ARID

International Journal of Media Studies and Communication Sciences

مَجلةُ أُريد الدَّوليةُ للدِّراساتِ الإعلاميةِ وعُلومِ الاتِّصالِ

VOL. 1 NO. 2 July 2020 ISSN: 2709-2062





ARID PUBLICATIONS ARID.MY/J/AIJMSCS



ARID International Journal of Media Studies and Communication Sciences (AIJMSCS)

مَجِلةً أُريد الدَّوليةُ للدراسات الإعلامية وعلوم الإتصال

هيئة التحرير Editorial Board



أ.د/ سعد سلمان عبد الله المشهداني ، جامعة تكريت Prof. Dr.Saad Salman Abdallah

Editor –in- Chief رئيس التحرير arid.my/0001-6136

هيئة التحرير
أد. حمدان خضر السالم، جامعة بغداد، كلية الاعلام، العراق، مدير التحرير
أد. جواد راغب الدلو، الجامعة الإسلامية، كلية الاعلام، غزة، فلسطين
أد. يسرى خالد ابر اهيم، الجامعة العراقية، كلية الاعلام، العراق
أد. عزت محمد حجاب، جامعة الشرق الأوسط، كلية الاعلام، المملكة الاردنية الهاشمية
أد. لقاء مكي العزاوي، مركز الجزيرة للدراسات، قطر
أد. سحر خليفة سالم، الجامعة العراقية، كلية الاعلام، العراق
أد. محمود علم الدين، جامعة القاهرة، كلية الاعلام، العراق
أد. وديع محمد سعيد، جامعة أم القرى، المملكة العربية السعودية
أم. د. ابر اهيم الخصاونة، جامعة الأمير عبد القادر قسنطينة، الجزائر
أم. د. عبد الله بوسنان، جامعة الأمير عبد القادر قسنطينة، الجزائر
أم. د. عبد الرحمن ذياب، جامعة العين، الامارات، كلية الاعلام
أم. د. عبد المعزيز خلف خليل، كلية الإمارات للتكنولوجيا، الامارات العربية المتحدة
أم. د. عبد الكريم علي الدبيسي، جامعة البترا، كلية الاعلام، المملكة الأردنية الهاشمية
أم. د. عبد الكريم علي الدبيسي، جامعة البترا، كلية الاعلام، المملكة الأردنية الهاشمية

لجنة المراجعة اللغوية والترجمة

أ.د. أميرة زبير رفاعي سمبس أ.م.د. منى أحمد عبد الغني الشاوي أ.مها شرف

Journal details	معلومات عن المجلة
Semi-annual	نصف سنوية
Processing fees: \$100.00	رسوم إجراءات النشر : 100 دولار
All researches are open access	جميع البحوث مفتوحة الولوج
All research should be sent for publication	ترسل البحوث الى المجلة عبر التفاصيل أدناه
through	
ARID.MY/.	J/ AIJMSCS
AIJMSCS (@ARID.MY
ISSN: 27	709-2062



تعليمات النشر

تنشر " مجلة أريد الدولية للدر اسات الاعلامية" مقالات بحثية أصلية كاملة فقط .

يرجى إعداد البحوث الخاصة بك وفقا للتعليمات الاتية:

- يقدم البحث مخرجاً في صورته النهائية متضمناً وضع الجداول والأشكال في أماكنها داخل المتن ومطبوعاً على هيئة صفحات ويجب أن ترقم الصفحات ترقيماً متسلسلاً.
- يجب إعداد البحوث كمستندات وورد وان يكون نوع الخط (تايمز نيو رومان) ويجب أن يكون حجم الخط (14) و على ورقة بحجم (A4) ، كما يجب كتابة البحث مع هامش 2 سم من الجوانب الأربعة. يجب كتابة البحث على 10 سم من البحث على 25 صفحة (10 الالف البحث على 25 صفحة (10 الالف كلمة) .
 - يجب أن يكون البحث بالترتيب الاتى:

1. صفحة العنوان

- 1.1 . العنوان: يجب أن يكون العنوان قصيرًا نسبيًا و معبر عن فحوى البحث، و يجب كتابة العنوان في حجم الخط 14 ، بالحروف الغامقة .
 1. 2. اسم / أسماء المؤلفين / المؤلفين: ينبغي إدراج قائمة بجميع مؤلفي البحث، ولا يمكن إضافة أسماء بعد تقديم الورقة. يجب كتابة الاسم الأول والاسم الأوسط واسم العائلة / اسم الشهرة يكون كاملا وحجم الخط 12 .
 - 1. 3. يجب أن يكون اسم المؤلف المسؤول بالمر اسلات مرفق بعلامة النجمة .(*)
 - 1. 4. اسم و عنوان مكان العمل / البلد: يجب الإشارة إلى عناوين المؤلفين تحت اسمائهم.
 - 1. 5. يجب إضافة عنوان بريد إلكتروني شخصي للمؤلف الذي سيتم استخدامه في جميع اتصالاتنا مع المؤلفين.

2. الخلاصة

يجب أن يكون الملخص قصيرًا لا يتعدى 250 كلمة حول المعلومات المهمة للبحث . يجب أن يكون الملخص معبر عن محتوى البحث ويشمل اهم النتائج والاستنتاجات التي تم التوصل اليها. يجب أن يحتوي كل بحث على ملخص باللغة العربية واللغة الانجليزية ويكون كلاهما بصفحة جديدة . 3. كلمات مفتاحية

ينبغي أن تدرج قائمة من 5 كلمات رئيسية من البحث وتوضع بعد الملخص.

