

البحث الاعلامي

ISSN 1995 - 8005



مجلة فصلية علمية محكمة
تصدر عن كلية الاعلام – جامعة بغداد

عدد مزدوج

العدد ٦ - ٧

حزيران - ايلول / ٢٠٠٩م



مجلة علمية اكاڤيمية محكمة تعنى بشؤون الاعلام والمشكلات الاعلامية
تصدرها : كلية الاعلام -جامعة بغداد

للمراسلة: كلية الاعلام-جامعة بغداد - مجمع باب المعظم-الوزيرية
هاتف: ٤١٦٩٣٥٢ - فاكس ٤١٦٩٣٤٦ - البريد الالكتروني: icomc2002@yahoo.com

الاشتراك السنوي

الافراد:	المؤسسات:
داخل العراق	داخل العراق
داخل الوطن العربي	داخل الوطن العربي
خارج الوطن العربي	خارج الوطن العربي
سعر النسخة الواحدة : ٥٠٠٠ دينار عراقي	اساتذة جامعة بغداد
	طلبة جامعة بغداد
	20000 دينار عراقي
	30 دولار مع اجور البريد
	35 دولار مع اجور البريد
	15000 دينار عراقي
	12000 دينار عراقي

- تدفع اشتراكات الافراد ، والاساتذة والطلبة نقداً .
- يدفع اشتراك المؤسسات اما بشيك او نقداً .
- يتم تحويل الاشتراك على العنوان الاتي :
- كلية الاعلام - الباحث الاعلامي - مدير التحرير ، او على البريد الالكتروني icomc2002@yahoo.com

مشرف اللغة الاجنبية

p . p . نبيل محمد علي

تصميم وتنفيذ

ستار سعدون كريم

شروط النشر وقواعده في الباحث الاعلامي

- تتبع الباحث الاعلامي الطرق العلمية في التعامل مع البحوث والدراسات التي تصلها لغرض النشر وفق الخطوات الآتية:
- 1- تنشر مجلة الباحث الاعلامي البحوث والدراسات التي ترد اليها من الباحثين والاكاديميين والمؤسسات العلمية.
 - 2- يلتزم الباحث بالمنهجية العلمية والاكاديمية في إعداد بحثه.
 - 3- تخضع جميع البحوث والدراسات المقدمة الى المجلة للتقويم من قبل محكمين علميين متخصصين.
 - 4- ينبغي ان لا يزيد البحث عن ستة الاف كلمة ، اي ما يناهز ٢٠ صفحة.
 - 5- يقدم الباحث ثلاث نسخ مطبوعة من بحثه فضلاً عن قرص CD يحتوي على نص البحث.
 - 6- يكتب الباحث عنوان بحثه واسمه ومرتبته العلمية على صفحة مستقلة واحدة.
 - 7- تكتب عناوين البحوث باللغتين العربية والانكليزية.
 - 8- يلتزم الباحث بالتوثيق العلمي في متن البحث وقائمة المصادر.
 - 9- المجلة غير ملزمة باعادة البحوث الى اصحابها ويبلغ الباحث بقبول بحثه او عدم قبوله برسالة من هيئة التحرير خلال شهرين من تسلم البحث أو الدراسة.
 - 10- ترحب المجلة بالتقارير التي تغطي المؤتمرات والندوات العلمية شريطة ان لا يزيد التقرير الواحد عن ٢٥٠٠ كلمة.

الهيئة الاستشارية

سہیل

الـ_____وردي

السعد _____ عد

السامر

مہ

هيئة التحرير

د. محمد رضا مبارك مدير التحرير

د. كاظم شنون المقدادي عضوا

د. نزهت محمود نفل

المحتويات

الموضوع	رقم الصفحة
الافتتاحية	9
بنية الصورة وسياسة الاتصال، دراسة في اشكالية البنية الاتصالية للاستهلاك والثقافة العربية	11
	.
	28
	.
	48
	64
	82
	.
	109
	138
	152
	182
	200
	217
	227
	240
	260
	291

العدد المزدوج

هذا العدد السادس والسابع، نتقدم فيه خطوة نحو الطموح، ودونه عشرات الخطوات، فلقد أثرنا ان نقدم خلاصة فكرية قد تبدو جديدة او مغايرة لما هو سائد، وهو ما نصبو إليه في (الباحث الاعلامي).. فالمجلة تسهر على تقديم مثل هذه الخلاصات، التي لم نبلغ جوهرها بعد، وان بدأنا نتلمس الطريق إليها.

عادة ما تخطط المجالات الفاعلة لاعدادها، محاور، موضوعات، لقاءات... وأن تتخفف قليلا من الطابع الاكاديمي.. والعشوائي أحيانا، كما هو حال مجلاتنا الاكاديمية، التي هي في الاغلب تنوع غير متناسق للابحاث، وكم قد يتنافر بعضه مع البعض الآخر، فمن أفق الحداثة والتطلع الى الامام الى ادنى مستويات التراجع والعودة الى الخلف، واجترار المفاهيم القديمة ومحاولة تزيينها. فضلا عن التمويل الذاتي الذي اصبح المعضلة الحقيقية فيها.

الاعلام فضاء متجدد، يؤمن بالمستقبل ايمان (كوندرسيه) الذي لم يتخل عن حلمه وايمانه بالتقدم، حتى عند اقتراب المقصلة منه ايام الثورة الفرنسية الشهيرة. لانظر الى الخلف إلا لاعادة الاعتبار، اما الاجراءات والمفاهيم والمعالجات فهي تفرط بزمان مضي لصالح زمن آت، فلم تبق ثورة الاتصال وقتا للتأمل بما أنجز، لابد من العبور الى ما لم ينجز بعد، وهو كثير وذو صعوبة بالغة.

سننقل تجارب من أمم متحضرة سبقتنا، ونغامر في نشر بحوث لم تتقبلها ذائقتنا النمطية بعد. انها محاولة للامساك بالزمن ولحظاته الزئبقية، التي تهرب منا كغيمة من نقيع.

مدير التحرير

بنية الصورة وسياسة الاتصال

دراسة في إشكالية البنية الاتصالية للاستهلاك و الثقافة العربية

أ. د. حميدة مهدي سميسم

كلية الاعلام - جامعة بغداد

للتقافة العربية أنماط وقواعد تنتظم في نسق قيمي أعطاها تماسكها واستقرارها وطريقة تعبيرها، لذا فإن التحدي الكبير الذي يواجهها الآن وفي السنوات اللاحقة تصادم البنى القادمة إلى الوطن العربي من الخارج مع بنية الثقافة العربية عبر النمط الاستهلاكي الشائع الآن باعتباره ليس فعالية اقتصادية وإنما وسيلة اتصالية، تصدما كل يوم عبر المسلسلات والأفلام والإعلانات والموضة، بسبل من البنيات الصورية والسمعية التي تثير الانبهار لدى المشاهد والقارئ.

ومن هنا فإن أهم المخاطر والتحديات التي تواجه الثقافة العربية اليوم، هي المخاطر الناجمة عن شيوع النموذج الاستهلاكي في الوطن العربي حيث يمارس هذا النموذج وظيفة اتصالية ليست ناتجا عرضيا، بل جزء من بنية أساسية تسعى إلى خلخلة وتمزيق بنى الثقافة العربية بما تحمله من قيم وأنماط وقواعد تعبر عن ذاتية ثقافتنا وخصوصيتها، حيث يصبح النموذج والمصنوع المقدم هو البديل للمعاش. إنها سيادة المنتج المسيطر على عبودية المستهلك، وما بين الطرفين تمارس أدوات الاتصال الجماهيري دورها في تحقيق الاستلاب، وتعميق احتقار الذات في ظل تردد واضح للوضع السياسي والاقتصادي المعاش في الوطن العربي.

في رمزية الاستهلاك:

تعرف (الموسوعة الاقتصادية)(١) الاستهلاك بأنه عملية إهلاك القيمة الاستعمالية، وتنتج إما بصورة تحويل تجرى على المادة في إطار عملية الإنتاج، أو بشكل إهلاك محض بفعل الاستعمال في لحظة التملك بهدف تلبية الحاجات، حيث (الاستهلاك النهائي).

وفي معناه الواسع فإن الاستهلاك يعني شراء شيء أو خدمة ما واستعمالها، وبذلك يشكل الفصل الأخير من الدورة الاقتصادية، ويطلق على استنفاد المنتج من خلال الاستعمال أو التناول تعبير (الاستهلاك التقني) الذي يتمثل بالخبرات الثابتة والقابلة للاستهلاك بعد حين، والقابلة للاستهلاك على

أمد طويل نسبيا ثم القابلة للاستهلاك منذ الاستعمال الأول (٢).

وقد أصبح الاستهلاك شيئا فشيئا ظاهرة جماعية في دول الغرب الصناعية، منذ العقد الثاني من القرن الماضي في الولايات المتحدة الأمريكية على وجه التحديد في سنة ١٩٢٠ أثر النمو الاقتصادي الكبير المرافق للثورة الصناعية الثانية التي أسست توحيد نمط الإنتاج واصطبأه بصيغة واحدة، حيث قاد هذا التنظيم الجديد للعمل الجاد الذي يتطلب أموالا ضخمة إلى تجمع الصناعات وإلى تدعيم الرأسمالية، ثم سادت جماعية الاستهلاك أوروبا الغربية بعد ذلك بقليل.

وفي أواسط الثلاثينات جاءت نظرية العالم الاقتصادي البريطاني (كيناس) بشأن زيادة الاستهلاك، وبالأخص تحسين الأجور من أجل تشجيع الجمهور على الإنفاق ومن ثم تنشيط الاستهلاك، لتحديث ثورة حقيقية للسياسة الاقتصادية في الغرب، فابتداءً من سنة ١٩٤٥ اتجهت السياسة الاقتصادية في الدول الغربية بناء على نظرية (كيناس) إلى تنمية الطاقة الاستهلاكية الجماعية، لتشهد العقود الثلاثة التي أعقبت الحرب العالمية الثانية توسعا اقتصاديا كبيرا، كان من أهم نتائجه شيوع هذا النمط الاستهلاكي الواسع في مختلف أرجاء العالم (٣).

وكان بروز الشركات متعددة الجنسيات بعد الحرب العالمية الثانية، تعميقا للطابع الاحتكاري للاقتصاد الرأسمالي، حيث أصبح قانون (توسيع الأسواق) خارج العالم الرأسمالي، اتجاها "حاكما" للنشاط الاقتصادي في العالم، ومن ثم أضحت الدول المتقدمة صناعاتيا تمثل المركز الرأسمالي المتقدم الذي يمتلك مظاهر السيطرة، فيما أصبحت دول العالم الثالث تمثل دول (المحيط) التي تخضع لهيمنة "دول المركز" عبر ديناميات متعددة، أهمها شيوع النمط الاستهلاكي المصدر إليها، حتى وإن كانت في غنى عنه، أو كانت المنتجات الوافدة غير مفيدة أو غير ملائمة أو حتى ضارة، ولعل تصدير "الموضة" إلى هذه الدول نموذج بارز على ذلك، وإلى حد أصبحت فيه جزء من آليات الهيمنة ومظهرا من مظاهر التبعية من جانب المجتمعات المستوردة والمستهلكة.

وفيما يخص الوطن العربي، فإن ظهور الثروة البترولية فيه في الثلاثينات، ثم الطفرة في عوائد النفط بعد عام ١٩٧٣، كانت وراء شيوع النموذج الاستهلاكي في الدول النفطية بمنطقة الخليج العربي، وإلى الحد الذي أصبحت فيه هذه الدول تمثل نموذجا غريبا في النمط الاستهلاكي حيث يتم في بعضها استيراد حتى مياه الشرب المعبأة بالقيطاني البلاستيكية، كما ترك شيوع النمط الاستهلاكي في الدول العربية الأقل غنى آثارا لا تقلل خطورة عقب ما يسمى بسياسات الانفتاح الاقتصادي، وهو ما سنبحثه فيما بعد فيما يخص الجانب الاتصالي للنموذج الاستهلاكي وتصادم البنى الثقافية.

وتتجلى أشكال الاستهلاك في ثلاثة أنماط رئيسة تعكس جوانب التعامل السلوكي المرتبط بهذه

العملية وهي (٤):

1- تكنولوجيا الاستهلاك:

وتتمثل بالموصفات التي يتم وفقاً لها إخراج المنتج في صورته النهائية وتتركز هذه المواصفات في تكنولوجيا الاستهلاك بتجديدها المختلفة التي لا تتلاءم وطبيعة البنية الاقتصادية والاجتماعية في دول العالم الثالث، فإن شيوع أسلوب (استعمل - وارم) Use and throw وهو أسلوب غربي أميركي للمنتجات الاستهلاكية في دول العالم الثالث، قد أدى إلى إهدار الموارد النادرة في الكثير من هذه البلدان، بدلاً من استخدام تكنولوجيا تركز على خدمات الإصلاح والصيانة، أو باستخدام منتجات لا تتلاءم والبيئة المناخية، الأمر الذي ترك آثاراً متعددة في طبيعة الحياة في المسكن والملبس، وكأن خيار التبعية في التقليد قدر حتمي.

2- استحداث منتجات جديدة:

لم تكف دول المركز الصناعية بإنتاج المنتجات القائمة بطرق أو تكنولوجيا جديدة لإشباع الحاجات الموجودة حسب، وإنما عمدت إلى خلق حاجات جديدة، ونشر استهلاكها بالرغم من أنها لا تمثل أشياء أساسية أو تدخل في إطار عملية التنمية، كما هو الحال في الترويج لمستحضرات التجميل، واستهلاك الكحول، وتدخين منتجات التبغ، والاستهلاك الموسع للمشروبات الغازية المصنعة في الدول الصناعية . . . إلخ

3- استهلاك المنتجات غير الملموسة (Non Tangible):

وهي ما تسمى في الاقتصاد بالخدمات، وبخاصة في قطاع الفنون، وبصفة خاصة الموسيقى والغناء والرقص وتصفيف الشعر، والتي تصبح على شكل موزعات تنتشر بسرعة فائقة عن طريق الفيلم والكاسيت والصحافة والسياحة، بل وحتى من البث المباشر بالأقمار الصناعية. إن الاستهلاك لا يقتصر على الشراء المادي لسلعة مادية واستهلاكها فقط بل هو يبدو قيمة ورمزا معنويا أيضا، وحيث أن المستهلك في العالم الثالث في موقع مستهلك كلي بمعنى أنه غريب بشكل شبه كلي عن عملية إنتاج السلعة وتصنيفها، فقد أدى هذا الابتعاد القسري عن عملية الإنتاج الصناعية إلى أن يصبح استهلاكه عملية أكثر تعقيداً فعلاقته بالسلعة علاقه يسودها اغتراب مزدوج، ففي ظنه أنه غير قادر على صنعها على الشكل المتطور الذي يشاهدها بين يديه عندما يشتريها وأنها (تمثل) عالما آخر، فالقوة الرمزية لعملية الاستهلاك أقوى مما هي في بلدان التصنيع، إذ إن رغبة الاستهلاك وقوة التماثل بالغرب الصناعي ونماذجه تتشابكان في ذهن المشتري في بلدان العالم الثالث.

وهذا ما فهمته شركات التجارة العاملة في العالم الثالث ومعظمها كما ذكرنا من الشركات عابرة الجنسيات، والتي تعمل على استغلال القوة الرمزية لسلع الغرب إلى أقصى حد في ضوء تنمية مدروسة

لإحباط معنويات المستهلك الذي تقوم بينه وبين حضارته وثقافته وبين نماذج الغرب حواجز معنوية يعرف الخارج كيف يلعب على تناقضاتها، فالسلعة المنتجة محليا تبقى في نظر المستهلك المحلي ومهما كان مستوى جودتها أقل قدرا وجودة من السلعة المنتجة في الغرب، والفرق الأساسي بينهما هو هذه الشحنة الرمزية التي ترافق عملية شراء قطعة غربية المنشأة أو غربية التصنيع فقط، فنحن نشترى رموزا قبل شرائنا ماديات معنوية (٥).

كما استطاع النظام الصناعي الجديد القائم على البهجة إلى إيجاد شكل جديد للوعي التجاري يقوم على الشراء المعنوي (عبر الخيال) قبل الشراء المادي عن طريق الإعلان الحديث، ومختلف أشكال الدعاية التجارية وقد استخدم النظام الصناعي الجديد هذا الأسلوب معتمدا على نظرية بافلوف القائلة بإثارة الغرائز الحيوانية والإنسانية عبر تقنية التركيز على عنصر يقوم بدور الإيحاء المباشر، علما بأن ما تقوم به الدعاية والإعلان هو شيء مشابه على مستوى الوعي، حيث أن مهمتها هي إثارة نوع من الغريزة الشرائية — تحرك فور ورود إيحاءات الاتصال الدعائي إليها على شكل رموز وصور وتصورات للكون.

الاستهلاك - وسيلة اتصالية

الاتصال عملية ديناميكية يقوم بها شخص ما أو أشخاص، بنقل رسالة تحمل المعلومات أو الآراء أو الاتجاهات أو المشاعر إلى الآخرين، لتحقيق هدف ما، عن طريق الرموز لتحقيق استجابة ما، في ظرف ما (أو سياق) بيئة اتصالية بغض النظر عما قد يعترضها من تشويش (٦). لذا يجب أن نفهم أن الدورة الاقتصادية، التي يمثل الاستهلاك جانبها الختامي، ليست في جوهرها إلا عملية اتصالية تمتلك جميع عناصر الاتصال من مرسل ومستقبل ورسالة، ولكي نفهم جوانبها لا بد من دراسة إدراك المرسل (المنتج) وسايكولوجية المتلقي (المستهلك)، وتداخل دور (الموزع) للسلع الاستهلاكية كوسيط أحيانا بين طرفي العملية الاقتصادية، فيما تصبح السلعة بحد ذاتها الرسالة والقناة الاتصالية، وبعبارة أخرى إن فكرة (الماكلوهانية) من أن الرسالة هي الوسيلة تصبح هنا ظاهرة في تفسير العملية الاتصالية أكثر من أي نموذج اتصالي آخر. ولمحتوى وسائل الاتصال، كمنتج استهلاكي صفتان اقتصاديتان أساسيتان:

أولهما؛ أن إنتاج محتوى إعلامي ينشر على نطاق واسع يتصف بقدر كبير من اقتصاد الإنتاج الواسع النطاق، وهذا ينطبق على جميع وسائل الإعلام من الصحف إلى القنوات التلفزيونية الفضائية. ثانيهما؛ الصفة الأخرى لمحتوى وسائل الاتصال هي كونها متغيرة أو متباينة، فليس ثمة مادتان متطابقتان في المحتوى الإعلامي، ويعود هذا جزئياً إلى أن لوسائل الاتصال حقوق ملكية

فكرية في المحتوى الذي تنتجه، وجزئياً لأن على وسائل الإعلام أن تميز محتواها لأسباب تجارية وكي تنافس بنجاح وسائل الإعلام التي لديها قراء أو مستمعون أكثر وبالتالي تكلفة أقل لكل وحدة. ويجدر الإشارة على أن تباين الإنتاج عملية مكلفة غالباً ما تواجه بعوائد مقياسية متناقصة (٧). Deccasing returns to scale ويمكن أن تحدد أهم سمات (الاستهلاك) نموذجاً اتصالياً مما يأتي:

1- لقد أضحت الدورة الاقتصادية ليست بين فرد وآخر، بل هي بين مجتمع وآخر، وأمة وأخرى وربما ستكون في المستقبل قبل مع سكان الكواكب الأخرى! ولكنها دورة قائمة على الهوة الإنمائية القائمة بين الدول المتقدمة صناعياً والدول النامية، وضمن هذا النمط من أنماط التسلطات الاقتصادية والسياسية كما يرى (ميشيل فوكو) تركز الصيغ القمعية التي خبئتها أجهزة الإنتاج من إنتاج المعرفة إلى إنتاج الأشكال المادية في الدول الرأسمالية، حيث يتوجب على المستهلكين في دول العالم الثالث التعامل مع مقاييس الرخاء المستورد، إلى حد التماهي مع قيم الغرب في شكل من أشكال الامتصاص اللاواعي للآخر.

2- أن المنتج الاستهلاكي بقدر ما هو وسيلة اتصالية فإنه في الوقت نفسه ليس إلا رسالة اتصالية مشفرة عن طريق تكنولوجيا الاستهلاك على مستوى الشكل الخارجي لفضاء الرسالة خطابياً، فيما تفرض من سلوك الاستهلاك نفسه مضمونا معيناً، وإذا ما استعرنا المفاهيم السيميائية فإن المنتج الاستهلاكي (كوسيط) يتضمن مادة العلامة وركن وحامل هذه العلامة (٨) حيث يتم بمقتضاها توصيل فكرة محددة من قبل مرسل إلى مستقبل، وهنا تتجلى (الماكلو هائية) في جوهرها الذي يعد (الوسيلة هي الرسالة)، دون أن ننسى أن أهمية المنتج الاستهلاكي كوسيلة اتصالية تكمن في البعد الحضاري لها أولاً وتأثيره في تنظيم عملية الاتصال ثانياً.

وفي ضوء ذلك فإن البعد الحضاري للاستهلاك بصفته وسيلة اتصالية يتمثل في مجموعة من المتغيرات هي (٩):

أولاً: أن تكنولوجيا الاتصال الإعلامي قد أضحت لا تصوغ الإنسان صياغة تكاملية جديدة، ككائن مترو وككائن اجتماعي فقط، وإنما (ككائن كوني) ينتمي إلى قبيلة إعلامية، ما هي إلا قبيلة كونية بأبعادها الزمانية والمكانية والكيانية، وهذا ما جعل من مشاهير الممثلين نجوماً كونيين لا نجوماً قوميين فقط، ومن نوابغ العالم الموسيقيين والمصورين والنحاتين على سبيل المثال نوابغ كونيين أيضاً، وهذا التطور في جوهره يعود إلى التطور النوعي في (الكونية الأمدية) نسبته إلى المدة إلى (الكونية الفورية)، فقد عرفت الإنسانية قبل الآن آلهة وعلماء وأبطالاً عالميين، ولكنهم عرفوا في زمان ما دون الآخر وعرفوا في مكان ما دون الآخر، ولكن الثورة الاتصالية هي ثورة الفورية التي

تعرف الأحداث والأشخاص على الفور في كل زمان ومكان، فـتـشعر الفرد المستـقبل للرسالة الاتصالية بأن الأحداث هي أحداثه، وبأن الأبطال هم أبطاله، فيتعزز لديه الشعور بأن الكون كله هو كونه بالذات ويشمل شعوره، الكونين الطبيعي والصناعي، الكونين المادي والإعلامي وكأنهما كون روحي واحد.

وهذا يفسر لجوء الشركات الصناعية إلى الإعلان على نطاق واسع لتسويق سلعتها مستخدمة جميع آليات الإيحاء والإسقاط في الرسائل الإعلانية لتـقـود الفرد المستهلك إلى التماهي بنجمه الرياضي أو السينمائي أو الموسيقي المفضل الذي يظهر في إعلان معين وهو ينصح أو يدعو إلى استعمال سلعة معينة، فاستعمال هذه السلعة من قبل الفرد يجعله في دائرة نجمه المفضل، مثلما تقوده عملية الشراء عبر صور الإيحاء الجنسي الملصقة على السلعة، إلى التقليل أو محاولة إشباع رغباته في هذا الجانب، وهو ما نبهت له شركات الإعلان منذ وقت مبكر في الترويج للبضائع والسلع المختلفة.

لا تقل الإعلانات (أو بيع القراء والمشاهدين) أهمية عن المحتوى لفهم اقتصاديات وسائل الاتصال، ويعتمد الطلب على الإعلان في وسائل الإعلام الجماهيرية على القدرة على توليد مبيعات إضافية من السلع الاستهلاكية والخدمات. ويحتوي العديد من الإعلانات مثل الإعلانات المبوبة في الصحف إلى تفصيلات ومعلومات محددة تسهل على المشتري والبائع البحث عن فرص تعاملات مواتية. ثمة إعلانات أخرى تحتكم بشكل رئيسي لحاجات موضوعية أخرى، والآلية السيكلوجية والاقتصادية التي تغطي الإعلانات فعاليتها معقدة (١٠).

ثانياً: كما أنها قادت إلى تطور الإنسان من (كائن اقتباسي) إلى (كائن استكشافي)، فالنزعة الاستكشافية نزعة طبيعية في الإنسان الذي يتسم بكونه كائناً فضولياً، حيث كل إنسان كما يؤكد (أرسطو) يريد بالطبع أن يعرف، ولكن المجتمع تعهد هذه النزعة، حتى مطلع القرن العشرين لدى أقلية من البشر، ثم جاءت الثورة الاتصالية لتتعهد لها لدى جميع البشر، لأنها الآن تمس جميع البشر وتستثير فضول جميع البشر وتخبر جميع البشر وتثقف جميع البشر، ولعل ظاهرة الموضة في أجدادها كظاهرة استهلاكية ليست إلا محاولة للمعرفة، ولخوض تجربة الآخر المتفوق، وممارسة لعبة احتلال مكان الآخر ولو بصورة وهمية، كما أن التجسيد المادي للآخر المتفوق من خلال السلعة الاستهلاكية يعني لدى المستهلك التعرف على هذا الآخر عن قرب وامتلاك جزء منه ممثلاً بإنتاجه الاستهلاكي، يمثل امتلاك جزء من قوته وسلطته، وهذا ليس بعيداً عن ما تفعله بعض القبائل من أكل قلب المقاتل الشجاع، للحصول على شجاعته.

ثالثاً: إن الثورة الاتصالية، صحيح أنها ما تزال في طفولتها، ولكن هذه الطفولة إن كانت تتلازم مع طفولة إنسانية كيانية، فإنها في الوقت نفسه تتناقض معها، ففي الوقت الذي دخل فيه

المجتمع المعاصر، الاتصال الوجداني الكوني، الذي لم تعرف له الحضارة مثيلاً من قبل، دخلنا طور التعدد الكياني السياسي والاقتصادي الذي لم يعرف له التاريخ مثيلاً من قبل، ولما كانت السيادة الإعلامية هي إحدى مقومات السيادة الوطنية، فقد وقفنا على الصعيد الدولي في إشكالية التناقض ما بين الوجدانية الإعلامية الكونية والتعددية الكيانية السياسية، والاقتصادية الجديدة وهذا ما لم تعرفه النظم السياسية والاقتصادية والعلاقات الدولية عبر التاريخ.

وقد جاءت (الوظيفة الاتصالية) للعملية الاستهلاكية، لتدخل في حيز اللامرئي من الاتصال المجتمعي والذي يصعب تحديده، وقياس آثاره كما هو الحال مثلاً مع أدوات الاتصال الجماهيري، لذا فإنه بقدر ما يكون ممثلاً في البنية التحتية كاستهلاك إنتاجي على سبيل المثال، فإنه كأداة اتصالية يصبح جزءاً مهماً في البنية القومية للمجتمع.

وتتطبق على الاستهلاك وسيلة اتصالية الملاحظة المهمة والقائلة أنه إذا كان لكل وسيلة أو أداة اتصالية خصائصها المنفردة في التأثير ومحدودية فاعليتها في مجال واحد، فإن ذلك يستدعي الحاجة إلى تكملتها أو مساندتها بوسائل أو أدوات أخرى، لإحداث التأثير المطلوب، الأمر الذي يعني استخدام عدة وسائل أو أدوات تصل كل منها إلى الفرد المستهدف بشكل خاص تجعله يستجيب من جديد إلى الفكرة نفسها وفي الاتجاه نفسه ولكن بشكل مختلف حيث أن لكل وسيلة أو أداة جمهورها الخاص، وكل منها ملائمة بشكل خاص لنوع معين من الاتصال.

فدخول السيارة على سبيل المثال قد ترك آثاره على المجتمعات كافة، وإن اختلف هذا التأثير الاستهلاكي من مجتمع إلى آخر، إن تأثيرها في المجتمع الأمريكي دفع باحثاً هو (أوكبرن W.F. Ogburn) إلى الكتابة عن موضوع تأثير الاستهلاك على المجتمعات إلى قوله المشهور: إن الحب أضحى يعيش على عجالات/ وهو قول لا يدرك مضامينه القريبة المباشرة والبعيدة غير المباشرة إلا من شهد هذه الجوانب من حياة المجتمعات الغربية (١١) وقد بدأ يتسرب بعضها إلينا في مشاهد أضحى معتادة في بعض العواصم والمدن العربية.

وعلى كل حال فإن للاستهلاك من حيث جوانبه الاتصالية آثاره البعيدة المدى في الكيان الاقتصادي والاجتماعي وفي التقاليد والآداب العامة وفي المعايير السلوكية المختلفة بل ويمتد تأثيره البعيد المدى ليس إلى أدواقنا وعواطفنا بل وحتى إلى أنماط تفكيرنا وعلاقاتنا الاجتماعية ونظرتنا إلى الحياة، وما ينشأ على ذلك من مشكلات التكيف المختلفة الضروب والأنواع وفي البنية الاجتماعية والتنظيم الاجتماعي وفي المؤسسات الاجتماعية المختلفة والاقتصادية والتجارية منها بصورة خاصة وفي إحداث تغيير في مفهوم المرء أو فكرته عن نفسه وعن شخصيته، بل وحتى في كل ميادين النشاط البشري ووجوهه المختلفة (١٢).

- كما وأن وسائل الاتصال تحتاج إلى توافر بعض الشروط اللازمة لنموها وازدهارها تتمثل في:
- 1- وجود قاعدة اقتصادية متينة توفر التمويل اللازم للحصول على تكنولوجيا الاتصال، كالمطابع ومحطات الراديو والتلفزيون، ونظم الأقمار الصناعية، وكذلك توافر البنى الأساسية من شبكات الطرق والنقل والكهرباء، مما يسهل عملية النشر والبحث للرسائل المطبوعة والمسموعة والمرئية.
 - 2- وجود قاعدة علمية وثقافية في المجتمع يكون بإمكانها إنتاج المعلومات وتوزيعها واستهلاكها، ويدخل في هذا المجال زيادة التعليم بين أفراد المجتمع، فالعلاقة بين المستوى العلمي والثقافي وزيادة التعليم تتناسب طردياً مع تقدم وسائل الاتصال ومع زيادة حجم استخدام الجمهور لها.
 - 3- قدر معقول من الكثافة السكانية في المجتمع، ذلك أن وسائل الاتصال ذات تكلفة باهظة، وتشغيل هذه الوسائل بفعالية يحتاج إلى كثافة سكانية، يمكنها أن تستهلك نتاج الوسائل الإعلامية.
 - 4- وجود مناخ ملائم من حرية الرأي والتعبير، ففي المجتمعات التي تنتج المجال لإظهار الرأي والرأي الآخر وحرية التعبير، تجد أن وسائل الإعلام أكثر تقدماً وأكثر تعبيراً عن مصالح الناس وآرائهم، مما يوفر لهذه الوسائل شعبية، ويتيح لها جمهوراً واسعاً يدعم وجودها، ويعطيها مبرراً للبقاء، وللبحث عن سبل تقدمها وتطور أدائها.
 - 5- وجود الإمكانيات التكنولوجية المتاحة للاتصال مثل البرق والهاتف والأقمار الصناعية والمطابع الحديثة، فإن توافرها سيسهم في دعم وتطور الاتصال الجماهيري (١٣).

اتصالية الاستهلاك والثقافة

إن التأثير الذي يمارسه الاستهلاك بصفته وسيلة اتصالية على الثقافة من الصعب تحديده بشكل دقيق وذلك لسببين أساسيين هما:

- 1- الطبيعة الحركية (Dynamic) لمفهوم الثقافة، حيث أن هذا المفهوم من أكثر المفاهيم تداولاً ولكنه أكثرها غموضاً وتلونا، فهو مفهوم متعدد المعاني إلى حد كبير، فالتعريف التي اقترحت في المائة سنة الأخيرة على الأقل بلغت حداً من التنوع يصعب معه الاتفاق على تعريف وإذا كان (كروبير Kroeber) و (كلوكهن Kluckhohn) عالما الأنثروبولوجيا الأميركيان قد صنفا قبل ربع قرن ما لا يقل عن (١٦٠) تعريفاً للثقافة، فإن التفرعات التي تبلورت بعد ذلك تزيد - ولا شك - في عدد هذه التعاريف، ومن هنا فإن تحليل الأثر الاتصالي للاستهلاك على النموذج الثقافي لمجتمع ما ليس بالسهولة المتصورة الأمر الذي يستدعي الغوص في بحث النمط الاستهلاكي ومتغيرات الثقافة وتفاعلها معاً.

2- الوظيفة المزدوجة (النفسية - الاجتماعية) للثقافة، حيث تؤدي هذه الوظيفة إلى (قبولية) الشخصية الفردية والجماعية قبولية حية غير مباشرة في عالم عقلي - أخلاقي - رمزي مشترك بين مجموعة من الناس، وبذلك فهي تشكل في الوقت نفسه، إطاراً ومحتوى للشخصية الحضارية التي تركز في تكوينها على مقوم أساس هو الثقافة حيث أن الثقافة هي روح الحضارة (١٤).

ويعرف سيترام Sitaram الاتصال عبر الثقافات Intercultural Communication بأنه عبارة عن التفاعل الذي يتم بين أعضاء من ثقافات مختلفة مهما تراوحت ضالة أو ضخامة هذه الاختلافات، وهو يشمل عادة شخصاً متصلاً من ثقافة ما ومتلقياً (متصلاً به) من ثقافة أخرى، ومن ثم فإن عملية الاتصال هي عملية ذات اتجاهين (١٥).

وهذا ما يفسر لنا رأي بعضهم في أن كل ثقافة من الثقافات تسيطر عليها اتجاهات عامة وشاملة تطبعها بطابع خاص يميزها عن غيرها أسمتها (روث بندكيت) بنظرية (الصيغة الثقافية العامة) والتي تعد السلوك الفردي مجرد اتفاق وتوافق مع التعاليم والمثل والقيم والاتجاهات الثقافية الموجودة بالفعل، وما أكده البعض الآخر من أن أية ثقافة من الثقافات لا تخلو من وجود (نسق) للقيم خاص بها، بل أن في كل ثقافة يوجد نسق للقيم هو الذي يعطي هذه الثقافة تماسكها واستقرارها واستمرارها كما أنه هو الذي يبرر سلوك الأفراد وأفكارهم. والخصوصية الثقافية وإن اختلفت التسميات التي أطلقت عليها والتي من أبرزها (النمط الثقافي) و (النسق الثقافي) و (الذاتية الثقافية) الذي نرى أنه أكثر دقة وشمولية بالتعبير عن ذلك حيث تتصل مسألة الذاتية الثقافية بموضوع العلاقة بين الثقافة والمجتمع اتصالاً عضوياً ومصيرياً من حيث أن الثقافة في أي مجتمع هي جماع وحصيلة النشاط الاجتماعي وأساليب الحياة وأنماط القيم وما يتخذه الإنسان من أدوات ومعدات تسهل له سبل العيش (١٦)، لذا (فالذاتية الثقافية) هي التي تحدد (بنية الشخصية) بوصفها، أي البنية شديدة التبعية للثقافة المميزة لمجتمع خاص حيث ينزع كل مجتمع إلى تكوين كل ثقافي أصيل، الأمر الذي يحتم على مجتمعات متناظرة من حيث درجة نموها الاقتصادي أي أن تكون متغايرة ومختلفة في العمق من حيث ثقافتها، ولكن حينما تكون هناك هوة كبيرة في النمو الاقتصادي، كما هو الحال بين الشمال الغني والجنوب الفقير، فإن التسلط والهيمنة هي العلاقة التي تحكم المنتج والمستهلك، ومن ثم فإن المنظومة الثقافية للغرب الصناعي تسعى إلى أن تفرض رموزها وأحكامها وتقويماتها وإدراكاتها على المنظومات الثقافية في دول العالم الثالث.

وهذا التأثير يتضح مما تقدم في قاعدة (عرفية) عامة تعارف عليها الباحثون في شأن الأنثروبولوجيا الثقافية والأناسة التي تحدد بموجبها (الجنسية الثقافية) لكل فرد، وهذه القاعدة تقتضي أن الفرد لا ينسب إلى ثقافة معينة إلا إذا كان يفكر في داخلها، والتفكير داخل ثقافة معينة لا يعني

التفكير في قضاياها، بل التفكير بوساطتها ومن هنا تتبع خطورة تلبس ثقافة الآخر في التفكير بقضايا ثقافتنا العربية، وما يفرضه النمط الاستهلاكي من سلوك وقيم معينة، إذ إن عملية المصادقة بين المنتج والمستهلك تظل أحادية البعد، تشمل الغرب المنتج في تغريبها، كما تشمل الشرق المستهلك، فالتقنية بوصفها جوهر الغرب الراهن، تتشكل ماديا في الإنتاج الملموس الحاضر دوماً بوجوده متغيرة، ويعزز الإحباط الناتج عن التماهي المستمر الذي يمارسه المستهلك والذي يفقده خصائصه القومية ثقافياً، كما يعززه التشكل الفكري الذي يظهر في النظم والأيدولوجيات السائدة في الوطن العربي ودول العالم الثالث، حيث يصبح التغيير في بنية المجتمع تغييراً شكلياً استعارياً يدفع ثمنه بحسب النمط الإنتاجي، تغيير مفتعل، وهذا ما يؤدي إلى اغتراب عن الذات، عن طريق الانخداع بمظاهر الاستهلاكية (النهضوية) شكلاً، والتي تلغي في الحقيقة النهضة في مفهومها الحضاري ويصبح الوعي صورة متأثرة بالتسلط الاستهلاكي اللاشعوري الذي خلق أزمة من نوع معاناة الضياع الكلي تحت وطأة الإغراءات الحسية التي تفرض على الجميع في بلدان العالم الثالث التعامل حسب مقاييس الرخاء المستوردة بدلاً من قيم الماضي وطموحات النهضة الحقيقية (١٧).

وعلى ضوء ذلك فإن المخاطر الحقيقية التي تواجه الثقافة العربية المعاصرة، أمام شيوع قيم وتفكير الاستهلاك، تتبع من كون الثقافة العربية هي الرابطة القومية الأساسية للأمة العربية التي تنقل مفهوم الأمة العربية من كونه مفهوماً عرقياً - أنثولوجياً يعتمد النسب أساساً لتكوين الأمة إلى مفهوم (ثقافي) تكون عبر السياق التاريخي الطويل للأمة العربية، ومن ثم فإن تهديد الثقافة العربية بتماهي هذه الثقافة في ثقافة الغرب يعني تهديد هذه الرابطة القومية الحية، كما أن النشوء التاريخي للثقافة العربية قد جعلها تعبيراً حقيقياً عن روح الأمة وأصالتها وهويتها القومية المتصلة بجذورها التاريخية - الحضارية في الماضي وأصول واقعها المعاصر وآفاق مستقبلها المنشود وأن أي تهديد لها يعني طمس هذه الهوية وضياع شخصية الأمة، ومن ثم وقوع الأمة العربية في دائرة التبعية الثقافية للآخر، عن طريق التبعية الاقتصادية والتكنولوجية التي تقود إلى تبعية سياسية.

الصورة الذهنية والصورة النمطية للاتصال

يؤسس الإنسان صورته الذهنية عن الأشياء والأشخاص عن طريق التجارب المباشرة والتجارب غير المباشرة، وترتبط هذه التجارب بعواطف الأفراد واتجاهاتهم (١٨).
وتبين الدراسات أن سلوك الإنسان وتصرفه (أقواله وأفعاله وكل ما يصدر عنه) مرهون دائماً بهذه الصورة العقلية المختزنة في الإطار المرجعي عن مختلف الأشياء والأحداث، وتحصل الاستجابة لرسالة من الرسائل نتيجة للتفاعل الذي يحدث بين رموز تلك الرسالة (بعد قبولها ومرورها في مصفاة

الإطار المرجعي، واجتيازها ودخولها إلى دائرة نظام المخزون المعرفي)، وبين الصورة العقلية المتكونة لها عن الخبرات السابقة (١٩).

وترجم الباحثون العرب مصطلح (Stereo type) إلى مصطلح الصورة النمطية، والصورة كما ترى هي شكل أو صفة الشيء، والنمط هو جماعة من الناس أمرهم واحد، وتعني أيضاً الصنف (٢٠). كذلك أشار العرب المسلمون الأوائل والعلماء إلى تفسيرات عديدة للصورة، وإلى مصطلح (الصورة الذهنية) بصورة واضحة، فقد أشار العالم العربي ابن سينا (٩٨١م - ١٠٣٧م) إلى أن الأشياء لها وجودان، وجود خارج الذهن سماه في عقل الإنسان بالتصور (٢١).

كما وعرف (جودي دويزمسكي) (٢٢) الصورة النمطية على أنها شيء ينطبق على نمط ثابت أو عام، وخصوصاً صورة عقلية قياسية يحتفظ بها جميع أفراد المجموعة، وتمثل رأياً مبسطاً أو موقفاً وجدانياً قابلاً للنقد.

ويعرف معجم ويستر كلمة (Image) بأنها تصور عقلي شائع بين أفراد جماعة معينة وجماعة معينة ويشير بهذا إلى اتجاه هذه الجماعة نحو شخص معين أو شيء بعينه (٢٣).

وتبين الموسوعة الدولية للعلوم الاجتماعية، وقاموس أكسفورد العالمي، مصطلح (stereotype) بأنها الطريقة أو العملية التي يتم عن طريقها الطبع، ويستخدم منها سطح طابع لإنتاج آلاف النسخ المتطابقة من الرسالة دون الحاجة إلى تغيير هذا السطح، ومن ثم أصبح معنى الصورة stereotype هو الذي يتكرر بشكل ميكانيكي (٢٤).

ويعرف هولستي (Holsti) الصورة بأنها مجموعة معارف الفرد ومعتقداته في الماضي والحاضر والمستقبل التي يحتفظ بها الفرد وفقاً لنظام معين، عن ذاته وعن العالم الذي يعيش فيه. كما يرى الدكتور صالح أبو إصبع (٢٦) الصورة النمطية على أنها تلك الصورة التي تنطبع في الأذهان عن أشخاص، أو شعوب حاملة معها سمات موضوعية في قالب ذهني يحد من التفكير، في تصور هؤلاء الأشخاص أو الشعب بصورة مخالفة للذهن.

لكن تايلور وويلس يريان أن الصورة النمطية تشير دائماً إلى السمات المتميزة في الجماعات، لكن هذه السمات تعكس علاقات السيطرة والتبعية والصراعات الاجتماعية وتركيب القوة، فالجماعات التي تم تصويرها بصورة نمطية لم تقم هي نفسها بتحديد هذه السمات التي تتضمنها الصورة، ولكن من قام بتحديد هذه السمات هم الذين يمتلكون درجات أكبر من السيطرة أو القوة الاجتماعية، علاوة على ذلك فإن تكرار الصورة النمطية، والتي تشكل نوع المعرفة عن جماعة معينة يتم تحويلها إلى أيديولوجيا أو إلى إحساس عام (common sense) 27.

هناك إنفاق في معظم دراسات الصورة على أن الصورة الذهنية Image تقوم على مجموعة

من السمات الإيجابية التي تثير مشاعر الحب والتعاطف والتأييد والإعجاب والرغبة في التقليد، وكثيراً ما يكون ذلك عن طريق تصوير البطولة والانتصارات والأعمال الإنسانية، والاختراعات والإنجاز والقوة والإنسانية وحب الخير والتضحية والود والسلام (٢٨).

أما الدراسات التي تناولت مفهوم الصورة النمطية stereotype فقد تعاملت على أنها صورة سلبية تتشكل من التعميمات، وتقوم على مجموعة من السمات التي تثير مشاعر الخوف والكرهية والنفور والاشمئزاز والاحتقار ويكون ذلك بتصوير العنف والبطش والقسوة وسفك الدماء والإرهاب والهزائم والجريمة والفقر (٢٩).

وكذلك تنصف الصورة النمطية قبل تكوينها بثلاثة عناصر مميزة (٣٠):

- مجموعة الصفات المعرفية التي يستطيع الإنسان أن يدرك بها ذلك الشيء بطريقة عقلية.
 - العنصر الوجداني أو الإدراكي، ويرتبط بمدى الميل أو الكره لموضوع معين، فمدى الميل أو الكره يحدد الرفض أو القبول لسمات المدرك.
 - العنصر السلوكي أو الإجرائي، ويتمثل في مجموعة الاستجابات للموضوع الذي يراه الشخص مناسباً في ضوء السمات المدركة.
- الصورة تعني في هذا المجال حيث يعرفها د. علي عوجة (٣١) أنها 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 شيء آخر يمكن أن يكون له تأثير على حياة الإنسان، وتتكون هذه الانطباعات من التجارب المباشرة وغير المباشرة، وترتبط هذه التجارب بعواطف الأفراد واتجاهاتهم وعقائدهم، وبغض النظر عن صحة أو عدم صحة المعلومات التي تتضمنها خلاصة هذه التجارب، فهي تمثل لأصحابها واقعاً صادقاً ينظرون منه إلى ما حولهم، ويفهمونه أو يقدرونه على أساسها.

أهم الفروق بين الصورة الذهنية والصورة النمطية

وبناءً على ما سبق في تبيان ماهية الصورة الذهنية والنمطية، فإن أهم الفروق بينهما تتخلص

في:

- 1- الصورة الذهنية تبنى على الحقائق الموضوعية والمعلومات الصادقة، بينما النمطية تبنى على حقائق مبالغ فيها، ومعلومات مشوهة.
- 2- الصورة الذهنية ليست بالضرورة مشحونة عاطفياً، بخلاف الصورة النمطية التي تكون محملة بالمشاعر الذاتية، ومشحونة بالعواطف الشخصية.

3- الصورة الذهنية هي صورة مفتوحة (أي أنها تشغل كل الصور ثم تقوم بترتيب هذه الصور من جديد). وقد تتغير هذه الصور أو تتوسع تدريجياً، وتنمو وتتطور، أو تتوضح زوايا في موضوع ما كانت باهتة، فهي صورة قابلة للتغيير باستمرار، عكس الصورة النمطية التي تتسم بالثبات النسبي، والجمود وترفض استقبال رسائل معكوسة لها، عدا تلك التي تتسجم وتتأسق مع اتجاهاتها.

4- كلما زادت المعلومات في الصورة الذهنية، فإن الصورة تزداد وضوحاً، بينما زيادة المعلومات في الصورة النمطية في اتجاه الموضوع الواحد نفسه تؤدي إلى التعقيد، وفي مراحل أعلى تؤدي إلى التمييز العنصري.

إن صانعي الصورة الذهنية للأشياء والأشخاص والدول والجماعات في أذهان الأفراد يسعون إلى تقديم المعلومات والحقائق والمعارف من أجل توسيع مدارك الناس ومعرفتهم بالحياة، بعكس الصورة النمطية، التي غالباً ما تقف خلفها جهات (جماعات أو مؤسسات) ذات مصالح اقتصادية أو سياسية أو اجتماعية (٣٢).

بنية الصورة واتصالية الاستهلاك وتصادم البنى الثقافية

حينما نتحدث عن بنية الوسيلة الاتصالية، فإننا نقصد بشكل خاص العلاقات الترابطية بين العناصر التي تتكون منها بنية الأداة أو الوسيلة الاتصالية والتي تشكل نظاماً خاصاً يتصف بأن أي تغيير في أحد عناصره لا بد أن يؤدي إلى تغيير العناصر الأخرى، ومن ثم تغيير بنية النظام بأكملها، وبعبارة أخرى أن العلاقة بين المرسل والرسالة والوسيلة الاتصالية والمستقبل هي علاقة ارتباط تشكل أو تحدد طبيعة العملية الاتصالية برمتها، وإذا افترضنا ثبات متغير المرسل والرسالة والمستقبل بوصفها المتغيرات التي تسبق التجسيد المادي للرسالة الاتصالية، فإن الوسيلة هي التي ستحدد نجاح العملية الاتصالية أو فشلها، وتبرز ميزة الاستهلاك كوسيلة اتصالية - كما أسلفنا - في كونها رسالة ووسيلة في الوقت نفسه، فهي الوسيط المتضمن لمادة العلامة وركن وحامل هذه العلامة، وتكمن قدراتها بشكل خاص في تحرير العملية الاتصالية من قيود الزمان والمكان أولاً وفي خلقها نوعاً من البنية الصورية بين الإنسان والعالم الموضوعي الحقيقي ثانياً وبذلك استطاعت أن تقوم بما يأتي (٣٣):

1- أنها تغلف (الواقع الموضوعي) بنوع من (الواقع البديل)، وهنا تكمن خطورتها في استثارة الأساطير الدعائية وفي إثارة الجمهور (المستهلك)، وأساطير الرخاء والرفاهية ونموذج الحياة الأمريكية نماذج واضحة لذلك في سبيل المثال، إذ تقود إلى ما هو حسي عقلائي إلى ما هو غير منظور لا شعوري وبذلك تغلب التأثيرات العاطفية على الحس العقلاني للجمهور، عن طريق ممارسة هذه

الوسائل على المدركات الحسية دور القوى الترويضية الفاعلة.

2- انها أصبحت إحدى الأدوات السلطوية التي تعمل بشكل غير منظور على تأكيد سلطة الآخر ثقافيا واقتصاديا بل وحتى سياسيا في ترسيخ أيديولوجيات وقيم الآخر المهيمن والمنتج للسلع الاستهلاكية.

وأخيرا لأن السلطة الاستهلاكية مهما اختلفت أشكالها ليست إلا صورة، وليست إلا تكنولوجيا استهلاكية تقدم صورة تتمتع بقدر من الجمالية والقدرة على إثارة المستهلك لشرائها، فهي تثير الانبهار دائما لدى (المستهلك - المتلقي) إنها تسكره بشكل أو بآخر، للتماهي بالآخر المتسلط، وكما يقول سارتر من الصورة إلى الرسم ومن الرسم إلى التبيانة (Schemas) ومن التبيانة إلى الكلام يوجد استثمار (تدرجي للمعرفة) (٣٤) ولكن أي صورة إنها صورة (المعرفة) والإدماج وليس صورة (الفعل) والتفرد، حيث تؤدي إلى احتقار كل ما هو محلي، وتقديس كل ما هو أجنبي، أليس هو نتاج المتسلط الذي نسعى إلى أن نكون مثله، أو أن نحل محله وأن نتماهى معه، إنها حالة الانبهار الكامل بالمجتمعات المنتجة من قبل المجتمع المستهلك غير المنتج، الذي يقيس درجة تطوره ونموه بمقدار محاكاته وتماهيه بنموذج الآخر.

وتلعب وسائل الإعلام دورا مساعدا وخطيرا في تحقيق هذا الشكل من أشكال الامتصاص اللاواعي للآخر إلى حد التلاشي بشرائنا رموز الغير وثقافته عن طريق إنتاجه المادي، وهو ما يقوم باستغلاله الآخر (المنتج) في إقناع (المستهلك) بمصادقية الصورة التي يروجها، وتمثل عملية تجاوب المستهلك مع رسالة (المنتج) نجاح عملية الاتصال المركبة التي تمت.

أخرى كما يرى (رولان بارت) (٣٥): (أنه يدعو المستهلك إلى صيغة من الصيغ المعيشة للمادة، ويجعله شريكا في خلاص، لا مستفيدا من نتيجة فحسب، إن المادة هنا تزود بحالات قيم).

وهكذا تمنح صورة الآخر ومنتجاته للمستهلك نمط عيش جديد وعلاقة جديدة مع الأشياء ومع العالم الذي يحيط به لاكتساب شخصية معنوية جديدة، ولكن هذه الشخصية الجديدة التي تصوغها السلعة أو المنتج الاستهلاكي كصورة مجسدة ماديا تظل في حالة صراعية بين (الذاتية الثقافية) و (ثقافة الآخر) وتنتشر هذه الحالة على مساحة عريضة من السلع الاستهلاكية بدءا من مجلات الأزياء المصورة، وآخر صرعات الموضة الغربية التي تعارض خصوصيتنا القومية، وإلى تقليد نجوم الموسيقى والغناء وإلى حد تشويه صورة وطابع الغناء العربي الأصيل، وانتهاء باستهلاك وسائل التجميل والصابون والعطور.

وهكذا نظل دائما في صراع غريب بين بنيتين، بنية ثقافتنا وحضارتنا وبنية ثقافة الغرب وسلطته التي تمارس ضدنا استلابا فاضحا. وقد جاءت تقنية (الفيديو كليب) والمحطات الفضائية

لتصنيف رصيذا صارخا الى عملية غربية ترأثنا الموسيقى وعواطفنا، فيما يطرح أمامنا من أغان مصورة ليست في أحسن الأحوال إلا أفلام وشرائط منقولة عن أفلام غربية مليئة بالمشاهد المتعارضة مع قيمنا وطبيعتنا الشرقية، كل ذلك يدخل بيوتنا كأنه قدر آخر علينا القبول به مع صورة الاستلاب التي يمارسها الغرب ضدنا في كل لحظة.

الهوامش

- 1- بشأن الاستهلاك مفهوماً ومصطلحاً، انظر على وجه الخصوص، الموسوعة الاقتصادية، تعريب عادل عبد المهدي، د. حسن الهموندي - دار ابن خلدون، بيروت، ١٩٨٠، ص ٤٧-٤٨.
- 2- ماري زيادة، السياسة وفلسفة الاستهلاك، الفكر العربي المعاصر، العدد ٣٥، بيروت، ١٩٨٥، ص ٥٧-٥٩.
- 3- انظر للمزيد د. محمد عبد الشفيق، الموضة والاقتصاد السياسي، مجلة المنار، العدد ٥٦، باريس، آب، ١٩٨٩،

- ص ٤١-٤٢.
- 4- فريدريك معنوق، الأساس الإعلاني للمجتمع الاستهلاكي، الفكر العربي المعاصر، العدد ٣٥، بيروت، ١٩٨٥، ص ٧٩-٨٣.
- 5- فريدريك معنوق، م. د. س.، ص ٣٩-٨٢.
- 6- Berlo, David (1961). The process of communication. New York: Hott Rinehart and Winston.
- نقلًا عن صالح أبو إصبع، الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة. عمان، دار مجدلاوي، ٢٠٠٦، ص ١٤.
- 7- Williams, John W. 1995. Mass Media in Post-Revolutionary Mongolia Principia College Elsah, Illinois Processed, (3): 147-63
- 8- بيار غيرو، السيمياء: ترجمة انطوان زيد، منشورات عويدات، بيروت، ١٩٨٤، ص ٢١-٢٢.
- 9- انظر: د. حميدة سميسم، نظرية الرأي العام، الدار الثقافية للنشر، القاهرة، ٢٠٠٥، ص ٢١١-٢١٤. وأيضا د. حسن صعب، إعجاز التواصل الحضاري الإعلامي، بلادار نشر، بيروت، ١٩٨٤، ص ٤١.
- 10- Owen, Bruce, and S. Wildman 1992, Video Economies Cambridge Massachusetts. Harvard University Press, pp. 147.
- 11- د. حاتم الكعبي، حركات المودة، مطبعة الديوانية الحديثة، الديوانية ١٩٧١، ص ١٥٤-١٥٥.
- 12- المرجع السابق، ص ٢١٣-٢١٤.
- 13- صالح أبو إصبع، الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، ط ١، الأردن، عمان، دار مجدلاوي، ٢٠٠٦، ص ٥٥-٥٦.
- 14- انظر حول ذلك: مصطفى دندشلي (الثقافة والحضارة والأيدلوجيا) مجلة الباحث، العدد (١)، باريس أيلول - تشرين الأول ١٩٨٠، ص ١٠٣ وما بعدها.
- 15- Sitaram 1972: What is intercultural Communication in Intercultural Communication (eds.) samovar and Porter Belmont Ca: Wadsworth Pubishin Co. pp. 22.
- 16- حول الذاتية الثقافية انظر د. برهان غليون، اغتيال العقل (محنة الثقافة العربية بين السلفية والتبعية) دار التنوير للطباعة والنشر، بيروت، ١٩٨٥، ص ١٤ وما بعدها.
- 17- مطاع صفدي، التقدم العربي والمجتمع الاستهلاكي، الفكر العربي، العدد ٧، بيروت، ١٩٨٥، ص ١٦.
- 18- د. تيسيري مشاركة، العربي وصورته في ظل العولمة والفضائيات والإنترنت - العولمة والهوية، تحرير د. صالح أبو إصبع، عمان، جامعة فيلادلفيا، ١٩٩٩، ص ٢٦٥.
- 19- عصام سليمان الموسى، المدخل في الاتصال الجماهيري، مكتبة الكنانة للنشر والتوزيع، الطبعة الرابعة، ١٩٩٧، ص ٦٤.
- 20- المنجد، ط ٢٠، بيروت، دار المشرق، ١٩٥٧، ص ٨٢٧.
- 21- رثور سعديف، ابن سينا، ترجمة توفيق سلوم، بيروت، دار الفارابي، ١٩٨٧، ص ٢٣١.
- 22- Internet <http://www.tiac.net> Joe Dobzghski, stereotypes are not evil 25 Aug 2002, p4.
- 23- Websters, New Collegia I Dicionary, Spring op.cit. p. 1138.
- 24- International encyclopedia of social sciences, Vol. 15, 1968, p. 260
- 25- نقلًا عن فهد بن عبد العزيز بدر العسكر، الصورة الذهنية محاولة لفهم واقع الناس والأشياء، الرياض دار طويق للنشر والتوزيع، ١٩٩٣، ص ١٩.
- 26- صالح أبو إصبع، تحديات الإعلام العربي، دراسات الإعلام، المصادقية، الحديثة، والهيمنة الثقافية، عمان، دار

- الشروق والتوزيع، ١٩٩٩، ص ٧٦.
- 27- Taylor Land Willis A, Media Studies, Oxford Blackwell publishers in 1999, p. 41
- 28- د. سليمان صالح، وسائل الإعلام وصناعة الصورة الذهنية، الكويت، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، ٢٠٠٥، ص ١٥.
- 29- م.س.ذ.، ص ١٥٧.
- 30- ميخائيل سليمان، صورة العرب في عقول الأمريكيين، ترجمة عطا عبد الوهاب، بيروت، مركز دراسات الوحدة، ١٩٧٨، ص ١٩٥-٢٠٠.
- 31- علي عوجة، العلاقات العامة والصورة الذهنية، القاهرة، عالم الكتب، ١٩٨٣، ص ١٠.
- 32- د. سلافة فاروق الزعبي، صورة العرب في الإعلام الأمريكي، عمان، دار ورد للنشر والتوزيع، ٢٠٠٦، ص ٢٩.
- 33- د. حميدة سميسم، م.س.د. ص ٢٢٥.
- 34- نقلا عن: ماري زيادة، م.س.د. ص ٤٣.
- 35- رولان بارت، ميثولوجيات، ترجمة مصطفى كمال، مجلة بيت الحكمة، العدد ٧، ١٩٨٨، ص ٣١-٣٢.

من هو الاعلامي - الصحفي ؟

أ.م. د. حميد جاعد محسن

كلية الاعلام - جامعة بغداد

المدخل (الاهمية):

جلب إنتباهي مقال نشر في مجلة الإتصال كتبه أحد المعنيين بالمعلوماتية بعنوان who are we? , وأراد في هذا المقال أن يوضح من هم ممتهني المعلومات وتكنولوجيا المعلومات الذين أصبحوا يعرفون ب . IT The profession of . وقد قفز إلى ذهني سؤال مشابه , من هو الاعلامي ؟ أو من هو الذي يمتهن مهنة الإعلام ؟ وبسؤال بسيط , who are the mass media profession ? وإذا أردنا أن نوسع السؤال ممكن أن يشمل فئات عديدة لم يحسم أمرها ومهنتها حتى الآن ونقول who are the mass communication profession ? ننددز سوف نواجه إشكالية كبيرة في تحديد هؤلاء أولاً وفي تعريف مهنتهم ثانياً . إنهم يشكلون رقما كبيرا و يمارسون مهنا مختلفة . وبحاجة الى تحديدهم , وبحاجة إلى توصيف مهنتهم . تلك المهن التي ظهرت مع إمتدادات الثورة الصناعية ونمت مع التقنيات التي أنتجت الثورة المذكورة .

فقد أصبح الإعلام أكثر ثراء , فكراً وممارسة , ولكنه أكثر تعقيداً أيضاً . فما زال يتذبذب بين علوم الإنسانية والإتصالات , ونظريات المعلومات . وكما يبدو إنه محكوم عليه بأن يحوي في إطاره التناقضات كلها . محكوم بالرسالة الإعلامية , ومنطق الإعلان , ومراعاة مصالح السلطة ومصالح الجمهور , ودعم برامج التنمية والقوى الإستغلالية (١١ - ٢٩٢) . لم تستطع المنظمات المهنية الإعلامية و الصحفية من تحديد نطاق تصنيفها وتوضيح مضمون مفردات تعريف المهنة التي ننظم عمل أفرادها . وعجزها عن شمول العاملين في الصحافة والوسائل الأخرى وضمهم إلى صفوفها . ومازالت المهن المعنية بالعضوية لا تزيد عن ٢٢ مهنة . وقد عكس ذلك عجز المنظمات المهنية المذكورة عن الاستجابة لمجمل تطور العملية الإعلامية وتقنياتها , و الإضافات التي قدمتها في الحقول المهنية الجديد إلى العملية الإعلامية وقد تجسد ذلك في عجز المنظمات المذكورة و عدم قدرتها على تقديم توصيف

classification متكامل للمهن الجديدة المذكورة تشكل مرتكزا مهما للممارسة الإعلامية و الصحفية.

مشكلة البحث :

يتناول هذا البحث موضوعا طالما شغل أهتمامات المعنيين بالإعلام عموما , والصحافة خصوصا ويتلخص في الأسئلة الآتية: من هو الإعلامي ؟ ومن هو الصحفي ؟ وما هو الفرق بينهما ؟ وقد تصعب الإجابة الدقيقة على الأسئلة المذكورة دون تتبع المسار التاريخي لتطور الإعلام , والصحافة , والمجالات التي يشتمل عليها كل منهما . لقد لجأت مؤسسات عدة وفي مقدمتها المنظمات المهنية الإعلامية والصحفية . فضلا عن القواميس , والموسوعات العلمية التي أنجزت على مدى القرنين الماضيين , الى تبني تعاريف عده للإعلامي , والصحفي . إلا ان الإجابات على الأسئلة المذكورة بقيت مقصورة على تصورات ربما يشوبها الغموض لعدم المامها بمجمل العملية الإعلامية , وتنوع التقنية والخبرة الفنية التي تشترطها كل من العملية الإعلامية والتقنيات الحديثة . فلم يعد من السهل تتبع حجم التطور في التقنية الإعلامية الحديثة , وتأثيراتها في توسيع دائرة العملية (الإعلامية) , الإتصالية الفنية والمهنية التي تستلزمها . ومن ثم المسميات التي تنطبق , أو المفاهيم التي تعبر عن مضمون المهن و توصيفها . classification خاصة أن قسما منها قد تقمص مضمون التقنية التي يتعامل معها وبها . ولا غرابة أن هذه المشكلة تורך الباحثين , والمعنيين بالإعلام , وخاصة أولئك المعنيين ببرامج التدريب والتعليم الإعلامي والصحفي . فقد بدأ الخلل في المفاهيم , ينسحب إلى العملية الإعلامية التعليمية , ويصيبها بالشلل في مواقع كثيرة . فما هو الإعلام ؟ وما هي فلسفته ؟ وما هي نظرياته ؟ وما هي حدوده ؟ وما هي مصادر مرجعياتها ؟ الإجابة على هذه الأسئلة تكمن وتتجسد في مضمون مفهوم الإعلامي ذاته . أي يكمن في التوصيف للوظيفة التي يمارسها الإعلامي , أو الصحفي . وهذا يقتضي ضرورة ما يأتي :

أولا , تأشير نطاق العمل الإعلامي و من ثم الصحفي و تحديدهما , بما لا يقبل الشك أو التأويل , مع إمكانية بيان حدود المؤشرات المذكورة وعدم تداخلهما مع المهن أو الوظائف الأخرى التي تلعب دورا مهما في إنجاز العملية الإعلامية . مثل الطباع , المنضد , المخرج التلفزيوني الخ .
ثانيا , توصيف العمل الإعلامي , والصحفي : هل هو مهنة ؟ أم هواية ؟ هل هو فن أم علم أساسا ؟ وهل هو بحاجة إلى خبرة ؟ أم بحاجة إلى دراسة أكاديمية ؟ أم بحاجة إلى كليهما ؟ وما هي العلاقة بين العمل الإعلامي , والصحفي وبين المهن الأخرى , التي تملك خبرة واسعة ولها جذرها التاريخي ؟
ثالثا , التحديد الدقيق لمفهوم الإعلامي , والصحفي , كأساس لشرح و توضيح النقاط أولا , وثانيا , وبيان حدود كل منهما .

كما أن تحديد مفهوم الإعلامي والصحفي و توضيح مضامينهما يمثل خطوة لا مفر منها, ليس لتحديد حدود حركة الإعلامي, ووظيفته, ومجالات أدائه فحسب , وإنما لغرض النظر في مضمون البرامج التعليمية والتدريبية التي يحتاجها الإعلامي أولاً , والصحفي ثانياً . فضلاً عن كونه يمثل نقطة البدء في تقرير أي عملية تعليمية أو تدريبية ومدياتها .

معنى ذلك , ان تحديد مفهوم الإعلامي, والصحفي يشكل نقطة الإنطلاق لرسم السياسة التعليمية للمؤسسات الإعلامية الأكاديمية, أولاً, والمضامين الفكرية و النظرية ثانياً , ومستويات الخبرة التي يحتاجها الإعلامي, والصحفي ثالثاً , والفرق بين برامج إعداد الإعلامي, وبرامج إعداد الصحفي رابعاً .

من هنا, فإن محور مشكلة البحث تتمثل في إمكانية تحديد تعريف دقيق لكل من الإعلامي, والصحفي في ضوء الوظائف التي يؤديها كل منهما, أو الوظائف المستمدة من التحديد النظري و المهني و المسبق لهما, و الذي يرجع بأصوله الى الوقائع الميدانية (الامبيريقية) كمؤشر مهم لعملية التعميم . و من ثم الإجابة عن التساؤلات الآتية: من هو الإعلامي؟ ومن هو الصحفي؟ وما هو الفرق بينهما ؟

الدراسات السابقة : حاول الباحث تتبع الأدبيات الإعلامية العراقية , والعربية ولم يفلح بالحصول على أية دراسة أو بحث سابق في مجال البحث الذي نحن بصدده , باستثناء ما تضمنته الأنظمة الداخلية للمنظمات المهنية الإعلامية والصحفية . وهي محدودة جداً , وفضلنا استخدامها لاحقاً في مناقشة تحديد المفاهيم . أما المصادر الأجنبية التي نتناول موضوع بحثنا فقد تعذر الحصول عليها , لقدمها , أولاً و عدم توفرها في مكتبتنا ثانياً . و سوف نحاول الإستعاضة عن ذلك بتتبع تطور المفاهيم مقرون بتطور التقنية,

و التعرف على موقف المؤسسات الإعلامية الأجنبية من هذا الموضوع عبر إعلانات طلب الحاجة التي تنشرها المؤسسات المذكورة بواسطة وسائل الاعلام المختلفة .

هدف البحث :

يهدف البحث الى الوقوف على مفهوم الإعلامي, والصحفي و بناء مفهوم متكامل لكل منهما قابل للتحليل إلى عناصره الأولية وقابل للقياس , مستمداً من الوظائف التي يؤديها كل منهما, أولاً , ومن الأطروحات الإعلامية الامبيريقية, ثانياً .

منهج البحث :

يؤش اسم المنهج وظيفته, أي وصف الظاهرة التي يدرسها بدقة ويقدمها بتعابير كيفية أو كمية. وتشمل المنهج جميع البحوث التي تهتم بجمع و تلخيص الحقائق الظاهرة المرتبطة بطبيعة الأشياء , أو الأحداث , أو نظام فكري , أو أي نوع آخر من الظواهر . ولهذا يتحدد مضمونه بالبحوث الوصفية , ومنها هذا البحث, أي دراسة الحقائق القائمة المتعلقة بطبيعة الظاهرة المعنية بالبحث. لذلك , يعتبر المنهج الوصفي من أكثر المناهج كفاءة في بحث الظواهر الطبيعية , والاجتماعية , والفكرية , وبتطبيق خطوات البحث العلمي وشروطه بدءاً بالمشكلة , والفروض , وجمع المعلومات و تحليلها وإنهاءً بالنتائج التي يتوصل لها البحث . بفعل إعماده على الواقع المعاش , المتمثل في وصف الظواهر و تتبع علاقاتها بالإعتماد على الظاهرة ذاتها .

وقد اعتمد الباحث المنهج الوصفي في تتبع ودراسة مفهوم الإعلامي , والصحفي , نظرياً , ومهنياً , ومن ثم الوظائف والبرامج التي تترتب على المفاهيم المذكورة. من تتبّع تطور المفاهيم والإضافات التي أدخلت عليها بفعل تطور التقنية الإعلامية, وخاصة التقنية الرقمية أولاً ,

وبفعل توسع مضمون العملية الإعلامية وشمولها حقولاً جديدة , لم تكن واردة في ذهن

المعني بها , ثانياً .

وقد استدعى ذلك أن يتبع الباحث اسلوباً جديداً في رصد المفاهيم المعنية بالبحث يعتمد على تصور المؤسسات الإعلامية لوظائف الإعلامي , والصحفي , وفق الحاجة الميدانية الفعلية التي تفرزها العملية الإعلامية تلك التي تمارسها المؤسسات الصحفية في التعامل مع الوقائع والأحداث اليومية. ولغرض الحصول على البيانات المطلوبة لجأ الباحث الى جمع الإعلانات التي تنشرها المؤسسات المذكورة عن حاجتها الفعلية لتلك الوظائف . وقد تبين للباحث أن الإعلانات المذكورة , تتضمن , مستويات من المعلومات : المستوى الأول , يتضمن الشروط التي يجب توفرها في المتقدم لشغل الوظيفة الصحفية .

والمستوى الثاني , يتضمن متطلبات أداء الوظيفة الصحفية المعنية في إعلان المؤسسة

الإعلامية ذاتها .

وقد اتبع الباحث المنهجية المذكورة في بناء توصيف واقعي وعملي في ان واحد. يعكس طبيعة الواقع الميداني الذي يركز الاعلام اليه في اداء وظائفه الاتصالية. ويعكس كذلك متطلبات اداء المهنة الصحفية في سياقها الاجتماعي - الثقافي , وشروط التعامل مع المعلومات التي تقدمها الوقائع والاحداث العامة والخاصة. ويعكس ايضا , نوعية العلاقة ومستواها بين مهنة الصحفي والمضمون الاجتماعي للمعلومات التي يستهدفها. وهذا يقودنا الى ضرورة بيان طبيعة المفهوم , ومضمونه , وحدوده , في ضوء فهم الوقائع (الاحداث) التي تشكل محور عمل الصحفي وحركته اليومية, قبل مناقشة مفهوم الصحفي -

الإعلامي ومضمونه.

المفهوم ماهيته وطبيعته

إن فهمي للإعلام ينصب على أنه " علم الوقائع و ما يترتب عليها " والواقعة كما يعرفها دوركايم هي : " المفردة الأساسية التي تحدثنا بها الطبيعة عن نفسها في كل جوانبها المادية و الإنسانية . وهي ما تتبدى لنا كشيء خارجي مستقل عن إدراكنا , أو هي ما تقع عليه حواسنا . ولها من الوجود , أو العلامات ما يمكن الإتفاق على إثباته بالأساليب المنهجية التي تكفل تحقيق الموضوعية العلمية " (٨ - ٨٢).

وكي يكون الباحث موضوعياً معناه الانتأثر (بأى شئ) دوافعه , وأعرافه , وقيمه , وموقفه الاجتماعي , أو أن منطق الموضوعية ذاته يناقض الانحياز الأيديولوجي . الموضوعية في منطق البحث المنهجي هي موقف وحكم : إنها ملزمة بتحديد موقف لا يوجد ما يمنع من اتخاذه , أو التوقف عن إصدار حكم بشأنه , بل يشير مضمونها مباشرة إلى ذلك . أما الحكم الموضوعي , هو الإلتزام في الموضوع المحكوم عليه . إنه يتعلق بتحديدات الباحث وتعريفاته وتصوراته لأبرز مكونات المشروع العلمي .

الواقعة:

الواقعة ليست أمراً سهلاً (هذا ما يجب الإقرار به مبدئياً) , ولا تشكل نهاية المطاف للباحث , بل هي " بناء وتركيب , وصياغة سبقتها خطوات تأليفية أخرى " . (٨ - ٦٧) وهي فوق ذلك تتشكل من المفردات , والحوادث , و المعطيات . هذه العناصر بمجموعها تكون في تأليف وتركيب خلاصته الواقعة العلمية . وتبرز دلالتها الثقافية (أي الموضوعية) إلى جانب دلالات أخرى في أي بحث يصبح موضوعاً للدراسة . وعليه لابد أن تؤسس التعريفات , والمفاهيمات , وسائر الخطوات , والأدوات الخاصة بموضوعه البحث , على طائفة من الإجراءات والتصورات المتفق عليها علمياً , فضلاً عن الإلتزام بها للوفاء بشروط التحقق والإثبات .

الواقعة شئ:

ولغرض التحقق من القاعدة الأساسية التي تحكم سلوك الوقائع , كان لابد من الإصرار على وجوب التعامل مع الوقائع على أنها أشياء . والشئ يقابل الفكرة التي تعرف من الداخل , بينما يعرف الشئ من الخارج . و هو كل موضوع خاضع للمعرفة . ويصعب علي الذهن أن يفهمه (أي الشئ) ويحيط به إن لم يعزل عن طريق الملاحظة , والتجريب , والممارسات الأخرى . التي تمثل خواصه الخارجية المباشرة قياساً بخواصه الأقل ظهوراً , والأشد عمقا . وعليه يمكن القول , كما يشير عبد

الغني، لسنا في مجال نفي حقيقة أن الواقع موجود خارج وعينا بموضوعيته، وماديته. وله أثره "العيني" في تحديد بعض جوانب فكر البشر وسلوكهم بدرجة تتفاوت بين فرد أو مجموعة وأخرى. ومع ذلك يبقى في الإنسان ما يستعصي على التفسير عن طريق مفهوم أو منظومة مفهومية واحدة. لأن الواقع المادي الخام غير موجود بدون "الإدراك" الإنساني له. فالإنسان ليس مجرد جهاز من الخلايا وأعصاب وورغبات، وسلوكه ليس مجرد أفعال مشروطة، وعقله ليس مجرد مخ عادي، إنما هو عقل مبدع، له مقدرة توليدية، وهو مستقر كثير من الخبرات والمنظومات الأخلاقية (١١ - ١٠٧).

وبلا شك فإن الفكرة التي نكونها عن الفعاليات الجمعية بالشكل الذي هي عليه، أو كيف يجب أن تكون عليه الفكرة، تمثل عاملاً من عوامل تطور الفكرة ونموها. إلا أنها، أي الفكرة ذاتها هي واقعة. ولغرض تحديدها يشترط أن تدرس من الخارج، عبر بعض الرموز والعلامات الخارجية التي تجعل الفكرة محسوسة ومفهومة لنا. ومن ثم يمكن التعامل مع الرموز التي يقيم المجتمع علاقاته وفتحها، كعلامة من العلامات الخارجية التي تفصح عن طبيعة الظاهرة (٨ - ٨٥). ووفقاً لقاعدة دوركايم المنهجية "يجب ألا نتخذ موضوعاً للبحث قط إلا بعد الأخذ بالإعتبار عدداً من الظواهر التي سبق تعريفها بخواص خارجية معينة، تعبر عن سمات مشتركة فيما بينها.

وإذا كان التعريف يشكل بداية العلم فإن كل ما تتطلبه البداية المذكورة هو احكام الصلة بيننا وبين الأشياء. لكن بالمقابل لابد من الإقرار مقدماً، بأنه يصعب على الذهن ادراك هذه الصلة دون ادراك خارج الأشياء وبلوغها. ومن ثم ليس بإمكان التعريف (أي تعريف) إلا التعبير عن خارج الأشياء المعرفة ذاتها.

المفهوم:

ويمثل المفهوم، بإعتباره مجموع المفردات اللغوية الأساسية، ظاهرة معينة أو شيئاً معيناً أو إحدى الخصائص للشيء المذكور، ومعناه، أي المفهوم، يتحدد بقدر إشارته إلى الظاهرة التي يمثلها (٩ - ٣٢٨). وعليه يمكن القول أن كل موضوع علمي له مفهومه الذي يتميز به. ويكتسب بعده الحقيقي حين يتعامل معه بصفته موضوعاً لفكرة معينة توجه الفهم، وتتعلق بطبيعة شيء معين أو علاقاته بالأشياء الأخرى. وغالباً ما تمكننا هذه العلاقة من تصنيف الظواهر بواسطة الملاحظة والوقائع الميدانية، وهي ضرورية لعملية التعميم (٨ - ٧٩). لذلك يعامل المفهوم وسيلة رمزية يستخدمها الباحث للتعبير عن الأفكار والوقائع بهدف توصيلها إلى الناس. ولا يكتسب معناه، أي المفهوم إلا بالقدر الذي يقدم فيه الظاهرة التي يمثلها.

وكي يتمكن الباحث من بناء خطوات بحثه يقتضي منه أن يعرف الأشياء التي يدرسها و

يتعامل معها تلك التي تشكل معيار المنهجية الباحث واتجاه بحثه. ولا يكتسب التعريف موضوعيته إلا إذا عبر عن مضمون الظواهر الفعلية وليس عن الأفكار والتصورات الذهنية والعشوائية التي يتم استلالها من مصادر متباينة ومتناقضة.

يتحدد التعريف عادة بمضمون العنصر المقوم لطبيعة الشيء . و بالسلمات التي يقف عندها الباحث. وفي مقدمتها الخواص الخارجية التي بالإمكان مشاهدتها أو تحسسها بصورة مباشرة. وإذا كان التعريف يشكل بداية العلم فإن كل ما تفعله البداية المذكورة, كما اشرنا سابقا, هي احكام الصلة بيننا وبين الاشياء.

ويضيف غيث في هذا الصدد "ان المفهوم كلمة او مجموعة كلمات تعبر عن فكرة عامة تتعلق بطبيعة شئ معين او علاقاته بالاشياء الاخرى, وغالبا ما تمدنا هذه الفكرة بمقولة لتصنيف الظواهر, وبوسائل لتصنيف القدر الهائل من الوقائع الامبيريقية. وهي تعتبر ضرورية لعملية التعميم, كما تشكل اساس اللغة" (٩ - ٧٩).

ومع كل ذلك ثمة تساؤلات تواجه الباحثين, تمثل مصدرا للتوتر الثقافي, ومنها: كيف يعرف الناس ما يعرفونه؟ وكيف يدركون الأشياء و يفاضلون بينها ؟ وكيف يبني سلوكهم في ضوءها؟ تخبرنا معظم النظريات في العلوم الاجتماعية كيف يشرع الأفراد و الجماعات في الحصول على ما يريدونه, لكن سوسيولوجيا الثقافة تسعى لكي تشرح لماذا يريدون ما يريدونه فضلا عن سلوكهم للحصول على ما يريدونه. إن المنطق السببي يدفع الى تحليلات من نوع "من سوف يريد ماذا" ومتى, ولماذا؟ وبالتالي تتغير مقولة لاسويل Harold lasswell الشهيرة التي تبدأ ب: من يحصل على ماذا؟ (١١ - ١٠٨).

على اية حال ان اللجوء الى استخدام عدد من المصطلحات والمفاهيم السائدة في العلوم المعنية بالبحث . أو المفاهيم المستخدمة في البحث هو لغرض بيان الهدف المقصود من الاستخدام المذكور. وخاصة في الاعلام الذي اصبح علما قائما بذاته, له مبادئه ومجالاته ومنهجه وله مصطلحاته التي تحدد تصورات العلمة. والتحطم في هذه المصطلحات يجب ان يمر عبر مفاهيم دقيقة " (١٢ - ٦).

لذلك يشار الى ان الدقة في تحديد المضامين والمفاهيم تمثل أحد متطلبات المنهج العلمي, و أحد شروط الدراسة الموضوعية. والمفهوم هو عبارة عن مجموعة من الكلمات تعبر عن الأفكار العامة التي تتعلق بطبيعة شيء ما, أو العلاقة بين أشياء متعددة, تلك التي تتعلق بتجهيز أو تهيئة الفئات لغرض تصنيف الظواهر, أو تمييزها. وبمعنى اخر تجهز المفاهيم معاني نظام الظواهر التجريبية المختلفة. التي يتم بناؤها عقليا كي تعكس وجهات النظر المؤكدة, عن طريق التركيز في سمات الظاهرة الحقيقية. ويشير الهامالي الى عدد من وظائف المفاهيم باعتبارها :-

- 1- تشكل أساس الإتصال بين المتخصصين بالعلم .
 - 2- تساعد الباحث في إدراك العلاقات بين الظواهر المدروسة .
 - 3- تساعد العلماء في إجراء الاستنتاجات العلمية و التعميم .
 - 4- تساعد عملية تصنيف الظواهر .
 - 5- تساعد في بناء مجموعة من النظريات .
- لهذا يعتمد الباحث الى تثبيت المفاهيم لضمان غرضين أساسيين :-
الأول :

تثبيت المفاهيم النظرية الخاصة في البحث , تلك التي يأخذ بها الباحث دون غيرها , كي يتجنب الاعتراضات التي تأتي من الباحثين الذين يحملون وجهات نظر تختلف مع منطق البحث واتجاهاته , أي تجنب الباحث التساؤلات التي يمكن أن تثار حول البحث و المفاهيم التي يعتمد عليها , وكي يتجنب الباحث فضلا عن ذلك تكرار المفهوم المعني اينما اقتضت الضرورة . بدلا من شرحه لمعنى المصطلح كلما جاء ذكره في البحث , فإن الباحث يكون قد حدد المقصود منه منذ البداية .

الثاني :

تثبيت المفاهيم الإجرائية , تلك التي تبين الإجراءات و المقاييس التي يعتمد عليها الباحث , فالخطوات المتتالية التي نقوم بها لحل معادلة جبرية ليس لها ما يقابلها في الواقع و ليس لها بذاتها قيمة معرفية , لكنها مفيدة إجرائيا أي في الوصول الى نتائج معرفية أو علمية . فالمفاهيم الإجرائية هي "مجموعة من الإجراءات التي تصف النشاطات التي يجب القيام بها من أجل تعيين الأبعاد التي يمكن قياسها و ملاحظتها من أجل التعرف على ما يشير اليه هذا المفهوم أو ذاك" . وبمعنى آخر , التعريف الإجرائي يفهم منه تحويل المفاهيم النظرية التجريدية الى اشياء بالإمكان قياسها والتعبير عنها بصورة عملية في نطاق الواقع الاجتماعي .

ويشكل المفهوم مرحلة مهمة في عملية التعميم , ويعكس في الوقت نفسه تجريداً يلخص عددا من الملاحظات المتعلقة بدرجات ارتفاع عدد من الأشياء عن مستوى معين وعلاقة الأشياء بعضها ببعض الآخر . ويقصد بالجهد الذي يبذله الباحث لغرض وضع حدود واضحة ومعلومة للمعاني التي يعتمد عليها في البحث بالتعريفات الإجرائية . المفهوم الإجرائي يتعلق بجانب من عملية البحث لا يعكس شيئا من الواقع ويستمد قيمته لا مما يمثله معرفيا من الواقع الموضوعي بل مما يصطلح له إجرائيا بوصفه قواعد إستعمال أو أدوات تساعد في متابعة اجراء البحث .

و عموما ترشد المفاهيم الى أنواع الحقائق التي يقوم الباحث بتجميعها و تحليلها . وتعمل على تنمية الفروض والنظريات وتطويرها , تلك التي تساعد في التفسير و التنبؤ بالظاهرة , الذي يقود بدوره

الى تقدم البحث ووضوحه. و خلاصة القول ان تجاوز الباحث تحديد المفاهيم ربما سيؤدي به الى الجهل بالموضوعات التي يبحث فيها . وأي مفهوم يقدمه الباحث لابد "أن يكون جامعاً في محتواه , واضحاً , لا لغو فيه ولا سلب في تعبيره".

وبصورة عامة يمكن الإشارة الى الأسس التي يقوم عليها تحديد المفاهيم:

1- ضرورة ربط المفهوم بالتعريفات السابقة وهذا يتطلب الاطلاع على أغلب التعريفات التي تناولت هذا المفهوم ومن ثم صياغة تعريف يتفق ومضامين غالبيتها مع ابقاء التعريف خاضعاً للنقد و التصحيح .

2- التحقق من دقة المفهوم وعموميته وذلك بالتثبت من انه يعبر عن الفكرة المقصودة وتتوفر فيه صفة العمومية ليكون ممكناً اقراره بصيغته النهائية .

3- الإستعانة بالتعريفات والمفاهيم الإجرائية : ان عجز التعاريف الاجتماعية احياناً عن إيجاد تعميم شامل ودقيق لما تعنيه قد حتم استخدام التعاريف الإجرائية لتوضيح وتحديد المفاهيم بدقة الأمر الذي سيمكن هذه المفاهيم من التعبير تماماً عن مقاصدها في أذهان الجميع بلا لبس أو غموض . فمفهوم (المسكن النظيف) أو (المسكن الكبير) يمكن أن يحدد اجرائياً لتمييزه عن (المسكن القذر) أو (المسكن الصغير).

المفهوم : محتوى المنهج

ان تحديد المفهوم يقود بالضرورة الى البحث في: ماذا يجب ان يدرس الإعلامي؟ وما هي المفردات التي يحتاج الى دراستها؟ وبالتالي لابد من اعادة النظر في برامجه التعليمية, والتدريبية. المفهوم ليس مجرد مفردات يتم ترتيبها لاعطاء معنى معين. وانما هو مضمون لعملية تاريخية, وحضارية متكاملة, تجسد جميع نتائج الإنسان الفكرية والثقافية والتقنية. لذلك لا يجوز التعامل مع بناء المفاهيم وتعميمها كمفردات موصولة بصورة مجردة مع غيرها, وقد تتصف بالتناقض مع بعضها البعض. وعليه, لابد من اخذها, اي المفاهيم, كمكون: معلوماتي, منهجي, ايديولوجي, وتقني. مشروط (بحالة بحثية منهجية) بواقعة اجتماعية في ظرف تاريخي وحضاري محدد. لهذا لا يمكن عزل المفاهيم عن تاريخ انتاجها, او عن الوقائع التي تجسدها, وشروط ظهورها كتعميمات قابلة للتعامل و القياس. ان مفهوم مفردة السلاح بقية غير واضحة في القاموس الافريقي وغير معبرة عن مضمون السلاح وسبب ذلك ان دخول الأوربيين الى افريقيا, لم يهيء فرصة للأفارقة في تعلم استخدام البنادق وبقي ذلك مقصوراً على الأوربيين خوفاً من استخدامها ضدهم. اي وبمعنى ادق, ان الأوربيين لم يرغبوا بإخراج الأفارقة من حالة تاريخية (متخلفة) الى حالة اخرى أكثر تقدماً.

المفهوم ومهنة الصحافة:

لم تستطع المنظمات المهنية الإعلامية وخاصة الصحفية من تحديد، وتوضيح مضمون مفردات تعريف المهنة التي تنظم عمل أفرادها. فضلاً عن عجزها في شمول العاملين في الصحافة والوسائل الأخرى كافة وضمهم الى صفوفها. مازالت، على سبيل المثال، المهن المعنية بالعضوية في نقابة صحفيو العراق، لا تزيد عن ٢٢ مهنة. وقد عكس ذلك عجز المنظمات المهنية المذكورة عن الإستجابة لمجمل تطور العملية الإعلامية وتقنياتها. وعدم تمكن المنظمات المذكورة كذلك من تقديم توصيف classification متكامل للمهن الجديدة. فضلاً عن عدم تمكنها من الاجابة عن سؤال مهم فيما إذا كانت المهن الجديدة تشكل مرتكزاً مهماً للممارسة الإعلامية والصحفية أم لا.

تاريخياً، كان الطباع هو الصحفي ذاته. أو هكذا كان يقصد بحرية الصحافة، حرية الطباعة، والمطبوعة. وقد أشتقت كلمة صحافة press من الطباعة ذاتها. كما أن مهنة الصحفي مضموناً أدمجت مع مفهوم التقنية المستخدمة. وما زالت الأدبيات الإعلامية القديمة تحمل ذات المعنى للصحافة والطباعة في آن واحد. ولكن مع تقدم تكنولوجيا الاتصال المذهل تحول مفهوم الإعلام، والإعلامي الى أكثر المفاهيم غموضاً وتداخلاً مع عدد كبير من المفاهيم الأخرى، كالإتصال، الصحافة، الجمهور، العمليات الإعلامية، المعلومات، الوقائع، والفعاليات الإجتماعية.... الخ. وهذا الغموض والإرتباك في تحديد مفهوم الاعلامي، والصحفي يرجع الى تبعية التراث الاعلامي للتراث النظري الإجتماعي من جهة، وتداخله مع مجموعة من العلوم الأخرى في تراثها ومنطقها من جهة أخرى.

ولكي نعرف الاعلامي، والصحفي في حدود مفهوم الإعلام لابد أن نخضع المفهوم المذكور ذاته الى مجموعة من المعايير، في مقدمتها أن يكون قابلاً للترجمة الإجرائية، وأن يتسم بالوضوح للمعنيين بالإعلام، وتميزه عن مفاهيم قريبة منه، مثل المصدر وغيره.

الصحافة والصحفي

اكتسبت مهنة الصحافة خاصة و الاعلام عامة أهميتها، من تطور تقنيات الانتاج الصحفي وانتشار الصحف الى درجة يصعب الألمام بأعدادها على مستوى العالم. كما تطورت مهنة الصحافة، من مرحلة الممارسات البسيطة الى علم له أسسه، وقوانينه، وحقوقه المتنوعة، يحتوي على تخصصات عدة ولم يعد بالأماكن الأمام بجميع شروط ومتطلبات هذا العلم من قبل المتخصص. كانت مهنة الصحافة ترتكز الى كاتب وماكنة وعامل طباعة وفي احيان كثيرة كان الكاتب هو الطباع ذاته. ولكن سرعان ما توسعت المهنة بفعل تطور تقنيات الطباعة، وتغير نمط صدور الصحف وحجم، وجمهور الصحافة.

وحققت مهنة الصحافة قفزة كمية وكيفية. وتحولت الى واحدة من المهن الرئيسية التي أفرزتها الثورة الصناعية, ونهوض الحركات الديمقراطية والثورية في العالم . ومع نهاية القرن التاسع عشر وبداية القرن العشرين, أخذت مهنة الصحافة والمهن الإعلامية حجمها الحقيقي في سوق العمالة الى جانب المهن الرئيسية الأخرى.

وبمعنى اخر ,حققت مهنة الصحافة استقلالية تامة عن الأدب والمكونات الثقافية الأخرى التي هيمنت على العمل والانتاج الصحفي لفترة طويلة, فضلا عن تهيئة ظروف وفرص تطورها عبر المؤسسات المهنية ومراكز التدريب واعداد الصحفيين الى جانب الاتحادات, والنقابات المهنية التي دافعت عن المهنة وحافظت على حقوق ممتنيتها.

وعندما نحصي اليوم عدد الصحف في العالم ربما نتوصل الى أرقام مذهلة . والتقديرات الأولية تصل الى أكثر من عشرة الاف صحيفة يومية, ناهيك عن الصحف الأسبوعية و النصف الشهرية , والمجلات الأسبوعية والشهرية والدوريات. والعاملين في الأذاعات, ومحطات التلفزيون التي يصل عددها في الولايات المتحدة وحدها الى أكثر من ١٥٠٠ محطة, ويكفي الإشارة الى أن القوى العاملة التي تعمل في الاعلام والانتاج الإعلامي تشكل ٢٥% من مجموع القوى العاملة في الولايات المتحدة . وحوالي ١٥% في اوروبا. والتقديرات الأولية لعدد العاملين في الاعلام في العالم الثالث تتراوح بين ٥% و ٨% من مجموع القوى العاملة فيها وخاصة في امريكا اللاتينية. الى جانب هذا نادرا ما تخلو الجامعات في العالم من كليات وأقسام تدرس الصحافة, والتلفزيون, والعلاقات العامة, واستطلاعات الراي العام, والاتصال بال جماهير, وسائل وتقنيات الاتصال, وانتاج البرامج فضلا عن مراكز الاعداد والتدريب على مهنة الصحافة والاعلام. كل ذلك يطرح السؤال الآتي: من هو الصحفي؟ ومن هو الإعلامي او ممتن الاعلام؟

سؤال قد تصعب الاجابة عليه دون تتبع المسار التاريخي لتطور :الاعلام , العمليات الاعلامية , التقنيات الاعلامية , ومن ثم تشعب المهن الاعلامية. وكي لا نغرق في تفسير التاريخ نلجأ الى الاجابة المباشرة, تلك هي ان الصحافة تغطي حقلا واسعا, وليس من السهولة تحديد مفهومها في اطار مبسط وربما نقرب كثيرا من المفهوم اذا قلنا ان الصحفي هو احد الذين يساهمون بشكل دائم ومستمر بالكتابة في الصحافة الدورية, ايا كان رئيس تحرير او احد العاملين الاخرين. عبر تصنيف المهن الصحفية - الاعلامية المعتمدة من قبل المؤسسات الاكاديمية والمؤسسات الاعلامية.

المنظمات المهنية وتعريف الصحفي:

فقد نصت المسودة الاولى المقترحة لنظام نقابة الصحفيين العراقيين, على سبيل المثال, يتم

النظر في قبول طالب الانتساب الى النقابة اذا كان يعمل في صحفي ومؤسسات صحفية اعلامية وباحد
العناوين الآتية:

- 1 - رئيس مجلس الادارة
- 2 - صاحب الصحيفة
- 3 - رئيس التحرير
- 4 - نائب رئيس التحرير
- 5 - مدير التحرير
- 6 - سكرتير التحرير
- 7 - رئيس محررين
- 8 - محرر
- 9 - مترجم صحفي
- 10 - مخبر
- 11 - مندوب
- 12 - مراسل صحفي
- 13 - منصت
- 14 - مصور صحفي
- 15 - خطاط صحفي
- 16 - مصمم او مساعد مصمم
- 17 - منفذ او مصمم منفذ
- 18 - رسام صحفي
- 19 - مصحح
- 20 - منظم ارشيف
- 21 - مبرق صحفي

ويشير التصنيف المذكور الى ٢١ عنوانا من مجموع العاملين في الصحف وهذه العناوين اقل
بكثير من عدد عناوين العاملين في الصحف القومية المتكاملة. لم ياخذ في الاعتبار العاملين في
المؤسسات الاعلامية الاخرى التلفزيون الراديو العلاقات العامة الانتاج الاعلامي... الخ. اضافة الى
انه لم ياخذ بالاعتبار ايضا العاملين في مراكز البحوث والمؤسسات الاعلامية والمسؤولين عن تقييم
العمليات الاعلامية وكذلك استطلاعات وقياسات الراي العام والمؤسسات الدعائية

والاعلانات.....الخ.

في ضوء ما تقدم نحاول هنا توصيف المهن الاعلامية فرضيا في نطاق الممارسة للمهنة المقصودة، كما حددت مضامينها في الاعلانات التي تنشرها المؤسسات الاعلامية وفق منطق الحاجة الى الاختصاص ونوع الخبرة والممارسة المستهدفة.

الصحفي والاعلامي:

وعموما يمكن سوق عدد من الاسئلة التي لا بد من الاجابة عن عدد منها وفي مقدمتها: من هو الاعلامي؟ ومن هو الصحفي؟ وما هو الفرق بينهما؟ واين يلتقي الصحفي مع الاعلامي؟ واين يفترق معه؟ والاجابة عن الاسئلة ببساطة:

الاعلامي هو "كل من يستطيع رصد الظاهرة الاعلامية محلها ويفسرها ويستنبط النتائج التي تخدم العملية الاعلامية وتطورها، ويهيء فرص معالجة الاشكاليات الاتصالية التي تفرزها الظاهرة الاعلامية المعنية" (هذا التعريف خاص بالباحث). ويشترط هذا التعريف في الاعلامي ان يتمتع بالكفاءة العلمية والاكاديمية فضلا عن تخصصه الاعلامي، واطلاعه على الاطروحات العلمية لعلم الاتصال الجماهيري وتمكنه من معرفة اسسه وقواعده وكذلك المنهجية التي يعمل وفقها. وبمعنى ادق يتمتع الاعلامي بالقدرة التي تمكنه من التعرف على المسار التاريخي لتطور الاعلام وعملياته، وكذلك تقنياته ومجاله المعرفي. عندئذ يمكن التعامل مع الشخص المعني باعتباره اعلاميا ويمتلك الكفاءة المهنية للممارسة الاعلام بحثا وتحليلا وتطبيقا. فضلا عن امتلاكه الشروط التي تؤهله للمشاركة في اية عملية اعلامية - صحفية - او ادارتها.

يحتل مفهوم الاعلامي، اذا، المرتبة الاعلى في السلم التراتبي لمهنة الصحافة. واذا اخذ هذا المفهوم في الاعتبار فانه في حقيقة الامر يحتوي جميع توصيفات وظائف المهنة الصحفية تلك التي ذكرت في توصيف المشروع المقترح للعناوين الصحفية لنقابة الصحفيين. اضافة الى قدرته كباحث اعلامي أكاديمي، مؤهل لاستعراض النظريات الاتصالية و التعامل معها.

لهذا لم يعد الاعلامي مجرد ذلك: المخبر الصحفي، المراسل الذي يتولى رصد الأحداث والوقائع، او المحرر المعني باعادة صياغة المادة الصحفية، او مقدم البرامج والمقابلات. وانما الاعلامي هو كل هؤلاء زائدا امتلاكه قدرة رصد الاشكاليات الاتصالية وخاصة تلك التي تتعلق بالبناء النظري لعلم الاتصال الجماهيري.

اذآ من هو الصحفي؟

يتم اشتقاق توصيف المهن الصحفية من الوظائف التي يؤديها الصحفيون. ولهذا تحرص

المؤسسات الاعلامية والصحفية عند الحاجة على أية وظيفة صحفية تضمنين شروط المهنة مضمونا وممارسة في الاعلان عنها ذاته. اي انه يمكن اللجوء الى توصيف جميع المهن الصحفية بواسطة اعلانات طلب الحاجة. وتمثل ظاهرة الاعلان عن الوظائف معينة كبيرا لغرض تتبع تطور وتعدد الوظائف المستهدفة. لهذا توفر الاعلانات المذكورة هدفين :

الأول:

يمكننا من احصاء عدد المهن والوظائف التي تحتاجها العمليات الاعلامية بما فيها الصحفية. والتي تعد بالعشرات وفقا للاختصاصات و العناوين المؤشرة في قوائم العاملين في الاعلام .

الثاني:

يهيء فرصة توصيف كل وظيفة على حدة و فحص امكانية التعامل معها كمهنة صحفية ام لا. ومن ثم يمكننا من وضع شروط وحدود المهن المذكورة. ويسهل من امكانية بناء تعريف اجرائي لمفهوم الصحفي بالاستناد الى التوصيفات التي وضعتها المؤسسات الاعلامية - الصحفية للمهن, التي تحتاجها ضمن سياق الأداء وشروطه .

وبالعودة الى السؤال الأساس , من هو الصحفي؟ نستطيع القول:

"هو كل من يمتحن العمل الصحفي ويسهم في اعداد مكونات العملية الاعلامية ويمتلك المواصفات تلك التي تشترطها وظيفته الصحفية المهنية , وفي مقدمتها القدرة , الكفاءة , والخبرة" (التعريف خاص بالباحث).

القدرة :

ويقصد بها هنا قدرة استثمار الوقائع والأحداث قبل وقوعها، عبر مسار تسلسل الوقائع زمنيا وميدانيا . وكذلك الاحساس بها ، وتهيئة المادة الصحفية المناسبة للتعبير عن تلك الوقائع والاحداث , عمليا بالكلمة، او الصوت، او الصورة.

الكفاءة :

ويقصد بها الكفاءة الصحفية الفنية، والمهنية. وكفاءة التحليل والاستنتاج، وكذلك التفاعل مع معطيات الاحداث، والاستجابة للضرورات المهنية الاخلاقية والموضوعية.

الخبرة :

ويقصد بها الخبرة التي يمتلكها المهني في اعداد المادة الصحفية والكتابة الصحفية: لغة واسلوبا وتعبيرا. الى جانب خبرة استخدام النوع الصحفي المناسب في تقديم الحدث او الواقعة من حيث : تحديد الوقت , وطبيعة المفردات , والمضامين. وبتعبير ادق الخبرة التي تؤهله لمراعاة الشروط

الاخلاقية للمهنة الصحفية في اختيار الموضوعات وصياغتها في اطار نظرية الانواع الصحفية, كالإخبار, والتقارير, أو الآراء التي يسوقها الى القراء.

يرتكز هذا التعريف للصحفي في منطقه العام الى التوصيف الذي قدمته المؤسسات الصحفية والاذاعية العالمية. فقد حددت هذه المؤسسات المواصفات التي يجب ان تتوفر في الصحفي المعني بقيادة المطبوع. كما هو موضح في اعلانات طلب الحاجة لكل من:

BBC, Open Univ, Channel 4, Longman, Thames T.V., TV-am, Macmillan, Reuters, TVs, SAGA, TV Week, Which, Telecom, VisNews, eíAK

وقد اشار كازبر Gaspere الى ان الصحفي لا يؤشر حقائق معينة او ان يتجاوز الاحكام العامة لشروط عمله. ان عمل او مهنة الصحفي تلزمه بان يضع في حسابه بصورة دائمة الحقائق والتعليق عليها, اي لا يتوقع احد منه ان يقدم دروسه في قاعة الدراسة او يعطي دروسا للمدرسين. ولكن في حقيقة الامر اننا مقتنعون بان الصحفي يتميز بقدرة الدمج بين النظرية والممارسة وربما يتمتع بقدرة التعبير, بواسطة الممارسة, عن مضمون النظرية الصحفية.

