما تقدم يسعى البحث إلى الإجابة على عدد من التساؤلات أهمها 1 - : تشخيص واقع القنوات الفضائية التلفازية العربية وعلاقة الاتصال بالعملية السياسية؟.

2- تحديد الدور الذي يقوم به التلفاز في الميدان السياسي وطرق توظيفه واستخدامه للخبر في هذا المجال؟.

3- تحديد مفهوم التغطية الإخبارية ودورها ضمن أهداف التلفاز في الميدان السياسي؟.

4- تشخيص المنطلقات الأساسية لقناة أبو ظبي الفضائية في تغطيتها الإخبارية للشأن السياسي العراقي؟.

ومن أجل الوصول إلى الأهداف التي يسعى إليها البحث إلى تحقيقها، فقد استعمل الباحث المنهج المسحي التحليلي وطريقة تحليل المضمون، والتي بموجبها سيتم التعامل مع وحدات المحتوى الظاهر حصراً، حيث كانت عينة البحث عينة عمدية اشتملت على المسح الشامل لأخبار الشأن السياسي العراقي التي تناولها برنامج المدار خلال المدة المحصورة بين (١٩/١١/٢٠٠٤) والتي تضمنت إحدى وتسعين حلقة عرضتها القناة

وتكون البحث من أربعة فصول، تناول الفصل الأول الإطار المنهجي للبحث؛ أما الفصل الثاني فقد

عرض لأهمية التلفاز الإعلامية والسياسية في عصر القنوات الفضائية في ثلاثة مباحث، إذ درس المبحث الأول إلى أهمية التلفاز الإعلامية في عصر البث الفضائي، فيما أهتم المبحث الثاني بعرض أهمية التلفاز كوسيلة

اتصال سياسية، أما المبحث الثالث فقد تناول ماهية الخبر التلفزيوني وأهميته وخصائصه.

أما بالنسبة للفصل الثالث فقد عُنِي بعرض واقع البرامج الإخبارية في السنوات الفضائية العربية في ثلاثة مباحث أيضاً، إذ تناول المبحث الأول استخدام فن الخبر في الفضائيات العربية، أما المبحث الثاني فقد عرض لماهية وخصائص البرامج الإخبارية التلفزيونية، في حين تعرض المبحث الثالث لماهية التغطية الإخبارية وخصائصها.

أما الفصل الرابع فقد عُنِي بعرض التغطية الإخبارية للشأن السياسي العراقي في قناة أبو ظبي الفضائية، إذ اهتم المبحث الأول بالتعريف بنشأة وتطور قناة أبو ظبي الفضائية، أما المبحث الثاني فقد عرض لطبيعة التغطية الإخبارية للشؤون العراقية، في حين خُصص المبحث الثالث للدراسة المسحية لأخبار العراق في (برنامج المدار). وأختتم البحث بعرض النتائج التي تم التوصل إليها والتي من أبرزها

- 1- تَمَكَّن الفضائيات العربية إلى حد ما من انتزاع المواطن العربي من دائرته المحلية أو القطرية الضيقة.
- 2- هيمنة التغطية الإخبارية السطحية وغياب التغطية الاستقصائية والتفسيرية، إذ ساد مفهوم الخبر (الحدث) وتوارى مفهوم الخبر (العملية) في التغطية الإخبارية في القنوات الفضائية العربية.
- 3- نَمَطِيَّة التغطية الإخبارية (البرقية والفيلمية) لأخبار العراق مع الفضائيات العربية والعالمية الأخرى نتيجة لاحتكار مصادر الأخبار من قبل الوكالات العالمية الكبرى.
- 4- احتلت التغطية الإخبارية للشأن السياسي العراقي المرتبة الأولى في تكرار أخبار العراق في البرنامج فضلاً عن أهم التوصيات التي يرى الباحث ضرورتها في هذا المجال، والتي حاول الباحث أن يشخص مجمل جوانب أوجه القصور في التغطية الإخبارية التلفزيونية للشأن السياسي العراقي في قناة أبو ظبي الفضائية بكونها ممثلة عن القنوات الفضائية العربية.

ونشير الى ان الباحث اعتمد على ١٩٥ مصدراً ومرجعاً علمياً، وهي مصادر احتوت على كتب عربية واجنبية وكتب مترجمة واطاريح ورسائل وبحوث علمية ذات صلة بالموضوع تم توظيفها للخروج بدراسة علمية ميدانية اعلامية.