4 مقدمة

عرض موضوع البحث بوضوح ، وبيان نطاق الموضوع ، وعرض أهداف البحث ،ومنطقتيه ، وطريقة اجراء البحث ، وأخيراً طريقة عرض البحث .

5. الجانب العملي (التجريبي/ نظري):

يجب أن يحتوي هذا القسم على التفاصيل الفنية والمعلومات حول المواد والأساليب المعتمدة لتنفيذ أعمال البحث مثل المواد الكيميائية والحيوانية وإذن لجنة أخلاقيات الحيوان والبرمجيات المستخدمة والأدوات والإجراءات المتبعة. ويجب التعبير عن الوحدات والأبعاد وفقًا للنظام المتري ووحدات النظام الدولي .

6. النتائج والمناقشة:

يجب أن يحتوي هذا القسم على النتائج التي تم الحصول عليها فقط من المؤلف/ المؤلفين والمناقشات وفقا للنتائج الأخيرة من قبل الباحثين الآخرين ووفق النظريات ذات الصلة.

عنوان الشكل يكون أسفل الشكل وفي الوسط وترقم الأشكال ترقيما متسلسلا مستقلا عن ترقيم الجداول خلال المتن من بداية البحث الى نهايته. مثال شكل (1) .

عنوان الجدول يكون وسط أعلى الجدول. ترقم الجداول ترقيما متسلسلا مستقلا عن ترقيم الأشكال خلال المتن. يكون الجدول بصفحة جديدة ان لم يكتمل عرضه وسط الصفحة. مثال جدول (1)

تستخدم الاختصار ات المقننة دولياً بدلاً من كتابة الكلمات كاملة مثل: سم، مم، كم، سم، مل، مجم، كجم، ق، %،... إلخ

7. قائمة الاختصار ات:

ينبغي تقديم قائمة بالاختصارات والأحرف المختصرة المستخدمة بالبحث في نهاية الورقة.

شكر وتقدير :

يجب أن يوضع في هذا القسم إقرار بمنظمات التمويل والمساهمين ، ومن ساهم بالمساعدة في جوانب البحث، قبل قائمة المراجع .

9. المراجع:

يتم التوثيق، وفقاً لأسلوب الجمعية الأمريكية السيكولوجية . APA اضغط هنا التحميل ملف تفصيلي بطريقة التوثيق . تكون جميع العناصر الببليوجرافية لكل مرجع كاملة ، كما يجب التأكد من أن جميع المراجع الواردة بالمتن مذكورة بقائمة الفهارس والمراجع، كما يجب ألا تكون هنالك مراجع بالقائمة لم يشر إليها بالمتن .

10. الحواشي : تستخدم لتزويد القارئ بمعلومات توضيحية، يشار إلى الحاشية في المتن برقم مرتفع عن السطر. ترقم الحواشي متسلسلة داخل المتن، ويمكن الإشارة إلى مرجع داخل الحاشية - في حالة الضرورة - عن طريق استخدام رقم المرجع بين قوسين مربعين بنفس طريقة استخدامه في المتن، توضع الحواشي أسفل الصفحات التي ذكرت بها ويفصلها عن المتن خط.



مجلس الامناء: The Board of Trustees



أ.د عبدالرازق مختار محمود Prof. Dr.Abdel Razek Mokhtar arid.my/0001-2264



أ.د سلوان كمال جميل العاني Prof.Dr. Salwan K.J.Al-Ani arid.my/0001-1999



أ.د محمود عبد العاطى ابو حسوب Prof. Dr.Mahmoud Abdel-Aty arid.my/0001-8321



أ.د. رحاب يوسف Prof. Dr. Rehab Yousif arid.my/0003-9655



أ.د. سعاد هادي حسن الطائي Prof.Dr.Suaad AL-Taai arid.my/0003-3810



أ.د. سعد سلمان عبد الله المشهداني Prof. Dr.Saad Salman Abdallah arid.my/0001-6136