وبمعنى اكثر تحديدا, اداء الصحفي يتمثل في تمكنه من انجاز متطلبات المهنة المعني بها. والتواصل مع الحلقات الاخرى التي يشترطها العمل الصحفي. قد يستطيع احد المخبرين الحصول على اخبار مهمة من وجهة نظره, لكن ابراز الخبر وتحديد اهميته مقرون بقرار مدير التحرير او رئيس التحرير. ومثل المخبر ينطبق على المصور التلفزيوني الذي يلتقط الصور ولكن اختيار الصورة مقرون بقرار المخرج. اي ان الصحفي محكوم بشروط المهنة الصحفية التي يمارسها في اطار العملية الصحفية - الاعلامية. ومهمات الصحفي هي الاخبار عن الوقائع والاحداث المهمة المحلية والوطنية والعالمية بصورة عادلة ومنصفة. أي ان يكون منسجما مع نفسه ومع مهنته, وهذا ما يتوقه الجمهور من الصحفي ذاته.

وشكوى الجمهور ليست مسألة مرفوضة عندما يعترض على اقحام الآراء الخاصة للصحفي في تقاريره. لان الاقحام المذكور سوف يفقد الحقائق قيمتها تلك التي ينتظر الجمهور معرفتها. لهذا يشترط بالصحفي ان يلتزم الدقة والموضوعية والالتزام الاخلاقي تجاه جمهوره. وبتعبير ادق ان الصحفي يتميز بخصائص:

- 1- قدرة استشعار الوقائع والاحداث قبل وقوعها عبر مسارات تسلسل الوقائع زمنيا وميدانيا.
- 2- الاحساس بالوقائع والاحداث والتفاعل معها عن طريق التعبير عنها موضوعيا وميدانيا بالكلمة او الصوت او الصورة.
- 3- القدرة والكفاءة الفنية والمهنية على ممارسة المهنة الصحفية.

- 4- القدرة والكفاءة العلمية على التعامل مع الظواهر السلبية تحليلًا وتفسيرًا واستنتاجًا.
- 5- قدرة التعامل مع البيئة الاجتماعية.
- 6- مراعاة الشروط الأخلاقية للمهنة الصحفية عند صياغة المفردات والأنواع الصحفية التي يستخدمها الصحفي كالأخبار والتقارير أو الآراء التي يسوقها.

ملحق

1- مسؤول مراسلين :

تبحث صحيفة الساندي تريبيون، وهي من الصحف المعروفة، عن مراسل قدير وله خبرة واسعة في عمل التحقيقات و المنوعات للصحيفة . ويجب على الصحفي المتقدم ان يمتلك خبرة و ممارسة واسعة مع الصحف القومية (البريطانية). و سجل بالإنجازات المتميزة في (الصحافة) المجال الصحفي.

THE SUNDAY TRIBUNE

SENIOR

REPORTERS

The Sunday Tribune, Ireland's quality Sunday newspaper, is seeking Reporters of outstanding ability and wide experience to work on investigations and major features for the newspaper.

Applicants from Britain should have experience preferably on a British national quality newspaper and a record of exceptional achievement in journalism.

The Sunday Tribune is owned by a widely dispersed group of Irish shareholders and is controlled by editorial and commercial executives working on the newspaper. It is closely associated with Magill magazine, recently described by the Guardian as "quite simply the "best current affairs magazine in the British Isles [it] has gained a political influence that has no parallel in British nor indeed European magazine publishing". Salary in confidence to

Vincent Browne

Editor/Chief Executive

The Sunday Tribune

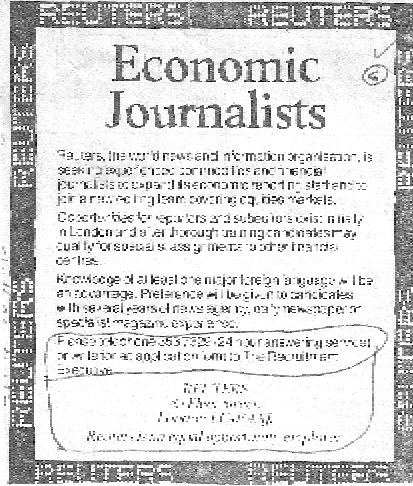
8 Lower Baggot Street

(Telephone: Dublin 607777)

2- صحفي اقتصادي

تبحث الوكالة العالمية للأخبار وتنظيم المعلومات رويتر عن صحفي له ممارسة وخبرة في

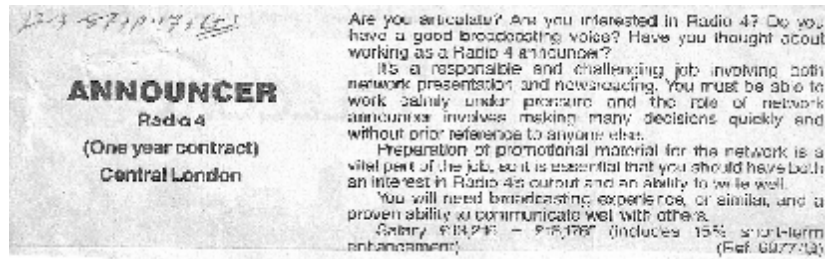
مجال السوق والمال لاعداد تقاريره الاقتصادية , و العمل مع فريق العمل الجديد لغرض تغطية حركة الأسواق وكفائتها . معرفة بلغة أجنبية واحدة على الأقل يعطي دعما للمتقدم . كما ان الخبرة مع وكالات الانباء سوف تزيد من دعم طلبه , كذلك العمل في الصحف اليومية و المجلات .



3 - مذيع

هل انت متماسك وواضح ؟ هل لديك الرغبة في راديو ؟ هل تمتلك صوتا اذاعيا جيدا ؟ وهل تمتلك اي فكرة عن إمكانية عملك مديعا في راديو ؟ انه عمل يتصف بالمسؤولية , والتحدي , ذو علاقة بعملية تقديم البرامج وقراءة الأخبار . يجب أن تكون لديك القدرة على العمل بهدوء تحت ضغط العمل ومتطلبات أداء الدور مديعا في الشبكة الأذاعية , تلك التي تشترط الأنخراط السريع في اتخاذ القرارات وبدون الرجوع الى أي واحد آخر .

تهيئة المواد واعدادها للشبكة الأذاعية تعتبر جزء من مهام المذيع . لذلك يجب أن تكون لديك قدرة تطوير برامج الراديو مع الكتابة بصورة جيدة . انك بحاجة الى خبرة اذاعية أو شىء مماثل , مع البرهنة على قدرة الاتصال مع الآخرين بصورة جيدة.



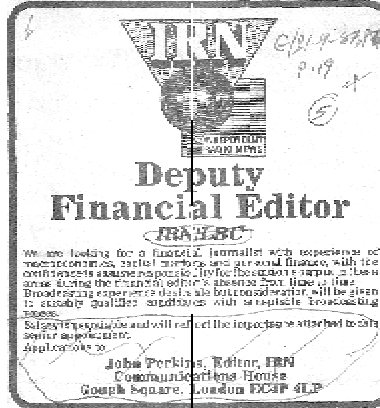
نحن بحاجة الى صحفي للعمل مع محرر شؤون التكنولوجيا وتهيئة التغطية للتكنولوجيا
الاذاعية للمجلة الاسبوعية و مجلة الاختراعات الشهرية الملونة .

فضلا عن ذلك سيكون مسؤولا عن الخطيب و اجازة المقالات لمجلة الاختراعات و علاوة على
ذلك الاشراف على ميزانية التحرير . الوظيفة المذكورة تتطلب خبرة تنظيمية وادارية , الرغبة في
الانتاج الاذاعي مسألة أساسية وكذلك المعرفة بالتكنولوجيا الأذاعية ستكون عاملا مهما في الاختيار .



5 - نائب محرر مالي :

نحن بحاجة الى صحفي متخصص بالشؤون المالية , لديه ممارسة في حقل الاقتصاد و
الأسواق المالية , و الأموال الخاصة , كذلك يمتلك القدرة على تحمل مسؤولية ادارة قسم المعلومات في
الحقول المذكورة أعلاه , في حالة غياب المحرر المالي المسؤول من وقت الى آخر . ممارسة اذاعية
مرغوبة , الا ان الاعتبارات الأساسية ستعطي الى الكفاءات المناسبة في المرشح مع الصوت الاذاعي
المقبول .



6 - نائب محرر أخبار :

نحن بحاجة الى نائب محرر أخبار للعمل مع محرر الأخبار لتهيئة وادارة تغطية النشاط

الصناعي بالراديو والتلفزيون , نائب محرر الاخبار سوف يسهم في عملية ادارة تحرير الاخبار , كما سوف يصبح عضوا في فريق كبار المراسلين , كما يتوقع ان يسهم في ارسال الاخبار بصورة منتظمة. القدرة على بعض الكتابات في موضوعات متنوعة مطلوبة أيضا .

6/175-870120
BROADCAST
Deputy News Editor
Broadcast is seeking a Deputy News Editor to work closely with the News Editor to provide and administer coverage of the radio and TV industry.
The Deputy News Editor will assist in the operation of all news desk activities, will be a senior member of the reporting team and be expected to generate a regular flow of news copy. Some feature writing will also be required.
Experience in weekly news reporting and a knowledge or an interest in the broadcasting industry is essential.
Please apply in writing to:
The Editor, Broadcast
100 Avenue Road
London NW3 3TP

المصادر

- 1.E.Frank candling, Journalism, the English univ. press ltd, London, 1969.
- 2.Len Masterman, Teaching the media, comedia publishing group, London, 1985.
- 3.W. Phillips Davison, Frederick T.C.Yu, mass communication research, praeger publishers, Newyork, 1974.
4. Unesco, practical guide for Journalists, Paris,France,2002.
- 5.Annie Gurton, Press Here, Prentice Hall, London,
6. Armand Mettelart, Communication and Class Struggle, (mmrc) France, 1979.
- 7- مي العبدالله, الاتصال والديمقراطية, الفضائيات والحرب الاعلامية, دار النهضة العربية, بيروت, ٢٠٠٥.
- 8- صلاح قنصوه, الموضوعية في العلوم الانسانية, دار التنوير للطباعة والنشر, ط٢, بيروت - لبنان, ١٩٨٤.
- 9- عاطف غيث, القاموس الاجتماعي, مصر
- 10- رجاء وحيد دويدري, البحث العلمي, دار الفكر, دمشق, ٢٠٠٠.
- 11- عماد عبد الغني, سوسيولوجيا الثقافة, بيروت, ٢٠٠٦.
- 12- حميد جاعد, وقيس عبدالحسين الياسري, الخبر الصحفي, كلية الاداب, جامعة بغداد, ١٩٨٧.

الثابت والنسبي

في الخبر الصحفي

أ.م. د. عدنان أبو السعد

أ.م. د. رائد حسين الملا

مقدمة منهجية

تستعمل مفردة المفهوم أو المصطلح صفة للدلالة على شيء ما . لذا فهي تختزل معنى عام متعدد الأوجه في عبارات محددة ومرمزة تستوعب ذلك الشيء . وتعد وسائل الاتصال الجماهيري ناقلة ومجسدة للمعاني اعتماداً على أشكال لغوية لفظية وغير لفظية بقصد إيصالها إلى جمهور متنوع وواسع . لذا فإن هذه الوسائل تحتوي مفاهيم صيغت وفق فنون صحفية * تتناسب مع حجمها ووجودها .

ويعد الخبر الصحفي مرتكزاً أساسياً يفرض ذاته الفعلي على شكل الوسيلة واستمرارها ، لذا فإن هذا النوع من الفن الاتصالي هو والعمود الفقري للوسيلة الإعلامية ، هو محور دراسات الباحثين والمفكرين . فقد قدموا تعريفات لاحتصر لها ، في حين يجد الباحث شحة في تعريفات فنون اتصالية أخرى في ذات الاختصاص والسياق .

إن هذا الأمر أفرز مشكلة تحمل في طياتها إيجابيات تخدم فن الخبر الصحفي ووجوده ، إلا أنه طرح سلبيات انعكست على خيارات الدارسين والمهتمين في هذا المجال ، وخلف ذلك محاور متعددة من الحيرة والنقاش ، قد توصل إلى متاهات عند اعداد تعريف جامع مانع بالدراسة والتحليل ، ذلك أن صفة الخلط تبدو واضحة ومشوشة إزاء تعريفات الخبر الصحفي التي ينبغي أن تكون محددة وعلمية بما يوصل إلى قناعة وفهم ثابتين .

وعند مراجعة التعريفات الخاصة بالخبر الصحفي وجد الباحث أنها نحت نحو النسبية . فكلّ يتناول الخبر حسب مرئياته ، فالبعض عرفه حسب الوظيفة ، والأخر حسب الخصائص والثالث حسب النوع أو القيم التي يحملها ومنهم من عرفه حسب نوع الوسيلة الناقلة له . والملاحظ أن الباحثين جمعوا تعريفاتهم للخبر طبقاً إلى حاجات وضرورات آنية لبعض السياسات الصحفية والأيدولوجيات من جهة

وبين الآراء الشخصية المبنية على ممارسات مهنية يحكمها السوق والأهواء وحاجات الآخرين من جهة أخرى.

لذا ينصب هدف البحث في بلورة مفهوم للخبر الصحفي وفق معطيات المجال النظري وجمع الشتات فيه بعد أن يجزئ سياق الأفكار المطروحة فيه ، ويستند الباحث إلى الوصف والمنهج المسحي في تناول مجمل ذلك. كما يطرح الباحث سؤالاً على مجموعة من الخبراء والمهتمين في مجال الإعلام بواسطة أداة الاستبانة بصفتها عملاً مكملًا ، تستنبط على أساسه الأحكام والنتائج اللاحقة .

أولاً :- الخبر بين صيغته فنا واستخداماته العامة :-

يعد الخبر صناعة مميزة لها سماتها الخاصة، تفاعلت معها عوامل اجتماعية وإنسانية وتكنولوجية، جعلت منه فنا متجدد الشكل والمضمون في كل لحظة. ألا أن الخبر بصفاته العامة يشكل حدثاً معيناً يتركز في ثلاثة محاور:

- 1- أن يكون حدثاً عادياً تجري تفاصيله كل لحظة في جميع أنحاء العالم . ألا أنه لا يوجد من يهتم به أو يتداوله مع الآخرين أو أن يجد طريقة إلى النشر الإعلامي .
 - 2- أن يصبح خيراً ألا أنه يأخذ شكله المحدود ضمن التداول الإنساني عبر الأقوال والرموز والرسائل الوسيطة ، أو النقل الصوري عبر الانترنت أو الهاتف بحدود العلاقات الشخصية فقط .
 - 3- أن يأخذ الصفة الصحفية عندما يتم بثه من مخرجات وسائل الإعلام . وهو منتج مقصود يعالجه الصحفي وفق آليات خاصة يتطلبها شرط القبول لدى الجمهور .
- وقد افرد الدكتور محمود ادهم باباً كاملاً في كتابة فن الخبر (١) قدم فيه فصلين عن الخبر والخبر الصحفي . والملاحظ أن الباحث عندما قدم فصله الأول أطلق عليه الخبر ، أما الفصل الثاني فاسماه الخبر الصحفي . وهنا يظهر الفرق الشاسع بين المفهومين طبقاً للمحاور الثلاثة أعلاه. ومن ثم فإن هناك محددات أوصلت الخبر لأن يكون شكلاً من أشكال التغطية للأحداث اليومية عن طريق وسائل الإعلام، وله أهميته وثقله في حياة المجتمعات.
- ويرى أحد الباحثين أن جوهر الوظيفة الإخبارية لمؤسسات الإعلام وهو تقديم تقارير تتضمن معلومات عن أحداث وقعت ألان أو سابقاً تهم جمهوراً واسعاً ومتنوعاً (٢).
- ويمكن طرح بعض المحددات التي تفصل الخبر كونه فناً صحفياً عنه واقعة يتعامل بها الناس فيما بينهم ، ويدخل في ذلك :-

- 1- اختيار الحدث المناسب والذي يحتوي عناصر * * تؤهله لأن يكون خبراً صحفياً .

- 2- جمع المعلومات المناسبة للحدث من مصادر معتمدة .
 - 3- صياغة الخبر بطريقة هرمية بدءاً بالأهم وفق الإجابة على الاستفهامات الستة .
 - 4- اختيار موقع ومكان مناسب للخبر في الوسيلة الإعلامية .
 - 5- أن يكون في حدود القيم الأخلاقية التي يتعامل بها المجتمع ومراعاة الانتماءات الإنسانية .
- ومن الواضح أنه من الصعب على الصحفي أن يتعامل مع الحدث بتجرد عند كتابته. إذ إن عملية اختيار عناصر معينة في الحدث وطريقة بناء صيغة الخبر وترتيب عناصره تتناسب مع الوسيلة الإعلامية ، فضلاً عن أن ترتيب العناوين والصياغات اللغوية كلها تفرض عليه صيغة للخبر تتنوع حسب ظروف الزمان والمكان وشكل الحدث .
- وذلك بمجمله يفرض مسألة التعرض لمصطلح الخبر الصحفي ، فعند مراجعة الأدبيات في هذا المجال وجد الباحث تفاوتاً في الطرح العام له ، ويظهر هنا التفاوت في استخدام المفردات وحجم الصياغة وترتيبات الوسيلة . وبشيء من التفصيل فقد أورد خليل صابات بان الخبر ((الحدث الصالح للنشر ويكون ذا أهمية بالنسبة للمجتمع)) (٣) ، كما حدده محمود ادهم بأنه ((وصف موضوعي دقيق تطلع به الصحيفة أو المجلة قراءها في لغة سهلة واضحة وعبارات قصيرة على الوقائع والتفاصيل والأسباب والنتائج المتاحة لحدث حالي أو رأي أو موقف جديد لافت للنظر أو فكرة أو نشاط هام تتصل جميعها بمجتمعهم وأفراده ، كما تساهم في توعيتهم وتسليتهم وتحقق الربح المادي لها)) (٤) . ويرى برا ندر أن الخبر ((إيراد حقائق قديمة أو جديدة مصاغة إخبارياً ومصحوبة بمحتوى تفسيري يدعم أبعاد الحدث)) (٥) . كما يراه باركر ((أن الخبر صناعة معلوماتية تكيف محتوى الحدث لكي يلائم اهتمامات الجمهور الآتية واللاحقة باستخدام لغة صحفية يفهمها الجميع)) (٦) .
- ويحدد فاروق أبو زيد الخبر بأنه ((تقرير يصف بدقة وموضوعية حادثة أو واقعة أو فكرة تمس مصالح أكبر عدد من القراء وهي تنثير اهتمامهم بقدر ماتساهم في تنمية المجتمع وترقيته)) (٧) . ويراه شرام ((تزويد الناس بالمعلومات الصادقة حول الأحداث هنا وهناك)) (٨) . ويعطي محمود علم الدين تصوراً آخر للخبر بأنه ((تقرير آني وسريع عن الأحداث المفاجئة ، يحتوي على العناصر الأساسية بالحدث في تركيز واقتضاب ولا يقدم الإجابة الشافية عن كل الجوانب المتعلقة بالحدث)) (٩) . ويراه د . قيس الياسري أنه ((شكل من اشكال التغطية الصحفية للأحداث اليومية بهدف اطلاع الجمهور على آخر المستجدات)) (١٠) ، وبذلك يقترب من تعريف دبلاير (١١) ويرى إبراهيم إمام أن الخبر ((أحداث اليوم التي ستصبح تاريخاً للغد)) (١٢) .
- إن الباحث عندما يطرح هذه التعريفات يسعى لإبراز سعة التنوع والتشابه والاختلاف في هذا الأمر . ويلاحظ هنا أن التعريفات تحمل مفردات مثل ((موضوعي ، دقيق ، عبارات قصيرة ، الحدث ،

الأسباب ، المعلومات المتاحة ، ربح مادي ، تاريخ ، تثقيف .. وغيرها)) . اذ تبقى النسبية تدور في رحى تطبيق هذه المفردات وشروطها على وسائل الأعلام ، كما انها تحمل شروطا وقواعد للكتابة أو معالجة تختلف من زمن ومجتمع لآخر . ويحاول هـالد ترببون أن يبتعد عن تعريف الخبر بالقول (لايوجد تعريف للخبر لأنه أكثر مفاجأة من الرياح فيقدم كل صحفي وصفه حسب هجمه تلك الريح).

وبشيء من التفصيل عن النسبية فان مفردة الموضوعية (مثلاً) تعني وجود فعلي للحدث ونقله كما هو ، ألا أن هذا الوجود والنقل ينظر له من وجهات نظر متباينة ومتنوعة ، وقد تكون الموضوعية موضع إجماع كقيمة محببة تسعى اليها وسائل الأعلام في التغطية والمعالجة والتفكير ألا أنها صعبة التحقيق .

يقول والتر ليبمان ((للرأي العام الحق في أن يعرف الحقيقة كلها ولكن في الوقت ذاته فان الحكومات عليها أن تنتهي مشاكلها بسرية وهو مايدعوها إلى اخفاء الحقائق)) (١٣) .

وترى دينيس ماكويل ((ان قمة مهارات الاحتراف (للصحفيين والغربيين) هو ممارسة حرفة عملية تقوم بتوصيل المنتج الرئيسي المطلوب والذي يميزه درجة عالية من الموضوعية وعلاماته الأساسية هي الولع بالتحقق والموقف الحيادي)) (١٤) .

وفي دراسة أدارها باحثين في خمس دول هي (الولايات المتحدة ، بريطانيا، ألمانيا ، إيطاليا ، السويد) حول خمس مقولات مختلفة تعبر عن مفهوم الموضوعية عن طريق السؤال : أي مقولة هي الأقرب إلى مفهومك عن كلمة الموضوعية ؟ فجاءت النتائج متباينة بشكل واضح ، إذ حصلت كل واحدة من تلك الطروحات على متبنيين لها (١٥) . وقد عزا الباحث ذلك إلى تنوع الثقافات وانه على الرغم من أن الأنظمة الاخبارية الغربية تشترك في كثير من السمات، ألا ان هذه السمات تكونت أيضاً نتيجة لمؤثرات ثقافية مميزة في كل مجتمع ومن ثم فلا ينمو أي نظام أخباري في عزلة تامة. وإذا كانت القواعد والعادات الصحفية قد تولدت إلى حد ما نتيجة الالتزام بالإنتاج اليومي للأخبار ألا أنهما تشكلتا من القيم الثقافية الخاصة بالمجتمع الصادرة منه.

من جانب آخر ترى الين ميلفيتش انه ((لايمكن لأي صحافي أن يكون موضوعيا تماما ومتحرراً من الثقافة والنزاعات السياسية التي كانت هي أيضاً بعداً آخر لتأكل الأيمان بالموضوعية (في جميع الأخبار)) (١٦) ، فضلا عن ذلك اذا ما سلم الدارس بأساسيات الموضوعية تظهر أمامه عوامل نسبية أخرى مثل عامل الانتقائية وقواعد العمل الصحفي ، فالمراسل يميل إلى تفضيل معلومة على حساب أخرى أو ابراز أهمية حدث على آخر وفقاً لتقديراته الذاتية . ويرى باتروس ((أن الصحفيين يدعون أحيانا أن الأخبار هي مرآة ترفع أمام المجتمع ، ألا أن تلك العملية تتم في الواقع إلى حد كبير بطريقة انتقائية للأحداث)) (١٧) ،

ومن ثم فإن الأخبار هي بناء يتكون من رؤية للواقع تشكلها إلى حد كبير المعايير والقواعد الصحفية والتي توضع بصفتها اطاراً أساسية مع دور الرقابة والتحكم الذي تمارسه المؤسسة الصحفية في انتقاء ماتريد .

ثانياً :- إشكالية النوع والقيمة الخبرية:-

يستوعب البناء الصحفي أساسيات تفرضها عليه : ميول الجمهور واهتماماته ، حركة الانتقال التقني في مجال المعلومة ، التصورات المستقبلية والرؤى الفكرية التي يتسابق نحوها عالم المنافسة لكسب الجمهور والمال معاً ، ويشير احد الباحثين إلى ان بناء الخبر يجب أن ينصب في استخدام الجمهور له كواقعة حياتية تدفعه إلى تجميع الاحتمالات الاستقهامية وعالم المجهول لديه والسعي للإجابة والبحث عنها من خلال ذلك (١٨) .

وتبرز إشكالية النوع في ضمور تغطيات خبرية معينة وظهور أخرى على السطح يستهويها الجمهور ، ثم ينتقل بمرور الوقت الى تغطيات أخرى مستغنياً عن تلك التي ظهرت عنده لاحقاً ، ويساعد في هذا الأمر عاملاً التحولات السياسية والإنسانية في المجتمع ، ودرجة الاتاحة للاحداث والشخصيات والعلائق التابعة لها . وقد اجري احد الباحثين *** تحليلاً وجد فيه : ان اختفاء تغطية السياسة والحكومة من قنوات التلفاز المحلي في بعض بلدان اسيا سببه التوسع في تغطية احداث الجرائم والرياضة والنشرات الجوية واساليب الحياة والموضوعات الأخرى التي تجتذب الجمهور (١٩) .

فضلاً عن ذلك يرى باحث آخر انه منذ منتصف ثمانينات القرن الماضي وقعت معظم شبكات التلفزة الأمريكية تحت سيطرة (التسويقيين) الذين يحاولون الامساك بالمشاهدين المتضائل عددهم عن طريق الاعلام الترفيهي (٢٠) ، ومن ثم فإن نوعية الجمهور تفرض المنطق الاعلامي الذي يجب ان تصمم الوسيلة نفسها على اساسه لرفع الإغراء الى الذروة بعد اجراءات تقليل ضغوط التغطية مع تبسيط الاحداث لتقديمها باقل وقت ممكن في لحظاتها الاولى واللاحقة .

وطبقاً لما سبق يرى (جارول بي ، مانهايم) حول إشكالية النوع : ان الاخبار هي ماتستطيع الشبكات ان تقوم بتغطيته واذاعته طبقاً لما تقرره المعادلات الانسانية ، وان الحائط الذي كان يفصل الربح الاقتصادي عن جانب التغطية الاخبارية اصبح الان منتهكاً تماماً (٢١) . ويرى آخر ان الاخبار هي : صديق القارئ ، وبالتالي فان إعادة تعريف الخبر تتجاذبه عنصران الضرورات المالية ومعدلات نوع جمهور التعرض (٢٢) ، ويعارض هذا الطرح باحث آخر اذ يرى ان اشكالية النوع الخبري ليست ذات اهمية ، فاذا كانت قد راجت سابقاً ان الحادثة اذا كانت تدمي القلوب فهي تنصدر العناوين الرئيسية ، فهو ذاته ما يحصل الان ، بحيث تحتاج الحادثة لان تدمي وتخلق المشاعر لكي تذاع او تنشر (٢٣) .

وأيًا كان الأمر فليس من المعقول ان تبرز اشكالية النوع الخبري دون ان يكون لها مايسببها. ومن بين اهم الاسباب :

- 1- ان وسائل الاعلام تعامل الخبر على انه سلعة تباع وتشترى .
 - 2- ان نقل الاحداث يعتمد تقرير الاولويات وتحليل الاحداث ونتائجها على اساس شكل السياسات التي تحكم العالم .
 - 3- التقاليد الأعمى (النمذجة) التي تتبعها الوسائل الإعلامية الصغيرة في متابعتها شكل التقديم والعرض في كبريات الوسائل الإعلامية .
 - 4- يفترض بعض القائمين على الأخبار ان الجمهور لايهتم بأخبار السياسة او الحكومات على حساب اهتمامه بالرياضة والترفيه والأزياء ، وهم يروجون لذلك دون دراسة او تحليل .
- يتبين من ثم ان تقديم الخبر يترتب من التركيز على الحدث نفسه قبل الاهتمام بحاجة الجمهور وطموحاته ، وقد افرز ذلك مرافقة الصفة الافتراضية لتحديد معنى الخبر دون اختبارها ، لتبقى أشبه بالتعميمات المؤقتة أو الأفكار المتخيلة لشيء نظري واقعه شيء آخر .
- وفي مجال اخر فان القيمة الخبرية تظهر مفارقة علمية تعترض شكل الخبر وبنيته ، اذ تظهر مسالة الجمع بين الاجرائية والمنهجية في التناول النظري والتطبيقي . ومع ملاحظة التعريفات السابقة للخبر يجد المتابع ان مسالة طرح تعريف جديد للخبر يتم بالتوافق مع تعريف سابق له وفق عناصر وقيم اخبارية ظهرت عنده في الدراسة والمهنة ، وفي ذات السياق فقد أجرى (جون ماكمانوس) دراسة شملت اربع تغطيات اخبارية خلصت الى ان ٦٠% منها اخذت طريقها للنشر لان فيها قيماً اخبارية اهلتها للتغطية مع مفارقة ان المنتج لم يكن بالمستوى المثالي الذي يفترض من الخبر، إنما هي ثمرة مخرجات لها صفات معينة في الخبر قد تصل إلى الفبركة لان معلوماته غير مكتملة العناصر او الصفة الصحيحة لها كخبر يستحق النشر (٢٥) .

ويمكن القول ان هناك قوتين تصنع الاخبار هما : الحدث والبيئة . اذا يرى احد الباحثين ان الفعل والوقائع سلاح الاخبار (٢٦) . ويختلف الباحثون في تسمية العناصر او القيم الاخبارية التي تتوافر في الحدث لكي يحظى بالجدارة للنشر ، اذا يحدد (مانهايم) العناصر — : الصراع ، الدراما ، الشهرة (٢٧) ، ويتوسع باحث اخر بالقول : ان تركيز قوة الحدث تظهر في الاعتماد على التكتيكات اكثر من القضايا وعلى الهجوم أكثر من الدفاع وعلى الفضيحة أكثر من الجوهر (٢٨) ، اما (ماكدوكل) فيرى ان هناك ثلاثة عناصر توفر قوة اكبر للحدث (٢٩) هي :-

- 1- التكامل :- أي متابعة الحدث منذ بدايته حتى نهايته.
- 2- الموضوعية :- والتي تبقى مثالية بسبب ظهور بعض العناصر والاتجاهات الفردية في

مسألة التحقق من معلومات الحدث.

3- الوضوح :- أي التبسيط بما يؤدي إلى فهم المحتوى على أن لا يصل إلى تحريف المعنى الأصلي.

ومؤدى مجمل ذلك أن قيمة الأخبار تظهر من تسليط وسائل الإعلام أضواءها على أحداث معينة يطلق عليها (أيقونات الأخبار). إلا أن ذلك يظهر مشكلة فحواها أن ما اختار الصحفي أن يهمله من أحداث قد يكون له نفس الأهمية إزاء محتوى ما ركز عليه ونشره .

أما من ناحية البيئة فإن تضمين الأهمية النسبية للحدث مقارنة بالأحداث الأخرى بجرى طبقا لتفاعل عناصر ووحدات المجتمع مع بعضها البعض ، بحيث يصل الأمر إلى ما قد يكون خبراً قد لا يكون خبراً في الغد . إذ أن عملية تكوين الظروف التنظيمية للمؤسسة الاتصالية تتمثل في إدراج الوقائع والأحداث كصورة واجبة النقل سواء حذف بعض عناصرها أو أضيف إليها ، لذا يرى عدد من الصحفيين أنهم لا يصنعون الأخبار ، أنهم ينقلونها فقط بعد أن مسحوا الأفاق بحثاً عن الأحداث والأوضاع التي تتوافق مع معايير المؤسسة للأخبار ، وتعبيراً عن واقع المجتمع ومجرباته (٣٠) .

ومن ثم فإن الحدث والبيئة أضافاً إشكالية لمفهوم الخبر تصب في تكاليف وكيفية التغطية الإخبارية الدولية. ذلك أن الشكل الرئيسي الذي تتدفق به المعلومات يمر عبر عدة قنوات **** عن طريق إدارات فعالة محددة برزت على الساحة لتشكل الحقيقة وترسم صيغة التأثير المناسبة عن طريقها .

وخير مثال على ذلك شبكة (CNN) حينما اشترها (نيد تيرنر) وكانت محطة إذاعة محلية لتتحول في غضون سنوات قليلة إلى واحدة من أكبر الشبكات الفضائية الإخبارية في العالم . أذ سعت إلى استقطاب الشباب الصحفي من جنسيات مختلفة ، كما سعت إلى بناء علاقات مع الحدث الأساسي في العالم عن طريق شبكة النفوذ السياسية والمالية والدبلوماسية والميدانية ، وبالتالي أسهمت من ثم في تغيير صورة الخبر بعد تسعينات القرن الماضي . يقول جيمس بيكر * أن استخدام شبكة (CNN) قد ساعد في تغيير طبيعة عمل صانعي السياسة إذا يستطيعون الآن وكما قمنا نحن باستخدام وسائل الإعلام في إيصال الرسائل عن طريقها بدلاً من إرسالها بالطريقة القديمة بواسطة السفراء أو القنوات الدبلوماسية (٣١) .

وقد دفع ذلك أن تقول صحيفة الغارديان البريطانية : لقد خلقت (سي إن إن) مرة أخرى القرية العالمية. (٣٢) وكانت روسيا قد أرسلت احتجاجاً رسمياً عن طريق (سي إن إن) إلى الولايات المتحدة عام ١٩٨٩ احتجاجاً على اقتحامها بنما . فضلاً عن ذلك فإن حرب الخليج الأولى وما شملها من أحداث ، كانت محور التغطية الانية في (سي إن إن) . فقد قال القائم بالأعمال الأمريكي في العراق إلى وزير

الاعلام العراقي بعد لقائه صدام حسين : لديكم معلومات بفضل (سي ان ان) اكثر مني (٣٣) ومن ثم فقد اضافت وسائل الاعلام هنا بعدا اخر للدبلوماسية . اذ جعلت مراكز القرار والجمهور يسمعون بالاحداث في وقت واحد ، وقصرت الوقت المطلوب الذي تقتضيه ردود الافعال للاحداث العالمية . ان مهمة هذه القنوات الإعلامية تتلخص في التعرف على المعلومات والتفاصيل بداية واثاء الازمات الخطرة والمعقدة ، والسعي لالتقاطها والكشف عنها وتقديمها امام الراي العام وأصحاب القرار لاتخاذ موقف إزاءها . ولذلك دوره في اعادة التوازن النفسي والعقلي للجمهور في ضوء عملية الكشف عن تلك الازمات والاحاطة بها لحظة وقوعها .

ويرى الباحث انه اذا كانت هناك خطوط عامة متفق عليها حول نوع القيم الاخبارية ** في مؤسسات الاعلام ، الا ان ذلك لايعني الاطراد بين النسبية والثبات . بل يجرد المؤسسة من الالتزام بحد ثابت منها ودفعها الى تحريك مدلولات تلك القيم في تناول حدث على حساب اخر ، او تقديم الخبر بالطريقة التي ترى ان جمهورها سوف يستقبلها بالوجه المطلوب . وبالمحصلة ينعكس التناول هنا على نوع الحادثة الماثلة اهميتها امام الصحفي ، والواقعية على حساب المثالية ، لإدراجها ضمن ضرورات النشر . والمعيار هنا النسبية في التعامل ، لاحتمال معلومات الحدث حذف عناصر قيمية وإضافة أخرى أكثر ملائمة لنشره .

ثالثاً: - ضرورات (التحديد) لمفهوم الخبر الصحفي :-

عند استعراض حركة تعريف الخبر الصحفي يظهر ان العديد من هذه التعريفات تعوزها الكفاءة والمنهجية . اذا يظهر تداخل بعضها مع محاور الذاتية على حساب الموضوعية او توافقها التقديرات الكيفية والنوعية على حساب تقديم تعريف مكتم بحدود ثابتة ، وقد يقتصر بعضها على تحديد حالات جزئية على حساب التعميم .

فعند تناول موضوع الخبر الصحفي فانه يترتب على الباحث ان يدقق في الصياغة التي خرج بها في وسيلة الاعلام والبحث عن العوامل المؤثرة في ذلك وحدود نقل الحقيقة مع درجة الثقة بالمصدر ويرى (د. عبد الستار جواد) ان التعريفات المحددة للخبر غير مقنعة وهو عامل ايجابي يحسب لصالح العملية الاخبارية لانه يوفر مفهوما عاما متعارفا عليه خلاصته ان الخبر هو ما يثير اهتمام الناس (٣٤)

وفي السياق نفسه تشير معظم ادبيات الصحافة الى مقولة اللورد (نورد تكليف) الشهيرة والتي جاء فيها ((عندما يعرض كلب رجلاً فليس هذا بخبر ولكن عندما يعرض الرجل كلباً فهذا هو الخبر)) (٣٥) ، ويرى الباحث ان مسألة تحديد مفهوم الخبر الصحفي تنطلق من هذا الوصف ، فمادام لو عرض كلباً

قداسة البابا؟ او رئيس دولة من الدول؟ او شخصية فنية او اجتماعية؟ ليست هذه اخبارا؟ كوصف آني للحدث يحظى باهتمام الجمهور؟! .

ويمكن وضع مقارنة بين حادثتين لتوضيح نوع المفارقة التي قدمت ابعاداً اخرى للخبر الصحفي من خلال العقود الاخيرة ، ففي سبعينيات القرن الماضي تعرضت سائحة اجنبية بمصر الى عضه كلب سائب فتناولت وسائل الاعلام هذا الحدث باهمية بالغة لانه حدث اثناء تواجد تلك السائحة في مطار القاهرة الدولي يقابل ذلك تعرض (خميس) ***** في احدى مراحل حياته الى عضه ذئب جعلته يفقد جزءاً من انفه ، الا ان الحادث لم يتعدى المحيطين به ولم يبرز في اية وسيلة اعلام. الا تصلح هذه الحادثة ان تكون خبرا (شاب اكل الذئب انفه)؟!

ان الاحداث العالمية بتر اكمتها واحداثها وما تحمله من تحولات وحروب وصراعات سياسية واقتصادية مع تسارع النهضة في مجمل الصمد على حساب ضمور حيثيات سلوكية فضلاً عن الزحف نحو التوسع السكاني والاستثماري ، مجمل ذلك اسهم في زيادة اشراك وسائل الاعلام وترتيباتها المعلوماتية كأدوات نشر وتنقيف حسب حاجة الزمان والمكان لها ، ووسط ذلك التراكم اخذ الخبر يتشكل في بنية متتابعة فرضت عليه اضافات ومفاهيم منطقية في ظروف اعتيادية واخرى غير منطقية قد تصل الى التضليل الاعلامي في ظروف خاصة ، فضلاً عن عوامل وسيطة شكلت طريقته وعناصره وابرزت فرض وجوده في حياة المجتمع بشكل يزداد تعقيداً يوماً بعد آخر .

ووسط هذا التراكم والتعقيد فان اهتمام الصحفيين اصبح يتركز الان على مسألة الصراع كمادة جديدة للنشر تصلح لاي وقت ، ويرافق ذلك مسألة التكرار وعرض الصور المتنوعة لجعل الحدث اكثر بروزاً في عقول الجمهور ، اذا يرى احد الباحثين (ان البعيد عن وسائل الاعلام بعيد عن عقول الناس) (٣٦) ، ويرى اخر (لقد اصبح الخبر اداة لصنع الراي العام وتفسير الاتجاهات وتقديم خدمات يحتاجها الأفراد كل حسب اختصاصه) (٣٧) .

وقد يؤدي ذلك التدخل بين الانتاج ووجهة النظر الى بناء الخبر تحت عناوين تتداخل فيها العوامل الذاتية والموضوعية مما قد يؤدي بالمعلومة الى الابتعاد عن شروط المهنة ويحدد في هذا المجال (روز نبلوم) : ان الشركات التي تمتلك وسائل الاعلام الكبرى ترى ان تعليب الاخبار اجدى اقتصادياً من بثها بالطرق التقليدية مع الاحتفاظ ببثها على مدار الساعة بايجاز وسرعة على حساب تفاصيل حقيقية اخرى لايسمح لها بالظهور (٣٨) .

وفق هذا السياق يجد الباحث ان وكالات الانباء كانت اكثر تأثراً بالتدخل اعلاه اذا ترى (رويتز) ان الخبر هو (ماراه مراسلوه جديراً بالتغطية) (٣٩) ، في حين تحدد الاسيوشتوبرس ان الخبر هو : تقديم تقريراً عن آخر الاحداث التي تحمل تطورات جديدة بصيغة يحتاجها الناس) (٤٠) ،

وبالتالي فان الجهود التي تنصب هنا في محاولة تعريف الخبر بصورة متجددة تتجه نحو الاحداث التي تكونت منها الاخبار وليس الاخبار ذاتها ، وذلك يزيد المسالة تعميماً وتعتماً .. وذلك دفع احد الباحثين الى القول (ان جهود تعريف الخبر تتركز على العملية الاخبارية وسياق تغطيتها) ، لذا فان كل صحفي يحدده من وجهة النظر التي يراها او يعمل بها .

ولاكتمال الصورة فقد قدم الباحث سؤالاً الى عينة تشمل (٨٥) شخصاً تتوزع وفق الجدول رقم (١) وكان السؤال هو (ماهو تعريفك للخبر الصحفي) في ضوء انه :

- مادة اتصالية صادرة عن احدى وسائل الاعلام الجماهيري .

- يتحدث عن واقعة حدثت بالفعل ولها اهميتها .

- فيه معلومات معالجة بأسلوب الهرم المقلوب .

وقد تم توزيع السؤال على عينة تم اختيارها بطريقة عشوائية طبقية في مجالات المهنة الصحفية والتدريب الجامعي والاعلامي والانساني وعدد من طلبة الدراسات العليا وكما موضح في الجدول رقم (١) ، وجاءت الاجابات متضاربة فقد قسم الباحث اجوبة المبحوثين الى قسمين كما في الجدول رقم (٢) هما محوري الصفات المشتركة والصفات المختلف عليها .

الجدول رقم (١) يوضح الصفات الشخصية للمبحوثين				
ت	المهنة	عدد سنوات تغطية او لمرحلة الدراسية	الجهة العامل فيها	المجموع النسبي
١-	صحفي	بين ٥ - ٢٥	وسائل الاعلام المحلية والفضائية	٦٠
٢-	تدريسي في الجامعة	بين ٥ - ١٥	كلية الاعلام - جامعة بغداد	١٥
٣-	تدريسي في الجامعة	بين ٣ - ١٥	اختصاصات تسليمة متنوعة	١٠
٤-	طالبة دراسات عليا	ماجستير - دكتوراه	كلية الاعلام : كلية الفنون الجديدة	١٠

الجدول رقم (٢) يوضح الصفات المشتركة والمختلف عليها (مرتبة تنازلياً)							
ت	الصفات المشتركة من ان	العدد	النسبة	ت	الصفات المختلف عليها من	العدد	النسبة
١-	الخبر الصحفي	٦١	٧٠.٤٠٢%	١-	ان الخبر الصحفي	٢٨	٣٢.٩٠٤%
٢-	مادة لها قيمتها الاخبارية	٥٩	٦٨.٢٢١%	٢-	مادة اعلامية يومية	١٦	١٨.٨%
٣-	اعداد تقرير عن حالة	٥٦	٦٤.٧٠٦%	٣-	فكرة لها مغاير الصحفي	١٥	١٧.٥٠٧%
٤-	مايهم الجمهور انيا ولا يخلو من قبل	٥٤	٦٢.٣٤١%	٤-	تشاغل تسليفي عام	١٤	١٦.٤٠٧%
٥-	اعداد صيغة الاحداث لكي تصلح للنشر	٥٣	٦٠.٥٠٧%				
٦-	وصف موضوعي للحالة	٥٠	٥٨.٢٠٦%				

وقد استخرج الباحث تلك الصفات من مجموع تعريفات المبحوثين ، وتم ذلك بحساب تكرار كل واحدة منها بعد جدولتها في عناوين اتفق عليها او اختلف المبحوثين ، وكان الباحث قد احتكم الى عدد من المحكمين في مجال الاحصاء واتفق جميعهم على اعتبار ان كل فقرة تحصل على نسبة تكرارات ٥٠% فما فوق فهي صفات مشتركة متفق عليها بين المبحوثين اما دون تلك النسبة فلا تحصل على

الاتفاق المطلوب . وبعد فرز النسب فقد حصلت الفقرات التالية على أعلى النسب كصفات مشتركة ترى ان الخبر :

- مادة لها قيمتها الاخبارية بـ (٦١ تكرار وبنسبة ٦٤,٢%) .
- اعداد تقرير عن حادثة بـ (٥٩ تكرار وبنسبة ٦٢,١%) .
- ما يهم الجمهور انياً ولم يعلمه من قبل (٥٦ تكرار وبنسبة ٥٨,٩%) .
- اعادة صياغة الاحداث لكي تصلح للنشر (٥٤ تكرار وبنسبة ٥٦,٨%) . ثم جاء الوصف الموضوعي وان الخبر واقعة لها صفات خاصة بنسب اقل ضمن الصفات المشتركة ، وهو ما يخفض عن الاهتمام بها في المجال النظري . اما الصفات المختلف عليها فاعتبرت بنسب واطنة جداً منها ان الخبر (فكرة لها معناها الصحفي : وهو مادة اعلامية يومية او هو نشاط انساني هام بما يحتمل الصدق والكذب) .

وبالتالي يتبين من هذا الاستطلاع مايلي :

- 1- ان المبحوثين عرفوا الخبر كل من منظاره الاجتماعي والمهني فجاءت الاراء متنوعة وشبه شاملة في الاتفاق على ان القيم الاخبارية ركن اساسي للخبر .
- 2- لم يتطرق المبحوثين الى عرض الراي داخل الخبر انما اكتفوا بتسمية الخبر اعداد او وصف .
- 3- ان صفة الموضوعية لم تحصل على درجة الاتفاق المطلوبة بين المبحوثين وذلك يدل ان المبحوثين يرون ان سعة قنوات الاعلام الجماهيري تفترض من الوسيلة ان تستخدم الصدق لكسب اقبال الجمهور عليها .
- 4- اشتراط المبحوثين صياغة معينة للحادثة تجعله صالح للنشر لا ان يترك الموضوع دون معالجة .
- 5- حصول عنصر المتابعة على اوطا النسب في مجال الصفات المشتركة حول ماهية الخبر لدى المبحوثين وهو مالا يتفق مع الجوانب النظرية للباحثين في هذا المجال ، أذ يرى احدهم ان اخطر شيء هو ان تخطيء وسيلة اعلامية ما في عدم متابعة خبر معين او ماذا حدث بعد ذلك فتضطر القارئ الى البحث عن تطورات وقائع هذا الخبر في وسيلة اخرى غير التي تعود على متابعتها (٤١) .
- وبالتالي ووفق السياقات النظرية والتطبيقية التي خاض بها الباحث يمكن وضع تعريف للخبر الصحفي يمكن ان يقلل من النسبية نحو الثبات إزاء تحديد المفهوم وفق التالي (هو تقرير عن حدث يرى الصحفيون فيه قيما اخبارية تؤهله للنشر) . ويقدم هذا التعريف شمولاً في عدة محاور وهي:
- 1- الصيغ المكانية : أي امكانية الصحفي في اعداد الخبر بما يتناسب مع سياسة المؤسسة

- الاعلامية واولويات حاجة الجمهور الذي يتوجه اليه .
- 2- تنوع القيم الاخبارية : ان سعة وجود هذه القيم تعطي مرونة للصحفي في ان يختار مبرر لإدراج الحدث ضمن اليات النشر لاحتواءه على واحدة او اكثر من تلك القيم الاخبارية .
- 3- التكامل والوضوح : أي اعداد صياغة للخبر فيها من الشمولية والتبسيط ما يستطيع أي متابع ان يفهم معناه وفق قواعد التحرير الصحفي .
- 4- نوع الوسيلة الاتصالية : باستطاعة أي وسيلة ان تعمل وفق المفهوم اعلاه عند تناولها حادثة معينة للنشر .
- 5- المتابعة والموضوعية : يستطيع الصحفي ان يوظف امكانياته لمتابعة الموضوع بقدر ممكن من الموضوعية حفاظاً على متابعة جمهوره الخاص .
- 6- طبيعة الصراع في الحدث : ايّا كانت نوعية الصراع في الحادثة فان الصحفي يستطيع تناولها وفق الابعاد اعلاه.

الهوامش

- * - مثل فن الخبر ، فن المقال وفن التحقيق الصحفي .. وغيرها .
- 1- أنظر : محمود ادهم ، فن الخبر - مصادره وعناصره ، حيث لاقه طرق الحصول عليه ، تطبيقاته العملية . القاهرة - د

- ن، ١٩٧٩ ص ١٠-٢٢ .
- 2- حسن حمدي ، الوظيفة الإخبارية لوسائل الأعلام . القاهرة — دار الفكر العربي ، ١٩٩١ ص ٦٠ .
- ** ويدخل في ذلك عناصر الأهمية والصدق والتشويق والمصداقية وباقي الصيغ الإخبارية المتعارف عليها .
- 3- خليل صابات ، الصحافة مهنة ورسالة . القاهرة — دار المعارف ، ١٩٧٧ ص ١٩-٢٠ .
- 4- محمود ادهم ، فن الخبر ، مصدر سبق ذكره ص ٤٢
- 5- Brian whita ker, News L.T.D . London— Minority press croup. 1987. p 20 .
- 6- Ibid. p.p 22 - 21 .
- 7- فاروق أبو زيد ، فن الخبر الصحفي — دراسة مقارنة — ط١ ، بيروت — دار الشروق ، ١٩٨١ ص ٢١ .
- 8- زين العابدين علي سعيد ، إشكاليات إعلامية ، الجزائر — دار الفكر للنشر ، ١٩٨٧ ص ١٩ .
- 9- محمود علم الدين ، الفن الصحفي ، القاهرة — دار المعارف ، ١٩٨٦ ص ١٨٧ .
- 10- قيس الياسري ، تحرير الخبر الصحفي ، محاضرات مطبوعة بالرونو ، بغداد — دار نشر ، ١٩٨٨ ص ١٦ .
- 11- ويلار دبلاير ، الصحافة وتطويرها ، بيروت — دار الكتاب للنشر ، ١٩٩٠ ص ٥٥ .
- 12- إبراهيم إمام ، دراسات في الفن الصحفي ، القاهرة — مكتبة الانجلو مصرية ، ١٩٩١ ص ٩٥ .
- 13- زين العابدين علي سعيد ، إشكاليات إعلامية ، مصدر سبق ذكره ، ص ١٠١ .
- 14- توماس أي . باترسون ، الأدوار السياسية للصحفيين ، ترجمة زين نجاتي ، القاهرة — مكتبة الشروق الدولية ، ٢٠٠٤ ص ٣٥ .
- 15- دوريس جرابر ، سياسة الأخبار وأخبار السياسة ، ترجمة زين نجاتي ، القاهرة — مكتبة الشروق ، ٢٠٠٣ ص ٤٢ .
- 16- الين ميكيفتش ، الانتقال والتحول إلى الديمقراطية ، ترجمة ماهر أفرام ، بيروت — دار الكتب ، ٢٠٠٣ ص ٨٠-٨١ .
- ب. دينواريه ، الصحافة في العالم ، ترجمة عبد العاصي جلال ، القاهرة — دار سعد للنشر ١٩٨٩ ص ١٥٩ .
- *** هو بيت نشر لبرج مراسل تلفزيون أوريجنديان البورتلادي .
- 17- اكرم إمام ، الخبر الصحفي واليات اعداده ، الكويت — دار الهلال للنشر ، ١٩٩٧ ص ٤٣ .
- 18- دوج اندروود ، دراسة السوق وجمهور الأخبار السياسية بلا مترجم ، المغرب — دار فاس للنشر ، ٢٠٠١ ص ٢١٩ .
- 19- نفس المصدر السابق ، ص ٢٢٠ ، نقلاً عنه .
- Mark Harts guard , The press and Reagan presidency,(New York):Farrar status Giroux , 1988 , p 52
- 20- جارول بي ، مانهايم ، من يشكلون الأخبار : الاتصال الاستراتيجي كقوة ثالثة في صناعة الأخبار بلا مترجم ، المغرب — دار فاس للنشر ، ٢٠٠٣ ص ١٠٧ .
- 21- Leo Bogart , press and public, Who Reader what, when, where and why in American News papers (Hillsdale N. J 1989) p . 312 .
- 22- Ibid, p.p. 314.
- 23- Nort Rosenblum , Who stole the news , New York : John Wiley ,1993 . p.p. 105- 107.
- 24- هربرت سترنز ، المراسل الصحفي ومصادر الاخبار ، ترجمة سميرة ابو سيف ، القاهرة — الدار الدولية للنشر والتوزيع ١٩٨٩ ص ٢٢ .
- 25- جارول بي ، مانهايم ، من يشكلون الاخبار ، مصدر سبق ذكره ص ١٢٦ .
- 26- علي علم الدين ، الاحداث اليومية من وجهة نظر صحفية ، طهران — دار الكميث للنشر ٢٠٠٤ ص ٣٧ .

- 27- المصدر السابق نفسه ، ص ٤١ .
- 28- دينيس ماكويل ، نظريات الاتصال الجماهيري ، وخصائص الاخبار ، ترجمة احمد ياغي ، بيروت - دار المجد للنشر ، ١٩٨٩ ص ٩٢ - ٩٣ .
- " تمتلك هذه القنوات علاقات بالمال والسياسة مع الشخص والشخصيات الحاكمة والمتنفذة .
- ***** وزير الخارجية الأمريكية السابق .
- 29- جيمس بيكر ، مقابلة أجرتها معه شبكة (CNN) بتاريخ ٢ / ٧ / ١٩٩٤ .
- ***** - أهم القيم الإخبارية بالإضافة الى ماتم ذكره في صفحات سابقه هي : الجدة ، الغرابة ، قرب المكان ، الأهمية ، الصراع ، الفخامة ، المدة الزمنية ، المسؤولية الاجتماعية .. وغيرها .
- 30- بيار سالنجر واريك لوران ، حرب الخليج - الملف السري ، باريس ، أوليفيه اوبان ، ١٩٩١ ، ص ١٧٠
- 31- حسن حمدي ، الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام ، مصدر سبق ذكره ، ص ٨٤
- 32- عبد الستار جواد ، صناعة الاخبار ، بغداد - دار الكتب للطباعة والنشر ، ٢٠٠٠ ص ٦٥ .
- 33- انظر ، فاروق ابو زيد ، فن الخبر الصحفي ، مصدر سبق ذكره ، ص ٢٢ .
- 34- خميس ... احد طلبة قسم الاعلام بكلية الاداب في جامعة بغداد ، في الثمانينات من القرن الماضي
- 35- كاتلين هول جاميسون وجوزيف ان كابيل ، دور الصحافة في النقاش حول اصلاح الرعاية الصحفية ، ترجمة زين نجاتي ، القاهرة - مكتبة الشروق الدولية ، ٢٠٠٤ ص ١٤٨ .
- 36- دافيد ال . بالينز ، وسائل الاعلام والسياسة العامة ، بيروت - الدار الدولية للنشر والترجمة ، ٢٠٠٥ ص ٧٩ .
- 37- Mort Rosenmlum , who stol the news , o . p sit p .
- 38- روبرت ديمون ، صناعة الاخبار - بين المهنة والنظرية ، الجزائر - دار الاسلام للترجمة والنشر ، ٢٠٠٠ ، ص ٦٥ .
- 39- المصدر السابق نفسه ، ص ٧٢ .
- 40- انظر ، ياسين ابو زين ، فنون التحرير الصحفي ، طرابلس - مكتبة الفاتح للنشر ، ١٩٩٧ ص ٥٤ .

المصادر

اولاً: المصادر العربية والمترجمة :

- 1- ابو زيد ، فاروق ، فن الخبر الصحفي — دراسة مقارنة — ط ١ ، بيروت — دار الشروق ١٩٨١ .
- 2- ابو زين ، ياسين ، فنون التحرر الصحفي ، طرابلس — مكتبة الفاتح للنشر ١٩٩٧ .
- 3- ادهم ، محمود ، فن الخبر — مصادره ، عناصره ، مجالاته ، طرق الحصول عليه ، تطبيقاته العملية ، القاهرة — د . ن . ١٩٧٩ .
- 4- امام ، ابراهيم ، دراسات في الفن الصحفي ، القاهرة — مكتبة الانجلو المصرية ١٩٩١ .
- 5- امام ، اكرم ، الخبر الصحفي واليات اعداده ، الكويت — دار الهلال للنشر ١٩٩٧ .
- 6- اندرورد ، دوج ، دراسة السوق وجمهور الاخبار السياسية ، بلا مترجم ، دار فاس للنشر ٢٠٠١ .
- 7- باترسون ، توماس . أي ، الادوار السياسية للصحفيين ، ترجمة زين نجاتي ، القاهرة — مكتبة الشروق الدولية ٢٠٠٤ .
- 8- بالتيز ، دافيد ال ، وسائل الاعلام والسياسة العامة ، بيروت — الدار الدولية للنشر والترجمة ٢٠٠٥ .
- 9- بيكر ، جيمس ، مقابلة اجرتها شبكة CNN بتاريخ ٢ / ٧ / ١٩٩٤ .
- 10- جايسون ، كاثلين هرول ، جوزيف آن كاييلا ، دور الصحافة في النقاش حول اصلاح الرعاية الصحفية ، ترجمة زين نجاتي ، القاهرة — مكتبة الشروق الدولية ٢٠٠٤ .
- 11- جبرابر ، دوريس ، سياسة الاخبار واخبار السياسة ، ترجمة زين نجاتي ، القاهرة — مكتبة الشروق ٢٠٠٣ .
- 12- جواد ، عبد الستار ، صناعة الاخبار ، بغداد — دار الكتب للطباعة والنشر ٢٠٠٠ .
- 13- حمدي ، حسن ، الوظيفة الاخبارية لوسائل الاعلام ، القاهرة — دار الفكر العربي ١٩٩١ .
- 14- دبلابر ، ويلار ، الصحيفة وتطورها ، بيروت — دار الكتب للنشر ١٩٩٠ .
- 15- ديمون ، روبرت ، صناعة الاخبار بين المهنة والنظرية ، الجزائر — دار السلام للترجمة والنشر ٢٠٠٠ .
- 16- دينوارية . ب ، الصحافة في العالم ، ترجمة عبد العاصي جلال ، القاهرة — دار سعد للنشر ١٩٨٩ .
- 17- سالنجر ، بير واريك لوران ، حرب الخليج - الملف السري ، باريس ، اوليفيه اوبان ، ١٩٩١ .
- 18- سترنز ، هيربرت ، المراسل الصحفي ومصادر الاخبار ، ترجمة س ميرة ابو سيف ، القاهرة — الدار الدولية للنشر والتوزيع ١٩٨٩ .
- 19- سعيد ، زين العابدين علي ، اشكاليات اعلامية ، الجزائر — دار الفكر للنشر ١٩٨٧ .
- 20- صابات ، خليل ، الصحافة مهنة ورسالة ، القاهرة — دار المعارف ١٩٧٧ .
- 21- علم الدين ، علي ، الاحداث اليومية من وجهة نظر صحفية ، طهران — دار الكميث للنشر ٢٠٠٤ .
- 22- علم الدين ، محمود ، الفن الصحفي ، القاهرة — دار المعارف ١٩٨٦ .
- 23- ماکويل ، دينيس نظريات الاتصال الجماهيري وخصائص الاخبار ، ترجمة احمد ياغي ، بيروت — دار المجد للنشر ١٩٨٩ .
- 24- مانهايم ، جارول بي ، من يشكلون الاخبار : الاتصال الاستراتيجي كقوة ثالثة في صناعة الاخبار ، بلا مترجم ، المغرب — دار فاس للنشر ٢٠٠٣ .
- 25- ميكيفتش ، آلين ، الانتقال والتحول الى الديمقراطية ، ترجمة ماهر افرام ، بيروت — دار الكتب ٢٠٠٤ .
- 26- الياسري ، قيس ، تحرير الخبر الصحفي ، محاضرات مطبوعة بالرونيو ، بغداد ، بلادار نشر ١٩٨٨ .

ثأففأ: المصأفر الأفففففة

- 1- Bogert leo , press and public . Who Read , what , when , where , and why in American news papers . (Hillsdal . N . J 1989) .
- 2- Hertsgaard , the press and Reagan presidency (New York) : Farrar staus Giroux , 1988 .
- 3- Rosen mort blum , who stol the news , (New York : johnwiley , 1993) .
- 4- Whitaker . Brian , news L . T . D London minority press group , 1987 .

اللسانيات المستقلة

من الدلالة التمثيلية الى الدلالة التواصلية

د. محمد رضا مبارك

كلية الاعلام - جامعة بغداد

1 - مقدمة :

لم تعد اللغة المنطوقة والمكتوبة موثوقا بها كل الثقة، في إيصال الدلالة الدقيقة وتحقيق التواصل، ولقد درست هذه الموضوعة الفكرية (ولا نقول الحقيقة) منذ أمد بعيد، وكان الفلاسفة أول من اعتنوا بدلالة الكلمات، وعلاقة اللغة بالفكر وحين اتسع نطاق التواصل مع اتساع الوسائل الإعلامية، ظهر السؤال بقوة هذه المرة انطلاقا من فكرة مؤداها، ان اللغة في إطار الاتصال قد لا تسهم في نقل المعرفة الحقيقية والأفكار المؤدية إلى بناء اتصال فعال، يعول عليه في التقدم الحضاري، وقد تقصر في نقل المجتمع إلى حالة من التميز الفكري، يعالج مواطن الخلل في البنية الفكرية التي تعاني منها المجتمعات. وحين يدرس الاتصال تدرس اللغة إلى جانبه، ولقد توسع معنى اللغة، من الرموز اللفظية إلى الرموز غير اللفظية، ومنها الصورة ودلالاتها، فارتبطت الكلمات بدلالات جديدة، بعد أن فقدت علاقتها اللغوية المفترضة بمآلها التاريخي.

لقد درس الخلل في الاتصال انطلاقا من الخلل في اللغة، وكان عصر النهضة الأوروبي من أكثر العصور خصبا وغنى فيما يتعلق بدور اللغة في بناء نظام فكري معرفي (ابستمولوجي) جديد، وكانت المجتمعات الأوروبية تستعد بعد أن أنجزت تقدما هائلا في المستوى العلمي إلى الانتقال إلى مرحلة جديدة، هي خلاصة لما قدم سابقا، فالحرّك الاجتماعي أُلصّاد إلى الأعلى، لا بد أن يرافقه حرّك لغوي، فلا يمكن إن يكون المجتمع متقدما وحديثا واللغة لما نزل جامدة على اطر قديمة فالحرّكة اللغوية تقتضي وقوفا طويلا عند استعمال الكلمة والكلمة في السياق، والحمل الدلالي للكلمات، بعد ان تغيرت اطر التفكير بتغير التقدم العلمي، وضعفت العلاقات اللغوية التي كانت تربط اللغة بالماضي، لان اللغة لا تنقل أساليب في الكتابة ولا طرقا في التعامل مع الكلمات حسب، بل هي إلى جانب ذلك تنقل أفكارا وفلسفه و آراء في الكون والوجود والحقائق الفكرية المختلفة، ومن غير المعقول أن تظل اللغة بفكرها القديم، والمجتمع يتطور تطورا سريعا نحو اتجاهات جديدة، وكان من الطبيعي أن يكون هناك تلاؤم

بين عصر النهضة الأوربي والتفكير في حقيقة اللغات. فاللغة ظاهرة اجتماعية تطورها وتتاسب وتطور المجتمع وانتقاله من مرحلة تاريخية إلى مرحلة تاريخية لاحقة، على هذا النحو وجدنا هذه العناية البالغة باللغة، ولقد استحكمت أصولها بعد ذلك حين نقلت وسائل الإعلام الأفكار الى أجزاء واسعة من الأرض، مما دعا إلى التفكير مرة أخرى بجدوى الصياغات القديمة في وقت يسعى العصر إلى اختزال كل شيء، واختصاره، فالدلالات المائعة ماعدت مقبولة، والحاجة ماسة الآن إلى دلالات خاصة، تستثمر الوقت وتدفع باتجاه استعمال الاتصال في التقدم الاجتماعي، واللغة عنوان هذا التقدم.

الاستقلال في اللغة :

لعل من الطريف أن يردد المرء مقوله مثيرة للاهتمام ، يلهج بها الكثير منذ مطلع القرن العشرين وما قبله، وهي (الاستقلال) لنتقل من السياسة حيث مكانها الأثير إلى اللغة ... وحين يكون السؤال حيويًا وجادًا عن ماهية الاستقلال وأين يقع في الفكر أم في الثقافة أم في الاقتصاد ، فإن الاستقلال في اللغة يشير إلى إبعادها عن الانغماس في مؤثراتها التاريخية والسياسية، وهو قريباً من الاتجاهات اللسانية البنوية والتوليدية انه في الأصل مفهوم الكثير من رواد الحداثة ، يقول نيومير "يستعمل مصطلح اللسانيات المستقلة ليعني به اللسانيات التوليدية أساساً مع التتويجات البنوية التي سبقتها (١) . ويمكن فهم اللسانيات المستقلة بانها ذات قيمة محايدة ويمكن ترجمتها الى $s \sim \hat{a} \hat{E} J$ وهذا يعني أقصى ما يمكن أن نحصله من اللغة في حقيقتها الداخلية الصافية ، فهي عند ربطها بالواقع الاجتماعي ذات قيمة غير محايدة، هي منحايزة اجتماعياً ومنحايزة إيديولوجياً، ولو لا ذلك لكانت اللغة أداة من أدوات التواصل الحقيقي الايجابي بشكل مطلق.

إن الطبيعة الاجتماعية للغة مفتوحة على اتجاهات كثيرة لاسيما في أنواع الاتصال الجماهيري، لقد تحولت اللغة في التاريخ الى أداة إيديولوجية تسهم مع أدوات أخرى في التسلط الفوقي ، وتبالغ في الناحية القيمة لتتحول الى ظل ثقيل للسياسة، كما هو الإعلام في استعمالاته الكثيرة، وقد تكون أداة من أدوات القمع الجمعي، واذابة الروح العامة في لون أو طيف من ألوان التعبير، المتعلقة بلون من ألوان الفكر أيضاً ، وإذا كانت هذه المعاني لم ترد في ذهن (ماير) أو معظم اللغويين الحداثيين ، فإنها ترد بقوة في أذهان أمم لما نزل تعاني من عنف اللغة ومن اضطهاد الكلمات وما تحمله من شحنات عاطفية تحريضية، بل قد تكون اللغة مثيرة للريبة والشك، وهو ما يخالف ويقاطع ما يقوم به المحدثون للوصول الى علم لغة جديد عن طريق استعمال مصطلح اللسانيات المستقلة . وقد التقطنا محاولة ماير لتعادل بها واقعا جديدا هو مانعشه اليوم . ونحن نطرح الأسئلة نفسها : هل حقاً اللسانيات التوليدية والبنوية مستقلة؟ وذات قيمة محايدة، غير أن الإجابة عن مثل هذا التساؤل لابد أن تتطرق إلى المائز بين العلم والايديولوجيا فهما متنافران ولا يمكن أن يلتقيا "تعني كلمة (علم) معرفة لاصلها لها بواقع معين ، أنتجتها

ممارسة جابهت هذا الواقع، ونعني بالايديولوجيا وعيا منعكسا للواقع ، مثلا مقولة : إن الشمس مركز الكون، يمكن ان تدعى هذه الأيام نظرية ايديولوجية"٢. أي أن المقولة لم تعد تواجه الواقع، وهي لذلك لم تعد علمية، أصبحت جزءا من الواقع، والعلم دائما مواجهه منقلب متغير، أما الايديولوجيا فهي تثبت لمواضع فكرية نظرية أو عملية وهي قد تقترب من العلم ، إلا أنها تظل مستقلة عنه ، بهذا المعنى فإن اللسانيات المستقلة ، بحث دائب عن التغيير، لذا كانت اللسانيات التوليدية هي الممثلة لها ، تلك التي اعتنى بها الفكر اللغوي الحديث لاسيما تشومسكي في طرحه مبدأي القدرة والكفاءة .

لكن تشومسكي يعارض اللسانيات المستقلة أو العلمية ، وهو يعارض المنهج الوصفي والمنهج الشكلي الذي يؤمن به عدد من علماء اللغة، لاسيما (بلوم فيلد) وهو قد جمع بين السياسة وأرائه في علم اللغة ، لكن اللغويين المعاصرين يأخذون عليه انه شوه أراء دوسوسير وأساء تفسيرها ، لذا بقيت النظرية الوصفية ثابتة في كتابات اللغويين المحدثين، وقد قللوا كثيرا من أراء تشومسكي التوليدية وسعيه إلى "إقامة نظرية للغة تصدر عن اتجاه عقلي (mentalist) وقد بدأ هذا الاتجاه خافتا أول الأمر في كتاباته الأولى ثم ما لبث أن قوي وصار أساس المنهج كله، وهذه النظرية العقلية تبني في جوهرها على ما يمكن تسميته (بلا نهائية) اللغة ، انه يرى أن كل لغة تتكون من مجموعة محدودة من الأصوات ومن مجموعة محدودة من الرموز الكتابية، ومع ذلك أنها تنتج وتولد جملا لا نهائية لها"٣.

الحديث عن استقلالية اللغة يقع خارج الاطار الذي اوجده ودافع عنه تشومسكي، اذ ان الكثيرين في العقود الاخيرة عادوا الى (سوسير) من جديد، وتوصلوا الى ان الكثير من الذين عارضوه وخالفوه وقدموا ملاحظات مهمة عن ارائه ، لم يقرأوه بشكل دقيق، وربما قصدوا تشويه ارائه...٤. ما يعيننا من ذلك كله، ان اللسانيات المستقلة هي تفريع عن دوسوسير، وبناء مفهومي على ارائه، لان دراسة اللغة دراسة وصفية ، تقرب للغة من العلمية ، ومن ثم فانها مستقلة حين تكون كذلك ((ان دراسة اللغة في حال استقرارها هو ما يعرف الان بالمنهج الوصفي ، وقد اشار دوسوير الى انه يشبه ما يجري في دراسة النبات مثلا ، حين تقدم شريحة مقطوعة قطعا افقيا واخرى مقطوعة قطعا رأسيًا ، إن المقطع الافقي هو الذي يكشف ، لانه يقفنا على مرحلة خاصة ، وعلى حالة محدودة ، ذلك ان هذا القطع يشمل مجموع الخلايا والحلقات والالياف التي يمكن مقارنتها والتي يسهل تمييز كل واحدة منها عن الاخرى بسبب وضوح مكانها على السطح ، وفحص هذه المادة لا يقتضي ان نعرف شيئا عن تاريخ ما نراه))٥.

ويمكن مما يقوله دوسوسير ، تحديد العلاقات بين الكلمات والعلاقات بين الجمل ، أي كيفية استعمال الجمل في الوقت الراهن ، وهذا المنهج الوصفي يفضي الى ((ان نحدد المكان وان نحدد كل جزء ونصفه ، بربطه بما يجاوره من اجزاء. وهكذا اللغة ، ان صاحبها لا يحتاج ان يعرف شيئا عن اشتقاق كلمة او تاريخها كي يستعملها ، ومن ثم فان تناول اللغة ينبغي ان يكون على هذا الاساس . أي على القطع الافقي كما يقول ، لان القطع الرأسي الذي يمثل الدراسة التاريخية، لا يقدم لنا صورة متكاملة

على السطح، بل يؤدي الى صور مختلفة، حيث نرى خطوطا تتفرع وقد تختفي ومن ثم يضيع التحديد (وتصعب المقابلة))^٦. وعلى هذا فان مفهوم الاستقلال في اللغة، وجد في النظرية الوصفية، وتواصل مع المنهج البنيوي والمنهج السيميائي، وظهرت الان دراسات لغوية تدرس علاقة اللغة بالايديولوجيا. أي ان اللغة لا تدرس بصفاتها علاقات مترابطة، بل ينظر اليها على انها اما تاريخ او افكار معاصرة مرتبطة اصلا به. وعند ذلك تكف اللغة عن ان تكون علمية ودقيقة، كي يمكن ان تشتغل، خارج القويم الاتصالية والدلالية التي وجدت من اجلها.

التاريخ وعلامات التواصل :

يصنف بعض الدارسين اللغة على ثلاثة مستويات، المستوى التذوقي الفني الجمالي ويستعمل في الادب والفن والمستوى الثاني المستوى العلمي النظري التجريدي ويستعمل في العلوم، المستوى الثالث هو المستوى العملي، ويستعمل في الصحافة والاعلام بشكل عام^٧، يكاد يتفق بعض الدارسين على ان المستويات الثلاثة السابقة يمكن ان تكون قياسا موثوقا به، يقاس على اساسه تقدم المجتمعات او تراجعها، فاذا تقاربت المستويات الثلاثة تقدم المجتمع، وان تباعدت دل ذلك على تخلف المجتمع.. وربما انهياره.. وهذا المقياس قد لا يكون دقيقا بله صحيحا.. لانه يأخذ المستويات الثلاثة بمقياس واحد، غير ان الواقعي والمنطقي هو اخراج اللغة العلمية التي تستعمل لوصف وتعريف المصطلحات العلمية وشرحها من هذا التقسيم الثلاثي، لانها الابدع عن التأثير السياسي والايديولوجي، ونسبة التغيير فيها مرتبطه بتطور العلوم، وتغير مصطلحاتها، وان الشبكة الاجتماعية لا اثر لها في هذا التطور.. لاسيما عندما تكون متعلقة اساسا بالعلوم الصرفة.. لذا من الافضل استبعاد هذا المستوى، وباستبعاده نقف على مستويين مهمين للغة، يمكن ان نجري الفحص عليهما من ناحية الحياد الايديولوجي، او الاستقلال الدلالي، وكلا الاصطلاحين اوجدناهما عن طريق العلاقة بين اللغة والايديولوجيا التي يقف المجتمع قريبا منهما بل ملتحما بهما.

لقد اهملنا قصدا، اللغة المستعملة أي اللغة العامية ولم نضع لها درجة ما ضمن المستويات، فهي ليست موضع دراستنا وملاحظتنا، لانها اكثر قربا من الدراسات الاجتماعية الانثروبولوجية.. ويلاحظ في هذا السياق ان العامية هي الاكثر انفتاحا على التغيير وهي الاكثر عرضة له، مما يدل على ان نسيج العامية هو نسيج اقل ديمومة وقوة، ويمكن اختراقه بسهولة.. ولهذا نلاحظ التغيير الشامل في المصطلحات ودخول كلمات وصياغات غريبة في نسيج العامية، تدخل اليها بسهولة، إذ اصبح التغيير والتبدل سمة من سمات العامية.. فهي ترتفع عن القواعد، وتسمح لنفسها التجول بحرية داخل المصطلح، و احيانا تتطلع الى الحلول مكان الفصيحة، وقد يجد بعض منظري اللغة والمؤمنين بتطورها، ان العامية هي الاكثر قدرة على التعبير والاكثر حرية والاكثر انفلاتا من القيود، مما هيأ لبعض المتقنين

التخاطب بها وجعلها لغة الكتابة، لكن هذا وهم خادع ، و العامية مفتوحة بالقدر الذي تسهم في تسفيه الدلالة ، كما ان انفلاتها من أي ضابط لساني او قواعدي او عرفي يجعلها عرضة للتغير الشامل، عندها تكف عن ان تكون لغة ذات احياء واسلوب جمالي ..

لعل موضوع التاريخ وعلاقتة بعلامات التواصل قد اشبع نقاشا في الاوساط الثقافية، لكن مايشير الاهتمام هو ان التاريخ يمنح قداسة للغة، يبعدها عن ان تكون عاملا من عوامل التواصل الاجتماعي بالشكل الذي يؤثر في الوسط الاجتماعي تأثيرا ايجابيا فعالا، أي ربط اللغة بالتقدم الاجتماعي، و القداسة قرينة الثبات لان المقدس ثابت ازل لايمكن زحزحته من منزلته الزمانية والمكانية، اما اللغة فهي متحركة لانها مرتبطة بحركة المجتمع ، وظهرت اصوات قوية تدعو الى تضيق مساحة المقدس في حياتنا ومنها اللغة "ان كل لغة تظهر تاريخية المعنى، انسانية المضمون، هي تلك التي تنتظر توسيع معناها وترقيتها باستمرار ، انقول اذن ان كل ما يعلن عن تمامية لغة معينة او كمالها وكل ما يؤكد هذه الوضعية انما يتحدث عن (يوتوبيا للغة)، ان القول بيوتوبيا للغة يعادل على الصعيد التاريخي القول (اللغة مومياء) اليس من حقنا القول لاتعرف الشعوب بلغاتها بل تعرف اللغات بشعوبها"⁸.

على هذا فان المستوى الافقي للغة يختلف اختلافا بينا عن المستوى العمودي (التاريخي) وان الاهتمام بذلك سيوفر فرصة للتعامل العلمي الواقعي معها ، فقد نظرنا اليها وكأنها كائن مستقل خارج تفكيرنا ، وهي ليست جزءا منه ، وبدلا من ان نشخص انفسنا شخصنا للغة وجعلناها في المرتبة العليا لايمكن الوصول اليها الا بالتوسل والتودد ، فدخلنا في صميم الانفصال الفكري عن اللغة ، نحن نفكر باللغة قبل ان نفكر بالمعاني وتطورها وتوليدها من جديد، ونأمل الكلمات قبل ان نعنى بما تعنيه هذه الكلمات، ولطالما سقطنا شعرا او نثرا باللفظية الطاغية ، فتحولت الكلمات الى رموز مبهمه عاطفية فارغة من الدلالة الا من الدلالة القدسية التي وضعناها لها ، ولعل عبد القاهر الجرجاني اول من شخص المشكلة اللغوية عند العرب في نظرية النظم حين ربط بين اللغة والفكر " ولعل السر يكمن في نظرة عبد القاهر الى العنصر الذي ينبغي ان يفرق به بين النص الادبي وغيره. وعنده ان هذا العنصر هو الفكر بالدرجة الاولى، او فلنقل طريقة بناء الفكرة وترتيبها واخراجها، وعبد القاهر هنا يجعل البلاغة صناعة الفكر العميق، لاصناعة الذي يعرف بعض القشور اللفظية، والبلاغة التي ترجع الى الفكر اكثر من اللفظ تجعل لغتها عالمية ، يستمتع بها اصحاب اللغات الاخرى حين تترجم اليهم"⁹.

ولم يشدد الجرجاني على ذلك الا حين وجد ان انفصالا ما بين الاثنين، توجده الصياغات اللفظية والمحاكات التعبيرية، ولاسيما الشعرية منها، فلقد ولدت القافية في الشعر العربي انفصالا ما بين اللغة وما تعنيه، حين لجأ اغلب الشعراء الى وضع كلمات تتسق مع القافية لا مع المعنى وكان هذا اول انفصال بين اللغة والفكر حدث منذ اقدم العصور ، وظل قائما . لقد غابت البحوث الجادة عن تطوير اللغة نحو اودلالة وصرفا واصواتا ، حتى صرنا نجتر ما الفناه بلا رغبة في تجديد المفردات والجمل او

تغيير في عناصر الجملة ، وغابت اللغة استعمالا وحضرت قواعد ومواضع أفقدتها القدرة على مواكبة التغيير في الفكر ، ولذا كان البحث دائبا عن كاتب اجتماعي ، والمقصود هو كاتب تواصل ، يستطيع ان يحدث انقلابا في اطر التفكير ، خارج المسلمات التاريخية الماضية ، التي لم تعد الاستار يقدم ما يتوهم انه الصياغة الدقيقة للفكر . ولن يكون كاتب اجتماعيا الا حين يبعد قدر ما يمكن الايديولوجيا عن اللغة ، ولغتنا مليئة بالايديولوجيا منذ العصر الجاهلي ، فشرع المديح شعر حزبي تسلطي قبلي ، لانه يفرض عن طريق الكلمات نوعا من السلطة على القارئ ، وهي سلطة لغوية ، وبمعنى اخر سلطه ايديولوجية ، وتواصل هذا المنزع في العصور اللاحقة ، بل اشتد ضراوة وقوة ، وابتعد معظم الكتاب عن ان يكونوا كتابا اجتماعيين ، وادخلوا الايديولوجيا السياسية في عمق التعبير اللغوي فما عاد التفريق بينهما ممكنا " ومن الصعب اليوم العثور على كاتب عربي يمكن اعتباره مجتمعا ، ومثل هذا الوضع ليس الكاتب مسؤولا عنه ، بل هناك وضعية متشظية (....) فالتصور العلمي للعالم حل محلة التصور الطائفي والمذهبي الضعيف والفئوي " ١٠ .

لقد امانا ان تفكير القدماء هو افضل من تفكيرنا ، وان حراكهم الاجتماعي افضل من حراكنا ، لهذا استعنا استعمالاتهم اللغوية ، واخذنا نصلح لغتنا اعتمادا على تلك الاستعمالات لكي تواكب ما استعملوه وما قدموه . ان لغتهم كانت انعكاسا لفكرهم السابق ، وقد انقضى ومضت عليه دهور ، وان استعارة استعمالاتهم السابقة دليل على وقوفنا بلا حركة وبلا فكر ، لان اطر التفكير المعاصر اختلفت تماما عن اطر القدماء ، ولا بد لهذا التفكير ان ينسجم مع اطر لغوية جديدة ، لا تتبع قسرا ما جاء في استعمالاتهم ، ونجبر استعمالنا لكي تتوافق معه ، سواء تعلق الامر بمعجم المفردات او معجم المعاني ، وهذا يعني غياب الرؤية الفكرية عن عصرنا ومستلزماته واننا نستعير تفكير القدماء ، ونحیی ما مات وانقضى من استعمالاتهم ، ولهذا ابتعدت لغتنا عن الواقع ، وارتبطت بواقع القدماء ، وقد يكون صحيحا القول ان معظم المثقفين العرب لا يعبرون عن الواقع في خطاباتهم : وهم يستعرون تفكير القدماء "لقد بقيت اللغة في نتاجات هؤلاء بعيدة عن تمثيل واقعها ، لان الواقع المعاش لم يجر تحريكة وتطويره ، ان مجتمعا متخلفا لا يساعد على بلورة لغة متطورة ، بل على تقديم لغة مخلخلة في الصميم " ١١ .

ان تشخيص هذه المعضلة اللغوية الكبيرة ، كان يجد له صدى في طرح اسئلة كبيرة ومحرجة احيانا عن لغتنا ، وما الذي ينبغي فعله ، بعد ان جمدت الدراسات الاكاديمية عندنا في اتجاه واحد وبدا انها تتناسب مع الصحو الايديولوجية التي حملت بذور الانغماس في الماضي منذ بداية الثمانينات في القرن الماضي . اذ توقف البحث عن فحص اللغة ودراسة قدرتها على التعبير وعلى التغيير ، واستبدل ذلك بتعميق الاتصال بين الايديولوجيا واللغة في بحوث نحوية ودلالية محسومة النتائج سلفا ، لانها تدرس النصوص المقدسة ، ولا يمكن لها الا ان تكون ذات منحى واحد . وانتقل المعنيون يصوبون اللغة على وفق الاستعمال القديم ، وقد ظهر ان العالم قد مضى اشواط بعيدة في التقدم العلمي وتغير طرق

التفكير ، و المسافة أصبحت شاسعة بين تفكيرين ، احدهما غربي وعالمي ينزع الى التحول والتغير في كل شئ ومنها اللغة، والآخر عربي هدفه الثبات والجمود وتعميق الصلات بين اللغة والايدولوجيا. وحين طلع (دوسوسير) بنظريته الوصفية كنا كالذي ينظر القمر يبزغ من جديد بعدما غيبته عصور الظلام والغيوم السوداء.

لقد قبلنا التحدي (السوسيري) ان صحت التسمية ومضينا نبحث عن مقاربه ما بين نظرية العلاقات البنوية داخل النص ومحاولات عبد القاهر الجرجاني في (دلائل الاعجاز) ، حتى كأننا اكتشفنا الرجل بعدما فاه به العصر منذ بدايات القرن الماضي ، ووجدنا ان خلاصة جديدة لما تزل تثير حماسه العالم ، اساسها علاقة اللغة بالايدولوجيا .

الارادة والمؤسسة :

يندرج في هذا السياق ماحدث من تطور بعد ذلك ، انطلاقا من القراءات المتعددة للنصوص ، ومن الموضوعات الفكرية التي اثبتتها (جون تايلوت) في التمييز بين الارادة والمؤسسة ، وهي منطقة اساسا من اللغة الوصف لا اللغة المعيار . وكان هذا تنويعا على ما جاءت به هذه الانعطافة المهمة في تاريخ اللسانيات ويطرح التصور على الشكل الاتي "" تحويل الخطاب حول اللغة metalinguistic (discourse) من صيغة معيارية توجيهية الى صيغة العلم الوصفي اعني : استبدال مفهوم للدلالة مستمد من الاختيار والارادة voluntaristic بأخر مستمد من المؤسسة ، وهذا يتوقف على التخلي عن وجهة النظر القائلة : ان الصلة بين كلمة وما تدل عليه انما تصاغ بواسطة ارادة الافراد الذين يتلفظون بتلك الكلمة، وذلك لصالح وجهة نظر اخرى ترى ان تلك الصلة موجودة بصورة مستقلة عن ارادة المتكلمين الافراد "" ١٢ . وهذا ان نقلناه الى الواقع ، فان التساؤل يظل قائما ، هل المؤسسة فعلا هي التي تتدخل في ضبط العلاقة بين اللغة والمعنى ، والافراد لاعلاقة لهم بذلك . ان هذا يعني ان المؤسسة سلطة عليا فوقية تفرض رؤيتها على الافراد دون وعي، او بلا اكتراث لهذا الوعي ان وجد "ان اهم خطوات تحويل اللسانيات التجريبية من الصيغة المعيارية الى الصيغة الوصفية هو التخلي البطئ لممارسة معاملة الدلالة ، بوصفها وجها من وجوه السلوك الارادي ، لصالح ممارسة اخرى تعاملها على انها مستقلة عن ارادة الفاعلين اللسانيين " ١٣ .

ان القول السابق من (تاليوت) يشير بصورة واضحة الى قيمة التواصل واهميته في اللغة ، فالفرق واضح بين الفعل الارادي والفعل غير الارادي ، فاذا كانت اللغة مستقلة عن ارادة الفاعلين فهذا يعني انها مرتبطة ارتباطا مباشرا بالايدولوجيا ، سواء كانت سياسية او دينية او مذهبية، أي لا مناص للافراد من ان تفرض عليهم المؤسسة رؤية معينة ، وهي من ناحية ثانية قد تلغي الايدولوجيا، أي ان الافراد في ما يتعلق بالكلمات وما ترمز اليه ، يستعملون اللغة خارج مايوؤمنون به ، ولعل هذا هو الذي

تذهب اليه اللسانيات الوصفية، أي ابعاد اللغة عن الايديولوجيا، عندما تتحكم المؤسسة بالدلالة والمعنى، انطلاقا من واقع غربي ليبرالي، تكون المؤسسة فيه قد توسعت افاقها، أي ان المؤسسة في النظام الغربي هي استجابة للحدث التي تذر قرنهما في كل شيء، وبما ان اللغة هي عنوان التغيير فمن الطبيعي ان تصبح المؤسسة ممثلة له، خاصة وان الهدف هو تحقيق غرض اللغة وهو الاتصال، فالكلمات يجب " ان تثير في السامع الفكرة نفسها تماما التي ترمز لها في عقل المتكلم، وبدون هذا سيملاً الرجال رؤوس بعضهم بعضاً بالضجة والاصوات، ولكنها لن تنقل بذلك فكرهم وتطرح افكارهم امام بعضهم بعضاً، وهو الهدف النهائي من الخطاب واللغة " ١٤. المقتبس السابق يشير الى رأي قديم نسبياً قاله جون لوك في القرن السابع عشر، وناقش فيه ايضا امكان ان نحسن تحقيق هدف اللغة، بتفحص السبب في اننا نفشل عموماً ويقترح علاجات، يمكن ان تساعدنا في نجاحات اعظم ١٥.

واذ شغلت قضية الفشل في التوصيل (جون لوك) فان اللسانيين المحدثين واصلوا البحث في كيفية ايجاد السبل الكفيلة لتحقيق تواصل اكثر جدوى من ذي قبل، اذ ان كثيرا من انواع الخطاب تفشل في ايصال الدلالة، ولعل اولى المشكلات في ذلك، هو ما يطلق عليه بالمطابقة المزدوجة بقسميها: المطابقة التمثيلية والمطابقة الاتصالية " فالعقيدة اللسانية التي يجادل ضدها لوك هي الافتراض الموروث بوجود مطابقة مزدوجة في الدلالة، مطابقة تمثيلية للافكار مع الاشياء بما هي افكار تعبر عن تلك الاشياء، ومطابقة اخرى اتصالية للافكار معبر عنها بواسطة استعمال شخص واحد للكلمات مع تلك المعبر عنها بواسطة استعمال فرد اخر للكلمات نفسها " ١٦. التطابق يحدث خارج السياق الثقافي والتعليمي للغة أي في سياقات تستعمل اللغة في الاتجاه المعرفي او الفلسفي، وهناك تطابق من نوع اخر بين اللغة والايديولوجيا، وهو ما يحدث بعيدا عن عصر لوك، فقد كان يتحدث عن عصر النهضة، والتجريبية الطاغية في الفكر الاوربي، في ذلك الوقت وكذلك التجريبية في اللغة... اما خارج هذا الاطار فيمكن ان تتطابق الدالتان ولكن بأثر سلبي، حين تحمل اللغة بشحن من الدلالات التاريخية والدينية والسياسية، وبروز مشتركات في العقل الفردي والعقل الجمعي، حين ذلك يحدث التطابق غير المحمود ان صحت التسمية أي خارج الفضاء الاتصالي الذي هو فضاء ايجابي ثقافي وحضاري.

هذا التطابق وان بدا خارج السياق العلمي للغة الا انه في حقيقته تطابق وهمي فالمستعمل للغة يتبنى الصياغات التي تسمح له باستعمال اقصى ما يمكن من توتر ليعادل به ذهنه فطريا، أي ان الكلمات تشحن برموز واسماء وكذلك باساطير تاريخية لتحقيق الميزة التواصلية بأكثر ما يمكن من قوة ومن تأثير، ففي انواع الشحن الايديولوجي الديني والمذهبي يحدث نوع ما من انواع التطابق. قد يؤدي الى حالات غير سوية بل يؤدي الى حالات عنف لا يمكن التحكم بها، لاشك في ان الدالتين قد تطابقتا في الذهن الفردي وقد تتطابقان في الذهن الجماعي ايضا، يضاف الى ذلك ميزات اخرى، تعتمد على تكرار العبارات والاسماء التاريخية والاسماء المقدسة، مما يدفع الى الالتحام التام بين الدالتين. حينها تكف

اللغة عن ان تكون صانعة للحضارة او مقومة للعناصر الثقافية كما كان يريد فلاسفة عصر النهضة الاوربي. وتصبح مقوله لوك منقلبه من اساسها، فقد استثمر العقل الجمعي بواسطة اللغة، والايديولوجيا عنوان لهذا الاستثمار. في هذه المطابقة يكف العقل الجمعي والفردى عن التفسير والتأويل، وتلغى مستويات الفهم في اطار الشرح وتعدد الدلالات، وتصبح الكلمات واقعا، والحقيقة اللغوية حقيقة مطلقة، هي والواقع سواء، وحين يتحد الاثنان في شئ واحد يكف العقل عن التفكير، وتصبح اللغة هي المفكرة أي تصبح الكلمات هي العقل، وتصطبغ اللغة بلون واحد قد يكون لون (الدم) هو اللون الاوسع والاكثر طغيانا وهو الذي يدفع نحو الاتجاهات العدمية والتدميرية التي يشهدها عصرنا الراهن في مدننا المعاصرة.

حين نقول (الشمس تغرب في المساء) فقد عبرنا عن الدلالة التمثيلية ويمكن ان نسميها المطابقة التمثيلية أي ان هناك مطابقة بين الشئ وما يدل عليه، وكذلك اذا قلت (الارض تدور حول نفسها) فقد احدثت مطابقة مفهومية بين الكلمات والشئ المعبر عنه، فهل تقتضي هذه المطابقة المفهومية مطابقة اتصالية؟ المقصود بالمطابقة الاتصالية استعمال الافراد للكلمات نفسها والمعاني نفسها عندما يستعملها شخصان في وقت واحد او اوقات مختلفة، أي ان المطابقة التمثيلية لا تؤدي الى مطابقة اتصالية دائما، فليس كل مطابقة بين الفكرة والكلام هي مطابقة اتصالية أي ان جميع الافراد يتفقون حول الفكرة نفسها. اننا في التعبير عن الافكار عن طريق اللغة قد لا يكون التعبير دقيقا وقد يكون خاطئا لكننا نعد تعبيرنا هو تعبير اتصالي ضرورة، أي ان هناك انفصالا بين المطابقتين التمثيلية والاتصالية، وليس ضرورة ان تكون الدلالة مزدوجة في الاثنين، وسبب هذه المزاوجة فيما نعتقد ان ماقمنا به من تعبير عن الافكار هو صحيح تماما، أي اننا نفترض كمال لغة التعبير، ولا نفكر ان هناك معجما خاصا بالكلمات كما ان هناك معجما خاصا بالاستعمال، وعدم الاكتراث هذا يؤدي الى نقص في المعنى، فليست اللغة شفافة دائما بل هي اصلا ليست كذلك، ان هناك حائلا يقف دون نشر المعرفة هو الاعتقاد بأن المطابقتين ممكنتان لاننا نستند الى الارث التاريخي والثقافي ونعتقد ان اللغات هبات من الطبيعة، ومن ثم فنحن نتوهم ان تعبيرنا عن الافكار يحقق مطابقة اتصالية ضرورة، قد يعيدنا قول (لوك) الى ما قالته الناقدة البريطانية (كاترين بلسي) عن اللغة وعدم دقتها في ايصال الافكار ١٧.

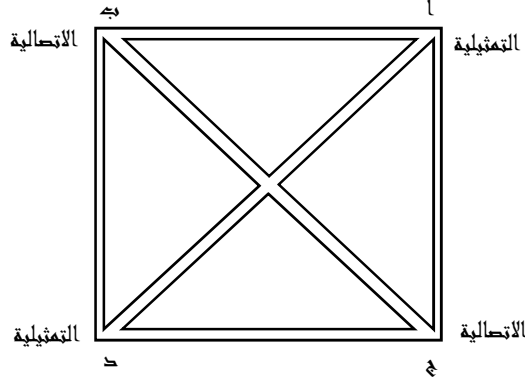
ولكن يبقى السؤال قائما، هل المنهج الوصفي لدراسة اللغة سوف يحقق درجة مقبولة في ايصال الدلالة الدقيقة؟ الاجابة عن هذا السؤال لما تزل غائمة وغير قطعية، ومع ذلك يمكن القول: ان المنهج الوصفي يقرب اللغة شيئا فشيئا من العلمية، أي من الاستعمال الدقيق (غير العاطفي)، لانها عند ذاك سوف تقف عند حدود معينة، ولان الصفة لا تأخذ من المتكلم او الكاتب سوى اشارات وهي جاهزيتها للتعبير، وقدرتها على ايصال المعنى. والمقصود باللغة الواصفة ليس النعت، أي الصفة تتبع الموصوف، فإن لم نجد موصوفا متبوعا لم نجد صفة، الامر ابعد من النعت النحوي الى النعت الدلالي

ان صحت التسمية، والنعت الدلالي موجود بوجود معنى الصفة، وهو مايشغل حيزا متسعا من الكلام المنطوق والكلام المكتوب. وان ظهرت قواعد نحوية نردها بلا التفات الى قيمتها الحقيقية، مثل القاعدة الشهيرة (الجمل بعد النكرات صفات وبعد المعارف احوال) وهي قاعدة وان اشتهرت عند المشتغلين بالنحو غير انها قاعدة الية ميكانيكية، تفرط بالمعاني الدقيقة وتجبر المحلل اللغوي على مخالفة ذوقه وعقله انسجاما مع القاعدة، ولا نناقش قواعد النحو التي ظلت تؤسس لكيثونة لغوية محنطة، بل نناقش حقيقة استعمالنا للغة حين تكون هذه اللغة واصفة فالوصف يأتي في الجمل عن طريق الصفة والموصوف والصفة المشبهة واسم الفاعل واسم المفعول.. أي ان التحليل اللغوي للنص هو الباحث عن معنى الصفة وليس عن الصفة ذاتها، وهذا ما اراده واضعو المقاييس الاسلوبية مثل بوزيمان وكورك واخرين، وما اجترحوه من طرائق لقياس الاسلوب الادبي (العاطفي) مقارنة بالاسلوب الوصفي (العلمي).

حقا ان علم اللغة الحديث لا يفرط بالقواعد النحوية ولا بالتاريخ. كيف واللغة تاريخ، لكنه يعيد تركيب اللغة من جديد، يعيد ترتيب الاولويات، ويعمل على تغيير واسع وشامل في اساليب اللغة المنطوقة والمكتوبة انسجاما مع ضرورات التواصل الذي يعد اولى المشكلات الكبرى في العصر الراهن، اذ ان هناك مراتب قد يعمل التواصل الى الوصول الى اعلاها وقد يهبط فيصبح نوعا من الهذيان. وبعض التواصل قد يكون مضرا، عند استعمال اللغة لاغراض ايديولوجية او سياسية، ولا يمكن منح التواصل قوة الاستعمال التاريخ ورموزه الثابته في عمق اللاوعي الانساني او استعمال اللغة التاريخية، عند ذاك تنحو منحى تواصليا ممتازا، بسبب ايقاظ النزعات النائمة، فتستخدم اللغة في اوسع افاق شاعريتها، باستعمال الافعال بطريقة تؤدي في الاخير الى السيطرة الفاعلة على العقل، عندها يكون دور اللغة دور (المخدر) قبل ان يكون دورا معرفيا ثقافيا انسانيا... وبهذا المعنى فان التواصل في حالاتنا العربية تحديدا، ليس دافعا لافتتاح افق جديد في التفكير ومحاورة العقل، وتحقيق مستويات من الفهم الانساني، وتغليب النزعات الانسانية بل هو احيانا يناقض ذلك تماما، أي ان مستخدم اللغة يلجأ الى الرموز والاحداث التاريخية لاحداث اكبر صدمة تواصلية في ذهن المستمع والقارئ، ومن ثم قيادته بعد ذلك الى فعل مهدم وفق مايريد مستعمل اللغة، لذلك فأن تحقيق التطابق بين الدلالة التمثيلية والدلالة الاتصالية يحدث في حالات كثيرة متناقضة، تتدرج من اقصى حالات الازعاج والفاعلية الفكرية الخلاقة الى اقصى حالات السلب والنكوص العقلي. ولكن المعهود هو كيفية تحقيق النجاح الاتصالي أي تحقيق المعنى المعتاد للاتصال واستعماله في اهداف ابستمولوجية او مدنية او حياتية، أي ان الاتصال هدفه التغيير انطلاقا من تلك المعاني، تبحث الدراسات الاعلامية واللغوية في هذه الخصائص اللصيقة بالاعلام والاتصال، وفي السبل التي تجعل منه ضعيفا او عديم الجدوى. ان احد العوائق الرئيسية التي تواجه التحقيق السليم لهدف اللغة الاتصالي، يكمن في فشلنا بوصفنا

فاعلين لسانيين ، في ان ندرك بان النجاح الاتصالي يعتمد علينا ، فنحن انفسنا من يجب ان يسعى لاستعمال اللغة بطريقة ينشأ عنها الاتصال ، فالنجاح الاتصالي غير مضمون من الطبيعة او من الله ، وهو ليس منحة من آدم ، او من المجتمع او الخصائص المتصلة باللغة نفسها" ١٨ .

المقتبس السابق يشير الى افكار لوك اللغوية أي افكار عصر النهضة ومابعد " لكن العقيدة اللسانية التي يحاول نقضها لوك هي الافتراض الموروث بوجود مطابقة مزدوجة في الدلالة : مطابقة تمثيلية للأفكار مع الأشياء بما هي افكار تعبر عن تلك الأشياء ، ومطابقة اخرى اتصالية للأفكار معبر عنها بواسطة استعمال شخص واحد للكلمات مع تلك المعبر عنها بواسطة استعمال فرد آخر للكلمات ذاتها " ١٩ . أي ان لوك هنا يقاوم الدلالة الموروثة للكلمات فهي ليست هبة الهية ولم تعطها الطبيعة عفوا ، ويقترّب من الرأي القائل ان اللغة استعمال فردي وجماعي وهي بذلك ليست قواعد فقط .



يلاحظ من المرسوم السابق ما يأتي :

محور (أب) = قوة الاتصال

محور (أج) = ضعف الاتصال

محور (بج) = قوة الأتصال

محور (أد) = ضعف الاتصال

ان التطابق بين أ و ب وكذلك بين ج و د ، يحقق أعلى درجة من درجات الاتصال ، أي ان مايقوله أ هو عينه موجود في ذهن ب ، وهذا يعني ان مستعمل اللغة يستعملها بالطريقة التي تحدث أعلى انواع الاتصال ، أي ان هناك دراسة لذهن المتلقي او المتقبل او المستقبل ، وهذا التطابق يعيد بعض الشيء القاعدة القديمة التي تقول لكل مقام مقال ، لكننا لسنا في حضرة التفاعل الشفاهي البلاغي بل في اطار عدد غير محدود من الخطابات الشفوية والمكتوبة التي تقدم لقارئ او سامع معروف او غير معروف ، ان احداث هذا التطابق هو الذي يهيئ أعلى فرصة لمستخدم اللغة كي يتواصل مع الآخر .

ويمكن توزيع الخطابات لدينا على الشكل الاتي:

- 1- محور التطابق بين الداليتين التمثيلية والتواصلية ، يتضمن انواع الخطاب الاتية : الخطاب التاريخي ، الخطاب الديني ، الخطاب العاطفي (الشعري) .
- 2- محور عدم التطابق بين الداليتين التمثيلية والتواصلية ويتضمن أنواع الخطاب الاتية : الخطاب الفلسفي ، الخطاب العلمي .

ولم نضع الخطاب الاعلامي في أي من القسمين لانه يأخذ ملامحه منهما بسبب اقترابه من التاريخ والرموز الثابته فيه . وهذا يعني ان الخطاب الاعلامي في وجهه الطبيعي الذي هدفه البناء الحضاري والثقافي مازال بعيدا عن تحقيق اهدافه ، وهذا ماينطبق على البيئة العراقية التي مازالت تعاني الكثير في اطار تقديم خطاب اعلامي يحدث نوعا مهما من انواع التغيير في المجتمع العراقي ، وهو لما يزل مرتها بارآء ايديولوجية وسياسية وتاريخية مما يجعله خطابا منحازا ، لاسيما في اوقات الصراع الحزبي والفئوي والطائفي . اي انه بعيد عن الخطاب المستقل الذي يطلب عادة في الاتصال ، وهو قريب من استعمال اللغة لاغراض الدعاية السياسية ، وهو ما أشار اليه العالم النفسي الروسي موسكوفج الذي حدد ثلاث قواعد يشخص عبرها ما يطلق عليه التحويل الدلالي او التبدل الدلالي ، وهي قاعدة الانتقاء والقسر والاولوية ٢٠ .

اخترق اللغة وتنازع الكلمات

لاشك في اننا نعالج اللغة وننظر اليها من المواقع الادبية حيث تتحد مع الالسانية وعلم اللغة الحديث ، في محاولة لتوصيف الخروقات اللغوية ، والتي قد تؤدي الى انحراف اساسي في الفكر او في السلوك الجمعي ، وقبل ذلك لابد من الوقوف عند القضايا الاساسية التي طلع بها العصر ، اذ اعتنينا باليسير منها في الصفحات السابقة ، محاولين قدر الامكان التقليل من الاختلافات بين الالسانيين ، في موضوع النظر الى دور اللغة في عالمنا المعقد والمضطرب . وربما كانت محاولة (جان جاك لوسركل) مهمة في نفي استقلال اللغة ، لكن هذه المحاولة تظل تنويعا على ما جاء به (دوسوسير) قبولا او رفضا ، غير ان اراء اخرى تظل لها قيمة نفسية واجتماعية فضلا عن قيمتها اللسانية "يرى لكان ان اللغة ليست مجرد وعاء للافكار والمعلومات ، كما انها ليست مجرد واسطة للتواصل ، بل هو يرى ان ما يؤدي الى الفشل في التواصل ايضا يحمل مغزى مهما ، فان حالات سوء التفاهم والارتباكات والممارسات الشعرية وملامح اخرى مثل زلات اللسان ، والذهول ونسيان الاسماء ، كلها تنبثق من اللغة وخلالها ، وهذه الملامح هي التي تظهر فيها اثار عمل العقل الباطن ، فهو لذلك يرى ان العقل الباطن هو الذي يخرب التواصل ، ولا يحصل هذا مصادفة بل بحسب نظام بنيوي معين . كما يرى لكان ان كل اشكال الخطاب لدينا ، هي بمعنى ما زلة لسان مستمرة" ٢١ .

لاكان هنا يتحدث عن فشل التواصل ودور العقل الباطن فيه ، ولو نقلنا ذلك الى واقع معاش مثل واقعنا ، فان العقل الباطن يتدخل في صياغة جمل اصبحت كالشعارات ، وهي محملة بشحن ايديولوجية تاريخية او دينية ، وتعمل مؤسسات لغوية وسياسية وقانونية ايضا على استثمار الكلمات والجمل في صياغات خاصة.

ويمكن اخذ عينات لغوية ، كلمات او جمل من الواقع الاعلامي العراقي ، لقياس المدى الذي تبلغه اللغة في عملية التحول الدلالي ، او الخروج عن مفهوم الاتصال الذي حددناه سابقا بانه ايجابي دائما ، ففي مثل عبارة (اتباع آل البيت) والعبارة المقابلة (اتباع المصطفى) ، المستعملتين في الصحافة السياسية والحزبية ، وقع التنازع هنا في طريقة الاستعمال للكلمات وطريقة التنازع فيها ، ولاشك في ان للعقل الباطن دورا فيها ، وهي ليست كزلة اللسان التي تحدث عنها لكان ، ولو دققنا في العبارتين لوجدنا ان هنالك حملا دلاليا ايديولوجيا تاريخيا ودينيا ومذهبيا ، فالاتباع تقتضي وجود تابع ومتبوع ، ولايوجد احدهما الا بوجود الاخر ، ونجد تطابقا بين الكلمتين في الصيغة والصوت والمعنى ، لكن صيغة المطابقة اللغوية او جدت حملا دلاليا مختلفا ، أي ان دلالة المعجم قد عطلت لصالح دلالة اخرى ، والذي يحدد الفرق بين التعبيرين ليس التطابق اذا ولا الاختلاف او الاتفاق الدلالي ، بل الذي يحدده واقع سياسي مرتبط باللغة ، ورغبة مصحوبة بنشاط اتصالي للاستحواذ على الكلمات في كلا التعبيرين. وعلى هذا فقط جرى تفكيك المعنى وتركيبه من جديد ، وكأننا نقرب من جاك دريدا فيلسوف التفكير " الذي عاد الى فكرة الاختلاف في كونه هو الذي يصنع اللغة ، فالمعنى اللغوي هو دائما نتيجة اختلاف لفظة مع اخرى ، وهو ليس معنى ثابتا قائما ، بل هو دائما مؤجل بسبب انزلاق الدال تحت المدلول عليه وبسبب علاقتهما غير المستقرة ، فالمعنى عند التفكيكين لايمكن تثبيته بل هو يوجد مبعثرا على طول السلسلة الدالة ، وعندما نقرأ جملة ما فأن معناها يبقى بشكل ما معلقا او مؤجلا ، فالدال يحيلنا الى دال اخر وهكذا دواليك ، فنجد ان المعنى الذي تبدى بالبداية قد جرى تعديله مرة بعد اخرى من خلال سلسلة بعد اخرى من السلسلة الكلامية ، ويصل دريدا الى ان اللغة ليست اداة نستعملها بل هي المادة التي نحن مصنوعون منها " ٢٢.

وفي العبارتين (اتباع آل البيت) و (اتباع المصطفى) ، الاختلاف اساسي بين العبارتين وما كان يقصده دريدا وفلسفة التفكير ، اذ المراد تثبيت الدلالة باتجاه واحد لاغير ، أي قسرها وتحديدها. والعبارتان جاءتا من داخل اللغة ومن خارجها ودخلتا الواقع الاعلامي ، ووجدنا حيزا مهما فيه سواء كان هذا الحيز مقبولا ام غير مقبول ، وهما عبارتان تنتميان الى الاتصال بمعناه التراجعي لا بالمعنى المتداول له ، وهو احداث نوع ما من انواع التفاهم المدني السلمي بين البشر ، الفكر الصراعي كان في اللغة قبل ان يكون في أي شئ اخر ، وهو تحويل للدلالة ، ونحن الذين شكلنا هذه العبارات ووجدناها ، وقد يمضي زمن ما ننسى هذه الحقيقة ، وتصبح العبارات هي التي تشكلنا ، أي هي التي توجدنا ، ففي

لحظة من لحظات الاختلاف نصح جميعا اسرى لعبارات اوجدتها طبيعة خاصة وفي مرحلة خاصة ، املتها مواضع معينة . واذا كان للغة شئ ما من العنف كما يقول البعض ومنه العنف الصوتي والعنف الدلالي ، فان ذلك لابد ان يكون طريقا للتجاذب الاجتماعي بدلا من الاتصال المدني الخلاق . ويمكن ان نتصور الحمل الدلالي للعبارتين السابقتين على الشكل الاتي :

1- الدلالة المعجمية - داخل اللغة - .

2- الدلالة السياقية التركيبية - داخل اللغة - .

3- الدلالة التمثيلية وهي تعبير الكلمات عن الافكار - داخل اللغة - .

4- الدلالة التواصلية أي ايجاد المعنى المشترك عند جميع المستقبلين للغة فهي داخلية ايضا .

وهناك دلالة اخرى خارج الدلالات الاربع وهي الدلالة الخارجية أي دلالة خارج اللغة ، والتي يصفها حدث ما او تصنعها احداث ، وتجذرها حالات من الصراع الايديولوجي والفكري والديني ، وهذه الدلالات من اكثرها ثقلنا ، وهي تتسم بعدم الاستقرار فهي تتوسع وتتجذر في اوقات الصراع ، ويخف معناها في حالات اخرى ، وهي اذ تستند الى الدلالات الاربعه السابقة ، الا انها مختلفة عنها وهذه الدلالات الخارجية ليست محايدة وليست موجودة في الكلمات ولا في الجمل التي تشكلها الكلمات ، هي موجودة فيما وراء اللغة (meta language) ، ومن هنا تظهر خطورتها في مجتمع ما وفي اوقات معينة ، أي ان الدلالة داخل اللغة ، تتساوى فيها الجملتان في المعنى ، اذ ان اتباع آل البيت هم انفسهم اتباع المصطفى ، وان اتباع المصطفى هم انفسهم اتباع آل البيت ، وتتشكل الدلالة الداخلية من وحدة المعنى ، ومن تطابق الدلالة التمثيلية مع الدلالة الاتصالية ، اما الفصل بين الجملتين يكون في عدم التطابق الدلالي ، وهو يأتي من الايديولوجيا ولا يأتي من اللغة ، وهذا لا يعني ان اللغة محايدة وان الكلمات بريئة ، لكنه يعني ان الافراد هم الذين يضيفون دلالات جديدة ، ويتنافسون في السيطرة على الكلمات والتسابق في الحصول عليها واستثمارها وتوظيفها "وانه لشئ واضح ان هناك عنفا سياسيا تاريخيا ، يتم ايقاعه ليس فقط بواسطة الكلمات وانما في الكلمات ايضا ، فنرى احد الخصمين مثلا يناضل لكي يستولي على كلمات خصمه وحرمانه منها ، وهكذا يكون اختيار الشعارات المناسبة والاستعارات المناسبة شيئا حيويا" ٢٣ .

يحدث هذا في ايام الاضطراب العام ، كما حدث في فرنسا ايام الحرب العالمية الثانية ، اذ ان القارئ المعاصر للمنشورات العمالية السرية التي كان ينشرها الحزب الشيوعي الفرنسي (...) قد يشعر بالصدمة للروح التعصبية الوطنية الضيقة التي تظهر في تلك الكتابات ٢٤ .

ان الجمل ذات الشحن الدلالي الايديولوجي تلنقي مع الكلمات والجمل ذات المنحى نفسه ، وهي تدخل في اطار الاستحواذ على الكلمات واعطائها اكبر ما يمكن من دلالات خارجية ، بالمعنى الذي ذكرناه ، فضلا عن معناها الداخلي . وقد ينظر البلاغيون الى هذه العبارات من زاوية (التورية) أي

الاخفاء ، من ورى الشئ أي اخفاه ، أي ان الظاهر المحسوس يؤدي الى باطن محسوس ايضا ، في مثل الجملتين الانفتين اللتين جرى عنهما الحوار ، وفي مثل جمل اخرى وكلمات مثل : مثلث الموت ، المثلث السني ، الميليشيات ، الجماعات المسلحة ، المكون والمكونات ، اي استعمال اللغة خارج الاطار المحدد لها ، وقد انغمس الاعلام في اللعبة الخارجية أي لعبة الاخفاء او التورية ، غير ان الثابت ان الكلمات والعبارات السابقة قد اعلنت نوعا ما من انواع الاستبداد ، الذي فرض اداته المفهومية في لغة الصحافة ولغة الاعلام بشكل عام ، وهنا فان اللغة هي التي تشكل الاعلام وهي التي تصنعه ، تماما كما شكلت الافراد وصنعت اقدارهم ، فاذا كان الانسان كائنا لغويا فان الاعلام كينونة لغوية ايضا ، وقد استسلمت هذه الكينونة في الخطاب الاعلامي . ومن هنا فان هناك خلافا ضاحيا في من يشكل من وفي من يتبع من ، ولولا خلخلة اللغة الاعلامية وضعفها لما دخلت هذه الاستعمالات في نسيجها المخرب اصلا ، وان تدني المستوى الثقافي بشكل عام وانتشار الامية الثقافية سمح لهذا التجول الفاضح في مسالك اللغة وطرقها .

ونقف عند جملة ترددت كثيرا في الاعلام وهي (المناطق المتنازع عليها) ، وقد وجدت هذه الجملة في الدستور ، أي هي جزء من المؤسسة ، وحقت اعلى تردد في الكتابات الاعلامية ، يظهر ذلك من اية عينة عشوائية تؤخذ من الكتابات الصحفية والاذاعية ، لانها ترتبط بقضية اساسية من قضايا العراق المعاصر ، وقد دخلت لغة الاعلام من باب واسع ، بسبب تعامل الاعلام اليومي ، ولم يدرك صانع الخبر والتقرير خطورة هذه الجملة ، او حتى مدى اهميتها الايديولوجية . ان تكرارها المتواصل جعل منها قضية حقيقية ، فهناك مناطق هي محل نزاع وتنازع ، وان حصل تطابق بين الدلالة التمثيلية والدلالة الاتصالية في ذهن كاتب الدستور او واضعه ، فان هذا التطابق ظل وحيد الجانب في ذهن متلقي الرسالة ، او الواسطة الاعلامية وعمل الاعلام عن طريق التردد والتكرار على ايجاد هذا النوع من التطابق بين الداليتين .

ان تفكيك العبارة السابقة يقتضي النظر الى الالف واللام ، وهما لاما التعريف والتخصيص ، أي ان المناطق قد حددت سلفا وعرفت ، فلا مجال لتحديد مجدها ، وقال : مناطق ولم يقل اراضي ، للإشارة الى انها مليئة بالسكان ، وان ساكني هذه المناطق يقعون بأرادتهم داخل دائرة الصراع ، اما لفظ (المتنازع) فهو اشتقاق من الفعل (نزع) ، " ونزع الشئ من مكانه أي قلعه ، اما التنازع في اللغة فهو التخاصم " . ٢٥ . ومن الفعل والمصدر تتحدد الدلالة ، او الانحراف في الدلالة ، اذ المقصود ان تعتاد الذاكرة الجمعية على مثل هذا التعبير ، كي يكتسب قبولا خاصا عن طريق هذه الجملة الايديولوجية والقومية ، وقد تكون هذه الجملة مقدمة لدلالات متفرقة وايحاءات عديدة ليس من المناسب ذكرها لانها مفهومة سلفا .

واذا كان التفكيك عند البعض " هو التمزيق الدقيق لقوى الدلالة في النص " ٢٦ . فإن الجملة

لا ينطبق عليها ذلك التحديد لأنها ليست نصا ، ومع ذلك نلاحظ ان هناك صراعا بين الكلمتين الاساسيتين المكونتين لهذه الجملة : بين التعريف والتكثير ، أي مناطق والمناطق ، وبين المناطق والاراضي . وكذلك تقابل بين التنازع بمعنى التخاصم وثنائية الحرب والسلم ، وتلك الثنائيات تفيد ان المعنى في الجملة السابقة فرضته المؤسسة الدستورية وحدثت به دلالة خاصة ، قد حسم معناها سلفا ، خارج العبارات التي صيغت بها ، أي ان التركيز في المعنى جاء من خارج اللغة ، وكانت لغة الاعلام طيعة لمثل هذا الاستعمال وهي كذلك في كثير من الاحوال ، وسوف تكون اللغة الادبية اكثر مناعة واكثر حذرا ، فاللغة الادبية ليست تابعة لمؤسسة ما ، اما لغة الاعلام فهي لما تزل تدور في فلك المؤسسات ، وهذا اول ضعف يوجه اليها ، فمن المفترض انها تحمّل مواضع اتصالية هدفها الوصول الى درجة عالية من البناء الحضاري المدني والثقافي .

خاتمة:

لاشك في ان اللغة اثرها البالغ في تطور المجتمعات ، ولكن هل تصلح اللغة مقياسا لهذا التطور ؟ واذا كان هذا السؤال مشروعا وحيويا ، فان دراستنا ارادت ان تظهر اوجها مختلفة لهذا الاثر ، ووقفت عند نقطة مهمة ، وهي علاقة اللغة بالأيديولوجيا والمدى الذي تشكله هذه العلاقة ، لقد خضعت اللغة في حياتنا العربية المعاصرة للتاريخ ، وهي حالة قد تبدو طبيعية في مثل حياتنا الفكرية ، لكن الانفتاح على التاريخ ، هو انفتاح على الايديولوجيا ، ومن هذا المنطلق فقدت اللغة استقلالها ، وتبع ذلك فقدان الخطاب الاعلامي استقلاله ايضا . ان عدم الاستقلال ، كان الاعلام مظهرا واضحا وفاضح له .

ان الايديولوجيا المستندة الى التاريخ ، لا يمكن التنبؤ بدقة عما تحدثه من اثار ، قد تكون عكسية ومدمرة وقد تكون غير ذلك ، غير ان الذي بدانا عن طريق هذه الدراسة ان الذي لمسناه طوال السنوات الماضية ، ان اللغة اسهمت في الانقسام الاجتماعي والديني والعنصري ، واصبحت عنوانا واداة لهذا الانقسام ، وهي بسبب علاقتها القوية بالايديولوجيا ، استعملت من قبل الجهات او الجماعات المتنازعة لتكون اداة من ادوات الصراع ، بل هي تتقدم هذه الادوات ، وحين تكون المجتمعات في حالة ضعف فكري وتخلل قيمي ، فان الايديولوجيا تتقدم بقوة ، لتهد البنيات العاطفية الثاوية في الوجدان ، او في الجدار النفسي العميق للشعوب والمجتمعات . وكلما تقدم الوعي الاجتماعي والثقافي والحضاري ضعف الارتباط بين الاثنين . ان الارتباط العميق بين الاثنين قد يعزز ظهور مقياس يمكن الاطمئنان اليه عن مدى تقدم مجتمعاتنا او مدى تخلفها .

و حين اشرنا الى التقدم في الدراسات الوصفية في اللغة ، وانتشارها في مقابل الدراسات التاريخية ، ظهر ان هناك دافعا حمل الدراسات الوصفية من الخلف ، وجعلها تقف في مقدمة الدراسات اللغوية ، والمعروف ان العالم قد تغيرت طرائق التعبير فيه ، منذ الثورة اللغوية بداية القرن الماضي ، في

مسار يبدو متساقفا مع الثورة العلمية الهائلة، واذ ينحو التطور العالمي منحى جديدا، عن طريق ثورة الاتصال، فلا بد لنا من تفحص لغتنا، وما تفرزه، ولا سيما العلاقة الوثيقة بالاعلام. وقد اخذنا نتلمس الخطر في استغلال اللغة والاستحواذ على المفردات والجمال، لا غراض لا تتسجم والتقدم نحو المستقبل، فقد لا تكون اداة مساعدة في التغيير الذي نطلبه لبلداننا ومجتمعاتنا.

الهوامش

- 1- جون.إي.جوزيف وتابلوت.جي.تيلر ، الايديولوجيا واللغة ، ترجمة وتعليق باقر جاسم محمد ، دار الشؤون الثقافية ، ط١ ، ٢٠٠٨ ص ٥ .
- 2- المصدر نفسه ص ٣٨١ .
- 3- د.عبد الراجحي ، النحو العربي والدرس الحديث ، دار النهضة العربية - بيروت ، د.ط ، ١٩٨٦ ص ١١٤ .
- 4- جون.إي.جوزيف ، مصدر سابق ص ٦ .
- 5- د.عبد الراجحي ، سابق ص ٣٠ .
- 6- المصدر نفسه ، ص ٣١ .
- 7- د. محمود خليل ومجموعة من المؤلفين ، انتاج اللغة الاعلامية في النصوص الاعلامية ، القاهرة ١٩٩٩ ، ص ١٧ .
- 8- ابراهيم محمود ، الفتنة المقدسة ، دار رياض الريس للكتب والنشر ، ط١ ، ١٩٩٩ ، ص ٢٤٤ .
- 9- د. محمد درويش ، الاسلوب بين التراث والمعاصرة ، القاهرة ، د.ت ، د.ط ، ص ٧٦ .
- 10- ابراهيم محمود ، سابق ، ص ٢٢٦ .
- 11- المصدر نفسه ، ص ٢٥٦ .
- 12- جون.إي.جوزيف ، سابق ، ص ١٧ .
- 13- المصدر نفسه ، ص ١٧ .
- 14- المصدر نفسه ، ص ٢٣ .
- 15- المصدر نفسه ، ص ٢٤ .
- 16- المصدر نفسه ، ص ٢٤ .
- 17- كاترين بلسي ، الممارسة النقدية ، ترجمة سعيد الغانمي ، دار المدى ، ط١ ، ٢٠٠١ ، ص ١٣ .
- 18- جون.إي.جوزيف ، سابق ص ٢٤ .
- 19- المصدر نفسه ، ص ٢٤ .
- 20- ينظر فريال مهنا ، تقنيات الاقتناع في الاعلام الجماهيري ، دمشق ، دار طلاس ١٩٨٩ ، ص ١٨٤ .
- 21- جان جاك لوسركيل ، عنف اللغة ، ترجمة محمد بدوي ، المنظمة العربية للترجمة،بيروت ، ط٢ ، ص ١٤ .
- 22- المصدر نفسه ، ص ١٥ .
- 23- المصدر نفسه ، ص ٣٦٧ .
- 24- المصدر نفسه ، ص ٣٦٨ .
- 25- الرازي ، مختار الصحاح ، مادة نزع .
- 26- ديفيد شبنندر ، نظرية الادب المعاصر وقراءة الشعر ، ترجمة عبد المقصود عبد الكريم ، الالف كتاب الثاني ٢٠٦ ، ص ٧٦ .

الإنترنت وتشكيل الوعي المعرفي العلمي "دراسة إبستمولوجية ميدانية"

م. د. علي جبار الشمري

كلية الاعلام - جامعة بغداد

إبستمولوجية epistemology مصطلح أستخدم في الفكر العربي المعاصر للدلالة على الدراسة النقدية للمعرفة العلمية، وهذا البحث يتناول موضوع الإنترنت ودوره في تشكيل الوعي المعرفي العلمي لدى طلبة الدراسات العليا في جامعة السليمانية، ولاسيما بعد التغيير الكبير الذي طرأ على مصادر المعرفة العلمية بعد الانفتاح الواسع على وسائل الاتصال العالمية وبمختلف اتجاهاتها، وكذلك ازدياد الكبير لوسائل الاتصال الداخلية من صحف وقنوات فضائية ومحطات إذاعية ومواقع انترنت جعلت أفراد الجمهور بشكل عام وطلبة الدراسات العليا منهم على وجه الخصوص أمام فرصة كبيرة في اختيار المصادر التي ينهلون منها معرفتهم العلمية، ولهذا فإن هذا البحث يحاول التعرف على دور الإنترنت بوصفه وسيلة اتصالية مهمة في تشكيل الوعي المعرفي العلمي لدى طلبة الدراسات العليا في جامعة السليمانية، وبما يساهم في تقديم صورة عن واقع تعاملهم مع هذه الوسيلة الحديثة من وجهة نظر نقدية، فضلاً عن الخصوصية السأيكولوجية لهؤلاء التي تميل الى المعرفة وحب الاستطلاع.

وتأتي أهمية هذا البحث من الأهمية الكبيرة لوسائل الاتصال المعاصرة في التأثير على اتجاهات طلبة الدراسات العليا وتحديد مواقفهم أزاء مختلف القضايا العلمية التي يتصدون لها بالبحث، إذ تساهم هذه الوسائل الى حد كبير في تشكيل وعيهم المعرفي، ورسم تصورهم عما يجري في العالم من تطورات علمية في ضوء ما تقدمه من بيانات ومعلومات ومعان وارشادات وافكار، لذا تتنافس الجامعات من اجل توفير احدث وسائل الاتصال لطلبتها لكي تستطيع مواكبة التطورات العلمية التي تحصل في جامعات اخرى، ولعل الإنترنت يعد من ابرز تلك الوسائل، وهذا البحث يتصدى لدراسة قضية من قضايا الاتصال المهمة وهي الإنترنت ودوره في تشكيل الوعي المعرفي لدى طلبة جامعة السليمانية.

أولاً: الإطار المنهجي للبحث

مشكلة البحث

لما كان المقصود بتحديد المشكلة هو تضيق حدود الموضوع بحيث يكون مقتصرًا على ما يريد الباحث تناوله، وليس على ما يوحى به العنوان من موضوعات لا يريد الباحث تناولها (١)، فإن السمة الرئيسية التي تميز البحوث العلمية كونها تنطوي على مشكلة محددة تحتاج لمن يتصدى لها بالدراسة والتحليل من جوانبها المتعددة (٢)، ومشكلة البحث معنية بالإجابة عن تساؤلات يثيرها الباحث أو اختبار فرضيات أملتها مقتضيات البحث تحقيقاً لأهدافه.

وتساؤلات هذا البحث هي:

- 1- هل يسهم الإنترنت بعده وسيلة اتصالية حديثة في تشكيل الوعي المعرفي العلمي.
- 2- هل سيكون الإنترنت بديلاً عن وسائل اتصالية أخرى لنشر المعرفة العلمية.
- 3- إلى أي مدى يستطيع طلبة العلم الاستفادة مما يوفره الإنترنت من بيانات ومعلومات هي أساس المعرفة العلمية الحديثة.

وعلى هذا فإن مشكلة هذا البحث ذات اتجاهين الأول أيجابي يتمثل بالوفرة الاتصالية للإنترنت في جامعة السليمانية بهدف توفير المعرفة العلمية للطلبة بوجه عام وطلبة الدراسات العليا بوجه خاص، والثاني سلبي يتمثل باللجوء إلى هذه الوسيلة لسهولة الوصول إلى المعلومات ما يؤدي إلى إهمال وسائل أخرى أكثر أهمية ودقة.

لذا يحاول هذا البحث اختبار مجموعة من فرضيات الاستقلال القائمة على افتراض أن النتائج جاءت من مجتمع واحد، وبالتالي فإنه ليست هناك أية علاقة بين إجابات الطلبة المبحوثين ومتغيرات البحث ذات دلالة معنوية إحصائية (٣) وهذه الفرضيات هي: الفرضية الرئيسية الأولى: ليس هناك أية علاقة بين إجابات الطلبة المبحوثين بشأن دوافع استخدام الإنترنت ومتغيري النوع والتخصص العلمي، وتندرج تحت هذه الفرضية الفرضيات الفرعية الآتية:

- 1- ليس هناك أية علاقة بين إجابات الطلبة المبحوثين بشأن استخدام الإنترنت لزيادة المعرفة العلمية ومتغيري النوع والتخصص العلمي.
- 2- ليس هناك أية علاقة بين إجابات الطلبة المبحوثين بشأن استخدام الإنترنت للحصول على البيانات والمعلومات العلمية ومتغيري النوع والتخصص العلمي.
- 3- ليس هناك أية علاقة بين إجابات الطلبة المبحوثين بشأن استخدام الإنترنت لمعرفة معاني المفاهيم العلمية ومتغيري النوع والتخصص العلمي.
- 4- ليس هناك أية علاقة بين إجابات الطلبة المبحوثين بشأن استخدام الإنترنت لحدثة البيانات

- و المعلومات المنشورة فيه ومتغيري النوع والتخصص العلمي.
- 5- ليس هناك أية علاقة بين إجابات الطلبة المبحوثين بشأن إستخدام الإنترنت بسبب دقة البيانات و المعلومات المنشورة فيه ومتغيري النوع والتخصص العلمي.
- 6- ليس هناك أية علاقة بين إجابات الطلبة المبحوثين بشأن إستخدام الإنترنت لزيادة المعرفة العلمية بسبب صعوبة الحصول على المصادر الأخرى ومتغيري النوع والتخصص العلمي.
- 7- ليس هناك أية علاقة بين إجابات الطلبة المبحوثين بشأن إستخدام الإنترنت للحصول على ارشادات علمية ومتغيري النوع والتخصص العلمي.
- 8- ليس هناك أية علاقة بين إجابات الطلبة المبحوثين بشأن إستخدام الإنترنت لمعرفة احكام علمية معينة ومتغيري النوع والتخصص العلمي.
- 9- ليس هناك أية علاقة بين إجابات الطلبة المبحوثين بشأن إستخدام الإنترنت لمعرفة التطورات العلمية ومتغيري النوع والتخصص العلمي.
- 10- ليس هناك أية علاقة بين إجابات الطلبة المبحوثين بشأن إستخدام الإنترنت من اجل الاتصال العلمي بالآخرين ومتغيري النوع والتخصص العلمي.
- 11- ليس هناك أية علاقة بين إجابات الطلبة المبحوثين بشأن إستخدام الإنترنت لسهولة وسرعة الحصول على البيانات و المعلومات ومتغيري النوع والتخصص العلمي.
- الفرضية الرئيسة الثانية: ليس هناك أية علاقة بين إجابات الطلبة المبحوثين بشأن انطباعاتهم عن الإنترنت ومتغيري النوع والتخصص العلمي، وتدرج تحت هذه الفرضية الفرضيات الفرعية الآتية:
- 1- ليس هناك أية علاقة بين إجابات الطلبة المبحوثين بشأن صحة البيانات و المعلومات العلمية المنشورة في الإنترنت ومتغيري النوع والتخصص العلمي.
- 2- ليس هناك أية علاقة بين إجابات الطلبة المبحوثين بشأن اهمية الإنترنت كوسيلة لتلقي المعرفة العلمية ومتغيري النوع والتخصص العلمي.
- 3- ليس هناك أية علاقة بين إجابات الطلبة المبحوثين بشأن تفضيل الإنترنت على غيره من الوسائل في اكتساب المعرفة العلمية ومتغيري النوع والتخصص العلمي.
- الفرضية الرئيسة الثالثة: ليس هناك أية علاقة بين إجابات الطلبة المبحوثين بشأن إسهام الإنترنت في تشكيل وعيهم المعرفي العلمي ومتغيري النوع والتخصص العلمي ، وتدرج تحت هذه الفرضية الفرضيات الفرعية الآتية:
- 1- ليس هناك أية علاقة بين إجابات الطلبة المبحوثين بشأن إسهام الإنترنت في تشكيل الوعي

- المعرفي العلمي ومتغيري النوع والتخصص العلمي.
- 2- ليس هناك أية علاقة بين إجابات الطلبة المبحوثين بشأن زيارتهم لمواقع معينة في الإنترنت لاكتساب المعرفة العلمية ومتغيري النوع والتخصص العلمي.
- 3- ليس هناك أية علاقة بين إجابات الطلبة المبحوثين بشأن كفاية المواقع الكوردية في الإنترنت لاكتساب المعرفة العلمية ومتغيري النوع والتخصص العلمي.
- 4- ليس هناك أية علاقة بين إجابات الطلبة المبحوثين العلمي بشأن كفاية البيانات والمعلومات العلمية المنشورة في الإنترنت لسد حاجتهم في اكتساب المعرفة العلمية ومتغيري النوع والتخصص.
- 5- ليس هناك أية علاقة بين إجابات الطلبة المبحوثين بشأن الإستفادة من البيانات والمعلومات العلمية المنشورة في الإنترنت في اتخاذ القرارات العلمية ومتغيري النوع والتخصص العلمي.
- 6- ليس هناك أية علاقة بين إجابات الطلبة المبحوثين بشأن البيانات والمعلومات العلمية التي اطلعوا عليها في الإنترنت ومتغيري النوع والتخصص العلمي بشأن اجراء حوار مع زملائهم.
- 7- ليس هناك أية علاقة بين إجابات الطلبة المبحوثين بشأن الإستفادة من البيانات والمعلومات العلمية التي اطلعوا عليها في الإنترنت في إثارة الاسئلة العلمية ومتغيري النوع والتخصص العلمي.
- 8- ليس هناك أية علاقة بين إجابات الطلبة المبحوثين بشأن إسهام البيانات والمعلومات العلمية التي اطلعوا عليها في الإنترنت في تحديد اتجاهاتهم العلمية ومتغيري النوع والتخصص العلمي .
- الفرضية الرئيسة الرابعة: ليس هناك أية علاقة بين إجابات الطلبة المبحوثين بشأن وجود مشكلات تواجههم في الإستفادة من الإنترنت ومتغيري النوع والتخصص العلمي، وتدرج تحت هذه الفرضية الفرضيات الفرعية الآتية:
- 1- ليس هناك أية علاقة بين إجابات الطلبة المبحوثين بشأن عدم امتلاكهم لمهارات متقدمة لإستخدام الإنترنت في اكتساب المعرفة العلمية ومتغيري النوع والتخصص العلمي.
- 2- ليس هناك أية علاقة بين إجابات الطلبة المبحوثين بشأن عدم القدرة على اكتساب المعرفة العلمية من الإنترنت بسبب الافراط المعلوماتي فيه ومتغيري النوع والتخصص العلمي.
- 3- ليس هناك أية علاقة بين إجابات الطلبة المبحوثين بشأن عدم معرفة لغات الأخرى ما يعيق إستخدام الإنترنت لاكتساب المعرفة العلمية ومتغيري النوع والتخصص العلمي.
- 4- ليس هناك أية علاقة بين إجابات الطلبة المبحوثين بشأن إجابات الطلبة المبحوثين بشأن مواجهتهم لصعوبات في فهم الكثير من البيانات والمعلومات المنشورة في الإنترنت ومتغيري النوع والتخصص العلمي.
- 5- ليس هناك أية علاقة بين إجابات الطلبة المبحوثين بشأن مواجهتهم صعوبة في إستخدام

بعض المواقع في الإنترنت بسبب طبيعة تصميمها ومتغيري النوع والتخصص العلمي.
6- ليس هناك أية علاقة بين إجابات الطلبة المبحوثين بشأن عدم استفادتهم من الإنترنت في اكتساب المعرفة العلمية بسبب ضيق الوقت ومتغيري النوع والتخصص العلمي.

أهداف البحث

تتحدد أهداف هذا البحث بما يأتي:

- 1- الكشف عن دوافع طلبة الدراسات العليا في جامعة السليمانية في استخدام الإنترنت.
- 2- الكشف عن انطباعات طلبة الدراسات العليا في جامعة السليمانية عن الإنترنت.
- 3- الكشف عن إسهام الإنترنت في تشكيل الوعي المعرفي العلمي لدى طلبة الدراسات العليا في جامعة السليمانية.
- 4- الكشف عن المشكلات التي تواجه طلبة الدراسات العليا في جامعة السليمانية في الاستفادة من الإنترنت.

نوع البحث ومنهجه

يعد هذا البحث من البحوث الوصفية التي تهدف إلى دراسة الأوضاع الراهنة للظاهرة من حيث خصائصها، وأشكالها، وعلاقاتها، والعوامل المؤثرة في ذلك، ما يسهم في تصحيح الواقع، أو تحديثه، أو استكمالها أو تطويره، أي فهم الحاضر بهدف توجيه المستقبل (٤)، لذا فإن البحوث الوصفية تعد إحدى الطرائق الأساسية والمهمة التي يمكن اللجوء إليها لدراسة المواقف الاجتماعية ومظاهر السلوك الإنساني (٥)، وتحقيقاً لأهداف البحث فقد أتبع الباحث المنهج المسحي للوصول إلى النتائج المرجوة ذلك أن البحوث الرامية إلى قياس وتخمين آراء الأفراد والجماعات ومواقفها وانطباعاتها وميولها واتجاهاتها، عادة ما تلجأ إلى طريقة المسح الميداني.

أداة البحث

نظراً لعدم توافر أداة محلية لقياس الإنترنت ودوره في تشكيل الوعي المعرفي العلمي، وعدم وجود مقياس اجنبي مقنن على البيئة العراقية بشكل عام وإقليم كردستان بشكل خاص في حدود علم الباحث، فقد تطلب الأمر بناء مقياس الإنترنت ودوره في تشكيل الوعي المعرفي العلمي تتوافر فيه شروط بناء المقياس العلمي من صدق وثبات وموضوعية والقدرة على التمييز، وتتحدد خطوات بناء مقياس العلمي بما يأتي: (٦)

أ. التخطيط لمجالات المقياس، من أجل الحصول على فقرات المقياس اطلع الباحث على

الادبيات العلمية المتوافرة عن مفهوم المعرفة العلمية وسبل تشكلها.

ب. جمع الفقرات وصياغتها، لغرض الحصول على فقرات الوعي المعرفي العلمي لدى الطلبة المبحوثين قام الباحث بأجراء مناقشة مع عدد من طلبة الدراسات العليا في جامعة السليمانية بهدف استطلاع آرائهم والوصول الى صياغة فقرات المقياس، كما قام بعد اتمام بناء المقياس بصورته الاولى بأجراء بحث استرشادي Pilot survey عن طريق تجربة المقياس على عشرة من الطلبة، بقصد اختبار كفاءته من حيث البيانات التي يوفرها ووضوحه وتحديد مدى استجابتهم له. وقد روعي ان تكون كل فقرة معبرة عن فكرة واحدة وقابلة لتفسير واحد، وان يكون محتوى الفقرة واضحا وصريحا، وان لا تكون الفقرات مطولة.

وقد احتوى المقياس على (٢٨) فقرة تناولت جميع جوانب مشكلة البحث وزعت على خمسة محاور الاول محور البيانات العامة، والثاني محور دوافع طلبة الدراسات العليا في استخدام الإنترنت، والثالث انطباعات هؤلاء عن الإنترنت ودوره في تشكيل وعيهم المعرفي العلمي، والرابع إسهام الإنترنت في تشكيل الوعي المعرفي العلمي للطلبة، اما المحور الخامس فقد تناول المعوقات التي تواجه طلبة الدراسات العليا في استخدام الإنترنت.

ولغرض التحليل الاحصائي للفقرات وأيجاد قوتها التمييزية ودرجة اتساقها الداخلي واستبعاد الفقرات غير المميزة، والتحقق من صدق وثبات المقياس تم اختيار عينة عشوائية تتكون من (١٠٠) طالب وطالبة من طلبة الدراسات العليا في جامعة السليمانية. ولتصحيح المقياس وأيجاد الدرجة الكلية وضع الباحث درجة لاستجابة المستجيب عن كل فقرة من فقرات المقياس، ومن ثم جمع هذه الدرجات لأيجاد الدرجة الكلية لكل استمارة وقد تم تصحيح المقياس على اساس (٢٨) فقرة بعد ان اعطيت الدرجة للاستجابة في ضوء اختيارات المستجيبين لبدائل الاجابة، وقد بلغت اعلى درجة يمكن الحصول عليها (٨٤)، وهي حاصل ضرب عدد الفقرات $3 \times$ في حين بلغت ادنى درجة للاجابة (٢٨)، وهي حاصل ضرب 1×28 ، بينما بلغت درجة الحياد (٥٦)، وهي حاصل ضرب عدد الفقرات $2 \times$.

ج. تحليل الفقرات، تعد عملية تحليل الفقرات خطوة اساسية في بناء المقاييس لمعرفة قوتها التمييزية بهدف اعداد المقياس بشكله النهائي بما يتلاءم واهداف البحث، وقد اعتمد الباحث اسلوب علاقة الفقرة بالمجموع الكلي ويسمى بصدق الفقرات، فمن المعروف في بناء المقاييس أنه كلما زاد معامل ارتباط الفقرة بالمجموع يزيد من احتمال الحصول على مقياس اكثر تجانساً (٧)، اذ تم استخراج معامل التمييز بهذه الطريقة بواسطة أيجاد العلاقة الارتباطية بين درجات افراد العينة على كل فقرة وبين الدرجة الكلية للمقياس، باستخراج معامل ارتباط بيرسون، وعند مقارنة معاملات الارتباط مع القيمة الجدولية تبين ان الفقرات كافة ذات دلالة احصائية.

د. صدق المقياس، يعد الصدق من أهم الخصائص التي ينبغي توافرها في المقياس قبل تطبيقه لأنه يؤثر قدرته على ما يجب قياسه فعلاً (٨)، ويعد الاتساق الداخلي أو التجانس الداخلي من المؤشرات الاحصائية التي تمكن من الكشف عن صدق بناء المقياس، والذي يتمثل في قوة الارتباط بين الفقرات لقياس السمة (٩)، وبما أن الفقرات التي استبقيت في مقياس الوعي المعرفي العلمي بصيغتها النهائية تملك القوة التمييزية وصادقة في قياس ما أعدت لقياسه كما أشار ارتباطها بالدرجة الكلية للمقياس، فإن هذا يعد مؤشراً لصدق البناء في مقياس الإنترنت ودوره في تشكيل الوعي المعرفي العلمي. ثبات المقياس، يعد الثبات من الخصائص الأساسية للمقاييس، رغم أهمية تقدم الصدق عليه، لأن المقياس الصادق يعد ثابتاً فيما قد لا يكون المقياس الثابت صادقا، والمقياس الثابت يجب أن يعطي النتائج ذاتها كلما أعيد تطبيقه، وينبغي أن لا يعطي نتائج مختلفة عند إعادة تطبيقه (١٠).

لقد توافر في المقياس الحالي مؤشر الثبات باستخدام طريقة التجزئة النصفية، إذ تم اخذ الاستثمارات البالغ عددها (١٠٠) استثماراً، وتم تقسيم فقرات المقياس إلى نصفين أسئلة فردية وأسئلة زوجية ثم استخرج معامل الارتباط بيرسون بين درجات النصفين للمقياس ككل حيث بلغ (٠,٨٨)، وهو ذو دلالة احصائية.

حدود البحث

شملت حدود البحث ثلاثة مجالات أساسية هي:

- 1- المجال الزماني، استغرق العمل الميداني الذي قام به الباحث بتوزيع الاستبانة على الطلبة واسترجاعها إليه شهراً واحداً هو شهر تموز ٢٠٠٧.
- 2- المجال المكاني، وتحدد بالمركز الرئيس للإنترنت في جامعة السليمانية، لأن هذا المركز يرتاده طلبة الدراسات العليا من الاختصاصات العلمية كافة. ٣- المجال البشري، لقد قام الباحث بتوزيع ١٠٠ استثماراً استبانة بشكل عشوائي على الطلبة الذين زاروا المركز خلال مدة البحث، وقد استطاع الباحث جمع الاستثمارات كافة.

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 اختار عشوائياً (١٠٠)

طالب وطالبة من طلبة الدراسات العليا من اختصاصات متنوعة ومن مراحل دراسية مختلفة ممن زاروا المركز الرئيس للإنترنت في الجامعة، وبواقع (٥٤) طالبا وطالبة من الاختصاصات العلمية و(٤٦) طالبا وطالبة من الاختصاصات الانسانية، وهذه العينة تمثل نسبة (٢٠%) من الطلبة البالغ عددهم حوالي (٦٨٠) طالبا وطالبة وهي نسبة مقبولة.

الأساليب الإحصائية

تحقيقاً لأهداف البحث ولغرض تحليل البيانات ومعالجتها تم استخدام الأساليب الإحصائية

الآتية: (١١)

أ. اختبار مربع كا^٢، وتم استخدامه لمعرفة وجود علاقة بين اجابات الطلبة المبحوثين ومتغيري النوع والإختصاص العلمي.

ب. معامل ارتباط بيرسون، وتم استخدامه لحساب ارتباط درجة الفقرة بالدرجة الكلية، وكذلك تم استخدامه في المقياس لاستخراج معامل الثبات المستخرج بطريقة التجزئة النصفية.

ثانياً: مفهوم الوعي

يعد الوعي سبيل المرء الى الفهم والادراك ومعرفة الامور على حقيقتها، لذا فإن نشر الوعي بقضية ما لدى الجمهور يعد احد الادوار المهمة التي تضطلع بها مختلف المؤسسات الاجتماعية والتربوية والإعلامية عن طريق تزويد ذلك الجمهور بالمعلومات والاحداث والحقائق والارشادات المتعددة بشأن ما يقع من مجريات في مجتمعهم وما يستجد من قضايا ومشكلات، فالوعي انعكاس للواقع الموضوعي، وهو كامن في الانسان نفسه، وبذا فهو المجمل الكلي للعمليات العقلية التي تشترك إيجابياً في فهم الانسان للعالم الموضوعي ولوجوده الشخصي (١٢)، ويقسم علماء النفس الوعي الى جانبين هما الجوانب النشطة وتشمل التخطيط والتدريب والتعليم والرقابة، والجوانب المستقلة وتشمل التنبيه العادي للأفكار والعواطف والاحاسيس والخيالات وما شابه ذلك (١٣)، والوعي بمعناه الشمولي يتخذ مستويين الاول فردي وذلك من خلال علاقة الفرد بعالمه المادي، والثاني جماعي او انساني حيث ان وعي الفرد مرتبط بدرجة الوعي التي وصل اليها المجتمع، فالفرد يتلقى من مجتمعه كل ما يستطيع استيعابه من مكتسبات الوعي التي ينتجها له الواقع الاجتماعي ووضعه الطبقي، فهو يتعلم طرائق التفكير، ويتعلم المعارف والأخطاء والأوهام والتصورات وغيرها، وذلك من خلال علاقات محددة تسهم في تحديد اختياراته (١٤)، وهنا تبرز خصوصية الوعي المعرفي العلمي عند مقارنته بالوعي الفردي على الرغم من أن الاول يؤثر في الثاني، فالوعي الفردي وعي الانسان المنفرد، بينما يمثل الوعي المعرفي العلمي ظاهرة ذات طابع جماهيري أي أنه يشمل معارف وتصورات وآراء يشترك

فيها كثيرون (١٥).

وبناءً على ما تقدم فإن وعي الفرد يتطلب عملية التعلم الذي توفره عملية التنشئة Socialization وهي عملية تلقين الفرد قيم ومقاييس مجتمعه الذي يعيش فيه بحيث يصبح متدرباً على إشغال مجموعة ادوار تحدد نمط سلوكه اليومي (١٦)، وهذا يتم من خلال قنوات عدة بدءاً من الاسرة التي تعد الوسيط الاول بين الفرد والمجتمع الذي يعيش فيه (١٧)، اذ تقوم بتشكيل وعيه الاجتماعي والاخلاقي والسياسي (١٨)، مروراً بالمدرسة وهي الحلقة الاولى في تشكيل الوعي المعرفي العلمي للفرد، فضلاً عن عنايتها باتجاهات الفرد وسلوكه في المجتمع (١٩)، ووسائل الاتصال الجماهيرية التي تعد احدى وسائل زيادة الوعي لدى الفرد من خلال ما تقدمه له من آراء ومعلومات (٢٠)، فتأثير وسائل الاتصال الواسعة الانتشار عظيم على الوعي المعرفي للأفراد (٢١).

وبذا فإن الوعي المعرفي العلمي يتخذ بعداً فردياً عندما يتعلق بالقدرات العقلية كالذكاء والادراك، ويتخذ بعداً اجتماعياً كون الفرد ابن بيئته، وهي تسهم في مستوى وعيه المعرفي العلمي كما يسهم هو في تحديد ملامح المعرفة العلمية لتلك البيئة.

ثالثاً: المعرفة العلمية

لقد حاول الإنسان منذ القدم أن يتعرف على عناصر البيئة المحيطة، ويكشف الكثير من أسرارها في محاولة منه للوقوف على حقيقة القوى التي تقف وراءها، لأنه لا يستطيع أن يعيش وسط الظواهر والأشياء دون أن يكون له بعض الأفكار والمعارف التي تساعد على تحديد سلوكه أزاءها، وتمكنه من وضع حلول للمشكلات التي تواجهه، ويكون هذا نتيجة لاكتساب ذهني لمعرفة او معلومة من خلال فعل المرء مع الآخرين او تعرضه لرسالة اتصالية (٢٢)، والمعرفة عبارة عن مجموعة المعاني والمعتقدات والأحكام والمفاهيم والتصورات الفكرية التي يكونها الإنسان نتيجة لمحاولاته المتكررة لفهم الظواهر والأشياء المحيطة به، وهي لا تقتصر على ظواهر بعينها، بل تتناول كل ما يحيط بالإنسان وما يتصل به، وهي نتاج العقلية العلمية المنظمة التي تسعى الى التحرر من مخلفات عصور الجهل والخرافة (٢٣). والمعرفة أوسع من العلم، فهي تشمل معرفة علمية وأخرى غير علمية، وما يميز هذين النوعين هو ان المعرفة العلمية تقوم على قواعد المنهج وأساليب التفكير في تحصيل المعارف، لذا يوصف العلم بأنه "معرفة مصنفة" بينما تقتصر المعرفة غير العلمية إلى ذلك، لذا تعد المعرفة بؤرة تقدم البشرية ومساعدتها ورفاهها، كما أنها السبيل لبلوغ مستويات ارفع من التنمية (٢٤)، ومسار المعرفة كما يأتي: (٢٥)

- 1- البيانات، وهي حقائق موضوعية غير مترابطة.
- 2- المعلومات، وهي بيانات يتم تصنيفها وتقويمها وتحليلها ووضعها في اطار واضح ومفهوم.

- 3- المعرفة، وهي بناء نظم ذهنية تحيط بالظاهرة أو الحدث، إذ تتضمن مستوى الفهم، والاستيعاب، وإعادة الصياغة، وإبراز العلاقات والدلالات الضمنية للمعلومات المتوافرة.
- 4- الحكمة، وهي أعلى مستوى للمعرفة، إذ تتحول المادة الفكرية إلى توجيهات تمثل المرجعيات الأساسية للسلوك والأفكار.

وتعتمد المعرفة العلمية استقرار الظواهر عن طريق الملاحظة المنظمة، وفرض الفروض وإجراء التجارب وجمع البيانات وتحليلها للثبوت من صحة الفروض أو خطئها، وهي ليست امتداداً للمعرفة العامة، بل هي انتقال من طريقة التفكير المطلق إلى التفكير المقيد الملتزم بالمنهج، لذا نقول العلم بمنهجه لا بموضوعه، كما أن كل معرفة علمية جديدة هي استمرار للمعرفة العلمية السابقة، فتاريخ العلم سلسلة يرتبط بعضها ببعض، لذا نقول إن العلم ذو سمة تراكمية، وأخيراً فالمعرفة العلمية كما يرى إدوارد سعيد هي سلاح في ساحة معركة يشهدها الزمن الراهن (٢٦). ولعل ما يميز المعرفة العلمية عن أنواع المعرفة الأخرى التي تفنقر التخطيط والتنظيم هو أنها معرفة منهجية، فالمنهج هو العنصر الثابت في كل معرفة علمية، أما مضمونها والنتائج التي تصل إليها فهي تتغير مستمر (٢٧).

أخيراً تعد المعرفة إحدى الوظائف التي تضطلع بها وسائل الاتصال الجديدة لتعلم شيء واكتساب معلومات ومعارف عامة بشكل عام، وتخزينها واستدعائها عند الحاجة (٢٨)، والتعلم الذي يمنحه استعمال تلك الوسائل، يتبدى بوصفه بناءً مكوناً من معرفة ليست علمية فحسب بل عملية أيضاً (٢٩).

رابعاً: الإنترنت

بدأت فكرة إنشاء شبكة معلومات من قبل وزارة الدفاع الأميركية في عام ١٩٦٩ م عن طرق تمويل مشروع لتأمين اتصال الإدارة مع متعدي القوات المسلحة، وعدد كبير من الجامعات التي تعمل على أبحاث ممولة من القوات المسلحة، وتستخدم الشبكة في مجالات عديدة، لما تقدمه من خدمات معلوماتية وخدمة البريد الإلكتروني، كما تستخدم في الجامعات والمدارس ومراكز الأبحاث، إذ يتم من خلالها نقل وتبادل المعلومات بينها، ونشر الأبحاث العلمية، كما يستطيع الباحث الحصول على المعلومات المطلوبة من المكتبات العامة أو من مراكز المعلومات بسرعة كبيرة جداً بالمقارنة مع الطرق التقليدية. ويسهم الإنترنت في نقل المعرفة والمعلومات ومواد الاتصال كافة بين المجتمعات بشكل مباشر (٣٠)، وهو واحد من أبرز وسائل الاتصال التفاعلية عن طريق مجموعة كبيرة جداً من أجهزة الحاسوب المتصلة فيما بينها بحيث يتمكن مستخدموها من المشاركة في تبادل المعلومات، ويشغل الإنترنت أكبر شبكة حواسيب في العالم على الإطلاق، وهي شبكة مفتوحة لكل من يرغب بالاتصال بها (٣١)، إذ أصبح الملايين من الناس في العالم يستخدمونها ويتواصلون عن طريقها،

وأصبح لأول مرة في تاريخ الإنسانية حوار كوني متصل ويشمل جميع القضايا الإنسانية (٣٢). والإنترنت ليس مجرد مجموعة من المعلومات والحواشيب والأسلاك، بل هو مجموعة من البرامج تجعله يعمل بفاعلية (٣٣)، وتتطور البرامج المستخدمة في الإنترنت وطرق عرضها، إذ ينطلق المستخدم من منطلق أين مكان الفائدة التي يبحث عنه، ويطور استخداماته في التقنيات بشكل متسارع وفق انتاجات الشركات العالمية (٣٤)، وهناك اتجاهان في دراسة هذه التقنيات هما: (٣٥).

- 1- الاتجاه الأيجابي، وشمل حاجز تخطي الزمان والمكان، وسهولة انسياب المعلومات، والتفاعل مع الناس عن بعد، والقدرة على الإستفادة من الخبرات دون حاجة لهجرتها، فضلا عن إقامة علاقات مباشرة بين الأبحاث لتحقيق أهداف مشتركة، واختصار المراحل التاريخية لمحاولة الإستفادة من عصر المعلومات لنهضة الدول وزيادة التواصل الإنساني، وأخيرا حرية الرأي والتعبير.
- 2- الاتجاه السلبي، وشمل إتاحة الفرصة للاستحواذ على سلطة المعلومات وتقنياتها واحتكارها للدول المتقدمة، وترويج ثقافة وقيم الدول المسيطرة على حساب القيم والثقافة المحلية، وتحويل العالم الى مجتمع خدمات مبرمجة يعتمد على مركزية المعرفة بوصفها مصدرا للإبداع وسيطرة التكنولوجيا على التوجهات المستقبلية.

خامسا: تفسير النتائج

دوافع الطلبة المبحوثين من إستخدام الإنترنت

1- استخدام الإنترنت لزيادة المعرفة العلمية

أظهرت النتائج أن (٨١%) من الطلبة المبحوثين وافقوا تماما على أن الدافع من إستخدامهم للإنترنت هو لزيادة معرفتهم العلمية، وأشار (١٩%) منهم الى أنهم موافقون الى حد ما، ولم يشر أي منهم الى أنه غير موافق على ذلك. وعند مقارنة قيمة كا^٢ الفعلية على وفق متغير النوع وهي ١,١٩ مع قيمة كا^٢ النظرية عند درجة حرية ٢ ومستوى معنوية ٠,٠٥ وهي ٥,٩٩ نجد أن قيمة كا^٢ الفعلية اصغر من قيمة كا^٢ النظرية، ومن ثم نقبل فرضية الاستقلال أي أنه لا توجد أية علاقة بين إجابات الطلبة المبحوثين بشأن إستخدام الإنترنت لزيادة المعرفة العلمية ومتغير النوع.

وعند مقارنة قيمة كا^٢ الفعلية على وفق متغير الاختصاص العلمي وهي ٠,٦٠ مع قيمة كا^٢ النظرية عند درجة حرية ٢ ومستوى معنوية ٠,٠٥ وهي ٥,٩٩ نجد أن قيمة كا^٢ الفعلية اصغر من قيمة كا^٢ النظرية، ومن ثم نقبل فرضية الاستقلال أي أنه لا توجد أية علاقة بين إجابات الطلبة المبحوثين بشأن إستخدام الإنترنت لزيادة المعرفة العلمية ومتغير الاختصاص العلمي.

2- إستخدام الإنترنت للحصول على البيانات والمعلومات العلمية

اظهرت النتائج ان (٨٢%) من الطلبة المبحوثين وافقوا تماما على ان الدافع من إستخدامهم للإنترنت هو للحصول على البيانات والمعلومات العلمية، وأشار (١٧%) منهم الى أنهم موافقون الى حد ما، وأشار (١%) منهم الى أنه غير موافق على ذلك.

وعند مقارنة قيمة كا^٢ الفعلية على وفق متغير النوع وهي ١٦,٦ مع قيمة كا^٢ النظرية عند درجة حرية ٢ ومستوى معنوية ٠,٠٥ وهي ٥,٩٩ نجد ان قيمة كا^٢ الفعلية اكبر من قيمة كا^٢ النظرية، ومن ثم نرفض فرضية الاستقلال أي أنه توجد علاقة بين إجابات الطلبة المبحوثين بشأن إستخدام الإنترنت للحصول على البيانات والمعلومات العلمية ومتغير النوع.

وعند مقارنة قيمة كا^٢ الفعلية على وفق متغير الإختصاص العلمي وهي ٩,٧ مع قيمة كا^٢ النظرية عند درجة حرية ٢ ومستوى معنوية ٠,٠٥ وهي ٥,٩٩ نجد ان قيمة كا^٢ الفعلية اكبر من قيمة كا^٢ النظرية، ومن ثم نرفض فرضية الاستقلال أي أنه توجد علاقة بين إجابات الطلبة المبحوثين بشأن إستخدام الإنترنت للحصول على البيانات والمعلومات العلمية ومتغير الإختصاص العلمي.

3- إستخدام الإنترنت لمعرفة معاني المفاهيم العلمية

اظهرت النتائج ان (٦٣%) من الطلبة المبحوثين وافقوا تماما على ان الدافع من إستخدامهم للإنترنت هو لمعرفة معاني المفاهيم العلمية، وأشار (٣٣%) منهم الى أنهم موافقون الى حد ما، وأشار (٤%) منهم الى أنهم غير موافقين على ذلك.

وعند مقارنة قيمة كا^٢ الفعلية على وفق متغير النوع وهي ١٦,٣٩ مع قيمة كا^٢ النظرية عند درجة حرية ٢ ومستوى معنوية ٠,٠٥ وهي ٥,٩٩ نجد ان قيمة كا^٢ الفعلية اكبر من قيمة كا^٢ النظرية، ومن ثم نرفض فرضية الاستقلال أي أنه توجد علاقة بين إجابات الطلبة المبحوثين بشأن إستخدام الإنترنت لمعرفة معاني المفاهيم العلمية على وفق متغير النوع.

وعند مقارنة قيمة كا^٢ الفعلية على وفق متغير الإختصاص العلمي وهي ٤,١ مع قيمة كا^٢ النظرية عند درجة حرية ٢ ومستوى معنوية ٠,٠٥ وهي ٥,٩٩ نجد ان قيمة كا^٢ الفعلية اصغر من قيمة كا^٢ النظرية، ومن ثم نقبل فرضية الاستقلال أي أنه لا توجد أية علاقة بين إجابات الطلبة المبحوثين بشأن إستخدام الإنترنت لمعرفة معاني المفاهيم العلمية على وفق متغير الإختصاص العلمي.

4- إستخدام الإنترنت لحدثة البيانات والمعلومات المنشورة فيه

اظهرت النتائج ان (٥٩%) من الطلبة المبحوثين وافقوا تماما على ان الدافع من إستخدامهم للإنترنت هو لحدثة البيانات والمعلومات المنشورة فيه، وأشار (٤٠%) منهم الى أنهم موافقون الى حد ما، وأشار (١%) منهم الى أنه غير موافق على ذلك.

وعند مقارنة قيمة كا^٢ الفعلية على وفق متغير النوع وهي ١ مع قيمة كا^٢ النظرية عند درجة

حرية ٢ ومستوى معنوية ٠,٠٥ وهي ٥,٩٩ نجد ان قيمة كا٢ الفعلية اصغر من قيمة كا٢ النظرية، ومن ثم نقبل فرضية الاستقلال أي أنه لا توجد أية علاقة بين إجابات الطلبة المبحوثين بشأن استخدام الإنترنت لحدثة البيانات والمعلومات المنشورة فيه ومتغير النوع.

وعند مقارنة قيمة كا٢ الفعلية على وفق متغير الاختصاص العلمي وهي صفر مع قيمة كا٢ النظرية عند درجة حرية ٢ ومستوى معنوية ٠,٠٥ وهي ٥,٩٩ نجد ان قيمة كا٢ الفعلية اصغر من قيمة كا٢ النظرية، وبالتالي نقبل فرضية الاستقلال أي أنه لا توجد أية علاقة بين إجابات الطلبة المبحوثين بشأن استخدام الإنترنت لحدثة البيانات والمعلومات المنشورة فيه ومتغير الاختصاص العلمي.

5- استخدام الإنترنت لدقة البيانات والمعلومات المنشورة فيه

اظهرت النتائج ان (٢٦%) من الطلبة المبحوثين وافقوا تماما على ان الدافع من استخدامهم للإنترنت هو لدقة البيانات والمعلومات المنشورة فيه، واثار (٥٣%) منهم الى أنهم موافقون الى حد ما، واثار (٢١%) منهم الى أنهم غير موافقين على ذلك.

وعند مقارنة قيمة كا٢ الفعلية على وفق متغير النوع وهي ١,٠٢ مع قيمة كا٢ النظرية عند درجة حرية ٢ ومستوى معنوية ٠,٠٥ وهي ٥,٩٩ نجد ان قيمة كا٢ الفعلية اصغر من قيمة كا٢ النظرية، ومن ثم نقبل فرضية الاستقلال أي أنه لا توجد أية علاقة بين إجابات الطلبة المبحوثين بشأن استخدام الإنترنت لدقة البيانات والمعلومات المنشورة فيه ومتغير النوع.

وعند مقارنة قيمة كا٢ الفعلية على وفق متغير الاختصاص العلمي وهي ١,٣٧ مع قيمة كا٢ النظرية عند درجة حرية ٢ ومستوى معنوية ٠,٠٥ وهي ٥,٩٩ نجد ان قيمة كا٢ الفعلية اصغر من قيمة كا٢ النظرية، ومن ثم نقبل فرضية الاستقلال أي أنه لا توجد أية علاقة بين إجابات الطلبة المبحوثين بشأن استخدام الإنترنت لدقة البيانات والمعلومات المنشورة فيه ومتغير الاختصاص العلمي.

6- استخدام الإنترنت لزيادة المعرفة بسبب صعوبة الحصول على المصادر الاخرى

اظهرت النتائج ان (٦٧%) من الطلبة المبحوثين وافقوا تماما على هذا الدافع من استخدامهم للإنترنت، واثار (٢٨%) منهم الى أنهم موافقون الى حد ما، واثار (٥%) منهم الى أنهم غير موافقين على ذلك.

وعند مقارنة قيمة كا٢ الفعلية على وفق متغير النوع وهي ٢,٤ مع قيمة كا٢ النظرية عند درجة حرية ٢ ومستوى معنوية ٠,٠٥ وهي ٥,٩٩ نجد ان قيمة كا٢ الفعلية اصغر من قيمة كا٢ النظرية، ومن ثم نقبل فرضية الاستقلال أي أنه لا توجد أية علاقة بين إجابات الطلبة المبحوثين بشأن استخدامهم للإنترنت لزيادة معرفتهم العلمية ومتغير النوع.

وعند مقارنة قيمة كا٢ الفعلية على وفق متغير الاختصاص العلمي وهي ٢٦,٢٦ مع قيمة كا٢

النظرية عند درجة حرية ٢ ومستوى معنوية ٠,٠٥ وهي ٥,٩٩ نجد ان قيمة كا٢ الفعلية اكبر من قيمة كا٢ النظرية، ومن ثم نرفض فرضية الاستقلال أي أنه توجد علاقة بين إجابات الطلبة المبحوثين بشأن استخدامهم للإنترنت لزيادة معرفتهم العلمية ومتغير الاختصاص العلمي.

7- استخدام الإنترنت للحصول على ارشادات علمية

اظهرت النتائج ان (٤٧%) من الطلبة المبحوثين وافقوا تماما على ان الدافع من استخدامهم للإنترنت، وأشار (٤١%) منهم الى أنهم موافقون الى حد ما، وأشار (١٢%) منهم الى أنهم غير موافقين على ذلك.

وعند مقارنة قيمة كا٢ الفعلية على وفق متغير النوع وهي ٢,٠١ مع قيمة كا٢ النظرية عند درجة حرية ٢ ومستوى معنوية ٠,٠٥ وهي ٥,٩٩ نجد ان قيمة كا٢ الفعلية اصغر من قيمة كا٢ النظرية، ومن ثم نقبل فرضية الاستقلال أي أنه لا توجد أية علاقة بين إجابات الطلبة المبحوثين بشأن استخدامهم للإنترنت لزيادة معرفتهم العلمية ومتغير النوع.

وعند مقارنة قيمة كا٢ الفعلية على وفق متغير الاختصاص العلمي وهي ١٤,٧٥ مع قيمة كا٢ النظرية عند درجة حرية ٢ ومستوى معنوية ٠,٠٥ وهي ٥,٩٩ نجد ان قيمة كا٢ الفعلية اكبر من قيمة كا٢ النظرية، ومن ثم نرفض فرضية الاستقلال أي أنه توجد علاقة بين إجابات الطلبة المبحوثين بشأن استخدامهم للإنترنت لزيادة معرفتهم العلمية ومتغير الاختصاص العلمي.

8- استخدام الإنترنت لمعرفة احكام علمية

اظهرت النتائج ان (٤٠%) من الطلبة المبحوثين وافقوا تماما على ان الدافع من استخدامهم للإنترنت هو لمعرفة احكام علمية، وأشار (٤٣%) منهم الى أنهم موافقون على الى حد ما، وأشار (١٧%) منهم الى أنهم غير موافقين على ذلك.

وعند مقارنة قيمة كا٢ الفعلية على وفق متغير النوع وهي ٠,٣٨ مع قيمة كا٢ النظرية عند درجة حرية ٢ ومستوى معنوية ٠,٠٥ وهي ٥,٩٩ نجد ان قيمة كا٢ الفعلية اصغر من قيمة كا٢ النظرية، ومن ثم نقبل فرضية الاستقلال أي أنه لا توجد أية علاقة بين إجابات الطلبة المبحوثين بشأن استخدامهم للإنترنت لمعرفة احكام علمية ومتغير النوع.

وعند مقارنة قيمة كا٢ الفعلية على وفق متغير الاختصاص العلمي وهي ٢٨,١٥ مع قيمة كا٢ النظرية عند درجة حرية ٢ ومستوى معنوية ٠,٠٥ وهي ٥,٩٩ نجد ان قيمة كا٢ الفعلية اكبر من قيمة كا٢ النظرية، ومن ثم نرفض فرضية الاستقلال أي أنه توجد علاقة بين إجابات الطلبة المبحوثين بشأن استخدامهم للإنترنت لمعرفة احكام علمية ومتغير الاختصاص العلمي.

9- استخدام الإنترنت لمعرفة التطورات العلمية

اظهرت النتائج ان (٧٣%) من الطلبة المبحوثين وافقوا تماما على ان الدافع من إستخدامهم للإنترنت لمعرفة التطورات العلمية، وأشار (٢٥%) منهم الى أنهم موافقون الى حد ما، وأشار (٢%) منهم الى أنه غير موافق على ذلك.

وعند مقارنة قيمة كا^٢ الفعلية على وفق متغير النوع وهي ٣,٠٤ مع قيمة كا^٢ النظرية عند درجة حرية ٢ ومستوى معنوية ٠,٠٥ وهي ٥,٩٩ نجد ان قيمة كا^٢ الفعلية اصغر من قيمة كا^٢ النظرية، ومن ثم نقبل فرضية الاستقلال أي أنه لا توجد أية علاقة بين إجابات الطلبة المبحوثين بشأن إستخدامهم للإنترنت لمعرفة التطورات العلمية ومتغير النوع.

وعند مقارنة قيمة كا^٢ الفعلية على وفق متغير الاختصاص العلمي وهي ١٧,٦٧ مع قيمة كا^٢ النظرية عند درجة حرية ٢ ومستوى معنوية ٠,٠٥ وهي ٥,٩٩ نجد ان قيمة كا^٢ الفعلية اكبر من قيمة كا^٢ النظرية، ومن ثم نرفض فرضية الاستقلال أي أنه توجد علاقة بين إجابات الطلبة المبحوثين بشأن إستخدامهم للإنترنت لمعرفة التطورات العلمية ومتغير الاختصاص العلمي

10- إستخدام الإنترنت من اجل الاتصال العلمي بالآخرين

اظهرت النتائج ان (٦١%) من الطلبة المبحوثين وافقوا تماما على ان الدافع من إستخدامهم للإنترنت من اجل الاتصال العلمي بالآخرين، وأشار (٢٩%) منهم الى أنهم موافقون الى حد ما، وأشار (١٠%) منهم الى أنهم غير موافقين على ذلك.

وعند مقارنة قيمة كا^٢ الفعلية على وفق متغير النوع وهي ٠,٩٤ مع قيمة كا^٢ النظرية عند درجة حرية ٢ ومستوى معنوية ٠,٠٥ وهي ٥,٩٩ نجد ان قيمة كا^٢ الفعلية اصغر من قيمة كا^٢ النظرية، ومن ثم نقبل فرضية الاستقلال أي أنه لا توجد أية علاقة بين إجابات الطلبة المبحوثين بشأن إستخدامهم للإنترنت من اجل الاتصال العلمي بالآخرين ومتغير النوع.

وعند مقارنة قيمة كا^٢ الفعلية على وفق متغير الاختصاص العلمي وهي ١٠,٧٨ مع قيمة كا^٢ النظرية عند درجة حرية ٢ ومستوى معنوية ٠,٠٥ وهي ٥,٩٩ نجد ان قيمة كا^٢ الفعلية اكبر من قيمة كا^٢ النظرية، ومن ثم نرفض فرضية الاستقلال أي أنه توجد علاقة بين إجابات الطلبة المبحوثين بشأن إستخدامهم للإنترنت من اجل الاتصال العلمي بالآخرين ومتغير الاختصاص العلمي.

11- إستخدام الإنترنت لسهولة وسرعة الحصول على البيانات والمعلومات

اظهرت النتائج ان (٦٨%) من الطلبة المبحوثين وافقوا تماما على ان الدافع من إستخدامهم للإنترنت لسهولة وسرعة الحصول على البيانات والمعلومات، وأشار (٢٢%) منهم الى أنهم موافقون الى حد ما، وأشار (١٠%) منهم الى أنهم غير موافقين على ذلك.

وعند مقارنة قيمة كا^٢ الفعلية على وفق متغير النوع وهي ٥,٣٩ مع قيمة كا^٢ النظرية عند

درجة حرية ٢ ومستوى معنوية ٠,٠٥ وهي ٥,٩٩ نجد ان قيمة كا٢ الفعلية اصغر من قيمة كا٢ النظرية، ومن ثم نقبل فرضية الاستقلال أي أنه لا توجد أية علاقة بين إجابات الطلبة المبحوثين بشأن استخدامهم للإنترنت لسهولة وسرعة الحصول على البيانات والمعلومات ومتغير النوع.

وعند مقارنة قيمة كا٢ الفعلية على وفق متغير الاختصاص العلمي ١٥,٦٣ وهي مع قيمة كا٢ النظرية عند درجة حرية ٢ ومستوى معنوية ٠,٠٥ وهي ٥,٩٩ نجد ان قيمة كا٢ الفعلية اكبر من قيمة كا٢ النظرية، ومن ثم نرفض فرضية الاستقلال أي أنه توجد علاقة بين إجابات الطلبة المبحوثين بشأن استخدامهم للإنترنت لسهولة وسرعة الحصول على البيانات والمعلومات ومتغير الاختصاص العلمي.

انطباعات الطلبة المبحوثين عن الإنترنت

1 - البيانات والمعلومات المنشورة في الإنترنت صحيحة

اظهرت النتائج ان (١٥%) من الطلبة المبحوثين وافقوا تماما على ان البيانات والمعلومات المنشورة في الإنترنت صحيحة، وأشار (٧٤%) منهم الى أنهم موافقون الى حد ما، وأشار (١١%) منهم الى أنهم غير موافقين على ذلك.

وعند مقارنة قيمة كا٢ الفعلية على وفق متغير النوع وهي ٣,٥٣ مع قيمة كا٢ النظرية عند درجة حرية ٢ ومستوى معنوية ٠,٠٥ وهي ٥,٩٩ نجد ان قيمة كا٢ الفعلية اصغر من قيمة كا٢ النظرية، ومن ثم نقبل فرضية الاستقلال أي أنه لا توجد أية علاقة بين إجابات الطلبة المبحوثين بشأن صحة البيانات والمعلومات المنشورة في الإنترنت ومتغير النوع.

وعند مقارنة قيمة كا٢ الفعلية على وفق متغير الاختصاص العلمي وهي ٧,٧٧ مع قيمة كا٢ النظرية عند درجة حرية ٢ ومستوى معنوية ٠,٠٥ وهي ٥,٩٩ نجد ان قيمة كا٢ الفعلية اكبر من قيمة كا٢ النظرية، وبالتالي نرفض فرضية الاستقلال أي أنه توجد علاقة بين إجابات الطلبة المبحوثين بشأن صحة البيانات والمعلومات المنشورة في الإنترنت ومتغير الاختصاص العلمي.

2 - الإنترنت وسيلة مهمة لتلقي المعرفة العلمية

اظهرت النتائج ان (٧٠%) من الطلبة المبحوثين وافقوا تماما على ان الإنترنت وسيلة مهمة لتلقي المعرفة العلمية، وأشار (٢٥%) منهم الى أنهم موافقون الى حد ما، وأشار (٥%) منهم الى أنهم غير موافقين على ذلك.

وعند مقارنة قيمة كا٢ الفعلية على وفق متغير النوع وهي ٥,٢ مع قيمة كا٢ النظرية عند درجة حرية ٢ ومستوى معنوية ٠,٠٥ وهي ٥,٩٩ نجد ان قيمة كا٢ الفعلية اصغر من قيمة كا٢ النظرية، ومن ثم نقبل فرضية الاستقلال أي أنه لا توجد أية علاقة بين إجابات الطلبة المبحوثين بشأن كون الإنترنت

وسيلة مهمة لتلقي المعرفة العلمية ومتغير النوع.

وعند مقارنة قيمة كا² الفعلية على وفق متغير الإختصاص العلمي وهي ٨,٠٥ مع قيمة كا² النظرية عند درجة حرية ٢ ومستوى معنوية ٠,٠٥ وهي ٥,٩٩ نجد ان قيمة كا² الفعلية اكبر من قيمة كا² النظرية، ومن ثم نرفض فرضية الاستقلال أي أنه توجد علاقة بين إجابات الطلبة المبحوثين بشأن كون الإنترنت وسيلة مهمة لتلقي المعرفة العلمية ومتغير الإختصاص العلمي.

3- تفضيل الإنترنت على غيره من الوسائل في اكتساب المعرفة

اظهرت النتائج ان (٤٠%) من الطلبة المبحوثين وافقوا تماما على أنهم بشأن يفضلون الإنترنت على غيره من الوسائل في اكتساب المعرفة العلمية ، و اشار (٤١%) منهم الى أنهم موافقون على هذا الى حد ما، و اشار (١٩%) منهم الى أنهم غير موافقين على ذلك.

وعند مقارنة قيمة كا² الفعلية على وفق متغير النوع وهي ١,٨٢ مع قيمة كا² النظرية عند درجة حرية ٢ ومستوى معنوية ٠,٠٥ وهي ٥,٩٩ نجد ان قيمة كا² الفعلية اصغر من قيمة كا² النظرية، ومن ثم نقبل فرضية الاستقلال أي أنه لا توجد أية علاقة بين إجابات الطلبة المبحوثين بشأن تفضيل الإنترنت على غيره من الوسائل في اكتساب المعرفة العلمية ومتغير النوع.

وعند مقارنة قيمة كا² الفعلية على وفق متغير الإختصاص العلمي وهي ٩,٤١ مع قيمة كا² النظرية عند درجة حرية ٢ ومستوى معنوية ٠,٠٥ وهي ٥,٩٩ نجد ان قيمة كا² الفعلية اكبر من قيمة كا² النظرية، ومن ثم نرفض فرضية الاستقلال أي أنه توجد علاقة بين إجابات الطلبة المبحوثين بشأن بشأن تفضيل الإنترنت على غيره من الوسائل في اكتساب المعرفة العلمية ومتغير الإختصاص العلمي.

إسهام الإنترنت في تشكيل الوعي المعرفي لدى الطلبة المبحوثين

1- إسهام الإنترنت في تشكيل الوعي المعرفي العلمي

اظهرت النتائج ان (٤٨%) من الطلبة المبحوثين وافقوا تماما على ان الإنترنت يساهم في تشكيل الوعي المعرفي العلمي لديهم، و اشار (٤٢%) منهم الى أنهم موافقون الى حد ما، ولم يشر أي منهم الى أنه غير موافق على ذلك.

وعند مقارنة قيمة كا² الفعلية على وفق متغير النوع وهي ٣,٥٧ مع قيمة كا² النظرية عند درجة حرية ٢ ومستوى معنوية ٠,٠٥ وهي ٥,٩٩ نجد ان قيمة كا² الفعلية اصغر من قيمة كا² النظرية، ومن ثم نقبل فرضية الاستقلال أي أنه لا توجد أية علاقة بين إجابات الطلبة المبحوثين بشأن إسهام الإنترنت في تشكيل الوعي المعرفي العلمي لديهم ومتغير النوع.

وعند مقارنة قيمة كا² الفعلية على وفق متغير الإختصاص العلمي وهي ٥,٣ مع قيمة كا²

النظرية عند درجة حرية ٢ ومستوى معنوية ٠,٠٥ وهي ٥,٩٩ نجد ان قيمة كا٢ الفعلية اصغر من قيمة كا٢ النظرية، ومن ثم نقبل فرضية الاستقلال أي أنه لا توجد أية علاقة بين إجابات الطلبة المبحوثين بشأن إسهام الإنترنت في تشكيل الوعي المعرفي العلمي لديهم ومتغير الاختصاص العلمي.

2- زيارة مواقع معينة في الإنترنت لاكتساب المعرفة العلمية

اظهرت النتائج ان (٦٣%) من الطلبة المبحوثين وافقوا تماما على زيارة مواقع معينة في الإنترنت لاكتساب المعرفة العلمية، و اشار (٣١%) منهم الى أنهم موافقون الى حد ما، و اشار (٦%) منهم الى أنهم غير موافقين على ذلك.

وعند مقارنة قيمة كا٢ الفعلية على وفق متغير النوع وهي ٠,٥٨ مع قيمة كا٢ النظرية عند درجة حرية ٢ ومستوى معنوية ٠,٠٥ وهي ٥,٩٩ نجد ان قيمة كا٢ الفعلية اصغر من قيمة كا٢ النظرية، ومن ثم نقبل فرضية الاستقلال أي أنه لا توجد أية علاقة بين إجابات الطلبة المبحوثين بشأن زيارة مواقع معينة في الإنترنت لاكتساب المعرفة العلمية ومتغير النوع.

وعند مقارنة قيمة كا٢ الفعلية على وفق متغير الاختصاص العلمي وهي ٤٣,٤٦ مع قيمة كا٢ النظرية عند درجة حرية ٢ ومستوى معنوية ٠,٠٥ وهي ٥,٩٩ نجد ان قيمة كا٢ الفعلية اكبر من قيمة كا٢ النظرية، ومن ثم نرفض فرضية الاستقلال أي أنه توجد علاقة بين إجابات الطلبة المبحوثين بشأن زيارة مواقع معينة في الإنترنت لاكتساب المعرفة العلمية ومتغير الاختصاص العلمي.

3- كفاية المواقع الكوردية في الإنترنت لاكتساب المعرفة العلمية

اظهرت النتائج ان (٩%) من الطلبة المبحوثين وافقوا تماما على كفاية المواقع الكوردية في الإنترنت لاكتساب المعرفة العلمية، و اشار (٢٥%) منهم الى أنهم موافقون على هذا الى حد ما، و اشار (٦٦%) منهم الى أنهم غير موافقين على ذلك.

وعند مقارنة قيمة كا٢ الفعلية على وفق متغير النوع وهي ٢,٧٨ مع قيمة كا٢ النظرية عند درجة حرية ٢ ومستوى معنوية ٠,٠٥ وهي ٥,٩٩ نجد ان قيمة كا٢ الفعلية اصغر من قيمة كا٢ النظرية، ومن ثم نقبل فرضية الاستقلال أي أنه لا توجد أية علاقة بين إجابات الطلبة المبحوثين بشأن كفاية المواقع الكوردية في الإنترنت لاكتساب المعرفة العلمية ومتغير النوع.

وعند مقارنة قيمة كا٢ الفعلية على وفق متغير الاختصاص العلمي وهي ٣١,٩١ مع قيمة كا٢ النظرية عند درجة حرية ٢ ومستوى معنوية ٠,٠٥ وهي ٥,٩٩ نجد ان قيمة كا٢ الفعلية اكبر من قيمة كا٢ النظرية، ومن ثم نرفض فرضية الاستقلال أي أنه توجد علاقة بين إجابات الطلبة المبحوثين بشأن كفاية المواقع الكوردية في الإنترنت لاكتساب المعرفة العلمية ومتغير الاختصاص العلمي.

4- كفاية البيانات والمعلومات المنشورة في الإنترنت لاكتساب المعرفة العلمية

أظهرت النتائج أن (٢٨%) من الطلبة المبحوثين وافقوا تماما على كفاية البيانات والمعلومات المنشورة في الإنترنت لاكتساب المعرفة العلمية ، وأشار (٦١%) منهم الى أنهم موافقون على هذا الى حد ما، وأشار (١١%) منهم الى أنهم غير موافقين على ذلك.

وعند مقارنة قيمة كا٢ الفعلية على وفق متغير النوع وهي ٣,٥٧ مع قيمة كا٢ النظرية عند درجة حرية ٢ ومستوى معنوية ٠,٠٥ وهي ٥,٩٩ نجد أن قيمة كا٢ الفعلية اصغر من قيمة كا٢ النظرية، ومن ثم نقبل فرضية الاستقلال أي أنه لا توجد أية علاقة بين إجابات الطلبة المبحوثين بشأن كفاية البيانات والمعلومات المنشورة في الإنترنت لاكتساب المعرفة العلمية ومتغير النوع.

وعند مقارنة قيمة كا٢ الفعلية على وفق متغير الاختصاص العلمي وهي ٣,٣٩ مع قيمة كا٢ النظرية عند درجة حرية ٢ ومستوى معنوية ٠,٠٥ وهي ٥,٩٩ نجد أن قيمة كا٢ الفعلية اصغر من قيمة كا٢ النظرية، ومن ثم نقبل فرضية الاستقلال أي أنه لا توجد أية علاقة بين إجابات الطلبة المبحوثين بشأن كفاية البيانات والمعلومات المنشورة في الإنترنت لاكتساب المعرفة العلمية ومتغير الاختصاص العلمي.

5- الاستفادة من البيانات والمعلومات المنشورة في الإنترنت في اتخاذ القرارات العلمية

أظهرت النتائج أن (٢٤%) من الطلبة المبحوثين وافقوا تماما على الاستفادة من البيانات والمعلومات المنشورة في الإنترنت في اتخاذ القرارات العلمية ، وأشار (٥١%) منهم الى أنهم موافقون على هذا الى حد ما، وأشار (٢٥%) منهم الى أنهم غير موافقين على ذلك.

وعند مقارنة قيمة كا٢ الفعلية على وفق متغير النوع وهي ٤,٢٤ مع قيمة كا٢ النظرية عند درجة حرية ٢ ومستوى معنوية ٠,٠٥ وهي ٥,٩٩ نجد أن قيمة كا٢ الفعلية اصغر من قيمة كا٢ النظرية، ومن ثم نقبل فرضية الاستقلال أي أنه لا توجد أية علاقة بين إجابات الطلبة المبحوثين بشأن الاستفادة من البيانات والمعلومات المنشورة في الإنترنت في اتخاذ القرارات العلمية ومتغير النوع.

وعند مقارنة قيمة كا٢ الفعلية على وفق متغير الاختصاص العلمي وهي ٢,٢٥ مع قيمة كا٢ النظرية عند درجة حرية ٢ ومستوى معنوية ٠,٠٥ وهي ٥,٩٩ نجد أن قيمة كا٢ الفعلية اصغر من قيمة كا٢ النظرية، ومن ثم نقبل فرضية الاستقلال أي أنه لا توجد أية علاقة بين إجابات الطلبة المبحوثين بشأن الاستفادة من البيانات والمعلومات المنشورة في الإنترنت في اتخاذ القرارات العلمية ومتغير الاختصاص العلمي.

6- اجراء حوار مع الزملاء بخصوص البيانات والمعلومات المنشورة في الإنترنت

أظهرت النتائج أن (٤٨%) من الطلبة المبحوثين وافقوا تماما على اجراء حوار مع الزملاء بخصوص البيانات والمعلومات المنشورة في الإنترنت ، وأشار (٣٨%) منهم الى أنهم موافقون على

هذا الى حد ما، وأشار (١٤%) منهم الى أنهم غير موافقين على ذلك.
وعند مقارنة قيمة كا٢ الفعلية على وفق متغير النوع وهي ١,٦٣ مع قيمة كا٢ النظرية عند درجة حرية ٢ ومستوى معنوية ٠,٠٥ وهي ٥,٩٩ نجد ان قيمة كا٢ الفعلية اصغر من قيمة كا٢ النظرية، ومن ثم نقبل فرضية الاستقلال أي أنه لا توجد أية علاقة بين إجابات الطلبة المبحوثين بشأن اجراء حوار مع زملاء بخصوص البيانات والمعلومات المنشورة في الإنترنت ومتغير النوع.
وعند مقارنة قيمة كا٢ الفعلية على وفق متغير الاختصاص العلمي وهي ٠,٧١ مع قيمة كا٢ النظرية عند درجة حرية ٢ ومستوى معنوية ٠,٠٥ وهي ٥,٩٩ نجد ان قيمة كا٢ الفعلية اصغر من قيمة كا٢ النظرية، ومن ثم نقبل فرضية الاستقلال أي أنه لا توجد أية علاقة بين إجابات الطلبة المبحوثين بشأن اجراء حوار مع زملاء بخصوص البيانات والمعلومات المنشورة في الإنترنت ومتغير الاختصاص العلمي.

7- الإستفادة من البيانات والمعلومات المنشورة في الإنترنت في إثارة الاسئلة العلمية
اظهرت النتائج ان (٤٦%) من الطلبة المبحوثين وافقوا تماما على الإستفادة من البيانات والمعلومات المنشورة في الإنترنت في إثارة الاسئلة العلمية ، وأشار (٤٣%) منهم الى أنهم موافقون على هذا الى حد ما، وأشار (١١%) منهم الى أنهم غير موافقين على ذلك.
وعند مقارنة قيمة كا٢ الفعلية على وفق متغير النوع وهي ٠,١٠ مع قيمة كا٢ النظرية عند درجة حرية ٢ ومستوى معنوية ٠,٠٥ وهي ٥,٩٩ نجد ان قيمة كا٢ الفعلية اصغر من قيمة كا٢ النظرية، ومن ثم نقبل فرضية الاستقلال أي أنه لا توجد أية علاقة بين إجابات الطلبة المبحوثين بشأن الإستفادة من البيانات والمعلومات المنشورة في الإنترنت في إثارة الاسئلة العلمية ومتغير النوع.
وعند مقارنة قيمة كا٢ الفعلية على وفق متغير الاختصاص العلمي وهي ٠,٤٤ مع قيمة كا٢ النظرية عند درجة حرية ٢ ومستوى معنوية ٠,٠٥ وهي ٥,٩٩ نجد ان قيمة كا٢ الفعلية اصغر من قيمة كا٢ النظرية، وبالتالي نقبل فرضية الاستقلال أي أنه لا توجد أية علاقة بين إجابات الطلبة المبحوثين بشأن الإستفادة من البيانات والمعلومات المنشورة في الإنترنت في إثارة الاسئلة العلمية ومتغير الاختصاص العلمي.

8- إسهام البيانات والمعلومات المنشورة في الإنترنت في بناء الاتجاهات العلمية
اظهرت النتائج ان (٣٢%) من الطلبة المبحوثين وافقوا تماما على إسهام البيانات والمعلومات المنشورة في الإنترنت في بناء الاتجاهات العلمية ، وأشار (٤٧%) منهم الى أنهم موافقون على هذا الى حد ما، وأشار (٢١%) منهم الى أنهم غير موافقين على ذلك.
وعند مقارنة قيمة كا٢ الفعلية على وفق متغير النوع وهي ٥,٣٤ مع قيمة كا٢ النظرية عند

درجة حرية ٢ ومستوى معنوية ٠,٠٥ وهي ٥,٩٩ نجد ان قيمة كا٢ الفعلية اصغر من قيمة كا٢ النظرية، ومن ثم نقبل فرضية الاستقلال أي أنه لا توجد أية علاقة بين إجابات الطلبة المبحوثين بشأن إسهام البيانات والمعلومات المنشورة في الإنترنت في بناء الاتجاهات العلمية ومتغير النوع. وعند مقارنة قيمة كا٢ الفعلية على وفق متغير الاختصاص العلمي وهي ١١,٢٦ مع قيمة كا٢ النظرية عند درجة حرية ٢ ومستوى معنوية ٠,٠٥ وهي ٥,٩٩ نجد ان قيمة كا٢ الفعلية اكبر من قيمة كا٢ النظرية، ومن ثم نرفض فرضية الاستقلال أي أنه توجد علاقة بين إجابات الطلبة المبحوثين بشأن إسهام البيانات والمعلومات المنشورة في الإنترنت في بناء الاتجاهات العلمية ومتغير الاختصاص العلمي.

المشكلات التي تواجه الطلبة المبحوثين في الاستفادة من الإنترنت

1- عدم امتلاك مهارات متقدمة لإستخدام الإنترنت في اكتساب المعرفة العلمية
اظهرت النتائج ان (١٦%) من الطلبة المبحوثين وافقوا تماما على عدم امتلاكهم لمهارات متقدمة لإستخدام الإنترنت في اكتساب المعرفة العلمية ، و اشار (٣٥%) منهم الى أنهم موافقون على هذا الى حد ما، و اشار (٤٩%) منهم الى أنهم غير موافقين على ذلك.
وعند مقارنة قيمة كا٢ الفعلية على وفق متغير النوع وهي ٣,٢٦ مع قيمة كا٢ النظرية عند درجة حرية ٢ ومستوى معنوية ٠,٠٥ وهي ٥,٩٩ نجد ان قيمة كا٢ الفعلية اصغر من قيمة كا٢ النظرية، ومن ثم نقبل فرضية الاستقلال أي أنه لا توجد أية علاقة بين إجابات الطلبة المبحوثين بشأن عدم امتلاكهم لمهارات متقدمة لإستخدام الإنترنت في اكتساب المعرفة العلمية ومتغير النوع.
وعند مقارنة قيمة كا٢ الفعلية على وفق متغير الاختصاص العلمي وهي ٥٢,٩٣ مع قيمة كا٢ النظرية عند درجة حرية ٢ ومستوى معنوية ٠,٠٥ وهي ٥,٩٩ نجد ان قيمة كا٢ الفعلية اكبر من قيمة كا٢ النظرية، ومن ثم نرفض فرضية الاستقلال أي أنه توجد علاقة بين إجابات الطلبة المبحوثين بشأن عدم امتلاكهم لمهارات متقدمة لإستخدام الإنترنت في اكتساب المعرفة العلمية ومتغير الاختصاص العلمي.

2- عدم القدرة على اكتساب المعرفة العلمية من الإنترنت بسبب الافرط المعلوماتي فيه
اظهرت النتائج ان (١٠%) من الطلبة المبحوثين وافقوا تماما على عدم القدرة على اكتساب المعرفة العلمية من الإنترنت بسبب الافرط المعلوماتي فيه ، و اشار (٥٤%) منهم الى أنهم موافقون الى حد ما، و اشار (٣٦%) منهم الى أنهم غير موافقين على ذلك.
وعند مقارنة قيمة كا٢ الفعلية على وفق متغير النوع وهي ٢,٤٥ مع قيمة كا٢ النظرية عند

درجة حرية ٢ ومستوى معنوية ٠,٠٥ وهي ٥,٩٩ نجد ان قيمة كا الفعالية اصغر من قيمة كا النظرية، ومن ثم نقبل فرضية الاستقلال أي أنه لا توجد أية علاقة بين إجابات الطلبة المبحوثين بشأن عدم القدرة على اكتساب المعرفة العلمية من الإنترنت بسبب الافتراض المعلوماتي فيه ومتغير النوع. وعند مقارنة قيمة كا الفعالية على وفق متغير الاختصاص العلمي وهي ٣١,٩٣ مع قيمة كا النظرية عند درجة حرية ٢ ومستوى معنوية ٠,٠٥ وهي ٥,٩٩ نجد ان قيمة كا الفعالية اكبر من قيمة كا النظرية، ومن ثم نرفض فرضية الاستقلال أي أنه توجد علاقة بين إجابات الطلبة المبحوثين بشأن عدم القدرة على اكتساب المعرفة العلمية من الإنترنت بسبب الافتراض المعلوماتي فيه ومتغير الاختصاص العلمي.

3- عدم معرفة اللغات الأخرى ما يعيق استخدام الإنترنت لاكتساب المعرفة العلمية
اظهرت النتائج ان (٢٥%) من الطلبة المبحوثين وافقوا تماما على ان عدم معرفة اللغات الأخرى ما يعيق استخدام الإنترنت لاكتساب المعرفة العلمية ، و اشار (٣٦%) منهم الى أنهم موافقون على هذا الى حد ما، و اشار (٣٩%) منهم الى أنهم غير موافقين على ذلك.
وعند مقارنة قيمة كا الفعالية على وفق متغير النوع وهي ٩,٠١ مع قيمة كا النظرية عند درجة حرية ٢ ومستوى معنوية ٠,٠٥ وهي ٥,٩٩ نجد ان قيمة كا الفعالية اكبر من قيمة كا النظرية، ومن ثم نرفض فرضية الاستقلال أي أنه توجد علاقة بين إجابات الطلبة المبحوثين بشأن عدم معرفة اللغات الأخرى ما يعيق استخدام الإنترنت لاكتساب المعرفة العلمية ومتغير النوع.
وعند مقارنة قيمة كا الفعالية على وفق متغير الاختصاص العلمي ٤٠,٨١ وهي مع قيمة كا النظرية عند درجة حرية ٢ ومستوى معنوية ٠,٠٥ وهي ٥,٩٩ نجد ان قيمة كا الفعالية اكبر من قيمة كا النظرية، ومن ثم نرفض فرضية الاستقلال أي أنه توجد علاقة بين إجابات الطلبة المبحوثين بشأن عدم معرفة اللغات الأخرى ما يعيق استخدام الإنترنت لاكتساب المعرفة العلمية ومتغير الاختصاص العلمي. ٤. صعوبات في فهم الكثير من البيانات والمعلومات المنشورة في الإنترنت.
اظهرت النتائج ان (١٨%) من الطلبة المبحوثين وافقوا تماما على مواجهتهم لصعوبات في فهم الكثير من البيانات والمعلومات المنشورة في الإنترنت ، و اشار (٣٤%) منهم الى أنهم موافقون على هذا الى حد ما، و اشار (٤٨%) منهم الى أنهم غير موافقين على ذلك.
وعند مقارنة قيمة كا الفعالية على وفق متغير النوع وهي ٠,٣٦ مع قيمة كا النظرية عند درجة حرية ٢ ومستوى معنوية ٠,٠٥ وهي ٥,٩٩ نجد ان قيمة كا الفعالية اصغر من قيمة كا النظرية، ومن ثم نقبل فرضية الاستقلال أي أنه لا توجد أية علاقة بين إجابات الطلبة المبحوثين بشأن مواجهتهم لصعوبات في فهم الكثير من البيانات والمعلومات المنشورة في الإنترنت ومتغير النوع.

وعند مقارنة قيمة كا ٢ الفعلية على وفق متغير الاختصاص العلمي وهي ٥,٠١ مع قيمة كا ٢ النظرية عند درجة حرية ٢ ومستوى معنوية ٠,٠٥ وهي ٥,٩٩ نجد ان قيمة كا ٢ الفعلية اصغر من قيمة كا ٢ النظرية، ومن ثم نقبل فرضية الاستقلال أي أنه لا توجد أية علاقة بين إجابات الطلبة المبحوثين بشأن مواجهتهم لصعوبات في فهم الكثير من البيانات والمعلومات المنشورة في الإنترنت ومتغير الاختصاص العلمي.

5- صعوبة استخدام بعض المواقع في الإنترنت بسبب طبيعة تصميمها

اظهرت النتائج ان (٢١%) من الطلبة المبحوثين وافقوا تماما على مواجهتهم صعوبة في استخدام بعض المواقع في الإنترنت بسبب طبيعة تصميمها، وأشار (٤٦%) منهم الى أنهم موافقون على هذا الى حد ما، وأشار (٣٣%) منهم الى أنهم غير موافقين على ذلك.

وعند مقارنة قيمة كا ٢ الفعلية على وفق متغير النوع وهي ١,٧٥ مع قيمة كا ٢ النظرية عند درجة حرية ٢ ومستوى معنوية ٠,٠٥ وهي ٥,٩٩ نجد ان قيمة كا ٢ الفعلية اصغر من قيمة كا ٢ النظرية، ومن ثم نقبل فرضية الاستقلال أي أنه لا توجد أية علاقة بين إجابات الطلبة المبحوثين بشأن مواجهتهم صعوبة في استخدام بعض المواقع في الإنترنت بسبب طبيعة تصميمها ومتغير النوع.

وعند مقارنة قيمة كا ٢ الفعلية على وفق متغير الاختصاص العلمي وهي ٢١,٤١ مع قيمة كا ٢ النظرية عند درجة حرية ٢ ومستوى معنوية ٠,٠٥ وهي ٥,٩٩ نجد ان قيمة كا ٢ الفعلية اكبر من قيمة كا ٢ النظرية، ومن ثم نرفض فرضية الاستقلال أي أنه توجد علاقة بين إجابات الطلبة المبحوثين بشأن مواجهتهم صعوبة في استخدام بعض المواقع في الإنترنت بسبب طبيعة تصميمها ومتغير الاختصاص العلمي.

6- عدم الاستفادة من الإنترنت في اكتساب المعرفة العلمية بسبب ضيق الوقت

اظهرت النتائج ان (٣١%) من الطلبة المبحوثين وافقوا تماما على عدم استفادتهم من الإنترنت في اكتساب المعرفة العلمية بسبب ضيق الوقت، وأشار (٤١%) منهم الى أنهم موافقون على هذا الى حد ما، وأشار (٢٨%) منهم الى أنهم غير موافقين على ذلك.

وعند مقارنة قيمة كا ٢ الفعلية على وفق متغير النوع وهي ١,٣٤ مع قيمة كا ٢ النظرية عند درجة حرية ٢ ومستوى معنوية ٠,٠٥ وهي ٥,٩٩ نجد ان قيمة كا ٢ الفعلية اصغر من قيمة كا ٢ النظرية، ومن ثم نقبل فرضية الاستقلال أي أنه لا توجد أية علاقة بين إجابات الطلبة المبحوثين بشأن عدم استفادتهم من الإنترنت في اكتساب المعرفة العلمية بسبب ضيق الوقت ومتغير النوع.

وعند مقارنة قيمة كا ٢ الفعلية على وفق متغير الاختصاص العلمي وهي ٣٥,٥ مع قيمة كا ٢ النظرية عند درجة حرية ٢ ومستوى معنوية ٠,٠٥ وهي ٥,٩٩ نجد ان قيمة كا ٢ الفعلية اكبر من قيمة

كما النظرية، ومن ثم نرفض فرضية الاستقلال أي أنه توجد علاقة بين إجابات الطلبة المبحوثين بشأن عدم استفادتهم من الإنترنت في اكتساب المعرفة العلمية بسبب ضيق الوقت ومتغير الاختصاص العلمي.

الخاتمة:

لا يود الباحث التعليق على النتائج التي توصل إليها عن طريق الدراسة الميدانية، فالأرقام ذات دلالات وليس أبلغ منها في لغة العلم، غير أنه يحاول بواسطة هذه الخاتمة أن يحقق سمة الاستيمولوجية التي أشار إليها في عنوان البحث بعد أن حقق سمة الميدانية، ويكون ذلك من الإشارة إلى النقاط الآتية:

1- أن الإنترنت بوصفه وسيلة اتصالية حديثة له مزايا تجعله يتقدم الوسائل الاتصالية الأخرى عندما يضطلع بنشر المعرفة العلمية في أرجاء المعمورة كافة، وهو بهذا يسهم في تأكيد مقولة أن العلم لا وطن له، فضلاً عن أن له عيوباً تجعله عائقاً أمام تطور المعرفة العلمية في هذا الجزء من العالم أو ذلك، ولا سيما عندما تكون المعرفة التي ينقلها معرفة سطحية.

2- على الرغم من أن الإنترنت فتح عصراً جديداً من التواصل الإنساني لم يكن مسبوقاً من قبل، إلا أنه أسهم بشكل أو بآخر في زيادة الفجوة في مجال المعرفة العلمية بين دول الشمال ودول الجنوب، ولا سيما وإن الكثير من حقول المعرفة العلمية يتطلب الوصول إليها تسديد مبالغ طائلة للجهات التي تمتلكها.

3- أشارت النتائج الخاصة بدوافع الطلبة المبحوثين من استخدام الإنترنت إلى قبول (١٠) فرضيات من فرضيات الاستقلال على وفق متغير النوع مقابل رفض واحدة فقط، بينما ظهر قبول (٤) فرضيات فقط على وفق متغير الاختصاص العلمي مقابل رفض (٧) منها.

4- أشارت النتائج الخاصة بانطباعات الطلبة المبحوثين عن الإنترنت إلى قبول فرضيات الاستقلال كافة البالغ عددها (٣) على وفق متغير النوع، بينما ظهر رفض هذه الفرضيات على وفق متغير الاختصاص العلمي.

5- أشارت النتائج الخاصة بإسهام الإنترنت في تشكيل الوعي المعرفي العلمي لدى الطلبة المبحوثين إلى قبول فرضيات الاستقلال كافة البالغ عددها (٨) على وفق متغير النوع، بينما ظهر قبول (٥) فرضيات فقط على وفق متغير الاختصاص العلمي مقابل رفض (٣) منها.

6- أشارت النتائج الخاصة بالمشكلات التي تواجه الطلبة المبحوثين في الاستفادة من الإنترنت إلى قبول (٥) فرضيات من فرضيات الاستقلال على وفق متغير النوع مقابل رفض واحدة فقط، بينما ظهر قبول فرضية فقط على وفق متغير الاختصاص العلمي مقابل رفض (٥) منها.