د ِسيف السويدي Dr.Saif Al-Sewaidi arid.my/0001-0001



أ.م.د . ناصر محمود احمد الراوي Assoc. Prof.Dr.Naser Mahmoud arid.my/0002-0775



أ.م.د.مصطفى عبدالله السويدي Assoc. Prof.Dr.Mustafa Abdullah arid.my/0001-7762



فهرس المجلة | Index

ص	اسم الباحث / الباحثين	البحث
_	,	Letter by the editor
5		رسالة المحرر
	Fareed Salih Fayyadh Raheem faraj Dawood	Attitudes of columnists on the occupation of Mosul in 2014
6-25	-	مواقف كُتَّاب الأعمدة الصحفية من احتلال الموصل لعام 2014
	رحيم فرج داود فريد صالح فياض	https://doi.org/10.36772/arid.aijmscs.2020.231
	Qattaf mohammad Baghdadbay abd alqader	Methods of Academic Communication between University Students and their Relationship with certain Personal and Academic Variables
26-41	قطاف محمد بغدادباي عبد القادر	أساليب الاتصال والتواصل الأكاديمي لدى طلاب الجامعة وعلاقتها ببعض المتغيرات الشخصية والأكاديمية
		https://doi.org/10.36772/arid.aijmscs.2020.232
		Re- Engineering Processes for Information Services in Academic
	Abdul Rahman Mahmood Mohamed	Information Institutions
42-57	Salam J. Abdullah	إعادة هندسة العمليات (الهندرة)Reengineering لخدمات المعلومات في موّسسات المعلومات الأكاديمية
	سلام جاسم عبدالله عبدالرحمن محمود محمد	https://doi.org/10.36772/arid.aijmscs.2020.233
	Salah Ghanim Noori Al-Hasani	University students are exposed to TV commercials and their impact on their purchasing power
56-80		تعرض طلبة الجامعة للإعلانات التلفزيونية وانعكاساتها على القدرة الشرائية لهم
	صلاح غانم نوري المسني	https://doi.org/10.36772/arid.aijmscs.2020.234
		Obstacles to journalistic work in conflict areas
81-	Omar Adel	معوّقات العمل الصحفي في مناطق الصراع
106	عمر عادل رشید	https://doi.org/10.36772/arid.aijmscs.2020.235



ARID Journals



ARID International Journal of Media Studies and Communication Sciences (AIJMSCS)

ISSN: 2709-2062

Journal home page: arid.my/j/AIJMSCS



مَجِلةُ أُريد الدَّوليةُ للدراسات الإعلامية وعلوم الإتصال

العدد 2، المجلد 1 ، تموز 2020 م

الافتتاحية

بفرح كبير وبثقة بالحاضر والمستقبل يصدر اليوم العدد الثّاني من مجلة أُريد الدولية للدراسات الإعلامية وعلوم الإتصال، وإنّني على يقينٍ وُثقةٍ من أنّ صدور العدد الثاني من مجلتنا هو مواصلة لمسارها المُتمثّل في تدعيم البحث العلمي والتأصيل له، وفق القواعد والضوابط المنهجية العلمية الأكاديمية، باعتبارها مجلة علمية مُحكّمة.

يصدر العدد الثاني من هذه المجلة ليكون شاهداً على المشاكل التي يُعاني منها البحث العامي في عالمنا العربي، إذ نجد معضلة اللغة العربية التي ندّعي التمسك بها بوصفها موروثاً ثقافياً، في غياب أيّ سياسة حقيقية لجَعلها قادرة على مواكبة النطور المعرفي الهائل لعصرنا ومتطلباته اللغوية. ويأتي هذا في وقت تسجل فيه اللغة الإنكليزية هيمنة بوصفها لغة العلوم، حيث إن أكثر من 85 في المئة مما يُنشر اليوم في مجل العلوم الصرفة، يُنشر بهذه اللغة دون غيرها. وهذا يعني أنّ ما يُنشر في العلوم بلغات أخرى لا يُقرأ ويكاد لا يُؤخذ في الحسبان في المجلات العلمية المُصنفة. وعلى الرغم من أنّ اللغة العربية تحتل اليوم المكانة الرابعة من جهة مستخدمي شبكة الإنترنت (6،155 مليون)، والإسبانية (245،2 مليوناً) ورجوعاً إلى عدد مستعملي اللغتين العربية والفرنسية (نحو 370 مليوناً في كلتا الحائتين) وإلى إحصاءات ولوج الإنترنت للغتين نجد تقوّق اللغة العربية عن المكانة التي تحتل الفرنسية حيث تحتل الفرنسية المرتبة التاسعة (92،3 مليون مستخدم).

ولابد لي في هذه الافتتاحية أن أشير إلى أن أيّ مجلة لا تستطيع أن ترسم ملامحها وتحدّد وجهتها منذ العدد الأول أو الثاني، لكنها تحاول أن تقدّم المؤشرات الأولى لطموحها ووجهتها عبر الطريق العلمي الطويل والصعب للمجلات العلمية المتخصّصة. وقد شهدت الأعوام القليلة الماضية تطوراً هائلاً في المعلومات وثورة الاتصال التي امتدت إلى كلّ مناحي الحياة، وقد كانت البحوث الإعلامية من بين المجالات التي شملها هذا النطور، في ضوء التغيرات المُتسارعة الحادثة في علوم الإعلام والاتصال والصحافة، والتأثير المتصاعد لتكنولوجيا الإتصال وثورة المعلومات ظهرت كتابات ودراسات وأبحاث عديدة، وانعقدت الكثير من المؤتمرات، وتأسست عدّة جماعات بحثية، تُطالب بمراجعة نقدية للدراسات الصحفية وجدواها ومنهجيتها واتجاهاتها وأدواتها ونطرياتها ونماذجها. وها أنا أنتهز الفرصة وأدعو كلّ الزملاء الباحثين المتخصصين في التخصص الإعلامي وفي مجال علوم الإتصال لنشر بحوثهم وإنتاجهم العلمي بالمجلة، وذلك طبقا لقواعد النشر المُعلنة على موقع المجلة، على وعدٍ منا بأنْ نكون عوناً لكل باحثٍ جادٍ مجتهدٍ ير غبُ في نشر نتاج فكره وحصاد جهده، وأن نكونَ معين علم لكلّ باحثٍ عن المعرفة التي تنصل بمجالات عمل المجلة، دون أن نتقاضى على ذلك أيّ مقابل مادي، ليكونَ النشر بالمجلة وكافة الخدمات التي نقدمها مجانية، مساهمة منا في خدمة العلم والعلماء. والله من وراء القصد.