7- ما زالت هناك مشكلات تقنية، ولا سيما في دول الجنوب تقف عائقا امام استخدام الإنترنت بهدف تلقي المعرفة العلمية، ومنها على سبيل المثال لا الحصر صعوبة الولوج والتحميل، جودة الصوت والصورة ما زالت محدودة وغيرها.

الهوامش

- 1 - سعيد إسماعيل صيني، قواعد أساسية في البحث العلمي (بيروت: مؤسسة الرسالة، ١٩٩٤) ص ١٣٩
- 2 - سمير محمد حسين، بحوث الإعلام (القاهرة: عالم الكتب، ١٩٩٩) ص ٦٩
- 3 - آن مأيروز، علم النفس التجريبي، ترجمة: خليل إبراهيم البياتي (بغداد: وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، ١٩٩٠) ص ٣٠٣، ٣٠٤
- 4 - محمد منير حجاب، أساسيات البحوث الإعلامية والاجتماعية (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠٠٠) ص ٧٨
- 5 - ديو بولد. ب. فان دالين، مناهج البحث في التربية وعلم النفس، ط ٢، ترجمة: نبيل نوفل وآخرون (القاهرة: مكتبة الانجلو المصرية، ١٩٨٤) ص ٣٦١ .
- 6 - رجاء محمد شريف ابو علام، نادية محمد، الفروق الفردية وتطبيقاتها التربوية (الكويت: دار القلم، ١٩٨٩) ص ١٣٢
- 7 - عبد علي الجسماني، علم النفس وتطبيقاته التربوية والاجتماعية (بغداد: مكتبة الفكر العربي، ١٩٨٤) ص ٣٠٦ .
- 8 - عبد الرحمن محمد عيسوي، القياس والتجريب في علم النفس والتربية (الاسكندرية: دار المعرفة الجامعية، ١٩٨٥) ص ٣٢ .
- 9 - فؤاد عثمان ابو حطب وآخرون، التقييم النفسي، ط ٣ (القاهرة: مكتبة الانجلو المصرية، ١٩٨٧) ص ١٢٨
- 10 - رمزية الغريب، التقييم والقياس النفسي والتربوي (القاهرة: مكتبة الانجلو المصرية، ١٩٧٧) ص ١٢٢ .
- 11 - بهاء الدين تركية، الاحصاء الاجتماعي (دمشق: الاهالي للطباعة والنشر والتوزيع، ٢٠٠٢) ص ١٨٩، ٢١٥ .
- 12 - لجنة من العلماء والاكاديميين السوفيت، الموسوعة الفلسفية، ترجمة: سمير كرم، (بيروت: دار الطليعة للطباعة والنشر، ١٩٨١) ص ٥٨٦.
- 13 - لندا.ل. دافيدوف، مدخل علم النفس، ترجمة: سيد الطواب وآخرون، ط ٣ (القاهرة: الدار الدولية للنشر والتوزيع، ١٩٩٢) ص ٢٩٥
- 14 - محمد الجندي، حول انتاج الوعي والتركيب الاجتماعي: محاولة نظرية (بيروت: دار الكلمة العربية، ١٩٨٣) ص ٩٧، ٩٩ .
- 15 - أ.ك. اوليدوف، الوعي الاجتماعي، ترجمة: ميشيل كيلو (بيروت: دار ابن خلدون، ١٩٧٨) ص ٣١، ٣٢ .
- 16 - البروفيسور ميشيل - دينكن، معجم علم الاجتماع، ترجمة: احسان محمد الحسن (بغداد: دار الرشيد للنشر، ١٩٨٠) ص ٣٢٨ .
- 17 - مصطفى الخشاب، علم الاجتماع ومدارسه (القاهرة: الدار القومية للطباعة والنشر، ١٩٦٥) ص ١٧٥
- 18 - عبد الرحمن العيسوي، معالم علم النفس (الاسكندرية: دار الفكر الجامعي، ١٩٧٩) ص ٤٦ .
- 19 - محمد لبيب النجيمي، التربية اصولها نظرياتها العلمية، ط ٥ (القاهرة: مكتبة الانجلو المصرية، ١٩٧٤) ص ٥٦ .
- 20 - غوران هدبرو، الاتصال والتغير الاجتماعي في الدول النامية نظرة نقدية، ترجمة: محمد ناجي الجوهر (بغداد: دار الشؤون الثقافية العامة، ١٩٩١) ص ٤٥ .
- 21 - ميشائيل كونجيك (مشكلات تدفق الاخبار في المستوى الدولي وصور الامم) متابعات اعلامية (٢١) السنة الثانية ديسمبر ١٩٩٢، ص ٩٥، ٩٨ .
- 22 - عبد الله الطويرقي، علم الاتصال المعاصر (الرياض: مكتبة العبيكان، ١٩٩٧) ص ٤٦ .

- 23 - فؤاد زكريا، التفكير العلمي، ط ٣ (الكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، ١٩٨٨) ص ٧.
- 24 - القمة العلمية لمجتمع المعلومات، اعلان مبادئ، جنيف ٢٠٠٣- تونس ٢٠٠٥.
- 25 - مصطفى حجازي، علم النفس والعولمة: رؤى مستقبلية في التربية والتنمية (عمان: شركة المطبوعات للتوزيع والنشر، ٢٠٠٣) ص ٢٢٦.
- 26 - إدوارد سعيد، محاضرة القيت في الجامعة الأميركية بالقاهرة في اذار ٢٠٠٣.
- 27 - فؤاد زكريا، مصدر سابق، ص ٣٠.
- 28 - فريال مهنا، علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية (دمشق: دار الفكر، ٢٠٠٢) ص ٤٣٥.
- 29 - المصدر نفسه، ص ٤٣٧.
- 30 - محمد علي البدوي، دراسات سوسيو إعلامية (بيروت: دار النهضة العربية، ٢٠٠٦) ص ٢٣٩.
- 31 - محمود جاسم الصميدعي، التسويق الاعلامي (عمان: دار المناهج للنشر والتوزيع، ٢٠٠٣) ص ٣٣.
- 32 - السيد ياسين، العالم والعولمة (القاهرة: دار نهضة مصر للطباعة والنشر والتوزيع، ٢٠٠٠) ص ٣٧٩.
- 33 - توماس م. فايل، الاعلام الدولي (النظريات، الاتجاهات، والملكية) ترجمة: حسني محمد نصر وعبدالله الكندي (الامارات العربية المتحدة: دار الكتاب الجامعي، ٢٠٠٣) ص ٣٥١-٣٦٠.
- 34 - عبد بن المحسن احمد العصيمي، الآثار الاجتماعية للإنترنت (الرياض: قرطبة للنشر والتوزيع، ٢٠٠٤) ص ١٨-١٩.
- 35 - المصدر نفسه، ص ٢٦-٢٧.

الممارسة الاعلامية والتحول الديمقراطي في العراق

دراسة ميدانية للعاملين في قناتي (السومرية الفضائية) و(البغدادية الفضائية)

د. حسين دبي الزويني

كلية الاعلام - جامعة بغداد

أ.م.د. سعد مطشر عبدالصاحب

كلية الاعلام - جامعة بغداد

تمهيد

لا شك في ان تطور ونمو الاعلام يرتبط ارتباطا صميميا بتطور تقنياته.. ومفردة "تقنيات" التي نعنيها لا تقتصر على الجانب الفني بل يقصد بها الجانبان الفني والبشري كذلك.. وفي الحالتين فإن النمو الاعلامي مرهون بتطور النظام السياسي القائم والمؤسسات السياسية العاملة في اي بلد كان. ولقد عاشت المجتمعات حالات من النمو والتطور التقني بجانبه الفني والبشري بعد ان اجتازت العديد من الشعوب تجارب سياسية وديمقراطية صعبة دفعت فيها الثمن غاليا وقادتها في النهاية الى تعميم تجارب الديمقراطية وفتح افاق فكرية جديدة ما كان لها ان تنتشر لولا التطور والنمو الهائل في الجانبين التقني والبشري وانتشار افكار الحرية والديمقراطية والتعددية التي سارت جنباً الى جنب مع التطورات الهائلة في تطور تقنيات الطباعة والبريد والنقل الحي والمباشر عبر الفضاء التي سمحت للناس بالرؤية عن بعد والاطلاع والحوار ومعرفة بعضهم لبعض الآخر ونقل تجاربهم ومعطيات انجازاتهم فيما بينهم وصولاً الى حالة الانتشار والتعميم.

من هنا فإن التقنية بجانبها الفني قد سمحت بنشر افكار سياسية مهمة عن الديمقراطية والحرية والممارسة السياسية والتبادل السلمي للسلطة.. وكان لتجارب البلدان الاوربية صداها الواسع لدى شعوب اسيا وافريقيا.. وصار للاعلام ثقله الاعظم في قيادة بلدان العالم الثالث باتجاه العالم المتقدم والمساهمة في نقل وتعميم تجارب الحياة المختلفة ومنها السياسية.. وبدأت مفاهيم جديدة وغامضة تأخذ طريقها في الازقة والشوارع التي لم تعرف هذه الممارسة وصار للممارسات السياسية جوانبها الدعائية والسياسية على المستويين الداخلي والخارجي وان الاداة المنفذة والمهمة في رسم وتنفيذ كل هذه الفعاليات والممارسات هم الاعلاميون، الذين رافقوا رحلة التحول (الفني والتقني والتكنولوجي) الى جانب التغييرات في الانظمة السياسية والتحويلات الديمقراطية فكان لهم مواقف وشؤون ومتاعب

تتصل بالجانب الفكري والفني أيضا التي لم تستطع قوة القيم الديمقراطية حمايتها بل أنها وفي بعض الأحيان رأت فيها تهديدا لوجودها وخطرا كفيلا في اثاره الرأي العام ضدها .. لذلك فأن الرقابة الصارمة والغاء حقوق المجتمعات المدنية ، بل ان محاصرة الحرية الفردية كانت من العلامات البارزة في حالات كثيرة .. ان للنزاعات والصراعات دورا كبيرا في التغيرات الحاصلة في وسائل الاعلام. ابل أن كل درجات التقدم التي تتحقق عادة في ميدان الاعلام شهدت ترجعا قويا عندما وجدت الدولة نفسها في صراع مستمر مع دول أخرى . وفي بلد مثل العراق عاش حالات الحروب والحصار والاحتلال فأن ذلك انعكس بشكل واضح على نوع الممارسة التي يمارسها الاعلام بجانبها الفني والبشري .. هذا البحث محاولة في واقع الممارسة الاعلامية في ظل التحولات السياسية في العراق ، وركز بشكل خاص على العاملين في القنوات الفضائية العراقية .

الفصل الأول : الإطار المنهجي

أولا: مشكلة البحث :

وتتلخص في ايجاد اجوبة علمية وموضوعية ودقيقة للتسؤلات الاتية :

- 1- ما واقع الممارسة العلمية في ظل التحولات السياسية الجديدة في العراق ؟
 - 2- هل لهذه التحولات السياسية المتعددة دورها الواضح في آلية عمل الاعلاميين العراقيين وممارستهم لاعمالهم الاعلامية ؟
 - 3- اذا كان لها دور .. فهل هو دور سلبي أم ايجابي ؟
 - 4- اذا كان دورها سلبيا .. فلماذا .. وماهي الاسباب ؟
 - 5- ما القوى والعوامل المؤثرة في واقع عمل الاعلاميين العراقيين في ظل التحولات السياسية الجديدة ؟
 - 6- كيف هي علاقة الاعلامي العراقي بالادارة .. هل هي علاقة مباشرة .. أم أنها علاقة غير مباشرة تحكمها ضوابط ومحددات عمل وضغوطات خفية ؟
 - 7- الاعلام المركزي في العراق ، هل انتهى فعلا .. ام ان الاعلامي العراقي مازال تحت وطأة الرقيب ويافطة الممنوع والمسموح ؟
 - 8- بعد الانفتاح ودخول العراق عصر الفضاء والاعلام الحر والتقنية المتقدمة ... كيف يتعامل الاعلامي العراقي مع الوضع الجديد ؟
- ثانيا: - أهمية البحث :
- تأتي أهمية البحث من كونه محاولة مضافة الى محاولات الباحثين الاخرين في دراسة وتوثيق

هذه المرحلة التي نعيشها بعد التحولات السياسية والثقافية والاجتماعية والاقتصادية التي أعقبت عام ٢٠٠٣ ، والتي شكل الاعلام محورا أساسيا وكبيرا فيها .

ثالثا :- أهداف البحث

1- معرفة واقع الممارسة الاعلامية في العراق عن طريق دراسة واقع العاملين في القنوات الفضائية العراقية .

2- معرفة الاثر المتحقق للتحولات السياسية المتعددة ودورها على صعيد الممارسة الاعلامية واليات العمل الاعلامي للعاملين في القنوات الفضائية العراقية .

3- معرفة نوع العلاقة الجديدة للعاملين بالادارة في المؤسسات الاعلامية العراقية .

4- معرفة القوى والعوامل المؤثرة سلبا او ايجابيا على صعيد العمل الاعلامي

5- رصد الجوانب السلبية والايجابية المتحققة على صعيد الممارسة والعمل الاعلامي للعاملين العراقيين العاملين في المؤسسات الاعلامية العراقية .. خاصة بعد التحولات في الادارة ونوع العمل والممارسة الميدانية .

6- معرفة علاقة الاعلامي العراقي بالنظام السياسي القائم خاصة بعد تحرر الاعلامي العراقي من سلطة الحاكم .

رابعا :- منهج البحث

اعتمد هذا البحث على المنهج الوصفي الذي يعنى بدراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بالظواهر المدروسة بقصد التوصل الى أستبصارات جديدة أو محاولة تفسيرها وتحليلها .

خامسا :- إجراءات البحث

قام الباحثان بأعداد أستمارة الاستبانة للعاملين في القنوات الفضائية العراقية هما (السومرية) و(البغدادية) واستشارة عدد من أصحاب الاختصاص في الاستمارة .

سادسا :- حدود البحث

1- المجال البشري : العاملون في قناتي (السومرية الفضائية) و(البغدادية الفضائية) الذين يحملون صفة مهنية اعلامية وهم (مراسل - محرر - معد - مقدم - سكرتير تحرير) ، وبواقع (٢٠) استمارة للعاملين في قناة السومرية و (١٥) استمارة للعاملين في قناة البغدادية، وهم العدد الكلي لهذه الصفات في القناتين حسب إحصائيات ادارة القناتين .

2- المجال المكاني : (قناة السومرية الفضائية) و(قناة البغدادية الفضائية) .

3- المجال الزماني : وامتد من ٢٠٠٩/٣/١ الى ٢٠٠٩/٣/٣١ وهي المدة التي تمثلت بتوزيع الاستمارات وتحليل النتائج .

سابعاً :- تحديد المصطلحات

- 1- الممارسة الاعلامية: ويقصد بها أساليب العمل التطبيقية التي ترتبط بالمهارات الاعلامية والاداء المهني المتمثل بالخبرة المهنية في التعامل مع الاحداث وامكانية فهمها وتحليلها (١).
- 2- الديمقراطية: وهي الحرية التي تتيح لأبناء الشعب اختيار شكل الدولة ونظامها السياسي عبر انتخابات حرة ونزيهة، وبما يبين مدى التطبيق السليم لمفهوم الحرية السياسية (٢).

الفصل الثاني: واقع الممارسة الميدانية في العراق تحت ظل التحولات الجديدة

للاعلام العراقي

أولاً.. واقع الممارسة الميدانية في العراق بعد عام ٢٠٠٣م

هناك مجموعة من العوامل والقوى المؤثرة في أداء الصحفي العراقي والعاملين في المؤسسات الاعلامية العراقية المختلفة والتي برزت بشكل جلي بعد التغيرات الرئيسية في منهجية الاعلام العراقي بعد عام ٢٠٠٣م، وهكذا وجد الصحفي العراقي نفسه محاطا ببيئة اعلامية جديدة لم يعتد عليها سابقا عندما كان يعيش وسط بيئة اعلامية مركزية.. وهذه البيئة لها صفات وخصائص وعناصر تركز على مبادئ الديمقراطية وحرية الرأي والتعبير.. وبغض النظر عن سلبيات وإيجابيات المرحلة الجديدة فإن الاعلامي العراقي صار مجبرا على البحث عن الحلول المناسبة للارتقاء بمستوى الاداء وتجاوز الضغوطات المهنية والسياسية والاجتماعية والاقتصادية التي يتعرض لها في مؤسسته الاعلامية وخارجها في اثناء عمله، وفي جوانب كثيرة من حياته العملية، صار الاعلامي العراقي يتعرض الى هذه الضغوطات لعدة اسباب منها ما هو على الصعيد المهني كالافتقار الى المهارات التي صارت تتطلبها عملية الاداء والاتصال، بسبب الفجوة التكنولوجية التي أحدثتها سنوات الانقطاع العلمي والحصار التي مرت على العراق بعد عام ١٩٩٠م والبعد التكنولوجي الذي عانى منه إعلاميو العراق.. كذلك هناك مسألة الضمانات المهنية والقانونية التي يمكن أن تكفل حرية الممارسة الاعلامية بعيدا عن الضغوط السياسية والادارية والقانونية. لقد أنشأت وأفتتحت العديد من المؤسسات الصحفية المقروءة والمسموعة والمرئية بعد عام ٢٠٠٣م وهذه المؤسسات ترتبط بأحزاب وشخصيات وجهات حكومية وغير حكومية، ومع أن الكثير منها تدعي بأنها مستقلة لكن حقيقة المضامين واتجاهات مضامين رسائلها الاعلامية تدل على التوجهات غير المستقلة، كذلك دخل القطاع الخاص في عملية الاشراف وأصدار الصحف وادارة الفضائيات والاذاعات المسموعة، وقامت دوائر خدمية حكومية بامتلاك المؤسسات الاعلامية والاشراف عليها وادارتها وتعيين الاعلاميين للعمل فيها، وكل هذه المؤسسات تعمل وفق معايير تضعها هي وفقا لرؤيتها وبما يتناسب وقوانينها مما شكل هاجسا جديدا

للاعلاميين العراقيين في البحث عن ضمانات مهنية وقانونية تكفل حقوقهم ومستقبل أطفالهم وعوائلهم على المستوى الحياتي والمعاشي ، فضلا عن الضمانات المهنية والقانونية التي يمكن أن تكفل حرية العمل الاعلامي وحمايتهم عند تعرضهم الى المشاكل في أثناء الممارسة الصحفية ، وبما يتلاءم والوضع القانوني والاداري الجديد . لقد كان الاعلامي العراقي يستند في الحصول على الامتيازات المادية والحقوق من نقابة الصحفيين العراقيين التي ساهمت في السنوات السابقة بعملية منح الصحفيين الاراضي السكنية وبعض الامتيازات التي حققتها للصحفيين ، ومع الوضع الجديد لم يعد للنقابة ذلك الدور المهم في تحسين الوضع الحياتي للصحفي والاعلامي العراقي بعد أن صار مبدءاً تعددية المرجعيات المهنية وتهميش الكثير من الجهات وعدم اعطاء الدعم للمركزيات ، وصارت عملية الدفاع عن حقوق الصحفيين المادية والمعنوية مشتتة ، اذ انعكست كل هذه المؤثرات على الصحفيين العراقيين ، وتدنّى من ثم مستوى الممارسة الميدانية ، كما ساهم في رفع نسبة التدني دخول الطارئین على مهنة الاعلام الى الميدان ، وبدأت الفوضى تطول جوانب كبيرة على صعيد المضامين أيضاً ، وأنعكس ذلك على ضعف الموضوعات التي تنشرها الصحف العراقية وفقرها الثقافي ، فضلا عن تدني مستوى الاداء وقلة التحليل وضعف الفنون الصحفية والاذاعية والتلفزيونية وكثرة الاعلانات والاعتماد على الانترنت وقلة تعرض الجمهور للصحف والمحطات الاذاعية والتلفزيونية العراقية (٣) . كما أن العديد من الاعلاميين يعانون من الاضطهاد المهني والفكري ويحاربون من مرؤوسيهم الذين يمارسون بحقهم أفعالا بعيدة عن أخلاق وشرف المهنة بسبب غياب الحماية القانونية ، واجبر القسر والاكراه الكثير منهم على اداء لتأدية أعمال لا يرغبون بتأديتها والافهم مهددون بالطرد من هذه المؤسسات الاعلامية التي يعملون فيها ، كما أن الكثير من الاعلاميين الذين سرحوا من أعمالهم بعد حل وزارة الاعلام أو من الشباب الذين تخرجوا من الجامعات مازالوا يعانون من مسألة التشرد ، كما أن بعضهم أجبروا على العمل بأجور زهيدة والبعض الآخر مازال يبحث عن فرصة عمل ويطرق الابواب ، خاصة وأنهم اذا وجدوا عملا فأنهم يطردون منه بعد مدة قصيرة ، فهم يمارسون عملهم الاعلامي في ظل تنقلات من قناة فضائية الى اخرى ومن صحيفة الى اخرى حتى وجد البعض منهم نفسه بلا عمل ، كما أن البعض ممن يعارضون الاحتلال تعرضوا للتهديد والملاحقة والاعتقال ، ودفع الكثير منهم حياته ثمنا لذلك (٤) . لقد برهنت المدة الماضية أهمية وسائل الاعلام والصحافة في دعم وارساء اسس الديمقراطية والتحويلات الجديدة للاعلام في العراق ، وكل ذلك يتم عن طريق ضمان حصول هذه الوسائل على المعلومات بحرية وتمكينها الاعلامي العراقي من ان يكون رقبيا للسلطة وبناء الدولة وفق أسس الديمقراطية والعدالة واحترام حقوق الانسان ومحاربة الفساد والمفسدين .. بالاعتماد على نموذج الحرية الحقيقية وليس حرية الشعارات ، وبذلك يستطيع الاعلامي المشاركة في عمليتي التخطيط

وصنع القرار، إذ إن الديمقراطية هي التي تضمن التنمية في أي بلد وإن تكون متمحورة حول الإنسان بدلاً من املائها بطريقة فوقية من جانب الصفوة والطبقة الحاكمة (٥). لذا فإن الحرية من الناحية البايولوجية هي فقدان الارغام أو القسر، ومن الناحية النفسية القدرة على الاختيار بين عدة حلول، ومن الناحية الفلسفية هي الوجود نفسه، لأن الموجود لا يتحد إلا عن طريق حريته، كما تعني إتاحة الفرص أمام المواطنين للتعبير عن آرائهم والتصرف خارج ضغوط القيود المفروضة فيما يتعلق بشؤون مجتمعهم ومشكلات حياتهم وتمكينهم من صنع مجتمعهم ومشكلات حياتهم وتمكينهم من صنع مجتمعهم ومشكلات حياتهم وتمكينهم من صنع مجتمعهم (٦). وقد أستوعبت معظم دول العالم دروساً عظيمة في الديمقراطية وعلاقتها بالاعلام وحرية الرأي والتعبير وحتى دول العالم الثالث التي أحرزت تقدماً ملحوظاً في مجال التحول الديمقراطي وحقوق الإنسان والحريات السياسية والمدنية، فالحرية لا تتجزأ والتنمية ليست هدفاً لذاتها بل أسلوب لرقى الإنسانية وتنمية ما يحقق رفاهيتها وحريتها وتقدمها، وكل ذلك يتم بوساطة الاعلام الذي يساهم في نشر المبادئ السامية للمفاهيم الراقية والفعالة في تحقيق التنمية البشرية والثقافية والفكرية وصولاً للسلوكيات الهادفة، ولو تفحصنا ما تقدم وقارنا وضعية الحريات والممارسات الاعلامية المتعلقة بالاعلاميين العراقيين قبل عام ٢٠٠٣م وبعدها لوجدنا ان ما تحقق قبل وبعد هذا التاريخ لا يعطي مؤشراً حسناً.. فقبل عام ٢٠٠٣م كان الاعلام مركزياً ومكبلاً بقيود المركزية والسلطة وحادية الرأي وأنفرادية التوجهات وعدم قبول الآخر والانغلاق والممنوعات وسياسة "شد العيون" و"غلق الافواه والاذان" وعدم النظر للامور إلا عن طريق السلطة وبعيون الحكومة والحاكم.. وانتقلنا الى مرحلة "قل ما تريد ونفعل ما نشاء" وهذه مخالفة صريحة وواضحة لهدف تقرير الامم المتحدة الخاص بالتنمية البشرية والصادر عام ١٩٩٢م والذي أكد على ان هدف التنمية هو حرية البشرية التي تعد أمراً حيوياً، لذا وجب ان يكون الناس احراراً الممارسة خياراتهم عبر المشاركة في صنع القرارات التي تؤثر في حياتهم (٧).

وبذلك عد تهميش آراء صحفيي العراق وعدم الرد على كتاباتهم أو اعارتها الاهمية المطلوبة بمثابة تجاهل صريح ومقصود للرأي العام المحلي ومحاولة صم الاذان تجاه مطالب حيوية خاصة بالشعب العراقي وحاضره ومستقبله، ولم تعط الحكومة والجهات الرسمية للاعلام الاذان الصاغية، وكان التشكيك بالآراء وربط علاقة ما يطرح بارتباطات الاعلامي السابقة ومكان عمله القديم قبل عام ٢٠٠٣م هي المبررات الطاغية والتبريرات المقبولة لتفسير وتمير الكثير من الحالات السلبية والفساد والسرقات، وكذلك كان وما زال للانتماء القومي والمذهبي والحزبي متكاً للهجوم على الاعلاميين في حالة البوح بالرأي المعاكس لتوجهات بعض المسؤولين واعمالهم ومخالفاتهم، وتحت وطأة هذه الظروف المهنية غير الطبيعية ومع انتشار ظاهرة التجذيرات والتهديدات والقتل الصريح للصحفيين

اضطر الكثير منهم الى ترك العمل الصحفي والاتجاه نحو مهن اخرى واضطر اخرون للكتابة بأسماء وهمية واختفت الكثير من الاسماء المرموقة واستبدلت بأسماء غير صريحة لممارسة العمل والكتابة وعدم الظهور على الشاشة او التصريح للاذاعة، وسافر الكثير من الصحفيين وهاجر بعيدا عن الوطن.. فيما استشهد العديد من الاعلاميين بدم بارد ولم يكن لهم ذنب سوى الكلمة الصريحة والرأي الجريء وقول الحقيقة، ولم يكن نصيب الصحفيين والاعلامية العراقية بأقل من نصيب الاعلامي العراقي في الاضطهاد والقتل والتهجير قبل عام ٢٠٠٣م وبعد عام ٢٠٠٣م، ونستطيع ربط ذلك بتقرير الامم المتحدة الاولى حول التنمية الانسانية العربية عام ٢٠٠٢م والذي يعد وثيقة دولية اولى توشر مكامن الخلل واسباب تعثر التنمية العربية الى ما يهدد بناء التنمية العربية وتطورها في جانبها الانساني في ضوء أبرز ثلاثة تغيرات هي:

- 1- وضعية الحريات في الوطن العربي بشكل عام وهي وضعية مقيدة.
 - 2- عدم تمكين المرأة من الحياة العامة وحقوق التنمية.
 - 3- القدرات الانسانية للانسان العربي ممثلة في اكتساب المعرفة وهو الموضوع الذي خصه الصندوق العربي للانماء الاقتصادي بتقرير خاص عام ٢٠٠٣م.
- وهذه التغيرات أشار اليها تقرير التنمية الانسانية العربية عام ٢٠٠٤م، خاصة فيما يتعلق بالحرية في الوطن العربي، اذ رأى التقرير " اقدم البلدان العربية خلال سنوات الالفية الثانية على خطوات للتغلب على النواقص الثلاثة في المعرفة والحرية وتمكين المرأة"(٨).
- وعندما نخوض في واقع الممارسة الميدانية يجب ان لا نهمل جانب الانتاج الاعلامي للاعلاميين والمتجسد برسائلهم الاعلامية ونتاجهم الفكري والثقافي، وقد شهدت المدة الماضية وفرة هائلة من النتاج وتغطية شاملة وكبيرة ومحلية وخارجية للاحداث والمناسبات والقضايا المختلفة والرئيسية مع بعض التحرر من الرقابة التي لم تعد رقابة مركزية ومباشرة بقدر ما صارت رقابة ذاتية وادارية، وهذه الوفرة هيأت فرص عمل مناسبة للكثيرين ممن فقدوا وظائفهم وأصبحوا يتقاضون أجورا مناسبة لا بأس بها.. واتجهت بعض وسائل الاعلام نحو الترفيه ولاسباب عديدة منها نفسية لفك حالة الاختناق التي عانى منها الشعب العراقي بسبب الحروب والدمار والحرمان ومنها اسباب سياسية لمواجهة المد الديني البارز والذي تصاعد بحدة بعد عام ٢٠٠٣م، والذي كان ممنوعا بقرار سياسي من النظام السابق، فضلا عن توجهات سياسية للحزاب والجهات المتنافسة على السلطة، ومن مؤشرات الممارسة المهنية الاعلامية للصحفيين والاعلاميين الاعتماد على الانترنت ومصادر المعلومات الوفيرة الاخرى مثل المطبوعات والبلث الفضائي والاذاعات الخارجية والتي صار المواطن العراقي يصل اليها بصورة غير مقيدة، كما صار الدخول في المهنة الاعلامية مفتوحا بحرية ولا تقرض

الحكومة الحصول على رخصة أو قيود أو تصريحات خاصة للعمل الاعلامي والصحفي. وعن طريق مطالعة لاسماء الصحف والمحطات الاذاعية والقنوات الفضائية العراقية يتضح ان معظمها يعود لاحزاب سياسية مشاركة وغير مشاركة في العملية السياسية، فضلا عن وجود اعلام حكومي ممول من قبل الحكومة بميزانية خاصة، فضلا عن اسماء الصحف ومحطات وقنوات اذاعية وتلفزيونية مجهولة التمويل وتعمل تحت مظلة أسماء اعلامية عراقية وشخصيات معروفة سياسية و اعلامية، وكل هذه المؤسسات الاعلامية استوعبت في الداخل والخارج الكثير من الاعلاميين العراقيين الذين تواصلوا معها في الكتابة واللقاء والظهور بنتائج فكرية و اعلامية بعضهم مؤيد للوضع السياسي الجديد، وآخرون معارضون للوضع السياسي القائم حاليا، وبعد هذا الموقف للبعض شخصيا، بينما يعد للبعض الآخر موقفا للإدارة التي يعمل فيها وليس موقفا شخصيا له ولربما اضطرت اوضاع البعض الحياتية والشخصية لان يكون عاملا في خانة الطرف المعارض للحكومة والوضع السياسي الجديد في العراق.

ثانياً.. انعكاس السلطة السياسية على الممارسة الاعلامية

يتفق أغلب الباحثين على أن هناك أيديولوجية واحدة تحدد الخط السياسي والاقتصادي للدولة، كما تحدد موقف الدولة من الإعلام ووظائفه وأدواره التي تتكامل مع سائر مؤسسات الدولة لتحقيق التوازن ولحماية ودعم أهداف ومصالح وقيم القوى الاجتماعية، وبذلك تتحكم السلطة في النظام الثقافي والتعليمي وأدوات التعبير السياسي والإعلامي، بمعنى أنه ليس هناك أيديولوجية للسلطة وأخرى لوسائل الإعلام، بل يجسد الإعلام هذا النسيج المتشابك بجوانبه فكرياً وسياسياً وثقافياً، لذا عدت السياسة الإعلامية المطبقة ونمط الملكية ومدى تدخل السلطة الحاكمة في توجيه الممارسة الاعلامية بمثابة معايير حاسمة في تحديد واختيار المضامين ونشرها عبر وسائل الإعلام(٩). ويتضح هذا العامل بصورة جلية عبر تبعية القنوات الفضائية للسلطة أو لجهات التمويل والتي تتمثل بجوانب ملكية الوسيلة وسلطة إصدار التشريعات والقوانين الاعلامية التي تخضع لها القنوات الفضائية ورسم السياسات الاعلامية والسيطرة على مصادر الأنباء المحلية عن طريق السيطرة على وكالات الأنباء، لذا نجد بعض الحكومات تحرص على فرض سيطرتها الكاملة على الصحف كجزء من السيادة الوطنية على مصادر التعبير الثقافي والإعلامي، وتعتمد بعض الحكومات لمنح تراخيص البث لبعض القنوات الفضائية أو دعمها اقتصادياً فتؤدي السيطرة الاقتصادية إلى السيطرة الفكرية في ضوء التحكم في مضامين المواد الاعلامية التي تبث في تلك القنوات ذات الملكية الحكومية أو التي تمولها، لذا نجد أن مثل هذه القنوات تهتم بنشر وجهات النظر الرسمية أو وجهات النظر الانتقائية المرتبطة بأحدى جوانب التحول الديمقراطي وتتطوي على اتجاهات مختلفة لنقل المضامين من سلطة المؤسسة الاعلامية إلى

الجماهير (١٠).

وتأسيساً على ما تقدم يتبين أثر السلطة السياسية وانعكاسها على التحول الديمقراطي وبشكل واضح في العراق بعد عام ٢٠٠٣م والتي تعد غير مستقرة وينقصها الاتفاق على العديد من الأمور الأساسية، إذ ما زالت تلك الأوضاع تشهد تغيرات سياسية واقتصادية وهو ما يؤدي إلى ظهور ممارسات إعلامية سلبية تنعكس على واقع الممارسة الديمقراطية للعمل الاعلامي. فضلاً عن ذلك فإن الرأي لم يستقر إزاء نوع الأيديولوجية السياسية والاقتصادية التي يمكن أن تؤثر في الممارسة الإعلامية، لذا تهتم هذه الدول بالتغلب على هذه الصعوبات لكي يتوافر لها التنظيم الاجتماعي والسياسي المستقر، فتلجأ السلطة السياسية إلى استخدام وسائل الإعلام لتنظيم وحشد التأييد الشعبي لسياسات الدولة عبر تقييد المضامين الإعلامية بما يتفق مع منطلقات السلطة السياسية وأهدافها مع إعطاء الحرية في مناقشة بعض المضامين من دون المساس بالمبادئ الأساسية للسلطة (١١). وقد أسهم العامل التقني المتمثل في التقدم الهائل لتكنولوجيا الاتصال واندماجه في توليفات اتصالية عدة مع تكنولوجيا المعلومات، وكذلك العامل الاقتصادي المتمثل في حركة رؤوس الأموال والتجارة واعتبار المعلومات سلعة اقتصادية في حد ذاتها، فضلاً عن العامل السياسي المتمثل في الاستخدام المتزايد لوسائل الإعلام من قبل القوى السياسية في العالم إلى تقدم تكنولوجيا الإعلام واعتبار ذلك من العوامل الرئيسية لثورة تكنولوجيا الإعلام (١٢).

لقد شهد عصرنا الحالي قفزة في تكنولوجيا الإعلام والمعلومات إذ تم المزج بين أكثر من تكنولوجيا اتصالية لتحقيق الأهداف الإعلامية ونقل الإعلام من المحدودية إلى اللامحدودية وتوسيع دائرته ليشمل العالم (١٣).

ثالثاً.. انعكاس التحول الديمقراطي على الممارسة الإعلامية

وضعت الثورة الاتصالية والمعلوماتية القنوات الفضائية أمام تحديات عديدة وأتاحت لها في الوقت نفسه غزارة المعلومات وسرعة نقلها وتداولها وانعكس ذلك بوضوح على الممارسة الإعلامية، وخلقت هذه التطورات مستخدمين يعتمدون على الانترنت وشبكات نقل المعلومات الالكترونية في تلقي المعلومات، وسارعت الفضائيات إلى استقطاب هذا الجمهور عن طريق إضافة انعكاس التحول الديمقراطي إلى منهاج عملها الاعلامي في نقل وتسويق انتاجها الاعلامي (١٤)، كما وضعت إستراتيجية لمواكبة أحداث العصر ومواجهة المنافسة مع وسائل الاعلام الاخرى مطورة نفسها بتطور المجتمعات ومستفيدة من التطورات التكنولوجية (١٥).

وفي هذا الصدد لابد من القول ان الحرية تشكل واحدة من أهم أوجه الأنظمة الديمقراطية لاسيما مع أهمية الحريات العامة التي تقع ضمن إطار هذا المفهوم والتي تشمل الآتي (١٦):

- حرية الإعلام: وهي الحرية التي تمنح إلى عمل الإعلام ووسائله، الأمر الذي يشكل عاملاً مهماً في دعم الأنظمة الديمقراطية، ولا سيما أن مسؤولية تعريف أبناء الشعب بطبيعة النظام الفيدرالي وحدوده وآثاره السلبية والإيجابية تقع على عاتق وسائل الإعلام.
- الحرية السياسية: تقوم وسائل الإعلام بدور مؤثر في الدول الديمقراطية كنمط من أنماط الرقابة الخارجية على أعمال السلطات التنفيذية، إذ تتابع وسائل الإعلام ممارسات السلطات التنفيذية، الأمر الذي يزيد من دورها الرقابي في الأنظمة السياسية الديمقراطية داخل الدول الديمقراطية، إذ تشكل قدرتها على تقصي الحقائق والكشف عن المخالفات الدستورية والإدارية وعرضها على الرأي العام قوة ضغط على السلطة الحاكمة، التي تجد نفسها مضطرة للتحقق من القضايا التي توليها وسائل الإعلام أهمية بالغة، وتتخذ الإجراءات اللازمة والمتماشية مع معايير الرقابة الخارجية، ولا سيما أن وسائل الإعلام تختار الموضوعات الحساسة كإثارة فضائح الرشوة والفساد الإداري والمخالفات الدستورية التي تحصل في الدولة الديمقراطية ومن ثم فإن الحريات المتاحة لوسائل الإعلام تشكل دعماً للنظام السياسي الديمقراطي وما ينجم عنها من سوء استخدام الصلاحيات (١٧).

المبحث الثالث: الدراسة الميدانية

أولاً.. جنس المبحوثين

- 1- قناة السومرية: من الجدول رقم (١) يتبين لنا أن فئة (ذكر) احتلت المرتبة الأولى، إذ بلغ عددها (١٦) تكراراً من مجموع (٢٠) تكراراً ونسبة بلغت (٨٠%) تلتها فئة (أنثى) بالمرتبة الثانية، إذ بلغ عددها (٤) تكرارات من مجموع (٢٠) تكراراً ونسبة بلغت (٢٠%).
- 2- قناة البغدادية: حصلت فئة (ذكر) على المرتبة الأولى، إذ بلغ عددها (٩) تكرارات من مجموع (١٥) تكراراً ونسبة بلغت (٦٠%) تلتها فئة (أنثى) بالمرتبة الثانية، إذ بلغ عددها (٦) تكرارات من مجموع (١٥) تكراراً ونسبة بلغت (٤٠%).

الجدول رقم (١) جنس المبحوثين في قناتي (السومرية) و (البغدادية)

المرتبة	%	التكرار	الجنس	القناة
١	٨٠	١٦	ذكر	السومرية
٢	٢٠	٤	أنثى	
—	١٠٠	٢٠	المجموع	
١	٦٠	٩	ذكر	البغدادية
٢	٤٠	٦	أنثى	
—	١٠٠	١٥	المجموع	
—	—	٣٥	المجموع الكلي	

ثانياً..عمر المبحوثين

- 1- قناة السومرية: حصلت فئة (١٨-٢٨) عاما على المرتبة الاولى، اذ بلغ عددها (١١) تكرارا من مجموع (٢٠) تكرارا ونسبة بلغت (٥٥%)، تلتها فئة (٢٩-٣٩) عاما بالمرتبة الثانية، اذ بلغ عددها (٦) تكرارات من مجموع (٢٠) تكرارا ونسبة بلغت (٣٠%)، في حين جاءت فئة (٥٠-٦٠) عاما بالمرتبة الثالثة، اذ بلغ عددها تكرارين من مجموع (٢٠) تكرارا ونسبة بلغت (١٠%) تلتها فئة (٤٠-٤٩) عاما بالمرتبة الرابعة، اذ بلغ عددها تكرارا واحدا من مجموع (٢٠) تكرارا ونسبة بلغت (٥%) . اما فئة (٦١ فأكثر) فهي لم تسجل أي تكرار او نسبة مئوية. أنظر الجدول رقم (٢).
- 2- قناة البغدادية: احتلت فئة (١٨-٢٨) عاما المرتبة الاولى، اذ بلغ عددها (٩) تكرارات من مجموع (١٥) تكرارا ونسبة بلغت (٦٠%) تلتها فئة (٢٩-٣٩) عاما بالمرتبة الثانية، اذ بلغ عددها (٤) تكرارات من مجموع (١٥) تكرارا ونسبة بلغت (٢٦,٦٦%)، في حين جاءت فئتي (٤٠-٤٩) عاما و (٥٠-٦٠) عاما بالمرتبة الثالثة، اذ بلغ عددهما تكرارا واحدا من مجموع (١٥) تكرارا ونسبة بلغت (٦,٦٦%). اما فئة (٦١ فأكثر) فهي لم تسجل أي تكرار او نسبة مئوية. أنظر الجدول رقم (٢).

الجدول رقم (٢) عمر المبحوثين في قناتي (السومرية) و (البغدادية)

القناة	العمر	التكرار	%	المرتبة
السومرية	٢٨-١٨ عاما	١١	٥٥	١
	- ٢٩ عاما	٦	٣٠	٢
	- ٥٠ عاما	٢	١٠	٣
	- ٤٠ عاما	١	٥	٤
	٦١ فأكثر	صفر	صفر	-
	المجموع	٢٠	١٠٠	-
	٢٨-١٨ عاما	٩	٦٠	١
البغدادية	- ٢٩ عاما	٤	٢٦,٦٦	٢
	- ٤٠ عاما	١	٦,٦٦	٣
	- ٥٠ عاما	١	٦,٦٦	٣
	٦١ فأكثر	صفر	صفر	-
	المجموع	١٥	١٠٠	-
	المجموع الكل	٣٥	-	-

ثالثاً..التحصيل الدراسي

- 1- قناة السومرية: حصلت فئة (بكالوريوس) على المرتبة الاولى، اذ بلغ عددها (١٦) تكرارا

من مجموع (٢٠) تكراراً ونسبة بلغت (٨٠%) تلتها فئة (دبلوم) بالمرتبة الثانية، اذ بلغ عددها (٣) تكرارات ونسبة بلغت (١٥%). في حين جاءت فئة (اعدادية) بالمرتبة الثالثة، اذ بلغ عددها تكراراً واحداً من مجموع (٢٠) تكراراً ونسبة بلغت (٥%). اما الفئات (ابتدائية - متوسطة - ماجستير - دكتوراه) فهي لم تسجل أي تكرار او نسبة مئوية. أنظر الجدول رقم (٣).

2- قناة البغدادية: احتلت فئة (بكالوريوس) المرتبة الاولى، اذ بلغ عددها (١١) تكراراً من مجموع (١٥) تكراراً ونسبة بلغت (٧٣,٣٣%) تلتها بالمرتبة الثانية فئة (دبلوم)، اذ بلغ عددها تكرارين من مجموع (١٥) تكراراً ونسبة بلغت (١٣,٣٣%). في حين جاءت فئتا (دكتوراه) و(اعدادية) بالمرتبة الثالثة، اذ بلغ عددهما تكراراً واحداً من مجموع (١٥) تكراراً ونسبة بلغت (٦,٦٦%). اما الفئات (ابتدائية - متوسطة - ماجستير) فهي لم تسجل أي تكرار او نسبة مئوية. أنظر الجدول رقم (٣).

الجدول رقم (٣) التحصيل الدراسي للمبشرين في قناتي (السومرية) و (البغدادية)

المرتبة	%	التكرار	التحصيل الدراسي	القناة
١	٨٠	١٦	بكالوريوس	السومرية
٢	١٥	٣	دبلوم	
٣	٥	١	اعدادية	
-	صفر	صفر	متوسطة	
-	صفر	صفر	ابتدائية	
-	صفر	صفر	ماجستير	
-	صفر	صفر	دكتوراه	
-	١٠٠	٢٠	المجموع	
١	٧٣,٣٣	١١	بكالوريوس	البغدادية
٢	١٣,٣٣	٢	دبلوم	
٣	٦,٦٦	١	دكتوراه	
٣	٦,٦٦	١	اعدادية	
-	صفر	صفر	متوسطة	
-	صفر	صفر	ابتدائية	
-	صفر	صفر	ماجستير	
-	١٠٠	١٥	المجموع	
-	-	٣٥	المجموع الكلي	

رابعاً.. الصفة المهنية

1- قناة السومرية: حصلت فئة (مراسل) على المرتبة الاولى، اذ بلغ عددها (١١) تكراراً من مجموع (٢٠) تكراراً ونسبة بلغت (٥٥%) تلتها بالمرتبة الثانية فئة (محرر)، اذ بلغ عددها (٥) تكرارات من مجموع (٢٠) تكراراً ونسبة بلغت (٢٥%). في حين جاءت فئة (معد) بالمرتبة الثالثة، اذ

بلغ عددها تكرارين من مجموع (٢٠) تكرارا ونسبة بلغت (١٠%). اما فئتا (سكرتير تحرير) و (مقدم) فقد أحتلتا المرتبة الرابعة، اذ بلغ عددهما تكرارا واحدا من مجموع (٢٠) تكرارا ونسبة بلغت (٥%). أنظر الجدول رقم (٤).

2- قناة البغدادية: جاءت فئتا (مراسل) و (محرر) بالمرتبة الاولى، اذ بلغ عددهما (٤) تكرارات من مجموع (١٥) تكرارا ونسبة بلغت (٢٦,٦٦%) تلتهما بالمرتبة الثانية فئة (مقدم)، اذ بلغ عددها (٣) تكرارات من مجموع (١٥) تكرارا ونسبة بلغت (٢٠%). في حين جاءت فئتا (سكرتير تحرير) و (معد) بالمرتبة الثالثة، اذ بلغ عددهما تكرارين لكل منهما ونسبة بلغت (١٣,٣٣%). أنظر الجدول رقم (٤).

الجدول رقم (٤) الصفة المهنية للمبشرين في قناتي (السورية) و (البغدادية)

المرتبة	%	التكرار	الصفة المهنية	القناة
١	٥٥	١١	مراسل	السورية
٢	٢٥	٥	محرر	
٣	١٠	٢	معد	
٤	٥	١	سكرتير تحرير	
٤	٥	١	مقدم	
-	١٠٠	٢٠	المجموع	
١	٢٦,٦٦	٤	مراسل	البغدادية
١	٢٦,٦٦	٤	محرر	
٢	٢٠	٣	مقدم	
٣	١٣,٣٣	٢	سكرتير تحرير	
٣	١٣,٣٣	٢	معد	
-	١٠٠	١٥	المجموع	
-	-	٣٥	المجموع الكلي	

خامسا.. نوع نظام العمل

1- قناة السورية: من الجدول رقم (٥) يتبين لنا ان فئة (ملاك دائم) حصلت على المرتبة الاولى، اذ بلغ عددها (١٢) تكرارا من مجموع (٢٠) تكرارا ونسبة بلغت (٦٠%) تلتها بالمرتبة الثانية فئة (عقد)، اذ بلغ عددها (٧) تكرارات من مجموع (٢٠) تكرارا ونسبة بلغت (٣٥%). في حين جاءت فئة (مكافئة ثابتة) بالمرتبة الثالثة، اذ بلغ عددها تكرارا واحدا من مجموع (٢٠) تكرارا ونسبة بلغت

(٥٠٪).

2- قناة البغدادية: احتلت فئة (ملاك دائم) المرتبة الاولى، اذ بلغ عددها (١٠) تكرارات من مجموع (١٥) تكرارا ونسبة بلغت (٦٦,٦٦٪) تلتها بالمرتبة الثانية فئة (عقد)، اذ بلغ عددها (٣) تكرارا من مجموع (١٥) تكرارا ونسبة بلغت (٢٠٪). في حين جاءت فئة (مكافئة ثابتة) بالمرتبة الثالثة، اذ بلغ عددها تكرارين من مجموع (١٥) تكرارا ونسبة بلغت (١٣,٣٣٪). أنظر الجدول رقم (٥).

الجدول رقم (٥) نظام عمل المبحوثين في قناتي (السومرية) و (البغدادية)

القناة	نوع نظام العمل	التكرار	%	المرتبة
السومرية	ملاك دائم	١٢	٦٠	١
	عقد	٧	٣٥	٢
	مكافئة ثابتة	١	٥	٣
	المجموع	٢٠	١٠٠	-
البغدادية	ملاك دائم	١٠	٦٦,٦٦	١
	عقد	٣	٢٠	٢
	مكافئة ثابتة	٢	١٣,٣٣	٣
	المجموع	١٥	١٠٠	-
	المجموع الكلي	٣٥	-	-

سادسا.. انعكاس التحول الديمقراطي على عمل المبحوثين

1- قناة السومرية: من الجدول رقم (٦) يتبين لنا ان فئة (ايجابي) احتلت المرتبة الاولى، اذ بلغ عددها (١٥) تكرارا من مجموع (٢٠) تكرارا ونسبة بلغت (٧٥٪) تلتها فئة (سلبي)، اذ بلغ عددها (٥) تكرارات من مجموع (٢٠) تكرارا ونسبة بلغت (٢٥٪).

2- قناة البغدادية: احتلت فئة (ايجابي) المرتبة الاولى، اذ بلغ عددها (٩) تكرارات من مجموع (١٥) تكرارا ونسبة بلغت (٦٠٪) تلتها فئة (سلبي)، اذ بلغ عددها (٦) تكرارات من مجموع (١٥) تكرارا ونسبة بلغت (٤٠٪). أنظر الجدول رقم (٦).

الجدول رقم (٦) انعكاس التحول الديمقراطي على عمل المبحوثين في قناتي (السومرية) و (البغدادية)

المرتبّة	%	التكرار	الانعكاس التحول الديمقراطي	القناة
١	٧٥	١٥	إيجابي	السومرية
٢	٢٥	٥	سلبى	
-	١٠٠	٢٠	المجموع	
١	٦٠	٩	إيجابي	البغدادية
٢	٤٠	١	سلبى	
-	١٠٠	١٥	المجموع	
-	-	٣٥	المجموع الكلي	

سابعاً.. الانعكاسات الايجابية للتحول الديمقراطي

1- قناة السومرية: من الجدول رقم (٧) يتبين لنا ان فئة (حرية التعبير) احتلت المرتبة الاولى، اذ بلغ عددها (٨) تكرارات من مجموع (١٥) تكرارا ونسبة بلغت (٥٣,٣٣%) تلتها فئة (عدم الخضوع لسلطة الدولة) بالمرتبة الثانية، اذ بلغ عددها (٣) تكرارات من مجموع (١٥) تكرارا ونسبة بلغت (٢٠%). في حين جاءت فئتا (تعددية وسائل الاعلام) و (حرية العمل الاعلامي) بالمرتبة الثالثة، اذ بلغ عددهما تكرارين لكل منهما ونسبة بلغت (١٣,٣٣%).

2- قناة البغدادية: حصلت فئة (حرية التعبير) على المرتبة الاولى، اذ بلغ عددها (٤) تكرارات من مجموع (٩) تكرارات ونسبة بلغت (٤٤,٤٤%) تلتها بالمرتبة الثانية (حرية العمل الاعلامي)، اذ بلغ عددها (٣) تكرارات من مجموع (٩) تكرارات ونسبة بلغت (٣٣,٣٣%). في حين حصلت فئتا (عدم الخضوع لسلطة الدولة) و (تعددية وسائل الاعلام) على المرتبة الثالثة، اذ بلغ عددهما تكرارا واحدا من مجموع (٩) تكرارات ونسبة بلغت (١١,١١%). أنظر الجدول رقم (٧).

الجدول رقم (٧) الانعكاسات الايجابية للتحول الديمقراطي في قناتي (السومرية) و (البغدادية)

المرتبّة	%	التكرار	الانعكاسات الإيجابية	القناة
١	٥٣,٣٣	٨	حرية التعبير	السومرية
٢	٢٠	٣	عدم الخضوع لسلطة الدولة	
٣	١٣,٣٣	٢	تعدد وسائل الاعلام	
٣	١٣,٣٣	٢	حرية العمل الاعلامي	
-	١٠٠	١٥	المجموع	
١	٤٤,٤٤	٤	حرية التعبير	البغدادية
٢	٣٣,٣٣	٣	حرية العمل الاعلامي	
٣	١١,١١	١	عدم الخضوع لسلطة الدولة	
٣	١١,١١	١	تعدد وسائل الاعلام	
-	١٠٠	٩	المجموع	
-	-	٢٤	المجموع الكلي	

ثامناً.. القيود التي فرضها التحول الديمقراطي على الممارسة الإعلامية

1- قناة السومرية: احتلت فئة (الخضوع لسلطة الصورة النمطية) المرتبة الاولى، اذ بلغ عددها (٣) تكرارات من مجموع (٥) تكرارات ونسبة بلغت (٦٠%) تلتها بالمرتبة الثانية (الخضوع لسياسة المؤسسة الاعلامية) و (الخضوع لقيم المجتمع وعاداته)، اذ بلغ عددهما تكرارا واحدا لكل منهما من مجموع (٥) تكرارات ونسبة بلغت (٢٠%). أنظر الجدول رقم (٨).

2- قناة البغدادية: من الجدول رقم (٨) يتبين لنا ان فئة (الخضوع لسياسة المؤسسة الاعلامية) جاءت بالمرتبة الاولى، اذ بلغ عددها (٤) تكرارات من مجموع (٦) تكرارات ونسبة بلغت (٦٦,٦٦%) تلتها بالمرتبة الثانية فئة (الخضوع لسلطة الصورة النمطية) و (الخضوع لقيم المجتمع وعاداته)، اذ بلغ عددهما تكرارا واحدا لكل منهما ونسبة (١٦,٦٦%). اما فئة (اخرى) فهي لم تسجل أي تكرار او نسبة مئوية.

الجدول رقم (٨)

القيود التي فرضها التحول الديمقراطي على الممارسة الاعلامية في قناتي (السومرية) و (البغدادية)

المرتبة	%	التكرار	القيود التي فرضها التحول الديمقراطي	القناة
١	٦٠	٣	الخضوع لسلطة الصورة النمطية	السومرية
٢	٢٠	١	الخضوع لسياسة المؤسسة الاعلامية	
٢	٢٠	١	الخضوع لقيم المجتمع وعاداته	
-	صفر	صفر	اخرى	
-	١٠٠	٥	المجموع	
١	٦٦,٦٦	٤	الخضوع لسياسة المؤسسة الاعلامية	البغدادية
٢	١٦,٦٦	١	الخضوع لسلطة الصورة النمطية	
٢	١٦,٦٦	١	الخضوع لقيم المجتمع وعاداته	
-	صفر	صفر	اخرى	
-	١٠٠	٦	المجموع	
-	-	١١	المجموع الكلي	

تاسعا.. مساهمة التحول الديمقراطي في (تعميق حرية الرأي - اشاعة حرية الممارسة الاعلامية بدون ضوابط قانونية - تفعيل سلطة الرقابة المجتمعية)

1- قناة السومرية: من الجدول رقم (٩) يتبين لنا ان فئة (تعميق حرية الرأي) حصلت على المرتبة الاولى، اذ بلغ عددها (١٤) تكرارا من مجموع (٢٠) تكرارا ونسبة بلغت (٧٠%)، تلتها بالمرتبة الثانية فئتا (اشاعة حرية الممارسة الاعلامية بدون ضوابط) و (تفعيل سلطة الرقابة المجتمعية) اما فئة (اخرى) فهي لم تسجل أي تكرار او نسبة مئوية.

2- قناة البغدادية: احتلت فئة (تعميق حرية الرأي) المرتبة الاولى، اذ بلغ عددها (٩) تكرارات من مجموع (١٥) تكرارا ونسبة بلغت (٦٠%) تلتها فئتا (اشاعة حرية الممارسة الاعلامية بدون

ضوابط) و (تفعيل سلطة الرقابة المجتمعية)، اذ بلغ عددهما (٣) تكرارات لكل منهما من مجموع (١٥) تكراراً ونسبة بلغت (٢٠%). اما فئة (اخرى) فهي لم تسجل أي تكرار او نسبة مئوية. أنظر الجدول رقم (٩).

الجدول رقم (٩) مساهمة التحول الديمقراطي في (تعميق حرية الرأي - اشاعة ممارسة الحرية الاعلامية بدون ضوابط قانونية - تفعيل الرقابة المجتمعية) في قناتي (السومرية) و (البغدادية)

المرتبة	%	التكرار	مساهمة التحول الديمقراطي	القناة
١	٧٠	١٤	تعميق حرية الرأي	السومرية
٢	١٥	٣	اشاعة حرية الممارسة الاعلامية بدون ضوابط	
٢	١٥	٣	تفعيل سلطة الرقابة المجتمعية	
-	صفر	صفر	اخرى	
-	١٠٠	٢٠	المجموع	
١	٦٠	٩	تعميق حرية الرأي	البغدادية
٢	٢٠	٣	اشاعة حرية الممارسة الاعلامية بدون ضوابط	
٢	٢٠	٣	تفعيل سلطة الرقابة المجتمعية	
-	صفر	صفر	اخرى	
-	١٠٠	١٥	المجموع	
-	-	٣٥	المجموع الكلي	

عاشر.. مساهمة التحول الديمقراطي في نشر مفاهيم (العنف - المصالحة - الحقيقة)

1- قناة السومرية: من الجدول رقم (١٠) يتبين لنا ان فئة (الحقيقة) احتلت المرتبة الاولى، اذ بلغ عددها (٩) تكرارات من مجموع (٢٠) تكراراً ونسبة بلغت (٤٥%) تلتها فئة (العنف) بالمرتبة الثانية، اذ بلغ عددها (٦) تكرارات من مجموع (٢٠) تكراراً ونسبة بلغت (٣٠%). في حين حصلت فئة (المصالحة) على المرتبة الثالثة، اذ بلغ عددها (٥) تكرارات من مجموع (٢٠) تكراراً ونسبة بلغت (٢٥%). اما فئة (اخرى) فهي لم تسجل أي تكرار او نسبة مئوية.

2- قناة البغدادية: جاءت فئة (العنف) بالمرتبة الاولى، اذ بلغ عددها (٩) تكرارات من مجموع (١٥) تكراراً ونسبة بلغت (٦٠%) تلتها بالمرتبة الثانية فئة (الحقيقة)، اذ بلغ عددها (٥) تكرارات من مجموع (١٥) تكراراً ونسبة بلغت (٣٣,٣٣%). بينما جاءت فئة (المصالحة) بالمرتبة الثالثة، اذ بلغ عددها تكراراً واحداً من مجموع (١٥) تكراراً ونسبة بلغت (٦,٦٦%). اما فئة (اخرى) فهي لم تسجل أي تكرار او نسبة مئوية.

الجدول (١٠) مساهمة التحول الديمقراطي في نشر مفاهيم (العنف - المصالحة - الحقيقة) في قناتي (السومرية) و (البغدادية)

المرتبّة	%	التكرار	مساهمة التحول الديمقراطي	القناة
١	٤٥	٩	الحقيقة	السومرية
٢	٣٠	٦	العنف	
٣	٢٥	٥	المصالحة	
-	صفر	صفر	أخرى	
-	١٠٠	٢٠	المجموع	
١	٦٠	٩	العنف	البغدادية
٢	٣٣,٣٣	٥	الحقيقة	
٣	٦,٦٦	١	المصالحة	
-	صفر	صفر	أخرى	
-	١٠٠	١٥	المجموع	
-	-	٣٥	المجموع الكلي	

أحد عشر .. إتاحة التحول الديمقراطي لحرية التعامل مع الأحداث من جوانب مختلفة

- 1- قناة السومرية: احتلت فئة (نعم) المرتبة الاولى، اذ بلغ عددها (١٨) تكراراً من مجموع (٢٠) تكراراً ونسبة بلغت (٩٠%) تلتها فئة (كلا)، اذ بلغ عددها تكرارين من مجموع (٢٠) تكراراً ونسبة بلغت (١٠%). أنظر الجدول رقم (١١).
- 2- قناة البغدادية: من الجدول رقم (١١) يتبين لنا ان فئة (نعم) جاءت بالمرتبة الاولى، اذ بلغ عددها (٩) تكرارات من مجموع (١٥) تكراراً ونسبة بلغت (٦٠%) تلتها فئة (كلا)، اذ بلغ عددها (٦) تكرارات من مجموع (١٥) تكراراً ونسبة بلغت (٤٠%)

الجدول (١١) إتاحة التحول الديمقراطي لحرية التعامل مع الأحداث من جوانب مختلفة في قناتي (السومرية) و (البغدادية)

المرتبّة	%	حرية التعامل مع الأحداث	القناة
١	٩٠	نعم	السومرية
٢	١٠	كلا	
-	١٠٠	المجموع	
١	٦٠	نعم	البغدادية
٢	٤٠	كلا	
-	١٠٠	المجموع	
-	-	المجموع الكلي	

أثنا عشر.. الجوانب التي اتاحها التحول الديمقراطي بخصوص حرية التعامل مع الاحداث

1- قناة السومرية: احتلت فئة (التوظيف السياسي للاحداث) المرتبة الاولى، اذ بلغ عددها (١٥) تكرارا من مجموع (٢٠) تكرارا ونسبة بلغت (٧٥%) تلتها فئة (المشاركة العاطفية في الاحداث) بالمرتبة الثانية، اذ بلغ عددها (٣) تكرارات من مجموع (٢٠) تكرارا ونسبة بلغت (١٥%). بينما جاءت فئة (اخرى) التي تضمنت (ادارة التغطية الاعلامية) و (نقل الحدث بموضوعية) بالمرتبة الثالثة، اذ بلغ عددها تكرارين من مجموع (٢٠) تكرارا ونسبة بلغت (١٠%). أما فئة (التحريض) فلم تسجل أي تكرار او نسبة مئوية. أنظر الجدول رقم (١٢).

الجدول (١٢) الجوانب التي اتاحها التحول الديمقراطي بخصوص حرية التعامل مع الاحداث في قناتي (السومرية) و (البغدادية)

المرتبة	%	التكرار	الجوانب التي اتاحها التحول الديمقراطي	القناة
١	٧٥	١٥	توظيف سياسي للاحداث	السومرية
٢	١٥	٣	مشاركة عاطفية في الاحداث	
٣	١٠	٣	اخرى	
-	صفر	صفر	تحريض	
-	١٠٠	٢٠	المجموع	
١	٦٠	٩	توظيف سياسي للاحداث	البغدادية
٢	٢٦,٦٦	٤	مشاركة عاطفية في الاحداث	
٣	١٣,٣٣	٢	تحريض	
-	صفر	صفر	اخرى	
-	١٠٠	١٥	المجموع	
-	-	٣٥	المجموع كلى	

ثلاثة عشر.. انعكاسات حرية الممارسة الاعلامية في ظل التحول الديمقراطي

1- قناة السومرية: من الجدول رقم (١٣) يتبين لنا ان فئة (غياب التوازن في طرح وجهات النظر المختلفة) احتلت المرتبة الاولى، اذ بلغ عددها (١٢) تكرارا من مجموع (٢٠) تكرارا ونسبة بلغت (٦٠%) تلتها بالمرتبة الثانية فئة (خرق المعايير المهنية)، اذ بلغ عددها (٥) تكرارات من مجموع (٢٠) تكرارا ونسبة بلغت (٢٥%). بينما جاءت فئة (الابتعاد عن المسؤولية الاجتماعية) بالمرتبة الثالثة، اذ بلغ عددها (١٥) تكرارا من مجموع (٢٠) تكرارا ونسبة بلغت (١٥%). اما فئة (اخرى) فهي لم تسجل اي تكرار او نسبة مئوية.

2- قناة البغدادية: احتلت فئة (غياب التوازن في طرح وجهات النظر) المرتبة الاولى، اذ بلغ عددها (٩) تكرارات من مجموع (١٥) تكرارا ونسبة بلغت (٦٠%) تلتها بالمرتبة الثانية فئة (خرق المعايير المهنية) اذ بلغ عددها (٥) تكرارات من مجموع (١٥) تكرارا ونسبة بلغت (٣٣,٣٣%). في

حين ان فئة (الابتعاد عن المسؤولية الاجتماعية) احتلت المرتبة الثالثة، اذ بلغ عددها تكرارا واحدا من مجموع (١٥) تكرارا ونسبة بلغت (٦,٦٦%). اما فئة (اخرى) فهي لم تسجل اي تكرار او نسبة مئوية. انظر الجدول (١٣).

الجدول (١٣)

انكاسات حرية لممارسة الاعلامية في ظل للتحول الديمقراطي في قذافي (المصرية) و(البغدية)

الفئة	تكرار	نسبة	المرتبة
السومرية	١١	٦٠	١
	٥	٢٥	٢
	٣	١٧	٣
	١	٥	٤
	١	٥	٥
البغدية	١١	٦٠	١
	٥	٢٥	٢
	٣	١٧	٣
	١	٥	٤
	١	٥	٥

أربعة عشر.. مدى مساهمة التحول الديمقراطي للممارسة الاعلامية في نشر ثقافة حقوق الانسان

1- قناة السومرية: من الجدول رقم (١٤) يتبين لنا ان فئة (متوسط) احتلت المرتبة الاولى، اذ بلغ عددها (١٢) تكرارا من مجموع (٢٠) تكرارا ونسبة بلغت (٦٠%) تلتها فئة (قليل) بالمرتبة الثانية، اذ بلغ عددها (٤) تكرارات من مجموع (٢٠) تكرارا ونسبة (٢٠%). بينما جاءت فئة (كبير جدا) و(لا يوجد تأثير) بالمرتبة الثالثة، اذ بلغ عددهما تكرارين لكل منهما من مجموع (٢٠) تكرارا ونسبة بلغت (١٠%).

2- قناة البغدية: احتلت فئة (قليل) المرتبة الاولى، اذ بلغ عددها (٦) تكرارات من مجموع (١٥) تكرارا ونسبة بلغت (٤٠%) تلتها فئة (كبير جدا) بالمرتبة الثانية، اذ بلغ عددها (٤) تكرارات من مجموع (١٥) تكرارا ونسبة بلغت (٢٦,٦٦%). في حين ان فئة (لا يوجد تأثير) احتلت المرتبة الثالثة، اذ بلغ عددها (٣) تكرارات من مجموع (١٥) تكرارا ونسبة بلغت (٢٠%) تلتها بالمرتبة الرابعة فئة

(متوسط) اذ بلغ عددها تكرارين من مجموع (١٥) تكرارا ونسبة بلغت (١٣,٣٣%). أنظر الجدول رقم (١٤)

الجدول (١٤) مدى مساهمة التحول الديمقراطي للممارسة

الإعلامية في نشر ثقافة حقوق الإنسان في قناتي (السومرية) و (البغدادية)

المرتبة	النكرار	%	مدى مساهمة التحول الديمقراطي للممارسة الإعلامية في نشر ثقافة حقوق الإنسان
١	١٢	٦٠	متوسط
٢	٤	٢٠	قليل
٣	٢	١٠	كبير جدا
٣	٢	١٠	لا يوجد تأثير
-	٢٠	١٠٠	المجموع
١	٦	٤٠	قليل
٢	٤	٢٦,٦٦	كبير جدا
٣	٣	٢٠	لا يوجد تأثير
٤	٢	١٣,٣٣	متوسط
-	١٥	١٠٠	المجموع
-	٣٥	-	المجموع الكلي

خمس عشرة. أبرز المفاهيم التي ركز عليها التحول الديمقراطي للممارسة الإعلامية

1- قناة السومرية: من الجدول رقم (١٥) يتبين لنا ان فئة (التأكيد على اهمية التسامح) احتلت المرتبة الاولى، اذ بلغ عددها (١٠) تكرارات من مجموع (٢٠) تكرارا ونسبة بلغت (٥٠%) تلتها بالمرتبة الثانية فننا (قبول الرأي الآخر) و (الابتعاد عن التحريض والعنف) اذ بلغ عددهما (٤) تكرارات لكل منهما ونسبة بلغت (٢٠%). أما فئة (الابتعاد عن التشهير وغزو الخصوصية) فقد احتلت المرتبة الثالثة، اذ بلغ عددها تكرارين ونسبة بلغت (١٠%).

2- قناة البغدادية: احتلت فئة (قبول الرأي الآخر) المرتبة الاولى، اذ بلغ عددها (١٠) تكرارات من مجموع (١٥) تكرارا ونسبة بلغت (٦٦,٦٦%) تلتها فئة (الابتعاد عن التحريض والعنف) بالمرتبة الثانية، اذ بلغ عددها (٣) تكرارات من مجموع (١٥) تكرارا ونسبة بلغت (٢٠%). في حين ان فئتي (الابتعاد عن التشهير وغزو الخصوصية) و (التأكيد على اهمية التسامح) احتلتا المرتبة الثالثة، اذ بلغ عددهما تكرارا واحدا لكل منهما ونسبة (٦,٦٦%). اما فئة (اخرى) فهي لم تسجل اي تكرار او نسبة مئوية. أنظر الجدول رقم (١٥).

الجدول (١٥) أبرز المفاهيم التي ركز عليها التحول الديمقراطي للممارسة الإعلامية في نشر ثقافة حقوق الانسان في قناتي (السومرية) و(البغدادية)

المرتبة	%	التكرار	أبرز المفاهيم التي ركز عليها التحول الديمقراطي	القناة
١	٥٠	١٠	التأكيد على أهمية التسامح	السومرية
٢	٢٠	٤	قبول الرأي الآخر	
٢	٢٠	٤	الابتعاد عن التحريض والعنف	
٣	١٠	٢	الابتعاد عن التشهير وغزو الخصوصية	
-	صفر	صفر	أخرى	
-	١٠٠	٢٠	المجموع	
١	٦٦,٦٦	١٠	قبول الرأي الآخر	البغدادية
٢	٢٠	٣	الابتعاد عن التحريض والعنف	
٣	٦,٦٦	١	الابتعاد عن التشهير وغزو الخصوصية	
٣	٦,٦٦	١	التأكيد على أهمية التسامح	
-	صفر	صفر	أخرى	
-	١٠٠	١٥	المجموع	
-	-	٣٥	المجموع الكلي	

- قناة السومرية: من الجدول رقم (١٦) يتبين لنا ان فئة (امكانية الفهم والتحليل للاحداث المرتبطة بوقائع ومناسبات) احتلت المرتبة الاولى، اذ بلغ عددها (٩) تكرارات من مجموع (٢٠) تكرارا ونسبة بلغت (٤٥%) تلتها بالمرتبة الثانية فئة (اكتساب مهارات جديدة في مجال العمل الاعلامي)، اذ بلغ عددها (٦) تكرارات من مجموع (٢٠) تكرارا ونسبة بلغت (٣٠%). في حين ان فئة (التصرف بمهنية ازاء الاحداث والموضوعات المختلفة) احتلت المرتبة الثالثة، اذ بلغ عددها (٥) تكرارات من مجموع (٢٠) تكرارا ونسبة بلغت (٢٥%). اما فئة (أخرى) فهي لم تسجل اي تكرار او نسبة مئوية.

2- قناة البغدادية: احتلت فئة (امكانية الفهم والتحليل للاحداث المرتبطة بوقائع ومناسبات) و (التصرف بمهنية ازاء الاحداث والموضوعات المختلفة) المرتبة الاولى، اذ بلغ عددهما (٦) تكرارات لكل منهما من مجموع (١٥) تكرارا ونسبة بلغت (٤٠%) تلتها بالمرتبة الثانية فئة (اكتساب مهارات جديدة في مجال العمل الاعلامي) اذ بلغ عددها (٣) تكرار من مجموع (١٥) تكرارا ونسبة بلغت (٢٠%) أما فئة (أخرى) فهي لم تسجل اي تكرار او نسبة مئوية . أنظر الجدول رقم (١٦) .

الجدول (١٦) الامكانات التي وفرها التحول الديمقراطي في حدود الممارسة الإعلامية في قناتي (السومرية) و(البغدادية)

المرتبة	%	التكرار	الامكانات	القناة
١	٤٥	٩	امكانية الفهم والتحليل للاحداث المرتبطة بوقائع ومناسبات	السومرية
٢	٣٠	٦	اكتساب مهارات جديدة في مجال العمل الاعلامي	
٣	٢٥	٥	التصرف بمهنية ازاء الاحداث والموضوعات المختلفة	
-	صفر	صفر	اخرى	
-	١٠٠	٢٠	المجموع	
١	٤٠	٦	امكانية الفهم والتحليل للاحداث المرتبطة بوقائع ومناسبات	البغدادية
١	٤٠	٦	التصرف بمهنية ازاء الاحداث والموضوعات المختلفة	
٢	٢٠	٣	اكتساب مهارات جديدة في مجال العمل الاعلامي	
-	صفر	صفر	اخرى	
-	١٠٠	١٥	المجموع	
-	-	٣٥	المجموع الكلي	

سبعة عشر.. الاعتبارات التي تساور الباحثين قبل الشروع بالممارسة الاعلامية

1- قناة السومرية :- من الجدول رقم (١٧) يتبين لنا أن فئة (مهنية) احتلت المرتبة الاولى ، أذ بلغ عددها (١٢) تكرارا من مجموع (٢٠) تكرارا ونسبه بلغت (٦٠%) تلتها فئة (أمنية) بالمرتبة الثانية ، أذ بلغ عددها (٥) تكرارات من مجموع (٢٠) تكرارا ونسبة بلغت (٢٥%) . بينما فئة (اقتصادية) احتلت المرتبة الثالثة ، أذ بلغ عددها (٣) تكرارات من مجموع (٢٠) تكرارا ونسبة بلغت (١٥%) . أما فئة (أخرى) فهي لم تسجل اي تكرار أو نسبة مئوية .

2- قناة البغدادية : احتلت فئة (مهنية) المرتبة الاولى ، اذ بلغ عددها (٩) تكرارات من مجموع (١٥) تكرارا ونسبة بلغت (٦٠%) تلتها بالمرتبة الثانية فئة (أمنية) اذ بلغ عددها (٤) تكرارات من مجموع (١٥) تكرارا ونسبة بلغت (٢٦,٦٦%) . في حين ان فئة (اقتصادية) احتلت المرتبة الثالثة ، اذ بلغ عددها تكرارين من مجموع (١٥) تكرارا ونسبة بلغت (١٣,٣٣%) أما فئة (أخرى) فهي لم تسجل اي تكرار أو نسبة مئوية

الجدول (١٧) الاعتبارات التي تساور المبحوثين قبل
الشروع بالممارسة الاعلامية في قناتي (السومرية) و (البغدادية)

المرتبة	%	التكرار	الاعتبارات	القناة
١	٦٠	١٢	مهنية	السومرية
٢	٢٥	٥	أمنية	
٣	١٥	٣	اقتصادية	
-	صفر	صفر	اخرى	
-	١٠٠	٢٠	المجموع	
١	٦٠	٩	مهنية	البغدادية
٢	٢٦,٦٦	٤	أمنية	
٣	١٣,٣٣	٢	اقتصادية	
-	صفر	صفر	اخرى	
-	١٠٠	١٥	المجموع	
-	-	٣٥	المجموع الكلي	

ثمانية عشر.. تأثير القيود القانونية على الممارسة الاعلامية

1- قناة السومرية: من الجدول رقم (١٨) يتبين لنا ان فئة (لا يوجد تأثير) احتلت المرتبة الاولى، اذ بلغ عددها (٦) تكرارات من مجموع (٢٠) تكرارا ونسبة بلغت (٣٠%) تلتها فئة (كبير جدا) و (قليل) بالمرتبة الثانية، اذ بلغ عددهما (٥) تكرارات لكل منهما من مجموع (٢٠) تكرارا ونسبة بلغت (٢٥%). اما فئة (متوسط) احتلت المرتبة الثالثة، اذ بلغ عددها (٤) تكرارات من مجموع (٢٠) تكرارا ونسبة بلغت (٢٠%).

2- قناة البغدادية: من الجدول رقم (١٨) يتبين لنا ان فئة (كبير جدا) احتلت المرتبة الاولى، اذ بلغ عددها (٧) تكرارات من مجموع (١٥) تكرارا ونسبة بلغت (٤٦,٦٦%) تلتها بالمرتبة الثانية فئة (لا يوجد تأثير)، اذ بلغ عددها (٤) تكرارات من مجموع (١٥) تكرارا ونسبة بلغت (٢٦,٦٦%). في حين ان فئتي (متوسط) و (قليل) احتلتا المرتبة الثالثة، اذ بلغ عددهما تكرارين لكل منهما ونسبة بلغت (١٣,٣٣%).

الجدول (١٨) تأثير القيود القانونية على الممارسة الإعلامية في قناتي (السومرية) و(البغدادية)

المرتبة	%	التكرار	تأثير القيود القانونية	القناة
١	٣٠	٦	لا يوجد تأثير	السومرية
٢	٢٥	٥	كبير جدا	
٢	٢٥	٥	قليل	
٣	٢٠	٤	متوسط	
-	١٠٠	٢٠	المجموع	
١	٤٦,٦٦	٧	كبير جدا	البغدادية
٢	٢٦,٦٦	٤	لا يوجد تأثير	
٣	١٣,٣٣	٢	متوسط	
٣	١٣,٣٣	٢	قليل	
-	١٠٠	١٥	المجموع	
-	-	٣٥	المجموع الكلي	

تسعة عشر.. تأثير القيود المؤسساتية على الممارسة الإعلامية

- 1- قناة السومرية: من الجدول رقم (١٩) يتبين لنا ان فئة (متوسط) احتلت المرتبة الاولى، اذ بلغ عددها (٩) تكرارات من مجموع (٢٠) تكرارا ونسبة بلغت (٤٥%) تلتها بالمرتبة الثانية فئة (كبير جدا) اذ بلغ عددها (٦) تكرارات من مجموع (٢٠) تكرارا ونسبة بلغت (٣٠%). اما فئة (قليل) احتلت المرتبة الثالثة، اذ بلغ عددها (٣) تكرارات من مجموع (٢٠) تكرارا ونسبة بلغت (١٥%) تلتها فئة (لا يوجد تأثير) بالمرتبة الرابعة، اذ بلغ عددها تكرارين من مجموع (٢٠) تكرارا ونسبة بلغت (١٠%).
- 2- قناة البغدادية: احتلت فئة (متوسط) المرتبة الاولى، اذ بلغ عددها (٥) تكرارات من مجموع (١٥) تكرارا ونسبة بلغت (٣٣,٣٣%) تلتها فئة (قليل) بالمرتبة الثانية، اذ بلغ عددها (٤) تكرارات من مجموع (١٥) تكرارا ونسبة بلغت (٢٦,٦٦%). اما فئتا (كبير جدا) و(لا يوجد تأثير) احتلتا المرتبة الثالثة، اذ بلغ عددهما (٣) تكرارات من مجموع (١٥) تكرارا ونسبة بلغت (٢٠%).

الجدول (١٩) تأثير القيود المؤسسية على
الممارسة الإعلامية في قناتي (السومرية) و (البغدادية)

المرتبة	%	التكرار	تأثير القيود المؤسسية	القناة
١	٤٥	٩	متوسط	السومرية
٢	٣٠	٦	كبير جدا	
٣	١٥	٣	قليل	
٤	١٠	٢	لا يوجد تأثير	
-	١٠٠	٢٠	المجموع	
١	٣٣,٣٣	٥	متوسط	البغدادية
٢	٢٦,٦٦	٤	قليل	
٣	٢٠	٣	كبير جدا	
٣	٢٠	٣	لا يوجد تأثير	
-	١٠٠	١٥	المجموع	
-	-	٣٥	المجموع الكلي	

الاستنتاجات

وقد توصل الباحثان الى مجموعة من الاستنتاجات منها:

- 1- يتأثر واقع الممارسة الإعلامية في العراق بالعديد من القوى والعوامل السياسية والاقتصادية والاجتماعية.
- 2- اسهمت التحولات السياسية في العراق على صعيد الممارسة الإعلامية في تعميق حرية الرأي وامكانية تناول الاحداث من جوانب مختلفة.
- 3- يخضع العاملون في قناتي (السومرية) و (البغدادية) للتوجيهات الصادرة من ادارة مؤسساتهم الإعلامية والتي تتعلق بايدلوجيتها الإعلامية.
- 4- ان اكثر الاعتبارات التي تساور المبحوثين في قناتي (السومرية) و (البغدادية) قبل الشروع بالممارسة الإعلامية هي الاعتبارات "المهنية" و "الامنية".
- 5- تأثير سلطة الصورة النمطية يتجسد بوضوح في رؤى وممارسات اغلب العاملين في قناتي (السومرية) و (البغدادية) وذلك لما تشكله تلك الصورة من خزين معلوماتي للاتجاهات النفسية للعاملين في تلك القنوات.

- 6- ان تفعيل سلطة الرقابة المجتمعية اسهم بدرجة كبيرة في تضيق حدود الممارسات الاعلامية، خاصة وان اغلب الاعلاميين يتجنبون التصادم مع قيم المجتمع.
- 7- ان التحول الديمقراطي اسهم في نشر مفاهيم (العنف) بدرجة أكبر من مفهومي (المصالحة) و(نقل الحقيقة) وذلك يعكس اهتمام وسائل الاعلام بتغطية أحداث العنف.
- 8- ان انعكاسات حرية الممارسة الاعلامية في ظل التحول الديمقراطي وفرت امكانية الفهم والتحليل للاحداث المرتبطة بوقائع ومناسبات سياسية او دينية او ثقافية.

الهوامش

- 1- عواطف عبد الرحمن، الحق في الاتصال وحماية الصحفيين: حق الاتصال وارتباطه بمفهوم الحرية والديمقراطية، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، تونس، ١٩٩٤، ص ٨٨.
- 2- محمد عمر مولود، الفيدرالية وامكانية تطبيقها في العراق، ط ٢، أبريل، ص ٢٦٥.
- 3- مصدر السابق، ص ٥٥.
- 4- برنامج الأمم المتحدة، تقرير التنمية البشرية للعام ٢٠٠٠ والعام ١٩٩٩، نقلا عن مجلة المستقبل العربي، العدد (٢٩٠)، ص ٩٢.
- 5- أحمد خورشيد النور، مفاهيم في الفلسفة والاجتماع، نقلا عن د. حميد جاعد محسن، الديمقراطية وحقوق الانسان ودورها في تحقيق التنمية المستدامة، مجلة الباحث الاعلامي، العدد (٢)، بغداد، ص ١٠٧.
- 6- برنامج الأمم المتحدة الانمائي، تقرير التنمية البشرية للعام ٢٠٠٠ والعام ١٩٩٢، نقلا عن مجلة المستقبل العربي، العدد (٢٩)، لبنان، ص ٩٢.
- 7- محمد عبدالمطلب البكاء، الديمقراطية وحقوق الانسان، مجلة الباحث الاعلامي، العدد (٢)، بغداد، ٢٠٠٦، ص ١٠٤.
- 8- سيد بخيت، العمل الصحفي في مصر، دراسة سسيولوجية للصحفيين المصريين، ط ١، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، ١٩٩٨، ص ١٠٠.
- 9- عبد الرزاق محمد الدليمي، إشكاليات الإتصال والإعلام في العالم الثالث، م. س. ذ، ص ١٢٤.
- 10- جيهان أحمد رشتي، نظم الإتصال - الإعلام في الدول النامية، ط ١، دار الفكر العربي، القاهرة، ١٩٧٢، ص ٩٧.
- 11- نبيل علي . الثقافة العربية وعصر المعلومات. سلسلة عالم المعرفة، العدد ٢٦٥، الكويت، مطابع دار السياسة، ٢٠٠١، ص ٣٤٥.
- 12- إبراهيم أبو السعود. التوثيق وثورة الاتصالات وتحديات القرن الواحد والعشرين. القاهرة، دار الشروق، ١٩٩٨، ص ٧٧.
- 13- عدنان عظيمة. الانترنت والتلفزيون والثورة المعلوماتية. مجلة تلفزيون الخليج، العدد ٨٧، ١٩٩٩، ص من ٣٤- ٣٧.
- 14- عبد الأمير مويث الفيصل . الصحافة الالكترونية في الوطن العربي، دار الشروق، عمان، ص ١٣١.
- 15- محمد عمر مولود، الفيدرالية وامكانية تطبيقها في العراق، ط ٢، أبريل، ص ٢٦٥.
- 16- سعيد رشيد عبد النبي، الإصلاح الإداري في العراق - رؤية سياسية، مجلة دراسات عراقية، مركز العراق للبحوث والدراسات الإستراتيجية، العدد (٥)، بغداد، ٢٠٠٦، ص ١٥٧.

دور الإعلام في الوقاية من جرائم الاحتيال

د. فريد علي أمين

كلية الآداب - الجامعة المستنصرية

المقدمة

تعد جرائم الاحتيال واحدة من أكثر الجرائم خطورة وضرراً بأحوال المواطنين سواء في أشخاصهم أو أموالهم، ولا يكاد يخلو مجتمع معاصر منها ويمكن النظر لهذه الجرائم على أنها إحدى ضرائب التقدم الاقتصادي والاجتماعي والتحضر بنحو عام التي تدفعها المجتمعات، إلا أنها تتباين في خطورتها من مجتمع لآخر وذلك بحسب ارتفاع معدلاتها وسياساتها العقابية ونمط وجدية وعلمية سياساتها الوقائية الجنائية التي تدرج ضمن لافتتها العريضة موضوع اعتماد دور الإعلام لمواجهتها، وإذا كان الحال هكذا بهذا الصدد، فأن ما تقدم ينسحب بداهة على مجتمعاتنا العربية.

وبادئ ذي بدء لأمناص من الوقوف كمدخل لوضع تفاصيل هذا الدور على ماهية هذه الجريمة التي يقع ضحايا ارتكابها الأفراد والجماعات والمؤسسات على اختلافها بسبب عوامل عدة منها، الجهل، أو السذاجة، أو الاستغفال وغير ذلك، بقصد الاستحواذ وعلى نحو غير مشروع على ما يمتلكونه من أموال عينية أو نقدية.

أن أهمية بحث هذا الموضوع إنما تتبع من خطورة هذا النمط من الجرائم الذي يعمل على تهديد وزعزعة الاستقرار الاقتصادي والاجتماعي ويهدم ثقة الأفراد بعضهم في مواجهة البعض الآخر على صعيد التعاملات اليومية الإنسانية والمادية وتحجيم روح المبادرة في ميادين العمل المختلفة.

هذا من ناحية ومن ناحية أخرى فأن مجهودات الوقاية من الجريمة عموماً هي أجدى وانفع وأنجع من مجهودات معالجة الجريمة بعد وقوعها ذلك أن الوقاية ستوفر للمجتمع وقتاً وجهداً ونفقات هو في أمس الحاجة إليها في ميادين التنمية والتطور الاجتماعي. ومن جهة ثالثة فأن حدود الضرر الذي يترتب على ارتكاب هذه الجرائم قد يتجاوز في أحيان كثيرة حدود الدولة الواحدة إلى الدول الأخرى سواء كانت عربية أو إسلامية أو أخرى في حالات عديدة منها على سبيل المثال (الشركات الوهمية) مما يعرض اقتصاديات هذه الدول وخاصة الوطن العربي للخطر وهو ما يضيف على بحث

هذه المسألة بعداً وطنياً وقومياً واجتماعياً".

ومن جهة رابعة فإن بحث هذا الموضوع يكتسب أهمية من حقيقة مفادها أن الارتجال والعفوية والعشوائية في النهوض بمجهودات الوقاية من الجريمة عموماً وجرائم الاحتيال على وجه الخصوص سيجعل من تحقيق الهدف في الحد من ارتكابها إنما يتوقف على عامل الصدفة المحضة وعلى ما يتوافر من ظروف مؤاتية في زمن تنفيذ هذه المجهودات.

وعلى أساس هذا الفهم ولا سيما وأن البحث قد اعتمد منهجية الدراسة المكتبية فإن التخطيط العلمي المنظم هو الذي يتكفل بجعل مسار العمل في هذا الخصوص واضحاً مما يساعد العناصر المنفذة على القيام بواجباتها على نحو محسوب النتائج والإمكانات.

المبحث الأول : مفاهيم ومصطلحات البحث

1- الإعلام:

هو تزويد الناس بالأخبار الصحيحة، والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة، التي تساعد على تكوين رأي صائب في واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشكلات ، بحيث يعبر هذا الرأي تعبيراً " موضوعياً" عن عقلية الجماهير واتجاهاتهم وميولهم. ومعنى ذلك أن الغاية الوحيدة من الإعلام هي الإقناع عن طريق المعلومات والحقائق والأرقام والإحصاءات ونحو ذلك. (١)

2- الاتصال

ويعني بث المعلومات من شخص أو مجموعة إلى أخرى ويمثل التواصل الأساس الضروري للتفاعل الاجتماعي برمته وفي السياقات الواجهية يتم التواصل عن طريق استخدام اللغة ، ولكن قد تستخدم فيه إيماءات جسدية يفسرها الأفراد لفهم ما يقوله أو يفعله الآخرون. ومع تطور الكتابة ووسائل الإعلام الالكترونية مثل المذياع ، والتلفاز ، ونظم البث الحاسوبي، أخذ التواصل ينفصل بدرجات متفاوتة عن السياقات المباشرة التي تكتنف العلاقات الاجتماعية الواجهية. (٢)

3- الوقاية

وتعني مجموعة من الإجراءات والتدابير الاحترازية التي قد تتخذها الدولة بكافة مؤسساتها والمجتمع أو الأفراد، يراد بها توخي الحيطة والحذر والحيلولة دون وقوع أضرار وخسائر جسيمة جراء حدوث ما لا يحمد عقباه عند وقوع وحوادث كوارث أو ظواهر طبيعية أو بيئية أو صحية أو اقتصادية أو إجرامية خطيرة قد تؤدي إلى أضرار وخسائر فادحة تهدد حياة الأفراد والاستقرار الاجتماعي وتعطل استمرارية مرافق الحياة في الدولة سياسياً واقتصادياً واجتماعياً".

4- جريمة الاحتيال

تعتبر جريمة الاحتيال (النصب) في الوقت الحاضر من أهم الجرائم التي يعاقب عليها القانون

الجنائي، فقد أصبح تجريم الكذب أو تغيير الحقيقة من أهم الأمور التي تعتني بها كافة التشريعات الجنائية المعاصرة، ولعل هذا يرجع إلى طبيعة هذه الجريمة التي يلجأ فيها الجاني إلى أساليب ووسائل احتيالية توقع المجني عليه في غلط يدفعه إلى أن يسلم ما يملكه للجاني طوعية واختياراً دون مقاومة، فهي جريمة لا تنتم بالعنف وغالباً ما يكون للمجني عليه دور فيها، الأمر الذي يدفعه إلى عدم الإبلاغ عنها (٣)، تحسباً لردود فعل الآخرين تجاهه.

المبحث الثاني : خطة دور الإعلام في مواجهة جريمة الاحتيال

والخطة التي نحن بصددتها والتي تلقي الضوء على دور الإعلام إنما تتحكم في صياغتها ذات المبادئ العامة التي تعتمد في التخطيط لمواجهة عموم الظواهر والمشكلات الاجتماعية هذا فضلاً عن خصوصية لامناص منها هنا ترتبط بهذا النوع من الجرائم وأسباب وأساليب ارتكابها وحجم الآثار الضارة الناجمة عنها وضحاياها..... الخ.

وعلى ضوء ما تقدم فإن دور الإعلام يتضح في تقديرنا من خلال خطة إعلامية والتي تشمل

على المحاور الآتية..

- أولاً - هدف الخطة
- ثانياً - تنفيذ الخطة
- ثالثاً - العناصر المنفذة
- رابعاً - وسائل التنفيذ
- خامساً - الإمكانيات المالية
- سادساً - التقويم
- سابعاً - المقترحات

أولاً - الهدف من الخطة

لإبراز دور الإعلام، فإن هذه الخطة تهدف إلى تحصين الجمهور من الوقوع في الخطأ ومن ثم كيفية تجاوزه عن طريق تبصيره بالتشريع الجنائي الذي يعاقب على ارتكاب هذه الجرائم وفلسفة هذا التشريع (مساعدة الناس على عدم الوقوع في الخطأ، أي حماية الناس من السقوط).
أ - تبصير الجمهور بأساليب الاحتيال المختلفة التي يمارسها المحتالون في كل جريمة تفادياً من الوقوع في شركها.

ب - خلق رأي عام مناهض لهذا النمط من الجرائم عن طريق التوعية بلا شرعيتها دينياً وقيماً وأخلاقياً إضافة إلى انعكاساتها الضارة على المعاملات اليومية والعلاقات الإنسانية.

ج- وعلى هذا الأساس فإن الجمهور المستهدف في هذه الخطة يمكن أن يتوزع على وفق الأنماط الآتية:-

- 1- الجمهور العام ويتمثل بعموم المواطنين في الدول العربية والإسلامية والأخرى .
- 2- جمهور نوعي ذو صلة بنمط هذه الجرائم (الاحتيال) ووسط ارتكابها.
- 3- البعض من الجمهور العام الذين يتميزون بهشاشة وضعف تنشئتهم الاجتماعية والتربوية والأخلاقية ومن ذوي الميول الإجرامية الخطيرة الذين تسول لهم أنفسهم ارتكاب مثل هذه الجرائم عندما تحين الفرص المحفزة لها. (٤)

ثانياً- تنفيذ الخطة الإعلامية

الإعلام يعني نقل الرسائل والإشارات في اتجاه واحد من مصدر متلقيها. وتنفيذ خطة إعلامية وطنية وعربية لا بد وان يستند على أسس وقواعد متينة تؤمن وجود إعلام موضوعي فاعل ومؤثر يعتمد على رسائل اتصال علمية والتي تعتبر عملية اشترك و مشاركة في المعنى من خلال التفاعل الرمزي. وتتميز بالانتشار في الزمان والمكان فضلاً عن استمراريتها وقابليتها على التنبؤ.

وهذا فإن من شأن الإعلام وعملية الاتصال أن تعرف الإنسان في المجتمع العربي خصوصاً والمجتمعات الأخرى عموماً "بحقائق جرائم الاحتيال وسبل الوقاية منها. ومن المهم هنا أن نتعرف على مفهوم الاتصال ومبانيه وعوامل نجاح الاتصال ودورها في تأمين مثل هذه الوقاية الإنسانية.. فالإعلام هو من أهم وأخطر أشكال قنوات الاتصال.

أ- مفهوم الاتصال: يعني الاتصال عملية الغرض منها يتمثل بنقل صورة ذهنية معينة (جرائم الاحتيال مثلاً) في ذهن وفكر المرسل يقوم بترميزها أي (وضعها في رموز سواء كانت تلك الرموز هي اللغة أو الرسم أو الانغام.... الخ) وتضم رسالة مثلاً عن (حقائق الجريمة وسبل الوقاية منها) إلى المرسل إليه (المتلقي)، حيث يقوم الأخير بفك تلك الرموز وبذلك تتجسد الصورة الذهنية في ذهن المرسل إليه. (٥)

ب- عناصر الاتصال: ولأجل أن تستكمل عملية الاتصال ابعادها كافة لا بد أن نقف على أهم عناصر تحقيقه والجابة على تساؤلات كثيرة تثار من خلالها حيث يتضح بأنها تتكون من العناصر الآتية:-

- 1- المصدر (مرسل) قد يتمثل بمؤسسات الضبط الاجتماعي.
- 2- رسالة موجّهة إلى كل مواطن عراقي وعربي تتضمن حقائق موضوعية عن جريمة الاحتيال وعلى وفق المضامين الآتية: (٦)

- لا شرعية هذه الجريمة من الناحية الدينية.. جاء القرآن الكريم في الكثير من الآيات الكريمة بما يشير إلى محاولات الخداع والاحتيال ابتداء من أول محاولة إغواء احتيالية مارسها الشيطان الرجيم لعنة الله عليه بحق سيدنا آدم (عليه السلام) وزوجه ودفعهما إلى معصية أوامر الله تعالى مصداقاً لقوله

تعالى: {وَقُلْنَا يَا آدَمُ اسْكُنْ أَنْتَ وَزَوْجُكَ الْجَنَّةَ وَكُلَا مِنْهَا رَغَدًا حَيْثُ شِئْتُمَا وَلَا تَقْرَبَا هَذِهِ الشَّجَرَةَ فَتَكُونَا مِنَ الظَّالِمِينَ} * فَازْلَهُمَا الشَّيْطَانُ عَنْهَا فَأَخْرَجَهُمَا مِمَّا كَانَا فِيهِ وَقُلْنَا اهْبِطُوا بَعْضُكُمْ لِبَعْضٍ عَدُوٌّ وَلَكُمْ فِي الْأَرْضِ مُسْتَقَرٌّ وَمَتَاعٌ إِلَى حِينٍ} (٧) وصور أخرى توضح ممارسات احتيالية خادعة لبني إسرائيل بقوله تعالى: {وَإِنَّ مِنْهُمْ لَفَرِيقًا يَلْوُونَ أَلْسِنَتَهُم بِالْكِتَابِ لِتَحْسَبُوهُ مِنَ الْكِتَابِ وَمَا هُوَ مِنَ الْكِتَابِ وَيَقُولُونَ هُوَ مِنْ عِنْدِ اللَّهِ وَمَا هُوَ مِنْ عِنْدِ اللَّهِ وَيَقُولُونَ عَلَى اللَّهِ الْكُذْبَ وَهُمْ يَعْلَمُونَ} (٨)

- وحيث أن الاحتيال هو عمل إجرامي يراد به إيذاء الناس سواء بالغش أو الخداع وهذا ما نهى الرسول (صلى الله عليه وسلم) عنه أيضاً في الحديث الشريف عن ابن عمر رضي الله عنهما قال ذكر رجل لرسول الله (صلى الله عليه وسلم): انه يخدع في البيوع فقال رسول الله (صلى الله عليه وسلم): من بايعت فقل "لا خلافة" صدق رسول الله (صلى الله عليه وسلم). والخلابة تعني الخديعة. وهذا يعني أن الاحتيال جريمة وعمل يتعارض مع شرع الله سبحانه وتعالى. (٩)

- أما الوصف القانوني لهذه الجريمة فأن الكثير من القوانين العقابية تحدد عقاباً لمرتكبها تتباين مدته من قطر لآخر وقانون العقوبات العراقي كبقية القوانين يعاقب بالحبس كل من توصل إلى تسلم أو نقل حيازة مال منقول مملوك للغير لنفسه أو إلى شخص آخر وذلك بإحدى الوسائل التالية:-

= استعمال طرق احتيالية

= باتخاذ أسم كاذب أو صفة غير صحيحة أو تقرير كاذب عن واقعة معينة متى كان من شأن ذلك خدع المجني عليه وحمله على التسليم. (١٠)

كما ويعاقب بالعقوبة ذاتها كل من توصل بإحدى الطرق على التسليم في مال أو إبراء أو على أي سند آخر يمكن استعماله لإثبات حقوق الملكية أو أي حق عيني آخر. أو توصل بإحدى الطرق السابقة إلى حمل آخر على توقيع مثل هذا السند أو إلغائه أو إتلافه أو تعديله. (١١)

ومؤسسات العدالة الجنائية في العراق تتعامل في مواجهة هذه الجريمة انطلاقاً من التزامها بمبدأ (لا جريمة ولا عقوبة إلا بنص) التي تضمن من خلالها المصلحة العامة في حماية المواطنين والمصلحة الخاصة من خلال معاقبة المجرم وتأهيله وإصلاحه تمهيداً لأعادته إلى الحضيرة الاجتماعية كإنسان سوي. (١٢) حيث أن هذه الجريمة منافية لشرعنا الإسلامي ولقيمنا الأخلاقية وعاداتنا وفضائلنا العربية فلا يمكن أن نسمح بوجود أي محتال بين ظهرانيها.

- أما أساليب هذه الجرائم التي ينبغي تعريف المواطن بها فهي عديدة ويمكن أن نوجز البعض منها على سبيل المثال:-

(تزوير المستندات والمحركات الرسمية، غش البضائع، انتحال الصفة، الشركات الوهمية، تزيف وتزوير العملات، إعطاء شيك بدون رصيد، استخدام أساليب السحر والشعوذة للتحايل على

البسطاء والخداع وغيرها من الممارسات التي يعتمد عليها المحتالون في ارتكاب جرائمهم)، وعليه ينبغي تبصير المواطن العراقي والعربي بمخاطر هذه الجريمة والعقاب المنتظر لمرتكبيها والأضرار التي يمكن أن تتحقق محدثة إيذاء للأفراد وللاقتصاد وكافة مناحي الحياة الاجتماعية الأخرى. (١٣)

3- وسيلة اتصال.

4- المستقبل (المواطن).

5- صدى الاتصال أي رد الفعل لهذه الرسالة (رجع الصدى أو تأثير الرسالة لدى المستقبل).

ج- عوامل نجاح الاتصال: أن من أهم العوامل الأساسية التي يمكن أن نحقق من خلالها نجاح الاتصال عند توصيل الرسالة هي ما يلي:-

1- وضوح مضمون الرسالة (أي اعتماد لغة مشتركة تصاغ بها الرسالة تراعي تباين مستويات الوعي والإدراك لدى الجمهور المخاطب).

2- التوقيت الملائم (ويعني اختيار الوقت المناسب الذي تصل فيه الرسالة دون أن تقف أزاءها ظاهرة (الشوشرة في الاتصال) أي ازدحام رسائل متعددة في وقت واحد بذهن الجمهور المتلقي).

3- التشويق والإثارة (ويعني مغادرة لغة التقرير والمباشرة في إيصال مضمون الرسالة وتضمينها ما يكفي من عناصر التشويق والإثارة لشد انتباه الجمهور المستقبل وعلى أن لا يكون ذلك على حساب علمية الرسالة وجوهر الهدف المبتغى منها).

ومما هو جدير بالذكر فإن مضمون الرسائل الإعلامية المتعلقة بالوقاية من الجريمة عموماً وجرائم الاحتيال منها على وجه الخصوص ينطوي على قدر كاف من التشويق والإثارة بسبب موضوع الجريمة ذاتها ناهيك عما ينطوي عليه أمر التبصير بوسائل الاحتيال من شد وإثارة للجمهور المخاطب.

ثالثاً - العناصر المنفذة: يمكن أن تتمثل بالأجهزة والمؤسسات الآتية

أ - إدارات العلاقات العامة في وزارات الداخلية في الأقطار العربية والإسلامية والمؤسسات الأمنية التابعة لها وكذلك وزارات الإعلام والتربية والتعليم العالي والبحث العلمي والأوقاف والشؤون الدينية والعمل والشؤون الاجتماعية.

ب - هيئات العدالة الجنائية (والتجديلة - الإصلاحية).

ج - وسائل الاتصال الجماهيري المختلفة (إذاعة، صحافة، تلفزيون، فضائيات، وانترنت).

د - الجامعات ومراكز البحث العلمي.

هـ - منظمات المجتمع المدني والنقابات والجمعيات.

و - مؤسسات الضبط الاجتماعي المختلفة (دينية، اجتماعية، سياسية، أسرية وتربوية).

رابعاً - وسائل التنفيذ (أنماط الاتصال)

هناك نوعان من أنماط الاتصال وهما الاتصال المباشر (البسيط) والاتصال غير المباشر (المركب) وان معيار التمييز بينهما انما يتمثل بالعنصرين الآتيين:

أ - توافر وسيلة الاتصال من عدمها.

ب - التحقق من رجوع الصدى (مستوى ودرجة تأثير الرسالة في ذهن الجمهور المستقبل (رد الفعل، التغذية المرتجعة) بشكل مباشر في وقت الاتصال أو بشكل غير مباشر في وقت لاحق).

النمط الأول - الاتصال المباشر (البسيط)

ويضم الاتصال المباشر الأشكال الآتية:

1- الاتصال الفردي: ويجسد صورته باللقاءات المباشرة التي تجمع المرسل والمستقبل في ذات الزمان والمكان، بعبارة أخرى تواجد الطرفين لمناسبة الاتصال ومن ذلك على سبيل المثال: لقاء رجال الأمن والقضاء المعنيين بمكافحة جرائم الاحتيال بعموم من يصادفونهم من الجمهور وتبصيرهم بمخاطر هذه الجريمة وأساليب ارتكابها وهنا لا يحتاج رجال الأمن إلى وسيلة اتصال لغرض نقل هذه الرسالة، كما يغدو بمقدورهم الوقوف على صداها في ذهن من تنقل إليه على نحو مباشر وفي وقت الاتصال، وتفرز الحياة الاجتماعية اليومية مناسبات عديدة لهذا الاتصال غنية عن الحصر. (١٤)

2- الاتصال الجمعي: وهو أعلى درجة من الاتصال الفردي من حيث تنظيم رسالة الاتصال، ففي الوقت الذي تقتصر إليه هذه الرسالة في نمط الاتصال الفردي إلى التهيئة والإعداد المسبقين إذ تكون في الأعم الغالب (عفوية و آنية)، فإنها تكون في الاتصال الجمعي على درجة عالية من التنظيم ذلك انها تعد وتصمم مسبقاً وتدرس وتنظم مناسبة بث هذه الرسالة إلى جمهور المخاطبين بها وإدارة ما يثار من حوارات ومناقشات بشأنها تمثل (رجع الصدى، أو رد الفعل) ومن أمثلة الاتصال الجمعي الذي تتم من خلالها التوعية بمخاطر ارتكاب جرائم الاحتيال وأساليبها وعواقبها القانونية ما يلي:

أ - الندوات المفتوحة التي تنظمها ادارات العلاقات العامة في وزارة الداخلية ودوائر الأمن والشرطة لعموم المواطنين أو لفئات معينة من الجمهور .

ب - التوعية الدينية بواسطة خطب ومواعظ رجال الدين.

ج - لقاءات التوعية التي تعقدها النقابات والجمعيات ومؤسسات المجتمع المدني وفئات الجمهور المختلفة بهذا الخصوص .

د - الندوات والمؤتمرات واللقاءات التي تعقد بين مؤسسات الضبط الاجتماعي المختلفة مع قادة الرأي في المجتمع (أساتذة الجامعات، الخبراء والباحثون في مراكز البحث العلمي، رجال الصحافة والإعلام.. وغيرهم). ليتولى هؤلاء بدورهم إشاعة التوعية بالوقاية من جرائم الاحتيال في أوساطهم

التي يعملون فيها.

- هـ - الأعمال المسرحية التي تعرض بعض الحالات الاحتيالية وممارسات المحتالين بشكل كوميدي وساخر مشوق لتعريف أفراد المجتمع كيفية التوقي منها.
- و - النشرات والكتيبات الدورية والمجلات الخاصة.
- ز - المؤتمرات الصحفية عند الضرورة ولعدم وجود وسيلة أخرى غيرها يتم عن طريقها حث وتعريف الرأي العام العربي بحقيقة جرائم الاحتيال وتعد وسيلة فاعلة وحية تسهم في إيصال الرسالة لكل مواطن عربي. (١٥)

النمط الثاني - الاتصال غير المباشر (المركب)

ويسمى بالاتصال الجماهيري الذي تعتمد فيه مؤسسات الضبط الاجتماعي على وسائل الاتصال الجماهيري لنقل رسالتها بصدد جرائم الاحتيال وتتمثل بوسائل الاتصال المكتوبة (الصحافة) والمسموعة (الإذاعة) والمرئية (التلفزيون)، والتقنيات الحديثة في الاتصال (الفضائيات والانترنت). أن هذا النمط من الاتصال على درجة من التأثير والخطورة هي أكبر بكثير مما هي عليه في الاتصال المباشر للأسباب التالية..

أ - سعة دائرة الاتصال التي تشمل (القطر، الوطن العربي)

ب - اتساع دائرة الجمهور المخاطب بهذه الرسالة.

ج - استيعاب هذا النمط من الاتصال لأكثر قدر ممكن من عناصر الإثارة والتشويق عن طريق التقدم الحاصل في وسائل التنفيذ الاتصالية والإخراج.

أما محددات هذا النمط من الاتصال فإنها تتمثل بكون رجع الصدى منها لا يمكن للمرسل أن يقف عليه في وقت الاتصال (وقت بث الرسالة)، وإنما في وقت لاحق وعبر الدراسات واستطلاعات الرأي وقنوات الاتصال الخاصة بالمؤسسات المعنية بمضمون الرسالة، مع الأخذ في الاعتبار كاستثناء على هذا المحدد ما يقدم من برامج تلفزيونية للفضائيات أو إذاعية تعتمد إلى توسيع دائرة مشاركة الجمهور في برامجها أثناء بث هذه البرامج على الهواء مباشرة (برامج المسابقات والحوارات المفتوحة... الخ) إلا أنها تظل محدودة التأثير على هذا الصعيد.

خامساً - الإمكانيات المالية

ينبغي عند وضع الخطة لتأمين تغطية دور الإعلام في هذه المواجهة وما تقتضيه مفردات تنفيذها من تكاليف مالية، إذ لا يمكن تحقيق نجاح الخطة في حالة وجود معوقات بهذا الخصوص يمكن أن تعرقل إلى حد ما مسيرتها على المدى البعيد ويحول دون تحقيق أهدافها بالشكل المرسوم لها.

سادساً - تقويم الخطة

أن عملية تقويم أي دور أو مشروع (الخطة الإعلامية مثلاً) يعني الحكم عليه بالنجاح أو الفشل عن طريق النقاط التالية..

أ - وضوح الهدف، هل هو قابل للقياس - معايير - عن طريق تحديد معدلات ارتكاب جرائم الاختيال وضمن فترات زمنية متغيرة.

ب - تحديد سلامة الخطة هل يمكن تنفيذها أم أنها غير واقعية وان تحقيقها لا يتعارض مع توجهات الجمهور القومية.

ج - مراحل الخطة هل هي محددة خصوصاً لمواجهة ظاهرة معينة فقط أم أنها معدة للمساعدة على تحديد فعاليتها بشكل تدريجي وسلامة جدواها أو عيوبها ومدى إمكانية تصحيح الخطة وبوقت مبكر لكي تتواصل في مسيرتها المرحلية التي يتم تحقيق أهدافها ضمن كل مرحلة محددة وهذا يعني تحديد نقاط الضعف في الخطة لتجاوزها ونقاط القوة فيها لتنشيط فعاليتها. (١٧)

د - بيان أن هذه الخطة الإعلامية هدفها غير دعائي والقصد منها هو خدمة الجمهور وتحقيق الأمن الاجتماعي في الوطن العربي.

سابعاً - المقترحات

أن إيصال أي رسالة هادفة إعلامياً إلى جميع شرائح المجتمع وفي أي حلقة من حلقاته تتطلب جهداً ونشاطاً فاعلاً تتولاه مثل هذه المؤسسات حتى تتمكن من حماية المواطن من مخاطر أي مشكلة اجتماعية ضاره لا سيما الجريمة.

المبحث الثالث : التوصيات

ومما تقدم فقد ارتأينا اقتراح هذه التوصيات عسى أن تتلمس طريقها نحو التطبيق العملي الملموس في العراق والوطن العربي وكالاتي:

1- إجراء تنسيق عربي مشترك بين جميع المؤسسات الإعلامية والمؤسسات الاجتماعية والنفسية والدينية والتربوية العربية من أجل تنفيذ الخطة الإعلامية الهادفة إلى تأمين سبل الوقاية والحماية للمواطن من جرائم الاختيال وآثارها الضارة وعلى أن يتم إيصال رسالتها إلى أدنى الحلقات الاجتماعية كي تعمل على الالتزام بها ووقاية نفسها من شرور هذه الجريمة وغيرها من الجرائم.

2- تبادل الوثائق والمعلومات والأفلام والدوريات والنشرية الخاصة بجرائم الاختيال والمجرمين المحتالين أو الشركات الوهمية التي تمارس نشاطاً اقتصادياً لا مشروعاً بأسماء وهمية أو مستعارة وبممارسات احتيالية تستغل بها المواطنين في العراق أو في الدول العربية مع وضعها في القائمة السوداء في التعامل التجاري.

- 3- عرض الأفلام وإخراج المسرحيات الهادفة التي يتم بواسطتها فضح وتعرية سلوك المحتالين ومواصفاتهم والأساليب الاحتيالية التي يمارسونها وكذلك بالنسبة ممارسات الشركات الوهمية الاحتيالية لتعريف المواطن العربي بها كي يتجنبها في تعاملاته اليومية.
- 4- المبادرة السريعة في نشر أي معلومات عن أي مجرم محتال أو شركة وهمية مارست أساليب احتيالية لاستغلال المواطنين ، أي إنشاء قاعدة بيانات أو معلومات بكل ما يتصل بالتوعية الأمنية وخصوصاً عند وقوع مثل هذه الجرائم (الاحتيال)، ليتم مراقبة وإيقاف أي تعامل أو نشاط معهم وفي جميع الدول العربية لاسيما ، إذا كان مثل هذا النشاط يمارس دولياً.
- 5- العمل على توجيه كل المؤسسات والدوائر الرسمية أو شبه الرسمية أو القطاع الخاص لوضع لوائح بالشروط والمواصفات الخاصة بأي تعامل يجري بينها وبين المواطنين من أجل غلق الأبواب أمام البعض من ضعاف النفوس وخاصة المحتالين من استغلال مثل هذه التعاملات لتحقيق أغراضهم الدنيئة والحيلولة دون استعانة أي مواطن بهم.
- 6- توسيع آفاق التعاون والتنسيق العربي بين جميع مؤسسات مكافحة الجريمة وتبادل المعلومات بينهم بهذا الشأن لاسيما بعد أن تيسرت وسائل الاتصال السريعة من أجل تحديد وسائل الوقاية والمنع لمثل هذه الجرائم وبالتعاون مع المؤسسات الإعلامية بشأن فضح ممارسات المحتالين ونشر صورهم في الصحف والتلفاز والانترنت، مع تبادل الخبرات والزيارات بشأن تطوير وسائل الوقاية والمكافحة لهذه الجرائم وغيرها من الجرائم الأخرى التي تصيب المواطن العربي بالضرر.
- 7- إيلاء خطورة هذه الجريمة ونقشها ضمن شرائع المجتمع العربي أهمية خاصة عن طريق عقد الندوات والحلقات الدراسية العلمية والنقاشية لاستعراض واقع تطورها والبحث في أفضل الوسائل والأساليب لوقاية المجتمع منها ومواجهتها بالتصدي الحازم لها ولغيرها من الجرائم وبالذات عند عقد المؤتمرات الدولية والعربية مع تجنيد مختلف الوسائل الإعلامية لتكون مصدراً لتوصيل أي رسالة إنسانية تخدم نهوض وتطور المجتمع العربي وحماية أمنه واستقراره ويمكن تجسيد وقياس مدى تطور وتساعد معدلات الوعي الأمني الاجتماعي والوقائي من الجريمة والانحراف لدى المواطن من خلال وضع استبيان نموذجي خاص لقياس ذلك .
- 8- أن الخطة الإعلامية أي دور الإعلام للوقاية من الجرائم وخاصة جريمة الاختيال لن تكون بأية حال بديلاً عن مجهودات الوقاية الكبرى التي يوفرها النظام السياسي والاجتماعي والاقتصادي للدولة في كل دول الوطن العربي في مواجهة هذه الجرائم وغيرها من مظاهر الانحراف حين يؤمن ثبات شروط البيئة السليمة فكرياً وأخلاقياً وتربوياً وقيماً ودينياً في صفوف الأفراد والجماعات وتهيئة ما يقتضي من شروط حياة كريمة هائلة للمواطن تحصنه من مزالق وشرور الظواهر الإجرامية على

اختلافها.

الهوامش

- 1- د. إمام، إبراهيم، "الإعلام والاتصال بال جماهير"، القاهرة - الجيزة ط ١، ١٩٦٩، ص ١١.
- 2- أنتوني غدنز، علم الاجتماع، ترجمة د. فائز الصباغ، بيروت، ٢٠٠٥، ط ٤، المنظمة العربية للترجمة، ص ٧٣٥.
- 3- د. فخري عبدالرزاق الحديشي، د. خالد حميد الزعبي، شرح قانون العقوبات - القسم الخاص، الجرائم الواقعة على الأموال، الموسوعة الجنائية - ٣ -، عمان، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمارة دار الثقافة، ٢٠٠٩، ص ٩٩.
- 4- د. الباز، علي، "العلاقات العامة والعلاقات الإنسانية والرأي العام"، الجزء الأول، ص ٩٣.
- 5- د. الباز، علي، مصدر سابق، ص ٩٤.
- 6- د. إمام، إبراهيم، "الإعلام والاتصال بال جماهير"، مصدر سابق، ص ١٢-٢٦.
- 7- سورة البقرة، الجزء الأول، الآيتين (٣٥-٣٦).
- 8- سورة آل عمران، الجزء الثالث، الآية (٧٨).
- 9- حديث شريف، "رياض الصالحين من كلام سيد المرسلين"، باب النهي عن الغش والخداع، مكتبة الشرق الجديدة، بغداد، ١٩٨٥، ص ٤٥٣.
- 10- قانون العقوبات العراقي رقم (١١١) لسنة ١٩٦٩ - المعدل، المادة (٤٥٦) الفصل الرابع، الاحتيال.
- 11- د. كاظم، محمد نوري، "شرح قانون العقوبات القسم الخاص"، بغداد، دار الحرية للطباعة، بغداد، ١٩٧٧، ص (٢٨٢-٢٨٣).
- 12- د. محمود، ضاري خليل، "الوجيز في شرح قانون العقوبات رقم ١١١ لسنة ١٩٦٩ - المعدل، القسم العام"، المادة (١) من الفصل الأول، الباب الأول (قانونية الجرائم والعقوبات) دار القادسية للطباعة.
- 13- د. سميسم، حميدة، "العلاقات الاتصالية بين قوى الأمن الداخلي والمواطنين"، بحث مقدم إلى مؤتمر للبحث العلمي في خدمة أمن المجتمع، بغداد، ٩-١١/١١/١٩٩٣.
- 14- د. سميسم، حميدة، المصدر السابق.
- 15- د. ثابت، أسامة، "محاضرات في العلاقات العامة"، بغداد، ١٩٨٢، ص ٣٠.
- 16- د. الحسن، إحسان محمد، "تنظيم المجتمع"، جامعة بغداد، كلية الآداب، ١٩٩٢، ص ١٣٠.

المصادر

- 1- القرآن الكريم.
- 2- السنة النبوية الشريفة. رياض الصالحين من كلام سيد المرسلين، النووي، مكتبة الشرق الجديدة، بغداد، ١٩٨٥.
- 3- د. إحسان الحسن محمد، تنظيم المجتمع، جامعة بغداد، كلية الآداب، ١٩٩٢.
- 4- د. أسامة ثابت، محاضرات في العلاقات العامة، بغداد، ١٩٨٢.
- 5- د. إمام إبراهيم، الإعلام والاتصال بال جماهير، القاهرة - الجيزة، ط٣، ١٩٨١.
- 6- أنتوني غدنز، علم الاجتماع، ترجمة وتقديم د. فائز الصياغ، بيروت، ط٤، المنظمة العربية للترجمة، ٢٠٠٥، ص ٧٣٥.
- 7- د. حميدة سميسم، العلاقات الاتصالية بين قوى الأمن الداخلي والمواطنين، بحث مقدم إلى مؤتمر للبحث العلمي في خدمة أمن المجتمع، بغداد، ٩- ١١/ ١١/ ١٩٩٣.
- 8- د. علي الباز، العلاقات العامة والعلاقات الإنسانية والرأي العام، مطبعة وزارة الداخلية، الكويت، الجزء الأول، ص ٩٤- ٩٩.
- 9- د. فخري عبدالرزاق الحديثي، د. خالد حميد الزعبي، شرح قانون العقوبات - القسم الخاص، الجرائم الواقعة على الأموال، الموسوعة الجنائية- ٣-، عمان، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمارة دار الثقافة، ٢٠٠٩، ص ٩٩.
- 10- د. كاظم محمد نوري، شرح قانون العقوبات، القسم الخاص، بغداد دار الحرية للطباعة، ١٩٧٧.
- 11- د. محمود، ضاري خليل، الوجيز في شرح قانون العقوبات، القسم العام، بغداد، دار القادسية للطباعة، ١٩٨٢.
- 12- قانون العقوبات العراقي رقم ١١١ لسنة ١٩٦٩ وتعديلاته المادة (٤٥٦) الفصل الرابع، الاختطاف.

التغطية الإخبارية للأحداث الرياضية في قناة العراقية الفضائية

د. عمار طاهر

كلية الاعلام - جامعة بغداد

المقدمة

تعد الرياضة في المجتمعات الحديثة نشاطا معقدا وواسعا ومتنوعا بغض النظر عن الفلسفة أو السياسة الرياضية التي تعتقها وتسير عليها تلك المجتمعات بل أصبحت الرياضة بحد ذاتها سياسة لا يمكن تفويتها بمعزل عن الاعتبارات الأخرى وفقا للأنظمة السائدة ، فالرياضة مفهومها وقيما ونشاطا جزء من البنية الفوقية في المجتمع وترتبط بعلاقات مادية مع البنية التحتية وتدخل معها في علاقات شاملة وعميقة وممتدة في التأثير والتأثر .

ان الرياضة تحولت إلى صناعة تتضمن حلقات ومجالات متعددة منها بناء المنشآت وشراء التجهيزات والمعدات وإعداد وتأهيل الملاكات الفنية والإدارية وما يرتبط بذلك من مؤسسات أكاديمية وعلمية وما يتطلبه من حجم استثمارات لا تقل عن نظيرتها في المجالات الأخرى تسبب عليها شركات ذات رؤوس أموال كبيرة تمتلك أندية وفرقا ولاعبين ومصانع ألبسة ومعدات. "١" وقد أسهمت وسائل الإعلام الجماهيرية في تغيير عالم الرياضة بشكل كبير حيث حولته من مجرد منافسات ترفيهية للهواة في القرن التاسع عشر إلى تكنولوجيا وأعمال تركز على المشاهد في القرن العشرين وبداية القرن الواحد والعشرين. "٢" ان الرياضة ووسائل الإعلام مؤسستان تنظيميتان لهما أسباب مختلفة للوجود والبقاء مثل العاملين والمتطلبات المهارية والعلاقة مع الجهات الحكومية والأهلية فالرياضة تتطلب جهدا بدنيا لتحقيق الإنجاز العالي ووسائل الإعلام تستدعي مهارة وقدرة على صياغة الرموز بمعنى أنهما مجالان مختلفان برغم وجود الأسباب التي تجبرهما على الارتباط معا في علاقة مستمرة ولكن بمرور الوقت على مدى القرن الماضي أصبحت الحدود الفاصلة بين المجالين باهتة لدرجة لم تعد مرئية أحيانا .

فلا يمكن للمرء في الوقت الراهن تخيل الرياضة بلا إعلام وبالعكس إذ من الصعب التعرض

للرياضة في وسائل الإعلام من دون أن تحضر في أذهاننا ما توفره هذه الوسائل من إمكانيات تقنية مثل إعادة اللقطة والتحريك البطيء للصور والمشاهدة للصورة من زوايا متعددة مصحوبة بأصوات المعلقين. "٣"

التلفزيون والرياضة

يتفوق التلفزيون بقوته التأثيرية على وسائل الاتصال الجماهيرية الأخرى كالصحافة والإذاعة والسينما بامتلاكه مميزاتها وإمكاناتها جميعاً، إذ يمكن من خلال شاشته تقديم المعلومات التي يتعسر نقلها بالاتصال الشخصي أو عن طريق الكلمة المكتوبة أو الصورة الثابتة أو الصوت إذا استعمل كل منها بمفرده "٤"

وانتبت التلفزيون تفوقه وبشكل كبير في النقل الفوري للأحداث الرياضية في لحظة وقوعها أو بعد وقوعها بوقت قصير فالكثير من البطولات والسباقات تنتقلها محطات التلفزيون من خلال "البث الحي" الذي يعني نقل صورة الحدث في لحظة وقوعها إلى المتلقي وبسرعة تساوي سرعة الضوء حيث أصبح من المعتاد للمشاهدين في الوقت الحاضر مشاهدة الأرقام القياسية تنهال ساعة وقوعها "٥"، فضلاً على امتلاكه القدرة على الاحتفاظ بمواده لتكون أرشيفاً شاملاً للفعاليات الرياضية المختلفة "٦".

وللتلفزيون القدرة على الانتشار المكاني الواسع، إذ من خلال التقدم العلمي والتقني المتسارع أصبح بالإمكان إرسال الصورة والصوت واستقبالها على مسافات بعيدة حيث لم يعد التلفزيون أسير العوائق الجغرافية والتقنية وذلك بفضل تقنية الأقمار الصناعية "وتلفزيون الكيبل" والقنوات الرياضية المتخصصة والانترنت وما إلى ذلك من تقنيات تضاعف من قوة انتشاره "٧".

فقد حققت بطولة العالم لكرة القدم عام ٢٠٠٢ التي جرت في كوريا واليابان على سبيل المثال رقماً قياسياً في مستوى المشاهدة إذ نقلت البطولة إلى (٢١٣) بلداً وخصصت (٤١١٠٠) ساعة تلفزيونية بزيادة في التغطية نسبتها (٣٨%) بالمقارنة مع بطولة عام ١٩٩٨ في فرنسا وذلك على الرغم من التوقيت غير المناسب للمشاهدين في أوروبا وأمريكا الوسطى والجنوبية وأفريقيا فيما بلغت المشاهدة المترجمة للبطولة ذاتها (٤٩،٢) مليار مشاهد في العالم بأسره وذلك يعني أن هذا الحدث الرياضي كان الأهم على صعيد التغطية الرياضية في تاريخ التلفزيون. "٨" لقد توطدت العلاقة بين التلفزيون والرياضة بل أصبحت للشبكات التلفزيونية مسيطرة على الدورات والبطولات أحياناً فالرياضة لم تعد قادرة على الاستغناء عن العوائد المالية الكبيرة التي تحصل عليها من وراء حقوق البث التلفزيوني بحيث أن بعض المؤسسات الإعلامية الكبرى سارعت إلى امتلاك أندية رياضية معروفة مثلما فعل رئيس وزراء إيطاليا بيرلسكوني الذي اشترى نادي ميلان كما سعى روبرت مردوخ

أحد أبطرة الإعلام في العالم لشراء نادي مانشستر يونايتد الإنكليزي. "٩" وبات النقل التلفزيوني من أهم مفردات السياسة التسويقية والمالية للأندية الكبيرة في العالم حيث تصنف مجلة "ديلويت" المتخصصة بشؤون كرة القدم الأندية الكبرى في العالم بناء على المداخل التي تحققها خلال الموسم مستندة إلى حقوق النقل التلفزيوني بشكل كبير فضلا على التذاكر والمبيعات الأخرى .

وتتوقع المجلة انضمام المزيد من الأندية إلى قائمة العشرين التي تعلنها سنويا للأغنى في العالم بالسنوات المقبلة نتيجة الارتفاع الكبير لمداخل النقل التلفزيوني. "١٠" ان العلاقة بين التلفزيون والحدث الرياضي أصبحت محكومة بمنطق المال بشكل تصاعدي لاسيما مع ظهور المنافسة بين المحطات التلفزيونية وظهور القنوات المتخصصة والمشفرة التي تعتمد على دفع المشاهد مبلغا فصليا أو سنويا مقابل فك شفرة الإرسال. "١١" وأثارت هذه العلاقة جدلية بين المؤسستين فمن جهة أثر التلفزيون في تطور الرياضة وتقدمها وانتشارها حيث يرجع فريق من المتخصصين النمو السريع الحاصل في ميادين الصناعة الرياضية إلى الانفجار التطويري في صناعة التلفزيون فيما يرى فريق آخر أن الرياضة بأحداثها ومسابقاتها وتظاهراتها أسدت خدمة كبيرة ومنافع مادية ومعنوية لشركات وشبكات ومحطات التلفزيون العالمية حيث أنقذت التلفزيون عن طريق تكرار برامجها واستقطبت مداخل مادية وصلت إلى أرقام كبيرة بحيث بلغت المنافسة بين شبكات التلفزيون والشركات العالمية حدا كبيرا.

أن التلفزيون استخدم الرياضة لمضاعفة مشاهديه في الوقت الذي استخدمت الرياضة التلفزيون بوسائل واليات معينة للحصول على العوائد المالية فمعظم البطولات والدورات الكبرى في العالم بالوقت الحاضر لا تستمر في غياب التلفزيون من الناحيتين المادية والإعلامية. "١٢"

النشرات الرياضية في التلفزيون:

يواكب التلفزيون الأحداث الرياضية حيث تخصص معظم القنوات العامة نشرة إخبارية مرة واحدة أو مرات عدة في اليوم ضمن نشراتها الإخبارية الرئيسة بزم من لا يتجاوز أحيانا (٥) دقائق لتغطية النشاطات الرياضية الآنية بأقصى قدر من السرعة .

وتسعى النشرات الإخبارية الرياضية لإشباع حاجة شرائح واسعة من الجمهور الرياضي بهدف الإطلاع على آخر المستجدات عن طريق التغطية المباشرة والسريعة الموجزة للأحداث الرياضية لدرجة جعلت هذه القنوات تضع الخبر الرياضي جنباً إلى جنب مع الخبر السياسي والاقتصادي.

أما أهم مميزات وخصائص النشرة الرياضية في النشرة العامة :

1- الطابع الإخباري الصرف :

يتسم الخبر بالإيجاز والآنية مثل نتيجة مباراة ، سفر فريق ، اجتماع ، تصريح لاعب أو إداري ، صدور قرار والخ.

2- التنوع:

تحرص النشرة الرياضية على تغطية الأحداث المحلية والعربية والعالمية التي تتناول الألعاب الرياضية المختلفة عن طريق أخبار صغيرة ومتنوعة.

3- وحدة متكاملة :

تعد النشرة في إعدادها وتقديمها وحدة متكاملة ومتناسكة تتحقق عن طريق مادة الأخبار وموضوعها ومضامينها كما يجب ان يحققها المخرج عبر أساليبه المختلفة.

فيما يميز الخبر الرياضي في نشرة الأخبار التلفزيونية العامة بما يلي :

1- انه خبر حركي مصور

2- يتمتع بإيقاع سريع ومتطور

3- يقدم بقدر من الكثافة نصا وصورة

4- يستخدم لتلوين نشرة الأخبار وزيادة حيويتها وتسريع إيقاعها .

5- يقدمه مذيع مستقل متخصص عادة.

6- يقدم الخبر جزءا محدودا مصورا من الحدث ، لقطات معدودة ، تفاصيل أساسية. "١٣" ان

معظم القنوات التلفزيونية تعتمد في التغطية الإخبارية للشأن الرياضي على مفهوم الحدث الآني " the action" وليس مفهوم العملية "the process" بمعنى تقديم أجوبة سريعة على الجزء الصغير المرئي من الحدث وليس على السياق العام الذي جرى فيه حيث أن مفهوم الحدث الآني الذي تتبناه التغطية الإخبارية في معظم القنوات التلفزيونية العامة يهتم باللحظة الراهنة فيما يهتم مفهوم العملية بالأخبار التفسيرية التي تحيط بالحدث وتعمل على إشباع الحاجات الإعلامية للجماهير الرياضي وعلى توسيع إطلاعه وتعميق معرفته بالظواهر والتطورات المصاحبة للحدث وذلك ما تقدمه القنوات الرياضية المتخصصة. "١٤"

وتعاني التغطية الإخبارية للأحداث الرياضية في النشرات التلفزيونية غالبا منعدم التوازن من

حيث "١٥":

1- التركيز على النشاط الرياضي المحلي الذي يجري في العاصمة أو المدن الكبرى.

2- التركيز على الألعاب الجماهيرية مثل كرة القدم على حساب الألعاب الأخرى.

3- المبالغة في تغطية النشاطات الرياضية العالمية على حساب النشاطات العربية.

أما الخبر الرياضي في النشرة الرياضية فيكتب بطريقة لا يمكن اختزاله من النهاية أو أية نقطة منه فهو وحدة متماسكة وبناء متجانس له استهلال و متن وخاتمة وكاتبه يتوخى الإيجاز والوضوح إذ ليس له سوى فرصة واحدة لكي يصل بالمعنى الذي يقصده للمشاهد فضلاً على نقاط أساسية أخرى يتوجب مراعاتها وهي: "١٦"

1- خلفية الحدث:

يحتاج محرر الخبر التلفزيوني إلى فهم دقيق وشامل لخلفيات الحدث الرياضي وظروفه وعناصره بحيث تتكون لديه صورة واضحة عنه كي يتعامل معه بمهارة تدل على تمكنه من تحليل جوانبه المختلفة.

2- التعبير المجازي:

يفضل استخدام التعبيرات المجازية في كتابة الخبر الرياضي إذ إن طبيعة التلفزيون الدرامية تفضل اللجوء إلى صياغة ذهنية تنشط خيال المشاهدين مع مراعاة عدم المبالغة في ذلك وإن تكون الاستعارة مفهومة ولطيفة لا تشذ عن الذوق والروح الرياضية.

3- الانسجام بين الخبر والصورة:

يميل المشاهد إلى الوثوق بالصورة والكلمات في الخبر تقدم معلومات تضيف للصورة لذا يفضل دائماً مراعاة مادة فلمية حية للخبر الرياضي وعدم استخدام الأرشفة إلا عند الضرورة.

4- اختيار الموسيقى المناسبة:

اختيار الموسيقى المصاحبة للخبر والنشرة الرياضية عموماً بشكل دقيق يتلاءم مع طبيعة الحدث الرياضي الذي يتسم بإيقاعه السريع والحيوي ويتناغم مع مشاهدي الأخبار الرياضية الذي تكون غالبيتهم من الشباب.

مشكلة البحث وأهميته:

يقصد بالمشكلة في البحث العلمي ظاهرة معينة قائمة تتطلب معالجة عن طريق التحليل والاستنتاج مع تحديد وسائل تغييرها من حيث تطويرها ومعالجتها أن كانت سلبية وتنميتها وتعميقها في حالة كونها إيجابية "١٧" أن الأخبار الرياضية أصبحت جزءاً لا يتجزأ من النشرات الرئيسية والثانوية في معظم القنوات الفضائية العامة نظراً لمتابعة الأحداث الرياضية من شرائح واسعة من الجمهور لا يمكن تجاهل أو تهمل حاجاتها لهذا النوع من الأخبار .

وقد لاحظ الباحث وجود قصور واضح في التغطية الإخبارية النموذجية للأحداث الرياضية المختلفة في قناة العراقية الفضائية على الرغم من الاهتمام المحلي والدعم المالي الثابت كونها محطة

شبه حكومية .

لذلك فإن مشكلة البحث تتحدد في السؤال الآتي:

ما مدى اقتراب النشرات الرياضية في قناة العراقية الفضائية من ناحية التكامل والتنوع وذلك عن طريق التقصي عن واقعها وأساليبها المختلفة.

ان تعاطف دور الرياضة في حياة الأمم والشعوب لدرجة أدراجها كحق طبيعي في القوانين والداستاتير المعمول بها* والاهتمام الجماهيري والحكومي بمنافساتها وبطولاتها ودورها دفع الإعلام عبر وسائله المختلفة لاسيما التلفزيون إلى خلق شراكة حقيقية مع الرياضة تستند إلى المنافع المادية والمعنوية المتبادلة .

وتهدف القنوات التلفزيونية العامة بمختلف اتجاهاتها إلى كسب متابعي الرياضة بتخصيص مساحة لها في البث اليومي يتباين بحسب اهتمامات المحطة ويتنوع بين النقل المباشر والتسجيل للأحداث الرياضية المختلفة فيما تعد النشرات الرياضية برامج ثابتة لا تتغير بتغير الخطط البرمجية فهي أما أن تكون مستقلة بذاتها أو ملازمة بشكل دائم لنشرة الأخبار الرئيسية. لذا تأتي أهمية البحث من أهمية الموضوع (التغطية الإخبارية للأحداث الرياضية في قناة العراقية الرياضية) لما لهذه النشرات من حضور دائم وجمهور كبير .

أهداف البحث :

وتتحدد أهداف البحث في ما يأتي :

- 1- رصد التباين في التغطية الإخبارية للألعاب الرياضية المختلفة .
- 2- معرفة القوالب الفنية لتحرير الأخبار في النشرة الرياضية.
- 3- التقصي عن مصادر الأخبار الرياضية والتعرف على المتوقع منها وغير المتوقع.
- 4- رصد التباين الجغرافي للأخبار في النشرات الرياضية .
- 5- معرفة على وسائل الإيضاح والفنون التلفزيونية المصاحبة للخبر وطريقة تقديمه في النشرة الرياضية.
- 6- معرفة على تسلسل الأخبار في النشرة الرياضية حسب التقسيم الجغرافي.

تعريف المصطلحات

الرياضة: " نشاط مفعم باللعب التنافسي وذو مردود داخلي وخارجي يتضمن أفرادا أو فرقا تشترك في مسابقة وتقرر النتائج في ضوء التفوق في المهارة البدنية والخطط " ١٨

النشرة الرياضية في التلفزيون: "مجموعة من الأخبار الرياضية مصحوبة غالباً بوسائل إيضاح أو مواد فلمية تقدم وفق تسلسل معين وتهدف إلى تغطية آخر الأحداث الرياضية ترافق نشرات الأخبار الرئيسية أو تكون بشكل مستقل لا تزيد مدتها عادة على (٥) دقائق" ١٩

اللجنة البار اولمبية: " وهي تنظيم معنوي مختص بالرياضيين المعاقين وألعابهم الرياضية تأسست عام ٢٠٠٣ بعد أن عملت منذ عام ١٩٨٢ باسم الاتحاد العراقي لرياضة المعاقين، وتضم ١٠ اتحادات رياضية، وهي التنس الأرضي والكرة الطائرة جلوساً وألعاب القوى وتنس الطاولة والسباحة ورفع الأثقال وكرة الجرس والمبارزة وكرة السلة على الكراسي المتحركة وكرة القدم للصم والبكم" ٢٠.

منهج البحث ونوعه :

إن تحديد منهج البحث ونوعه يتوقف على الهدف الذي يسعى له الباحث لذا فإن المنهج المسحي التحليلي وطريقة تحليل المضمون هما الأنسب كونهما يتضمنان دراسة الحقائق المتعلقة بطبيعة الظاهرة وتسجيل الدلالات من البيانات المجموعة وتحليلها تحليلًا "شاملاً" بهدف إصدار تعميمات بشأن مشكلة البحث ، فالمسوح التحليلية تحاول وصف المؤشرات التي تفرزها الظاهرة" ٢١.

و البحوث المسحية يتم فيها استقصاء الواقع ومسحه كما هو لتحديد وتصنيفه بالإحصائيات والبيانات بمعنى دراسة الظاهرة في مكان معين وفي وقت معين .

وقد اعتمد الباحث في جمع بياناته على استمارة لتصنيف المعلومات وفقاً لفئات معينة تسعى للإلمام بجميع جوانب التغطية الإخبارية التي تتعلق بالنشرة الرياضية بشكل عام والأخبار في هذه النشرة بشكل خاص ، إذ يعد تصنيف المعلومات والبيانات قاعدة أساسية تمكن الباحث من التحليل العلمي المنظم .

إجراءات البحث :

استخدم الباحث طريقة تحليل المضمون الكمي في إجراء دراسته الميدانية للتوصل إلى الإحاطة بالتغطية الإخبارية للأحداث الرياضية في التلفزيون والأشكال الفنية التي اتخذتها بواسطة معرفة مساحاتها وتكراراتها ونسبها المئوية . ويعد الباحثون تحليل المضمون " وسيلة من وسائل جمع البيانات تمكن الباحث من الحصول على ما يلزمه من معلومات بتحليل محتوى المادة التي تقدمها وسائل الاتصال الجمعي والمجلات والكتب وأفلام السينما وبرامج التلفزيون" ٢٢ واعتمد الباحث الخبر والتقرير الرياضي وحدة للتحليل وتم قياسها حسب المساحة الزمنية التي شغلها وتكراراتها باعتماد "

الثانية" والعدد كوحدة قياس فئات التحليل : أعتمد الباحث فئة " كيف How " حيث تبحث هذه الفئة في ما يقال وحدد "٩" فئات رئيسية من شأنها المساعدة في رصد التغطية الإخبارية للأحداث الرياضية في قناة العراقية الفضائية وأجرى دراسة أولية للاستكشاف والتعرف وتحديد الفئات الثانوية والفرعية ، وهي :
أولاً : نوع اللعبة :

ويقصد بها جميع أنواع الرياضة التي تتدرج ضمن الألعاب الاولمبية وغير الاولمبية فضلاً على المهرجانات والكرنفالات الرياضية المحلية والعربية والعالمية وتتضمن (١٥) فئة ثانوية تمثل رياضات مختلفة ظهرت للباحث في العينة.
ثانياً : القوالب الفنية :

وتعني الأشكال الفنية المختلفة التي يتخذها الخبر في النشرة الرياضية وقد تفرعت عنها (٣) فئات ثانوية هي الهرم المعتدل والهرم المقلوب والهرم المقلوب المتدرج فضلاً على فئة (أخرى) التي وضعها الباحث لرصد أي شكل فني آخر قد يظهر في العينة
ثالثاً: مصادر الأخبار :

وتعني القنوات الإعلامية التي تستقي منها العراقية الفضائية أخبارها وتقاريرها في النشرة الرياضية وتضم فئتين ثانويتين هما : أولاً مصادر داخلية التي يقصد بها الأخبار والتقارير التي يتم تحريرها وصناعتها من العاملين في القناة من محررين ومنسقين ومراسلين وموفدين. وثانياً مصادر خارجية ويقصد بها الأخبار والتقارير الجاهزة التي تبثها القناة بعد إعادة تحريرها أو بلا تحرير أو تعديل على مضامينها أو أشكالها الفنية مثل أخبار وكالات الأنباء والصحف ووسائل الإعلام الأخرى.
رابعاً: التوقيت الزمني :

ويقصد به زمن وقوع الخبر و التقرير في النشرة الرياضية تبعا للحدث الرياضي ويحتوي على فئتين ثانويتين هما متوقع وتعني الأخبار التي تتناول أحداثاً رياضية من المقرر أقامتها أو حصولها في المستقبل القريب أو البعيد وفئة غير متوقع وتعني الأخبار الآتية التي تغطي الأحداث الرياضية اليومية بسباقاتها ومنافساتها ونتائجها المختلفة.
خامساً : التقسيم الجغرافي :

وتعني هذه الفئة عائدة الخبر والتقرير الذي يغطي الحدث الرياضي تبعا لصناعته وليس لمكان حدوثه وتضم ثلاث فئات ثانوية وهي محلي ويقصد بها أخبار الفرق العراقية سواء كانت متعلقة بأحداث رياضية تقع داخل العراق أو خارجه وفئة عربي وتعني الأخبار التي تخص الأحداث الرياضية للفرق العربية وفئة عالمي وتعني جميع الأخبار التي تغطي الأحداث غير العراقية أو العربية
سادساً : وسائل الإيضاح :

ويقصد بها المعامل الصوري الذي يرافق الخبر والتقرير في النشرة الرياضية وتضم (٥) فئات ثانوية وهي فيلم وفيلم صامت وخارطة وجدول ورسوم بيانية.

سابعاً: الفنون التلفزيونية المصاحبة للخبر:

ويقصد بها الفنون التلفزيونية التي ترافق الخبر والتقرير في النشرة الرياضية وتضم ثلاث فئات ثانوية وهي مقابلة إخبارية وتقرير داخل الاستوديو وتقرير ميداني.

ثامناً: تقديم المضمون:

وتعني طريقة تقديم الخبر والتقرير في النشرة الرياضية وتضم (٥) فئات ثانوية وهي مذيع ومندوب ومراسل داخل العراق ومراسل خارج العراق واتصال هاتفي وموفد

أدوات البحث :

انطلاقاً من الأهداف التي يسعى البحث لتحقيقها ، اعد الباحث استمارة التحليل* التي اشتملت على فئات التحليل والمساحة الزمنية والتكرار لتشكل في مجموعها أداة منهجية من أدوات التحليل ، واستعان بالملاحظة والمقابلة الشخصية لجمع البيانات بشأن موضوع البحث وحلل عينة من النشرات الرياضية وثبت البيانات المتعلقة بالتحليل في الاستمارة الخاصة التي صممت لتستوعب المساحة الزمنية والتكرارات المتعلقة بمتغيرات النشرات الرياضية واستخدم النسب المئوية كمقياس إحصائي حيث تم بموجبها تحويل البيانات إلى مقادير كمية وتنظيمها في جداول خاصة ليصل الباحث إلى مجموعة من النتائج على الصعيد الميداني التي تعززت بالجانب النظري لتشخص بمجموعها المؤشرات الرئيسة للنشرات الرياضية في قناة العراقية الفضائية.

حدود البحث

وثمة مجالان أساسيان في هذا البحث وهما:

أ - المجال المكاني : يتحدد هذا المجال في قناة العراقية الفضائية التي تعمل ضمن الفضائيات العراقية وميدانها المحلي والعربي والعالمي على صعيد التغطية الإخبارية وقد اختارها الباحث كونها محطة شبه حكومية تمتلك ميزانية تمكنها من الوصول الى التغطية النموذجية عبر أدواتها المادية والبشرية والتقنية*.

ب - المجال الزماني : يتحدد المجال الزماني للبحث بالمدة من مطلع شهر (كانون الثاني) إلى نهاية شهر (آذار) من عام (٢٠٠٨) بواقع ثلاثة أشهر . ولدورة برامجية واحدة . وقد ضم ذلك المجال نشرة رياضية تبث ضمن نشرة إخبارية رئيسة في قناة العراقية الفضائية هي نشرة (العراق اليوم)

والتي تبث في الساعة السادسة مساءً بتوقيت بغداد

مجتمع البحث:

يتكون مجتمع البحث من كل الأخبار والتقارير الرياضية ضمن نشرة (العراق اليوم) كنموذج لدراسة التغطية الإخبارية للأحداث الرياضية في قناة العراقية الفضائية* والتي تبث في الساعة السادسة مساءً بتوقيت بغداد من خلال دورة برمجية واحدة امتدت لثلاثة أشهر للمدة من ١ كانون الثاني ولغاية ٣١ آذار ٢٠٠٨ .

وقد تم اختيار هذه النشرة الإخبارية انموذجاً للنشرات التي تبثها القناة على مدار اليوم ولأسباباً أنها تعد مع النشرة الرئيسية التي تقدم في الساعة الثامنة بتوقيت بغداد الأفضل والأكثر تضميناً للتقارير الإخبارية، وأن النشرات الأخرى تتضمن إعادةً للتقارير الإخبارية لنشرتي (العراق اليوم) و (الرئيسية) كما أنها أول نشرة رئيسية زمنياً تتناول الأحداث التي تقع على مدار النهار، وأن أوقات بثها مناسبة للمجتمع العراقي لكون أن هذا الوقت هو مساءً وأن معظم المتعرضين للقناة يكونون مع أسرهم في هذا الوقت للمشاهدة ومتابعة الأحداث اليومية .

عينة البحث:

عينة البحث هي جزء من مجتمع البحث الأصلي يختارها الباحث بأساليب مختلفة وبطريقة تمثل مجتمع البحث وتحقق أعراض البحث وتعني الباحث عن مشقات دراسة المجتمع الأصلي. "٢٣" واعتمد الباحث ((العينة العشوائية المنتظمة)) وتصنف هذه العينة ضمن العينات الاحتمالية التي تمتاز بأنها لا تترك مجالاً للباحث كي يتدخل في اختيار مفردات العينة وتقلل من إمكان التمييز وذلك لاعتمادها على أيام محددة بين كل عدد والذي يليه وبالتالي إعطاء فرص متساوية لجميع أيام الأسبوع. "٢٤" ولأن النشرات تبث يومياً لذا فإن هذا النوع من العينة يعد مناسباً للبحث، حيث تم اخذ نسبة (٣٣%) من المجتمع الكلي لمجموع (٩٠) نشرة هي مجمل عدد أيام العينة المطلوب

$$K = \frac{N}{n} = \frac{90}{33} = 2.727$$

$$E = \frac{K}{N} = \frac{2.727}{90} = 0.0303$$

$$E = 0.0303 \times 100 = 3.03\%$$

$$E = 3.03\%$$

$$E = 3.03\%$$

$$E = 3.03\%$$

$$E = 3.03\%$$

$$E = 3.03\%$$

$$E = 3.03\%$$

$$E = 3.03\%$$

$$E = 3.03\%$$

$$E = 3.03\%$$

$$E = 3.03\%$$

$$E = 3.03\%$$

$$E = 3.03\%$$

$$E = 3.03\%$$

$$E = 3.03\%$$

$$E = 3.03\%$$

$$E = 3.03\%$$

$$E = 3.03\%$$

وتم حساب العينة من يوم ١ كانون الثاني وبدأ العد كل ثلاثة أيام ولغاية ٣١ آذار ٢٠٠٨ إذ احتسبت نشرة (العراق اليوم) لكل يوم تظهر فيه العينة ، وبلغت المدة الزمنية للتغطية الإخبارية للأحداث الرياضية في العينة الكلية (٦٠٧٠) دقيقة.

وقد اتاح استخدام هذه العينة توزيعاً متساوياً للأيام التي شملتها العينة ، إذ تكررت جميع أيام الأسبوع وبطريقة تتيح ضمان توازن توزيع العينة "٢٥"

الدراسات السابقة :

يستطيع الباحث إن يؤكد الجهود التي بذلها أن هناك قلة من الدراسات التي تناولت التغطية الإخبارية للأحداث الرياضية ، لاسيما في الجانب الإعلامي إذ أنجزت أكثر الدراسات التي تناول الإعلام الرياضي في كليات التربية الرياضية في الوطن العربي بالرغم من تزايد القنوات الفضائية بشكل كبير وظهور القنوات الرياضية المتخصصة أما الدراسات والبحوث الأجنبية والمترجمة فقد استهدفت صنع إعلام رياضي تلفزيوني قائم على أسس مهنية يستفيد منه العاملون في مجال الإعلام.

وتعد رسالة الماجستير للباحث هادي عبدالله الموسومة (الإعلام الرياضي التلفزيوني في العراق - البرامج الرياضية في قناة العراق الفضائية أنموذجاً) قريبة من موضوع هذا البحث حيث تمحور الجهد النظري لعبد الله حول الإعلام الرياضي من ناحية المفهوم والنشأة والتطور والخصائص والسمات وركز على الخبر الرياضي التلفزيوني والتقرير والتحقيق والحديث وتغطية المسابقات الرياضية فيما تناول جهده الميداني التغطية الرياضية والنشرة الإخبارية لقناة العراق الفضائية.

و استخدم الباحث المنهج المسحي التحليلي والعينة القصدية المنتظمة وخلص إلى غياب التخطيط في موضوع التنسيق الأمر الذي جعل البرامج الرياضية تخضع للتذبذب في عرضها وإن لعبة كرة القدم تحتل الأولوية في نشرات الأخبار كما أن النشرات الرياضية تركز على الجانب المحلي وتعتمد على العاملين في القسم الرياضي في رفدها بذلك.

أما الدراسة الثانية التي اقتربت من موضوع البحث أيضا فهي أطروحة الدكتوراه للباحث هادي عبدالله الموسومة (الفنون التلفزيونية في تغطية الأحداث الرياضية الكبرى - تغطية الجزيرة الرياضية للدورة الآسيوية الخامسة عشرة نموذجا) حيث تناول الباحث في الجانب النظري العلاقة بين الرياضة والتلفزيون وحقوق البث التلفزيوني وتطور الفنون التلفزيونية في المجال الرياضي فيما حلل في الدراسة الميدانية الفنون التلفزيونية المستخدمة في برامج تغطية دورة الألعاب الآسيوية مستخدما المنهج المسحي للاستقصاء عن (٨٠٠) ساعة تلفزيونية على مدى ١٥ يوما وخرج بالعديد من الاستنتاجات أبرزها اعتماد التغطية الإخبارية على مواجيز وليست نشرات مع مراعاة جميع الأخبار

بمعادل صوري والتركيز على منح إنجازات العرب الرياضية الأولوية في التغطية .

الدراسة الميدانية:

بدأ الباحث بحساب عينة البحث من منتصف شهر كانون الأول ٢٠٠٨ وذلك لكون النشرة الإخبارية لا تتضمن نشرة متخصصة للرياضة حيث اعتمدت قناة العراق الفضائية نشرة الساعة السادسة كنشرة رئيسية في ذلك التاريخ بعد إضافة النشرة الاقتصادية والرياضية وإطلاق تسمية (العراق اليوم) عليها فضلاً على تمديد مساحتها الزمنية إلى نحو ساعة كاملة وفي ١٧ كانون الثاني طرأت تغييرات ملحوظة على النشرة الرياضية حيث زاد عدد أخبارها واعتمدت على الخبر المحلي على حساب الخبر العالمي الذي كان يشغل معظم مساحتها الزمنية وأصبحت مدتها تتراوح من (٥) إلى (٧) دقائق .

وشغلت الأخبار والتقارير الرياضية (٦٠٧٠) ثانية بنسبة من وقت النشرة بتكرار (٧٦) مرة ، وقد احتلت لعبة كرة القدم الأولوية في تغطية قناة العراقية الفضائية حيث جاءت هذه اللعبة بالمرتبة الأولى بزم (٣٨٥٣) ثانية بنسبة (٦٣،٤٧%) بمجموع (٤٦) خبراً وتقاريراً رياضياً فيما احتلت اللجنة البار اولمبية المرتبة الثانية من ناحية المساحة الزمنية ب(٤١٦) ثانية بنسبة (٦،٨٥%) وبتكرار (٥) مرات وشغلت كرة السلة المرتبة الثالثة زمنياً (٣٤٧) ثانية بنسبة (٥،٧١%) وبتكرار (٦) مرات ثم كرة اليد بمدة (٢٤٩) ثانية بنسبة (٤،١٠%) بتكرار (٣) مرات والمهرجانات الرياضية بمدة (٢٤٩) ثانية بنسبة (٣،٠٢%) بتكرار (٢) مرتين والطولة بزم (١٧٥) ثانية بنسبة (٢،٨٨%) بتكرار (٢) مرتين والملاكمة بوقت (١٦٥) ثانية بنسبة (٢،٧١%) بتكرار (٢) مرتين وخماسي الكرة (١٢٥) ثانية بنسبة (٢،٠٥%) بتكرار (١) مرة واحدة والمصارعة (١٠٦) ثانية بنسبة (١،٧٤%) بتكرار (٢) مرتين وألعاب القوى (١٠٥) ثوان بنسبة (١،٧٢%) بتكرار (٢) مرتين والمبارزة (٩٩) ثانية بنسبة (١،٦٣%) بتكرار (١) مرة واحدة والتنس (٧٧) ثانية بنسبة (١،٢٦%) بتكرار (١) مرة واحدة وبناء الأجسام (٦٠) ثانية بنسبة (٠،٩٨%) بتكرار (١) مرة واحدة والطائرة (٥٥) ثانية بنسبة (٠،٩٠%) بتكرار (١) مرة واحدة والكارا تييه (٥٥) ثانية بنسبة (٠،٩٠%) بتكرار (١) مرة واحدة ، انظر جدول رقم (١)

ت	نوع اللعبة	الأخبار والتقارير		
		الزمن	%	التكرار
١	كرة القدم	٣٨٥٣	٦٣,٤٧	٤٦
٢	اللجنة البارالمبية	٤١٦	٦,٨٥	٥
٣	كرة السلة	٣٤٧	٥,٧١	٦
٤	كرة اليد	٢٤٩	٤,١٠	٣
٥	مهرجانات رياضية	١٨٣	٣,٠٢	٢
٦	طاولة	١٧٥	٢,٨٨	٢
٧	ملاكمة	١٦٥	٢,٧١	٢
٨	خماسي الكرة	١٢٥	٢,٠٥	١
٩	مصارعة	١٠٦	١,٧٤	٢
١٠	ألعاب قوى	١٠٥	١,٧٢	٢
١١	مبارزة	٩٩	١,٦٣	١
١٢	تنس	٧٧	١,٢٦	١
١٣	بناء أجسام	٦٠	٠,٩٨	١
١٤	طائرة	٥٥	٠,٩٠	١
١٥	كاراتيه	٥٥	٠,٩٠	١
المجموع		٦٠٧٠	%١٠٠	٧٦

جدول رقم (١):

يوضح المساحة الزمنية التي تشغلها الألعاب الرياضية من زمن النشرة الرئيسية وعدد تكراراتها

ونستشف مما سبق أن لعبة كرة القدم حظيت بالمرتبة الأولى بفارق زمني بلغ (٣٤٣٧) ثانية وفارق تكرار (٤١) مرة الأمر الذي يؤشر خلا كبيراً بالتوازن في الاهتمام بين الألعاب الرياضية المختلفة فعلى الرغم من أن كرة القدم تعد اللعبة الشعبية الأولى في العراق ومعظم دول العالم إلا أن ذلك لا يعني إن تتفوق هذه اللعبة بمساحتها الزمنية على الوقت المخصص لبقية الألعاب الأخرى حيث أفردت لها النشرة الرياضية (٢٢١٧) ثانية بمجموع تكرار (٣٠) مرة.

وحلت اللجنة البارالمبية بالمرتبة الثانية من ناحية الزمن والتكرار كونها تضم (١٠) اتحادات رياضية حيث تم احتساب في فنتها جميع الأخبار والتقارير التي تناولت فعاليات ونشاطات الاتحادات

فيما جاءت لعبتا السلة والطائرة في المرتبة الثالثة والرابعة على التوالي فهما تحظيان باهتمام الجمهور الرياضي العراقي بعد لعبة كرة القدم فيما احتلت المهرجانات مرتبة متقدمة عن بقية الألعاب حيث حظيت بتغطية ذات مساحة زمنية كبيرة في قناة العراقية الفضائية شبه الحكومية كونها تحظى بحضور المسؤولين الرسميين على الصعيد السياسي و الرياضي .

كما تدل الإحصائيات السابقة على إهمال النشرة الرياضية لتغطية عدد آخر من الألعاب التي لم تظهر من العينة مثل السباحة والجمناستك والاسكواش ورفع الأثقال والرمية والقوس والسهم والشطرنج والخ .

واتخذت الأخبار في النشرة الرياضية قالب الهرم المقلوب والهرم المقلوب المتدرج والهرم المعتدل فيما لم تتخذ شكل الهرم المعتدل المتدرج أو أية قالب أخرى وقد احتل قالب الهرم المقلوب المرتبة الأولى بزمن قدره (١٥١٥) ثانية بنسبة (٥٠,٥٨%) بتكرار (٤٥) مرة فيما جاء قالب الهرم المقلوب المتدرج بالمرتبة الثانية بزمن (١٣٣٢) ثانية بنسبة (٤٤,٤٧%) بتكرار (٢٧) مرة في حين جاء قالب الهرم المعتدل بالمرتبة الثالثة بفارق زمني كبير حيث شغل (١٤٨) ثانية بنسبة (٤,٩٥%) بتكرار (٤) مرات في الوقت الذي غابت القوالب الفنية الأخرى انظر الجدول التالي :

ت	القوالب الفنية	الأخبار	
		الزمن	%
١	الهرم المقلوب	١٥١٥	٥٠,٥٨
٢	الهرم المقلوب المتدرج	١٣٣٢	٤٤,٤٧
٣	الهرم المعتدل	١٤٨	٤,٩٥
٤	الهرم المعتدل المتدرج	صفر	
٥	أخرى	صفر	
المجموع		٢٩٩٥	١٠٠%
		٧٦	

يوضح المساحة الزمنية التي تشغلها القوالب الفنية للخبر في النشرة الرياضية وعدد تكراراتها

وتشير الإحصائيات السابقة إلى أن معدي النشرة الرياضية استخدموا قالب الهرم المقلوب في

تحرير الأخبار وهي نتيجة منطقية إذ يعد هذا الشكل الفني هو الأنسب للخبر الرياضي فالمشاهد يبحث عن نتائج المباريات والمسابقات المختلفة وقالب الهرم المقلوب يحتم على محرر الأخبار عرض النتيجة في مستهل الخبر .

وحل قالب الهرم المقلوب المتدرج بالمرتبة الثانية وذلك يدل على اعتماد النشرة الرياضية على الأخبار التي تحتوي على تصريحات الأشخاص المشاركين في الحدث الرياضي حيث يستخدم هذا القالب لإبراز الأهم ثم المهم في التصريح.

ولم يشغل قالب الهرم المعتدل سوى نسبة ضئيلة مقارنة بقالب الهرم المقلوب والمقلوب المتدرج كونه لا يصلح للأخبار الرياضية ألا لوصف أحداث رياضية محدودة مثل إصابات اللاعبين وغيرها .

وتفاوتت نسبة اعتماد قناة العراقية الفضائية على المصادر الداخلية والخارجية في استقاء أخبارها بالنشرة الرياضية حيث بلغ مجموع الأخبار والتقارير التي عرضتها خلال مدة العينة المستقاة من المصادر الخارجية (٣١٨٧) ثانية بنسبة (٥٢,٥٠) بتكرار (٦١) مرة لتحل أولاً فيما جاءت المصادر الداخلية بالمرتبة الثانية بـ (٢٨٨٣) ثانية بنسبة (٤٧,٥٠) ثانية بتكرار (٢٥) مرة ، انظر الجدول التالي :

مصادر الأخبار والتقارير	الزمن	%	التكرار
١ الخارجية	٣١٨٧	٥٢,٥٠	٦١
٢ الداخلية	٢٨٨٣	٤٧,٥٠	٢٥
المجموع	٦٠٧٠	١٠٠%	٨٦

يوضح نسبة اعتماد القناة العراقية على المصادر الداخلية والخارجية للأخبار الرياضية

وعلى الرغم من التباين الضئيل بين زمن الأخبار والتقارير الداخلية والخارجية ألا أن الباحث اشر العديد من الملاحظات خلال متابعته النشرة الرياضية في قناة العراقية الفضائية حيث وجد اعتماد المحررين بشكل كبير على أخبار وكالات الأنباء المحلية لاسيما الوكالة المستقلة للأنباء (أصوات العراق) وبعض الصحف المحلية مثل الصباح والمدي "٢٦" إذ يلجأ محررو النشرة إلى استخدام الأخبار بلا تعديل أو إضافة أو إعادة صياغة كما لا تعتمد النشرة على تقارير المراسلين في خارج العراق بالرغم من امتلاك القناة شبكة مراسلين وان كانوا غير متخصصين في المجال الرياضي .

وخلت النشرة كذلك من تقارير موفدي القناة العراقية مع المنتخبات الوطنية والأندية على العكس من الأخبار السياسية حيث دأب المسؤولون في الحكومة على اصطحاب موفدين من القناة لتغطية نشاطاتهم الخارجية الأمر الذي أدى بمجمله إلى تفوق الأخبار والتقارير المستقاة من المصادر الخارجية .

بالمقابل شغلت تقارير المندوبين والمراسلين داخل العراق معظم المساحة الزمنية للتقارير لتشكل المساحة الزمنية للمصادر الداخلية التي خلّت من الأخبار تقريبا لتؤثر خلا كبيرا في النشرة وذلك يبدو واضحا في التكرار إذ سجلت المصادر الخارجية (٦١) خبرا وتقريرا فيما سجلت المصادر الداخلية (٢٥) .

واستقت لعبة كرة القدم (١٨١٥) ثانية بنسبة (٦٢,٩٥%) بتكرار (١٦) مرة أخبارها وتقاريرها من المصادر الداخلية للقناة و(٢٠٣٨) ثانية بنسبة (٦٣,٩٥%) بتكرار (٤٠) مرة فيما حصلت اللجنة البار اولمبية على (٣٢٥) ثانية بنسبة (١١,٢٧%) بتكرار (٣) مرة من المصادر الداخلية و (٩١) ثانية بنسبة (٢,٨٥%) بتكرار (٢) مرتين على المصادر الخارجية.

واقترنت أخبار وتقارير لعبة كرة السلة على المصادر الخارجية بـ (٣٤٧) ثانية بنسبة (١٠,٨٨%) وتكرار (٦) مرات وغطت المصادر الداخلية (١٢٤) ثانية بنسبة (٤,٣٠%) بتكرار (١) مرة واحدة لعبة كرة اليد فيما غطت المصادر الخارجية (١٢٥) ثانية بنسبة (٣,٩٢%) بتكرار (٢) مرتين وحصلت المهرجانات الرياضية (١٢٠) ثانية بنسبة (٤,١٦%) بتكرار (١) مرة واحدة من أخبارها وتقاريرها عن طريق المصادر الداخلية مقابل (٦٣) ثانية بنسبة (١,٩٧%) بتكرار (١) مرة واحدة من المصادر الخارجية ، ونالت لعبة كرة الطاولة أخبارها وتقاريرها عن طريق المصادر الداخلية بـ (١٥٠) ثانية بنسبة (٥,٢٠%) بتكرار (١) وبزمن (٢٥) ثانية بنسبة (٠,٧٨%) بتكرار (١) مرة واحدة من خلال المصادر الخارجية ، وشغلت المصادر الداخلية (١٢٥) ثانية بنسبة (٤,٣٣%) بتكرار (١) من أخبار وتقارير الملاكمة في حين شغلت المصادر الخارجية (٤٠) ثانية بنسبة (١,٢٥%) بتكرار (١) مرة واحدة.

واقترنت لعبة خماسي الكرة على المصادر الداخلية بـ (١٢٥) ثانية بنسبة (٤,٣٣%) بتكرار (١) مرة واحدة فيما اقتصرّت المصارعة على المصادر الخارجية بـ (١٠٦) ثانية بنسبة (٣,٣٢%) بتكرار (٢) مرتين وكذلك ألعاب القوى بـ (١٠٥) ثانية بنسبة (٣,٢٩%) بتكرار (٢) مرتين واقتصرّت المباراة على المصادر الداخلية بـ (٩٩) ثانية بنسبة (٣,٤٥%) بتكرار (١) مرة واحدة. وغطت المصادر الداخلية أخبار وتقارير لعبة التنس بـ (٧٧) ثانية بنسبة (٢,٤١%) بتكرار (١) مرة واحدة وبناء الأجسام بـ (٦٠) ثانية بنسبة (١,٨٨%) بتكرار (١) والطائرة بـ (٥٥)

التغطية الإخبارية للأحداث الرياضية في قناة العراقية الفضائية

ثانية بنسبة (١,٧٢%) بتكرار (١) مرة واحدة والكارا تيه بزم (٥٥) ثانية بنسبة (١,٧٢%) بتكرار (١) مرة واحدة، انظر الجدول التالي :

ت	نوع اللعبة	مصادر الأخبار والتقارير					
		داخلية			خارجية		
		الزمن	%	التكرار	الزمن	%	التكرار
١	كرة القدم	١٨١٥	٦٢,٩٥	١٦	٢٠٣٨	٦٣,٩٥	٤٠
٢	الليجته اليار اولمبية	٣٢٥	١١,٢٧	٣	٩١	٢,٨٥	٢
٣	كرة السلة				٣٤٧	١٠,٨٨	٦
٤	كرة اليد	١٢٤	٤,٣٠	١	١٢٥	٣,٩٢	٢
٥	مهرجانات رياضية	١٢٠	٤,١٦	١	٦٣	١,٩٧	١
٦	طاولة	١٥٠	٥,٢٠	١	٢٥	٠,٧٨	١
٧	ملاكمة	١٢٥	٤,٣٣	١	٤٠	١,٢٥	١
٨	خصاسي الشرة	١٢٥	٤,٣٣	١			
٩	مصارعة				١٠٦	٣,٣٢	٢
١٠	ألعاب قوى				١٠٥	٣,٢٩	٢
١١	مبارزة	٩٩	٣,٤٥	١			
١٢	تنس				٧٧	٢,٤١	١
١٣	بناء أجسام				٦٠	١,٨٨	١
١٤	طائرة				٥٥	١,٧٢	١
١٥	كارا تيه				٥٥	٧٢,١	١
	المجموع	٢٨٨٣	%١٠٠	٢٥	٣١٨٧	%١٠٠	٦١

جدول رقم (٤) يوضح نسبة الأخبار والتقارير المستقاة من المصادر الداخلية والخارجية في الألعاب المختلفة

ويلاحظ اعتماد محرري النشرة الرياضية على المصادر الداخلية والخارجية في تغطية الألعاب

الرياضية التي احتلت مساحة كبيرة نسبياً مقارنة بالألعاب التي شغلت مساحة زمنية اصغر حيث يستقي المحرر الخبر الرياضي من وكالات الأنباء كمصدر خارجي ويعززه بمصدر داخلي عن طريق تقرير ميداني لمندوب أو مراسل أو تقرير داخل الاستوديو .

واحتلت الأخبار والتقارير غير المتوقعة زمناً قدره (٤٣٧٩) ثانية بنسبة (٧٢,١٥%) بتكرار (٥٧) مرة من وقت النشرة الرياضية في قناة العراقية الفضائية فيما شغلت الأخبار المتوقعة زمناً قدره (١٦٩١) ثانية بنسبة (٢٧,٨٥%) بتكرار (١٩) مرة، انظر الجدول التالي:

النوعية الزمنية	الزمن	%	التكرار
١ غير متوقع	٤٣٧٩	٧٢,١٥	٥٧
٢ متوقع	١٦٩١	٢٧,٨٥	١٩
المجموع	٦٠٧٠	١٠٠%	٧٦

ويتضح مما سبق أن الأخبار والتقارير غير المتوقعة نالت مساحة زمنية كبيرة مقارنة بالأخبار والتقارير المتوقعة الأمر الذي يدل على ضعف متابعة معدي النشرة للأحداث الرياضية وعدم اهتمامهم بالتغطية المسبقة من جهة وقلة وجود أحداث رياضية كبرى تستحق التغطية المسبقة من جهة أخرى.

وشغلت الأخبار والتقارير المتوقعة في لعبة كرة القدم زمناً قدره (٩٥٥) ثانية بنسبة (٥٦,٤٨%) بتكرار (١٠) مرات بينما شغلت الأخبار والتقارير غير المتوقعة (٢٨٩٨) ثانية بنسبة (٦٦,١٧%) بتكرار (٣٦) مرة، واحتلت الأخبار والتقارير المتوقعة للجنة البار اولمبية (٣٠) ثانية بنسبة (١,٧٧%) بتكرار (١) مرة واحدة، والأخبار والتقارير غير المتوقعة (٣٨٦) ثانية بنسبة (٨,٨٣%) بتكرار (٤) مرات، واقتصرت لعبة كرة السلة على الأخبار والتقارير غير المتوقعة التي نالت (٣٤٧) ثانية بنسبة (٧,٩٢%) بتكرار (٦) وكذلك لعبة كرة اليد (٢٤٩) ثانية بنسبة (٥,٦٩%) بتكرار (٣) مرات .

واقتصرت المهرجانات الرياضية على الأخبار والتقارير المتوقعة بـ (١٨٣) ثانية بنسبة (١٠,٨٢%) بتكرار (٢) مرتين، وكذلك لعبة كرة الطاولة بـ (١٧٥) ثانية بنسبة (١٠,٣٥%) بتكرار (٢) مرتين، وحوث لعبة الملاكمة على (١٢٥) ثانية بنسبة (٧,٤٠%) بتكرار (١) مرة واحدة وأخبار وتقارير متوقعة و (٤٠) ثانية بنسبة (٠,٩٢%) بتكرار (١) مرة واحدة وأخبار وتقارير غير

متوقعة ، في حين ضمت لعبة خماسي الكرة على (١٢٥) ثانية بنسبة (٧٠،٤٠%) بتكرار (١) مرة واحدة على الأخبار والتقارير المتوقعة فقط.

وتوزعت أخبار وتقارير المصارعة على (٤٨) ثانية بنسبة (٢٠،٨٣%) بتكرار (١) مرة واحدة على الأخبار والتقارير المتوقعة و(٥٨) ثانية بنسبة (١٠،٣٢%) بتكرار (١) مرة واحدة على أخبار وتقارير غير متوقعة، كما توزعت تغطية ألعاب القوى في النشرة الرياضية على (٥٠) ثانية بنسبة (٢٠،٩٥%) بتكرار (١) مرة واحدة على الأخبار والتقارير المتوقعة وعلى (٥٥) ثانية بنسبة (١٠،٢٥%) بتكرار (١) مرة واحدة أخبار وتقارير غير متوقعة .

واقترنت على تغطيتها على الأخبار والتقارير غير المتوقعة كل من المباراة بزمين (٩٩) ثانية بنسبة (٢٠،٢٧%) بتكرار (١) مرة واحدة والتنس بزمين (٧٧) ثانية بنسبة (١٠،٧٥%) بتكرار (١) مرة واحدة وبناء أجسام بزمين (٦٠) ثانية بنسبة (١٠،٣٧%) بتكرار (١) مرة واحدة والكرة الطائرة بزمين (٥٥) ثانية بنسبة (١٠،٢٥%) بتكرار (١) مرة واحدة والكراتيه بزمين (٥٥) ثانية بنسبة (١٠،٢٥%) بتكرار (١) مرة واحدة ، انظر الجدول التالي:

التغطية الإخبارية للأحداث الرياضية في قناة العراقية الفضائية

ت	نوع الحدث	التوقيت الزمني					
		متوقع			غير متوقع		
		الزمن	%	التكرار	الزمن	%	التكرار
١	كرة القدم	٩٥٥	٥٦,٤٨	١٠	٣٨٩,٨	١١,١٧	٣١
٢	الرجل البار اولمبية	٣٠	١,٧٧	١	٣٨١	٨,٨٣	٤
٣	كرة الطائرة				٣٤٧	٧,٩٢	١
٤	كرة اليد				٣٤٩	٥,٦٩	٣
٥	مهرجانات رياضية	١,٨٣	١٠٠,٨٢	٢			
٦	طاولات	١٧٥	١٠٠,٣٥	٢			
٧	ملاكمة	١٢٥	٧,٤٠	١	٤٠	٠,٩٢	١
٨	خضوعي الكرا	١٢٥	٧,٤٠	١			
٩	مصارعة	٤٨	٢,٨٣	١	٥٨	١,٣٢	١
١٠	ألعاب قوى	٥٠	٢,٩٥	١	٥٥	١,٢٥	١
١١	مباراة				٩٩	٢,٢٧	١
١٢	تنس				٧٧	١,٧٥	١
١٣	بداية التجماع				١٠	١,٣٧	١
١٤	القطار				٥٥	١,٢٥	١
١٥	كاراتيه				٥٥	١,٢٥	١
	المجموع	١,٦٩	١٠٠%	١٩	٤,٣٧٩	١٠٠%	٥٧

جدول رقم (٦) يوضح نسبة الأخبار والتقارير المتوقعة وغير المتوقعة للأحداث الرياضية في النشرة

ويتبين من ذلك أن معظم الأخبار والتقارير بحسب تكراراتها كانت غير متوقعة بل إن تغطية عدد من الأحداث الرياضية اقتصررت على الأخبار غير المتوقعة باستثناء المهرجانات الرياضية وكرة الطاولة فقد جاءت أخبارها وتقاريرها متوقعة كون هذه المهرجانات محلية تحظى بحضور مسؤولين حكوميين لذا تهتم بها قناة العراقية الفضائية .

وتوزعت التغطية الجغرافية للأحداث الرياضية بشكل متفاوت حيث خصصت النشرة الرياضية معظم مساحتها الإخبارية للشأن المحلي بزم من قدره (٥٦٣٤) ثانية بنسبة (٩٢,٨٢%) بتكرار (٦٥) مرة فيما لم تحظ الأخبار والتقارير العالمية سوى (٤٣٦) ثانية بنسبة (٧,١٨%) بتكرار (١١) مرة وخلت النشرة الرياضية خلال مدة العينة من أي خبر أو تقرير عربي، انظر الجدول التالي:

التقسيم الجغرافي	الزمن	%	التكرار
١ محلي	٥٦٣٤	٩٢,٨٢	٦٥
٢ عالمي	٤٣٦	٧,١٨	١١
٣ عربي	صفر	صفر	صفر
المجموع	٦٠٧٠	١٠٠%	٧٦

جدول رقم (٧) يوضح التوزيع الجغرافي للتغطية الإخبارية في النشرة الرياضية

ونستشف مما سبق أن قناة الرياضية العراقية تولي اهتماما كبيرا الشأن المحلي كونها قناة شبه رسمية تحظى باهتمام الجمهور العراقي في الداخل والخارج لقربها من عملية صنع القرار الحكومي أما الأخبار والتقارير العالمية فقد كانت تغطي على النشرة في بداية مسح العينة ثم تحولت إلى المحلية بالكامل لذلك لم تظهر الأخبار والتقارير العالمية سوى في ألعاب كرة القدم بزم من (٢٧٧) ثانية بنسبة (٦٣,٥٣%) بتكرار (٨) مرات وفي التنس بزم من (٧٧) ثانية بنسبة (١٧,٦٦%) بتكرار (١) مرة واحدة وفي كرة السلة بزم من (٤٢) ثانية بنسبة (٩,٦٣%) بتكرار (١) مرة واحدة وفي الملاكمة بزم من (٤٠) ثانية بنسبة (٩,١٧%) بتكرار (١) مرة واحدة في حين خلت النشرة من الأخبار والتقارير العربية ما يؤشر خللا واضحا في تغطية الأحداث العربية .

وأرقت معظم أخبار وتقارير النشرة الرياضية بمعادل صوري كوسيلة إيضاح تضيف للخبر أو تفسره وتحلله أو تعزز المعلومات الواردة فيه وقد بلغت الأخبار والتقارير المصحوبة بوسائل إيضاح (٥٩٠٥) ثانية بنسبة (٢٩,٩٧%) فيما بلغت الأخبار والتقارير الخالية من وسائل الإيضاح

(١٦٥) ثانية بنسبة (٢,٧١%) انظر الجدول التالي :

وسائل الإيضاح	الزمن	%
١ أخبار وتقارير بوسائل إيضاح	٥٩٠٥	٩٧,٢٩
٢ أخبار وتقارير بلا وسائل إيضاح	١٦٥	٢,٧١
المجموع	٦٠٧٠	%١٠٠

وتتنوع وسائل الإيضاح المرافقة للأخبار والتقارير إلا إن النشرات الرياضية بقناة العراقية الفضائية اقتصر على الفيلم الذي شغل مساحة (٣٣١٥) ثانية بنسبة (٥٦,١٤%) والفيلم الصامت (٢٥٣٧) ثانية بنسبة (٤٢,٦٩%) والصورة الثابتة (٥٣) ثانية بنسبة (٠,٩%) فيما خلت من الخارطة والجدول والرسوم البيانية ، انظر الجدول التالية :

أنواع وسائل الإيضاح	الزمن	%
١ فيلم	٣٣١٥	٥٦,١٤
٢ فيلم صامت	٢٥٣٧	٤٢,٦٩
٣ صورة ثابتة	٥٣	٠,٩
٤ خارطة		
٥ جداول		
٦ رسوم بيانية		
المجموع	٥٩٠٥	%١٠٠

ونستنتج من ذلك أن محرري النشرة كانوا يستعينون بالتقارير الميدانية المصورة لدعم الخبر فيما استعانوا بالأرشيف أيضا في مساحة كبيرة مع الأخبار من خلال اللجوء إلى لقطات صامتة تصور

أحداثاً سابقة مشابهة للألعاب المختلفة بينما استعانوا بالصورة الثابتة في خبر واحد للراعي الرسمي في إحدى المهرجانات الرياضية وأهملت بقية وسائل الإيضاح لاسيما الجداول التي يمكن الاستعانة بها في توضيح مواقع الأندية في المسابقات المختلفة وبالأخص دوري كرة القدم. وطغت التقارير الإخبارية على النشرة الرياضية حيث احتلت بوصفها فناً تلفزيونياً مصاحباً للأخبار الرياضية (٣١٢٣) ثانية بنسبة (٩٣،٨٢%) فيما شغلت المقابلة الإخبارية (٢٠٦) ثوان بنسبة (٦،١٨%) ولم تظهر أية فنون تلفزيونية أخرى للباحث خلال مسح العينة ، انظر الجدول التالي:

الفنون التلفزيونية المصاحبة			
الخبر		الزمن	%
١	تقرير أخباري	٣١٢٣	٩٣،٨٢
٢	مقابلة إخبارية	٢٠٦	٦،١٨
٣	أخرى		
المجموع		٣٣٢٩	١٠٠%

ويتضح مما سبق غياب الفنون التلفزيونية عن النشرة الرياضية باستثناء التقرير الإخباري فيما شغلت المقابلة الإخبارية مساحة زمنية محدودة حيث اعتمد معدو النشرة على تقارير المندوبين والمراسلين الأمر الذي يؤشر خلافاً واضحاً في التنوع باستخدام الفنون التلفزيونية. وقد توزعت المدة الزمنية للتقرير الإخباري بين تقرير ميداني شغل (٢٠٢٤) ثانية بنسبة (٦٤،٨%) وتقرير داخل الاستوديو بزمان (١٠٩٩) ثانية بنسبة (٣٥،٢%) ، انظر الجدول التالي:

الوقت	النسبة %	الفنون التلفزيونية المصاحبة	
		النوع	النسبة %
٢٠٢٤	٦٤,٨	تقرير ميداني	١
١٠٩٩	٣٥,٢	تقرير داخل الاستوديو	٢
٣١٢٣	١٠٠%	المجموع	

جدول رقم (١١) يوضح أنواع التقارير المصاحبة للخبر في النشرة الرياضية

يستشف من ذلك أن النشرة اعتمدت على تقارير المندوبين والمراسلين أكثر من اعتمادها على معدي النشرة في إنجاز تقارير داخل الاستوديو كما لاحظ الباحث رداءة الصوت في ما يتعلق بتقارير المراسلين حيث لا يتناغم الصوت مع الصورة كون المراسل يضيف صوته إلى التقرير داخل الاستوديو الأمر الذي يؤدي إلى غياب صوت الجمهور واللاعبين داخل الملعب.

أما تقديم الأخبار والتقارير والفنون التلفزيونية المصاحبة لها في النشرة الرياضية بقناة العراقية الفضائية فقد توزعت على ست فئات حيث احتل المذيع المساحة الأكبر بـ ٢٩٨٠ (ثانية بنسبة ٤٩,٠٩%) والمندوب (١٨٨٧) ثانية بنسبة (٣١,٠٩%) ومراسل داخل العراق (٧٧٢) ثانية بنسبة (١٢,٧١%) ومراسل خارج العراق بـ ٣١٠ (ثوان بنسبة ٥,١١%) والاتصال الهاتفي (١٢١) ثانية بنسبة (١,٩٩%) فيما لم يقدم موفد صحفي أية مادة رياضية خلال مدة العينة، انظر الجدول التالي :

ت	تقديم مضمون الفنون الصحفية	الأخبار والتقارير	
		الزمن	%
١	مذيع	٢٩٨٠	٤٩,٠٩
٢	مندوب	١٨٨٧	٣١,٠٩
٣	مراسل (داخل العراق)	٧٧٢	١٢,٧١
٤	مراسل (خارج العراق)	٣١٠	٥,١١
٥	اتصال هاتفي	١٢١	١,٩٩
٦	موفد		
	المجموع	٦,٠٧٠	%١٠٠

ويلاحظ أن نحو نصف المساحة الزمنية للأخبار والتقارير والفنون المصاحبة بما فيها الاتصال الهاتفي تقدم داخل الاستوديو فيما حل المندوب بالمرتبة الثانية وبمساحة كبيرة الأمر الذي يدل على قصور واضح في التغطية الإخبارية واقتصارها على العاصمة حيث شكلت فئة المراسل بشقيها داخل وخارج العراق نسبة قليلة مقارنة بالمذيع والمندوب فيما لم يسجل الموفد أية مساحة حيث كانت النشرة تستعين باللقطات الأرشيفية لتعليق على الأخبار والتقارير التي تتناول المشاركات الخارجية للمنتخبات والأندية العراقية.

النتائج

حدد الباحث أهدافاً عدة لبحثه التغطية الإخبارية للأحداث الرياضية في قناة العراقية الفضائية حيث رصد التباين في التغطية الإخبارية للألعاب الرياضية المختلفة وتعرف على القوالب الفنية لتحرير الأخبار في النشرة الرياضية وتقصى عن مصادر الأخبار الرياضية وتعرف على المتوقع منها وغير المتوقع ورصد التباين الجغرافي للأخبار في النشرات الرياضية وتعرف على وسائل الإيضاح والفنون التلفزيونية المصاحبة للخبر وطريقة تقديمه في النشرة الرياضية كما تعرف على تسلسل الأخبار في النشرة الرياضية حسب التقسيم الجغرافي ونوع اللعبة وقد تضمن هذا البحث أجزاء عدة اشتملت على مقدمة وإطار نظري تناول علاقة التلفزيون

بالرياضة والتغطية الإخبارية للأحداث الرياضية في التلفزيون ومنهجية البحث ودراسة ميدانية شملت عينة قوامها (٣٣%) من مجتمع البحث الذي تكون من ٩٠ يوما وخلصت إلى النتائج التالية:

أولاً: رصد الباحث وجود تباين كبير في التغطية الإخبارية للأحداث الرياضية عن طريق فقدان التوازن في الاهتمام بين الألعاب الرياضية المختلفة حيث حظيت لعبة كرة القدم المرتبة الأولى بفارق زمني بلغ (٣٤٣٧) ثانية وفارق تكرار (٤١) مرة حيث أفردت لها النشرة الرياضية (٢٢١٧) ثانية بمجموع تكرار (٣٠) مرة مثلما دلت الإحصائيات على إهمال النشرة الرياضية تغطية عدد آخر من الألعاب التي لم تظهر في العينة مثل السباحة والجمناستيك والاسكواش ورفع الأثقال والرمية والقوس والسهم والشطرنج والخ .

ثانياً: اعتمدت النشرة الرياضية قالب الهرم المقلوب في تحرير الأخبار ، وحل قالب الهرم المقلوب المتدرج بالمرتبة الثانية ، ولم يشغل قالب الهرم المعتدل سوى نسبة ضئيلة مقارنة بقالب الهرم المقلوب والمقلوب المتدرج .

ثالثاً: استقت النشرة الرياضية أخبارها وتقاريرها من مصادر داخلية وخارجية في تغطية الألعاب الرياضية حيث يحصل محرر على نشرة الخبر الرياضي من وكالات الأنباء كمصدر خارجي ويعززه بمصدر داخلي عن طريق تقرير ميداني لمندوب أو مراسل أو تقرير داخل الاستوديو .

وتبين أن معظم الأخبار والتقارير كانت غير متوقعة بل أن تغطية عدد من الأحداث الرياضية اقتصر على الأخبار غير المتوقعة باستثناء المهرجانات الرياضية وكرة الطاولة التي جاءت أخبارها وتقاريرها متوقعة كون هذه المهرجانات محلية تحظى بحضور مسؤولين حكوميين لذا تهتم بها العراقية الفضائية كقناة شبه رسمية.

رابعاً: أولت قناة الرياضية العراقية اهتماماً كبيراً في الشأن المحلي فهي قناة شبه رسمية تحظى باهتمام الجمهور العراقي في الداخل والخارج لقربها من عملية صنع القرار الحكومي أما الأخبار والتقارير العالمية فقد كانت تغلب على النشرة في بداية مسح العينة ثم تحولت الى المحلية بالكامل لذلك لم تظهر سوى في ألعاب كرة القدم والتنس وكرة السلة والملاكمة في حين خلت النشرة من الأخبار العربية ما يؤثر خلافاً واضحاً في تغطية الأحداث العربية .

خامساً: استعانت النشرة الرياضية بالتقارير الميدانية المصورة لدعم الخبر فيما استعانت بالأرشيف أيضاً في مساحة كبيرة مع الأخبار عن طريق اللجوء إلى لقطات صامتة تصور أحداثاً سابقة مشابهة للألعاب المختلفة واستعانت بالصورة الثابتة في خبر واحد وأهملت بقية وسائل الإيضاح كما غابت الفنون التلفزيونية عن النشرة الرياضية باستثناء التقرير الإخباري فيما شغلت المقابلة الإخبارية مساحة زمنية محدودة الأمر الذي يؤثر خلافاً واضحاً في التنوع باستخدام الفنون التلفزيونية واعتمدت

على تقارير المندوبين والمراسلين أكثر من اعتمادها على معدي النشرة في إنجاز تقارير داخل الاستوديو .

ووجد الباحث أن نصف المساحة الزمنية للأخبار والتقارير والفنون المصاحبة بما فيها الاتصال الهاتفي تقدم داخل الاستوديو فيما حل المندوب بالمرتبة الثانية وبمساحة كبيرة الأمر الذي يدل على قصور واضح في التغطية الإخبارية واقتصارها على العاصمة حيث شكلت فئة المراسل بشقيها داخل العراق وخارجه نسبة قليلة مقارنة بالمذيع والمندوب فيما لم يسجل الموفد أية مساحة زمنية تذكر .

الهوامش

- 1- أديب خضور ، الإعلام الرياضي - دراسة علمية للتحليل الرياضي في الصحافة والإذاعة والتلفزيون ، دمشق: المكتبة الإعلامية، ١٩٩٤، ص ٣٥
- 2- ديفيد روي ، الرياضة والثقافة ووسائل الإعلام - الثالوث الصعب، ترجمة هدى فؤاد، القاهرة: مجموعة النيل العربية ، ٢٠٠٦، ص ٣٧.
- 3- ديفيد روي ، م.س.ذ، ص ٤٠.
- 4- هاني الرضا، رامي محمد عمار ، الرأي العام والدعاية والإعلام ، بيروت : المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، ١٩٩٨، ص ١٦٧.
- 5- محمد جاسم فليح ، الوظيفة السياسية للتلفزيون - دراسة ميدانية تطبيقية في تلفزيون العراق أطروحة دكتوراه غير منشورة مقدمة إلى قسم الإعلام ، جامعة بغداد، ١٩٩٨، ص ٢٧.
- 6- مظفر مندوب ، التلفزيون ودوره التربوي في حياة الطفل العراقي ، بغداد : منشورات وزارة الثقافة والإعلام ، ١٩٨٣، ص ١٠.
- 7- هاني الرضا، رامي محمد عمار ، م.س.ذ، ص ١٦٣.
- 8- عبد الحفيظ الهرقام ، حقوق البث التلفزيوني في تغطية الأحداث الرياضية الكبرى ، مجلة إذاعات الدول العربية ، تونس العدد ٢، ٢٠٠٥، ص ٥.
- 9- هادي عبدالله ، الفنون التلفزيونية في تغطية الأحداث الرياضية الكبرى - تغطية الجزيرة الرياضية للدورة الآسيوية الخامسة عشرة أمودجا ، رسالة دكتوراه غير منشورة مقدمة إلى كلية الإعلام ، جامعة بغداد ، ٢٠٠٧، ص ٣٣.
- 10- للمزيد انظر :
[Http://news.bbc.co.uk/hi/arabic/sport/newsid_4718000/47k8630.stm](http://news.bbc.co.uk/hi/arabic/sport/newsid_4718000/47k8630.stm)
- 11- عبد الناصر فتاح الله ، التلفزيون العربي والرياضة - ضبط العلاقة ، مجلة إذاعات الدول العربية ، تونس ، العدد ٤، ٢٠٠٠، ص ٣٨.
- 12- خالد عبد الله الباحث ، حقوق النقل التلفزيوني للتظاهرات الرياضية - قراءة نقدية ، مجلة إذاعات الدول العربية ، تونس، العدد ٤، ٢٠٠٠، ص ٤١-٤٢.
- 13- أديب خضور، م.س.ذ، ص ١٦٢-١٦٣
- 14- أديب خضور ، الإعلام الرياضي العربي أي واقع أي بديل - نظرة نقدية، مجلة إذاعات الدول العربية ، تونس ، العدد ٤، ٢٠٠٠، ص ٢٩.
- 15- المصدر السابق ، ص ٣٠
- 16- هادي عبد الله ، الإعلام الرياضي التلفزيوني في العراق ، البرامج الرياضية في قناة العراق الفضائية أمودجا ، رسالة ماجستير غير منشورة مقدمة إلى كلية الإعلام ، جامعة بغداد ، ٢٠٠٤، ص ٤١.
- 17- وجيه محبوب ، طرق ومناهج البحث العلمي ، الموصل : جامعة الموصل ، ١٩٨٨، ص ٥١.
- *- اقر الدستور العراقي في المادة رقم (٣٦): (ممارسة الرياضة حق لكل عراقي، وعلى الدولة تشجيع أنشطتها ورعايتها، وتوفير مستلزماتها).

- 18- أمين الخولي ، الرياضة والمجتمع ، سلسلة عالم المعرفة ٢١٦ ، الكويت ، ١٩٩٦ ، ص ٣٢.
- 19- تعريف أجرائي وضعه الباحث.
- 20- تعريف أجرائي وضعه الباحث.
- 21- أبي سعيد الديوة جي ، بحوث التسويق ، الموصل : جامعة الموصل ، ١٩٨٩ ، ص ٥٣.
- 22- محمد عبد الحميد ، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام ، بيروت : دار ومكتبة الهلال ، ٢٠٠٨ ، ص ٤٣.
- ** - تعد قناة العراقية الفضائية إحدى أهم تشكيلات شبكة الإعلام العراقي ، إذ بدأ بثها التجريبي كمحطة أرضية في ١٣ ايار ٢٠٠٣م وبواقع أربع ساعات يومياً ومن ثم سبع ساعات ولمدة أسبوعين ليصل البث إلى إحدى عشرة ساعة في ٢٧/٦/٢٠٠٣ اليوم الذي مثل نهاية البث التجريبي وانطلاقة البث المنظم ، ووصل البث إلى تسع عشرة ساعة يومياً في ١ آب ٢٠٠٣ ، ومن ثم وصل البث إلى أربع وعشرين ساعة يومياً . إذ أن المحطة ظهرت أولاً كمحطة أرضية لمخاطبة الإنسان العراقي حتى نهاية عام ٢٠٠٣م ، ثم توسعت بعد ذلك إلى بث فضائي في بداية عام ٢٠٠٤ عبر القمر الاصطناعي عربسات ، وشهد مطلع عام ٢٠٠٥ البث عبر القمر الاصطناعي نايل سات ثم أصبح البث على القمر الأوروبي في شهر نيسان من العام نفسه لتغطية مساحات واسعة من العالم . وفي منتصف شهر أيار من العام ذاته تبث إرسالها إلى الأمريكيتين الشمالية والجنوبية.
- للمزيد انظر : وسام فاضل ، اتجاهات الجمهور إزاء قنوات شبكة الإعلام العراقي ، بحث منشور ، مجلة كلية المعلمين ، الجامعة المستنصرية ، العدد (٤٠) ، بغداد ، ٢٠٠٤ ، ص ٤ . وكذلك: عمر طلال ، الإعلام القانوني في التلفزيون ، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة بغداد ، كلية الإعلام ، ٢٠٠٦ ، ص ٤٨.
- 23- جودت عزت عطوي، أساليب البحث العلمي - مفاهيمه، أدواته، طرقه الإحصائية ، ط ٢ ، عمان : دار الثقافة للنشر والتوزيع ، ٢٠٠٧ ، ص ٨٥.
- 24- فاخر عاقل ، أسس البحث العلمي ، ط ٢ ، بيروت : دار العلم للملايين ، ١٩٨٢ ، ص ٢٢٣.
- *** - تم استخدام قانون العينة العشوائية المنتظمة ($K = N/n$) إذ أن N تمثل مجتمع البحث الكلي و n تمثل النسبة التي نرغب الحصول عليها و K تمثل المسافة المتساوية ما بين مفردة مجتمع البحث ونقسم $K/2$ لاختيار اليوم عشوائياً .
- 25- روجر ويمر ، جوزيف دومينيك ، مقدمة في أسس البحث العلمي - مناهج البحث الإعلامي ، ط ٣ ، ترجمة صالح أبو إصبع ، عمان : دار أرام للدراسات والنشر والتوزيع ، ١٩٩٧ ، ص ٢١٤.
- 26- مقابلة شخصية أجراها الباحث مع حسين بديع رئيس القسم الرياضي في قناة العراقية الفضائية بتاريخ ٥ كانون الأول ٢٠٠٨.

المصادر

أولاً : الكتب

- 1- أبي سعيد الديوة جي ، بحوث التسويق ، الموصل : جامعة الموصل ، ١٩٨٩ .
- 2- أمين الخولي ، الرياضة والمجتمع ، سلسلة عالم المعرفة ٢١٦ ، الكويت ، ١٩٩٦ .
- 3- أديب خصور ، الإعلام الرياضي - دراسة علمية للتحليل الرياضي في الصحافة والإذاعة والتلفزيون ، دمشق: المكتبة الإعلامية ، ١٩٩٤ .
- 4- جودت عزت عطوي، أساليب البحث العلمي - مفاهيمه، أدواته، طرقه الإحصائية ، ط ٢ ، عمان : دار الثقافة للنشر

والتوزيع، ٢٠٠٧.

5- ديفيد روي، الرياضة والثقافة ووسائل الإعلام - الثالث الصعب، ترجمة هدى فؤاد، القاهرة: مجموعة النيل العربية، ٢٠٠٦.

6- فاخر عاقل، أسس البحث العلمي، ط٢، بيروت: دار العلم للملايين، ١٩٨٢.

7- محمد عبد الحميد، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، بيروت: دار ومكتبة الهلال، ٢٠٠٨.

8- مظفر مندوب، التلفزيون ودوره التربوي في حياة الطفل العراقي، بغداد: منشورات وزارة الثقافة والإعلام، ١٩٨٣..

9- هاني الرضا، رامي محمد عمار، الرأي العام والدعاية والإعلام، بيروت: المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، ١٩٩٨.

10- وجيه محبوب، طرق ومناهج البحث العلمي، الموصل: جامعة الموصل، ١٩٨٨.

ثانياً: الأطاريح والرسائل الجامعية

1- عمر طلال، الإعلام القانوني في التلفزيون، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة بغداد، كلية الإعلام، ٢٠٠٦.

2- محمد جاسم فلحي، الوظيفة السياسية للتلفزيون - دراسة ميدانية تطبيقية في تلفزيون العراق أطروحة دكتوراه غير منشورة مقدمة إلى قسم الإعلام، جامعة بغداد، ١٩٩٨.

3- هادي عبدالله، الفنون التلفزيونية في تغطية الأحداث الرياضية الكبرى - تغطية الجزيرة الرياضية للدورة الآسيوية الخامسة عشرة أنموذجاً، أطروحة دكتوراه غير منشورة مقدمة إلى كلية الإعلام، جامعة بغداد، ٢٠٠٧، ص ٣٣.

5- هادي عبدالله، الإعلام الرياضي التلفزيوني في العراق، البرامج الرياضية في قناة العراق الفضائية أنموذجاً، رسالة ماجستير غير منشورة مقدمة إلى كلية الإعلام، جامعة بغداد، ٢٠٠٤.

ثالثاً: البحوث والدراسات:

1- وسام فاضل، اتجاهات الجمهور إزاء قنوات شبكة الإعلام العراقي، بحث منشور، مجلة كلية المعلمين، الجامعة المستنصرية، العدد (٤٠)، بغداد، ٢٠٠٤.

ثالثاً: المجالات والدوريات

1- أديب خضور، الإعلام الرياضي العربي أي واقع أي بديل - نظرة نقدية، مجلة الإذاعات العربية، تونس، العدد ٤، ٢٠٠٠، ص ٢٩.

2- خالد عبد الله الباحوث، حقوق النقل التلفزيوني للتظاهرات الرياضية - قراءة نقدية، مجلة الإذاعات العربية، تونس، العدد ٤، ٢٠٠٠، ص ٤١-٤٢.

3- عبد الناصر فتاح الله، التلفزيون العربي والرياضة - ضبط العلاقة، مجلة إذاعات الدول العربية، تونس، العدد ٤، ٢٠٠٠، ص ٣٨.

4- عبد الحفيظ الهرقام، حقوق البث التلفزيوني في تغطية الأحداث الرياضية الكبرى، مجلة إذاعات الدول العربية، تونس، العدد ٢، ٢٠٠٥، ص ٥.

رابعاً: مواقع إخبارية

[Http://news.bbc.co.uk/hi/arabic/sport/newsid_4718000/471k8630.stm10](http://news.bbc.co.uk/hi/arabic/sport/newsid_4718000/471k8630.stm10)

خامساً: مقابلات شخصية:

1- مقابلة شخصية أجراها الباحث مع حسين بديع رئيس القسم الرياضي في قناة العراقية الفضائية بتاريخ ٥ كانون الأول ٢٠٠٨.

المعايير العلمية للتلفاز في العمل الإعلامي كما يراها الطلبة دراسة ميدانية في كلية الإعلام

د. جهاد كاظم العكيلي

كلية الاعلام - جامعة بغداد

أهمية البحث:

تشكل آراء الجمهور فرصة ليس لتحديد عوامل الضعف في الاداء الاعلامي ولكن محاولة منظمة اذا جرت على وفق معايير علمية موثوقة لبيان مدى ملائمتها للجمهور بالاعتماد على المعايير العلمية التي تتعلق بالاداء.. ان الحديث عن آراء جمهور يتلقى محاضرات علمية حول الاداء الاعلامي بمدى التزام وسائل الاعلام بالمعايير العلمية للاداء الاعلامي يفتح الباب لموضوع بكر على وفق قناعات الباحث المتواضعة.. وقد يمهّد الطريق لبحوث جديدة في هذا المجال تبدأ ولا تنتهي. يعني هذا البحث بدراسة المعايير العلمية لوسائل الاعلام وعلى وجه التحديد التلفاز شكلاً ومضموناً. وقد تضاربت الآراء بالبحث التلفازي وفاعليته خصوصاً في مجال الانتاج وتقديم البرامج وفق المعايير المعتمدة من قبل الاكاديميين والمختصين في الدراسات النظرية والتي تشكل الواقع العلمي والمهني لعمل التلفاز. ونظراً للتحويلات والتطورات التي حصلت في تقنيات الانتاج التلفازي فقد ادت الى تحولات كبيرة في اعداد وتقديم البرامج المختلفة وهذا يتطلب كفاءات وقدرات مهنية عالية لمواكبة هذه التحويلات. لذا يرى الباحث ان اهمية هذا البحث تكمن في:

- 1- ضرورة معرفة آراء الطلبة الدارسين للمنهج الاكاديمي لكلية الاعلام للوقوف على مدى التطبيق الاعلامي للمنهج النظري.
- 2- تأتي خصوصية هذا البحث من انه دراسة ميدانية لاستبيان آراء طلبة كلية الاعلام في مجال الصحافة والاذاعة والتلفاز واعدوا للعمل في هذا المجال

مشكلة البحث:

أدرك الباحث أن وسائل الإعلام غير ملتزمة بالمعايير العلمية التي يتلقاها الطلبة من طريق

الدروس في مناهجهم العلمية في كلية الإعلام ، وللكشف عن مؤشرات عدم الالتزام كما يراها جمهور الطلبة اعد هذا البحث. إذ تتمحور مشكلة البحث في الإجابة عن الأسئلة الآتية:

السؤال الأول: هل للتلفاز افضلية على باقي وسائل الإعلام الأخرى

السؤال الثاني: ما مؤشرات عدم التزام التلفاز بالمعايير العلمية التي تلقى الطلبة دروسا عنها؟

السؤال الثالث: هل هناك علاقة ارتباط بين مستوى التعرض للتلفاز وتفضيل مواضيع او برامج

محددة؟

أهداف البحث:

- 1- تحديد مدى اعتماد وسائل الإعلام شكلا ومضمونا على الأسس العلمية التي حددها المتخصصون عن طريق المناهج العلمية التي درسها الطلبة في كلية الإعلام.
- 2- تحديد وسائل الإعلام وبرامجها المفضلة لدى الطلبة .
- 3- تحديد ابرز مؤشرات عدم التزام التلفزيون بالمعايير العلمية كما يراها الطلبة.

منهج البحث:

اعتمد الباحث على المنهج المسحي لملائمته لطبيعة الدراسة كما اعتمد على استمارة الاستبانة لجمع المعلومات التي يلجأ إليها الباحثون ومراكز البحث في الدراسات التطبيقية بهدف جمع البيانات الحقيقية حول موضوعات البحوث. (١). اعتمد الباحث في تصميم استمارة الاستبانة (المغلق والمفتوح) لجمع المعلومات من المبحوثين وقد تم عرض الاستبيان على محكمين من ذوي الخبرة في مجال الاختصاص وبعد حذف واطافة بعض الفقرات اعتمدت الاستمارة بشكلها النهائي.

عينة البحث:

تتمثل عينة البحث بـ(١٠٠) مبحوث من طلبة كلية الإعلام في جامعة بغداد لقسم الصحافة والصحافة الإذاعية والتلفزيونية للمرحلة الرابعة. وقد منح الباحث كل قسم استمارات توازي نسبة كل قسم إلى المجموع الكلي للمرحلة وهو أمر اقرب للدقة.