أ.د سعد سلمان المشهداني

رئيس التحرير



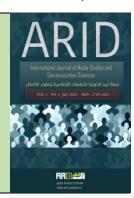
ARID Journals



ARID International Journal of Media Studies and Communication Sciences (AIJMSCS)

ISSN: 2709-2062

Journal home page: arid.my/j/AIJMSCS



مَجلةُ أُريد الدَّوليةُ للدراسات الإعلامية وعلوم الإتصال

العدد 2 ، المجلد 1 ، تموز 2020 م

Attitudes of columnists on the occupation of Mosul in 2014

An analytical study of the press columns of the Iraqi newspaper Al-Zaman from 1/6 to 31/8/2014

Fareed Salih Fayyadh | Raheem faraj Dawood

Ministry of Education Iraqi Office of the Minister

Directorate General of Saladin Education

University of Tikrit College of Arts Iraq

مواقف كُتّاب الأعمدة الصحفية من احتلال الموصل لعام 2014 (دراسة تحليلية للأعمدة الصحفية لصحيفة الزمان العراقية من 6/1 إلى 2014/8/31)

رحيم فرج داود | فريد صالح فياض

المديرية العامة لتربية صلاح الدين جامعة تكريت / كلية الآداب

faridsf2000@tu.edu.iq | fdawood83@yahoo.com

arid.my/0004-6082| arid.my/0005-4814

https://doi.org/10.36772/arid.aijmscs.2020.121



ARTICLE INFO

Article history: Received 03/04/2020

Received in revised form 20/04/2020

Accepted 29/04/2020

Available online 15/07/2020

https://doi.org/10.36772/arid.aijmscs.2020.121

الملخص

تبحث هذه الدراسة في المواقف الصحفية لكُتّاب الأعمدة في جريدة الزمان عند احتلال الموصل من قبل مسلحي داعش.

وتحاول الدراسة معرفة ما تمّ تداوله من تلك الأحداث حسب أهميتها من وجهة نظر الكُتّاب .

وتتكون هذه الدراسة من ثلاثة محاور:

الأول: يتعلق بالإطار المنهجي من حيث تحديد مشكلة البحث وأهدافه، والمنهج المستخدم، إذ استعانت الدراسة بالمنهج

التاريخي زائد تحليل المضمون، للحصول على البيانات المطلوبة. أما المحور الثاني: كان مدخلا نظريا للموصل اعتمد على

المنهج التاريخي . المحور الثالث: تمّ فيه إجراء تحليل مضمون الأعمدة الصحفية في صحيفة الزمان التي توصلت إلى جملة

من المواقف والنتائج التي أفرزتها الدراسة عن طريق تفريغ الجداول، ومعالجتها باستعمال النسبة المئوية وبيان التكرارات التي

بينت ما تمّ تداوله في تلك الحقبة التاريخية من قبل الكُتّاب .

الكلمات المفتاحية: احتلال الموصل، مواقف كُتّاب الأعمدة، جريدة الزمان، الموقف العقلي، العمود الصحفي، محرري

مقالات الصحف، الصحافة العراقية

Arab Researcher iD

Abstract

This study examines the press attitudes of columnists in Al-Zaman newspaper when Mosul was occupied by ISIS militants. The study tries to find out what was circulated of these events according to their importance from the point of view of the book.

This study consists of three axes, the first relates to the methodological framework in terms of identifying the research problem and objectives, and the method used, as the study used the historical method plus analysis of the content to obtain the required data and also included, theoretical input to the conductor based on the historical method. In order to conduct a content analysis of press columns in the newspaper Al - Zaman, the study reached a number of positions and the results of the study by emptying the tables and processing them using the percentage and a statement of repetitions that showed what was circulated in that historical era by the book.

Keywords: Occupation of Mosul, Columnists positions, Al - Zaman Newspaper, the mental attitude, the column, the newspaper article editors, the Iraqi press



المقدمة:

أحدث سقوط الموصل تغييراً كبيراً في المجتمع العراقي، تمثل في النزوح داخل وخارج البلاد، وتغييراً على الأصعدة كافة سواء السياسي والاقتصادي والعسكري، وسائل الأعلام تابعة الحدث بكل أنواعها المرئية، السمعية والمكتوبة. والصحافة مدار البحث دونت أدق الأحداث بالتحليل.

ورغم تعدد وسائل الإعلام المشاركة في تغطية الحدث التي كانت الصحافة أحداها، يبقى من المهم بيان مدى العلاج المطروح في تلك الساعات الجسام التي كانت تعيشها البلاد . من هنا تكتسب الدراسة أهميتها وضرورة تبيان محتواها المنشور والكشف عن طريقة متابعتها للوقائع ذات التأثير في تاريخنا المعاصر .

أهمية البحث:

تأتي أهمية البحث من كونه يمثل حقبة زمنية كانت فيه الصحافة صاحبة موقف في تشكيل الرأي العام العراقي، في وقت كانت الخلافات واضحة إزاء قضية الموصل سياسيا، وللحاجة الماسة للدعم على المستوى المعنوي للمواطن. فقد ساهم الكُتّاب كونهم طليعة واعية لعموم الشعب، زيادة على أهمية الإحاطة بالقضية لتكون مصدراً حاضراً للمستقبل لكلّ من يبحث في هذا الاتجاه. وكذلك يتناول قضية أولاها كُتّاب الأعمدة الصحفية أهمية استثنائية فضلا عن أن كُتّاب الأعمدة الصحفية تناولوا قضية مُلحّة تتعلق بمستقبل العراق.