وفيما يخص المراحل الدراسية للمبحوثين، اعتمد الباحث على طلاب المرحلة الرابعة في قسم الصحافة، وقسم الإذاعة والتلفاز، وتعد المرحلة الأخيرة للدراسة التي ينتهي بها الطالب للعمل في مجال اختصاصه. واعتمد الباحث على العينة العشوائية كما كان يعتمد عليها عدد من الكتاب والباحثين في بحوثهم الميدانية. فالعدد الكلي للطلبة في قسم الصحافة والإذاعة والتلفاز يبلغ ٤٢٥ طالبا ، بمعدل ١٩٤ من قسم الصحافة و ٢٢٥ من قسم الإذاعة والتلفاز فاختر الباحث ١٠٠ من المجموع الكلي للطلبة

بحسب النسبة المئوية من مجموع كل قسم أي بنسبة ٥٤% من طلبة الإذاعة والتلفاز و ٤٤% من قسم الصحافة بحسب الجدول رقم (١) المذكور في أدناه

الجدول رقم ١

القسم	التكرار	النسبة المئوية %
الصحافة	٤٦	٤٦
إذاعة وتلفزيون	٥٤	٥٤
المجموع	١٠٠	١٠٠

أولاً : التلفاز كوسيلة إعلامية

منذ نشأة التلفاز بوصفه استجابة لبحث علمي وتقني اخذ الباحثون يدرسون هذه الوسيلة لوضع النظريات المتعلقة بهذه الوسيلة وما لها من تأثير من بين وسائل الإعلام الأخرى. وقد بنيت افتراضات متعددة كان أهمها:

- 1- انه وسيله إعلام وتسلية كبيرة فاقت جميع وسائل الإعلام والتسلية السابقة .
- 2- انه وسيلة اتصال اجتماعي كبيرة لدرجة أنها غيرت الكثير من مؤسساتنا وعلاقتنا الاجتماعية
- 3- إن ميزاته الكاملة فيه كوسيلة الكترونية غيرت إدراكنا الأساسي للواقع وعلاقتنا مع الغير ومع العالم
- 4- لقد أسهم بصفته وسيلة قوية للاتصال والتسلية وما لها من اثر في تطور الحياة الأسرية والثقافية والاجتماعية. (٢)

ان هذه الافتراضات التي أشار إليها (وليامز) توجز الأطر الفكرية التي نهضت عليها البحوث، والنظريات الخاصة بهذه الوسيلة. ومنذ ذلك الحين صار التلفاز يشكل ظاهرة عالمية في نهاية القرن العشرين ، وبداية مطلع هذا القرن، وذلك لكثرة عدد المتعرضين له الذين يخصصون معظم أوقاتهم للمشاهدة والمتابعة لما يقدم من طريق شاشته من موضوعات متنوعة تهم جميع شرائح المجتمع المختلفة وتأتي تأكيدات وجهة نظر هتشنستون الذي كتب كتاباً ذا عنوان مثير (هنا التلفاز : نافذتك المفتوحة على العالم) يعني التلفاز ان العالم في منزل جميع من يعيشون على ظهر الكرة الأرضية بأسرها. انه اكثر أهمية من وسائل الاتصال الأخرى التي أثمرها العقل الإنساني على الإطلاق، اذ يتيح تطوير علاقات الجيرة الودية ويحقق التفاهم، والسلام في جميع المعمورة أكثر من أي قوة مادية أخرى

في عالم اليوم^(٣)

فالتلفاز ذو أهمية خاصة في المجتمعات، لما يؤديه من وظائف سياسية، واجتماعية مختلفة، وتتجسد هذه الأهمية في مقولة الرئيس الفرنسي الأسبق شارل ديغول: (اعطني هذه الشاشة الصغيرة، وأنا أغير الشعب الفرنسي)^(٤)

وبفضل الأقمار الصناعية استطاع التلفاز أن يتجاوز الحدود الجغرافية بين الدول وأصبح قوة ذات فاعلية ثقافية، وسياسية، وفنية متعددة الجوانب، بوصفه مصدرا لتكوين انطباعات الناس ومعاييرهم ووجهات نظرهم المختلفة. فانه بفضل الاتصال الدولي أصبح مهياً لأحداث تغيرات جذرية في حياة الناس والمجتمعات، إذ يمتاز بقدرة فائقة على إبراز الأفراد، وقدراتهم، ونبوغهم العلمي، والقيادي داخل المجتمع.

ويتطلب العمل في التلفاز مهارات متعددة تبدأ ببديهيات معروفة للعاملين في مجال الإعلام من قبيل التمكن من التحرير والإنتاج والتقديم وتوليف الأفلام والشرائط والمونتاج الفيلمي أو الالكتروني، وإخراجها وهي لا تقتصر على المندوب ألتلفازي كما ذهب البعض الى ذلك، بل تتعداه إلى الآخرين العاملين في مجال إعداد البرامج وتقديمها وتحرير الأخبار ويمكن القول إن امتلاك الصحفي أو رجل الإعلام المعلومات المهنية والثقافية الواسعة يستوجب التاهيل الأكاديمي له، وذلك انه يعطيه الفرصة للبحث عن الحقيقة على وفق المعايير المهنية للعمل الإعلامي، وتعطيه القدرة على التعامل مع المخترعات التكنولوجية الجديدة التي تمكنه من نقل الواقع بموضوعية، ولكي يستطيع معرفة إدراك خصائص هذه الوسيلة الاتصالية المرئية وصولاً لاستثمار جميع خصائصها في إعداد برامجها المتنوعة وتقديمها. ومن هنا وجد الباحث ضرورة إخضاع عينة من الدارسين في معاهد أو كلية الإعلام لاستقصاء آرائهم عن المعايير المشاهدة التلفاز والتي تتضمن نوع البرامج المفضلة وعادات المشاهدة ومدى تطبيق المنهج الأكاديمي الذي يدرس في هذه المؤسسات من قبل المسؤولين في الإعداد والتقديم والتخطيط لبرامج القنوات التلفازية.

ثانياً: آراء الطلبة في التزام التلفاز بالمعايير العلمية

1- الوسائل الاعلامية والقنوات المفضلة للطلبة

اظهر تحليل نتائج استمارات البحث أن ٥٩ مبحوثاً وبنسبة ٥٩ % من الذكور بينما ٤١ مبحوثاً

بنسبة ٤١ % من الإناث كما يظهر في جدول رقم (٢)

الجدول رقم ٢

النسبة المئوية %	التكرار	الجنس
٥٩	٥٩	ذكر
٤١	٤١	أنثى
١٠٠	١٠٠	المجموع

وحول الوسائل الإعلامية المفضلة أو الأقرب إلى اهتمامهم ، تبين أن وسيلة التلفاز هي أكثر الوسائل متابعه واهتماما من الطلبة، وقد أجاب ٥٤ طالبا من مجموع العينة أي بنسبة ٥٤ % أنهم يفضلون التلفاز على الوسائل الأخرى ، و ٢٧ % أجابوا بأنهم يتابعون الوسائل جميعها واحتلت الصحافة المرتبة الثالثة بنسبة ١٤ % تليها الإذاعة بنسبة ٥ % وبحسب الجدول رقم (٣). ويعزى الباحث أسباب الاهتمام بوسيلة التلفاز على غيرها من الوسائل لما تتميز به هذه الوسيلة من خصائص تميزها في تغطية الأحداث ونقلها إلى الجمهور مما يجعلها أكثر جاذبية ، وقوة لجذب المشاهد إليها في الشكل والمضمون إذ إن الصورة والصوت في وقت واحد تعطيان للمادة الإعلامية خصوصية منفردة فضلا عن المؤثرات الصوتية التي لها تأثير في مستقبل الرسالة الإعلامية.

الجدول رقم ٣ يوضح الوسائل المفضلة لدى الطلبة

النسبة المئوية %	التكرار	الوسيلة
٥٤	٥٤	التلفزيون
٢٧	٢٧	جميعها
١٤	١٤	الصحافة
٥	٥	الإذاعة
١٠٠	١٠٠	المجموع

لذا ارتأى الباحث أن يأخذ التلفاز وسيلة إعلامية لقياس مدى اهتمام طلبة قسم الإعلام لبرامجه، ومعرفة مدى اعتماد هذه الوسيلة على الأسس العلمية لمنهج البحث العلمي المتبعة في الكلية. أما عن مدى مشاهدة التلفاز ومعرفة أنواع القنوات التي يتعرض لها المبحوثون ، والمفضلة لديهم. وجد

الباحث إن ٦٠ مبحوثاً وبنسبة ٦٠% يشاهدون التلفاز دائماً و ٣٧ من المبحوثين أي بنسبة ٣٧% أجابوا أنهم يشاهدون التلفاز أحياناً وثلاثة فقط بنسبة ٣% بالمئة نادراً يشاهدون التلفاز كما هو موضح في الجدول رقم (٤)

الجدول رقم (٤) يوضح مشاهدة الطلبة للتلفاز

النسبة المئوية%	التكرار	مشاهدة التلفاز
٦٠	٦٠	دائماً
٣٧	٣٧	أحياناً
٣	٣	نادراً
٠	٠	لا أشاهد
١٠٠	١٠٠	المجموع

ومن هذا نستنتج أن مشاهدة التلفاز بشكل واخر شكلت النسبة الأعلى، وقد يعزى ذلك إلى توافر جهاز التلفاز وتغطيته الدائمة والمستمرة على مدى ٢٤ ساعة من كل يوم هذا يتيح الفرصة للمتلقي لمشاهدة البرامج حسب وقته المناسب.

ويتضح من الجدول رقم (٥) أن اغلب المبحوثين يفضلون مشاهدة القنوات الفضائية العربية ومتابعتها بالدرجة الأولى بنسبة ٦٥% تليها القنوات المحلية وبنسبة ٢٦% ومن ثم الأجنبية التي شكلت نسبة ٩%. يرى الباحث إن هذه النسبة العالية في تفضيل متابعة القنوات أو المحطات الفضائية العربية على الأخرى، ذلك بسبب المهنية العالية للفن الإعلامي في البرامج والحلقات التي تقدم على شاشاتها، والتغطية الشاملة لموضوعاتها التي تتميز أغلبها بالسبق الإعلامي الذي يلبي حاجات المتلقي فضلاً عن متابعتها للحدث في مواقع وأماكن مختلفة تضيف عليه صفة القدرة على الشد، وجذب انتباه المتلقي إليها. أما فيما يختص بالقنوات الأجنبية فقد يعزى العزوف عنها الى عامل اللغة.

الجدول رقم (٥) يوضح تفضيل الطلبة لقنوات التلفاز

تفضيل القنوات	التكرار	النسبة المئوية %
العربية	٦٥	٦٥
المحلية	٢٦	٢٦
الأجنبية	٩	٩
المجموع	١٠٠	١٠٠

وقد سجلت (قناة الفضائية العربية) الاهتمام الأول لتعرض الباحثين في متابعة برامجها وذلك بنسبة ٣٠% تليها الـ MBC بنسبة ١٩% وحلت الجزيرة بالمرتبة الثالثة والحرّة بالمرتبة السادسة كما موضح في الجدول رقم (٦)

الجدول رقم (٦) يوضح النسب المئوية لتفضيل الطلبة للقنوات العربية

التسلسل	القنوات المفضلة	التكرار	النسبة المئوية
١	العربية	٣٠	٣٠
٢	Mbc٢	١٩	١٩
٣	الجزيرة	١٥	١٥
٤	روتانا سينما	١٢	١٢
٥	Lbc	١٠	١٠
٦	الحرّة	٩	٩
٧	دبي	٢	٢
٨	الجزيرة الوثائقية	١	١
٩	الجزيرة الرياضية	٢	٢
١٠	المجموع	١٠٠	١٠٠

أما بخصوص القنوات المحلية فقد حلت القناة الفضائية العراقية المرتبة الأولى لتعرض المبحوثين لبرامجها وذلك بنسبة ٣٩ ٪، تليها السومرية بنسبة ٢٤ ٪ كما هو موضح في الجدول رقم (٧). ويرى الباحث أن اعتماد المبحوثين على متابعة القناة الفضائية العراقية، وذلك لتقديمها برامج محلية تلبي حاجات المشاهد، ومتابعة ظرف العراق الحالي الذي يعيش في خضم أحداث أنية ومتطورة ، وهي اقرب إلى مصادر القرار للدولة العراقية الذي يضيف عليها نوعا ما من المصادقية التي هي شاغل العراقيين الشاغل تحت ظل واقع متأزم يبحث فيه عن مخرج لأزمة مختلفة الجوانب.

الجدول رقم (٧) يوضح النسب المئوية لتفضيل الطلبة للقنوات المحلية

التسلسل	القنوات المحلية المفضلة	التكرار	النسبة المئوية
١	العراقية	٣٩	٣٩
٢	السومرية	٢٤	٢٤
٣	الشرقية	١٦	١٦
٤	المشرق	٨	٨
٥	الفرات	٤	٤
٦	البغدادية	٤	٤
٧	السلام	٢	٢
٨	الحرية	١	١
٩	النهرين	١	١
١٠	البايعة	١	١
١١	المجموع	١٠٠	١٠٠

وفي سؤال آخر عمد الباحث الى تكراره وبصيغة أخرى رقم (٨) إن القنوات العربية تحتل المرتبة الأولى وبنسبة ٤٦ ٪ والقنوات المحلية بنسبة ٤٠ ٪ والقنوات الأجنبية بنسبة ١٤ ٪ وهذا يشير الى إن القنوات العربية تحتل الصدارة في تعرض المبحوثين إليها كما أجمنا أسبابنا لها سابقا

سواء كانت في مجال الأخبار أم المواضيع العامة التي تتضمنها برامجها المختلفة.

الجدول رقم (٨) يوضح القنوات التي يعتمد عليها الطلبة في متابعة الوضع العراقي

القنوات	التكرار	النسبة المئوية %
القنوات العربية	٤٦	٤٦
القنوات المحلية	٤٠	٤٠
القنوات الأجنبية	١٤	١٤
المجموع	١٠٠	١٠٠

وفيما يخص البرامج والمواضيع التي يهتم بها المبحوثون على القنوات والمحطات الفضائية، فقد جاءت الأخبار المحلية بالمرتبة الأولى إذ إن ١٩ مبحوثاً وبنسبة ١٩ % يفضلون الأخبار المحلية تأتي بعدها التقارير والبرامج السياسية وبنسبة ١٨ % ومن ثم برامج المنوعات والترفيه وبنسبة ١٦ % كما هو مذكور في الجدول رقم (٩)

جدول رقم (٩) يوضح البرامج التي يفضلها الطلبة

الترتيب	البرامج المفضلة	التكرار	النسبة المئوية %
١	الأخبار المحلية	١٩	١٩
٢	التقارير والبرامج السياسية	١٨	١٨
٣	البرامج الرياضية	٨	٨
٤	التقارير والبرامج التاريخية	٧	٧
٥	برامج المنوعات والترفيه	١٦	١٦
٦	البرامج الفنية والأغاني	١٠	١٠
٧	الثقافية	٧	٧
٨	برامج العلوم والاختراعات	٦	٦
٩	الأخبار العالمية	٩	٩
١٠	المجموع	١٠٠	١٠٠

2- مؤشرات التطابق والاختلاف بين المعايير العلمية والاداء الاعلامي:

و عن معرفة مدى تطابق المنهج العلمي الذي يعتمد عليه طلبة كلية الإعلام طوال مراحل دراستهم في كلية الإعلام مع ما يرونه على صعيد الواقع العملي من طريق عمل القنوات التلفازية ما تقدمه من برامج مختلفة في الشكل والمضمون. وجد الباحث في إجابات المبحوثين من الطلبة أن ٤٧ مبحثاً وبنسبة ٤٧ % أجابوا بان هناك أوجهاً للتطابق غير أن الأكثرية من المبحوثين الذين بلغ عددهم ٥٣ بنسبة ٥٣ % أجابوا بعدم وجود أي تطابق بين منهجهم العلمي في الكلية وبين ما يشاهدونه على صعيد الواقع العملي في عمل القنوات التلفازية وكما هو موجود في الجدول رقم (١٠)

جدول رقم (١٠) يوضح أوجه تطابق المنهج العلمي مع واقع عمل القنوات او عدم تطابقه

أوجه التطابق	التكرار	النسبة المئوية %
كلا	٥٣	٥٣
نعم	٤٧	٤٧
المجموع	١٠٠	١٠٠

وقد أشار المبحوثون في إجاباتهم المفتوحة للإجابة عن أوجه التطابق الى مجموعة من الأسباب أو المؤشرات التي تشير الى وجود التطابق بين المضامين النظرية في المنهج العلمي والواقع العملي للتلفاز في الأسلوب والتحرير إذ جاء في مقدمة الأسباب أن التلفاز يجسد الواقع أي يمثل انعكاسات الواقع المعاش وذلك بنسبة ١٧ %، يليها سبب آخر هو إن قناة التلفاز تناقش الموضوعات التي تهتم المواطنون و احتياجاتهم وبنسبة ١٥ % . وأكد ١٣ % من استخدام المنهجية العلمية والوظيفية في التطبيق وتعني التوظيفات الأكاديمية والتخصص، هذا فضلاً عن الأسباب الأخرى كالإخراج التلفازي والاعتماد على ملاك محترف، والتقنيات الجديدة المستخدمة فقد شكلت نسبة ١١، ٩ و ٤ % على التوالي كما في الجدول رقم (١١) فهذه تعد نسباً قليلة مقارنة إلى العينة المذكورة

الجدول رقم (١١) يبين أوجه التطابق في التفاز

التسلسل	أوجه تطابق	التكرار	النسبة النموية %
١	تجسيد الواقع (أي إن التفاز يمثل انعكاسات الواقع المعاش)	٨	١٧
٢	يناقش الموضوعات التي تهتم المواطن أو احتياجات المواطنين	٧	١٥
٣	استخدام المنهجية العلمية و الوظيفية في التطبيق (التوضيحات الأكاديمية والتخصص)	٦	١٣
٤	الإخراج التلفزيوني جيد	٥	١١
٥	معالجة موضوعات عامة ومتنوعة	٤	٩
٦	الاعتماد على ملاك محترف في العمل الإعلامي لاسيما في القنوات العربية والأجنبية	٤	٩
٧	مواكبة الأحداث الآتية والفورية	٣	٦
٨	التطابق من الناحية النظرية (الدراسة تطابق نوعا ما مع ما درسته)	٣	٦
٩	معالجة المشكلات الظروف الراهنة، تفرز مشكلات اجتماعية قد يتعين على تفاز معالجتها	٣	٦
١٠	تقنياتهم رائعة ونحن درسنا تقنيات قديمة	٢	٤
١١	أسلوب أداء مقدمي البرامج	٢	٤
١٢	المجموع	٤٧	١٠٠

أما ما يخص أوجه الاختلاف أو عدم التطابق والتي شكلت نسبة ٥٣% من عينة البحث فقد توزعت إجاباتهم على النحو الآتي :

أشار ٢١% إلى عدم وجود مجالات واسعة للتطبيق الفعلي للمادة النظرية التي اعتمد عليها المبحوثون في منهجهم الدراسي تليها نسبة ١٩ إلى انعدام الحيادية والموضوعية في البرامج والموضوعات التي تقدمها القنوات التلفازية وتعد هذه من المعايير المهنية الأساسية التي تؤكد مناهج

البحث العلمي في مجال العمل الإعلامي . وقد أكد ١٧% ان هذه القنوات تأخذ نهج الجهة التي تمويلها ولا سيما في برامجها السياسية وهذا يعني ان المؤشرات المهنية المتمثلة في الموضوعية والحيادية بنقل الحدث او تغطيته، والقيم الأخلاقية والرقابة الذاتية التي أكدت منهاج البحث العلمي مازالت اقل من المستوى المطلوب على صعيد الواقع العملي فضلا عن نقاط أخرى ذكرها المبحوثون تشكل نسباً مختلفة كوجود فروقات مختلفة بين بعض المفردات الإعلامية في المنهج وما يشاهدونه في برامج التلفاز؛ إذ إنها لا تتطابق مع الجانب النظري فضلا عن عدم المصادقية في تناول الموضوعات المعتمدة على أسلوب المبالغة أو التهويل للحدث كان ذلك بنسبة ٨ و ٩% وعدد من المبحوثين أي بنسبة ٧،٥% اشار إلى ان قنوات التلفاز تثير النعرات الطائفية كما هو موجود في الجدول رقم (١٢) ومن هنا يستنتج الباحث أنه بالرغم من تعدد الأسباب التي ذكرها المبحوثون في تطابق المنهج مع الواقع العملي للعمل الإعلامي للتلفاز أو عدم تطابقها الا أن مشكلة البحث قائمة الى حد ما إذ انه لا يمكن الجزم بعدم وجود تطابق المنهج العلمي مع الواقع العملي اعتمادا على نسبة ٥٣% والتي لا تزيد كثيرا على نسبة التطابق البالغة ٤٧% ويمكن تفسير هذا بان السياسة الإعلامية لكل قناة تختلف عن غيرها بأسلوب العمل في التخطيط وإعداد برامجها المختلفة. وان هذه النسب تعكس تعددية المناهج والأساليب المتبعة في القنوات الفضائية المختلفة فمنها ما يطابق المنهج العلمي والبعض الآخر لا يطابق.

الجدول رقم ١٢ يبين أوجه الاختلاف في التنفيذ

التسلسل	أوجه الاختلاف	التكرار	النسبة المئوية %
١	لا توجد مجالات واسعة لتطبيق الفعلي للمادة النظرية	١١	٢١
٢	انعدام الحيادية والموضوعية بشكل كامل	١٠	١٩
٣	تأخذ نهج الجهة التي تمويلها وهذا واضح في البرامج السياسية	٩	١٧
٤	يوجد فرق كبير بين دراستنا وما نشاهده في التنفيذ	٥	٥
٥	اختلاف الرأي والاحتكار في بعض القنوات	٣	٦
٦	عدم المصداقية واستخدام أسلوب التهويل في تغطية أو تناول بعض المواضيع	٤	٨
٧	تثير الطائفية	٤	٨
٨	التكرار في الموضوعات وإهمالها موضوعات هامة ولا تعرف ماذا تقدم لكي توصل رسالتها	٤	٨
٩	لا توجد حرفية ومهنية كاملة في النص والخراج التلفزيوني	٣	٨
١٠	المجموع	٥٣	١٠٠

ولمعرفة الوقت الذي يستغرقه المبحوثون مع التلفاز، وجد الباحث ان عدد ساعات المشاهدة لدى الطلبة شكلت نسبة جيدة وعالية ولاسيما ساعات المشاهدة وقضاء الوقت مع التلفاز وبمعدل ثلاث ساعات يوميا وبنسبة ٥٦% من عينة البحث المذكورة في الجدول رقم (١٣) اما ساعات المشاهدة اكثر من ثلاث ساعات فقد بلغت نسبة ٣٤% وهذان الرقمان يشكلان نسبة عالية تبين مدى اعتماد المبحوثين على جهاز التلفاز كوسيلة إعلامية أكثر من أية وسيلة أخرى واتخاذهم مصدرا للمعلومات والأخبار التي تشكل مصدرا لحاجاته اليومية للإطلاع على العالم من طريق برامج مختلفة. ويمكن مقارنة هذه النتائج مع ما ورد في دراسة الباحث الفرنسي سوشيون ١٩٩٠ (انه لا يوجد جمهور واحد

للتلفزيون وإنما يوجد نوعان من الجمهور فأولئك يشاهدون كثيراً ثم هناك الذين يشاهدون قليلاً. ويشاهد الشخص التلفزيون في المتوسط ثلاث ساعات يومياً لكن هناك اختلاف كبير بين الأشخاص (٥)

الجدول رقم ١٣ يوضح عدد ساعات المشاهدة

عدد ساعات المشاهدة	التكرار	النسبة المئوية %
ساعة إلى ثلاث ساعات	٥٦	٥٦
أكثر من ثلاث ساعات	٣٤	٣٤
أقل من ساعة	١٠	١٠
المجموع	١٠٠	١٠٠

وقد حاول الباحث إيجاد العلاقة بين عدد ساعات المشاهدة والموضوعات التي يفضلها المبحوث في متابعتها، لوحظ أن معظم ساعات المشاهدة يستهلكها المبحوث في متابعة الأخبار المحلية والتقارير التي تخص التحليلات السياسية وكما هو واضح في الجدول رقم (١٤). أن نسبة ١٩% من عينة البحث يتابعون الأخبار المحلية واغلبهم يقضون من ساعة إلى ثلاث ساعات في المتابعة، أما الذين يتابعون التقارير والتحليلات السياسية فقد بلغت نسبة ١٨% من عينة البحث واغلبهم يقضون من ساعة إلى ثلاث ساعات في المتابعة، وتأتي برامج المنوعات والترفيه في المرتبة الثالثة في عدد ساعات المتابعة أي بنسبة ١٦% واغلبهم يتابعون أيضاً من ساعة إلى ثلاث ساعات ثم تليها نسبة ١٠% يتابعون البرامج الفنية والأغاني. ويستنتج الباحث أن وقت المشاهدة محصور بالأخبار والتقارير؛ وذلك بسبب الاهتمام المتزايد من لدن الطلبة بالوضع الراهن الذي تحيطه ظروف وأحداث متسارعة على مدى الأيام والتي باتت تشغل أبناء العراق جميعاً ولكون الطلبة يشكلون شريحة مهمة من هذا الشعب فإن الوضع العام يهم مستقبلهم الاقتصادي والاجتماعي والسياسي، ولا سيما أنهم على أبواب مرحلة جديدة من الحياة بعد التخرج للانخراط في مجال العمل.

الجدول رقم (١٤) يوضح العلاقة بين عدد ساعات المشاهدة والمواضيع المفضلة للطلبة

المواضيع	التلفاز	أقل من ساعة	ساعة إلى ثلاث ساعات	أكثر من ثلاث ساعات	المجموع
الأخبار المحلية	٤	١٣	٢	١٩	
التقارير والتحليلات السياسية	٢	١٢	٤	١٨	
البرامج الرياضية	٠	٣	٥	٨	
التقارير والبرامج التاريخية	١	٢	٥	٧	
برامج المنوعات والترفيه	٠	٩	٧	١٦	
البرامج الفنية والأغاني	٠	٦	٤	١٠	
الثقافية	٠	٥	٢	٧	
برامج العلوم والاختراعات	١	٣	١	٦	
الاخبار العالمية	٠	٣	٤	٩	
المجموع	١٠	٥٦	٣٤	١٠٠	

أما عن وقت مشاهدة التلفاز من لدن المبحوثين، وجد الباحث أن ٤٦ مبحوثاً بنسبة ٤٦% يفضلون مشاهدة التلفاز ليلاً، و ٤٣% وبنسبة ٤٣% يشاهدون أو يتابعون التلفاز في وقت فراغهم كما هو واضح في جدول رقم ١٥. ويرى الباحث عدم وجود فرق شاسع بين هذين الوقتين للمشاهدة ويرجح أن معظم وقت فراغ الطلبة هي ساعات الليل، لذا يرى أن ساعات الليل هي الساعات المفضلة بسبب حظر التجول ليلاً إذ لا وسيلة أخرى للمواطن غير الركون في البيت والجلوس أمام شاشات قنوات التلفاز .

الجدول رقم (١٥) يوضح وقت مشاهدة التلفزيون

وقت المشاهدة	التكرار	النسبة المئوية %
ليلاً	٤٦	٤٦
وقت الفراغ	٤٣	١٠
الظهر إلى العصر	١٠	١٠
صباحاً	١	١
المجموع	١٠٠	١٠٠

أما عن طريقة مشاهدة التلفاز، تشير النتائج في الجدول رقم ١٦ الى أن ٦٥ مبحوثاً بنسبة ٦٥% يفضلون المشاهدة مع الاسرة و ٢٦ بنسبة ٢٦% أشاروا الى أنهم يفضلون التلفاز بشكل انفرادي و يتضح أن غالبية العينة يفضلون المشاهدة مع الاسرة، ويعود ذلك إلى طبيعة الاسرة العراقية في تكوينها الجمعي، وتأثيره في الاسهام في متابعة البرامج التلفازية وقد يكون عدم توافر جهاز التلفاز للأسرة ساعد على أن تكون المشاهدة جماعية..

الجدول (١٦) يوضح الطريقة التي يفضل الطلبة مشاهدة التلفاز

طريقة المشاهدة	التكرار	النسبة المئوية%
مع الاسرة	٦٥	٦٥
منفرداً	٢٦	٢٦
مع الأصدقاء	٩	٩
المجموع	١٠٠	١٠٠

النتائج:

أستنتج الباحث ان المبحوثين من جمهور الطلبة هم أكثر تعرضاً لجهاز التلفاز من غيره من الوسائل الإعلامية الأخرى التي شكلت نسبة عالية كما اشرنا إليها في جداول البحث. وان استمرارية المشاهدة والمتابعة شكلت أيضاً درجة عالية إذ إن اغلب المبحوثين أكدوا أنهم يتابعون التلفاز دائماً وهذه تعطي صفة الاستمرارية للتعرض إلى هذه الوسيلة، ومع تعدد قنوات التلفاز وتغطيتها الواسعة في برامجها وموضوعاتها المختلفة على مدار ساعات اليوم، لكن المبحوثين في تعرضهم لهذه القنوات اختاروا القنوات العربية الأكثر تفضيلاً للمتابعة من غيرها وجاءت القناة (الفضائية العربية) في المرتبة الأولى من بين هذه القنوات، سواء في متابعة المبحوثين لبرامجها المتنوعة أم متابعة الوضع العراقي بوجه الخصوص، ويعزى هذا إلى المهنية العالية بسبب تقنياتها العالية المتطورة والأداء المتميز من تقديم وتغطية شاملة لموضوعاتها المختلفة التي تستند بعض برامجها على الأسس والمعايير العلمية، ثم جاءت القنوات المحلية بالدرجة الثانية في المتابعة واحتلت القناة العراقية المرتبة الأولى من بين القنوات المحلية لقربها من مصادر القرار وتلبيتها عدداً من حاجات المواطنين في عدد من برامجها التي هي من صميم الظرف وواقع العراق الحالي.

أما ما يخص مدى تطابق الدروس التي يتلقاها الطلبة في مناهجهم العلمية مع واقع العمل الإعلامي في القنوات التلفازية، فهي مازالت قائمة في عدد من المؤشرات أو الأسباب التي ذكرها

المبحوثون في أجوبتهم المفتوحة فقد أشار عدد من المبحوثين إلى افتقار التلفزيون للمعايير المهنية والتي تشمل الموضوعية والحيادية في العمل الإعلامي، مع اعتماد المنهج العلمي في الكلية على النقائات القديمة في دروسهم النظرية والتطبيقية مما يثير إشكالات عديدة للمتخرجين من كلية الإعلام على عكس ما تمتلكه القنوات من وسائل تقنية حديثة.

وينضح من هذا كله ان عادات المشاهدة المتمثلة بعدد ساعات ووقت المشاهدة والكيفية او طريقة المتابعة لبرامج القنوات كلها عوامل أخرى تتعلق بتعرض المبحوثين للقنوات التلفازية. فلو حظ أن أغلبية المبحوثين من الطلبة يقضون ثلاث ساعات يوميا للمشاهدة ومعظمها تسخر لمتابعة الأخبار، التقارير والتحليلات السياسية وتأتي بعدها البرامج الترفيهية . وهذه المتابعة تتم عبر المشاركة الجماعية مع الاسرة ومعظمها في الليل الذي اتضح انه من أكثر الأوقات المناسبة لتعرض الطلبة لمتابعة القنوات التلفازية.

الهوامش

- 1- د. وجيه محجوب: طرائق البحث العلمي ومناهجه. الموصل: دار الطباعة والكتب العامة، ١٩٨٨ ص ٢٢١.
- 2-Williams R. (1974), Televesion, technology and cultural form, New York, Schoken Book. P23
- 3- Hutchinson T, (1946), Here is television :your window to the world New York, Dial press, pag 43
- 4- د. انشراح الشال ، مدخل علم الاجتماع الإعلامي، دار الفكر العربي ص ١٥٩ .
- 5- Souchon M. (1990 " Un public ou des publics? (in communication) n51 Paris,sauil

المصادر:

- 1- د. وجيه محجوب: طرائق البحث العلمي ومناهجه. الموصل: دار الطباعة والكتب العامة، ١٩٨٨ ص ٢٢١.
- 2-Williams R. (1974), Televesion, technology and cultural form, New York, Schoken Book. P23
- 3- Hutchinson T, (1946), Here is television :your window to the world New York, Dial press page 43
- 4 - د انشراح الشال ، مدخل علم الاجتماع الإعلامي، دار الفكر العربي ص ١٥٩ .
- 5- Souchon M. (1990 " Un public ou des publics? (in communication) n51 Paris,sauil.

نحو استراتيجية علمية مقترحة

لنشاط العلاقات العامة في هيئة النزاهة

د. رباح قحطان احمد الحمداني

كلية الاعلام - جامعة بغداد

أولاً: منهجية البحث:

1- مشكلة البحث :

تتناول هذه الدراسة معرفة نشاطات العلاقات العامة في هيئة النزاهة لعام ٢٠٠٧، ومعرفة مضامين هذه النشاطات، ومعرفة مضامين الإعلانات التي نشرتها، وهل مضامين الإعلانات كانت مقنعة، وهل استخدمت الصور الصحفية في هذه الإعلانات، كذلك هل استخدمت الرموز والشعارات. وما اللغة والكلمات التي كانت تخاطب بها المتلقي. وما المشاعر التي تثيرها مضامين الإعلانات.

2- أهداف البحث :

يهدف هذا البحث إلى الإجابة عن التساؤلات الآتية:

أ- ما نشاطات العلاقات العامة التي تقوم بها هيئة النزاهة؟

ب- هل مضامين الإعلانات التي تنشرها الهيئة مقنعة للمتلقي؟

ج- هل استطاعت هيئة النزاهة إيصال رسالتها إلى الجمهور؟

3- منهج البحث وإجراءاته :

بعد هذا البحث من البحوث الوصفية، إذ إن الدراسات الوصفية تهدف إلى تسجيل وصفي للحقائق بإتباع المنهج العلمي، أي أنها تعرض خصائص ما بطريقة موضوعية ودقيقة (١). واستخدمت الباحثة المنهج المسحي الذي يعد الشكل الرئيسي لجمع المعلومات عندما تشمل الدراسة المجتمع الكلي.

وتم استخدام الحصر الشامل لمجتمع البحث، إذ جمعت الباحثة جميع نشاطات العلاقات العامة لهيئة النزاهة لعام ٢٠٠٧، واستخدمت الباحثة تحليل المضمون في دراسة الاعلانات التي نشرتها هيئة النزاهة ودراسة المجلة التي اصدرتها، وبما ان فئات التصنيف في اسلوب تحليل المضمون لا تكون

دائماً محددة، لذلك يضطر الباحث إلى تحديدها بنفسه بحسب المشكلة التي يحاول دراستها، وابعادها الهامة له (٢). إذ إن الأسلوب الشائع لتحليل المضمون أيا كان هدفه أو مستواه يتمثل في إيجاد عدد من الفئات التصنيفية التي إما أن تكون محددة في دراسات مماثلة أو يقوم الباحث نفسه بإيجادها وتحديدها، ومن ثم القيام باستعراض النص وتحليله في ضوء تلك الفئات، ودرجة التكرار في حالة كل منها (٣). لذلك استخدمت الباحثة التصنيفات التي تسهم في الإجابة عن تساؤلات البحث موضع الدراسة، وهي معرفة نشاطات العلاقات العامة، ومضامين الإعلانات، واستخدامها للصور والرموز والشعارات، ومعرفة اللغة والكلمات التي كانت تخاطب بها المتلقي، ومعرفة ماهية المشاعر التي تنبثرها هذه الإعلانات.

وبعد دراسة وتحليل نشاطات العلاقات العامة، ومضامين الإعلانات قدمت الباحثة استراتيجية علمية لنشاط العلاقات العامة في هيئة النزاهة.

ثانياً: نشاطات العلاقات العامة في هيئة النزاهة

1- اصدار كتيبات:

أ- اصدرت كتيباً خاصاً بالامر ٥٥، الذي يتضمن تشكيل مفوضية النزاهة العامة، ويقع في ٢٨ صفحة من القطع المتوسط، وتضمن الغلاف الاول رمز المفوضية، فيما تضمن الغلاف الاخير، ارقام هواتف المفوضية، والبريد الالكتروني، وموقع المفوضية على شبكة الانترنت.

ب- اصدرت كتيباً خاصاً بالامر ٥٧، يتضمن عمل المفتشين العموميين العراقيين، ويقع في ٢٠ صفحة، وتضمن الغلاف الاول رمز المفوضية، فيما تضمن الغلاف الاخير صورة لمسألة حمورابي، فضلاً عن ارقام هواتف المفوضية، والبريد الالكتروني، وموقع المفوضية على شبكة الانترنت.

ان اصدار هذين الكتيبين هو تنقيف باتجاه الامر ٥٥، ٥٧، والكتيب بحجم مناسب.

2- النشرة:

اصدرت هيئة النزاهة نشرة دورية بعنوان (النزاهة)، وقد اصدرت ٥ أعداد لغاية ٢٠٠٧، بـ ١٢ صفحة ملونة.

وتضمنت النشرة اخبار رئيس هيئة النزاهة واخبار متفرقة وافتتاحية في الصفحتين ١- ٢. فيما تضمنت الصفحتان ٣- ٤ الاخبار المتعلقة بالقضايا التي احوالتها هيئة النزاهة إلى المحاكم المختصة، وتضمن الصفحة الخامسة اخبار الهيئات التحقيقية للنزاهة، والصفحة السادسة ثقافة قانونية، وتناولت الصفحة السابعة اخبار فروع النزاهة في المحافظات، وتناولت الصفحة الثامنة نشاطات واخبار هيئة

النزاهة، والصفحة التاسعة تضمنت مقابلات مع احد المسؤولين في الهيئة والصفحة العاشرة تضم (حكايات يرويها اصحابها) ، واختصت الصفحة العاشرة بالسيرة الذاتية لاحد شهداء هيئة النزاهة ، وكانت الصفحة الاخيرة تشمل اخبار متنوعة . وعن طريق هذا الاستعراض يتبين لنا ما يلي :

1- تسهم الصفحات ٣، ٤، ٥ في بناء الثقة بين المواطن والهيئة، حيث انها تعطي معلومات للقارئ عن جهود الهيئة في محاربة الفساد بكافة اشكاله، خاصة وان بعض الاخبار تتضمن الحكم على الموظفين الذين ثبت ممارستهم الفساد، ومدة الحكم، مما يخلق الثقة والاطمئنان لدى القارئ.

2- الصفحة السادسة تتكيف للقارئ بمسائل قانونية حول الفساد .

3- التعريف بشهداء منتسبي هيئة النزاهة يعطي انطباعاً بمدى جدية الموظفين في الهيئة من اجل محاربة الفساد إلى حد قيام جهات معينة بقتلهم . وهذا يخلق ويعزز الثقة بين القارئ والهيئة.

4- ان عدد صفحات النشرة التي تسعى إلى بناء الثقة بين المواطن والهيئة بلغت ٥ صفحات ، أي نصف النشرة.

3- المجالات:

اصدرت الهيئة مجلة بعنوان (الجيل الان) واصدرت ٥ أعداد ب ٤٢ صفحة وكانت تصنيف

الصفحات كما يلي:

جدول رقم (١) محتوى صفحات مجلة (الجيل الان)

ت	عنوان الصفحة	عدد الصفحات	
١	الاغنية	٤	٩,٥٢%
٢	واحة نزاهة	٥	١١,٩٠%
٣	واحة علوم	٧	١٦,٦٦%
٤	واحة ثقافة	٨	١٩,٠٥%
٥	واحة شخصيات	٣	٧,٠١%
٦	واحة شعر	٥	١١,٩٠%
٧	قرأت لك	٢	٤,٧٦%
٨	واحة فنون	٤	٩,٥٢%
٩	واحة رياضة	٢	٤,٧٦%
١٠	تسلية	٢	٤,٧٦%
	المجموع	٤٢	

ويتبين من الجدول رقم (١) ان مواضيع المجلة كانت تغطي اهتمامات الطلبة وقضايا مختلفة بدءاً من الثقافة والعلوم ، والنزاهة والشعر والفنون، والشخصيات المميزة، والرياضة والتسلية وقرأت

لك.

وقد احتلت الصفحات الخاصة عن النزاهة ١١,٩٠% من صفحات المجلة ، وهذا يجعل مواد المجلة مقنعة لتتوَعها . ولأن المواد الخاصة بالنزاهة لاتأخذ حيزاً كبيراً من صفحات المجلة.

4- الفولدرات:

اصدرت الهيئة فولدرات وهي:

1- تضمن الفولدر الاول التعريف بمفوضية النزاهة(*) العامة ، وهو تعريف مبسط بالمفوضية ومهامها، وآليات عملها.

وحملت الصفحة الاولى رمز المفوضية فقط دون وجود لشعار، ويد انسان وهي تضغط باصبع واحد على نقطة ضوء تشع على شكل دوائر متوالية، وتضمنت الصفحة الاخيرة من الفولدر صورة لمسلة حمورابي، في اشارة إلى العدالة والقوانين. اما دلالة الاصبع فهو يشير إلى ان الانسان يستطيع ان يغير الاشياء فيما اذا بدأ بخطوة اولى صحيحة.

2- حمل عنوان الفولدر الثاني (استغلال الوظيفة العامة) وفيه تعريف ومفهوم (الوظيفة العامة) ، وتعريف (الموظف) ، وتعريف (جريمة استغلال الوظيفة العامة)، والجرائم المنصوية تحت مفهوم استغلال الوظيفة العامة ، والعقوبات والتعديلات ، فضلا عن الاساليب الوقائية وخاتمة. وتضمنت الصفحة الاخيرة خارطة للعراق، وفيها فروع هيئة النزاهة في الجنوب، وبابل ونيوى وبغداد. وامام كل فرع هواتف، وعناوين البريد الالكتروني الخاصة بالفرع.

3- وتناول الفولدر الثالث مفهوم (غسل الاموال) ، وتعريفه، ومصادر الاموال غير المشروعة، كما تناول (الفساد وغسيل الاموال)، ومراحل غسل الاموال ، فضلا عن الآثار السلبية لظاهرة غسل الاموال، وتضمنت الصفحتان الاخيرتان فروع هيئة النزاهة الاربعة (بغداد، الجنوب، بابل، نيوى).

وبجانب كل فرع صورة ترمز اليها، فصورة جامعة بغداد ترمز إلى بغداد، والنخلة تشير إلى فرع البصرة، وآثار (اسد بابل) تشير إلى فرع بابل، والنور الممنح ترمز إلى فرع نيوى. والصفحة متداخلة مع الصفحة قبل الاخيرة والتي تضمنت صورة باللونين الاسود والابيض لمبنى (هيئة النزاهة العامة) يرتفع بجانبها علم العراق.

4- تضمن الفولدر الرابع الذي حمل عنوان (الاعلام وأثره على المجتمع) تعريف الاعلام، ونبذة عن وسائل الاعلام، والرسالة الاعلامية، وتعريف الاعلام التربوي، واهدافه، والاعلام والتربية، وتضمنت الصفحة الاخيرة من الفولدر شعار (من اجل عراق جديد خال من الفساد المالي والاداري) وفيه اربع صور تشير ايضاً إلى فروع الهيئة الاربعة فضلا عن ارقام هواتف ارضية، وارقام الجهاز

النقال مع البريد الالكتروني لكل فرع. وهناك طلب في اسفل الصفحة الاخيرة من الفولدر موجه إلى الجمهور يطلب فيه اراء ومقترحات القراء حول الهيئة مع بريد الكتروني خاص بذلك . لقد قدمت الفولدرات موجزاً من اهم المفاهيم التي ترتبط بالنزاهة، وهي تتقيف باتجاه هذه المفاهيم. فضلاً عن تقديم ارقام الهواتف الخاصة بالهيئة إلى الجمهور للاتصال بها والتبليغ عن اية حالات فساد.

وتتميز الفولدرات بسهولة تقديمها إلى الجمهور لصغر حجمها ، وخاصية الاحتفاظ بها طويلاً لأنها من ورقة سميكة جداً.

5- الاعلانات:

اعدت الهيئة (١٢) اعلاناً، وتم توزيع هذه الاعلانات على شكل بوسنترات بحجم ٦٦سم×٢٢سم. ووزعت على كل وزارات الدولة ليتم لصقها في الغرف والعمارات في الوزارات. كذلك تم تنفيذ تقويم منضدي تضمن هذه الاعلانات موزعة على (١٢) شهراً. وتم توزيعها ايضاً على مؤسسات ووزارات الدولة المختلفة .

تحليل مضمون الاعلانات:

جدول رقم (٢) الكلمات والجمل المستخدمة في الاعلانات

التسلسل	الكلمات	عدد التكرارات
١	الفساد	٧
٢	فعل امر	٤
٣	لا	٣
٤	الرشوة	٢

تضمنت الاعلانات (٧) مرات كلمة (الفساد) اذ جاء في مضمون الاعلانات (لاتلطح يدك بظلام الفساد) و (لا للرشوة والفساد) و (يدا بيد لنحارب الفساد) و(الفساد والارهاب وجهان لعملة واحدة). تضمنت الاعلانات استخدام فعل امر لـ (٤) مرات، اذ جاء في نصوص الاعلانات (احذر الرشوة) و(احذر الفساد) و(سلح نفسك). كما تضمنت الاعلانات استخدام (لا) (٣) مرات، مثل (لا للفساد) و (لا للرشوة والفساد) و (لا تلطح يدك بظلام الفساد).

كذلك تم استخدام كلمة (الرشوة) مرتين في الاعلانات كما في (لا للرشوة والفساد) و (احذر الرشوة).

جدول رقم (٣) اعداد الكلمات والجمل المستخدمة في الاعلانات

ت	اعداد الكلمات والجمل في الاعلانات	عدد التكرارات	النسبة المئوية
١	كلمة واحدة	٢	%١٦,٦٦
٢	كلمتان	٦	%٥٠
٣	جمل	٤	%٣٣,٣٣
	المجموع	١٢	%١٠٠

تضمنت (٢) من الاعلانات استخدام كلمة واحدة فقط كما في (الفساد) و (لا للفساد). كما استخدمت (٦) من الاعلانات أي بنسبة %٥٠ كلمتين فقط في المضمون ، اذ جاءت في المضامين (احذر الرشوة) و (عينّة وتشوفك) و (هيئة النزاهة) و (سلم نفسك). استخدمت الجمل في (٤) اعلانات وبنسبة %٣٣,٣٣ من المجموع، اذ ذكرت نصوص الاعلانات (يوم النزاهة نقطة تحول في حياة العراقيين) و (الفساد والارهاب وجهان لعملة واحدة) و (بدا بيد لنحارب الفساد).

جدول رقم (٤) استخدام الصور في الاعلانات

ت	استخدام الصور	عدد التكرارات	النسبة المئوية
١	استخدمت الصور	٦	%٥٠
٢	لم تستخدم الصور	٦	%٥٠
	المجموع	١٢	%١٠٠

استخدمت ٦ اعلانات الصور في مضامينها وبنسبة %٥٠. إذ تضمنت (٣) اعلانات صوراً ليد انسان و عملات ورقية عراقية وامريكية . وتضمن اعلان آخر صورة (لعين انسان)، وصورة (ليدين تتصافحان)، وصورة تحتوي جرائد متفرقة فيه اشارة إلى النزاهة.

جدول رقم (٥)

الكلمات والجمل المستخدمة في الاعلانات

التسلسل	الرموز والصور	عدد التكرارات
١	يد انسان	٤
٢	عملات ورقية	٤
٣	لهيب النار	٣
٤	عين انسان	١
٥	كرسي مسؤول	١
٦	جرائد متفرقة	١
٧	نبات اخضر	١
٨	اسلحة	١
٩	اشارة ممنوع	١

استخدمت الاعلانات (يد الانسان) ٤ مرات. في مرتين منها كانت الصورة تشير إلى ارتباط اليد بالرشوة والعملات الورقية (عراقية وامريكية)، ورسم ليد انسان وهي تحترق من جراء الفساد. وصورة ليدنين تتصافحان في اشارة للتعاون من اصل محاربة الفساد. وتضمنت (٤) اعلانات صوراً للعملة الورقية (العراقية والامريكية)، فيما تضمنت (٣) اعلانات رسماً للهب النار وهي تتصاعد. فضلاً عن تضمين الاعلانات لعين انسان، وكرسي مسؤول، وجرائد متفرقة، ونبات اخضر ينمو، واسلحة، واشارة ممنوع، لمدة واحدة في باقي الاعلانات.

الاستنتاجات:

- 1- استخدمت الهيئة في الرمز الخاص بها (خارطة العراق والوان علمه) وهو ما يعني ان الهيئة وطنية، وليست لها اية علاقة بطائفة او ديانة او مذهب، والرمز يخاطب المشاعر الوطنية للمواطن. وهذا ما يجعل تقبل فكرة الهيئة سهلاً وميسراً للمتلقي .
- 2- ويشير شعار الهيئة إلى الجانب الديني باستخدامها آية قرآنية كريمة، وهو جانب مهم في حياة المواطن العراقي، ويبعث على الثقة والاطمئنان.
- 3- ان استخدام كلمة واحدة، او كلمتين ، او جمل قصيرة، امر ايجابي، لايصالها الفكرة باقل

- عدد من الكلمات. وهو ما يبعث على سهولة وصوله إلى عقل المتلقي.
- 4- استخدمت الاعلانات الرموز في ايصالها الفكرة إلى المتلقي، وهو امر ايجابي ايضاً، خاصة انها استخدمت رمزين و (٣) رموز كاقصى حد في الاعلان الواحد.
- 5- كانت الألوان المستخدمة في الاعلانات متناسقة، وهناك تدرج في اللون، مما يجعل العين تستقبل الرسالة بيسر وسهولة.
- 6- ان الصور والرموز والجمل المستخدمة في الاعلانات، لاتكفي لاقناع الموظف الذي يمارس الفساد بالعدول عن ذلك. فلا نتوقع من الموظف الذي يمارس الفساد او ينوي ممارسته ان يتوقف عن فسادة من خلال تلقي رسالة (لا للرشوة والفساد) او (سلح نفسك) او (يدا بيد لنحارب الفساد).
- 7- استخدام فعل الامر (٤) مرات في الاعلانات، غير محبذ في اقناع المتلقي، بل ان فعل الامر يسبب النفور، لانه يأمر المتلقي بفعل معين.
- 8- ان (٦) من الاعلانات استخدمت رموزاً تشير إلى الفساد والرشوة، وهو ما يثير مشاعر سلبية لدى المتلقي، مثل استخدام (لهيب النار) و (الكربي الذي يشير إلى منصب مسؤول وهو مملوء بالدولارات) و (عين الانسان الذي يراقب الآخرين).
- 9- ان (٣) من الاعلانات استخدمت رموزاً تشير إلى السلام، وهو ما يثير مشاعر ايجابية لدى المتلقي، مثل (مصافحة الايدي) و (النبات الاخضر المورق) و (جرائد تشير إلى النزاهة).
- 10- ان اعلاناً واحداً ربط بين الفساد والارهاب، فالاعلان تضمن كلمة الفساد مكتوباً باللون الاحمر، والدماء تنزف من الكلمة، واسفلها اوراق مالية من فئة (٢٥) الف دينار، وهذا المشهد يثير مشاعر الردع لدى المتلقي او الموظف الذي يمارس الفساد، لانه يربط بذكاء بين عمله السابي وقتل الناس (منظر الدماء التي تسيل)، وهو ما يثير مشاعر الخوف لان جريمة قتل النفس البشرية من ابشع الجرائم.
- 11- تضمنت (٣) من الاعلانات كتابة نص الاعلان باللغة الانكليزية، ولانعلم ما المغزى من استخدام اللغة الانكليزية في الاعلان.

ثالثاً: ستر اتيجية علمية مقترحة لنشاط العلاقات العامة في هيئة النزاهة تتضمن:

1- تحديد المشكلة:

هناك مؤسسة جديدة في العراق، لم يسمع بها الجمهور العراقي سابقاً، تعنى بكشف قضايا الفساد بكافة اشكاله، كذلك تعني بنشر ثقافة النزاهة والشفافية في المجتمع. هذه المؤسسة بحاجة إلى ان تنقل

رسالة إلى المواطن العراقي حول وجودها وآليات عملها، من أجل معرفته بوجود المؤسسة، وكسب ثقته بها، حتى يساهم، ويساعد، ويقدم المعلومات والأدلة التي لديه عن مظاهر الفساد بكافة أشكاله في مؤسسته أو مكان عمله إلى الهيئة، من أجل محاربة، والحد من الفساد في العراق، والمطلوب من الهيئة أن تعد وتصمم وتبدع من أجل إيصال رسالتها إلى الجمهور، وتحدد أنواع الرسائل، ومضامين هذه الرسائل، لتحصل على ثقته ودعمه.

2- دراسة وتحليل البيئة:

عند وضع أية استراتيجية للعلاقات العامة في أية مؤسسة حكومية كانت أم غير حكومية، اقتصادية أو سياسية أو خدمية، ينبغي فهم البيئة المحيطة بالمؤسسة، لأنه في ضوء المعطيات الموجودة على الساحة أو البيئة يتم وضع الاستراتيجية، وبدون فهم أو إدراك هذه البيئة فإن أية استراتيجية محكوم عليها بالفشل، وعندما نضع استراتيجية مناسبة لهيئة النزاهة، علينا فهم الساحة العراقية، ومن أهم المعطيات الموجودة الآن على الساحة العراقية:

1- أن هيئة النزاهة تعمل في بيئة معقدة جداً، إذ أن الفساد الإداري والمالي في العراق موجود في المستويات كافة، فالفساد موجود على أعلى المستويات من مستوى الوزراء، ووكلاء الوزراء، والمدراء العامين نزولاً إلى شريحة الموظفين.

2- أن الفساد موجود ليس وسط شريحة واحدة معينة في المجتمع، وإنما بين كل الشرائح، فالفساد موجود في المؤسسات الاقتصادية والاجتماعية، والتربوية، والتعليمية، بل وحتى المؤسسات الأمنية، والعسكرية، والفضائية.

3- أن الفساد الإداري والمالي له جذور وامتدادات في المجتمع العراقي تمتد إلى ثمانية عشر عاماً، إذ أن الفساد بدأ مع بداية الحصار الاقتصادي الذي فرض على العراق عام ١٩٩٠. وهذا يعني أن الفساد يحتاج إلى سنوات طويلة حتى يتم معالجته ومحاربتة.

4- أن المجتمع العراقي الآن يعيش مرحلة انتقالية ومرحلة تغيير شاملة من نظام دكتاتوري عمره (٣٥) عاماً، إلى نظام متعدد ديمقراطي، بانعكاساته الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والثقافية والاعلامية، وما يرافق هذا الانتقال والتغيير من تعقيدات وارهصات وتجارب، إذ لا نتوقع أن تظهر ملامح الديمقراطية إلا بعد سنوات طويلة ومجهدّة جداً في العراق.

5- أن هيئة النزاهة هي مؤسسة حديثة وجديدة على الجمهور العراقي، إذ لا توجد سابقاً في العراق مؤسسة أو وزارة أو هيئة باسم النزاهة، بل وحتى في الوطن العربي، أو الدول المجاورة، لذا فالمعنى حديث على ذهن الناس، الذين لم يعرفوا معنى النزاهة، وما المقصود منها، وكيف تعمل، وهل هي حكومية أم غير حكومية، فضلاً عن عشرات الاسئلة التي قد يطرحها المواطن العراقي حول الهيئة

6- ان الحكومة العراقية منشغلة حالياً بالجانب الامني والعسكري اكثر من اية قضية اخرى، ويأخذ هذا الجانب الحيز الاكبر من اهتماماتها.

7- ان الساحة العراقية تعج بالاحزاب، والتيارات، والاتجاهات السياسية المختلفة فيما بينها في الطروحات السياسية، يصل إلى حد التصادم فيما بينها، بل وقد يصل إلى حد التصفيات الجسدية بين المتصارعين، وهذه الاختلافات في الرؤى والطروحات لا توفر بيئة آمنة لهيئة النزاهة، ومن ثم بيئة مستقرة، اذ ان هذه الصراعات لا تخدم بأي شكل من الاشكال الأعمال والنشاطات التي تقوم بها هيئة النزاهة. وقد يفترض البعض بان هيئة النزاهة قد تستخدم من قبل هذا التيار او الحزب لمصلحة جهة على حساب جهات اخرى.

8- ان انعكاسات الصراعات السياسية بين الاحزاب والتيارات والاتجاهات السياسية تنعكس سلباً على اداء وسائل الاعلام العراقية، اذ ان كل محطة فضائية او جريدة او اذاعة تعبر عن طروحات ورؤى خاصة بالتيار او الحزب التي تنتمي اليها. وبالتالي فان بعض وسائل الاعلام العراقية تخدم الاشخاص والمؤسسات التي تمولها مالياً، ولا تأخذ بمصلحة العراق أولاً واخيراً، وهذا يعني انه في الوقت الذي يُفترض فيه ان تأخذ وسائل الاعلام دورها الرقابي على المؤسسات كافة، ومراقبة الفساد الموجود في المجتمع، فأنها تتحول إلى اداة للدفاع فقط في حالة وجود اتهام او اشتباه باحد اعضاء الحزب او التيار في قضية فساد، او تحاول الهجوم على الطرف الاخر الذي اتهم احد كوادرها بالفساد. وهذا يعني ان اداء بعض وسائل الاعلام العراقية ضعيف وسلبى تجاه مظاهر وحالات الفساد الموجودة في المجتمع. ومن ثم لا تخدم عمل هيئة النزاهة. أي ان الصحافة الحزبية في العراق تخنق عملية محاربة الفساد الذي تقوم بها هيئة النزاهة في الوقت الذي يُفترض فيه ان يكون لها دور كبير في محاربة الفساد.

9- ان البيئة الثقافية والاجتماعية في المجتمع العراقي - مع الاسف الشديد - تتقبل الفساد من اصغر مظاهره إلى اكبرها، فالهدية مقبولة، والرشوة الصغيرة مقبولة، والموظف الذي يتسلم هذه الهدية لا ترتسم حوله دائرة لكونه موظفاً فاسداً، بل ان المسألة امر طبيعي في المؤسسة.

10- ان (هيئة النزاهة) هي مؤسسة تعتمد على الجمهور الخارجي في نشاطاتها، فبدون الجمهور لاتستطيع الهيئة ان تقدم خدماتها إلى المجتمع، فهي تعتمد على ابلاغ المواطنين لها في حالات الفساد التي يرونها في حياتهم اليومية في مؤسساتهم ودوائرهم، ومن ثم يقومون بالابلاغ عنها. فهي مؤسسة تحتاج إلى الجمهور بشكل كبير جداً، عكس مؤسسات اخرى يبحث عنها الجمهور بنفسه مثل هيئة السجاء السياسيين، او هيئة حل نزاعات الملكية العقارية، كون هذه المؤسسات تقدم امتيازات

كثيرة للشرائح المعنية بخدماتها، عكس هيئة النزاهة فهي لا تُقدم امتيازات للجمهور (تعويضات مالية، قطع اراضي سكنية، قروض ... الخ) بل ان المواطن يقوم بعمل تطوعي لخدمة بلده.

11- اوجدت الظروف الامنية السيئة في العراق منذ سقوط النظام البائد في نيسان ٢٠٠٣، مناخاً من الفساد الاداري في المؤسسات الحكومية الامنية، والعسكرية، والفضائية مما خلق حالة من فقدان الثقة بين المواطن والمؤسسات الحكومية، بشكل يصعب معه قيام المواطن بالابلاغ عن حالة فساد موجودة في دائرته او مؤسسته، لانه قد يخشى ان تُعرف هويته او رقمه الذي يتصل به ، أي قيام الطرف الثاني بالابلاغ عنه، وبالتالي تُعرض حياته وحياة عائلته لخطر الموت او الخطف او الاعتقال . وهو الافتراض الذي يجعل المواطن لا يفكر مطلقاً بالاتصال بالهيئة مهما كان يلاحظ حجم الفساد في دائرته.

3- تحديد اهداف استراتيجية العلاقات العامة:

- أ - اعلام المواطن العراقي بوجود مؤسسة تُعنى بقضايا النزاهة وكشف الفساد اشكاله كافة، اسم المؤسسة، واهداف المؤسسة ، وآليات عملها وان المؤسسة مستقلة، وممولة من قبل الدولة.
- ب - كسب ثقة المواطن العراقي بالهيئة: وهي خطوة ليست بالامر السهل بل انه يحتاج إلى نشاطات كثيرة تقوم بها الهيئة لكسب ثقة المواطن العراقي بها، خاصة ان هذه الخطوة مرتبطة باول حاجات الانسان وهو (الاحساس بالامان).
- 4- تحديد الجمهور المستهدف:

ويقصد به من هو الجمهور التي تريد هيئة النزاهة ان تصل اليه برسالتها. ومن الطبيعي فان الهيئة تريد ان تصل إلى معظم شرائح المجتمع، طلبة المدارس والجامعات، الموظفون في دوائر الدولة، العمال في القطاعين العام والخاص، ... الخ.

5- تحديد وسائل الاتصال:

بما ان جمهور الهيئة يشمل جميع الشرائح ، لذلك يستخدم جميع وسائل الاتصال الجماهيري، لايصال رسالة الهيئة.

6- تحديد الخطة:

- 1- اصدار مجلة اسبوعية او شهرية بأسم (النزاهة) حسب الميزانية. توزع في كافة اكشاك الصحف بسعر رمزي (٥٠٠ دينار) مثلاً . وتتضمن هذه المجلة، كل الاخبار المتعلقة بالنزاهة، نشاطات واخبار هيئة النزاهة، عدد الشكاوى التي وصلت إلى الهيئة عن حالات فساد. اعداد الشكاوى التي احيلت إلى المحاكم المختصة، والقرارات التي تم حسمها وما هيتهام ومضمونها.
- كما تتضمن مقابلات مع رئيس هيئة النزاهة، او المفتشين العموميين في الوزارات ، او

مسؤولين في ديوان الرقابة المالية، وحوارات مع اعضاء لجنة النزاهة في البرلمان، ومجالس المحافظات، ومجالس البلدية، فضلاً عن اخبار كثيرة ترتبط بالنزاهة . (نشر ثقافة النزاهة، وتعزيز ثقة المواطن بالهيئة).

2- اقامة برامج حوارية مستمرة في القنوات الفضائية العراقية والعربية بين رئيس هيئة النزاهة، او المفتشين العموميين ... الخ وبين معد البرنامج، ويكون هناك جمهور في الاستوديو يطرح الاسئلة مباشرة على المسؤولين، وتلقي مكالمات هاتفية من جمهور المشاهدين ، للاجابة عن استفساراتهم واسئلتهم . (نشر ثقافة النزاهة، وتعزيز ثقة المواطن بالهيئة والمسؤولين).

3- اقامة ندوات مستمرة يُدعى لها الاعلاميون العراقيون من وسائل الاتصال العراقية والعربية كافة، واستحضار اساتذة في القانون يتحدثون عن تشريعات القوانين الخاصة بالنشر وحدود هذه القوانين، والتشريعات الخاصة بالتشهير، من اجل تنقيف الاعلاميين وزيادة معرفتهم بالفرق بين قوانين النشر، وقوانين التشهير . (نشر ثقافة النزاهة، ومعرفة الاعلامي بحدود عمله حتى لا يخشى اقامة دعاوى ضده في المحاكم).

4- خلق الاحداث الخاصة واستثمارها ، بامكان هيئة النزاهة ان تخصص جائزة لافضل موظف نزيه في عمله (نتيجة عمل قام به او مهمة أوكّل بها) وفق معايير تحددها الهيئة بالتعاون مع اساتذة اكاديميين او الاستعانة بمنظمة دولية تختص بالنزاهة . والجائزة تقدم لكل موظف حسب الوزارات، وكذلك جائزة لافضل عضو مجلس النواب (كانت له مساهمات ونشاطات كثيرة في مجال محاربة الفساد)، وجائزة لافضل مفتش عام، ووزير، وعضو مجلس محافظة، وعضو مجلس بلدي، (بنفس المعايير) ، وجائزة لافضل شخصية سياسية (شخصية العام)، هذه الجوائز تقدم في احتفالية يوم النزاهة العالمي التي تنظمها الهيئة كل عام في التاسع من شهر كانون الاول . وافضل استاذ جامعي، وافضل مدرس وافضل معلم .. الخ. (نشر قيم النزاهة وتعزيزها في المجتمع).

5- تزويد الصحف ووسائل الاعلام باخبار هيئة النزاهة عن طريق البريد الالكتروني الخاص بالهيئة يومياً .

6- اذا كان هناك حدث مهم يتعلق بالنزاهة، بالامكان اصدار بيان صحفي او نشرة صحفية وتضمينها كل المعلومات المتعلقة بالحدث، وتوزيعها على جميع وسائل الاعلام. ونشرها في الموقع الالكتروني الخاص بالهيئة . (نشر المعلومات من قبل الهيئة لا يعطي مجالاً للشائعات والاخبار غير الصحيحة التي قد تورّد من وسائل اعلام مختلفة).

7- اقامة علاقات مستمرة مع منظمات المجتمع المدني التي يرتبط عملها بتنقيف شرائح المجتمع حول موضوعات معينة، والتعاون معها في اقامة محاضرات حول التعريف بهيئة النزاهة،

وآليات عملها، وكيفية الاتصال بهم، وضمان سرية الأشخاص الذين يتصلون . ومحاضرات حول مفهوم النزاهة وكل المفردات والمواضيع المرتبطة بها . خاصة منظمات المجتمع المدني المختصة بالمرأة، والطلبة، والشباب، والعمال، والاعلاميين، والموظفين ... الخ . (نشر ثقافة النزاهة وتعزيزها في المجتمع).

8- تدريب العاملين في الاعلام والعلاقات العامة وذلك عن طريق اقامة ورش عمل خاصة بالاعلام والعلاقات العامة بالتعاون مع اساتذة في كلية الاعلام (التدريب مهم اذا ما وضعنا بالاعتبار ان ٦٣% من العاملين في هذا المجال لا يحملون شهادة بكالوريوس في الاعلام) .
9- الاستمرار في نشر الاعلانات والبوسترات والفليكسات التي تصدرها هيئة النزاهة، ووضعها على الشوارع الرئيسية، والتقاطعات المهمة، والاستمرار في بثها على القنوات الفضائية العراقية والعربية (التي لديها نسبة مشاهدة كبيرة من قبل العراقيين).
ويكون مضمون الاعلانات حول:

أ - ربط مفهوم النزاهة بحب الوطن، أي استثمار المشاعر الوطنية لدى المواطن، مثل (من يحب وطنه يحارب الفساد) ومثل (من يحب وطنه يخلص له من خلال نزاهته) و (احب وطني اذا انا نزيه).

ب - ربط مفهوم النزاهة بالايمان بالله تعالى ، أي استثمار المشاعر الدينية لدى المواطن، مثل (فأستقم كما أمرت) الآية القرآنية الكريمة . أي ايراد النصوص الدينية المقدسة، ونصوص الائمة والاولياء الصالحين، ومكانة الانسان النزيه عند الله ا، وابتلاء النزيه والمؤمن ببلاءات مختلفة، وكل ما يتعلق بالانسان الذي يحارب الفساد واقتراحه باعمال الانبياء والافصياء والصديقين ، وان الانسان الصالح هو خليفة الله على الارض (تراثنا الاسلامي زاخر بكل هذه المعاني والمعلومات).

ج - ربط مفهوم النزاهة بالفقر والمرض والجهل، أي استثمار المشاعر العاطفية لدى المتلقي مشاعر الابوة ومشاعر الامومة، من الممكن ربط مفهوم النزاهة بمثلث التخلف، أي ان الفساد يولد الفقر لمعظم العوائل، ويجلب الامراض لهم، بما فيهم الاطفال والايتم والارامل . (التركيز على هذه الشرائح ومعاناتهم).

10 - اقامة ندوات ومحاضرات مستمرة في الجامعات، والمدارس، ودوائر الدولة كافة حول التعريف بهيئة النزاهة وآليات عملها... الخ . وفتح باب الحديث والحوار المباشر معهم للاجابة عن اسئلتهم واستفساراتهم كافة.

11 - اذا كان هناك حدث كبير بالامكان اقامة مؤتمر صحفي، يُدعى اليه جميع الاعلاميين، ويقدم مسؤول في الهيئة المعلومات والمعطيات المرتبطة بالحدث كافة، ومن ثم الاجابة عن استفسارات

الاعلاميين.

12- اقامة علاقات مع دولة رئيس الوزراء، واعضاء البرلمان، والوزراء ورجال الدين، ورؤساء الكتل والاحزاب السياسية، والطلب منهم دعم هيئة النزاهة، وتضمين خطاباتهم الجهود التي تبذلها الهيئة في محاربة الفساد، والانجازات التي تحققتها. وقيامهم بتكريم المواطنين الذين يبلغون عن حالات الفساد، وتكريم شهداء هيئة النزاهة، فضلاً عن تكريمهم الموظفين النزيهين في مؤسسات الدولة كافة.

13- اصدار دليل سنوي لهيئة النزاهة، وتوزيع هذا الدليل مجاناً او بسعر رمزي في اكشاك الصحف، وتوزيعها على الاعلاميين مجاناً، وتتضمن الانجازات التي حققتها الهيئة طيلة عام كامل، ونشاطاتها، واعداد القضايا التي تم حسمها، واعداد القضايا التي تم تحويلها إلى المحاكم المختصة، والقرارات التي اصدرتها المحاكم المختصة بخصوص المفسدين من فصل او سجن او نقل ... الخ . (رفع قيم النزاهة في المجتمع، وتعزيز ثقافة النزاهة، وردع الآخرين عن ممارسة الفساد).

14- التعاون مع وزارة التربية لتضمين مفاهيم الشفافية والنزاهة ونبذ الفساد في مناهج المراحل الابتدائية والمتوسطة والاعدادية، في كتب التربية الاسلامية، والمطالعة، وقواعد اللغة العربية، واللغة الانكليزية وكتب التاريخ (التاكيد على دور الابطال والقادة في محاربة الظلم والظالمين، وقيمة انتصار المظلومين والابطال عليهم).

15- اقامة محاضرات مستمرة لشرائح المجتمع النساء، والطلبة، والشباب، والعمال والموظفين، وشيوخ العشائر، ورجال الدين، ... الخ، بالتعاون مع منظمات المجتمع المدني، والوزارات، ومؤسسات الدولة، حول كيفية المطالبة بحكومة عادلة ونزيهة تخضع للمحاسبة . وفتح الحوار المباشر للاستماع إلى جميع ارائهم وافكارهم وطروحاتهم في هذا المجال.

ملخص البحث

تأسست هيئة النزاهة في ٢٨/٦/٢٠٠٤، وهي مؤسسة جديدة لم يسمع عنها المواطن العراقي قبل هذا التاريخ، اذ لا توجد مؤسسة او وزارة تحمل هذه (التسمية) سابقاً في مؤسسات الدولة العراقية منذ عام ١٩٢١ ولغاية التاريخ المذكور.

ونظراً لظروف الحصار الاقتصادي منذ ١٩٩١ لغاية ٢٠٠٣، الظروف الامنية السيئة التي مر بها العراق بعد سقوط النظام السابق، فقد تنامي الفساد الاداري والمالي واشكال الفساد الاخرى إلى مستويات خطيرة . حتى اصبح العراق من ضمن (٣) دول الاكثر فساداً في العالم اضافة إلى ميانمار ونيجيريا. حسب تقارير منظمة الشفافية الدولية لسنوات ٢٠٠٤-٢٠٠٥ - ٢٠٠٦، وهذا تطلب ان

تتحمل هيئة النزاهة مسؤولية ثقيلة في محاربة الفساد بكافة اشكاله، وتولي مسؤولية نشر ثقافة النزاهة والشفافية في المجتمع العراقي. وقام قسم العلاقات العامة والتربية في هيئة النزاهة بنشاطات عديدة في مجال التعريف بالهيئة، وآليات عملها، والتعريف بجهودها في محاربة الفساد بكافة اشكاله ونشر ثقافة النزاهة.

وقامت الباحثة بتقويم علمي لهذه النشاطات، ومن ثم وضع مقترح لستراتيجية علمية للعلاقات العامة لهيئة النزاهة بدأ من تحديد المشكلة وهو نقل رسالة إلى المواطن العراقي بوجود هذه المؤسسة، وآليات عملها، من اجل معرفته بوجود المؤسسة، ومن ثم العمل على كسب ثقته بها، حتى يساهم، ويساعد، ويقدم المعلومات والادلة التي لديه عن مظاهر الفساد في المؤسسة او المحيط الذي يعيش فيه. والخطوة الثانية هي دراسة وتحليل البيئة المحيطة بالهيئة، اذ ان البيئة التي تعمل فيها الهيئة هي معقدة جداً، اذ ان الفساد الاداري والمالي موجوداً على المستويات كافة بدأ من مستوى الوزراء، ووكلاء الوزراء، والمدراء العامين نزولاً إلى ابسط موظف.

كذلك فان الفساد موجود في المؤسسات العراقية - السياسية والاقتصادية والتعليمية والتربوية والاجتماعية والصحية والخدمية بل وحتى المؤسسات الامنية والعسكرية والقضائية. كذلك فان الهيئة لا تعيش في بيئة آمنة مستقرة في ظل الصراعات والازمات المتكررة والمستعمره بين الاحزاب والكتل السياسية، فضلاً عن الدور السلبي والضعيف لبعض وسائل الاعلام العراقية التي تضع في الاعتبار مصلحة ممول القناة او الصحيفة في المقام الاول، على حساب الاعتبارات الوطنية، فلم يكن لوسائل الاعلام العراقية دور في محاربة الفساد عن طريق كشف قضايا الفساد في المؤسسات كافة، وهو ما يفترض ان تقوم به في ظل نظام ديمقراطي، كذلك فان هيئة النزاهة مؤسسة تعتمد في جانب كبير من عملها على الجمهور في حصولها على المعلومات والادلة والبراهين، ومن ثم من المهم كسب ثقة المواطن بالهيئة، وشعوره بالامان اثناء تقديمه المعلومات لهم. بعد فقدان المواطن ثقته بالمؤسسات نتيجة لوجود الفساد الكبير في البلد.

وتم تحديد اهداف الاستراتيجية باعلام المواطن العراقي بوجود المؤسسة وآليات عملها، وكسب ثقة المواطن بالحفاظ على سرية اسمه اثناء تقديمه المعلومات، ونشر ثقافة النزاهة والشفافية في المجتمع العراقي. ومن ثم تحديد الجمهور المستهدف وهم جميع شرائح المجتمع، والخطوة الخامسة هي تحديد وسائل الاتصال وهي استخدام جميع وسائل الاتصال الشخصي والجماعي والخطوة السادسة وهي وضع الخطة اذ اقترحت الباحثة اصدار مجلة اسبوعية او شهرية تتولى نشر اعداد القضايا والشكاوى التي وصلت إلى الهيئة، واعداد القضايا التي تمت إحالتها إلى المحاكم المختصة، فضلاً عن اعداد القضايا التي تم حسمها من قبل المحاكم والتي رفعت من قبل هيئة النزاهة. كذلك نشر

المقالات والتقارير حول المفاهيم المرتبطة بالنزاهة والشفافية.

كما اقترحت الباحثة اقامة برامج حوارية مستمرة عن طريق التعاون مع الفضائيات العراقية والعربية تستضيف فيه رئيس الهيئة او أي مسؤول من الهيئة مع وجود جمهور داخل الاستوديو يطرح الاسئلة والاستفسارات على رئيس الهيئة، كذلك تسلم الاتصالات الهاتفية مباشرة من المشاهدين للرد على اسئلتهم واستفساراتهم من قبل رئيس الهيئة.

فضلا عن عقد ندوات مستمرة للتعريف بالهيئة وآليات عملها، والتعريف باهم نشاطاتها، وانجازاتها على صعيد محاربة الفساد واستثمار يوم النزاهة العالمي في كانون الاول من كل عام لتقديم جوائز وتكريم الموظف المثالي، والاستاذ، والعامل ... الخ من الشرائح المختلفة من قبل شخصيات سياسية مهمة في الدولة لتعزيز ثقافة النزاهة في المجتمع، كذلك اختيار افضل شخصية سياسية (لها دور متميز في محاربة الفساد) واختيار افضل عضو مجلس نواب، وعضو مجلس محافظة، وعضو مجلس بلدي ... الخ. كذلك طلب الدعم من رئيس دولة الوزراء لتكريم الموظفين والمواطنين الذي يبلغون عن الفساد في مؤسساتهم وثبتت صحة معلوماتهم.

والتعاون مع وزارة التربية لتضمين المناهج الدراسية كافة قيم النزاهة والشفافية بأسلوب يقترب من فهم التلميذ والطالب، والاستمرار في نشر وبث الاعلانات الخاصة بهيئة النزاهة، وربط مضمون الاعلانات بالمشاعر الوطنية والدينية والعاطفية. واقامة محاضرات مستمرة وحوارات مباشرة في المدارس والجامعات ودوائر الدولة كافة بالتعاون مع منظمات المجتمع المدني لنشر ثقافة النزاهة والشفافية، ومحاربة الفساد وكيفية المطالبة بحكومة عادلة ونزيهة تخضع للمحاسبة. واصدار دليل سنوي للهيئة، يتضمن انجازات الهيئة طيلة عام كامل، وتوزيعها مجانياً على الصحفيين والاعلاميين، للاستفادة من المعلومات الواردة فيها في كتابة المقالات والتحقيقات وتفعيل موقع الهيئة الالكتروني على شبكة الانترنت، وتحديثها يوميا بالاعخبار والبيانات والمعلومات عن كل ما يخص الفساد في العراق.

الهوامش

- 1- د. هادي نعمان الهيتي، مقدمة في شروط البحث العلمي، محاضرات غير منشورة القيت على طلبة الدكتوراه في المرحلة التحضيرية عام ٢٠٠١-٢٠٠٢، ص ٢٤.
 - 2- ذوقان عبيدات وآخرون، البحث العلمي مفهومه وادواته واساليبه (عمان: دار الفكر للطباعة والنشر، ١٩٩٨) ط٦، ص ١٧٧.
 - 3- د. محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الاعلامية (القاهرة: عالم الكتب، ٢٠٠٠) ص ١٦١.
- * تأسست (مفوضية النزاهة العامة) في ٢٤/٦/٢٠٠٤، ثم غيرت اسمها الى (هيئة النزاهة العامة) في ١٢/٩/٢٠٠٠.

التعرض الانتقائي للمعلومات دراسة في الادبيات

د. إرادة زيدان الجبوري

كلية الاعلام - جامعة بغداد

المقدمة:

منذ اربعينيات القرن المنصرم وحتى يومنا هذا , انشغل الباحثون في مجال الاتصال وعلم الاجتماع وعلم النفس وعلم النفس الاجتماعي وعلم الاجتماع الاعلامي , في دراسة تأثيرات الاتصال وتفسير اسباب فشل الاتصال في الاقناع وفشل الرسائل الاتصالية في تغيير الاتجاهات والمواقف . وغالبا ماكان التعرض الانتقائي selective exposure نقطة غير منفصلة في تفسيراتهم تلك . وقد افتتح تلك البحوث والدراسات باحثون من امثال لازرفيلد وبرلسون وكودييه انطلاقا من محاولة فهم اثر الحملات الانتخابية على الجمهور وكيف تقوى قبل موعد الاقتراع . اذ وجدوا ان المصوتين يعتمدون بشكل اساس على المصادر المولية لمعرفة المرشحين ومن ثم فانهم كانوا يتعرضون لجانب واحد من المصادر باجنداتها الخاصة . لكن باحثين من امثال كلابر وتنسيلي وهابمان حاولوا توسيع الاطار وتناول نقاط اكثر عمومية تتعلق باعلام الحملات ووسائل الاتصال والاتصال الجماهيري بانواعه وقد وصلوا الى ان تلك الرسائل نادرا مايكون لها التأثير المزمع لاسباب عدة منها التعرض الانتقائي (١).

ولقد ادت التطورات الالكترونية في السنوات اللاحقة الى اضعاف دور الاحزاب ودفعت المتنافسين للاعتماد بشكل اكبر على وسائل الاعلام خاصة التلفزيون ومن ثم لم يعد الاتصال بالجمهور محددا بقنوات بعينها مثلما كان الامر مع وسائل الاعلام التقليدية او ما يطلق عليها (old media) . اما في مايخص الجمهور فصار بإمكانه ايضا تجنب المعلومات او التغطيات الخبرية التي توفر جانبا واحدا من التغطية مثلما صار بإمكانه التحول الى قنوات اتصالية توفر له جانبا واحدا من تصورات الاحزاب عن المرشحين المتنافسين او تجنب تلك المصادر او ما يخالفها في التوجهات . وفي نظرية فيستنغر (التنافر المعرفي) كان التعرض الانتقائي فرضية مركزية لوصف ميكانزم التنافر وقواعد

تقليه عند الأشخاص . ويتفق علماء النفس التجريبيون وباحثو الاتصال وبخاصة الباحثين منهم في مجال الاستطلاعات على ان الدراسات الميدانية والمخبرية للاتصال الجماهيري عادة ما تأتي بنتائج مختلفة تماماً في جزء كبير منها بسبب التعرض الانتقائي . (٢)

وعلى الرغم من التراث الامبريقي الهائل في مجال الاتصال وحول التعرض والتعرض الانتقائي في بحوث الاتصال حالياً غير ان ملاحظة الارتباط وتقسيه بين الاتجاهات والتعرض نادراً ما يتم الفصل بينها وبين الميول النفسية للمعلومات السائدة خاصة في دراساتنا الخاصة بالاتصال الجماهيري . وقد يعود هذا ربما الى استخدام المصطلح فيه بصورة مربكة وندرة البحوث الامبريقية في هذا المجال مقارنة بانواع اخرى من البحوث الاتصالية .

لذا فان هذه الورقة تحاول ايضاح المقصود بالتعرض الانتقائي وتتبع الادلة التي قادت الى هذا الاستخدام واستعراض الآراء العلمية المتعلقة بالميل الى المعلومات السائدة او غير السائدة . ان تفحص هذه الادبيات قد يكون مفيداً من اجل الخروج بخلاصة ربما تساعد في التنبيه الى ضرورة تشجيع البحوث الامبريقية ودعمها التي تحاول دراسة تعرض الجمهور للمعلومات وعلاقة الجمهور بوسائل الاتصال الجماهيري وجدوى الحملات الاتصالية التي يتعرض لها العراقيون من مصادر مختلفة السياسية منها خاصة .

اولاً - مفهوم التعرض الانتقائي

يصف التعرض الانتقائي حقيقة ان الناس يختارون رسائل معينة من بين رسائل عدة وهو ما يشكل مفتاح الاهمية في الاتصال الجماهيري مادامت المضامين التي يختارها الناس تؤثر فيهم اكثر من تلك التي يتعرضون اليها جبراً او قسراً . فما المقصود بالتعرض الانتقائي وكيف يستخدم المصطلح عموماً؟

هناك العديد من التعريفات التي تناولت هذا المصطلح يمكن اجمالها في ثلاث:

هو اي انحياز منظم في التركيبة العقلية للجمهور . يستخدم المصطلح هنا لوصف اي انحياز كان في بنية الاتصال الجماهيري ما دام يمكن ربط هذا الانحياز بأي شيء غير معتاد في مضامين الاتصال . لذا فعندما تبث الاذاعة الى جماعة اثنية او عمرية او جماعة ثقافية معينة على سبيل المثال فان وصول المضامين لتلك المجموعة او هذه المجموعة ستكون فرصته اكبر للوصول الى اكبر عدد من الجمهور الذي لن يكون تلقى تلك الرسائل الاتصالية قائماً على عنصر المصادفة . (٣) ومن بين مجموعة افتراضات وضعها بيرلسون وستينر عن السلوك الانساني ، كان الحكم العام الذي توصل اليه يتلخص في القول "يميل الناس لاستقبال الرسائل الاتصالية الملائمة لميولهم ونزعاتهم ... انهم يميلون

لمشاهدة وسماع الرسائل المنسجمة معهم أكثر من تلك الرسائل الحيدانية أو المخالفة لميولهم " . وتتضمن تلك الميول " الدور الجنسي " و " المستوى التعليمي " و " الاهتمامات والانشغالات " و " الوضع الاجتماعي " و " الاتجاهات السياسية " و " الذائقة الجمالية " والطرق التي يتمثل فيها الناس الامور والاشياء . (٤)

وإذا ما تأملنا هذا النوع من التعريفات نجد انها لاتفعل سوى تأكيد انحياز الجمهور لكنها لاتخبر ولا تقدم تفسيراً عن سبب انحياز الجمهور .

وربما أكثر نقطة مثيرة للاهتمام غابت من التعريف السابق تتعلق بامور وقضايا الراي التي تتبلور في شكل انحياز منظم وهو ما ترسمته دراسات عالجت التعرض الانتقائي رأت انه "اتفاق غير عاد حول راي " .

والانتقائية هنا تصف انحياز الجمهور باتجاه الموافقة بشكل غير معتاد مع موقف القائم بالاتصال حول قضية مرتبطة بموضوع الاتصال .

ان ما قام به لازرفيلد والباحثون الذين اعقبوه هو وضع الامر بهذه الطريقة : التعرض دائماً انتقائي وبكلمة او باخرى هناك علاقة ايجابية بين اراء الناس وما يختارون سماعه وقرآته . (٥)

وهناك من قال " ان الناس يعرضون انفسهم معظم الاوقات لانواع من الدعاية يوافقون على ان يكونوا فيها " بينما لخص كلاير الامر بهذه الطريقة "يميل الناس بشكل كبير لتعريض انفسهم الى الاتصال الجماهيري المتوافق مع اتجاهاتهم التي يحملونها " (٦)

لقد توصل عدد غير قليل من الدراسات الى ميل الجمهور للرسائل الاتصالية التي تتوافق بشكل كبير معهم وتكون مشابهة لارائهم وتدعمها . *

ان ما يجمع تلك الدراسات تأكيدها ان جمهور الاتصال عادة مايشارك وبدرجة غير معتادة وجهات نظر القائم بالاتصال غير ان هذه الخلاصات من الاراء لا تأخذ هي الاخرى بنظر الاعتبار سبب الانحياز لكنها تؤكد حقيقة او واقعة التعرض للمعلومات أكثر من كونها فرضية .

وهناك من الدراسات ماقدم التعرض الانتقائي على انه تفضيل المعلومات الداعمة أكثر من المعلومات غير الداعمة . وبهذا الفهم للتعرض الانتقائي يبدو ان ثمة شبه اتفاق على كون الناس يفضلون التعرض للاتصالات التي تتفق واءهم الموجودة اساسا . ينشط الناس لهذا السبب في البحث عن المعلومات التي تدعم اراءهم ويتجنبون المعلومات التي تمثل تحدياً لما يحملونه من اراء او اتجاهات . وهو ما عبر عنه لازرفيلد بالقول " انها اشبه بكونها رغبة لتعزيز وجهة نظر المرء الموجودة اصلاً " (٧)

بعد عقدين من مقولة لازرفيلد تأكد الامر بالقول " على الرغم من ان التعرض الشخصي

الانتقائي المنسجم مع الميول هو عملية واعية ومتعمدة . فانه من الممكن ايضا ان يكون لا واعيا بالمستوى نفسه " (٨)

وفي عام ١٩٨٥ وضع زيلمان وبرايانت في الفصل المتعلق بالتعرض الانتقائي للاتصال من كتابهما الخاص بنسق المثيرات ، فرضيتين اساسيتين :

1- يميل الناس الى التقليل من التعرض للمثيرات السلبية او غير المحببة لديهم.

2- يميل الناس الى زيادة التعرض للمثير الايجابي او المفضل لديهم . (٩)

لقد اكدت عشرات الدراسات حقيقة التعرض الانتقائي للمعلومات المدركة غير ان هناك دراسات اخرى اختبرت التعرض للمعلومات المقدمة في ظروف متحكم بها ، قدمت نتائج مشوشة وليست حاسمة افادت بان التعرض الانتقائي يحدث لكن ضمن ظروف محددة . (١٠)

وهناك من يرى ان الافراد ينشغلون بالتعرض الانتقائي ، عندما تكون هناك معلومة جديدة تضعف تركيبة الافكار والمشاعر الموجودة لديهم فان ما يقومون به هو تجنب التعرض لتلك المعلومات اما اذا كانت متوائمة او منسجمة مع خزيتهم من الافكار والمشاعر فانهم سيسعون للتعرض اليها والبحث عنها . (سننتاول هذا مفصلا عند عرض نظرية فستنغر التناظر المعرفي).

وبهذا الشكل تكون واقعة الانتقائية مفسرة تماما . وهذا يعود كما افادت تلك الدراسات الى ميل الانسان الايجابي للرسائل الاتصالية المريحة له .

ومن اللافت للنظر انه وفي كل ما تقدم من دراسات وتجارب لم تكن هناك تساؤلات من قبيل ماذا لو تعرض المرء لمعلومات تقدم اليه اول مرة ولا يحمل اية افكار او انطباعات مسبقة عنها ؟

ثانيا - الميل نحو المعلومات الداعمة supportive information

تجنب المعلومات غير الداعمة non supportive information

انطلقت بحوث عدة من تساؤل حاولت الاجابة عنه هو : على افتراض ان شخصا اعطي الخيار بين الحصول على معلومات داعمة و اخرى غير داعمة فهل سيفضل التعرض للخيار الاول وما يشابهه ؟ وقد كان الباحثون يقومون بقياس اراء المبحوثين بقضايا معينة ومن ثم تحديد اي من الاتصالات والرسائل المتعددة حول هذه القضية يفضلون سماعها او القراءة عنها ؟ وقد تباينت الاراء المقدمة بين اراء لها اسس قوية وصارمة كالميول السياسية واخرى اقل صرامة كتتشئة الاطفال وثالثة يتم تبنيها من الاختبار او التجربة نفسها . وعادة ماكان الاتصال يجري عبر تقديم رسائل اتصالية مكتوبة لها علاقة بميولهم وتتواصل مع ارائهم حول القضية . وكان الخيار بين تقديم تلك المعلومات شفويا او تزويد المشاركين بالتجربة بها بشكل مباشر . وكان المقياس المعتمد في كل

الحالات هو قياس الاهتمام بالمعلومات الداعمة أو الساندة وارتباطها بالمعلومات غير الداعمة أو الساندة . ويمكن تحديد المعلومات الداعمة ببساطة حالما يتخذ القائم بالاتصال الموقف العام الذي يتخذه الشخص وتكون المعلومات غير داعمة عندما يتخذ المتصل أو القائم بالاتصال الموقف المضاد أو المعاكس . (١١) وهو ما اكدته دراسات عدة صممت بحيث يطلب من الاشخاص اتخاذ قرار حول موضوع ما بعدها تقدم اليهم معلومات يختارون من بينها فكانت النتائج في العموم تؤثر قيام الاشخاص باختيار المعلومات التي تتسق وقراراتهم التي اتخذوها .

ففي دراسة مبكرة لهذا الجانب عرض على شخص ، اشترى سيارة ، ثمانية طوابع كانت تحمل علامات تجارية للسيارات وقد طرح عليه سؤال عن اكثر انواع السيارات التي يحب الاطلاع على معلومات عنها من بين العلامات التجارية المعروضة في الطوابع ، فكانت النتيجة ان ٨٠% من المشاركين في التجربة اختاروا الطابع الذي يروج لسياراتهم الخاصة اي ما يدعم قراراتهم بشراء تلك السيارات على العكس من انواع السيارات الاخرى . (١٢)

وقد وجدت دراسة اجريت حول الطلبة العرب ميلادى الطلبة للاستماع للمحطات الاذاعية وقراءة الصحف التي تعبر عن وجهات نظر اتجاه الوحدة العربية متسقة مع توجهاتهم الخاصة التي يحملونها عن الموضوع . وكشفت دراسة اخرى عن ان الطالبات في جامعة ميرلاند اللاتي اخترن الاستماع الى خطاب جونسن عن السياسة الخارجية كن بوضوح من اللواتي يفضلن سياسة الرئيس في فيتنام ، اكثر من الطالبات اللواتي لم يستمعن للخطاب . (١٣)

وقد كانت النتيجة مماثلة عام ١٩٨٢ عندما قام باحثان باعطاء مواطني ولاية اوهايو الامريكية كراسات عن مرشحين متنافسين وطلب اليهم الاختيار ، ومع الاخذ بنظر الاعتبار الاشخاص الذين اختاروا كراسات موالية او حزبية ، كان ٥٨% من المستجيبين قد اختاروا كراسات عن مرشح يفضلونه . (١٤)

وعلى الرغم من اختلاف الدراسات والفترات الزمنية التي اجريت فيها يمكن تبين وجود اسباب جذب خاصة لأحد الخيارين المقدمين . لكن الباحثين ديفيد وسيرز في دراستهما عن التعرض الانتقائي يؤشران اختبارا كانت النتيجة فيه ملتبسة ومحيرة . اذ عرضا على مجموعة من الامهات لديهن اولاد وبنات كبار لاختيار احد خطابين من اجل القائه فيما بعد في جامعة محلية . وكان احد الخطابين يدعم نظرية الوراثة والعوامل الوراثية في تطور الاطفال بينما يدعم الخطاب الاخر دور عوامل البيئة والمحيط في تطور الطفل . يقول الباحثان انه ولسوء الحظ كانت ٩٤% من الامهات اخترن الخطاب الداعم لدور البيئة والمحيط في نمو الاطفال وكان عدد اللواتي تحدثن عن العامل الوراثي في التجربة قليلا حتى انه لم يؤخذ بنظر الاعتبار في التحليل بالرغم من انه يعبر عن رايهن الشخصي . ويفسر

الباحثان هذا من منطلق ان الحديث عن دور البيئة في تشكيل السلوك يبدو اكثر فائدة واثارة للاهتمام بغض النظر ان كان المرء يتفق معه او يختلف كما ان المعلومات المتعلقة بكيفية تشكل البيئة للسلوك تبدو اكثر فائدة للامهات اللواتي لديهن اطفال يافعون بينما المعلومات التي تتحدث عن اثر العامل الوراثي في تشكيل الانسان ربما ليست بتوقيتها الصحيح تماما . ويرى الباحثان انه بغياب الاشخاص الذين يدعمون نظرية العوامل الوراثية ليس من الممكن تتبع ان كان الميل او الحديث الذي يحيل الى اثر البيئة قد حدث بسبب ما يتمتع به الموضوع من جاذبية ام لانه يدعم المعلومات التي تحملها الامهات . ومن بين الكم الهائل من الدراسات الامبريقية التي حاولت قياس التقصير من عدمه للمعلومات الداعمة , كانت هناك دراسة لم تخرج بنتيجة واضحة لكن الباحثين حاولوا ايجاد تفسيرات لها , فقد عرض على مجموعة من الأشخاص مقالان تتحدث احدهما عن التدخين بوصفه سببا رئيسا لسرطان الرئة مع عرض ادلة على ذلك , بينما قدمت الثانية ادلة تفند ما قدمته الاولى وتؤكد عدم وجود علاقة او رابط بين التدخين وسرطان الرئة . وقد وجد الباحثان ان المدخنين و غير المدخنين ليس لديهم أي موقف واضح عن المقالين . وقد عزا الباحثون نتيجة هذه الدراسة ومن تحليل نتائج دراسات امبريقية مشابهة ان الناس عندما يتعرضون لرسائل اتصالية فانهم لا يتخلون عن ما يحملونه من اراء وان مواقفهم و اراءهم ليست غائبة لكن العملية تجري باتجاه تقييم المعلومات اكثر من التعرض اليها . (١٥)

ثالثا - التنافر المعرفي والتعرض الانتقائي

قبل ان يتم وضع التعرض الانتقائي باطار نظرية , نشر فيستنغر عام ١٩٥٧ كتابه "نظرية التنافر المعرفي" شرح فيه نظريته التي تفترض ان كل الكائنات البشرية تتبع نوعا من الانسجام والثبات في فكرها . وعلى وفق هذه النظرية فان وجود التنافر يكون غير مريح نفسيا يدفع الشخص الى محاولة تقليبه وتحقيق التوافق أو الانسجام . وعندما يكون التنافر حاضرا ينشط الشخص لتجنب الاوضاع والمعلومات التي من شأنها ازالة التنافر , فضلا عن محاولة تقليبه .

وتشرح نظرية فيستنغر التي تعد جذرا من جذور التعرض الانتقائي , جهود الناس لتقليل التنافر حول شيء مصاد لمعتقداتهم . وفي نظريته يقترح فيستنغر طرق تقليل التنافر . فقد يغير المرء عنصر الادراك السلوكي او يغير عنصر الادراك المحيط لتقليل التنافر . ويرى فيستنغر ان تغيير المحيط والسلوك لايساعد احيانا في التقليل من التنافر لذا فقد اقترح عنصرا ادراكيا جديدا يتعلق بالبحث عن المعلومات . فاذا لم يتمكن الناس من تقليل التنافر فربما يبحثون عن معلومات جديدة يمكن ان تتسجم ومعتقداتهم واتجاهاتهم , لذلك فان الناس يبحثون بنشاط عن معلومات جديدة من شأنها تقليل التنافر ويتجنبون المعلومات التي تزيد من التنافر . ان هذا التفسير لتقليل التنافر يشابه التعرض

الانتقائي . ومن هنا فإنه حتى في حالة عدم وجود تفضيل عام بطريقة أو بأخرى للوسائل الاتصالية لا بد ان تكون هناك اوضاع يميل على وفقها المرء للمعلومات الداعمة وربما اكثر المظاهر صلابة حول ماهية تلك الاوضاع موجودة في سياق التناظر المعرفي . وبعبارة اخرى فإن التناظر يقلل او يتم تجنبه في ضوء الانتقائية في المعلومات التي يبحث عنها المرء . وتزداد تلك الانتقائية باتباع قرار او التزام حول القيام بشيء ما . كما تفترض هذه النظرية ان الانتقائية تزداد في حالة تعرض غير طوعي لمعلومات غير داعمة . وقد اجريت عدة دراسات لاختبار هذه الفروض بنيت على اساس مقارنة بين وضع تناظر عال ووضع تناظر واطيء .

وقد اضيفت فرضية اخرى انطلاقا من هذه النظرية تتعلق بالارتباط العكسي بين " الانتقائية " و مقدار الثقة التي يحملها المرء حول ارائه الشخصية . اي انه كلما ازدادت ثقة المرء بما يحمله من اراء انخفض عنصر الانتقائية في تعرضه للمعلومات المتعلقة بالموضوع . (١٦)

رابعاً - التعرض للمعلومات

تجد بعض الدراسات ان تفسير التعرض الانتقائي غالبا ما ينتهي بوصف او تأثير حقيقة التعرض لذا فإنه من المحتمل فهم التعرض بشكل عام وهو ما قد يساعد في الاجابة عن لماذا تحدث الانتقائية ؟ . ومن هذا المنطلق حاولوا تحديد العوامل التي تؤثر في التعرض للمعلومات . وهناك عوامل عدة ربما من ابرزها التعليم والمنفعة التي تقدمها المعلومات .

- المستوى التعليمي

تعد الاختلافات والاستعدادات الشخصية - التي تعد نظريا منفصلة عن التفضيلات المالية او المتحيزة - واحدة من العوامل . وقد اصبح من الواضح ان اكثر المؤشرات المعروفة عن التعرض لوسائل الاتصال الجماهيري المتعلقة بالشان العام هي عامل التعليم ومستوى التعليم . وعادة ما يشار الى دراسة اجريت ميكرا حول هذا الموضوع اشرت هذا العامل ألا وهي دراسة ستار وهيز التي اشارت الى ان ٦٨ % من الحاصلين على تعليم جامعي تعرضوا الحملة الامم المتحدة التعريفية في الاقل في ثلاث وسائل اتصال بينما كانت نسبة الحاصلين على تعليم متوسط اي قبل الجامعي هي ١٧ % فقط . وقد تكرر اجراء مثل هذه الدراسات المسحية على فترات مختلفة وحول احداث عامة مختلفة وكانت النتائج لاتكاد تؤشر اختلافا واسعا ، بعضها عن البعض الاخر فيما يتعلق بتعرض اصحاب التعليم المتقدم طوعيا ولاكثر من وسيلة اتصال ولعدة مرات مقارنة بالاشخاص اصحاب التحصيل الدراسي المحدود او المنخفض . * (١٧)

- المنفعة التي تقدمها المعلومات

تعد المنفعة التي تقدمها المعلومات والحاجة إليها عاملا آخر يكاد ان يكون عاملا اساسيا في الميل للتعرض . فمن الواضح ان تنوع المعلومات بشكل كبير لتقديم خدمات من نوع ما تكون ذات فائدة ولاغراض عملية تشجع الناس على التعرض اليها . ويبدو انه كلما كانت فائدة المعلومات المدركة كبيرة كانت رغبة الشخص للتعرض للمعلومات كبيرة . وقد كان هذا واضحا في الكثير من الدراسات الامبريقية خلال العقود المنصرمة . ففي احدى الدراسات التي كانت تدور حول البرامج التلفزيونية الخاصة بطلبة المدارس ابدى الطلبة الخاضعون للدراسة اهتماما اكبر بالبرامج التي تناولت مناقشة مواد دراسية كان الطلبة على وشك تقديم امتحاناتهم فيها فيما لم يكن الامر بتلك الدرجة من الاهمية لموضوعات وبرامج ليست ضمن مقرراتهم الدراسية . (١٨)

وفي دراسة اجراها لينغر عام ١٩٩٠ وجد الباحث ان تذكر التقارير الاخبارية المتعلقة بالضمان الاجتماعي والتفرقة العنصرية كانت مرتفعة بين الجمهور من كبار السن والاقليات . وتوصل الباحث الى ان الناس الذين يتاثرون بشكل ما بسياسات الحقوق المدنية والضمان الاجتماعي كانوا اكثر انتباها للقصص الخبرية حول هذه القضايا . (١٩)

وفي عام ٢٠٠٠ قدم بيرنز وآخرون نتائج مشابهة حول النوع الاجتماعي (الجنس) والمعلومات حول قضايا المرأة . فقد افادت النتائج ان النساء يتعرضن اكثر من الرجال لهذا النوع من المعلومات . ومرة اخرى بني هذا التحليل على استدلال بان اولئك الذين يتذكرون المعلومات لابد وان يكونوا قد اختاروا تعرضا كبيرا لها وهو ما اظهره هولبرك وآخرون عام ٢٠٠٥ عن طريق دراساتهم الامبريقية المتعددة التي اوصلتهم الى خلاصات تؤكد ان ما يجعل الناس يتذكرون المعلومات حول قضايا معينة بشكل افضل هو اهمية تلك القضايا وكونها تمسهم بشكل ما . (٢٠)

يتبين من تلك التجارب ومن كل ماكتب انه كلما كانت المعلومات ذات فائدة مباشرة للناس فأنها تكون مفضلة بشكل اكبر مقارنة بتلك التي اقل منها درجة في الفائدة بغض النظر عما اذا كانت تدعم او لاتدعم من قرار الشخص او ارائه الشخصية .