مشكلة البحث

تكمُن مشكلة البحث في الأهمية التي أو لاها كُتّاب الأعمدة الصحفية في صحيفة الزمان طبعة بغداد لسقوط الموصل، وينبع من هذه المشكلة عدّة تساؤ لات وكما يلى:

- 1- ما موقف كُتّاب الأعمدة الصحفية اتجاه سقوط أجزاء واسعه من العراق ، وما الموقف من العملية السياسية والقوات الأمنية؟
 - 2- ما موقف كُتّاب الأعمدة الصحفية اتجاه الولايات المتحدة الأمريكية ودول الجوار بعد احتلال الموصل؟
- 3- ما موقف كُتّاب الأعمدة من (تنظيم الدولة الإسلامية داعش) واحتلاله لأجزاء كبيرة من العراق وموقف المرجعية الدينية من ذلك؟
 - 4- ما موقف كُتّاب الأعمدة الصحفية من إقليم كردستان بعد احتلال الموصل وما هو الوضع الإنساني للنازحين؟



هدف البحث:

أهداف البحث تمت صياغتها على شكل تساؤلات، ليتسنى الوقوف على ما حملته الأعمدة الصحفية من أفكار ومعالجات، وبالتالي معرفة ما قدمته الأعمدة في تحريك وإثارة الرأي العام معها أو ضدها لغرض:

- ر- التعرّف على موقف كُتّاب الأعمدة الصحفية اتجاه سقوط أجزاء واسعة من العراق ، والموقف من العملية السياسية والقوات الأمنية.
 - 2- توضيح القضايا المطروحة حول الولايات المتحدة الأمريكية ودول الجوار بعد سقوط الموصل.
- 3- تشخيص المواقف لكُتّاب الأعمدة الصحفية من تنظيم (الدولة الإسلامية- داعش) واحتلاله لأجزاء كبيرة من العراق
 وموقف المرجعية الدينية من ذلك.
- 4- التعرّف على موقف كُتّاب الأعمدة من إقليم كردستان بعد احتلال الموصل، وما هو الوضع الإنساني للنازحين لتلك المناطق.
 - التعرّف على المواقف الصحفية اتجاه سقوط جزء مهمّ من العراق بيد الإرهاب.
 - 6- التقصيّى عن سعة التغطية لأحداث الموصل من قبل كُتّاب الأعمدة الصحفية.
 - 7- الكشف عن أبرز المواقف بناء على المطروح من القضايا المتعلّقة بسقوط الموصل.
 - 8- بيان العلاجات التي أوصى بها الكُتّاب في أعمدتهم الصحفية .

منهجية البحث:

لكلّ بحثٍ منهج يسير عليه الباحث لدراسة المشكلة التي هي الطريقة الموضوعية التي يتبعها الباحث لدراسة ظاهرة من الظواهر بقصد تشخيصها وتحديد أبعادها ومعرفة أسبابها وطرق علاجها للوصول إلى نتائج عامة يمكن تطبيقها. فالمنهج: فن تنظيم الأفكار للكشف عن حقيقة مجهولة أو لأثبات حقيقة معروفة (مبارك، 1992) وقد اختار الباحثان (المنهج الوصفي) لأنه يدرس حاضر الظواهر والأحداث، من حيث خصائصها، وأشكالها، وعلاقاتها، والعوامل المؤثرة فيها، ويقوم برصد ومتابعة دقيقة لظاهرة معينة بطريقة كمية أو نوعية خلال مدة زمنية معينة للتعرف إلى محتواها، ومضمونها، والوصول لنتائج وتعميمات تساعد في فهم الواقع وتطويره (محمد، 2000).

وتم اعتماد طريقة تحليل المضمون وهي من أساليب هذا المنهج والتي يركز عليها علماء وخبراء الاتصال والإعلام لاتباعها في الدراسات والبحوث الإعلامية وصولا إلى أهداف الرسائل الإتصالية وفق ما يرجوه القائم بالإتصال. (مهدي، 2011).



حدود البحث ومجالاته:

اختار الباحثان المقال العمودي من جريدة الزمان العراقية - طبعة بغداد - لعام 2014 واتخذ البحث مجالين أساسين هما:

- 1- المجال الزماني: إذ اختار الباحث المدة الزمنية من 1-6-2014 إلى 31-8-2014 وهي المدة التي سيطر فيها (تنظيم الدولة الإسلامية في العراق والشام داعش) على الموصل وأجزاء كبيرة من محافظات صلاح الدين والأنبار وديالي وكركوك. وشهدت العديد من التطورات الأمنية والسياسية.
 - 2- المجال الجغرافي: ويتجسد في مضمون المقالات المنشورة في صحيفة الزمان طبعة بغداد.

مجتمع البحث وعينته:

يُقصد بمجتمع البحث جميع مفردات الظاهرة المراد دراستها ، سواء كانت بشراً ،أم مؤسسة ،أم أنشطة تربوية (المشهداني، 2017).