خلاصة

من الاطلاع على الادبيات التي تناولت الدراسات الامبريقية التي تناولت التعرض الانتقائي نستخلص انه يصف حقيقة ان الناس يختارون رسائل معينة من بين العديد من رسائل الاتصال . وقد قامت نظرية التعرض الانتقائي على فرضية تفضيل الناس التعرض للمعلومات التي تدعم مواقفهم اكثر من تلك التي تشكل تهديدا لزعزعتها .

وقد ناقش الباحثون في مجال الاتصال هذه النظرية على مدى عقود عدة وافادت معظم نتائج تلك الدراسات الى حقيقة تعرض جمهور وسائل الاتصال انتقائيا للمعلومات وميلهم العاطفي لوجهات النظر المنسجمة مع ما يحملونه من اراء حول الاشياء او الاحداث وهو ما يجعلهم يسعون للبحث عن معلومات تجعلهم في حالة توازن ورضا وتجنب تلك التي تربك استقرارهم الداخلي الناتج عن ما يحملونه من اراء او وجهات نظر حول امر ما . وتصف نظرية التناظر المعرفي التي تعد احد جذور التعرض الانتقائي الظروف والاضاع النفسية التي يمر بها الشخص اثناء تعرضه لمعلومات تتحدى ما موجود لديه والخطوات او الاجراءات التي يتخذها الشخص لمجابهة التهديد المحتمل لتلك المعلومات .

ومن استعراض نتائج الدراسات الامبريقية التي تناولت التعرض الانتقائي يمكن القول ان الدراسات سلكت طريقين في دراسة التعرض للمعلومات: الاول هو الانتقائية التي تؤسس بناء على تلميحات المصدر وتفضيل الناس له من عدمه . اما الشكل الثاني للانتقائية فيتعلق بمضامين الرسالة الاتصالية ومقدار ما توفره للجمهور من معلومات حول قضايا يهتمون بها بغض النظر عن تفضيلهم للمصدر من عدمه .

الهوامش

- 1- Theodor Peterson , The Mass Media : Role Of The Press In Roem Michris tenson and Robert O.Mewilliams , Voice Of the Pepole : Reading in Public Opinon and Propaganda , 2nd ed .New York : McGrow -Hill Book company , 1967 , pp 152- 155
- 2- Denis Mcqnail and Sven Windahle , Communication Models For the study of Mass Communication ,New York , Longman - 1984 , p.6 .
- 3- D.Popageorigis and W.J.Mcguire , " The Generality of Immunity To Persuasion Produced by Pre-exposure to weekend counterarguments " , journal of Abnormal and Social psychology ,vol. 62 ,1961 , pp 475-481 .
- 4- Theodor Peterson ,Op.cit.p160
- 5-Robert A.Stewart ,Graham E.Powell and Jane Chetwyand , Person Perception and Sterotyping , London : Saxon House ,1979 ,p.12.
- 6- http://en.wikipedia.org/wiki/Selective_exposure_theory
- 7- Robert A.Stewart ,Graham E.Powell and Jane Chetwyand , Op.cit.p.26.
- 8- D.Popageorigis and W.J.Mcguire , Op.cit , p.479.
- 9- http://en.wikipedia.org/wiki/Selective_exposure_theory
- 10- <http://communication.stanford.edu/faculty/Krosnick/docs/Iyengar%20Selective%20Exposure.pdf>
- 11- Theodor Peterson ,Op.cit.p162
- 12- J.L.Freedmanand D.O.Sears , ' Voters Preferences among Types Of Information ' ,American Psychologist , Vol ,18 , 1963 , p.375(abstract)
- 13 - James C.Mccroskey and Samuel V.O, Lyndon B.Johnson 's 1966 " Adress Of The State "
- 14- [ttp://www.comm.ohio-sate.edu/People/Faculty/KnoblochWesterwick/SelectiveExposuretoMedia.aspx](http://www.comm.ohio-state.edu/People/Faculty/KnoblochWesterwick/SelectiveExposuretoMedia.aspx)
- 15- J.L.Freedmanand D.O.Sears , Op.cit
- 16- http://en.wikipedia.org/wiki/Selective_exposure_theory
- 17- Denis Mcqnail and Sven Windahle , Op.cit.p47.
- 18- D.Popageorigis and W.J.Mcguire , Op.cit.p479.
- 19 [tp://communication.stanford.edu/faculty/Krosnick/docs/Iyengar%20Selective%20Exposure.pdf](http://communication.stanford.edu/faculty/Krosnick/docs/Iyengar%20Selective%20Exposure.pdf)11
- 20 - Op.cit

الأنثى رمزاً صوفياً

د. لؤي شهاب محمود

مركز الدراسات الفلسطينية / جامعة بغداد

المقدمة :

حاولنا في هذا البحث المتواضع أن نتحرى (الرمز الأنثوي لدى المتصوفة) ، ثم دلالاته لدى بعض الشعراء المعاصرين الذين اخترنا منهم : شاعرا من العراق هو (محمد جميل شلش) ، وشاعرا من سوريا هو (عبد القادر الحصري) ، وثالثا من فلسطين هو : (محمود درويش) . وقد ارتأينا ابتغاء السيطره على البحث أن نقسمه الى فصلين : تناولنا في الفصل الاول : (الأبعاد الأسطورية للرمز الأنثوي) في عدد من أساطير الشعوب القديمة، وفي التراث الصوفي الاسلامي . أما الفصل الثاني فقد جاء على ثلاثة مباحث : في المبحث الاول كانت (الحمامة رمزا للأنثى) ، وفي المبحث الثاني تجلت (الأنثى في رمز الطفولة) ، طفولة الكون وطفولة الانسان ، وفي المبحث الثالث تجلّى (رمز الأنثى في فلسطين). عسى أن يكون هذا البحث المتواضع قد غطى جزءا من هذا الموضوع الفلسفي الشائك .

الفصل الأول : اسطورة الرمز الأنثوي :

للأنثى _ رمزا فنيا صوفيا _ بُعد اسطوري في عمق حضارات الشعوب القديمة . فقد ترك لنا العصر الحجري تماثيل من الحجر او العظام ، لنساء بولغ في تضخيم اعضائهن الانثوية، في حين كان الوجه خلوا من أي ملامح ، وقد سميت هذه بـ (فينوسات لوسبيل). (١) كما جاء في (التوراة) : ان بداية البشرية كانت بسبب العلاقة الجنسية المخصبة بين الأرض والسماء . وقد أكد هذه الاسطورة الفكر اليوناني "حين رأى ان (جاءا) _ الأرض أخصبت من (اورانوس) - السماء " . (٢) ولم يغفل السومريون ما تحمله المرأة من خصائل ، أهلتها لأن تصبح (الهة) تستحق العبادة

والتبجيل عن طريق أداء طقوس الزواج ، وبضمنها: ترائيل يؤديها الزوج ، ولذلك " اتسمت علاقته بنوع من القدسية والجلال " . (٣) هذا فضلاً عن أن الديانة السومرية عدت مأساة عشتروت (الهة الحب والجمال) في تموز ، أول مأساة في الحب الإلهي ، وكانت الأكثر " تسميه في بلاد بابل وآشور " . (٤) وقد بات من المعقول أن تخصص المرأة بعملية النسل " أوحى للإنسان بكون مجتمع الإلهة كالمجتمع البشري ... من حيث التوالد والتناسل " (٥) ، ولهذا اعتقد أن ثمة زواجا اسطوريا ، مرة كل شهر ، لالهين قائمين بنفسيهما ، هما : (القمر و الشمس) (٦) ، وكانت (الزهرة) ثمرة ذلك الزواج . (٧) فـ (الشمس و القمر) رمزان للذكورة والانوثة ، و (الزهرة) هي الهة (الحب والجمال) لدى العرب ، وقد ذكر اسمها في النصوص العربية الجنوبية (عشتر) المرادفة لـ (فينوس) لدى اليونان ، وقد صوروها ونحتوها بأزياء ومواقف كثيرة ، تمت كلها إلى (الاعراض والآثار الجنسية) (٨) . أما (الشمس) فقد كانت الهة معروفة في الجزيرة العربية ، وقد رمز لها بـ (صنم) ، وكانت "من الإلهة المعبودة لدى بقية الساميين" (٩) ، ويذكر باحث معاصر : ان مقدمات (الطلل الغزلية) لدى الشعراء الجاهليين تشير إلى : ان المرأة هي : (الشمس) ، وان (الطلل) هو رمز لما تخلفه رحلة الشمس من خصب ونماء ، وان (الامل) قائم في عودتها بعد نزوحها (١٠) . فكما أن الشمس سبب خصب الأرض ، كذلك فإن المرأة سبب خصب الحياة ، وتواصل التناسل والتكاثر .

ولاشك في أن الصوفية قد أفادوا من كل ذلك التراث الاسطوري ، ولذلك احتقوا بـ (الأنثى) ، فثمة (الرمز الانثوي) لامهات الكتب الثلاث : (المسطور ، والمرفوع ، والمجهول المكنون) . و (المرأة) رمز التجلي الإلهي ، " لا يشاهد مجرداً عن المواد أبداً ، لأنه بالذات غني عن العالمين ، فإذا كان الامر من هذا الوجه ممتنعاً ، ولم يكن الشهود الا في مادة ، فشهود الحق في النساء اعظم الشهود واكملها " (١١) .

ويعلق (الكاشاني) في شرحه لـ (فصوص الحكم) بأن (المرأة) صورته النفس ، والرجل صورة الروح ، فكما " أن النفس جزء من الروح ، فان التعيين النفسي احد التعينات الداخلة تحت التعيين الاول الروحي الذي هو (آدم) الحقيقي ، وتنزل من تنزلاته ، فـ (المرأة) في الحقيقة جزء من الرجل ، وكل جزء دلالة على اصله ، و (المرأة) دلالة الرجل ، والدلالة مقدمة على المدلول " (١٢) . كما أهاب الصوفية بـ (المرأة) رمزا فعلا تعود له ملكية الانسان ، لانها هي التي ارضعته ، ونشأ في بطنها ، وتغذى بدمها ، ولذلك " فهو لابيه ابن فراش ، وهو ابن لامه حقيقة " (١٤) .

ولاشك في أن تجارب : (ليلي - قيس) ، و (بثينة - جميل) ، و (عزة - كثير) ، و (نعم ، عمر) ، كانت شاخصه في ذاكرة الشعراء الصوفية ، فقد أسقطوها على تجاربهم الروحية ، ولوحوا عن طريقها إلى

تجليات الهية اغترفوا من جمالها ، وشقوا وسط عذابات الشوق اليها منازل مفعمات بالتطلع ، حافلات بالرياضات الشاقة ، فمن أمثلة ذلك قول ابي سعيد الخراز (ت : ٢٧٩هـ) : (١٥)

أسألكم عنها فهل من مُخَبِّرٍ فمالي بـ (نُعْم) مذ نأت دارُها علُمُ
فلو كنتُ أدري أين خيم أهلها وأي بلاد الله _ اذ ظعنوا _ أموا
اذا لسلكننا مسلك الريح خلفها ولوأ صبحت نُعَمُّ ومن دونها النجمُ

وقد رمز بـ (نعم) ، والرحله اليها ، الى التعلق بالله ، وعدم التسلي عن حبه بأي شئ من مغريات الدارين ، ومما ينسب الى ابي بكر الشبلي ، وقد رمز بـ (ليلي) الى الحق ، في قوله :

فمن كان - في طول الهوى - ذاق سلوة فاني من ليلي لها غير ذائق
وأكبر شئ نلتُهُ من وصالها أمانِي لم تصدُق كلمحةً بارق

يشير بذلك الى مكابذته الحب الالهي الذي لم يدع له عزاء ، ولم يجن على طريقه من الاماني التي كان ينشدها ، سوى لحظات الوجد التي كانت تمر كلمحات البرق الخاطف ، وتلك هي حال العاشق الصوفي ، كلما بالغ في ترويض النفس ، وكبح الجراح ، وايتار الشظف ، أحس بالمزيد الى المعاناة ، والتظهير ، والحرمان ، ومثل ذلك قول ابن الفارض (ت : ٦٣٢هـ) :

أوميض برق بالابريق لاحا أم في ربى نجد أرى مصباحا
أم تلك (ليلي) العامرية اسفرت ليلا فصيرت المساء صباحا

فقد رمز بـ (ليلي) الى الذات الالهية ، واهتدى بالمحسوس من المتعينات (البرق ، الابريق ، ربي نجد ، المصباح) الى اللامحسوس ، وهو (الفيض الرباني) الذي غمر الشاعر نفسه بالجلال ، وأفاض عليه بدفق النور الساحر ، ولدى ابن الفارض نفسه نظير برمز (ليلي) آخر عن الذات الالهية القدسية في ميميته التي مطلعها :

هل نار ليلي بدت ليلا بذى سلم أم بارق لاح في الزوراء فالعلم

وهي كسابقتها - ديباجة موروثة ، أسقط عليها الشاعر باطنه العرفاني ، فوسمها بهذه الروحانية الرقيقة .

كما تطالعنا (سلمي) و(ليلي) رمزين عن الذات الربانية في عينية ابن الفارض التي يقول في مطلعها :

أبريق بدا من جانب الغور لامع أم ارتفعت عن وجه ليلي البراقعُ
أنارُ الغضاضات وسلمى بذى أم ابتسمت عما حكته المدامع ؟

ان الاسلوبية الموروثة هنا تتحول على وفق المفاهيم العرفانية الى رموز خاصة ، وماتعدد اسماء الحبيبة بين (ليلي) و(سلمي) الا وجه آخر لتعدد أسماء الله الحسنى ، التي يتلذذ الصوفي بترديدها

الفصل الثاني :

المبحث الاول: الأثنى حمامة :

لدى الشاعر (محمد جميل شلش) ، تأخذ الرؤى الصوفية شكل مواجيد يبينها الشاعر _العاشق_ في نسيج المتن . كلما أسعفه الوعي الباطن، وأننا لنظفر بتلك الاشراقات في ديوانه (عن الحمامة واخوانها) ، وفي قصيدته (الحمامة) بخاصة ، التي استغرقت خمسة وخمسين مقطعاً بدأت بقص عن (الحلم) : (١٩)

كرؤى حلم عذب

هبطت من ملكوت سماء أخرى

وانتهت عند نافذة الحلم: (٢٠)

كنت أرى كارين

من نافذة الحلم

عروسا دون نقاب

وحمامة (بيكاسو) التي تذكر في المقطع الاول ، هي رمز الى الروح الانسانية التي ترتع في خمائل المعرفة . وقد نزلت من كينونتها الاولى ، وتقيدت بالمحسوسات والجسوم المادية ، يقول الشاعر :

كرؤى حلم عذب

هبطت من ملكوت سماء أخرى

اقتربت من مائدتي ... ابتسمت

همست نصف صباح الخير

همست: صباح الفل ، حمامة بيكاسو

قالت: كارين أنا

لكن: من أنت ؟

أجبت: أنا بحار

يقلع ضد التيار

ويبحث في ملكوت الغربة

عن آخر مرفأ حب

يعشقه ويموت

تلك إنَّ روح الشاعر / العاشق (الصوفي) الذي استغرقه العشق الكوني ، وضاق بالكون المظلم الذي افتقد عذريته ، فتطلع الى الملاذ الاخير .

ان حمامة الشاعر ، وهي تبتسم ، وتحيي بنصف صباح الخير ، هي صورة أخرى لـ (حمامة) (محيي الدين بن عربي) الساجعة: (٢١)

هفت الورق بالرياض ونامت شجو هذا الحمام مما شجاني

وهي سبب ما ألم بالشاعر من شجن وحنين ، وقبله أشار (ابن سينا) في عينيته الى النفس البشرية التي هبطت من عليائها ، وحلت في الجسد ، ثم هامت وحنّت الى مأواها الاول (٢٣). فورقاء ابن سينا هي: (حمامة ابن عربي)، وهي (حمامة بيكاسو - ثلث). فقد أهاب الصوفية - بمن فيهم الاشرافيون - بالحمامه والناقه (٢٤)، رموزاً للأنثى ، والتي شكل جوهرها لديهم مغزى غنوصيا ، هو في حقيقته تجل لذات العلو ، وهوما اسقطه الشاعر على الواقع العربي الاسود ، ومن هنا كان حلمه الصوفي الذي شكل قوسين أحاطا بالعالم ، ومافيه من أجسام مادية، ورفائق روحية ، ثم كان وجده الذي ارتفع به الى ملكوت آخر ، فذاق مع المحبوب " التبع الممزوج بعطر الشرق " (٢٥) ، واستغرقته " خمرة موسيقى الروح " الى جانب " فاكهة الجسد - الموت " (٢٦). في اشارته الى تناظر الجمال الفيزيائي ، والجمال الروحي ، وتوالج الشهواني بالمثالي ، وهو ما تلمسنا له نظيراً لدى (ابن عربي) ، مشيرين الى مذهب اليه أحد المستشرقين ، وهو ان الاساس " في هذه الحيلة اللطيفة الغامضة الادبية التي تستخدم الالفاظ الشهوانية الدينيّة للتحليل والتعبير عن الفيوضات الروحية للحب الالهي ، يرجع الى المسيحية والافلاطونية المحدثة في آن واحد ، لانها ناشئة وصادرة عن (نشيد الانشاد) ، مفهومها على اساس تفسير المفسرين الرمزي في عصر آباء الكنيسة _ الذين رأوا ان الله هو المثل الاعلى ، والينبوع للجمال المطلق ، وديونيسيوس الاريفواغي الذي فيه تتمترج الافلاطونية المحدثة مع اللاهوت المسيحي ، يتحدث عن اناشيد شهوانية منسوبة الى (هيوروتيسوس) ، وخلال العصور الوسطى كلها كتبت الصوفية ... رسائل في الحب عدة متصلة على اساس الحب الديني الذي أحس به الملك (سليمان) لـ (شولميت) الجميلة ، وفيها تستخدم العبارات الشهوانية الشائكة ، والصور الحسية ... " (٢٨).

ولذلك يقول الشاعر :

صافحتها / ضممتها / عانقتها / لثغت في لهجتها

فبين يدي المحبوب كما يرى : (٣٠)

تصير الرغبة لحظة صحو

وكمال الرغبة لحظة محو

ويصير الحب موأجد صوفيين
وهكذا يعول هذا النسق الشعري المرموز على الجوهر الانثوي ، مضايفاً بين العذرية
والشهوانية.
وفي قصيدة (رسالة من حمامة) (٣١)، والتي تبدو وكأنها المقطع الأخير لقصيدة (الحمامة)،
تفتش الحمامة (=الروح الانسانية الحائرة) - وقد صارت رمزا لكل الحمام _ "وربما أنا الحمام كله
(٣٢) يذرع العالم :
بحنا عن المحبة ، والعش الامين
في ظلال الحب والســــــــلام (٣٣)
وتتطلع الى معرفة ذوقيه يلقيها الله في القلب ، فتكشف عن جوهر العالم ، وتضيء ما حولها
، تمهيدا لعودتها الى برجها الاول .
وفي قصيدة (في هيكل الابداع) يتخذ الشاعر من الفنانة التونسية (حياة بو طيبة) رمزا للأنثى ،
يحنفي بها الشاعر (=الصوفي) احتفاء خاصا ، يقول الشاعر : (٣٤)
انامل شمعية سمة
وأمرأة يعبق لون البحر في عيونها
وتعبق الفرحة
وشاعر مغامر في عالم الزرقة والمجهول
بين امتداد البحر في العينين... والذهول
كان بلا أشعره يبحر من قرطاج
ولكن الشاعر المغامر المولع بالترحال والتجارب يستقر الآن في المرسى ، بديلا عن الكون ،
فهو محرابه ، وهو هيكل روحه القلقة : (٣٥)
في هيكل الابداع والألق
وعالــــــــم الأرق
والسحر والقــــــــلق
كنت أصلي غارقا في النور
أصغي بلا سمع لموسيقى الهية
وكان مآل ذلك التبتل التوحد بالمعشوق : (٣٦)
توحد الشاعر في رسمها
بالعاشق المفتون والصوفي والمريد

وفي قصيدة (ماء الياقوت) التي تبدأ بقوله: (٤٤)

ذات صبـــــــــاح

في صحن الديـــــــــر

بينما كانت راهبة تعقد زنار الفجر على عطفها

والناس نيام

يهيب الشاعر مرة أخرى بـ (المبدأ الأول للخلق) * ، فالطفل الذي رأتته الراهبة " على حافة قلبي يعقد ويدلي ساقيه " (٤٥) . هو رمز لطفولة الكون ، (=طفولة الشاعر الصوفي) . كما انه في فقرة من النص ينعطف نحو :

"أنسه مثل النسمة" هي الآن (تغريد) : (٤٦)

دائرة (تغريد) في الجبهه اليمنى

وعلى الجبهه اليسرى قلبـــــــــي

لكن الخيط المتوتر كان يشد الطفل

وكان الطفل يشد الخيـــــــــط

ولا تخفى العلاقة - على وفق المذهب الغنوصي - بين الطفل ، (اول مبدأ الخلق) ، وبين الأنثى ، فالمرأه - كما يقول الكاشاني - " صورة النفس ، والرجل صورة الروح ، فكما أن النفس جزء من الروح ، فان التعيين النفسي أحد التعينات الداخلة تحت التعيين الاول الروحي الذي هو (آدم) الحقيقي ، فالمرأه في الحقيقة جزء من الكل ، وكل جزء دلالة على اصله ، فالمرأة دلالة على الرجل ، والدلالة مقدمه على المدلول " (٤٧) .

المبحث الثالث : الأنثى : الوطن (الأرض) :

ويتخذ (محمود درويش) من (فلسطين) حبيبته له ، اذ يسعى الى الاتحاد بها ، اتحاد العاشق بالمعشوق ، اذ تتحقق وحدة الشاعر ، والحبيبه ، والأرض ، والآلام ، وهاهو يجعل من محبوبته الأصل ، ويجعل من نفسه الفرع : (٤٨)

طفولتي تأخذ في كفـــــــــها

زينتها من كل شـــــــــئ...ول

تنمو مع الريح سوى الذاكـــــــــرة

ثم يتكرر المقطع بتعبير آخر : (٤٩)

طفولتي تأخذ في كفـــــــــها

زينتها في أي يوم... ولا

تنمو مع الريح سوى الذاكرة

و الشاعر هنا ، يعدل في ميزان العلاقة القائمة بين الأنثى والرجل ، فعلى وفق المنهج الصوفي ، فإن المرأة صورة النفس ، والرجل صورة الروح . فكما أن النفس جزء من الروح ، فالمرأة في الحقيقة جزء من الرجل _ كما يقول الكاشاني في شرحه فصوص الحكم - (٥٠) ، فقد جعل الشاعر الأنثى - المحبوبة (=فلسطين) هي الكل ، وهو جزء منها ، ولكن الشاعر أيضا اتخذ المرأة دلالة على الرجل ، وهو مقاله الكاشاني في تنمة الفقرة المذكورة آنفا : " وكل جزء دلالة على أصله ، فالمرأة دلالة على الرجل ، والدلالة مقدمة على المدلول " (٥١) ويمضي الشاعر في قلب معادلة التجلي ، مخلافا لما كان يتوقعه من تجلي الأنثى (=فلسطين) في الطبيعة - في العيون - في الشجر - في الجلد - في هدير السكون - في لغات البشر " (٥٢) ، بحسبانها (الأنثى) تجليا للذات القدسية ، فإن عينيها كانتا " هجره بين ليالي المجد والانكسار " (٥٣) ، ثم كانت (منفى) (٥٤) على أن الشاعر قد تدارك انزلاقه ، وهاهو يستعيد نفسه قائلا : (٥٥)

عيناك يامعبودتي عودة

من موتنا الضائع تحت الحصار

وبذلك تتحقق صوفية رؤياه من ثلاث زوايا في تعاطيه مع الرمز الأنثوي ، فهو قد رمز لفلسطين بـ (الأنثى المحبوبة ، كما رمز الصوفية للحب الإلهي بالأنثى ، وأسبغوا عليها الصفات المطلقة ، كما أنه جعل من الأنثى _ الجزء _ دلالة على الرجل

" طفولتي تأخذ من كفها زينتها

" و " عيناك يامعبودتي " ،

وثالثا فقد شكا منها

" عيناك ... هجرة "

و " عيناك منفى " ،

وفي الوقت نفسه انتمى لها :

" عيناك عودة من موتنا الضائع تحت الحصار " ،

وكأنه يقتدي بقول (أبي بكر الشبلي) :

يـا شـفائي من السقام وأن كنت عـلتي (٥٦)

ويتقدم الشاعر خطوة على طريق النمذجة الصوفية للرموز ، فيجعل من محبوبته رمزا لكل

النساء ، وعندئذ تتحلى في (العيون ، والبيت ، والمنفى ، والأرض) ، يقول في ذلك :

أنا آت الى ظل عينيك... آت
...
أنت كل النساء اللواتي
مات أزواجهن، وكل الثواكل
أنت
أنت العيون التي فر منها الصباح

.....
أنت بيتي ومنفائي... أنت
أنت أرضي التي دمرتني

ثم يجرد الشاعر محبوبته من كل الأوصاف المادية، فهي ليست "غزالا"، وليست (ندى ونبذا)، وليست (كوكبا طالعا من كتاب الأغاني القديمة)، (٥٨) وكأنها كائن أثري يقترب من صورة المطلق. وأخيرا، فإنه يجعل منها ملقاً للتأنيبات المتضادة: (٥٩)

أنت جرحي وقوس قزح
أنت قيدي وحررتني
أنت طيني واسطورتي
أنت موتي وأنت حياتي

وبذلك تتطابق رؤيا الشاعر مع رؤيا الصوفية التي تؤلف بين الأضداد، وتجمع المتناقضات.

الخاتمة:

- لا يمكن الإحاطة بموضوع بحثنا هذا بعجالة كهذه، ولكننا أردنا أن نقف على بعضه عن طريق الوقوف على أسطورة الرمز الأنثوي، وقد انتهينا منه الى تسجيل عدد من الملاحظات، وهي:
- 1- ان المرأة تبقى في ذروة المراتبية الانثوية من حيث كونها (الأم، والزوجة، والأخت)، وقد التفتت الصوفية الى هذه النقاط كما أوضحته بعض الشواهد.
 - 2- ان الشعراء، اذ يتغنون بما يكافئ الأنثى (المرأة)، فانما اعترافا منهم بأنها فعلا في المرتبة الاعلى، ولذلك فقد تجلت عندهم في عدد من الرموز الأنثوية، ومنها: (المامة، وطفولة الكون، وطفولة الإنسان، والأرض أو الوطن).
 - 3- ان الرمز الأنثوي يشحن الصورة الشعرية بطاقة ايحائية كبيرة تترك أثرا في نفس المتلقى، في حين لا نلمس تأثيرا ايحائيا في الأنثى المجردة من رمزياتها.

الهوامش

- 1- ينظر: بزوغ العقل البشري، نورمان بريل، ترجمة: اسماعيل حقي، مكتبة النهضة، مصر، بالاشتراك مع مؤسسة فرانكلين، ١٩٦٤، ص ١١٦.
- 2- ثقافتنا في مفترق الطرق، لويس عوض، بيروت، دار الآداب، ط٢، ١٩٨٣، ص ١١٠.
- 3- طقوس الزواج المقدس عند السومريين، اينانا ودوموزي، وصموئيل كريم، ترجمة: نهاد خياطة، طرابلس، لبنان، منشورات مكتبة السائح، ط٢، ١٩٨٧، ص ١١٩.
- 4- ينظر: معجم الأساطير _ عشتار، لطفي الخولي، وزارة الفنون، بغداد، ١٩٧٧، ٢/١٢٩.
- 5- التاريخ العربي القديم، ديتلف نيلسن وآخرون، ترجمة: د.فؤاد حسن، القاهرة، ١٩٥٩، ص ٢٠٢.
- 6- المصدر نفسه.
- 7- ينظر: في طريق الميثولوجيا، محمد سليم الحوت، بيروت، (د.م)، ١٩٧٩، ص ٩١.
- 8- تاريخ العرب، فيليب حتي وآخرون، دار المعارف، بمصر، ١٩٦٢، ص ٩٥_٩٦.
- 9- معجم الأساطير، مصدر سبق ذكره، ٢/١١٣.
- 10- الصورة في الشعر العربي حتى القرن الثاني الهجري، د.علي البطل، بيروت، دار الاندلس، ط٣، ١٩٨٣، ص ٥٧.
- 11- فصوص الحكم، محي الدين بن عربي، تحقيق: د.ابو العلا عفيفي، القاهرة، دار احياء الكتب العربية، ١٩٤٦، ص ٣٣٣.
- 12- المصدر نفسه، ص ٣٢٧.
- 13- الفتوحات المكية، محي الدين بن عربي، تحقيق وتقديم: د.عثمان يحيى، المجلس الأعلى للثقافة بالتعاون مع معهد الدراسات العليا في السوربون، ١٤٠١هـ - ١٩٨١م، ٤/٢٤٧.
- 14- المصدر نفسه.
- 15- طبقات الصوفية، ابو عبد الرحمن السلمي، تحقيق: نور الدين شريبه، القاهرة مكتبة الخانجي، مطبعة المدني، ط٣، ١٤٠٦هـ - ١٩٨٦م، ص ٢٣٢.
- 16- ديوان ابن الفارض، جمع: رشيد بن غالب، بشرح: البوريني والنايلسي، مصر، المطبعة الخيرية، ١٣٢٠هـ - ص ١٢٥.
- 17- المصدر نفسه، ص ١٢٨.
- 18- نفسه، ص ١٦٦.
- 19- عن الحمامة واخوانها، محمد جميل شلش، بغداد، دار الشؤون الثقافية العامة، ١٩٩٦، ص ٥.
- 20- المصدر نفسه، ص ٣٧.
- 21- نفسه، ص ٥.
- 22- ذخائر الأعلام في شرح ترجمان الأشواق، محي الدين بن عربي، بيروت، ١٣١٢هـ، ص ٢٥.
- 23- تنظر: القصيدة في ديوان ابن سينا، والتي مطلعها:
هبطت اليك من المحمل الأرفع
ورقاء ذات تعزرو تمنع
- 24- ينظر: للتعرف الى مزية (الناقه) عند العرفان الصوفي: سينية ابن عربي:

مارا حلوا يوم بانسوا البزل العيس

25- ديوانه : عن الحمامة وأخواتها ، مصدر سيق ذكره ، ص ٧ .

26- المصدر نفسه ، ص ١٠ و ١١ .

27- تنظر : قصيدة ابن عربي ، التي مطلعها :

بأبي الغصون المائلات عواطفها العاطفات على الخدود سوا الفاء
الديوان ، ص ٣٧ .

28- ابن عربي ، حياته ومذهبه ، اسين بلاثيوس ، ص ٢٤٤ .

29- ديوان : عن الحمامة وأخواتها ، ص ٢٧_٢٨ .

30- المصدر نفسه ، ص ٢٠ .

31- نفسه ، ص ٣٨ .

32- نفسه .

33- نفسه ، ص ٣٩_٤٠ .

34- نفسه ، ص ٦٥ .

35- نفسه ، ص ٦٨ .

36- نفسه .

37- نفسه ، ص ٧٠ .

38- نفسه ، ص ٧١ .

39- الرمز الشعري عند الصوفية ، د. عاطف جودة نصر ، ص ١٢٥ .

40- ديوانه : ماء الياقوت ، عبد القادر الحسيني ، حلب ، مركز الانماء الحضاري ، ط ٢ ، ١٩٩٨ ، ص ١٤ .

41- المصدر نفسه .

42- نفسه .

43- فصوص الحكم ، ابن عربي ، ص ٣٣٣ ، فص كلمة فريدي في كلمة محمديه .

44- ديوانه : ماء الياقوت ، ص ١٩ .

(*) ويسمى (اللوجوس) حين يبحث رواد المدرسة (الأيونية) في الأسس الأولى الذي خلقت منه الموجودات ، أي اليهودي الأولى التي كمن فيها الكون ، وأشبع فيها رموز حيوية تجسدت في ما بعد في بعض الديانات العليا ، التي رأت في الإنسان صورة من الكون ، وانموذجا للاله . وقد تجسد في ذلك كله ، فكرة الموازنة بين الإنسان والطبيعة ، فالإنسان هو الكون الأصغر ، في حين تشكل الطبيعة الكون الأكبر ، وهذا المبدأ هو الذي طوره الصوفية الى مذهب الإنسان التام ، الذي أنضجه (عبد الكريم الجيلي) ، فالإنسان التام على وفق ذلك بؤرة تجوهر حركة الاضداد في العالم ، ولكي لا يتشتت انتباهنا ينبغي أن نظل عند مبدأ (الخلق الاول) الذي تجسد عند الصوفية بحكاية مؤداها : (ان الله حين خلق آدم) عليه السلام ، وخلق (النخلة) من فضلة خميرة طينته ، وبقي من الطينة بعد خلق النخلة قدر السمسة في الخفاء ، فبسط الله تلك الفضلة أرضا واسعة الفضاء "فيها نت العجائب والغرائب ما لا يقدر قدره ، ويظهر العقول أمره" على حد تعبير أبين عربي . ينظر : فصوص الحكم ، ابن عربي ، ص ١٥ .

45- ديوانه : ماء الياقوت ، ص ٢٠ .

46- نفسه ، ص ٢١ .

- 47- في تعليقه على القصص، ص ٣٢٧.
48. ديوان: محمود درويش، بيروت، دار العودة، مج ١، ط ٥، ١٩٧٧، قصيدة (حبيبي تنهض من نومها)، ص ٩.
- 49- المصدر نفسه، ص ٤٩١_٤٩٢.
- 50- قصص الحكم، ص ٣٢٧.
- 51- المصدر نفسه.
- 52- ديوان: محمود درويش، قصيدة (حبيبي تنهض من نومها)، ص ٤٩٦.
- 53- المصدر نفسه، ص ٥٠٢_٥٠٣.
- 54- نفسه، ص ٥٠٤.
- 55- نفسه، ٥٠٨.
- 56- نفسه، ٩١.
- 57- ديوانه: قصيدة (أنا آت إلى ظل عينيك)، ص ٥١١_٥١٢.
- 58- المصدر نفسه، ٥١٣.
- 59- نفسه، ٥٢٠.

آراء الجمهور العراقي في الصحف العراقية دراسة مسحية لآراء الجمهور العراقي في الصحف العراقية اليومية للمدة من ٢٠٠٧/٢/١ لغاية ٢٠٠٧/٤/٣٠

م. سعد كاظم حسن

كلية الاعلام - جامعة بغداد

المقدمة :

ان الدراسة التي تجرى لمعرفة آراء الجمهور في وسائل الاعلام , تشكل اهمية كبيرة للمؤسسات الاعلامية في معرفة ما تبثه من رسائل اعلامية الى جمهورها وتشخيص ما تلاقىه هذه الرسائل من قبول او رفض وتحديد الامور السلبية والايجابية التي تقدمها هذه الرسائل بتقدير الجمهور وما قد تتعرض له هذه الوسائل من رفض او قبول من جمهورها . ان دراسات الجمهور تعد بمثابة (رجع الصدى) تساعد القائم بالاتصال على معرفة نتائج رسائله الاعلامية وطبيعة تأثيرها وعوامل النجاح او الاخفاق فيها , مما يجعل بالامكان تقويم العملية الاعلامية على ضوء النتائج المتحصلة من البحوث التي تجرى لدراسة الجمهور , وتقيد الوسيلة الاعلامية في تقوية عوامل التواصل مع جمهورها وبما يجعلها على صلة دائمة معه . ان قيام وسائل الاعلام بأجراء دراسات علمية لمعرفة آراء جمهورها يعد من الضرورات الواجب القيام بها لغرض تقويم عملها الاعلامي ومعرفة نتائج تأثيراته على الجمهور .

ويعمل هذا البحث على دراسة آراء الجمهور العراقي في الصحف العراقية وتحديد طبيعة هذه الآراء سواء كانت آراء ايجابية او آراء سلبية .

وتقديم بعض المقترحات لتعزيز النواحي الايجابية في عمل المؤسسات الصحفية ومحاولة تقديم المعالجات للنواحي السلبية في عملها الاعلامي وحسب النتائج المتحصلة من دراسات الجمهور .

اولاً : منهجية البحث

أهمية البحث :

تعد آراء الجمهور في وسائل الاعلام مسألة مهمة فهي بمثابة رجع الصدى للعملية الاعلامية

التي تقوم بها هذه الوسائل .

ومن هنا تأتي أهمية البحث , فهو يعمل على دراسة آراء الجمهور العراقي في الصحف العراقية دراسة علمية بما يساهم في تكوين صورة واضحة عن هذه الآراء وطبيعتها من أجل توفير عوامل النجاح للعملية الاعلامية وادامة الصلة مع الجمهور .

مشكلة البحث :

تتمثل مشكلة البحث في طبيعة آراء الجمهور العراقي في الصحف العراقية وعملها الاعلامي وأدائها ودورها في المجتمع وكل ما يخصها بشكل عام .

والصحف العراقية في الوقت الذي تتوجه برسائلها الاعلامية الى الجمهور , يجب ان تعرف طبيعة آرائه فيها وعوامل تكونها لغرض تقويم عملها الاعلامي على ضوء الحقائق العلمية التي تجمعها عنه وعن آرائه لغرض تقوية عوامل التواصل معه .

اهداف البحث :

يهدف البحث الى تحديد آراء الجمهور العراقي في الصحف العراقية , سواء كانت ايجابية ام سلبية وتحديد ها . لغرض معرفة رجع الصدى لعمل الصحف العراقية ومعرفة عوامل النجاح في عملها ومحاولة معالجة الامور السلبية عن طريق تقديم المقترحات المناسبة بشأن ذلك وبما يحقق النجاح للعملية الاعلامية التي تقوم بها الصحف العراقية .

مجتمع البحث :

يتمثل مجتمع البحث بقراء الصحف العراقية في العاصمة بغداد بمختلف مستوياتهم العمرية والاقتصادية والمهنية والعلمية .

اما حدود البحث الزمنية فأن البحث انجز للمدة من ٢٠٠٧/٢/١ لغاية ٢٠٠٧/٤/٣٠ . اي ان مدة البحث هي ثلاثة اشهر .

منهج البحث :

استعمل الباحث منهج المسح فهو المنهج الانسب لموضوع البحث . ومنهج المسح يعد جهداً علمياً منظماً للحصول على بيانات ومعلومات و اوصاف عن الظاهرة موضوع البحث من العدد الحدي من المفردات المكونة لمجتمع البحث (١) .

وهو يستخدم في البحوث الوصفية التي تستهدف وصف سمات او آراء او اتجاهات او سلوكيات عينة من الافراد ممثلة لمجتمع ما , بما يسمح بتعميم نتيجة المسح على المجتمع (٢) .

اجراءات البحث التطبيقية :

تنظيم استمارة الاستبانة لغرض تحديد طبيعة آراء الجمهور في الصحف العراقية , قام الباحث

باعداد استمارة استبانة تم بناؤها وفق نتائج دراسة استطلاعية اولية اجريت على عينة عشوائية محدودة من المبحوثين .

والاستبانة تستخدم في معرفة اتجاهات الاشخاص ومشاعرهم ودوافعهم وسلوكهم , كما تفيدنا في الحصول على احصائيات تصور الواقع الحالي وترشدنا الى وضع خطط للمستقبل (٣) .

توزيع استمارة الاستبانة

وزعت استمارة الاستبانة على قراء الصحف العراقية بطريقة عشوائية في العاصمة بغداد على جانبي الكرخ والرصافة .

حيث وزعت (٢٠٠) استمارة استبانة بواقع (٩٠) استمارة استبانة لجانب الكرخ و (١١٠) استبانة لجانب الرصافة . بلغ عدد المسترجع منها (١٥٠) استمارة كما موضح في جدول رقم (١) .

جدول رقم (١)

يبين توزيع استمارات الاستبانة لجمهور عينة البحث في العاصمة بغداد واعداد المسترجع منها

النائب	عدد الاستمارات الموزعة	عدد الاستمارات المسترجعة	%
الكرخ	٩٠	٧٠	٤٦,٦٦
الرصافة	١١٠	٨٠	٥٣,٣٤
المجموع الكلي	٢٠٠	١٥٠	

الصدق والثبات

اعتمد الباحث في حساب صدق الاستبانة طريقة الصدق الظاهري , وذلك بعرض فقرات الاستبانة على مجموعة من المحكمين لتقدير مدى مناسبتها وصلاحياتها لموضوع البحث , وتم اجراء التعديلات المناسبة عليها حسب الملاحظات التي ابداهها المحكمون *

فالوسيلة المفضلة للتأكد من الصدق الظاهري لاداة المقياس هو ان يقوم عدد من الخبراء المختصين بتقدير مدى كون الفقرات ممثلة للصفة المراد قياسها (٤) .

اما فيما يخص الثبات فان الباحث اعتمد طريقة اعادة الاختبار وتم استعمال مربع كاي لايجاد ثبات اسئلة الاستبانة وتحليل اجابات العينة والتي بلغت ٢٠% من العدد الكلي للمبحوثين. تبين ان الاسئلة ثابتة بمستوى دلالة (٠,٠٥) ودرجة حرية (٤) وهو مستوى مقبول .

لذا فان الاسئلة تعد ثابتة اي ان الاستبانة تتمتع بمعيار الثبات .

المصطلحات الواردة في البحث

الرأي: هو حالة تفكيرية موقفية مرنة تجاه قضية معينة في لحظة زمنية محددة . والآراء تمثل

موقفاً محدداً وخصوصاً نحو موضوعات أو أشخاص أو مجموعات لها وجود شخصي أو عيني (٥) .
والرأي هو التعبير الذي يدل به الفرد على استجابة لسؤال عام مطروح عليه في موقف معين ,
أي ان الرأي يتضمن الاعلان عن وجهة نظر قد تتغير تبعاً للمواقف المختلفة (٦) .
الجمهور : - هو مجموعة من الافراد يجمع بينهم ميل أو اتجاه أو عاطفة مشتركة أو ادراك في
وحدة المصالح لذلك تولد لديهم شعور بالوحدة وتحقيق الذات (٧) .
الاستبانة : - هي احد الاساليب الاساسية التي تستخدم في جمع بيانات اولية أو اساسية أو
مباشرة من العينة المختارة أو من جميع مفردات مجتمع البحث عن طريق توجيه مجموعة من الاسئلة
المحددة المعدة مقدماً , بهدف التعرف على حقائق معينة , أو وجهات نظر المبحوثين أو اتجاهاتهم (٨)

ثانياً : أهمية قياس آراء الجمهور للمؤسسات الاعلامية

لآراء الجمهور دور مهم ورئيس في تحديد تعرضه للرسائل الاعلامية التي تبثها وسائل
الاعلام واستمرار هذا التعرض بالشكل الذي يخدم اهداف المرسل .
فبعض المآخذ والملاحظات التي تحسب على وسيلة اعلامية معينة سواء على طبيعة المواد أو
اسلوب تناول الموضوعات أو عن الاداء ومستواه أو غيرها من الملاحظات قد تجتمع لتشكيل رأياً سلبياً
يحسب على هذه الوسيلة . الامر الذي قد يكون عقبة في انجاح العملية الاتصالية بين هذه الوسيلة
وجمهورها .
مما يوجب على وسائل الاعلام دراسة آراء جمهورها من اجل التعرف الى النواحي السلبية
والايجابية فيما تقدمه .

فدراسات الجمهور تفيد القائم بالاتصال في معرفة رجع الصدى الذي تحدثه رسائله الاعلامية
لدى جمهوره , فالصحف والمجلات ومحطات الراديو والتلفزيون التي تغطي مناطق شاسعة , تقدم
مواد اعلامية في ظروف لا يحصل فيها القائم بالاتصال على رجع صدى من الجمهور . في هذه الحالة
, تصبح دراسة الجمهور مهمة جداً والواقع ان قياس جمهور وسائل الاعلام شديد الاهمية لتوفير رجع
الصدى أو تغذية مرتدة تعاون القائم بالاتصال على تحديد نتيجة عمله (٩) .
فإذا كان الاتصال الشخصي يمتاز بتعديل الرسائل المتبادلة على ضوء رجع الصدى من
المستقبل الى المرسل . فأن وسائل الاتصال بال جماهير تفقد هذه الميزة الكبيرة ولكنها تحاول التعويض
عنها بدراسات تجريها على الجماهير وميولها أو اتجاهاتها (١٠) .
مما يتطلب من وسائل الاعلام الاهتمام بدراسات الجمهور لمعرفة وتحديد آراء ورغبات

الجمهور وما أحدثته الرسائل الاعلامية من تأثير عليه او السلبيات التي حالت دون ذلك .
فمن الحقائق الواضحة ان الجمهور هو اهم متغير في عملية الاتصال فأذا لم يكن لدى القائم بالاتصال فكرة جيدة عن طبيعة الجمهور وخصائصه الاولية فسوف يحد ذلك من مقدرته في التأثير عليه واقناعه (١١) .

وهنا يكون للمعلومات التي يجمعها المرسل عن الجمهور دور مهم واساس في تقويم العملية الاتصالية بينهما .

فمن واجب المرسل ان يعرف اقصى ما يمكن ان يعرفه عن جماهير المستقبلين (١٢) .
فليس الجمهور هدفاً مفتوحاً للمرسل يؤثر فيه كيفما شاء بل هو يقوم بدور تأثيري معين عليه .
فمن المعروف انه في عملية الاتصال لا تنتقل التأثيرات من القائم بالاتصال الى الجمهور فقط ولكن الجمهور يؤثر في القائم بالاتصال . فالرسائل التي يتم نقلها تتأثر بتوقعات القائم بالاتصال عن ردود فعل الجمهور (١٣) .

لذا فإنه يجب على القائم بالاتصال ان يراعي رغبات وحاجات الجمهور , وان تؤخذ ملاحظته بعين الاعتبار عند اعداد الرسائل الاعلامية وان تكون هناك لغة تفاهم مشتركة بين الوسيلة الاعلامية وجمهورها وعوامل التقاء بينهما لكي تأتي عملية الاتصال بالنتائج المرجوة منها .
ان جهل اية وسيلة اعلامية لطبيعة جمهورها واحتياجاته ومتطلباته يفقدها الكثير من تأثير الرسالة عليه , لانها لم تراعي طبيعته ورغباته واحتياجاته وسبل الوصول اليه .

وتأتي اهمية قياس آراء جمهور وسائل الاعلام في انها تأتي تقييماً للرسائل الاعلامية ولمستوى هذه الرسائل وطريقة عرضها واسلوب تناولها للموضوعات وتقييماً لاداء الوسيلة الاعلامية وامكانات تأثيرها في الجمهور واقناعه ومن هنا تأتي اهمية دراسة الجمهور لان الجمهور هو الهدف الاساسي الذي يسعى القائم بالاتصال الى الوصول اليه والتأثير فيه (١٤) .

ومما لا شك فيه ان جميع وسائل الاعلام تحرص على الوصول الى اكبر عدد ممكن من افراد الجمهور وان تبقى هذا الجمهور على تواصل معها .

لذا فهي ملزمة بمعرفة سبل الوصول اليه والتأثير فيه . وتمثل دراسات الجمهور احدى اهم هذه السبل . فنتائج دراسة آراء الجمهور تساعد القائم بالاتصال في تعديل خطط واساليب عمله والاستفادة من نتائج البحوث والدراسات في تطوير اداء الوسائل الاعلامية بالشكل الذي يساعد في تحقيق الاهداف المرجوة من وضع الرسائل الاتصالية .

مما يستلزم وضع الخطط العلمية الكفيلة بتحسين وتطوير مستوى الرسائل ونوعيتها واسلوب عرضها وموضوعاتها بالشكل الذي يحقق اقصى درجات النجاح والقبول لها من الجمهور وبالصورة

التي تتلاءم مع اهداف العملية الاتصالية والمساعدة على انجاحها .

ثالثاً : نتائج البحث الميداني

سمات عينة البحث :

اظهرت نتائج البحث ان عدد الذكور في افراد العينة هو (٩٠) وبنسبة (٦٠,٠٠٠) , اما عدد الاناث فبلغ (٦٠) وبنسبة (٤٠,٠٠٠) . ينظر جدول رقم (٢) .
وان معظم اعمار المبحوثين هي بين (٢٠ - ٣٠) سنة بعدد بلغ (٥٦) وبنسبة (٣٧,٣٣) من المجتمع الكلي لافراد العينة ينظر جدول رقم (٣) .
وان معظم افراد العينة يعملون في الوظائف الحكومية بعدد بلغ (٦٠) وبنسبة (٤٠,٠٠٠) . ينظر جدول رقم (٥)

جدول رقم (٢) يبين جنس المبحوثين

الجنس	التكرار	%
ذكر	٩٠	٦٠,٠٠٠
انثى	٦٠	٤٠,٠٠٠
المجموع الكلي	١٥٠	

جدول رقم (٣) يبين الفئات العمرية لعينة البحث

الفئات العمرية	التكرار	%
٢٠ فما دون	٩	٦,٠٠٠
٢٠ - ٢٩	٥٦	٣٧,٣٣
٣٠ - ٣٩	٣٥	٢٣,٣٣
٤٠ - ٤٩	٢٠	١٣,٣٣
٥٠ - ٥٩	١٣	٨,٦٦
٦٠ فما فوق	١٧	١١,٣٣
المجموع الكلي	١٥٠	

جدول رقم (٤) يبين وظائف عينة البحث

المهنة	التكرار	%
موظف	٦٠	٤٠,٠٠٠
اعمال حرة	٣٠	٢٠,٠٠٠
طالب	٣٢	٢١,٣٣
متقاعد	١٥	١٠,٠٠٠
ربة بيت	١٣	٨,٦٦
المجموع الكلي	١٥٠	

جدول رقم (٥) يبين التحصيل الدراسي لعينة البحث

التحصيل الدراسي	التكرار	%
ابتدائية او متوسطة	١٠	٦,٦٧
اعدادية	١٥	١٠,٠٠
ديپوم	٢٨	١٨,٦٦
بكالوريوس	٨٥	٥٦,٦٧
شهادات عليا	١٢	٨,٠٠
المجموع الكلي	١٥٠	

نتائج تحليل أستاذانية آراء الجمهور في الصحف العراقية

1- مصداقية الصحف العراقية

أظهرت نتائج البحث ان العدد الكلي لتكرارات آراء الجمهور في مصداقية الصحف العراقية بدرجة وسط بلغ (٤٢) تكرارا ونسبة (٢٨,٠٠) وجاءت بالمرتبة الاولى.

وجاءت درجة ضعيف بالمرتبة الثانية بمجموع تكرارات بلغ (٣٩) تكرار ونسبة (٢٦,٠٠) وجاءت درجة جيد بالمرتبة الثالثة بمجموع تكرارات بلغ (٣٨) تكرارا ونسبة (٢٥,٣٤) وجاءت درجة دون الوسط بالمرتبة الرابعة بمجموع تكرارات بلغ (٣١) تكرارا ونسبة (٢٠,٦٦) ولم يظهر اي تكرار لدرجة ممتاز. ينظر جدول رقم (٦).

وبذلك فان المجموع الكلي للآراء الايجابية لجمهور العينة في مصداقية الصحف العراقية قد بلغ (٨٠) تكرارا (وهي مجموع درجات ممتاز , جيد , وسط).

الامر الذي يشير الى ثقة الجمهور العراقية بمصداقية الصحف العراقية.

جدول رقم (٦) يبين اجابات جمهور العينة في مصداقية الصحف العراقية

الدرجة	التكرار	%
ممتاز	-	-
جيد	٣٨	٢٥,٣٤
وسط	٤٢	٢٨,٠٠
دون الوسط	٣١	٢٠,٦٦
ضعيف	٣٩	٢٦,٠٠
المجموع الكلي		

2- حيادية الصحف العراقية

بلغ المجموع الكلي لتكرارات آراء جمهور العينة في حيادية الصحف العراقية بدرجة جيد (٤٥) تكرارا وبنسبة (٣٠،٠٠). وجاءت بالمرتبة الاولى في حين جاءت درجة ضعيف بالمرتبة الثانية بمجموع بلغ (٤٠) تكرارا وبنسبة (٢٦،٦٧). وجاءت درجة وسط بالمرتبة الثالثة بمجموع بلغ (٣٤) تكرارا وبنسبة (٢٢،٦٦). وجاءت درجة دون الوسط بالمرتبة الرابعة بمجموع تكرارات بلغ (٣١) تكرارا وبنسبة (٢٠،٦٧). في حين لم يظهر اي تكرار لدرجة ممتاز. ينظر جدول رقم (٧). وبذلك فأن المجموع الكلي للآراء الايجابية لجمهور العينة قد بلغ (٧٩) تكرارا. الامر الذي يشير الى ثقة الجمهور العراقي في حيادية الصحف العراقية.

جدول رقم (٧) يبين اجابات جمهور العينة في حيادية الصحف العراقية

الدرجة	التكرار	%
ممتاز	-	-
جيد	٤٥	٣٠،٠٠
وسط	٣٤	٢٢،٦٦
دون الوسط	٣١	٢٠،٦٧
ضعيف	٤٠	٢٦،٦٧
المجموع الكلي	١٥٠	

3- موضوعية الصحف العراقية

بلغ المجموع الكلي لتكرارات آراء جمهور العينة في موضوعية الصحف العراقية بدرجة وسط (٥٣) تكرارا وبنسبة (٣٥،٣٤) وجاءت بالمرتبة الاولى. وجاءت درجة دون الوسط بالمرتبة الثانية بمجموع بلغ (٣٦) وبنسبة (٢٤،٠٠). وجاءت درجة جيد بالمرتبة الثالثة بمجموع بلغ (٣١) تكرارا وبنسبة (٢٠،٦٦). اما درجة ضعيف فجاءت بالمرتبة الرابعة بمجموع بلغ (٣٠) تكرارا وبنسبة (٢٠،٠٠). ولم يظهر اي تكرار لدرجة ممتاز ينظر جدول رقم (٨). وبذلك فأن المجموع الكلي للآراء الايجابية لجمهور العينة في موضوعية الصحف العراقية قد بلغ (٨٤) تكرارا. وهو يشير الى ثقة الجمهور العراقي بموضوعية الصحف العراقية.

جدول رقم (٨) يبين اجابات الجمهور العراقي في موضوعية الصحف العراقية .

الدرجة	التكرار	%
ممتاز	-	-
جيد	٣١	٢٠,٦٦
وسط	٥٣	٣٥,٣٤
دون الوسط	٣٦	٢٤,٠٠
ضعيف	٣٠	٢٠,٠٠
المجموع الكلي	١٥٠	

بلغ المجموع الكلي لتكرارات آراء الجمهور في تناول الصحف العراقية لهموم وقضايا المواطن بدرجة وسط (٥١) تكرارا وبنسبة (٣٤,٠٠) , وجاءت درجة جيد بالمرتبة الثانية بمجموع كلي بلغ (٢٨) تكرارا وبنسبة (١٨,٦٦) .

وجاءت درجة ممتاز بالمرتبة الثالثة بمجموع بلغ (٢٦) تكرارا وبنسبة (١٧,٣٤) . وحلت درجة دون الوسط بالمرتبة الرابعة بمجموع بلغ (٢٣) تكرارا وبنسبة (١٥,٣٣) . اما درجة ضعيف فجاءت بالمرتبة الخامسة والاخيرة بمجموع بلغ (٢٢) وبنسبة (١٤,٦٦) ينظر جدول رقم (٩) .

وبذلك فإن المجموع الكلي للآراء الايجابية لجمهور العينة في تناول الصحف العراقية لهموم وقضايا المواطن بصورة وافية قد بلغ (١٠٥) تكرار .

وهو يشير الى رضى الجمهور العراقي عن الصحف العراقية في مستوى تناولها للقضايا التي

تهم المو

جدول رقم (٩) يبين اجابات جمهور العينة في

تناول الصحف العراقية للقضايا التي تهم المواطن

الدرجة	التكرار	%
ممتاز	٢٦	١٧,٣٤
جيد	٢٦	١٨,٦٦
وسط	٥١	٣٤,٠٠
دون الوسط	٢٣	١٥,٣٣
ضعيف	٢٢	١٤,٦٦
المجموع الكلي	١٥٠	

5- أعتدال الجمهور على الصحف العراقية في استقاء الاخبار بلغ المجموع الكلي لتكرارات

آراء الجمهور في اعتماده على الصحف العراقية في استقاء الاخبار بدرجة دون الوسط (٧٢) تكرارا

وبنسبة (٤٨,٠٠) . وجاءت بالمرتبة الاولى .
بينما جاءت درجة ضعيف بالمرتبة الثانية بمجموع تكرارات بلغ (٣٠) وبنسبة (٢٠,٠٠)
وجاءت درجة جيد بالمرتبة الثالثة بمجموع بلغ (٢٥) تكرارا وبنسبة (١٦,٦٦) .
وحلت درجة وسط بالمرتبة الرابعة بمجموع بلغ (٢٣) تكرارا وبنسبة (١٥,٣٤) .
ولم يظهر اي تكرار لدرجة ممتاز . ينظر جدول رقم (١٠) .
وبذلك فأن المجموع الكلي للآراء السلبية لجمهور العينة بهذا الشأن قد بلغ (١٠٢) تكرار .
الامر الذي يشير الى ضعف اعتماد الجمهور على الصحف العراقية في استقاء الاخبار .

جدول رقم (١٠)

يبين اجابات جمهور العينة لمستوى اعتماده على الصحف العراقية في استقاء الاخبار

الدرجة	التكرار	%
ممتاز	-	-
جيد	٢٥	١٦,٦٦
وسط	٢٣	١٥,٣٤
دون الوسط	٧٢	٤٨,٠٠
ضعيف	٣٠	٢٠,٠٠
المجموع الكلي	١٥٠	

بلغ المجموع الكلي لتكرارات آراء الجمهور في مدى مساهمة الصحف العراقية في زيادة
معارف ومعلومات القراء بدرجة وسط (٤٢) تكرارا وبنسبة (٢٨,٠٠) . وجاءت بالمرتبة الاولى .
بينما جاءت درجة جيد بالمرتبة الثانية بمجموع بلغ (٣٥) تكرارا وبنسبة (٢٣,٣٤) .
وحلت درجة ضعيف بالمرتبة الثالثة بمجموع بلغ (٣٢) تكرارا وبنسبة (٢١,٣٣) .
وحلت درجة ضعيف بالمرتبة الرابعة بمجموع بلغ (٢٠) وبنسبة (١٣,٣٣) .
بينما جاءت درجة دون الوسط بالمرتبة الخامسة والاخيرة بمجموع بلغ (٢١) تكرارا وبنسبة
(١٤,٠٠) . ينظر جدول رقم (١١) .
وبذلك فأن مجموع الآراء الايجابية لجمهور العينة في مدى مساهمة الصحف العراقية في زيادة
معارف ومعلومات القراء قد بلغ (٩٧) تكرارا .
وهو يشير الى استفادة الجمهور العراقي من الصحف العراقية في زيادة معارفه ومعلوماته .

جدول رقم (١١)

يبين اجابات جمهور العينة لمدى مساهمة الصحف العراقية في زيادة معارفه ومعلوماته

الدرجة	التكرار	%
ممتاز	٢٠	١٣,٣٣
جيد	٣٥	٢٣,٣٤
وسط	٤٢	٢٨,٠٠
دون الوسط	٢١	١٤,٠٠
ضعيف	٣٢	٢١,٣٣
المجموع الكلي	١٥٠	

سله مع

وسطه

بينما جاءت درجة دون الوسط بالمرتبة الثانية بمجموع كلي بلغ (٣٦) تكرارا وبنسبة (٢٤,٠٠). وجاءت درجة وسط بالمرتبة الثالثة بمجموع كلي بلغ (٣٢) تكرارا وبنسبة (٢١,٣٣). وجاءت درجة ضعيف بالمرتبة الرابعة بمجموع كلي بلغ (٢٤) تكرار وبنسبة (١٦,٠٠) بينما جاءت درجة ممتاز بالمرتبة الخامسة والاخيرة بمجموع كلي بلغ (٨) تكرار وبنسبة (٥,٣٣) ينظر جدول رقم (١٢).

وبذلك فإن المجموع الكلي للآراء الايجابية لجمهور العينة في مساهمة الصحف العراقية في زيادة تواصل الجمهور مع وسطه الاجتماعي قد بلغ (٩٠) تكرارا. وهو يشير الى ان قراءة الصحف العراقية تزيد من تواصل افراد الجمهور مع وسطه الاجتماعي.

جدول رقم (١٢) يبين اجابات جمهور العينة في مساهمة الصحف العراقية

في ادامة التواصل مع الوسط الاجتماعي

الدرجة	التكرار	%
ممتاز	٨	٥,٣٣
جيد	٥٠	٣٣,٣٤
وسط	٣٢	٢١,٣٣
دون الوسط	٣٦	٢٤,٠٠
ضعيف	٢٤	١٦,٠٠
المجموع الكلي	١٥٠	

بلغ المجموع الكلي لتكرارات آراء الجمهور في مساهمة الصحف العراقية في زيادة ثقافة الجمهور بدرجة جيد (٥٢) تكرارا وبنسبة (٣٤,٦٦). وجاءت بالمرتبة الاولى.

وجاءت درجة وسط بالمرتبة الثانية بمجموع كلي بلغ (٣٣) تكراراً ونسبة (٢٢,٠٠).
 في حين جاءت درجة دون الوسط بالمرتبة الثالثة بمجموع كلي بلغ (٣٠) تكراراً ونسبة (٢٠,٠٠).
 وجاءت درجة ضعيف بالمرتبة الرابعة بمجموع كلي بلغ (٢٣) تكراراً ونسبة (١٥,٣٤).
 في حين جاءت درجة ممتاز بالمرتبة الخامسة والاخيرة بمجموع كلي بلغ (١٢) تكراراً ونسبة (٨,٠٠). ينظر جدول رقم (١٣).
 وبذلك فإن المجموع الكلي للآراء الايجابية لجمهور العينة في مساهمة الصحف العراقية في زيادة ثقافة الجمهور قد بلغ (٩٧) تكراراً.
 الامر الذي يشير الى ان الصحف العراقية تزيد من ثقافة جمهورها.

جدول رقم (١٣) يبين اجابات جمهور العينة في مساهمة الصحف العراقية في زيادة ثقافته

الدرجة	التكرار	%
ممتاز	١٢	٨,٠٠
جيد	٥٢	٣٤,٦٦
وسط	٣٣	٢٢,٠٠
دون الوسط	٣٠	٢٠,٠٠
ضعيف	٢٣	١٥,٣٤
المجموع الكلي	١٥٠	

بلغ المجموع الكلي لآراء الجمهور في مدى مساهمة الصحف العراقية في مساعدة القراء على اتخاذ القرارات المناسبة بدرجة ضعيف (٦٠) تكراراً ونسبة (٤٠,٠٠) وجاءت بالمرتبة الاولى.
 في حين جاءت درجة وسط بالمرتبة الثانية بمجموع كلي بلغ (٥٠) تكراراً ونسبة (٣٣,٣٤).
 وجاءت درجة دون والوسط بالمرتبة الثالثة بمجموع كلي بلغ (٣٠) تكراراً ونسبة (٢٠,٠٠)
 وجاءت درجة جيد بالمرتبة الرابعة بمجموع كلي بلغ (١٠) تكراراً ونسبة (٦,٦٦).
 في حين لم يظهر اي تكرار لدرجة ممتاز. ينظر جدول رقم (١٤).
 وبذلك فإن المجموع الكلي للآراء السلبية (وهي مجموع درجات دون الوسط, ضعيف) لجمهور العينة في مساهمة الصحف العراقية في المساعدة على اتخاذ القرارات قد بلغ (٩٠) تكراراً.
 وهو يشير الى ان قراءة الصحف العراقية لا تساعد الجمهور على اتخاذ القرارات المناسبة له.

جدول رقم (١٤)

يبين اجابات جمهور العينة في مساعدة الصحف العراقية على اتخاذ القرارات المناسبة

الدرجة	التكرار	%
ممتاز	-	-
جيد	١٠	٦,٦٦
وسط	٥٠	٣٣,٣٤
دون الوسط	٣٠	٢٠,٠٠
ضعيف	٦٠	٤٠,٠٠
المجموع الكلي	١٥٠	

10- حرية واستقلالية الصحف العراقية

بلغ المجموع الكلي لتكرارات آراء الجمهور في حرية واستقلالية الصحف العراقية بدرجة دون الوسط (٤٦) تكراراً وبنسبة (٣٠,٦٧) وجاءت بالمرتبة الاولى .

بينما جاءت درجة وسط بالمرتبة الثانية بمجموع بلغ (٤٠) تكراراً وبنسبة (٢٦,٦٦) .

وجاءت درجة جيد بالمرتبة الثالثة بمجموع بلغ (٣٠) تكراراً وبنسبة (٢٠,٠٠) .

وجاءت درجة ضعيف بالمرتبة الرابعة بمجموع بلغ (٢٧) تكراراً وبنسبة (١٨,٠٠) .

وجاءت درجة ممتاز بالمرتبة الخامسة الاخيرة بمجموع تكرارات بلغ (٧) وبنسبة (٤,٦٧) .

ينظر جدول رقم (١٥) . وبذلك فأن المجموع الكلي للآراء الايجابية لجمهور العينة في حرية واستقلالية الصحف العراقية قد بلغ (٧٧) تكراراً .

وهو يشير الى ان الجمهور العراقي يثق في حرية واستقلالية الصحف العراقية .

جدول رقم (١٥) يبين اجابات جمهور العينة في حرية واستقلالية الصحف العراقية

الدرجة	التكرار	%
ممتاز	٧	٤,٦٧
جيد	٣٠	٢٠,٠٠
وسط	٤٠	٢٦,٦٦
دون الوسط	٤٦	٣٠,٦٧
ضعيف	٢٧	١٨,٠٠
المجموع الكلي	١٥٠	

بلغ المجموع الكلي لآراء الجمهور في الاخلاقية المهنية للصحف العراقية بدرجة وسط (٤٨)

وبنسبة (٣٢,٠٠) وجاءت بالمرتبة الاولى .

وجاءت درجة دون الوسط بالمرتبة الثانية بمجموع بلغ (٣٩) تكراراً ونسبة (٢٦,٠٠) .
 في حين جاءت درجة جيد بالمرتبة الثالثة بمجموع بلغ (٣٤) تكراراً ونسبة (٢٢,٦٦) .
 وجاءت درجة ضعيف بالمرتبة الرابعة بمجموع بلغ (٢٣) تكراراً ونسبة (١٥,٣٤) .
 وجاءت درجة ممتاز بالمرتبة الخامسة والاخيرة بمجموع (٦) تكراراً ونسبة (٤,٠٠) . ينظر
 جدول رقم (١٦) .
 وبذلك فإن المجموع الكلي للآراء الايجابية لجمهور العينة في الاخلاقية المهنية للصحف
 العراقية بلغ (٨٨) تكراراً .
 الامر الذي يشير الى ثقة الجمهور في الاخلاقية المهنية للصحف العراقية .

جدول رقم (١٦) يبين اجابات جمهور العينة في الاخلاقية المهنية للصحف العراقية

الدرجة	التكرار	%
ممتاز	٦	٤,٠٠
جيد	٣٤	٢٢,٦٦
وسط	٤٨	٣٢,٠٠
دون الوسط	٣٩	٢٦,٠٠
ضعيف	٢٣	١٥,٣٤
المجموع الكلي	١٥٠	

12- تلبية الصحف العراقية لحاجات الجمهور

بلغ المجموع الكلي لتكرارات آراء الجمهور في تلبية الصحف العراقية لحاجاته ورغباته
 بدرجة دون الوسط (٦٥) تكراراً ونسبة (٤٣, ٣٤) وجاءت بالمرتبة الاولى .
 بينما جاءت درجة دون الوسط بالمرتبة الثانية بمجموع بلغ (٣٤) تكراراً
 ونسبة (٢٢,٦٧) .
 وجاءت درجة جيد بالمرتبة الثالثة بمجموع بلغ (٢٢) تكراراً ونسبة (١٤,٦٦) .
 وجاءت درجة ضعيف بالمرتبة الرابعة بمجموع بلغ (١٨) تكراراً ونسبة (١٢,٠٠) ,
 وجاءت درجة ممتاز بالمرتبة الخامسة والاخيرة بمجموع بلغ (١١) ونسبة (٧,٣٣) . ينظر
 جدول رقم (١٧) . وبذلك فإن المجموع الكلي للآراء السلبية لجمهور العينة في تلبية الصحف العراقية
 لحاجاته ورغباته قد بلغ (٨٣) تكراراً .
 الامر الذي يشير الى عدم رضا الجمهور عن الصحف العراقية في تلبية حاجاته ورغباته .

جدول رقم (١٧) يبين اجابات جمهور العينة في تلبية الصحف العراقية لاحتياجاته ورغباته

الدرجة	التكرار	%
ممتاز	١١	٧,٣٣
جيد	٢٢	١٤,٦٦
وسط	٣٤	٢٢,٦٧
دون الوسط	٦٥	٤٣,٣٤
ضعيف	١٨	١٢,٠٠
المجموع الكلي	١٥٠	

13- مستوى تطور أداء الصحف العراقية

بلغ المجموع الكلي لعدد تكرارات آراء الجمهور في مستوى تطور أداء الصحف العراقية بدرجة وسط (٤٩) تكراراً ونسبة (٣٢,٦٧) وجاء بالمرتبة الاولى .
بينما جاءت درجة جيد بالمرتبة الثانية بمجموع كلي بلغ (٣١) تكراراً ونسبة (٢٠,٦٦) .
وجاءت درجة ضعيف بالمرتبة الثالثة بمجموع كلي بلغ (٢٩) تكراراً ونسبة (١٩,٣٤) .
في حين جاءت درجة ممتاز بالمرتبة الرابعة بمجموع كلي بلغ (٢١) تكراراً ونسبة (١٤,٠٠) .
وجاءت درجة دون الوسط بالمرتبة الخامسة والاخيرة بمجموع كلي بلغ (٢٠) تكراراً ونسبة (١٣,٣٣) . ينظر جدول رقم (١٨) . وبذلك فإن المجموع الكلي للآراء السلبية لجمهور العينة في مستوى تطور أداء الصحف العراقية قد بلغ (٧٨) تكراراً .

وهو يشير الى عدم رضا الجمهور عن مستوى التطور في أداء الصحف العراقية .

جدول رقم (١٨) يبين اجابات جمهور العينة لمستوى تطور اداء الصحف العراقية

الدرجة	التكرار	%
ممتاز	٢١	١٤,٠٠
جيد	٣١	٢٠,٦٦
وسط	٢٠	١٣,٣٣
دون الوسط	٤٩	٣٢,٦٧
ضعيف	٢٩	١٩,٣٤
المجموع الكلي	١٥٠	

14- مساهمة الصحف العراقية في الحفاظ على القيم السائدة في المجتمع العراقي وتعزيزها

بلغ المجموع الكلي لعدد تكرارات آراء الجمهور في مساهمة الصحف العراقية في الحفاظ على القيم السائدة في المجتمع العراقي وتعزيزها بدرجة وسط (٤٩) تكرارا وبنسبة (٣٢،٦٧) وجاءت بالمرتبة الاولى .

وجاءت درجة دون الوسط بالمرتبة بالمرتبة الثانية بمجموع بلغ (٣٢) تكرارا وبنسبة (٢١،٣٤) وجاءت درجة جيد بالمرتبة الثالثة بمجموع بلغ (٣٠) تكرارا وبنسبة (٢٠،٠٠) . وجاءت درجة ضعيف بالمرتبة الرابعة بمجموع بلغ (٢٩) تكرارا وبنسبة (١٩،٣٣) . بينما جاءت درجة ممتاز بالمرتبة الخامسة والاخيرة بمجموع بلغ (١٠) تكرار وبنسبة (٦،٦٦) . ينظر جدول رقم (١٩) .

وبذلك فإن المجموع الكلي لتكرارات الآراء الايجابية لجمهور العينة في مساهمة الصحف العراقية في الحفاظ على القيم السائدة في المجتمع العراقي وتعزيزها قد بلغ (٨٩) تكرارا . الامر الذي يشير الى رضا الجمهور عن الصحف العراقية في الحفاظ على القيم السائدة في المجتمع العراقي وتعزيزها .

جدول رقم (١٩) يبين اجابات جمهور العينة في مساهمة

الصحف العراقية في الحفاظ على القيم السائدة في المجتمع العراقي

الدرجة	التكرار	%
ممتاز	١٠	٦،٦٦
جيد	٣٠	٢٠،٠٠
وسط	٤٩	٣٢،٦٧
دون الوسط	٣٢	٢١،٣٤
ضعيف	٢٩	١٩،٣٣
المجموع الكلي	١٥٠	

15- شكل الصحف العراقية ونوعية طباعتها واخراجها

بلغ المجموع الكلي لعدد تكرارات آراء الجمهور في شكل الصحف العراقية ونوعية طباعتها واخراجها بدرجة ضعيف (٤٩) تكرارا وبنسبة (٣٢،٦٦) . وجاءت بالمرتبة الاولى . . بينما جاءت درجة وسط بالمرتبة الثانية بمجموع كلي بلغ (٤٥) تكرارا وبنسبة (٣٠،٠٠) . وجاءت درجة دون الوسط بالمرتبة الثالثة بمجموع كلي بلغ (٣٢) وبنسبة (٢١،٣٤) . في حين جاءت درجة جيد بالمرتبة الرابعة بمجموع كلي بلغ (٢٤) وبنسبة (١٦،٠٠) . ولم يظهر اي تكرار لدرجة ممتاز . ينظر جدول رقم (٢٠) .

وبذلك فإن المجموع الكلي للآراء السلبية لجمهور العينة في شكل الصحف العراقية ونوعية طباعتها وأخراجها قد بلغ (٨١) تكراراً .
وهو يشير الى عدم رضا الجمهور عن شكل الصحف العراقية ونوعية طباعتها وأخراجها .
جدول رقم (٢٠)

يبين اجابات جمهور العينة في شكل الصحف العراقية ونوعية طباعتها وأخراجها

الدرجة	التكرار	%
ممتاز	-	-
جيد	٢٤	١٦,٠٠
وسط	٤٥	٣٠,٠٠
دون الوسط	٣٢	٢١,٣٤
ضعيف	٤٩	٣٢,٦٦
المجموع الكلي	١٥٠	

النتائج

- 1- ان الجمهور العراقي يثق بمصداقية الصحف العراقية حيث بلغ مجموع تكرارات الآراء الايجابية بهذا الشأن (٨٠) تكراراً من المجموع الكلي لافراد عينة البحث البالغة (١٥٠).
- 2- ان الجمهور العراقي يثق في حيادية الصحف العراقية حيث بلغ مجموع تكرارات الآراء الايجابية بهذا الشأن (٧٩) تكراراً .
- 3- ان الجمهور العراقي يثق في موضوعية الصحف العراقية اذ بلغ مجموع التكرارات الايجابية بهذا الشأن (٨٤) تكراراً .
- 4- ان الجمهور العراقي ابدى رضاه عن مستوى تناول الصحف العراقية للقضايا التي تهم المواطن . حيث بلغ مجموع تكرارات الآراء الايجابية بهذا الشأن (١٠٥) تكراراً . وهو مؤشر عالي الايجابية.
- 5- ان الجمهور العراقي لا يعتمد كثيراً على الصحف العراقية في استقائه للاخبار . حيث بلغ مجموع تكرارات الآراء السلبية بهذا الشأن (١٠٢) تكراراً . وهو مؤشر عالي السلبية.
- 6- ان الجمهور العراقي يستفيد من الصحف العراقية في زيادة معارفه , حيث بلغ مجموع تكرارات الآراء الايجابية بهذا الشأن (٩٧) تكراراً . وهو مؤشر عالي الايجابية.
- 7- ان الجمهور العراقي يستفيد من قراءة الصحف العراقية في زيادة تواصله مع وسطه الاجتماعي , حيث بلغ مجموع تكرارات الآراء الايجابية بهذا الشأن (٩٠) تكراراً . وهو مؤشر عالي

الاجابية .

- 8- ان الجمهور العراقي يستفيد من الصحف العراقية في زيادة ثقافته . حيث بلغ مجموع التكرارات بهذا الشأن (٩٧) تكرارا , وهو مؤشر عالي الاجابية .
- 9- ان الجمهور العراقي لا يستفيد من الصحف العراقية في مساعدته على اتخاذ القرارات المناسبة له . حيث بلغ مجموع تكرارات آراءه بهذا الشأن (٩٠) تكرارا . وهو مؤشر عالي السلبية.
- 10- ان الجمهور العراقي يثق بحرية واستقلالية الصحف العراقية , اذ بلغ مجموع تكرارات آراءه الاجابية بهذا الشأن (٧٧) تكرارا .
- 11- ان الجمهور العراقي يثق في الاخلاقية المهنية للصحف العراقية , حيث بلغ مجموع تكرارات آرائه الاجابية بهذا الشأن (٨٨) تكرارا .
- 12- ان الجمهور العراقي ابدى عدم رضاه عن مستوى تلبية الصحف العراقية لحاجاته ورغباته , اذ بلغ مجموع تكرارات آرائه بهذا الشأن (٨٣) تكرارا .
- 13- ان الجمهور العراقي ابدى عدم رضاه عن مستوى التطور في اداء الصحف العراقية حيث بلغ مجموع تكرارات آرائه بهذا الشأن (٧٨) تكرار .
- 14- ابدى الجمهور العراقي رضاه عن مدى قيام الصحف العراقية في الحفاظ على القيم السائدة في المجتمع العراقي وتعزيزها , حيث بلغ مجموع تكرارات آرائه بهذا الشأن (٨٩) تكرارا .
- 15- ابدى الجمهور العراقي عدم رضاه عن شكل الصحف العراقية ونوعية طباعتها واخراجها . حيث بلغ مجموع تكرارات آرائه بهذا الشأن (٨١) تكرارا .

المقترحات

- 1- ان تقوم الصحف العراقية بأجراء البحوث المستمرة على جمهورها او الاستعانة بالمؤسسات البحثية المختصة بذلك , لغرض تحديد طبيعة آراء الجمهور والعوامل التي ساهمت بتشكيل هذه الآراء وتشخيصها ان كانت سلبية او ايجابية لغرض الاستفادة منها في تقويم عملها الاعلامي .
- 2- تقوية عوامل التواصل مع الجمهور عن طريق التعرف بصورة مستمرة على رغباته وحاجاته وأذواقه والاساليب التي يفضلها في عرض الموضوعات والمواد الصحفية وماهية ملاحظاته على ذلك .
- 3- تقويم العملية الاتصالية التي تقوم بها الصحف العراقية باستمرار على ضوء النتائج المتحصلة من البحوث العلمية والدراسات الخاصة بجمهورها لغرض تلافي السلبيات ومعالجة نقاط

الخلل وتعزيز الامور الايجابية .

4- تحديد الاستراتيجية الاعلامية للصحف العراقية وتحديد الاهداف المراد تحقيقها ووضع الخطط اللازمة لانجاحها وان تبنى هذه الخطط في ضوء المعلومات المتحصلة من دراسات الجمهور والبحوث العلمية الخاصة بهذا الموضوع , حتى لا يتم وضع الاستراتيجيات والخطط بصورة اعتباطية.

5- ضرورة مراعاة رغبات الجمهور وحاجاته واهتماماته على ان لا يضر ذلك بمثل وقيم الرسالة الاتصالية للصحف العراقية .

6- ضرورة التزام ومراعاة اقصى درجات المهنية في العمل الاعلامي حتى لا تتسبب الاخطاء وتراكماتها في الاضرار بسمعة المؤسسة الاعلامية , مما ينعكس بالسلب على صورتها لدى الجمهور .

7- الاهتمام بجوانب تطوير الاداء الاعلامي للصحف العراقية وتقويمه باستمرار , وضرورة استخدام التقنيات الحديثة في عملها من اجل مواكبة التطورات الحاصلة في هذا المجال ومواكبتها دوماً , وتطوير الجوانب النوعية في عملها الاعلامي لغرض ضمان اكبر نسبة ممكنة من التأثير في الجمهور .

الهوامش والمصادر

- 1- د. سمير محمد حسين , بحوث الاعلام , الأسس والمبادئ , القاهرة , عالم الكتب , ط ١ , ١٩٧٦ ص ١٢٧ .
- 2- د. راسم محمد الجمال . مقدمة في مناهج البحث في الدراسات الاعلامية , القاهرة , مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح , ١٩٩٩ , ص ١٤٣ .
- 3- د. عبد الباسط محمد حسن , اصول البحث الاجتماعي , القاهرة , مكتبة الانجلومصرية , ١٩٧١ , ص ٢٥١ .
- 4- د. ابراهيم العسل , الاسس النظرية والتطبيقية في علم الاجتماع , بيروت , المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر , ١٩٩٧ , ص ١١٣ ,
* وهؤلاء المحكمين هم كل من :
 - 1- الاستاذ الدكتور خليل ابراهيم .
 - 2 - المساعد الدكتور عبد السلام السامر .
 - 3- الاستاذ المساعد الدكتور عبد المنعم الشمري .
 - 4- الاستاذ المساعد الدكتور عادل خليل .
 - 5 - د. حمدان السالم .
- 5-Ebel,R.L.Essentials of Education measurement,New Jersey,Prentice Hall,1972,P554.
- 6- د. ناهد رمزي , الرأي العام وسيكولوجيا السياسة , مكتبة الانجلو مصرية , القاهرة , ١٩٩١ , ص ٤٥ .
- 7- د . احمد بدر , الرأي العام طبيعته وتكوينه وقياسه ودوره في السياسة العامة , القاهرة , دار قباء للنشر والتوزيع , ١٩٩٨ , ص ٧٢ .
- 8- د. حميدة سميسم , نظرية الرأي العام مدخل , بغداد , دار الشؤون الثقافية العامة , ١٩٩٢ , ص ٥٦ .
- 9- د. سمير محمد حسين مصدر سابق , ص ١٧٨ .
- 10- د . جيهان رشتي , الاسس العلمية لنظريات الاعلام , دار الفكر العربي , القاهرة , ط ٢ , ١٩٧٨ , ص ٥١٨ .
- 11- د. ابراهيم امام , الاعلام والاتصال بال جماهير , مكتبة الانجلو مصرية , القاهرة , ط ٣ , ١٩٨٤ , ص ٢٨ .
- 12- د. جيهان رشتي , مصدر سابق .
- 13- د . ابراهيم امام , مصدر سابق , ص ٥١٧ .
- 14- المصدر نفسه , ص ٥١٥ .

الدراسات المسحية للرأي العام

ترجمة : م. م. حنان حسن عبدالرزاق
مراجعة : أ. م. د. حميد جاعد محسن

كلية الاعلام - جامعة بغداد

أولاً: ما الدراسة المسحية للرأي العام

لقد قيل الكثير عن المجتمعات الغربية بانها لم تعد "مجتمعا صناعيا"..... بل "مجتمعا معلوماتيا". وهذا يعني ان المشكلات والمهمات لم تعد .. هي الاخرى.. متركزة, بشكل رئيس, على انتاج البضائع وتقديم الخدمات الضرورية لديمومة الحياة ورفاهيتها. وهكذا, نرى ان "المجتمع الغربي" يتطلب جريانا دقيقا وراقيا للمعلومات حول الاولويات, والخيارات, والحاجات والسلوكيات. وعليه... واستجابة لهذه الحاجة الملحة للمعلومات, تولي الحكومات وميادين الاقتصاد والمؤسسات الحكومية باسرها..... اهمية كبيرة بالدراسات المسحية الميدانية لتقصي الراي العام.

إذا.... ما الدراسة المسحية؟

في يومنا هذا, تستعمل عبارة " الدراسة المسحية" للدلالة على اي طريقة لجمع المعلومات من عينة مختارة من الافراد او الاشياء. وما " العينة", عادة, الاجزاء صغيرا من الشريحة السكانية او الاشياء الخاضعة للدراسة والفحص. ولعل استجواب عينة من الناضجين قبيل اجراء الانتخابات العامة لأقرار كيفية ومدى استجابة الجمهور للمرشحين في تلك الانتخابات وكل ما يتطرقون اليه من قضايا..... يكون مثالا بينا على ذلك. وعلى شاكلة ذلك, يقوم الصناعي باجراء مسح خاص بالسوق المحتملة قبل طرح منتج جديد له. كما تجري الهيئات والمؤسسات الحكومية دراسات مسحية لأراء عينات من الناس لجمع المعلومات الحقيقية والتي هي في امس الحاجة لها من اجل تقييم تشريعاقضائي يعمل به حاليا او لسن مسودة جديدة لتشريع قضائي مقترح يعول على تطبيقه مستقبلا. وعليه... نرى ان الدراسات المسحية تتميز بتنوع كبير في اغراضها وغاياتها. والامر لا يتوقف عند هذا الامر, فان هذا النوع من الدراسات تتميز في الوقت نفسه بتنوع الطرق المتبعة لتنفيذها.... فمن الممكن اجراؤها بواسطة الهاتف, البريد الالكتروني, او عن طريق اجراء المقابلات الشخصية يقوم بها اشخاص

متدربون توكل اليهم اداء هذه المهمة. وبغض النظر عن هذا وذاك, فان جميع الدراسات المسحية, باختلاف انواعها, تشترك بسمات معينة ومحددة تعد قواسم مشتركة فيما بينها. وعلى خلاف الاحصاء السكاني, وفيه يخضع كل اعضاء الشرائح السكانية وليس جزءا معيناً منهم, تقوم الدراسة المسحية على جمع المعلومات من عدد معين من الافراد, محور الدراسة ومركز اهتمامها. ودائماً ما يكون حجم العينة معتمداً على هدف الدراسة الاساسي.

وفي اي دراسة مسحية دقيقة وصادقة لا خداع فيها, لا يكون اختيار العينة كيفما اتفق (عشوائياً) او من الافراد الذين يشاركون في الدراسة بشكل طوعي. بل على العكس, تتم عملية اختيار تلك العينة بشكل علمي يضمن تمثيل كافة شرائح المجموعة السكانية. وبهذه الطريقة يمكن تطبيق نتائج الدراسة من عينة صغيرة الى المجموعة السكانية بأسرها.

وتجمع المعلومات بواسطة طرق ذات نهج قياسية. اذ تطرح التساؤلات نفسها على جميع اعضاء العينة المشاركة في الدراسة... وبالاسلوب المتبع نفسه. وفي الحقيقة, ان هدف الدراسة المسحية لا يكمن في وصف مجموعة افراد... هم اعضاء في العينة بالصدفة... بل في الحصول على صورة واقعية للمجموعة السكانية.

ويتضح المعيار المهني لكل مراكز ومنظمات الدراسات المسحية الراقية ذات السمعة الطيبة في عدم الكشف عن هوية المشاركين في العينة المختارة لدراسة مسحية ما, عندما يتم التطرق للنتائج المستحصلة في الاخير.... بغض النظر عن ماهية اراءهم وتوجهاتهم. فلا بد من تقديم نتائج الدراسة على شكل ملخصات غير معرفة بالكامل... حالها حال ما يقدم من خرائط وجداول احصائية.

ما مدى كبر حجم العينة اللازم والمطلوب؟

يعتمد حجم العينة المختارة واللازمة لأجراء مسح ميداني ما, وبشكل جزئي, على النوعية الاحصائية المطلوبة لنتائج ذلك المسح. وهذا بدوره يرتبط بكيفية استخدام النتائج النهائية وتوظيفها. وعلى الرغم من ذلك, لا توجد قاعدة واحدة بسيطة يتم وفقها تحديد حجم العينة المختارة لكل الدراسات المسحية باختلاف انواعها. وفي الواقع, ان هذا الامر بمجمله يعتمد على الموارد المالية والمهنية المتوفرة. ومع ذلك, دائماً ما يجد المحللون بان حجم عينة معتدلة (متوسطة) يكون كافياً احصائياً وعملياً. ولا بأس في ضرب مثال بسيط على مانقول: تحاول استطلاعات الرأي العام المعروفة, مراراً, استخدام عينات مؤلفة من (١,٠٠٠) فرد من اجل الحصول على معلومات منطقية - معقولة حول الاراء والمواقف العامة. وعند ادراك ان عينة مختارة بشكل مناسب ومؤلفة من هذا العدد يمكن لها ان تعكس الخصائص المختلفة للمجموعة السكانية بأكملها..... فانه سيكون من اليسير على المتخصصين ايلاء استخدام الدراسات المسحية الاهمية المرجوة لغرض اتخاذ القرارات اللازمة في

مجتمع معقد . فمثلا، تزودنا الدراسات المسيحية بوسائل سريعة ومقتصدة لتحديد الحقائق حول الاقتصاد وبكل ما يتميز به شعب ما من معرفة وثقافة ومواقف وأراء وسلوكيات ومعتقدات.

من يقوم بمهمة الدراسة المسيحية؟

نعرف , جميعا, الكثير من المعلومات حول الدراسات المسيحية الخاصة بالرأي العام او ما تسمى "باستطلاعات الرأي العام", والتي تتم متابعتها ونقل تفاصيلها عبر وسائل الاعلام المرئية والمقروءة. وتقوم مراكز "غالوب" و"هاريس سرفي" في الولايات المتحدة لأستطلاعات الرأي العام والدراسات المسيحية باعلام الجمهور وبشكل دوري باستطلاعاتها المسيحية للرأي العام, والتي تجرى بين الحين والآخر, حول سلسلة عريضة من القضايا الراهنة. كما ان استطلاعات الدولة والتي دائما ما تكون مدعومة من قبل قنوات تلفزيونية وصحف محلية, تنشر وبشكل منتظم في العديد من المراكز المحلية. ناهيك عن قيام البعض من الشبكات التلفازية الكبرى والمجلات الاخبارية باجراء استطلاعاتها الخاصة للرأي العام ونشر نتائجها. ومع هذا, فان الكثير من الدراسات المسيحية هي ليست استطلاعات مسحية فعلية للرأي العام. فمعظمها توجه لغرض اداري, تجاري, او علمي بحث. ولعل القائمة الاتية توضح لنا التنوع الكبير في القضايا التي تجرى حولها دراسات مسحية مختلفة ترمي الى تحقيق اهداف معينة وهذا ما يوضح مدى اهميتها وضرورتها:

- تعتمد شبكات التلفزة الكبرى على الدراسات المسيحية وذلك من اجل التوصل لمعرفة عدد ونوع مشاهدي برامجها.
- يجري مركز "ستاتستكس كندا - Statistics Canada" دراسات مسحية مستمرة حول الاطفال وعوائلهم وذلك من اجل دراسة ومعرفة الاحتياجات التربوية وغيرها.
- يولي مصنعو السيارات اهمية قصوى للدراسات المسيحية وذلك لمعرفة مدى قبول الناس بسياراتهم وملاحظاتهم حولها.
- يجري المكتب الامريكي للاحصاء السكاني دراسة مسحية, شهريا, بهدف الحصول على المعلومات اللازمة حول البطالة والعمالة.
- كما تدعم بحوث وسياسة الرعاية الصحية في عدد من البلدان دراسة مسحية دورية من اجل تحديد مقدار ما ينفقه المواطنون للحصول على انواع مختلفة من الرعاية الطبية.
- تجري سلطات النقل المحلية في مدن عديدة دراسات مسحية للحصول على المعلومات حول عادات النقل والسفر.
- تعتمد المجلات والصحف التجارية على الدراسات المسيحية لمعرفة المواضيع التي تأسر اهتمام القراء.

- تجرى الدراسات المسحية مرارا، للتحقق من رواد المنتزهات العامة والمواقع الترفيهية الأخرى.

ودائما ماتكون الدراسات المسحية مصدرا مهما لا غنى عنه للمعرفة العلمية الأساسية. فالاقتصاديون والنفسانيون ومهنيو القطاع الصحي ومتخصصو العلوم السياسية والاجتماعية يصرون على اجراء الدراسات المسحية حول قضايا حيوية مثل تلك التي تدور حول:

- نماذج معدلات الدخول والنفقات بين العوائل، جذور واسباب الضغينة العنصرية والاثنية، تأثير المشكلات الصحية على حياة الناس، سلوك الانتخاب النسبي و الأثار المترتبة لعمل المرأة خارج البيت على الحياة العائلية.

ما الطرق العامة للدراسات المسحية؟

من الممكن تصنيف الدراسات المسحية وفقا لطرق عديدة تقوم في احد ابعادها على تحديد حجم ونوع العينة. ومن الممكن اجراء هذه الدراسات المسحية، ايضا، لمعرفة المجموعات الحيوية واللاحوية (مثلا: الاشياء الانسانية او اللانسانية، الحيوانات، البيوت ومايخصها.... الخ).

ولما كانت معظم المبادئ الأساسية او في اغلبها مشابهة لكل الدراسات، فان التركيز هنا سيكون على الطرق المتبعة في اجرائها لمسح اراء الجمهور.

تقوم العديد من هذه الدراسات على دراسة قاطني منطقة سكنية محدودة... والبعض الآخر يركز على شرائح بشرية خاصة مثل الاطفال، الرياضيين، قادة المجتمع، العاطلين او مستخدمي منتج معين او المستفيدين من خدمة ما. ولربما يتم اجراء كذا دراسات مع عينات محلية خاصة او قومية عامة.

ومن الممكن ان تصنف دراسات المسح هذه، ايضا، تبعا لطرق جمع المعلومات المتبعة فيها. وتعتبر عمليات المسح التي تجرى عبر البريد الالكتروني والمقابلات الهاتفية والمقابلات الشخصية من اكثر الدراسات المسحية شيوعا. كما ان استحصال المعلومات من العاملين في الميادين المختلفة واولها الطبية ومثيلاتها من العمليات المسحية الاكثر اتباعا وتكرارا. وفي الطرق الاكثر حداثة للحصول على المعلومات وجمعها، يتم ادخال المعلومات وبشكل مباشر الى الحواسيب اما على يد عامل دراسة مسحية كفء او عن طريق، وبشكل متزايد، المستفتين انفسهم. ويتجلى مثالا واضحا على ذلك في عمليات دراسة مشاهدي التلفاز، والتي دائما تجرى بواسطة وسائل ومعدات تقنية يتم ربطها مباشرة بعينة من اجهزة التلفاز وهي بدورها تقوم، وبشكل آلي، بتسجيل القنوات التي يتم مشاهدتها.

واما الدراسات المسحية عبر البريد الالكتروني.... فهي ماتكون، في الاغلب، رخيصة التكاليف. اي لا تكلف الشيء الكثير. ولكن وكما هو الحال مع باقي انواع عمليات المسح لأراء

الجمهور , فان المشكلات , هنا , تظهر في عدم ايلاء تلك العمليات الاهتمام المرجو لغرض تحقيق اعلى المستويات من التعاون من اجل تحقيق النتائج المرادة من تلك العمليات المسحية. وتكون الدراسات المسحية الالكترونية اكثر فعالية وتأثيرا وذلك عندما توجه نحو فئة معينة مثل اعضاء جمعية حرفية ما او نحو قراء مجلة ما.

وتعتبر المقابلات الهاتفية وسيلة فعالة لجمع بعض الانواع من البيانات المعلوماتية . ولهذا تراها الاكثر استخداما واتباعا مؤخرا وبأضطراد, علما ان وقت وطول الدراسة يشكلان عاملين مهمين فيها. • وتعد المقابلات (اللقاءات) الشخصية طريقة طيبة لجمع المعلومات من بيوت وامكن عمل المستفتى معهم (العينة) ولكنها اكثر تكلفة من النوعين السابقين من الدراسات المسحية (عن طريق البريد الالكتروني او الهاتف). ومع هذا, تعتبر هذه المقابلات ضرورية وخاصة عندما يكون الهدف الاول والاخير هو جمع المعلومات المعقدة التي لا يمكن الحصول عليها بواسطة الطرق الاخرى. كما تجمع بعض الدراسات المسحية اكثر من طريقة لجمع المعلومات. فعلى سبيل المثال, من الممكن لعامل الدراسة استخدام الهاتف "لعرض" او تحديد عينة المستفتين بأرائهم (تحديد الافراد الاكبر سنا المؤهلين لنيل مزايا برنامج التأمين الصحي, مثلا). وبعد ذلك, يقوم بعمل مواعيد و اوقات اجراء المقابلات المخطط لها معهم.

ما الاسئلة المطروحة في الدراسة المسحية؟

ويمكن لنا, أيضا, ان نصنف الدراسات المسحية وفقا لمحتواها. فبينما ينصب اهتمام البعض منها على الاراء والمواقف (مثل الدراسات المسحية التي تجرى مع الناخبين قبيل اجراء الانتخابات)... يتركز محور البعض الاخر على الخصائص او السلوكيات الحقيقية-الواقعية (مثل الدراسات المسحية التي تجرى حول صحة الناس, الشؤون المنزلية, نفقات المستهلك او عادات النقل والسفر).

ويجمع العديد من الدراسات المسحية اسئلة من كلا النوعين. اي تكون دراسات شاملة لتضم كلا النوعين. ولربما يسأل المستفتون فيما لو كانوا قد سمعوا او قرؤا حول قضية ما.... ما يعرفون عنها... ما ارؤهم بشأنها... مدى احساسهم وشعورهم نحوها ولماذا... اهتمامهم بها.... خبراتهم الماضية معها.... واستفسارات اخرى عن معلومات حقيقية من شأنها مد محلل الدراسة المسحية بعون كبير في ما يخص تصنيف الاستجابات الواردة (وفقا للعمر, الجنس, الحالة الاجتماعية, المهنة ومحل السكنى).

وفي بعض الاحيان, تكون الاسئلة من النوع المفتوح-المنتهي (مثال: لماذا تشعر بهذه الطريقة؟) او المغلق (مثال: هل توافق ام لا؟). ولربما يطرح المسؤولون عن الدراسة تساؤلات على

افراد عيناتهم عن تقييمهم لمرشح سياسي او منتج صناعي وفقا لمعيار معين ... او يثيرون تساؤلات حول قيمة او مرتبة مغايرات مختلفة مطالبين مستفتيهم , ايضا , بوضع مرتبات افضلية لتلك المغايرات (من الافضل الى الاسوء). ودون اي شك , ان الاسلوب المتبع في صياغة وطرح الاسئلة يلعب دورا مؤثرا وكبيرا في تحديد نتائج اي دراسة مسحية. ويكون البعض من الاستبانات قصيرا ومختصرا جدا فيضم اسئلة قليلة لا تأخذ سوى خمس دقائق او اقل للاجابة عنها.... او البعض الاخر طويلا مفصلا جدا فيطلب ساعة او اكثر من وقت المستفتي ليدلي باجاباته. ولما كان الامر غير فعال في تحديد عينة دراسة كبيرة لتشمل الامة بأسرها والوصول لها من اجل الاجابة على بضعة من الاسئلة فقط..... كان لزاما ايجاد نوع جديد من الدراسات المسحية تجمع مصالح واهتمامات ورغبات عملاء عديدين في مقابلة واحدة- دراسة مسحية واحدة (وهذه ما يطلق عليها بالدراسات المسحية الجامعة. اي دراسات مسحية شاملة لبنود وتساؤلات عديدة تخدم في اجاباتها اطرافا عديدة). وفي مثل هذه الدراسات , دائما ما يطرح على المستفتين اثنا عشر سؤالا حول موضوع واحد وستة اسئلة اخرى او اكثر عن موضوع آخر.... وهكذا.

ولما كانت التغييرات في المواقف والاراء او السلوكيات امرا لا يمكن الوثوق به والركون اليه بعد مقابلة مسحية واحدة فقط .. تسعى بعض الدراسات المسحية الى استخدام ما يسمى ب" خطة الجدول" وتعني خطة خاصة تتم وفقها مقابلة المستفتين في مناسبتين او اكثر في محاولة للاطمئنان على مصداقية ارائهم وثبوت ردة افعالهم او استجاباتهم ومن ثم اعتمادها رسميا في نتائج الدراسة المسحية. وتتبع مثل هذه الدراسات , مرارا , خلال الحملات الانتخابية او لرسم مناهج خاصة بصحة العائلة او لتحديد معالم انموذجات شراء في فترة معينة من الزمن.

من هم العاملون في الدراسات المسحية؟

يتعامل الجمهور مع عامل الادارة المسحية على انه الشخص الذي يقوم بالاتصالات الهاتفية معهم... او الذي يقف على اعتاب بيوتهم... او الذي يوقفهم في الاسواق لأخذ ارائهم بشأن قضية ما واستحصال المعلومات منهم. اي انه الشخص الذي يقوم بمهمة المقابلات المسحية- Interviewer . لقد كانت المقابلات المسحية , سابقا , وعلى الرغم من انها تتطلب , بين الحين والآخر , ايام عمل ميداني طويلة حتى يتم اتمامها على الوجه لاكمال , عبارة عن عمل جزئي ... وهذا مايكون مناسباً لكل الافراد الذين لا يرغبون في العمل بوقت كامل.... او يسعون في زيادة دخولهم الشهرية المنتظمة فقط. وبعد ان اخذت التطورات مسارها في سوق العمالة وفي مستوى الآليات والتقنيات المستخدمة في المسوحات لتحديث تغييرات كبيرة في هذا الانموذج من الدراسات المسحية , ازداد , وبشكل مضطرب , عدد العاملين في مضمارها بساعات عمل كاملة. اي متخذين منها عملا كلياً لهم. وفي العادة لا يتطلب من

عامل المسوحات خبرة في مجال عمله في اجراء المقابلات المسحية... على الرغم من وجوب او ضرورة امتلاكه لمهارات الحاسوب . تقوم معظم مراكز ومنظمات الدراسات والبحوث بعمل دورات تدريبية لكوادرها في مجال اجراء المقابلات المسحية. ولكن لابد من توفر العديد من المتطلبات لدى المتقدمين للعمل:

- 1- القدرة على الوصول الى الغرباء وكسر الطوق عنهم كخطوة اولى لاجراء المسح المطلوب (سواء اكان ذلك عبر الهاتف او بشكل شخصي - وجها لوجه).
- 2 - القدرة على اقناع هؤلاء الغرباء بالمشاركة في الدراسة المسحية المخطط لها.
- 3- القدرة على جمع المعلومات والبيانات المطلوبة وفقا للتعليمات الاساسية للدراسة المسحية. ويمثل هؤلاء العاملون المستوى الادنى في اي مركز للدراسات المسحية. بيد ان اجراء الدراسة المسحية يستلزم توفر عاملين من نوع اخر... وهم كواد البحث الذين يعملون في داخل مراكزهم ولا يضطرونهم عملهم الى الخروج والاتصال مع الجمهور بشكل مباشر. اذ ينصب عملهم بشكل اساسي على:

(أ) التخطيط للدراسة المسحية.

(ب) اختيار عينة الدراسة.

(ت) عمل وتطوير الاستبانة المطلوبة.

(ث) الاشراف على المقابلات المسحية .

(د) معالجة ما تم جمعه من معلومات وتحليلها ومن ثم جمع النتائج وترتيبها ونشرها.

وفي معظم مراكز البحوث الخاصة بالدراسات المسحية يتم تدريب مثل هذه الكوادر, وهي الاساسية في اي دراسة مسحية, في دورات تدريبية عالية المستوى حول طرق ووسائل المسوحات اذ يتم منحهم شهادات جامعية اولى بها. كما يتطلب منهم نيل شهادات متقدمة في ميادين مختلفة مثل علم الاجتماع, الاحصاء, التسويق او علم النفس... او لابد من توفر خبرات عملية ومعرفية متكافئة لذلك لديهم. ويمثل هؤلاء المستوى الاعلى في اي مركز للدراسات المسحية. اما على المستوى الاوسط.... فأولئك هم المشرفون والباحثون الذين دائما ما تكون لديهم خلفيات اكااديمية مشابهة لأولئك في المستوى الاعلى او يمتلكون كفايات وخبرات مهنية عالية جدا تؤهلهم لاداء مهماتهم على امثل وجه.

ماذا عن قياسات السرية والنزاهة؟

تحتل سرية المعلومات المستحصلة من الجمهور المستفتى مرتبة الاولوية لدى كل مراكز

الدراسات المسحية ذات السمعة الطيبة والمكانة المرموقة. ففي الولايات المتحدة الامريكية وفي مكتب الاحصاء السكاني, على سبيل المثال, تتم حماية سرية المعلومات المجموعة بقانون قد شرع لهذا الغرض. وفي كندا, يضمن قانون "الاحصائيات" سرية وخصوصية ما يجمع من معلومات بواسطة مؤسسة "ستاتستكس كندا- Statistics Canada". واما في الدول الاخرى, فالامر لا يختلف كثيرا حيث تتوفر كل الحماية القانونية من اجل حماية سرية المعلومات واصحابها. تمتلك المراكز المهنية للدراسات المسحية مدونات او دساتير خاصة بها يسن وفقها قوانين تضمن حماية سرية المعلومات وتصور كرامة اصحابها. وتقوم سياسة حماية المعلومات وسريتها على:

- 1- استخدام شفرات بارقام مخصصة لربط اسم المستفتي مع المعلومات التي ادلى بها وحفظها في مواقع خاصة بعيدا عن ملف الاستبانة.
- 2- رفض اعطاء اسماء وعناوين المستفتين لاي جهة كانت خارج مركز الدراسة المسحية المجري للاستفتاء, ومن ضمنهم العملاء.
- 3- اتلاف الاستبانات وملفاتها واي معلومات تحدد شخصية المستفتي بعد ادخال المعلومات المستحصلة كافة في الحاسوب ومعالجتها.
- 4- حذف اسماء وعناوين المستفتين من ملفات الحاسوب المستخدمة للتحليل.
- 5 - تقديم جداول احصائية بفئات عديدة حتى يضمن بذلك عدم معرفة هوية المستفتين.

ماذا عن القضايا المحتملة الاخرى؟

تحدد نوعية الدراسة المسحية, دائما, بهدفها الرئيس ,
اولا, والطريقة المتبعة في اجرائها,

ثانيا. تثار الشكوك وبمعدلات عالية حول اقتراحات الرأي التي تجرى في معظم شبكات التلفزة والمجلات. ففي مثل هذه الاقتراحات وغيرها, والتي دائما ما تكون اقتراحات رأي مختارة ذاتيا - اي ان المستفتي هو من يختار المشاركة بها طوعا, تكون في اغلب الاحيان مضللة مادام ان المشاركين لم يتم اختبارهم وفق اسس علمية. وفي هذا النوع من الاقتراحات (والتي يطلق عليها سلوبس: SLOPS - مختصر للعبارة الاصطلاحية: ... Self-Selected Opinion Polls) يكون الافراد ذوو الاراء القوية (سلبية في معظم الاحيان) اكثر استجابة من الاخرين. لا بد من اجراء الدراسات المسحية بشكل متكامل فيتم تطوير المعلومات الاحصائية بصورة نهائية حول موضوع ما. وهنا لا بد من الاشارة الى انه لا يسمح بتاتا باصدار نتائج اولية غير موثوق بها او تكون بمثابة ضرب من الخداع لغرض التسويق مثلا. كما ان اي فرد يطالب بالمشاركة في اي اقتراح للرأي العام او يبدي شيئا من القلق بشأن النتائج النهائية, يتوجب عليه, اولاً, ان يقرر فيما اذا كانت الاسئلة المطروحة في ورقة الاستبانة عادلة

ومنصفة ام لا . كما يحصل خرق مهم اخر لنزاهة الدراسة المسحية ومصادقيتها وذلك عندما لا يكون الاقتراع في حقيقته سوى وسيلة لجمع التبرعات المالية لسبب او لآخر... او لخلق قائمة بريرية تهدف الى توجيه حركة التسويق في الشارع الاقتصادي.

ثانياً: كيفية التخطيط للدراسة المسحية

تجرى الدراسات المسحية، عادة، عندما تواجه مؤسسة ما او فرد ما حاجة ملحة في الحصول على المعلومات لا يفي ما هو متوفر منها بالغرض. وفي هذا الشأن، من المهم جداً لنا، في البدء، معرفة فيما اذا كانت المعلومات المرادة -المطلوبة من الممكن جمعها عبر دراسة مسحية خاصة بالغرض ام لا. فلربما لا يمكن تحقيق ذلك. ايمكن ذلك بالفعل؟ هل هناك وسيلة اخرى بدلا من الاولى؟ ولربما تكون هناك طريقة غير مباشرة اخرى لتحقيق الغرض نفسه. ولكن اذا ما تم التوصل الى قرار اجراء الدراسة المسحية، فلا بد من اتباع خطوات لازمة لغرض انجاحها واولها تحديد الاهداف الاساسية للدراسة اللازم اجراءها. وهذا، بشكل عام، يكون من مهام راعي الدراسة. اي الجهة المريدة للمعلومات والمطلوبة بها.

ولربما يكون راعي الدراسة، مثلاً:

- 1- وكالة حكومية ترغب في تقييم اثار برنامج للرفاهية الاجتماعية على المستفيدين منه وعوائلهم.
 - 2- باحث اكاديمي يرغب في اختيار العلاقة بين سلوك الانتخاب الفعلي والافكار السياسية المطروحة في الحملات السياسية الانتخابية.
 - 3- متخصص حاسوب يسعى الى قياس معدل رضا وقناعة المستهلك بمنتج ما متطرقاً الى اعداد المشتريين حالياً والمحتملين مستقبلاً.
- اما فيما يخص اهداف الدراسة المسحية، فلا بد ان تكون محددة، واضحة المعالم لا لبس فيها ولا غموض... بدرجة ممكنة. وفي عملية التخطيط للقيام بالدراسة وتقدم سيرها، تعلو للسطح عقبات كثيرة مع راعي الدراسة. ولكن، وبغض النظر من هذا، من المهم هنا ايلاء راعي الدراسة دوراً مهماً في كل خطوة تجرى في التخطيط والاعداد للدراسة المسحية. اي يكون له دور فعال وغير هامشي في عملية صياغة الدراسة المسحية وتثبيت معالمها وانجازها.
- اذا... كيف التخطيط لأستبانة الدراسة المسحية؟

في البدء، يتوجب على المشرفين على الدراسة المسحية تحديد الوسيلة اللازم اتباعها في جمع المعلومات (مثلاً: الهاتف، البريد الالكتروني، او المقابلات الشخصية). وبعدها، يتم وضع الهيكل

الاساسي لاستبانة الدراسة. ومن ثم يعمل على تطويرها لتكون بصورتها الامثل . وفي الخطوة الاخيرة , يجرى اختبارها لمعرفة مدى فعاليتها وغناها قبل تقديمها للجنة المختارة للاجابة عنها. يعتبر التخطيط للاستبانة المسحية المرحلة الاكثر خطورة وحساسية واهمية في عملية اجراء الدراسة المسحية . وقد اولى علماء الاجتماع والسلوك اهمية قصوى الى هذه المرحلة وانجازها على الوجه الاحسن. تتميز عملية تصميم الاستبانة بالعديد من العوامل التي دائما ما تبدو عادية وبسيطة ومن الممكن الايفاء بها ببسر كبير. ولكن ما ان يبدأ المستفتي بالاجابة على ماطرحة في الاستبانة من اسئلة.... يتطلب الامر منه الكثير من الدقة والذكاء والفتنة والمهارة. بيد انه منذ البدء , لابد من جعل كافة المفاهيم والقضايا التي تدور حولها اسئلة الاستبانة في وضوح تام . اي ان تكون الاسئلة مفهومة ولا تحمل التفسير والتأويل واللبس. ولابد من صياغة الاسئلة بشكل جلي بعيد جدا عن الغموض... والا تكون النتائج مخيبة للامال. اذ تكون اجابات المستفتين غير واضحة- تحمل اكثر من معنى. وبالتالي تكون المعلومات المستحصلة مضللة وبدلا من نفعها وتحقيق الغاية المرجوة منها.... تكون بائسة فقيرة ولا خير يعول عليها. والان... كيف لنا ان نطبق هذه الاستراتيجية في دراسة مسحية خاصة لتقييم حوادث السرقة والمتضررين بها وماينجم عنها من اثار سلبية. ولعله من الافضل لنا ان نبادر في الاستبانة, بالسؤال : "هل تعرضت للسرقة في الاشهر الستة الماضية؟" وعلى الرغم من وضوحه , فان السؤال هنا محاط بالكثير من الغموض واللبس. فالكثير من المستفتين به لايعرفون تماما الخط الفاصل بين السرقة (Robbery) والتي تشمل مواجهة شخصية للضحية مع السارق, والسطو الليلي (Burglary) والتي تعني السطو على منزل الضحية دون علمه والمواجهة معه. وعليه في دراسة مسحية اجريت حول الجريمة في عموم الولايات الامريكية اشرف عليها المكتب الامريكي للاحصاء السكاني, لم تكن الاسئلة حول ضحايا عمليات السرقة وتأثيرها تضم اي اشارة الى كلمة "سرقة" (Robbery) .. لم تذكر الكلمة قط. وبدلا من ذلك , ضمت الاستبانة العديد من الاسئلة التي بمجملها كانت تهدف الى استحصال الاستجابات المرغوب بها وذلك من خلال توظيف عبارات اكثر شمولية ومتفق عليها بشكل اوسع. والان, انظر المثال الاتي والذي تم استعارته من استبانة المسح المشار اليه اعلاه:

{اريد ان اقرأ لك بعض الامثلة التي تعطي لك فكرة عن الجرائم التي تناولتها هذه الدراسة. وبتطريفي لها , اخبرني فيما كنت قد عانيت من احداها في الاشهر الستة الماضية ... اي منذ

- هل سرق منك شيئا ما مثل :

1 - اشياء محمولة مثل الحقائب (صغيرة ام كبيرة), محفظة النقود.... الخ

2 - ملابس , مجوهرات , آلة حاسبة

- 3- دراجة هوائية او جهاز رياضي
 4- اجهزة منزلية مثل التلفاز , مكبر الصوت او ادوات اخرى
 5- اجهزة ومعدات من سيارتك مثل جهاز تسجيل , كاميرا وغيرها؟
 او

6- هل حاول لص ما سرقة اي شىء مما تملكه؟

حاول وصف , وباختصار , حادثة او حوادث من هذا القبيل كانت قد حدثت لك؟{.

وفي الواقع, ان تصميم استبانة مسحية ملائمة وايجابية, ترمي الى الحصول على معلومات مفيدة, يستلزم اكثر من مفاهيم معرفة - محددة المعالم ولغة مميزة - واضحة. فلا بد لاهتمام راعي الدراسة والمسؤولين عنها ان ينصب , ايضا , على مقدار طولها. فالاستبانات الطويلة تؤدي, دائما, الى ملل المستفتي وضجره وتعبه. وهذا ما يقوده الى الوقوع بالخطأ بسبب قلة الانتباه واللامبالاة وعدم الرغبة في الاجابة. كل ذلك, بالإضافة الى الاجابات الناقصة, وربما, يقود الى ارتفاع معدلات الرفضين في المشاركة في الدراسات المسحية المقبلة والتي تشمل العينة المختارة نفسها. وهناك العديد من العوامل التي لا بد من اخذها بالحسبان عند تصميم استبانة مسحية ما. وتشمل هذه العوامل قضايا تخص اعتبارات عديدة مثل:

- ترتيب الاسئلة المطروحة

- صياغة الاسئلة وظهورها وتسلسلها.... واشياء اخرى كذلك التي تخص الحجم الطبيعي

والشكل الخارجي لاستمارة الاستبانة.

كيف السبيل الى تحقيق تغطية ايجابية ؟

ولا بد لاي دراسة مسحية ان تقوم على عامل حساس وفعال وهو ضرورة تغطية كل فئات المجموعة السكانية لتحظى بفرصتها في التمثيل والدراسة. ومن اجل تحقيق ذلك, لا بد من عمل قائمة تحت عنوان: "اطار العينة". وفي مسح يجرى عبر الشبكة العنكبوتية - الانترنت, يمكن لاطار العينة شمول كل العناوين البريدية في اي دولة او منطقة او مدينة. وفي مسح اقتصادي يجرى عبر المقابلات الشخصية, يمكن لاطار العينة ان يشمل اسماء وعناوين كل مؤسسات ومراكز البيع بالمفرد, والمرخصة. وفي مسح اخر يجرى عبر المكالمات الهاتفية في جامعة ما, مثلا, لربما يضم اطار عينته قائمة باسماء الطلبة وارقام هواتفهم. يغطي "اطار العينة", ايضا, المساحات الجغرافية مع حدود معروفة المعالم سواء كانت طبيعية ام مصطنعة وذلك عندما لا تكون هناك قائمة بالمجموعة السكانية (وكما يحصل في بعض المناطق الريفية). وفي هذا المجال, يتم اختيار عينة لمساحات جغرافية (ودائما ما يشار اليها ب: "اقسام المساحة") وعلى عاملي الدراسة المسحية تغطية وفحص كل اقسام

المساحة التي تشملها الدراسة المسحية في عمليات المسح وذلك عن طريق قائمة بالوحدات المناسبة للدراسة : البيوت او العوائل, محلات البيع بالمفرد او ايما تكون بحيث يكون لتلك الوحدات المختارة باسرها الفرصة الجيدة في ان تكون جزءا ضمن العينة المختارة الاخيرة . وتاتي نوعية اطار العينة كصفة اساسية لضمان تغطية معتمدة - صادقة للمجموعة السكانية المرغوب او المراد مسحها. ويكون اختيار عينة من العوائل لدراسة مسحية عبر الهاتف اكثر يسرا من تلك التي تجرى عبر المقابلات الشخصية . فالاولى تكون دائما اقل تكلفة واكثر سهولة في انجازها من الثانية. غير ان اشكالياتها الرئيسية تكمن في حيازة ٩٥% من الاسر او العوائل فقط على الهاتف. ولذلك لا يمكن مسح عدد كبير من الناس. وهذا يعني الاخفاق في تمثيلهم في الدراسة المسحية المجراة. وبشكل عام, تكون العوائل التي لا تمتلك خطوطا هاتفية ذات دخول شهرية اوطأ او اقل بكثير من العوائل المتمتعة بتلك الخدمة (الخدمة الهاتفية). وعلية نستطيع القول بان المسوحات الهاتفية لا تاتي ممثلة للمجموعة ذات الدخول الواطئة.

كيف يتم اختيار عينة عشوائية؟

تستخدم كل المسوحات التي تحظى باحترام وتقدير جميع علماء الاجتماع وصانعي السياسة عمليا, صيغة معينة في اختيار العينة العشوائية. وحتى في عمليات الاحصاء السكاني العشرية , يتم استخدام تقنيات معينة متطورة في التعامل مع العينات من اجل جمع مقدار ضخم من المعلومات والبيانات المعلوماتية. كما تستخدم اللاتحات او القوائم الكاملة (١٠٠%) لغرض حساب المجموعة السكانية الاساسية. وما يسمى بـ "الصيغة الطويلة" تترك الى غير الاساسية. وتعود وسائل العينات العشوائية في تاريخها بعيدا في النظرية الاحصائية وكذلك في نظرية "الاحتمالية". ومن الممكن انجاز حسابات فعالة وصادقة وموثوق بها للاحصائيات المطلوبة من خلال عمل مسح عينة دراسة لمجموعة سكانية قد تم تصميمها وبنائها بشكل جيد. وهذا, بطبيعة الحال, مشروط بقيام اكبر عدد من العينة باعطاء المعلومات المطلوبة.

ويقوم النوع الخاص من العينة المستخدمة على اهداف ومجال الدراسة المسحية. كما تضم العوامل المؤثرة, هنا

1- طبيعة الاطارات المتوفرة.

2- الميزانية الكلية للدراسة المسحية.

3- طريقة جمع المعلومات.

4- الموضوع الاساس.

5- نوع العينة المطلوبة واللازمة.

يتطلب البعض من العينات القليل من الخبرة والتدريب في كيفية التعامل معها واستحصل

المعلومات منها. ويكون البعض الآخر معقداً ودرجة عالية، متطلبا إجراء مراحل اختبار متعددة. وهنا، حاول أن تقارن بين مستوى الصعوبة بين عينة مؤلفة من أطفال المرحلة السادسة في مدرسة ابتدائية خاصة من جانب، وعينة مؤلفة من الأطفال المشردين في المدينة نفسها من جانب آخر. وسواء كانت العينة بسيطة أم معقدة، فإن هدف عينة مصصمة بشكل حسن يكمن في أن يكون لكل وحدات المجموعة السكانية فرصة طيبة - ايجابية في التمثيل والاختبار في الدراسة المسحية. ويتوجب دراسة خطة العينة، كذلك، بشيء من التفصيل وذلك للسماح بإجراء حسابات دقيقة ومنطقية للاخطاء الناجمة من اختيار العينة. وتساعد هاتان الخاصيتان في التوصل لاستدلالات علمية من نتائج الدراسة حول المجموعة السكانية بأسرها والتي جاءت العينة المختارة لتكون خير ممثل لها. نموذجيا، لا بد لحجم العينة المنتخبة للدراسة المسحية أن يقوم على مدى دقة التقارير أو الحسابات النهائية للدراسة. وعلى أرض الواقع والممارسة، دائما ما يربط بين العينة المثالية والتكلفة المتوقعة للدراسة المسحية.

كيف السبيل لعمل خطة مثالية - فعالة؟

تتطلب الخطة الجيدة مسار الدراسة المسحية ذات التصميم المتقن من بدايتها وحتى نهايتها كجزء لا يتجزأ منها. فلابد، هنا، للمسؤول عنها أن يبتكر طرقا عديدة مبتغاها تقويض اخطاء المستفتين (أفراد العينة) وتحيزهم نحو امر ما، وحصرها في معدلات ضئيلة قدر الامكان لان ذلك من شأنه در نتائج علمية تؤخذ في اعتبارات مقاييس الدراسة العلمية. وعلى سبيل المثال، تحتل الذاكرة موقع الصدارة والاهمية في الاستبانة المسحية عندما يطالب المستفتى بالآداء بمعلومات عن احداث قد عاشها في الماضي، كما هو الحال مع الدراسات المسحية الخاصة بنفقات المستهلك. وفي مثل هذه الدراسات "الاستيعادية" (أي تتعلق باستعادة احداث ماضية)، يكون لزاما عدم اجبار المستفتى لذكر اوسرد احداث قد عاشها قبل فترة طويلة جدا يصعب تذكر تفاصيلها بدقة متناهية. وتغطي وامل اخرى ضرورية لأختبار الدراسة خلال مرحلة التخطيط قضايا عديدة تتعلق فيما اذا كانت الاسئلة المطروحة منتهكة لخصوصية المستفتى او صعبة جدا عليه لدرجة لا يقوى فيها على الاجابة عنها، حتى المستفتى الراغب بصدق بالمشاركة في الاجابة او ان الاسئلة في اي منها حساسة او حرجية جدا. وتضفي هذه العوامل المثيرة للقلق فعلا بظلالها على الشرعية الاحصائية لنتائج الدراسة المسحية. ويعتبر القرار بشأن اختيار نوعية المستفتى الصحيح في عينة عائلية مثلا، عاملا مهما في ضمان اجراء دراسة مسحية راقية ذات نتائج معتمدة موثوق بها. وفي المسوحات حيث تتطلب اسئلتها اجابات واقعية - حقيقية بطبيعتها، يطالب اي فرد متقف ذي ثقافة معرفية طبية مشارك في العينة بتقديم المعلومات الصادقة والالتزام بذلك. لقد تم اتباع مثل هذا النهج في "المسح السكاني" - {SPS (- Current Population)}

Survey} اذ يتوقع من اي مستفتى بالغ (في نطاق اسرته) ان يكون قادرا على اغناء الاستبانة باجابات دقيقة لتساؤلات خاصة بالعمالة والبطالة. وفي مسوحات اخرى , لربما يقدم ما يسمى بالمستفتى "الاسري" معلومات مغلوبة او حتى غير شرعية - على سبيل المثال - حيث تكون المعلومات خاصة بشخص معين يجهلها الآخرون. وهنا تبرز لنا قضية اخرى مختلفة ولكنها ذات علاقة وثيقة بمسوحات "المواقف والآراء". وبشكل مقبول عموما , يقدم المستفتى الاسري العشوائي على اعطاء آراء شرعية اكثر مما يقوى المستفتى الاسري المختار انتقائيا - لآعشوائيا . وهذا الامر يعزى برمته الى حقيقة ان المستفتى من النوع الاخير المنتخب (اللاعشوائي), بتصرفه كمستفتى اسري, يكون في اغلب الاحيان, ميالا ليتصرف كفرد في منزله اكثر من ذلك الذي ينخرط تحت لائحة النوع الاول. ولهذا السبب , نرى ان الجمهور العامل وراءه دائما ما يتهاون في تمثيله وتقويم دوره. ملاحظة اخيرة: لأجراء دراسة مسحية ناجحة , لا بد للمشرفين عليها من مراجعة كل مرحلة من مراحلها لضمان الضوابط المطلوبة

- ضمان قيام عاملي المسح بعملهم على اتم وجه
- ضمان تشفير المعلومات المستحصلة بدقة تامة
- ضمان صحة ادخال المعلومات المستحصلة في جهاز الحاسوب لمعالجتها
- ضمان صحة عمل واداء برامج الحاسوب المستخدمة في تحليل ومعالجة المعلومات المدخلة.

كم من الوقت ضروريا لأجراء دراسة مسحية واحدة؟

يتفاوت الوقت المطلوب بين دراسة واخرى تبعا لنوع الدراسة المسحية او لا, والموقع الخاص لأجرائها ثانيا. ففي بعض الاحيان , تجرى العملية المسحية في اسبوعين او ثلاثة فقط وذلك -

أ - اذا كانت استمارة استبانتها مختصرة لا تتطلب وقتا طويلا لمليها.

ب - اذا كانت المعلومات والبيانات المطلوبة يتم جمعها بواسطة الهاتف/ من سجل ارقام هاتفية

متوفرة

غير ان دراسات مسحية اخرى يبلغ عدد افراد عيناتها الف شخص او اكثر , يتراوح وقت اجرائها من بضعة اشهر وحتى سنة ... ولربما اكثر , بدءا من عملية التخطيط وحتى عملية اعداد وعرض النتائج للتحليل والدراسة. والآن ... لا بد ان نؤكد امرامهما وهو ان خطوات او مراحل اجراء الدراسة المسحية ليست بالضرورة تعاقبية , فليس غريبا ان نرى تلك المراحل تتداخل مع بعضها البعض. فمثلا, في دراسات عديدة , يتم وضع قوائم الوحدات والعينات للمناطق الجغرافية المفروض تغطيتها في عملية المسح بينما تتم عملية صياغة استمارات الاستبانة بشكلها النهائي. وعلى الرغم من ان مراحل الدراسة المسحية هي ليست جمعية او ضافية , غير انها جميعا تتطلب وقتا في انجازها. ولربما يكون خطأ عملية التخطيط الاول والاكثر حدوثا هو التقليل من اهمية حجم الوقت اللازم

لإنجاز الدراسة المسحية.

ما مقدار الميزانية المالية؟

وفي هذا الجانب، سيتم اعتماد دراسة مسحية تقليدية، تجرى عبر المقابلات الشخصية (الورقة وقلم الرصاص) في شرح خطوات تحديد الميزانية المالية المقررة للدراسة المسحية بشكل عام. وتعتبر معظم هذه الخطوات خطوات عامة تتبع في كل أنواع مسوحات الرأي العام. ولكن اتباع أساليب مسحية آلية بتقنيات متطورة قد غير من معدلات التكاليف المالية. فقلص ذلك تكلفة البعض منها وزاد من تكلفة البعض الآخر. ولا بد للميزانية المالية ان تشمل على:

- تكاليف الوقت القياسي المبذول للتخطيط للدراسة وتقييمها وتنفيذها عمليا خلال مراحلها المختلفة (وتشمل تكلفة الوقت المبذول مع راعي الدراسة في تحديد الحاجات المعلوماتية).
- تكاليف اختيار العينة (وتشمل: - ١) تكلفة جهد الكادر العامل في مراكز المسح الرئيسة، ٢) تكلفة الحواسيب والتقنيات الاخرى).

- تكاليف عينات "اقسام المساحة" (وتشمل: ١) تكلفة عاملي الدراسة المسحية الميدانيين. ٢) تكلفة نقل وسفر العاملين لغرض رصد وحدات العينات ضمن المساحات الجغرافية المخصصة للدراسة).

- تكاليف الجهود العملية والمادية المنفقة في مرحلة اختبار الاستبانة الاولى - التجريبي وتنفيذ العمل الميداني. ولربما تحتاج هذه المرحلة الى اعادة اجرائها اكثر من مرة. فلا بد من اخذ ذلك في الحسبان عند وضع الميزانية (وخاصة عند دراسة شيئا جديدا).
- تكاليف الاشراف على عمليات تشغيل وتدريب ومراقبة العاملين الميدانيين في الدراسة المسحية.

- تكاليف عمل العاملين ونفقات سفرهم وتنقلاتهم (وهذه تشمل نفقات الاقامة ووجبات الطعام عندما يكون العمل خارج مركز المدينة).

- تكاليف عمليات التدقيق لضمان سلامة العمل والتأكد من صحته.
- تكاليف جهود العمل والاجهزة في مرحلة ادخال المعلومات المستحصلة في الحواسيب وعمل ملفات خاصة بها.

- تكاليف عمليات التدقيق للعمل المنجز في المرحلة السابقة لضمان صحته ايضا.
- تكاليف عمليات التدقيق والفحص لنوعية عملية نقل الاستبانات الورقية الى ملفات حاسوبية.
- تكاليف عملية "تنظيف" المعلومات النهائية - ويقصد بها عملية فحص وتدقيق ملفات الحاسوب للبحث عن الاجابات المستحيلة والمتضاربة (وتشمل نفقات عمليات ملء او ادخال اي

معلومات مفقودة).

- تكاليف جهود المحلل المختص في وضع الجداول والتحليلات الخاصة بالمعلومات (وتشمل تكلفة الوقت المبذول في العمل في الحاسوب لانجاز تلك الجداول والتحليلات).

- تكاليف جهود العمل والادوات والمواد المستخدمة في عمل التحليلات العملية - الفعلية للمعلومات , والتحضيرات لاصدار النتائج.

- تكاليف الاتصالات الهاتفية والبريد وشبكة الانترنت وعمليات الطباعة في كل مراحل الدراسة المسحية , بدءا من مرحلة التخطيط الى توزيع النتائج ونشرها . وهنا لابد من القول بان اتمام عمل ما لا يأتي دون جهد ومال , والدراسة لا يمكن ان تكون رخيصة على الرغم من ان البعض من الدراسات تكون اقل تكلفة من البعض الاخر . وكقاعدة عامة , تكون مسوحات الرأي العام المجزة بواسطة المقابلات الشخصية اكثر تكلفة ماليا من تلك المنجزة بواسطة الهاتف او البريد . ودون اي شك , تتزايد التكاليف بشكل طردي مع درجة تعقيد الاستبانة و عملية التحليلات المعلوماتية اللازم اجراؤها . كما ان المسوحات التي تنجز بعدد كبير من المقابلات تميل لتكون اقل تكلفة من تلك التي تنجز بمقابلات قليلة . وهذا ما يحصل بشكل خاص عندما يكون حجم العينة اقل من ١٠٠٠ فرد .

ثالثا: كيفية جمع المعلومات

من الممكن جمع معلومات الدراسة المسحية , كما رأينا , عبر العديد من الوسائل :- الهاتف , الشبكة العنكبوتية - البريد الالكتروني او عبر الجهد الشخصي وهذا ما قصدنا به قيام عاملي الدراسة المسحية بأجراء لقاءاتهم مع المستفتين لجمع المعلومات . وفي الوقت الحاضر , تعتبر وسيلة البريد الالكتروني الوسيلة الأكثر اتباعا ورواجا في مسوحات جمع المعلومات بشكل ذاتي . ولعل الامر يعود في احد اسبابه الى انخفاض تكلفة مثل هذه المسوحات اذا ما تمت مقارنتها مع المسوحات الاخرى . بيد ان هذا لا يعني سهولة اجرائها بل على العكس يتطلب ذلك الكثير من الجهد لأتمامه . وفي الحقيقة , ان التخطيط لعمل استبانة جيدة لمسح يجري عبر البريد الالكتروني يكون دائما في غاية التعقيد والصعوبة اكثر من مسوحات المقابلات او اللقاءات الشخصية (وجها لوجه) . وعلى سبيل المثال , لابد من توفر مستوى عال من العناية والدقة في اختبار القضايا التي يستفتى حولها ويطلب فيها المواطنون باعطاء ارائهم بشأنها - اي القضايا التي تحتل حيزا كبيرا من شؤون حياتهم واهتماماتهم . ويلعب البريد الالكتروني دورا فعالا في الدراسات المسحية الاقتصادية مثل تلك التي يجريها مكتب الاحصائي السكاني الامريكي او مكتب احصائيات العمل . كما له اهمية كبيرة في استفتاءات الرأي العام حول موضوع معين . مثلا: حول رأي الجمهور بشأن مجلة متخصصة ما او منظمة ما . وقد تطورت وسيلة البريد لجمع المعلومات ذاتيا كثيرا بحيث انتفت الحاجة الى ارسال الطرود البريدية

واستلامه بالطرق التقليدية وحلت بدلا منها الفاكس وشبكة الانترنت لضمان سرعة الاداء وأتقانه وتيسره. وبات استخدامهما في تزايد مستمر وقد اضيفت ارقام الفاكس وعناوين البريد الالكتروني الى كل ملفات السير الذاتية لاعضاء المنظمات وغيرها. وبعبارة اخرى، لقد تزايد استخدامهما لتضاف لزاما جنباً الى جنب مع الفقرات الاخرى في عمل الاطار العام للعيينة المختارة للدراسة المسحية. اي لابد ان يسأل المستفتى عن رقم فاكسه وعنوانه البريدي بالاضافة الى عنوانه وبريده الاعتيادي.

كيف القيام بمقابلة مسحية؟

وتأتي المقابلات (اللقاءات) المسحية الهاتفية او الشخصية (وجها لوجه) بفوائد جمة في مجال جمع المعلومات تتميز بها عن باقي الوسائل المسحية وذلك لان حضور عامل المسح شخصيا او عبر الهاتف يضيف شيئا من التعاون والحميمية والاتصال المباشر. بل يزيد من معدلاتها بشكل ملحوظ. وهذا كله ينعكس ايجابيا على معدلات المصدقية والموثوقية بالمعلومات المستحصلة من المستفتى. اذ ان مثل هذه الاجواء من اللفة والعلاقة الشخصية تشجع الفرد على البوح بصدق ووضوح تام. وكما قلنا سابقا، يكمن الشرط الاساسي في تحديد جودة عامل الدراسة المسحية في القدرة على الوصول للغرباء والتفاعل معهم شخصيا او عبر الهاتف واقناعهم بضرورة المشاركة في الدراسة المسحية المخطط لها. وحال نيل تعاون المستفتى معه واستجابته للمشاركة، يتوجب على عاملي الدراسة المسحية توظيف ذلك وبشكل ايجابي لصالح الدراسة خلال عملية جمع المعلومات المطلوبة طبقا للتعليمات المفروضة في استمارة الاستبانة المسحية.

ومن اجل استحصال المعلومات ذات النوعية المفيدة... ومن اجل انجاح الدراسة المسحية وخروجها بنتائج مسحية مرضية، يتوجب تدريب عاملي المسح وبشكل جيد. وهذا يشمل التدريبات الصفية والدراسة الذاتية او بكليهما. لابد من تعزيز وتقوية وتطوير قدرات واساليب عاملي الدراسة الجيد في مجالات مثل: كيفية اجراء الاتصالات الاولى وكيفية تقادي مشاعر التأثر والميل والانحياز والاستجابات اللاموضوعية. وتتضمن عمليات التدريب، بشكل عام، ممارسات اجراء المقابلات من اجل تعويد عاملي المسح على المواقف المختلفة من المحتمل او الوارد جدا ان يصادفوها عن طريق عملهم وان يكونوا احسن الاطلاع بها حتى لا تفاجئهم يوما ما.

ويعد لزاما امضاء حيز لا بأس به من الوقت على مفاهيم الدراسة.. تعريفاتها ومناهجها. كما يتوجب، ايضا، اتباع طريقة سؤال بسؤال وذلك من اجل زيادة قدرة عاملي المسح ونجاحهم في التعامل مع اي سوء فهم يحصل هنا وهناك. وفي معظم مؤسسات ومراكز الدراسات المسحية المعروفة بسمعتها الطيبة يلزم عاملي المسوحات، ايضا، بأداء قسم السرية قبل البدء بالعمل. ومن جانب اخر، يتوجب على المؤسسة المشرفة على الدراسة المسحية تزويد عامليها بكل ما يتطلبه العمل من مواد

ومستلزمات من اجل ضمان عملية مسح رأي عام ناجحة مئة بالمئة. فبالنسبة للمسوحات التقليدية (المقابلات او اللقاءات الشخصية مثلا) , لابد من تزويد عامل المسح بالاتي:

- 1- عدد كاف من استمارات الاستبانة.
- 2- كتيب ارشاد وتوجيه عند الضرورة.
- 3- ملف معلومات حول الوحدات الخاضعة للدراسة المسحية وموقعها ... وكل شيء من شأنه خدمة الدراسة.
- 4- بطاقات وصور ومخططات توضيحية للدراسة واهدافها.

وقبل اجراء المقابلات الشخصية , تقوم المؤسسة المسحية بمرارا , بارسال رسالة مسبقة الى كل افراد العينة المشاركة في محاولة منها لتوضيح الغرض الاول للدراسة واعلامهم بان عامل الدراسة سيأتي اليهم في وقت قريب . وفي العديد من المسوحات , وخاصة تلك التي تتبناها الحكومة الفيدرالية الامريكية , يتعين تزويد افراد العينات بالمعلومات الكاملة بشأن الطبيعة الطوعية والالزامية (الاجبارية) للدراسة المسحية وبكيفية توظيف الاجابات المستحصلة. اما فيما يخص الزيارات الى افراد العينات , فلا بد ان تولى اهمية كبيرة . اذ يجب ان تجرى في افضل اوقات الزيارات او المكالمات. اي على عامل الدراسة ان يختار افضل وقت لغرض زيارة افراد العينة او الاتصال بهم. كما لابد من استحصال الموافقات لاعادة المحاولات في لقاء العينات او الاتصال بهم عند الحاجة.

ماذا تعرف عن كاتي - CATI؟

بات استخدام الحواسيب في اجراء المقابلات المسحية, في وقتنا الحاضر, امرا عاديا. وخاصة في الولايات المتحدة , تجرى معظم المسوحات الهاتفية عبر وسيلة "كاتي" ! انها "ك.اي.تي.آي." وهو مختصر " Computer - Assisted Telephone Interviews" وترجمته للعربية: "المقابلات المسحية الهاتفية بمساعدة الحاسوب" وهو يعني وسيلة حديثة يستخدم عامل المسح فيها خط اتصال هاتفي عبر الحاسوب. وتظهر الاسئلة المطروحة في الاستبانة على شاشة الحاسوب فيقوم عامل المسح باستخدام اللوحة الرئيسية في الحاسبة في ادخال اجابات واستجابات افراد العينة الى الحاسبة وبشكل مباشر وكما تصل اليه دون اي تغيير . وتتجسد مزايا هذه الوسيلة في النوعية الجيدة والسرعة العالية في التنفيذ وليس في الكلفة المالية التي تصل معدلات عالية لانجاز دراسة مسحية صغيرة ومحدودة لا يمكن اعادتها بتاتا. وهذا يعزى الى عملية برمجة الاستبانة المكلفة غالبا. ولكن تنخفض تلك التكاليف وبشكل ملحوظ مع كبر حجم العينة المشاركة في الدراسة. فكلما كبر حجم العينة , انخفضت التكاليف وهذا ما نراه في المسوحات الكبيرة او المسوحات التي من الممكن اعادتها اكثر من مرة. اذ تكون تكاليفها موازية لتلك المسوحات التقليدية المجراة عبر الهاتف.

وعبر هذه الوسيلة ذات التقنية العالية , يزود حاسوب عامل المسح بقائمة الاسئلة, تظهر على شاشته مباشرة مرتبة في نظام وتسايل متفق عليه. وعليه لا يمكن لعامل المسح بتاتا حذف سؤال ما او تغيير تسلسل الاسئلة. فلا يسمح له تقديم بعضها وتأخير البعض الآخر. وعلى سبيل المثال , تكون الاجابة على بعض الاسئلة متشعبة .اي ان الاجابة على السؤال السابق يحدد نوع السؤال القادم وهكذا. ويمكن برمجة هذه الوسيلة لعمل تشعبات الاسئلة ونفقاتها او توماتيكيا وبشكل صحيح لا يقبل الخطأ ابدا. ولطالما كانت التشعبات غير الصحيحة للأسئلة المصدر الرئيس للخطأ في عمليات المسح التقليدية التي لا يعتمد فيها على عون الحاسوب, وخاصة الاخطاء الناجمة عن عمليات الحذف. وفي ظل هذه التقنية , يمكن للحاسوب بعد برمجته تحرير الاجابات وتنظيمها وترتيبها بشكل يسهل فيها تحليلها. ويكون الحاسوب مع هذه التقنية قادرا على معرفة فيما اذا كان جوابا ما لسؤال ما يأتي متامشيا ومتوافقا مع المعلومات الاخرى التي ادلى بها المستفتي. وفي حينها, يوجه الحاسوب استفسارا للمستفتي لمعرفة رأيه فيما اذا كانت اجابته صحيحة ام لا. اي يطلب من المستفتي تأكيد صحة اجابته وتصحيح ماخطأ منها.

ومن شأن هذه التقنية العالية طرح نتائج الدراسة المسحية بوقت اسرع مما تستغرقه الطرق التقليدية الاخرى لجمع المعلومات بالاضافة الى :-

- 1- تقويض الحاجة لخطوة ادخال المعلومات الى حاسوب منفصل.
- 2- تقديم ملخصات للنتائج النهائية في نهاية كل عملية استفتاء تجري ... او في نهاية كل يوم من ايام تنفيذ الدراسة المسحية وهذا ما تسعى معظم المؤسسات الخاصة بالدراسات المسحية الى عمله.

ماذا تعرف عن كابي - CAPI؟

في السنوات الاخيرة, ظهرت نزعة قوية باتجاه استخدام الحواسيب الشخصية المحمولة (Laptop) في اجراء مسوحات الرأي العام عبر المقابلات الشخصية. فمن الممكن حمل الحاسوب المحمول الى ميدان العمل. وهذا مايسهل عملية ادخال الاجابات على الاسئلة مباشرة في ساحة العمل على عامل الدراسة والمستفتي على حد سواء. ويشار الى عملية جمع المعلومات بهذه الطريقة :

"كابي"(كي. اي. بي. أي.) وهو مختصر : Computer Assisted Personal Interviews وترجمته للعربية: المقابلات الشخصية بمساعدة الحاسوب (الشخصي - المحمول). لا يكون الحاسوب الشخصي , هنا, مرتبطا بشكل مباشر مع حاسوب مركزي كبير. ومع ذلك , فان جودة النوعية وسرعة العمل هما امران يمكن تحقيقهما بيسر كبير في ظل هذه الوسيلة. وعلى الرغم من ان استخدام هذه الوسيلة مازال محدودا بعض الشيء ومقتضرا على بعض المؤسسات المسحية او القليل منها. غير انه يتوقع لها توسع كبير وانتشار لاحدود له في السنوات القليلة المقبلة. فالمسح السكاني الشهري في

الولايات المتحدة ,على سبيل المثال, قد انتقل في استخداماته من الطرائق التقليدية القديمة الى طريقة تجمع بين وسيلتي "كاتي" و"كابي" ذاتا التقنية العالية. وكما يتجلى لنا الان ,فانه بتوسع استخدام التقنيات الالكترونية سيكون مصير الوسائل التقليدية (باستخدام الورق والقلم) الى الزوال لا محالة ولو بشكل تدريجي ... وخاصة في المسوحات التي تشرف عليها الحكومات.

ما الخطوة المقبلة بعد جمع المعلومات؟

وبغض النظر عن الطريقة المتبعة في جمع المعلومات , يكون دائما , هناك مجموعة من العمليات التي لا يمكن الاستغناء عنها في صياغة المعلومات التي تم التوصل اليها وترتيبها بصورة تتضح بها الارقام والمعدلات النهائية وغيرها من الاحصائيات المطلوبة التي كان الغرض الاول من الدراسة المسحية يدور في محورها .

ولربما , في احيان عديدة, تتقارب تلك العمليات لكلا النوعين من الدراسات المسحية : التقليدية (وتجرى بالورقة والقلم) والآلية (عبر الانترنت). فلابد من : اولا: التشفير . مانقصد بذلك؟ انه تشفير استمارات الاستبانة بعد انجازها. ثانيا: الادخال. ونعني بذلك ادخال المعلومات المشفرة الى الحاسوب بطباعتها في ملفات خاصة بها. وبعد عمل الملفات في الحاسوب تأتي الخطوة الثالثة . وبدءا من هذه الخطوة وحتى الاخيرة تكون كل الخطوات عادية ومتعارف عليها مع معظم الدراسات المسحية. اي لا اختلاف فيما بينها سواء قد تم استخدام الحاسوب في جمع المعلومات فيها ام لا. وبعد اتمام عمل ملف الحاسوب , يتم البدء بعملية المعالجة الاضافية وتكون منفصلة عن عملية اعداد النتائج الحسابية. واما الغرض منها فيمكن في تغيير او تعديل المواد المستحيلة او غير الثابتة والتأكد منها. وعادة ما تكون هناك حاجة ماسة الى اتخاذ القرار حول كيفية معالجة الفقرات المفقودة الناجمة عن عدم معرفة المستفتي الجواب الصحيح او رفضه في اعطاء الجواب الصحيح. اي انها حالات لا تكون فيها اجابات للسئلة المطروحة. ولمعالجة مواقف كهذه, يفضل وضع ملاحظات خاصة عليها توضح السبب وراء عزلها جانبا. وعند توافر المصادر الخاصة بها, اي عندما تتوفر الاجابات على تلك الاسئلة, يتم اضافتها الى الاستبانة من جديد وتضمينها في الناتج النهائي للدراسة. ولعل السعي وراء انجاز دراسة مسحية موضوعية ... لا تحيز فيها او عاطفة تشوبها... هو السبب الاول والاخير في اجراء تلك العملية. فالهدف هو الوصول الى اعلى درجات الموضوعية وهذا من علائم الدراسة المسحية الناجحة. وعندما يكون لدينا ملف "نظيف" ومتكامل بكل جوانبه , تكون المعلومات المجموعة جاهزة للمحللين لدراستها وتحليلها ومن ثم تلخيصها في جداول خاصة. ويستحسن لاتمام هذه الخطوة استخدام برامج حاسوب مصممة بشكل خاص. ولاضير من توظيف برامج حاسوب تجارية تفيد بالغرض المطلوب لانجاز المهمة باحسن وجه واسرع وقت. ودائما ما تكون الطريقة الفضلى في البدء بعملية التحليل

هي: القيام بتحليل الحسابات البسيطة والنسب المئوية لكل سؤال. ومن ثم القيام بعمل جداول لمعالجة التعقيدات المتزايدة. واخيرا, وربما تكون هناك حاجة لصيغ واشكال متطورة لعرض وتقديم المعلومات من اجل معالجة كل ما يثير القلق حوله بشأن ماتهدف اليه الدراسة المسحية منذ الشروع في تنفيذها الفعلي. وعادة مايتم طباعة نتائج الدراسة في كتيبات خاصة ليتم مراجعتها كخطوة اخيرة قبل نشرها اعلاميا. كما من الممكن, ايضا, اجراء تحليلات اضافية للنتائج من خلال عمل ملفات معلوماتية لتكون بمثابة مادة علمية للاستناد عليها من قبل الباحثين الاخرين.

ما نقاط الضعف ... لتفاديها؟

يتطلب اجراء دراسة مسحية ما العشرات من الخطوات الملزمة. ويتوجب دراسة كل هذه الخطوات والتخطيط لها والسيطرة عليها بنجاح كبير وعناية فائقة. وفي الحقيقة, ان اي نقطة ضعف محتملة من شأنها اضعاف صفة الاشرعية على النتائج النهائية للدراسة المسحية. كما انها تؤدي, دون اي شك, الى تضليل راعي الدراسة - الجهة المسؤولة التي تقف وراء الدراسة لحاجتها للمعلومات المطلوبة - والى تضليل الرأي العام والاخرين من مستخدمي المعلومات والمنتظرين لها. ونستعرض الان ثلاث نقاط ضعف لابد من تفاديها:

- أ- عدم اجراء اختبارات اولية للخطوات الميدانية
 - ب - عدم متابعة المستفتين غير الراغبين بالمشاركة او غير المستجيبين ضمن افراد العينة المختارة للدراسة بدرجة كافية
 - ت - عمل ميداني هزيل وضوابط ومقاييس نوعية غير معتمدة
- والان نأتي الى النقطة الاولى :- ان اجراء اختبار اولي - تجريبي للاستبانة هو السبيل الوحيد لمعرفة فيما اذا كان كل شيء يسير في طريقه الصحيح وخاصة عندما تستخدم الدراسة المسحية تقنيات جديدة او تطرح اسئلة جديدة. وعليه لابد من الالتزام بخطوة الاختبار الاول او لابد للدراسة المسحية ان تخصص في احد جوانبها مجالا لعملية الاختبار الاول وذلك لانه يصعب احيانا ... بل ومن المستحيل في احيان اخرى التنبؤ ورؤية نقاط سوء الفهم المحتمل او اثار التحيز العاطفي للاستبانة في توجهاتها والمناهج المتبعة في تطبيقاتها. .. ان الامر, هنا, برمته يحتم على باحث الدراسة والمسؤول عنها اجراء دراسة اولية - هي اختبارية لمعرفة مدى فعالية تقنيات خاصة (وخاصة الحديثة منها) ونجاحها في خدمة الدراسة واهدافها.... او لمعرفة مدى اكتمال الاستبانة في اطارها واسئلتها وصياغتها اللغوية واستيفائها لكل الشروط اللازمة بالصورة المثلى بعد تشذيب ادق التفاصيل ومعالجتها.

و اذا ما جئنا الى النقطة الثانية , فلابد لنا ان نعرف بان الاخفاق بمتابعة المستفتين غير المحبين

او غير المستجيبين لاسئلة الاستبانة من الممكن ان يقود الى تدمير الدراسة برمتها وحتى لو انها قد صممت بطريقة جيدة. ومن الطبيعي جدا ان يكون معدل الاستجابة الاولى للعديد من الدراسات المسحية تحت نسبة ٥٠%. وفي التعامل مع هذه الاحتمالية (اي احتمالية الاخفاق في تحقيق اعلى الاستجابات), فانه لا بد ان تضم خطة الدراسة المسحية مبادرة العودة مجددا للمستفتين (في بيوتهم مثلا) في محاولة لاختذ أرئهم بعد فشل المحاولة الاولى لأنهم , لربما, لم يكونوا متواجدين او مشغولين بعمل ما او لأي عذر كان. وهنا يتوجب على عامل الدراسة الذهاب للمستفتين في وقت مختلف عن وقت ذهابه الاول وذلك لتفادي عدم تواجدهم كما حصل في المرة الاولى. كما يجب عليه, ايضا, السعي الجدي والحقيقي في اقناع المستفتين المصريين على رفضهم المشاركة بضرورة المشاركة الفعلية في الاجابة على استبانة المسح.... وهكذا. وفي حالة المسوحات عبر الشبكة العنكبوتية (الانترنت), يكون من الضروري, عادة, اجراء متابعة دقيقة ومتواصلة ولعدة مرات للموقع الالكتروني المخصص لتسلم الاجابات تفصل ثلاثة اسابيع, احيانا, بين مرة واخرى. وقد اكدت جميع البحوث الخاصة بأستفتاءات الرأي العام بأن هناك دليلا قاطعا يثبت اختلاف بعض الاستجابات والردود الواردة في الرسائل البريدية المتعاقبة مع تلك التي وردت في موجة البريد الاول. وهكذا يولد التحيز والتغير في الاراء والمواقف, بأي شكل من اشكاله, دون بذل اي جهد اضافي في المتابعة المستمرة. وتبعا للظروف المحيطة والمرافقة لعملية الاستفتاء, تتزايد اهمية او ضرورة الاتصال بافراد العينة الثانوية من المستفتين غير المجيبين او غير المستجيبين المتبقين من خلال زيارات شخصية تخطط لهذا الغرض. وفي الواقع, ان انخفاض معدلات الاستجابة للدراسة المسحية يقود الى احداث ضرر في ترجمة نتائج الدراسة المثيرة للتساؤلات اكبر مما تحدثه مشاركة عينة صغيرة وذلك لانه مع هذا الامر يصعب ايجاد طريقة شرعية في وضع تفسيرات علمية لخصائص المجموعة السكانية التي تمثلها مجموعة الراضين للدلاء باجاباتهم والمساهمة الفعلية في الدراسة المسحية. وهذا كله يؤكد لنا التنفيذ الهزيل لدراسة مسحية ما في ارض الميدان. ومن الممكن ان يؤدي هذا في احدى تداعياته الى اتلاف نتائج الدراسة ككل. وأخيرا, نتوقف عند النقطة الثالثة حول التحكم بنوعية العمل الميداني.... فنقول بان ذلك من الممكن جدا انجازه بطرق عديدة, لا بطريقة واحدة, من خلال المراقبة او المتابعة الدقيقة, او اعادة مقابلة افراد العينات الصغيرة من قبل المشرف الاعلى على الدراسة او المسؤولين الكبار. ولخدمة الهدف المنشود, لا بد من عمليات تدقيق وفحص مستمرة للاستبانات الواحدة بعد الاخرى بينما يتواصل العمل في اجراء المسح... اي اثناء عملية المسح نفسها. وهذا الامر له دور كبير في معرفة عمليات الحذف والاطفاء في المعلومات, ان حصلت, ومعالجتها قبل ان يكون الوقت قد فات وانتهى للقيام بذلك. وبعبارة اخرى, من اجل ضمان دراسة مسحية مثالية.. لا بد من اخضاع كل مرحلة من مراحل الدراسة المسحية الى الفحص والمراقبة الدقيقة خلال عملية التنفيذ. وعليه لا بد من:

1 - اعادة فحص اختبار العينة

2 - اعادة اجراء بعض المقابلات الشخصية

3 - تقييم عملية تحرير وصياغة وتشفير الاجابات وتنظيمها.

فبدون عمليات تدقيق جيدة... ستبقى الاخطاء مجهولة امام المتخصصين لمعالجتها. وباتباع اساليب عمل جيدة , من جهة اخرى, سيتم تقويض الاخطاء . بل على الأرجح لن تكون هناك اي فرصة لوقوعها. ويعتبر الاصرار على عملية تشغيل وتدريب عاملي الدراسات المسحية, وعلى اعلى المستويات, امرا لا بد منه لضمان دراسة مسحية ذات نوعية رفيعة.

بيد ان محاولة مراجعة كل خطوة على حده ومعالجة ما يحدث فيها من اخطاء لا تكفي , هي الاخرى, لتحقيق الهدف الاسمي من القيام بدراسة مسحية فعالة. وكما يوصي دبلو ادورز دمنغ (W. Edwards Deming), لا بد من تطوير منهج انظمة متكاملة لاتباعه فيضمن لنا صحة كل خطوة تنفذ ومدى ملائمتها للخطوة التي سبقتها وارتباطها بالخطوات التي تليها. ويمكن لنا تطبيق قانون مهني , هنا, كما هو الحال في نواحي الحياة الاخرى. واخيرا, ولعل خير ما نقيه عالقا في اذهاننا هو ان الخطأ لا يعد خطأ اذا ما تمت معالجته بعناية والاسبقى كذلك حتى النهاية.

رابعا: تقييم نوعية الدراسة المسحية وتقويمها

و اذا ما طال الحديث ليصل الى ضرب مثال عن دراسة مسحية فقيرة , أجريت بطريقة سيئة لم يثمر عنها شيء ايجابي البتة, يقف امام اعيننا ما شهدته عام ١٩٤٨ في الولايات المتحدة من استفتاء شعبي كبير حول المرشح السياسي الذي سيتربع على عرش البيت الابيض . وحسب احصائيات المسح , جاءت النتائج متبئة بفوز توماس دوي على منافسه هاري ترومان. في الحقيقة, يكمن الخلل الرئيس في عملية المسح في نوعية العينة المختارة للدراسة , والتي فشلت فشلا ذريعا في تمثيل كل فئات الناخبين بصدق وخاصة أولئك الذين خرجوا في يوم الانتخاب وصوتوا لترومان انفسهم (علما ان هاري ترومان قد فاز بانتخابات الرئاسة في ذلك العام).

لا تعد مشاكل العينة المصدر الوحيد لفشل دراسة مسحية ما في عدم التوصل لاجابات مؤكدة لاغبار عليها ولاشك فيها. فعدم الاستجابة او الاجابة على الاسئلة المطروحة في استبانة الدراسة المسحية يتأتى من سببين اثنين لا ثالث لهما: فهو اما ان يكون بسبب امتناع المستفتين من افراد العينة عن الاجابة لجهلهم بها او امتناعهم من المشاركة في الاستفتاء اصلا. وهنا تبرز صعوبات قياس معدلات الاجابات . فصعوبات القياس , دائما , ما تكون مرتبطة بمشكلات جمع المعلومات المستخدمة في اصدار نتائج الدراسة المسحية. وعلى الرغم من ان بعض معوقات المسوحات الفقيرة يمكن عزوها الى الاهمال او حصول الاخطاء , فان العديد منها صعبة ومعقدة لدرجة لا يمكن تفاديها مطلقا. غير انه

من الممكن اتباع بعض الاجراءات لتصغير حجمها فقط. واما القضاء عليها, فهذا امر مستحيل. وهنا يبرز امامنا عائق عدم الاجابة او عدم الاستجابة للدراسة المسحية كمثل جلي على ذلك النوع من المعوقات العسيرة والتي تواجه معظم الدراسات المسحية. وهذا يعود الى رفض بعض من اعضاء العينة المختارة المشاركة على الرغم من كل ما يبذله عامل الدراسة المسحية لاقناعهم. وفي دراستنا هذه, سوف نتطرق الى المعوقات التي تواجه الدراسات المسحية اي كان نوعها وكيف لعامل الدراسة والمشرّف عليها التغلب على تلك المعوقات ومعالجتها.

كيف للمعوقات التأثير على نتائج البحث؟

تؤثر المعوقات المسحية, بطبيعة الحال, على نتائج الدراسة النهائية. ويمكن لنا ان نرى ذلك في:

- 1- التحيز والميل اللاموضوعي: وهو النزعة في فصل اراء العينة المنتخبة وجعلها بعيدة كل البعد عن كل ما يحدث في المجموعة السكانية ككل. اي ان تكون اراء العينة غير ممثلة للمجموعة السكانية.
- 2- الاختلاف والتفاوت: وهو امر يصعب التنبؤ به ولكنه يقود حتما الى تقديرات عالية جدا في وقت ما, وواطية جدا في الوقت الذي يليه وهكذا.

اين تظهر المعوقات في الدراسات المسحية؟

- تبرز المعوقات في اي مرحلة خلال الخطوات الاساسية في عملية الدراسة المسحية ولا بد من ايجاد الحلول الفعالة لها:
- المنظمة المسؤولة عن الدراسة المسحية: وهنا, يقع على عاتق عامل الدراسة ومشرّفها او راعيها مسؤولية اتخاذ القرار بشأن اختيار افراد العينة ومالذي يتوجب معرفته عنهم.
 - تصميم الاستبانة: وهنا, يتوجب تنظيم الاسئلة في ترتيب صحيح ومنطقي يخدم غرض الدراسة ولتكون بعدها استبانة مسحية مثالية ناجحة.
 - العينة المختارة: وهنا, يتم تطوير خطة الدراسة, المكررة دائما, لأختيار عينة عشوائية قادرة على تحقيق اهداف الدراسة. ومن ثم يتم اختيار العينة الخاصة بالدراسة.
 - جمع المعلومات: وهنا, يتم تطوير خطة خاصة للاتصال بافراد العينة وجمع المعلومات من جميع المشاركين وتنفيذها.
 - معالجة المعلومات: وهنا, يتم ادخال جميع المعلومات المستحصلة الى الحاسوب وتدقيقها بصورة دقيقة من اجل الوصول الى اعلى درجات الدقة.

- التحليل: وهنا، يتم جمع نتائج الدراسة المسحية وتنظيمها ومن ثم نشرها.

ما الاستراتيجيات الناجعة في التعامل مع معوقات الدراسة المسحية؟

هناك العديد من الاستراتيجيات المخصصة للتعامل مع معوقات الدراسة المسحية على الرغم من انها جميعا لا تتعدى عن كونها عبارة عن جهود بشرية تبذل:

- لمنع حصول المعوق اصلا .

- تسوية معلومات الدراسة ومعالجتها لغرض التعويض عن اي خسارة تقع بسبب معوق ما.

- قياس اي تأثير متبقي للمعوق والقضاء عليه.

ووفقا لما تسمح به الموارد المالية والبشرية، فان هذه الانواع الثلاثة من العلاجات لابد ان تكون موضع اهتمام خاص في عملية التخطيط لأنجح المسوحات وارقاها. ولأثبتات مدى فعالية هذه الاستراتيجيات في حل المعوقات، يستحسن لنا، الان، ان نستعرض امثلة ثلاثة لأستفتاءات جرت في الولايات المتحدة لعلها تخدم غرضنا في اثبات صحة ماقلناه:

- دراسة مسحية جرت عبر شبكة لانتترنت، على مستوى عموم الولايات، حول دور مدربي فرق كرة القدم في المدارس العالية في زيادة كفاية اللاعبين من الطلبة.

- دراسة مسحية جرت عبر المقابلات الهاتفية، على مستوى عموم المقاطعات، حول آراء البالغين بشأن استفتاء ميثاق المدارس القادم.

- دراسة مسحية جرت عبر المقابلات الشخصية، على مستوى الولايات المتحدة، بأسرها، لمعرفة معدل زيارات المواطنين الى اطبائهم في السنة الفائتة.

ما معوقات العينة وعلاجاتها؟

ترتبط معوقات العينة ارتباطا وثيقا بكيفية اختبارها وتوظيف المعلومات المسحية المستحصلة لغرض اصدار النتائج النهائية. ومما لا شك فيه ان مثل هذه المعوقات من شأنها خلق نوع من التحيز او التفاوت في نتائج الدراسة المسحية. ولنضرب امثلة واضحة على هذا الضرب من المعوقات مع اقتراح العلاجات المتلى لها:

- النتائج غير الدقيقة

يكمن احد اهم المصادر لحصول الاخطاء في امثلة المسوحات الثلاثة المذكورة اعلاه في ان النتائج تُقدر استقرائيا من عينة ما وليس من كونها نتائج ملموسة ومعبرة عن المجموعة السكانية بأسرها.

العلاجات المقترحة

وتتمثل في:

- 1- زيادة حجم العينة المختارة للدراسة المسحية , وخاصة تلك التي تمثل وتعكس الفئات غير المتجانسة من المجموعة السكانية
- 2- اختبار عينة طباقية منفصلة لدراسة مسحية تجرى عبر شبكة الانترنت وذلك لعدد من فئات طلابية مدرسية , مثلاً.

- نتائج لا تحترم تصميم العينة

لربما تشتمل دراسة مسحية لعينة مدربي كرة القدم عبر شبكة الانترنت دعوة لتمثيل مدربي المدارس الخاصة وبمعدلات اعلى نسبيا للتأكيد بان عدد المستفتين من هذا النوع من المدارس لهو عدد كاف تماما. ان الاخفاق في حساب ممثلي المدارس الخاصة في العينة المنتخبة خلال مرحلة تحليل المعلومات سوف يقود الى خلق نوع من التقديرات المنحازة في نسبة متغيرة لفرق كرة القدم للمدارس العالية في عموم الولايات المتحدة والتي تتمتع بعمل مدرب رياضي معها اذا ما كانت المدارس الخاصة تفقر الى ذلك.

العلاج المقترح

ويتمثل العلاج في ايلاء اهمية اقل الى المعلومات المسحية الخاصة بالمدارس الخاصة في رسم النتائج النهائية للدراسة المسحية الخاصة بمدربي كرة القدم في الفرق الرياضية في المدارس العالية.

- تغطية عينة غير كاملة

وهذا ما نعني به ان تكون العينة المختارة غير ممثلة للمجموعة السكانية. فبعض القوائم قد اعتادت على اختيار عينة مسحية يستثنى منها بعض من الفئات المجموعة السكانية (لا يكون للبالغين , مثلاً, خطوط هاتفية لأىصال رأيهم في استفتاء ميثاق المدارس). وفي بعض الحالات, تكون الفئات المستثناة من الدراسة مختلفة تماما عن تلك التي تم شمولها. وهذا, بالتأكيد, يقود الى حالة من اللاتوازن في العينة الناتجة. ومشكلة كهذه التي لمسناها في مثال الدراسة المسحية عبر الهاتف سينجم عنها تقديرات متحيزة غير صادقة لمستوى الدعم الحاصل لميثاق المدارس اذا ما كان أولئك الذين لم تتوفر لديهم خطوط هاتفية للاتصال والمشاركة يميلون الى تفضيله وتأييده بقوة اكبر.

العلاجات المقترحة

وتتمثل في خيارين من شأن احدهما معالجة المعوق:

- 1- تحديد نسبة البالغين الذين لم تتوفر لديهم الخطوط الهاتفية للاتصال والمشاركة في المقاطعة...
- 2- تكييف او تسوية النتائج في محاولة لمعالجة اي حالة لاتوازن في العينة ...

حالات عدم الاستجابة: ما المعوقات وما علاجاتها؟

تؤثر حالات عدم الاستجابة للمشاركة في الدراسة المسحية سلباً على نتائجها النهائية وذلك لأنها تقود، حتماً، إلى جعل عينة الدراسة أقل تمثيلاً للمجموعة السكانية. وعلى سبيل المثال، تتصاعد النزعة إلى زيادة التمثيل النسائي في استفتاءات الرأي العام وهذا ما يُعزى إلى رغبة النساء بشكل عام، في المشاركة أكثر من الرجال. وترتبط معظم العلاجات الوقائية لمشكلة عدم الاستجابة والمشاركة في الدراسة المسحية بحقيقة مفادها بأن تأثير المشكلة السلبي على النتائج المسحية النهائية يكون في أدنى مستوياته عندما تكون نسبة المشاركين في الدراسة في العينة (معدل المشاركة) عالية. وفيما يأتي بعض الأمثلة على حالات عدم الاستجابة:

- عدم الاستجابة للمشاركة في مسوحات شبكة الانترنت - إذا كان نحو ٣٠ - ٥٠ % من مدربي كرة القدم الذين يكملون ملء الاستبانة الالكترونية، مؤكدين عملهم مع مدربين متخصصين سابقين أكثر من الراضين لذلك منذ البدء، فأن النتائج النهائية ستميل، لا محالة، إلى نوع من المبالغة فيما يخص استخدام أو توظيف المدربين المتخصصين في المدارس العالية في الولاية التي شهدت الاستفتاء.

- العلاجات المقترحة

وتتمثل في:

- تقديم مكافآت مالية تشجيعية لحمل أفراد العينات على المشاركة.
- تكييف النتائج النهائية لمعالجة حالة اللاتوازن في العينات المشاركة.
- ارسال عاملي الدراسة لأفراد العينات لتذكيرهم بضرورة المشاركة وحثهم عليها أو استمرار حالة المتابعة عبر المكالمات الهاتفية مع أولئك الذين لم يستجيبوا للمشاركة بعد الرسالة الالكترونية الأولى لدعوتهم للمشاركة في الدراسة المسحية.
- عدم المشاركة في المسوحات عبر الهاتف
- إذا تم اجراء مسح مدربي كرة القدم عبر الهاتف، فأن معدل استجابة مشاركة بين ٦٠ - ٨٠ % يقود، بطبيعة الحال، إلى جعل العزوف عن المشاركة أقل فيما لو اجري المسح المذكور عبر الانترنت.
- عدم المشاركة في المسوحات عبر المقابلات الشخصية
- إذا تم اجراء مسح لمدربي كرة القدم في المدارس العالية عبر المقابلات الشخصية، فأن معدل استجابة متوقع بين ٨٠ - ٩٥ % سيقود حتماً إلى اوطأ معدل عدم استجابة بين المسوحات الثلاثة (عبر الانترنت، عبر الهاتف، عبر المقابلات الشخصية).

- العلاجات المقترحة

- من الممكن استخدام العلاجات الآتية (والاثنان الاولان خاصان بمسوحات شبكة الانترنت) لكلا النوعين من عدم الاستجابة / عبر الهاتف او عبر المقابلات الشخصية:
- تطوير خطة تقضي بالاتصال بكل فرد من افراد العينة مطالبين اياهم بالاستجابة او المشاركة. ولكن لابد من اجراء المكالمات في فترات زمنية مختلفة... حتى يضمن وجود المستفتي والتحدث اليه (وجود المدرب في منزله او مقر عمله).
 - اجراء مقابلات شخصية مع كل فرد من افراد العينة لمطالبتهم بالمشاركة في الاجابة على الاستبانة المسحية. وهنا لابد من الاشارة الى ان محاولة اجراء المقابلة يجب ان تتكرر عدة مرات لكل فرد من افراد العينة (مدربي كرة القدم) وكما تسمح الظروف والموارد المالية.
 - اعداد عاملي الدراسة المسحية (اي كان نوعها) اعدادا طيبا ليكونوا بعده قادرين على مواجهة المواقف الصعبة وابداء ردود افعال واستجابات ايجابية لكل ما يثير القلق خلال العملية المسحية وخاصة ما يصدر من الراضين في المشاركة (من المدربين) ومعالجته.
 - عدم الاجابة على اسئلة معينة بحد ذاتها
 - لربما يوافق تلميذ بالغ منتخب (للمشاركة في المسح المجرى حول ميثاق المدارس) على المشاركة على المقابلة المسحية وباندفاع كبير . ولكنه ما يلبث ان يتراجع في همته لسبب او لآخر. وهذا ما يتجسد في رفضه اعطاء الاجابات اللازمة على بعض الاسئلة , وخاصة تلك التي تدور حول موضوعات حساسة - حرجة (مثل السلوك الجنسي او دخل العائلة الشهري).
 - علاج جزئي محتمل
 - وهذا ما يتمثل في:
 - استبدال الجواب المفقود بأخر يتم اختياره عشوائيا لمشارك اخر مماثل للاول.

القياس : ما المعوقات وعلاجاتها؟

- تطفو معوقات القياس الى السطح عندما لا تتطابق اجابات المشاركين مع المعلومات المراد استحصالها. اي عندما تكون اجابة المشارك غير منسجمة مع ما يراى منه في السؤال المطروح. وهذا الامر مرتبط، عادة، بـ:
- 1- فحوى الاستبانة المسحية.
 - 2- مدى حسن اجابات المشاركين في الدراسة المسحية عن الاسئلة المطروحة في الاستبانة المسحية.
 - 3- (في المقابلات المسحية) مدى حسن طرح اسئلة الاستبانة من قبل عامل الدراسة المسحية وابطالها الى المشاركين باوضح صورة.

ما معوقات القياس و علاجاتها؟

ويمكن تلخيص ذلك في ادناه:

- عدم القدرة في استذكار الاجابات الصحيحة

فعلى سبيل المثال , عندما يُسأل المستفتى عن عدد الزيارات التي قام بها الى طبيبه الخاص في السنة الاخيرة, فإن ذلك, في حالة النسيان وفقدان القدرة على التذكر, سيقود الى وضع ارقام تقديرية - وربما تكون غير صائبة فنقود بدورها الى تقديرات خاطئة في تحديد معدل الزيارات الى عيادة الطبيب لكل فرد من افراد العينة. ويحدث مثل هذا الامر لأن الاشخاص دائما لا يميلون الى الاهتمام بالاجابة عن احداث قد وقعت لهم في الماضي البعيد او الاحداث التي تحصل لهم بشكل متباعد.

العلاجات المقترحة:

وتتضمن احد المقترحين الآتين:

- تشجيع المستفتين على استخدام جداول شخصية لهم وحسابات التأمين والضمان ومصادر اخرى تساعد في تذكر مثل تلك الاحداث.

- اذا كان ممكنا, تقصير طول الفترة التي يسأل فيها عن زيارات الاطباء. فبدلا من السؤال عن الزيارات في "السنة الماضية" ... ليكن السؤال عن الزيارات في "السنة اشهر الماضية" او حتى في "الاسبوعين الماضيين" وهكذا.

- الاسئلة الرئيسة

يقود السؤال الآتي المطروح في استفتاء للرأي العام عبر الهاتف لمعرفة اراء البالغين بشأن ميثاق المدارس, لربما, الى التأثير في نتيجته النهائية: ("هل تعتقد بأن الوقت قد حان لسكان المقاطعة لأجراء استفتاء ميثاق المدارس؟") ان صياغة السؤال بهذه الصورة من شأنه ان يؤدي بالمستفتى ان يجيب: "نعم" دون الوثوق التام بذلك ومن ثم سيلحق ضررا بوجهة نظر الجمهور حول القضية. وهذا ما يسيء الى هدف المصادقية والموضوعية الذي ترمي اليه الدراسة المسحية.

العلاج المقترح

ويمكن تلخيصه ببساطة تامة:

- صياغة الاسئلة بأسلوب اكثر موضوعية. {مثلا ان يكون السؤال اعلاه بالصيغة الآتية ("هل

توافق ام تعارض استفتاء ميثاق المدارس؟)}. .

- المفردات المبهمة

وفي الحقيقة , ان الافتقار الى تعريف عملي واضح "لزيارة الطبيب" سوف يقود, بلا شك, الى مشكلة مزعجة ,حقا, في عملية القياس النهائية في اي دراسة مسحية تُجرى عبر المقابلات الشخصية. فالبعض يرى في " المبصاري " او في " معالج امراض تقويم العظام " او في " معالج امراض تقويم العمود الفقري " طبيا في حين لا يرى ذلك البعض الاخر. كما ان للبعض, " الزيارة " لاتحصل الا بسفر المريض الى الطبيب. وللـبعض الاخر, يشمل المصطلح الاتصال بالطبيب هاتفيا. اذا.... السماح بأكثر من تفسير للمفردات والعبارات الاساسية في اسئلة الاستبانة المسحية سيؤثر حتما في تقويض دقة نتائج الدراسة المسحية.

العلاجات المقترحة

وتتضمن:

- صياغة الأسئلة بطريقة واضحة لا لبس فيها. ولابد هنا من تحديد ما الذي يثير التشوش في عبارة السؤال المصاغة ومعالجته . كما يتوجب توضيح كل التعليمات والارشادات في حالة الحاجة لذلك.

- الالتزام بموافقة المستفتين اثناء عملية الاجابة على الاستبانة المسحية . وهنا يتوجب على عامل الدراسة ان يكون متعاوناً معهم الى ابعد حد ممكن في توضيح كل ما يثير الغموض لديهم ويقدم تفسيرات صحيحة لكل المفردات التي تثار التساؤلات حولها.

ما مدى جودة دراسة مسحية ما؟

لقد بات حصول المعوقات في اي دراسة مسحية مسحية امرا واقعا في يومنا هذا. فلا تخلو اي دراسة مسحية اثناء تطبيقها الفعلي من معوقات تعترض طريقها. غير ان ما يطمئن, حقاً, هو ان الباحثين في هذا المضمار قد وجدوا سلسلة من الحلول لهذه المعوقات. وبعبارة اخرى, انهم قد توصلوا الى طرق فعالة في التعامل مع تلك المعوقات , ان حصلت.

وفي الواقع, ان جُل ما يهم اي مستفيد من نتائج اي دراسة مسحية هو نجاح صاحب الدراسة في معالجة المعوقات الآتية الذكر في دراستهم. وبكلمات اخرى, ان اي مستفيد من الدراسة المسحية يأمل في رؤية دراسة مسحية قد تم تجاوز العقبات فيها بصورة ايجابية, وان الخطوات اللازمة للقيام بذلك قد تم اتباعها بدقة كبيرة.

واخيرا, ان نوعية دراسة مسحية ما, ان كانت جيدة ام لا, لا تتحدد بحجمها او موضوعاتها او ذياغ صيتها..... وانما بمدى اهتمامها ونجاحها في معالجة المعوقات التي من الممكن ان تعترض طريقها اثناء تنفيذها.

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 المجلة ومن شروط العرض ان يمتاز الكتاب بالمضمون العلمي الرصين ويتمتع بخواص الابداع الفكري ونعتذر عن نشر عروض للكتب في

اعداد: يسرى خالد ابراهيم

كلية الاعلام - جامعة بغداد

يوتوبيا الاتصال أسطورة القرية الكونية

تأليف: فليب بريتون

ترجمة: إياس حسن دار

النيابيع للنشر/ ٢٠٠٧

قبل الحديث عن مضمون هذا الكتاب أود بداية توضيح بعض المفاهيم التي جاءت في سياق الموضوع : الانترنتي - يقصد به عدم اليقين والعشوائية وعدم الانتظام السيبرانية - العلم العام للاتصال أو (علم التحكم والاتصالات) والانتروبيا / هو في الحقيقة مفهوم فيزيائي يأتي معناه في الاتصال الفوضى ونقص الطاقة في حالة غياب التدخل الخارجي وكلما قل النظام يقال إن الانترنتي في زيادة وفي نظرية المعلومات إن إنفاص الانترنتي يعني إنفاص عدد احتمالات التأويل أو القراءة ومن ثم إنفاص الشك. تتركز فكرة الكتاب بمولد علم الاتصال والذي نشأ في أحضان العلوم الرياضية وعلم الفيزياء وقد تناول المترجم المصطلحات الخاصة بهذا العلم دون استخدام المعرب منها فتحدث عن الميديا والمجتمع السيبري والمليتاميديا ويقول هنا تركز الميديا كامل قدرتها على المعلومة في جعلها أدوات قوية لمشاريع التضليل الإعلامي الواسعة.

وإذ كان نقد يوتوبيا الاتصال وأثارها السيئة لم يحرز تقدماً ليجعل صوته مسموعاً يجب عليه ان يتجنب مطبا مهما هو مطب الجدل الزائف بين حب التقنية والخوف منها أو أن تكون مع أو ضد الميديا والشبكات الجديدة ويؤكد على ان الميديا لاتستند في النهاية ألا على ميلنا نحو الشفافية الاجتماعية والسؤال هو لماذا تضيي مجتمعاتنا منذ منتصف القرن العشرين هذا القدر من الأهمية على الاتصال؟ يقول المؤلف إن هذا الكتاب في واقعه سياسي كونه يبدأ من سؤال لماذا نكثر الكلام

هذه الأيام عن الاتصال؟ ولماذا يجد مجتمعنا تطور وسائط الميديا من كل نوع ودون ضابط أمر ضروري ومرغوب فيه سواء كانت الميديا كلاسيكية مثل (المطبوعات، الراديو، التلفزيون) أو الطرق السريعة للاتصال وكيف وضمن أية ظروف تصور لنا مجتمع الغد (مجتمع الاتصال)؟ إن ظهور الميديا وحرية الاتصال هما الشرطان الرئيسيان لتقدم المجتمعات كما هو حال الوسائل الجديدة كالهاتف النقال مثلا.

ويحدد العالم الكندي مارشال ماكلوهان ان المراحل الكبرى في تاريخ البشرية أتت من التجديدات التي تمت في ميدان تقنيات الاتصال تبعا لما تأخذ هذه المجتمعات من أنماط للفهم على الصعيد الثقافي والفكري والاجتماعي من خلال التقنيات الكبرى وهي (الكتابة والطباعة والوسائط الجماهيرية). ويعتبر تحليل ظهور الطباعة في الغرب القسم الأكثر جمالا من الثورة الثقافية القائمة في مجال الكتابة منذ القرن الحادي عشر أي قبل اختراع تقنيات الطباعة ويحدد الكتاب هنا ثلاث لحظات للاتصال هي :-

- 1- الفترة الأولى تبدأ من عام ١٩٤٢ عندما تجمعت عدة تخصصات حول ما يمكن تسميته السيبرانية .
 - 2- الفترة الثانية بدأت عام ١٩٤٧ بإرادة الرياضي نور برت فاينر أحد مؤسسي علم الاتصال .
 - 3- الفترة الثالثة بدأت عبر نظرية المعلوماتية ولها علاقة مباشرة بتطور المجتمع الغربي ما بعد الحرب الموسوم بالصراع العالمي .
- والتفكير الوليد حول الاتصال كان حكرًا شبه حصري على الباحثين وهم يرجعون إلى الاعتكاف الذهني المصاحب لتطور الرياضيات والعلوم الطبيعية وتقنيات الاتصال الحديثة.
- وفي عام ١٩٤٨ ظهر مفهوم (علم الخداع) وهو علم جديد هدفه خداع الشعب وصرفه عن صراعه الحقيقي، فقد ساهم استخدام تقنيات الاتصال في أهداف الدعاية ومنع ظهور أي سؤال جديد في حقل الأفكار السياسية فحاولت السيبرانية المزج بين أدب تبسيط العلوم من جهة وأدب الخيال من جهة أخرى لقد ألف فاينر كتابة (الاستخدام البشري للكائنات البشرية) والذي ترجم إلى السيبرانية البشرية والملاحظ ان هذا استباق لفكرة (المعلوماتية والمجتمع) ويؤكد فاينر بأسلوب الرياضيات الحديث على ضرورة الاعتراف بالاتصال كحقيقة مركزية للإنسان والمجتمع في الوقت نفسه .
- فالسبيرانية في بعدها التقني البحث هي أستكشاف لكافة التماثلات التي يمكن أن توجد بطريقة القوانين الرياضية ما بين الظواهر المختلفة الطبيعية القائمة في أن واحد على عالم الحياة والطبيعة أو على الكون الصنعي .
- والعنصر المشترك لفاينر هو وجود علاقة بين العناصر المنفصلة في ظاهرها بين (الفم وشرب

الماء؟ بين النظام العصبي وعناصر الآلة الحاسبة) ويركز على فحوى واحد هو ما دامت الرياضيات هي علم العلاقات — فأن كافة الظواهر في العالم المرئي يمكن أن تفهم في آخر المطاف من خلال مصطلحات في العلاقات التبادلية للمعلومة فالعالم بالنسبة لفاینر هو وساطات . لم يتناول فاینر ببحثه هذا الاتصال كمعنى بل كان يحتسب العلاقة التي تقيمها الظواهر فيما بينها بدلا مما قد تحتوي بطرح فاینر تطوير ما يسميه منهجا سلوكيا للدراسة صالحا لمجموع الظواهر الطبيعية والاجتماعية كان فاینر يرى في السببرانية ليس فقط ميدانا جديدا بل مناسبة لتجديد مجمل الميادين فهو يطرح رؤية شاملة للعالم وموحدة تنظم حول محور الاتصال وتخص كافة الميادين وتحتوي على البذرة الجينية لتحول الاتصال إلى قيمة ذات أهمية اجتماعية وسياسية بارزة وحتى عام ١٩٤٢ لم تكن الفكرة اتصال بل اكتفى بفكرة السلوك والمعلومة (سلوك الكائنات من تبادل المعلومة وهنا استعارة فاینر مفهوم السلوك من نظريات النزعة السلوكية في المجال العلمي كان حساسا للفكرة القائلة أنه لا يمكن للعلم أن يهتم ألا بمجال ما يمكن ملاحظته وبهذا فأن (سلوك تبادل المعلومة) هو الموضوع المثالي. ثم يطرح فكرة الكل اتصال ويقوم الأساس اللاحق للخطاب اليوتوبي حول الاتصال قبل أن يحلم فاینر بمصطلح سلوك تبادل المعلومة لصالح المصطلح العلمي (الاتصال) ويقول ان كل شيء هو خارجي وشبه الكائنات البشرية بالصلة حيث كل شيء فيها خارجي اما العالم توينغ فيقدم بهذا التشبيه تعزيزا لمفهوم الشفافية والقرينة هي تعقد سلوك تبادل المعلومة ويؤكد هذا المفهوم انه بمقدار ما يملك الكائن سلوكا اتصاليا معقدا بمقدار ما يكون أعلى في سلم القيم في الكون وهنا يركز فاینر على عنصر تقني في منظومة تفكيره وهو (التقنين الراجع) أو (الصادر والوارد) والى فصل الطبيعي عن الصناعي ونزع الصفة البيولوجية عن الذكاء والعقل كما أكد فكرة أن الاتصال سيصبح بموجبها قيمة مركزية والعلاقة بين المعلومة والانتروبي متجانسة وان المجتمعات البشرية لن تكون في نهاية المطاف مفهومة إلا بتعابير الاتصال ويتطرق الكتاب لعدد من المفاهيم منها (عسكرة العلم إشارة إلى مشروع مانهاتن بغض النظر عن نتائجه المميتة ويقدم نموذجا ومقنعا للشروع بإخضاع البحث العلمي للنظام السياسي العسكري بشكل محكم كما بين دور نظريات علم النفس في تطوير تقنيات الدعاية والتضليل الإعلامي واستخدامه بكثافة من قبل صانعي الأحداث منذ الحرب العالمية الأولى ضمن سياق استنفار العلم حيث بإمكان رجال العلم أن يتغلبوا على الانقسامات السياسية من خلال إقامة جسور بين التجمعات المعادية، ويمكنهم تقصير طرق الدبلوماسية التقليدية، ومن ثم إن يخدموا في حركة هدفها السلام العالمي ويعود الكتاب مرة أخرى إلى أفكار فاینر في الاتصال ويقول انه اسمنت المجتمع وان أولئك الذين يتضمن عملهم الإبقاء على طريق الاتصال مفتوحة هم أنفسهم الذين يعتمد عليهم خلود أو انهيار حضارتنا وكل العوامل اللازمة لنضج أي إيديولوجية جديدة ذات رنين يوتوبي معين .

كما أكثر الحديث عن مجتمع الاتصال في عدة مواقع ففي (ص ٤٤) (يعرفه هو الوحدة المتشكلة من مجموع المعلومات ومن نقل وتبادل هذه المعلومة التي تجول في فضاء البيوتوبيا) والمشروع البيوتوبي الذي ينعقد حول الاتصال يظهر في ثلاثة مستويات :

1- مجتمع مثالي.

2- تعريف انترولوجي آخر للإنسان.

3- الترويج للاتصال بصفته قيمة.

ويتناول هنا عددا من المصطلحات مثل (الإنسي الاتصالي) ويعرفه هو كائن من دون جوانية ومن دون جسد يعيش في مجتمع دون أسرار وهو لا يوجد إلا عبر تبادل المعلومة معبر عنها بالشفافية كأنة منزل من الزجاج الكل يعرف كل شيء عن الكل فالكائن البشري بأكمله مكون من معلومة. (ص ٦٨) ويشير كذلك إلى الدور الذي لعبه فرويد في تحديد مفهوم مجتمع الاتصال بعد اكتشافه اللاشعور والتي أخذها من الاداب القديمة واستعان بموروث الثقافة العلمية، ويقول: إن الصورة التي نشكلها لأنفسنا عن الواقع، هي انعكاس للواقع فالإنسان الجديد في تماس مباشر مع أنظمة الاتصال، ولديه قدرة على تجميع ومعالجة وتحليل المعلومة التي يحتاج إليها كي يعيش وهذا المفهوم حط من قيمة التفكير العقلاني لان الفكرة لاتخضع لقوانين التفكير العامة فالقوة الكامنة تؤدي إلى زيادة الانتروبي والتي تؤثر في العمليات الحياتية ويؤكد أن كل العالم هو مجتمع اتصال دون استثناء لان قوة المجتمع مرتبطة بقدرته على تحرير القوى الاتصالية الموجودة في صميمه وتظل هنا يوتوبيا الاتصال رغم كل شيء يوتوبيا صراع لكن قواها غير موجهة ضد بعض البشر الذين يجب إقصاؤهم من اجل تأمين التقدم فعدها الوحيد غير بشري، انه ضجيج الانتروبيا فهو يكاد أن يهدد بالسيطرة على العالم وان الانتقال الحر للمعلومة وحده يسمح باحتوائه وبفضل الاتصال يكون الإنسان شفافا للمجتمع والمحيط .

صراع ضد الأخلاق

تحدث هذا الفصل عن النزعة الداروينية الاجتماعية التي عملت بصفاتها التوفيقية على إيديولوجيا الإقصاء وهدفها مزج الثقافة بالطبيعة فقد بهرت الداروينية الاجتماعية كلا من إيديولوجي النزعة الليبرالية الذين وجدوا فيها نبراس هويس والمحافظين الأشد ارتباطا بالقيم والتوريين وفق هذه النظرية يتم إقصاؤهم لان أخلاقها متوافقة مع قوانين الطبيعة .

إنسان نينته

ويقول لكي نطلق على الأخلاقية حكما مناسباً يجب إن يحل محلها تصور ان من علم الحيوان، هما (التربية والترويض) فالبرنامج الفلسفي لنينته يقوم على انقلاب الأخلاق أي ما هو شر في الأخلاق يصبح خيرا وبالعكس وي طرح نينته فكرة البربرية المعاصرة بارتكابها جرائم الإبادة تحت أغطية

شرعية وبأشكال مختلفة، يمتلك أكثر من خصوصية وأشار كذلك إلى مفهوم نقاوة النظرية ونظرية الانحطاط .

الاتصال قيمة تالية للصدمة

فاينر والنظام البيوتوبي

ويميز نيتشه بين نمطين من البشر:

النمط الأول - هو الفاعل السيد .

النمط الثاني - المنفعل وهو العبد *

ويبنى مجتمع الاتصال على رفض الإقصاء وفي هذه الدراسة أشار إلى وجود حلقة مفقودة في تطور الاتصال بين القرن التاسع عشر والقرن العشرين لأن الصلة بين قيم الحداثة وبين هذه النصوص يبلغ قدمها خمسين عاما. وينتشر الاتصال كقيمة عبر حركة التجديد وعبر وساطة الأدوات التقنية الملحقة بها، في الحالة الأولى يتعلق الأمر بتأثير ذهني وثقافي مباشر وفي الحالة الثانية يتعلق بشكل من التغلغل عن طريق الاستخدامات التي يمكن القيام بها عن طريق الأدوات أو التقنيات التي تفيد في الاتصال ويعزى قسم كبير من صرامة النموذج التفسيري إلى أفكار ماكلوهان الذي كان يعتقد بأن كل مرحلة كبيرة من التطور التقني في ميدان الاتصال كـ (الكتابة والطباعة والميديا الحديثة) أدخلت تبديلات عميقة في الحياة الاجتماعية والثقافية . أما الفن توفلر مؤدلج المستقبل فإنه يبين أهمية الفكرة التي تحرك المعلومة القائلة بأن (المعلومة والاتصال سيصبحان منذ الآن مقياس كل شيء وكذلك المركز الفاعل لمجتمعنا) ومن صميم تفكير فاينر فكرة الآلات الذكية التي تتولى مسؤولية اتخاذ القرار السياسي والاستراتيجي والتي ساهم فيها العديد من رجال العلم ويرون أن لها دورا كبيرا في تقدم الإنسانية حيث كان يرى أن الآلات الذكية وحدها قادرة على كسر هذه المواجهة العقيمة بين الإنسان والطبيعة، في هذه الفترة نشأت فكرة (حرب المعلوماتية) الذي ليس له هدف سوى إيجاد مجتمع المعلوماتية، وهكذا فإن الاستخدام المشحون للحواسيب وبالتحديد القبيلة المعلوماتية سيساعد بشكل واسع في ظهور معتقدات بيوتوبية في هذا المجال

الطرق الأربعة للتأثير الذهني

الطريق الأول - يمر تأثير المفهوم الجديد للاتصال عبر عدد معين من المجالات التخصصية التي ستتجدد جزئيا بسبب ذلك وهنا يكتسب مفهوم الاتصال مشروعيته .

الطريق الثاني - هو أدب تبسيط العلوم الذي كرس مكانا مهما لهذه الإشكالية وهي ذات أهمية شمولية فالتبسيط تيمه تعتبر إن الكل اتصال .

الطريق الثالث - هو طريق النواة الصلبة لأدب الخيال العلمي الذي كان وما يزال ميدانا مهما

في أوساط المهندسين بمجال التكنولوجيا الجديدة وساهم بشكل واسع في تشكيل المخيال.

الطريق الرابع- طريق الباحثين وعلماء الاجتماع وعلماء المستقبل الذين يصفون الثورات الاجتماعية الكبرى محاولين استباقها ليكونوا مروجي اليوتوبيا الجديدة وبفضل هؤلاء أصبح التلازم بين المستقبل والاتصال طبيعياً . إما عالم الانترنتوبولوجيا الفرنسي (كلود ليفي) مؤسس النزعة البنيوية أكد أهمية تبسيط العلوم وقصص الخيال العلمية بقوله (تشكل السبرانية بالنسبة لنا تبسيط العلوم فيها كمادة ثمينة خاضعة بطبيعتها لقانون التبسيط العلمي على غرار السبرانية يمزج بين الوقائع وتعميمها لكن بقوة أشد وهكذا فإن أدب التبسيط يعد مذهباً للاتصال ليس كمجموعة وقائع إنما كقيمة اتصالية . كما يلعب أدب الخيال دوراً جوهرياً من أجل الإغلاء من شأن الاتصال كقيمة مكونة للحدث وكتابات الخيال العلمي تغذي الثقافة الاجتماعية والأهداف الاتصالية فالخيال العلمي مازج بين الوقائع ومنحها المجال التطبيقي المحتمل وما هو إلا تحقيق عياني لما سيكون عليه مجتمع تحتل فيه تقنيات الاتصال مكاناً مركزياً ويشير هنا إلى ثلاثة كتب لعبوا دوراً في أدب الخيال هم (جون كمبل وأسحق عظيموف وفيليب ديك) فجون كمبل صاحب فكرة الحاسوب عن طريق روايته الآلة الذكية التي تتسلم السلطة وتؤدي بالإنسانية إلى الهمجية البدائية أما اسحق عظيموف فهو الذي وضع فكرة يوتوبيا الاتصال بشكلها الأكثر تأثيراً فقد كان هؤلاء المؤلفون يسعون للترويج لعلم يخلص الإنسان من الألم وأطلقوا عليه (أدب الخيال الاجتماعي) ويمثل عظيموف وديك وجهين متكاملين لنظرية الحدث يحاول الأول إن ينسق أخلاقياً التبادلات القادمة في الرباط الاجتماعي ويحاول الثاني أن يضع بالمقابل الاختلاط الذي ينشأ في المجتمع الحديث بين الحي والصنعي ومن أهم الباحثين في مجتمع الاتصال هم (الكندي مارشال ماكلوهان والأمريكيان -برجنسكي والفن توفلر والياباني ماسودا والفرنسيون -سيمون نورا وللاماتك وتييري برينتون) الذين أعلنوا انتصار المعلومة في مجتمع المعلومة وجاء العالم الأمريكي نيكولاس نيجروبونت ليؤسس على أثرها نظرية (الإنسان الرقمي) وتحتل هذه النظرية حيزاً واسعاً في كتب تبسيط العلوم لتساعد في تخليص الخطاب الاتصالي من اللغة المتخشبة للعلوم الاجتماعية، ومزوداً بقدرة على جعل المستقبل شفافاً وأفكار نور برت فاينر في كتابه (السبرانية والمجتمع) يمثل تيمه مجتمع المعلومة ،أما الفرنسيان أرمان وميشيل ماكلار فرويتهم تتجسد في ان الخطاب الاجتماعي المرتبط بالتكنولوجيا الجديدة للمعلومة يبدو وقد احتكره رجال الأعمال والصناعة وكان لهذا الخطاب قوة خاصة بعد الأزمة الاقتصادية عام ١٩٧١ فأصبح مفهوم الخطاب الخروج من الأزمة، وان التبديلات الكمية كانت في كثير منها الرقمي والوسائط مجالا لأقنية المعلومات متمثلة في التلفزيون وشبكات المعلومة التي تحاول إن تكون أكثر نفعا لتحقيق حرية أوسع للمجتمع.

التأثيرات السيئة لليوتوبيا الجديدة

ونخلص في نهاية هذه الدراسة إلى محاولة لتحديد الآثار السيئة بالنقاط الآتية:

- 1- إنها تعطي صورة أسطورية عن مجتمع الاتصال الافتراضي وهي تحول تيمم الاتصال إلى يوتوبيا فيها نظرة شاملة للكون تقوم على العقلانية.
 - 2- إن كلمة الاتصال فقدت معناها وخسرت دلالاتها في ضوء الميديا الحديثة المرتبطة بنظرية المعلومة.
 - 3- أصاب مصطلح المعلومة حالة ضبابية أدت إلى اختلاطها بالمعاني الأخرى منها المعطيات والمعرفة .
 - 4- عرفت علوم الاتصال انفجارا عظيما في المعلومات كانت سببا في تفتت معانيها.
 - 5- شيوع صفة الوهمية وغير الواقعية في ظل الميديا الجديدة وانعدام الاتصال الحي وتحوله إلى اتصال افتراضي عبر أجهزة الحاسوب مما أدى إلى شيوع الفر دائية والتوحد (فالخاصية العظمى لظهور الاتصال هو الخلط الذي ينشأ بين الواقع الحقيقي وبين تمثيله) الذي كان سببا لظهور اللغوائية وهي مزيج من اللغو والانطوائية تسجدة الانسان المعاصر ضمن متاهة لم تعد تحيل الا على نفسها.
 - 6- الخلط بين مفهوم المعرفة والمعلوماتية ولا يمكن للمعلوماتية أن تتطور إلا بالتخلي عن هذا المزج والمفروض أن الميديا تقرب بين الناس لكنها عملت العكس .
 - 7- ولتطور الطرق السريعة دور في زيادة حركة الميديا التي يمكن أن توجد المعرفة .
 - 8- إن الفضاء السيبراني يريد أن يوهم بتجاوز الفضاء الواقعي لكن لا يمكنه ذلك والقوى الكبرى للميديا تكمن في التجانس الأقصى بين التي تمثلها والقيم التي تجسدها .
 - 9- الميديا الحديثة أدت إلى تواصل الاتصال وانقطاعه في الوقت نفسه وإن كل ما يعارض المعلومة يعد ضجيجا واضطرابا مرضيا لكن النشاط يقلت من هذا البديل الثنائي بشكل دقيق عند ملائمته للمنتج الإعلامي ويحقق التفاعلية المطلوبة كما تعمل اليوتوبيا الجديدة على رفض القانون.
- ونجد أن الكتاب تطرق الى عدد من المصطلحات منها:
- اليوتوبيا - أي النموذج المثالي للاتصال أو نظام القيم الاتصالية الطرق السريعة للمعطيات -
- أشارة إلى الميديا الحديثة في الاتصال حيث يهدف الكتاب إلى تمجيد الاتصال كما يبدو من خلال رغبة رواد يوتوبيا الاتصال بإعلان الصراع ضد البربرية كما أشار إلى مفاهيم أخرى مثل رهاب الغريب واقصاء للايديولوجيا النشطة.

الصناعات الإبداعية

سلسلة عالم المعرفة ٣٣٨/نيسان/٢٠٠٧ ج ١، ج ٢

كيف تنتج الثقافة في عالم التكنولوجيا والعولمة

تحرير - جون هارتلي، ترجمة - بدر السيد سليمان الرفاعي

الصناعات الإبداعية ماهي وماذا يقصد بها وماهي أهم أنواعها

يأتي هذا الكتاب في وقت تعددت فيه واختلقت مفاهيم الإبداع واختلقت مقوماته ومصطلحاته وأصبح الإبداع هو الميزة التنافسية للشعوب وتقدمها والصناعات الإبداعية تتجلى في أوضح معانيها ليس كمجرد مجال للتنمية الاقتصادية بل كفكرة يمكن للإبداع تحديدا تأثيراته الاجتماعية والاقتصادية حاسمة فالإبداع ليس إسهاما لشعب واحد وإنما يوجد حيث وجد البشر وهم يفكرون ويفعلون ويصنعون الأشياء لذا ارتبط مفهوم الصناعات الإبداعية بالإسهام الإنساني والمبتكرات والخيال لتكون الثروة والتجديد الاجتماعي وفكرة الصناعات الإبداعية تحاول توضيح التقارب المفاهيمي والعملي بين الفنون (الموهبة الفردية) والصناعات الثقافية على المستوى الجماهيري في إطار تقنيات الإعلام الجديد ضمن اقتصاد المعرفة ليستخدما مواطنون مستهلكون وتفاعليون جدد وسط هذا الخليط من المفاهيم ظهر تعبير الصناعات مستغلا عدم وضوح الحدود بين الفنون الإبداعية والصناعات الثقافية وبين الحرية والرفاهية وبين العام والخاص والتجاري والحكومي والمستهلك والسياسي والمبدع لكن يبقى مفهوم الإبداع هو جوهر الثقافة رغم إن مستهلكيها يختلفون من مجتمع إلى آخر، فمع تطور وازدهار المعلومات وتقدم تقنياتها وتعدد وسائلها أصبح الإبداع أحد أصول السوق ويضم الكتاب جزئين شمل فيه الجزء الأول ثلاثة عشر فصلا والثاني عشرة فصول وتضمن الجزء الأول ٢٩٥ صفحة والثاني ٢٤٥ صفحة ومن القطع المتوسط وتميز هذا الكتاب بتعددية المنهج في أقسامه وذلك كونه اعتمد على عدد من المؤلفين وإسهاماتهم الفردية فقد شارك في إعداده كتاب وساسيون ونشطاء وأكاديميون وصحافيون حيث تتوزع القراءات في أقسامه الستة بين هذه الاختصاصات فتناول كل جزء من الكتاب جانبا مختلفا من الصناعات الإبداعية بدا من مسائل المجتمع والذات الواسعة كـ (العالم، الهويات، الممارسات) ثم ينتقل إلى المجالات التي تعد ساحة أساسية في سياسة الصناعات الإبداعية كـ (المدن، المشروعات، الاقتصاد) فتحدث القسم الأول عن العالم الإبداعي وظهور البيئة الإبداعية ثم يربط بين متعلقات الهوية والأفكار والمهارات والخبرات واثرا الاستهلاك بالمشروع التجاري في اقتصاد المعرفة. ويستدرج بالحديث عن ممارسات العمل الإبداعي ومدن الإبداع وخص بالحديث أربع مدن

هي (لندن، سانت بطرسبرغ، شنغهاي، هونغ كونغ) وركز الحديث على موضوعين للبحث هما :
الأول - مكانة المدن في العالم الذي يعطي الإحساس بالجانب التنموي والتخطيطي الذي يحيط
بهذه المدن .

الثاني - التوتر العالمي والمحلي الذي يتشكل عند الانتقال من أمثلة عامة إلى حالات محددة كما
يتناول الحاجة الى الموازنة بين الادعاءات المتنافسة للسياسة التنموية الثقافية ومشكلات التأسيس كما
تعمل على بث الوعي باستخدامات الإبداع في دراسات المدن والاستراتيجيات المحلية التي تختارها
المدن والمجتمعات والأفراد للعمل والعيش المشترك في هذه المدن ويحاول الكتاب من خلال أجزائه
الستة توضيح أفكار عدة منها كيف يمكن فهم الصناعات الإبداعية كرابط متعدد المفردات للنظر في
مسألة تنظيم الموهبة الإبداعية والجمع بين القياس الصناعي واستخدامات التنمية الاجتماعية
والاقتصادية فهي أشبه بسردية قصصية لفكر الإبداع المدني والذي يهتم في هذه الدراسة أنها تقدم
مفهوما متوازنا للصناعات الإبداعية وتطورها في تجريب (سياسات الأمل).