تم تحديد مجتمع البحث وعينته والتي شملت (3) أشهر ابتداء من (1حزيران ذي العدد 4822 الصادر في 1-6-2014 إلى 31 أب ذي العدد 4994 الصادر في 31-8-2014) ، واعتمد الباحثان أسلوب الحصر الشامل لتحليل مقالات الرأي المتعلقة بأزمة الموصل في حزيران 2014 وقد بلغت الأعداد الخاضعة للتحليل(172)عدداً.

تحديد وحدات وفنات التحليل: ينبغي للباحث العلمي أن يختار عينة الوحدات ، ويُقصد بها جوانب الإتصال التي يمكن إخضاعها للتحليل . ووحدة التحليل هي عبارة عن الشيء الذي يمكن حصره، وهي جزء من المضمون الذي يمكن وصفه في فئة محدّدة (طايع، 2001). وقد اعتمد الباحثان على وحدة (النوع الفني) وذلك بتقسيم العينة الخاصة للتحليل في استمارة خُصّصت لتحديد وحدات التحليل.

وتمّ تحكيم استمارة تحليل المضمون، لدى عدد من الأساتذة (1) بهدف تقييمها والتحقّق من الصدق الظاهري، مع الأخذ بالتعديلات المقترحة لاستمارة التحليل والتي تشمل إلغاء بعض الفئات وإضافة البعض الأخر قبل الاستقرار على شكل الإستمارة النهائي.

ومن بين عوامل نجاح تحليل المضمون السعي لتحديد فئات التحليل التي تساعد الباحث العلمي على الوصف الموضوعي والدقيق لمضمون مادة الاتصال، وقد اعتمدت معظم دراسات تحليل المضمون على إحدى الوحدات الخمس: (وحدة الكلمة أو الرمز، وحدة الموضوع أو الفكرة، وحدة الشخصية، وحدة الجملة أو الفقرة، وحدة البنية).

وقد وجد الباحثان أن فئة (الموضوع أو الفكرة) هي الفئة الملائمة لتحقيق هدف البحث "نظراً لما لمفهوم الموضوع من سعة وإمكانية استيعابه للأهداف والمعايير والدوافع والأحكام والاتجاهات والاستعدادات والاهتمامات" (الهيتي، 1987) . لكون



وحدة الموضوع أو الفكرة theme هي "من أفضل وحدات التحليل المستخدمة ، حيث يتم الحصول على الأفكار من العبارات المختلفة في المضمون". (طايع، 2001، صفحة 245)

المقال الصحفى

يعرّف المقال الصحفي بأنه: "أحد الأشكال الصحفية التي تستخدم في التعبير عن رأي أو فكرة أو قضية ، وإبداء رأي محرره أو كاتبه أو رأي الصحيفة فيه، مشكلاً اللبنة الأولى والأساس القوي في تشكيل اتجاهات الرأي العام نحو القضايا التي تطرحها الصحيفة بما يطرحه من تفسير وشرح وتحليل ، وما يهدف إليه من إقناع وتوجيه". (ليلي عبدالمجيد، 2004)

والمقال الصحفي " فن تحويل الأحداث والأفكار والقضايا الإنسانية ومظاهر الكون والحياة إلى مادة صحفية مطبوعة ومفهومه سواء عند صاحب الثقافة العالية والذكاء الخارق أو صاحب الثقافة المتوسطة والذكاء العادي أو عند رجل الشارع الذي يقرأ ليقهم ويعرف ، وهذا يعنى أن الفن الصحفي يعمل على تبسيط الحقائق والعلوم والفنون والأداب". (رشيد، 2017)

ومن أهم التعريفات لفن المقال الصحفي من وجهة نظر البحث ، التعريف الذي ساقه الكاتب الصحفي جلال الدين الحمامصي ، الذي يرى :" أن المقال الصحفي هو المقال الذي تنشره الجريدة لتغطية تساؤلات أو اهتمامات ذات صفة حالية مرتبطة بالأحداث أو المشكلات أو القضايا الهامة الجارية بالفعل في حياة قرائها ، أو تلك التي يمكن أن تجري في حياتهم في المستقبل القريب ، وهذا المقال يمتاز ببلاغته الصحفية ، ويتخذ الصيغة المميزة لطابع الصحيفة التي تنشره ، أو الصيغة المميزة للمدرسة أو للمذهب الصحفي الذي ينتمى إليه الكاتب". (الحمامصي، 1972)

الموصل

تتميز الموصل بموقع جغرافي مهم. فهي" حلقة وصل بين الجهات الثلاث الشرق والغرب والشمال (الصوفي، 1953). خضعت الموصل للسيطرة العثمانية نحو (402) عاماً أي منذ استيلاء السلطان سليم الأول عليها عام 1516 وحتى احتلالها من قبل الجيش البريطاني عام 1918" (الصائغ، 1924). وخلال تلك الحقبة عانت من تدهور في أوضاعها السياسية والإقتصادية والإجتماعية (العدول، 1992). ومع ازدياد اهتمام بريطانيا بالعراق أثناء الحرب العالمية الأولى خاصة الموصل، وذلك يرجع لأهميتها الاستراتيجية والإقتصادية (البرقاوي، 1980). إذ كان هدف بريطانيا الاستراتيجي هو ضمان سلامة الطريق إلى الهند، فضلا عن وجود النفط في الموصل (1963, 1960).

بقيت الموصل ميداناً للمنافسة الأجنبية خاصة بين بريطانيا وروسيا وألمانيا وفرنسا حتى الحرب العالمية الأولى، دون أن يحسم هذا التنافس لصالح أي طرف بشكل واضح حتى ذلك الحين. وضع الإنكليز الموصل في أول الأمر، تحت الإدارة العسكرية الخاصة، وذلك لأنها واقعة ضمن النفوذ الفرنسي (بموجب اتفاقية سايكس بيكو)، إلا أن التسوية الفرنسية البريطانية



بعدئذ منحت فرنسا حصة من نفط الموصل، مقابل تخليها عنها سياسياً، فدمجت إدارة الموصل ببقية المناطق الأخرى من العراق (نورس، 1993).

مارست بريطانيا سياسة محاربة حرية الأفكار، إذ منعت إصدار أية صحيفة سياسية غير الصحف الرسمية، فلم يكن آنذاك أثر لحرية المطبوعات ولا لحرية الاجتماعات، لذلك نهض الوطنيون يطالبون بمنح الشعب العراقي حقوقه الطبيعية في الاستقلال (حاتم، 1985)

واكَبَتْ الموصل إبان العهد الملكي الأحداث الوطنية بكل تفاصيلها، وغدا سجلها الوطني حافلا بالأصالة والمواقف التي تؤكد على وحدة العراق وحضارته العريقة. (الحفو)

الدراسة التحليلية

تفسير النتائج:

بعد تحليل مضمون المقالات المنشورة في صحيفة (الزمان) للمدة من 1/6 / 2014 – 31 / 8 / 2014، تمكّن الباحثان من تحديد المحاور الرئيسة للفئات ، والتي تم حصرها حسب ترتيب التكرارات كما موضح بالجدول رقم (1).

تمّ تحليل الأعمدة الصحفية المنشورة في صحيفة الزمان العراقية اعتماداً على الجداول المبينة أدناه والتي توضح حقولها وتصنيفاتها طريقة تحليل الفئات الرئيسية.

ففي الحقل الأول (مواقف كُتّاب الأعمدة الصحفية) تتوضح المواضيع المطروحة التي تم تناولها في الأعمدة الصحفية من قبل الكُتّاب، أما الحقل الثاني فيبين (عدد التكرارات) التي تمّ حصرها بالتصنيف المُدرج أمامها. وفي الحقل الثالث (النسبة المئوية) على أساس العينة وحسب المواضيع المطروحة.

احتل موقف الكُتّاب من العملية السياسية المتعلق بأحداث الموصل المرتبة الأولى وبتكرار متقدم بلغ (179) وبنسبة مئوية بلغت (26%) ضمن الجدول أدناه . أما المرتبة الثانية فكانت من نصيب المواقف المتعلقة بما حدث للجيش العراقي الأسباب والنتائج، وفق تحليل كُتّاب الأعمدة الصحفية وبتكرار (140) وبنسبة بلغت (20%) من إجمالي الموضوعات في محاور التحليل.

فيما جاءت مواقف كُتّاب الأعمدة المتعلقة بالمهاجمين للموصل والمحتلين لها(تنظيم الدولة الإسلامية- داعش) بالمرتبة الثالثة وبتكرار بلغ (88) وبنسبة مئوية بلغت (%12.6) من عموم ما تم تحليلة لكُتّاب الأعمدة . وحصد الوضع الإنساني المرتبة الرابعة وبتكرار بلغ (79) وبنسبة مئوية بلغت (%11.3) والتي تم تناول وضع أهل الموصل تحت حكم داعش وما نجم من أزمات إنسانية .



تدخلات الولايات المتحدة حازت على المرتبة الخامسة وبتكرار بلغ (65) وبنسبة مئوية بلغت (9,3%) ابتداء من احتلال العراق مرورا بعدم الوفاء للحكومة العراقية في الدفاع المشترك. وجاء تداول إسهام المرجعيات الدينية في أحداث الموصل بالمرتبة السادسة وبتكرار (44) وبنسبة مئوية بلغت (6,3%) مناقشين القرارات وافرازاتها على المستوى الوطني.

الملف الكردي لم يكن غائباً عن كُتّاب صحيفة الزمان لتداخل الأهداف وتعقّد المشهد ليحصل على المرتبة السابعة وبتكرار بلغ (35) وبنسبة مئوية بلغت (5%).

أما تناول وسائل الإعلام للأزمة فاحتل المرتبة الثامنة في سلسلة المواقف لكُتّاب الأعمدة وبتكرارات بلغت (35) وبنسبة مئوية (5%). ولم يغفل الكُتّاب التراث الموصلي الذي طاله الدمار ليحصل على تكرار بلغ (22) وبنسبة مئوية (3.1%).

وجاء خيار مواقف الكُتّاب من دول الجوار بالمرتبة الأخيرة وبتكرارات بلغت (10) وبنسبة مئوية قدرها (%1,4). كما مبين في الجدول رقم (1).

جدول رقم (1): يبين التكرارات والنسب المئوية لمواقف كُتّاب الأعمدة الصحفية بعد احتلال الموصل في صحيفة الزمان العراقية .

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الموضوعات	ت
1	%26	179	موقف الكُتّاب من العملية السياسية	1
2	%20	140	موقف الكُتّاب من القوات الامنية	2
3	%12.6	88	موقف الكُتَّاب من (تنظيم الدولة الاسلامية ـداعش)	3
4	%.11.3	79	مواقف الكُتّاب من الوضع الانساني	4
5	%9,3	65	موقف الكُنَّاب من الولايات المتحدة	5
6	%6,3	44	موقف الكُنَّاب من المرجعية الدينية	6
7	%5	35	موقف الكُتّاب من اقليم كردستان	7
7	%5	35	موقف الكُنّاب من وسائل الاعلام	8
8	%3.1	22	موقف الكُنّاب من التراث العراقي	9
9	%1,4	10	موقف الكُتَّاب من دول الجوار	10
	%100	697	المجموع	



أولاً: موقف الكُتّاب من العملية السياسية:

أظهرت نتائج الدراسة أن فئة الموضوعات الخاصة (بالموقف من العملية السياسية) حصلت على المرتبة الأولى بالفئات الرئيسية (لأراء كُتّاب الأعمدة الصحفية) لصحيفة الزمان، إذ حصلت على أعلى مجموع للتكرارات (179) وبنسبة مئوية (26%). وتم تقسيمها على أربع فئات فرعية وكما يلى:

شهدت الفترة المرتبطة بسقوط الموصل الكثير من التحرّكات السياسية منها المرتبطة بالحدث و منها المتعلقة بالعملية السياسية بكاملها، صُنفت في ضوئها الفئات الفرعية لتحتل المرتبة الأولى فئة (الأحداث السياسية المرتبط بأحداث الموصل) وبمعدل (59) تكراراً وبنسبة مئوية بلغت (33%). ويرجع سبب ارتفاع معدل التكرارات لسعة التغطية للحراك السياسي لقضية الموصل لما لها من تأثير على دور العراق السياسي الداخلي والخارجي، وكان رأي الكاتب فائز جواد في عموده المنشور في صحيفة الزمان (اقتصاد وأزمات) الذي قال فيه " أن أزمة الموصل التي احتلتها جماع (إرهابيه مهدت لضعاف النفوس الذين تحدثت عنهم أبطال الأزمات، مهدت لهم اختلاق الأزمات " (جواد، 2014)، وشدّد أحمد جبّار عرب في مقاله (وطني حبيبي) " إن سقوط الموصل بسبب المناورات السياسية " (عزب، 2014) .

أما المرتبة الثانية فكانت من حصة الحكومة المركزية التي تناول كُتَاب الأعمدة الصحفية دورها السياسي في أحداث سقوط الموصل لتحصل على (57) تكراراً وبنسبة مئوية بلغت (%32)، مشككين بموقف رئيس الوزراء. إذ قال سامي الزبيدي في عموده الذي جاء تحت عنوان (إعلان حالة الطوارئ هل يُنهي المشاكل): "ماذا يفعل رئيس الوزراء بحالة الطوارئ بعد أن سلم ثلث مساحة العراق إلى المسلحين، ومعه آلاف الأليات التي تم شراؤها بأموال الشعب العراقي " (الزبيدي، 2014). ونحا الكاتب حسن النواب في عموده الذي جاء تحت عنوان (كلام بالقيراط) باللائمة إلى الوسائل الإعلامية التابعة للحكومة بقولة: " إن فضائيات الحكومة الرسمية اكتفت باللقاءات الباردة التي لاحياة فيها، وفي أستوديوهاتها المكيفة مع محللين لا يفقهون شيئا عن المعارك " (النواب، 2014)

وحصد موقف كُتّاب الأعمدة الصحفية من البرلمان العراقي المرتبة الثالثة وبتكرارات بلغت (43) وبنسبة مئوية قدرها (24%)، أدان الكُتّاب فيه البرلمان خاصة رئيسه بمقال عبد الزهرة الطالقاني الذي جاء تحت عنوان (منجزات رئيس البرلمان) بقوله: " كان رئيس البرلمان يعيق عمل البرلمان ويجنح إلى اللجوء إلى العنف في ضل الخلافات من خلال دعم العناصر المسلّحة " (الطالقاني، 2014) . ودعا الكاتب سامي الزبيدي البرلمان لتوحيد المواقف " إن الوطن بحاجة إلى وقفة جادة من جميع الكتل، وقفة تجمع و توحد المواقف " (الزبيدي، 2014).



جاءت المرتبة الرابعة وهي الفئة الخاصة بالسياسيين الخارجين عن الصف الوطني لتحصل على تكرارات بلغت (20) وبنسبة مئوية تقدر ب(11%) وقد أدان خطاب كُتّاب الأعمدة من شارك في العملية السياسية ، فالكاتب جمال مظفر في عموده الذي جاء تحت عنوان (إلى أين يسير العراق) قال " ما يهم السياسيون العراقيون هو مصالحهم ومصالح أحزابهم واقربائهم " (مظفر، 2014), ولم تخل الخطابات في الأعمدة من الأساليب الناقدة وبشدة مثل ما جاء بمقال الكاتب محمود المفرجي " احتلال داعش للموصل كشف أن هناك شخصيات باعت الأرض والوطن لحثالة خلق الله الذين أفرغوا حقدهم على العراق" (المفرجي، 2014). وهذا يدل على أن أحداث الموصل كانت ذات أولوية لكُتّاب المقال الذين يرون أن الخلافات السياسية هي السبب في احتلال الموصل وأن الحكومة غير جادة في معالجة الأوضاع ، وكان رأي الكُتّاب أن السياسيين لا تهمهم مصالح البلاد بقدر همهم لمصالحهم الشخصية والحزبية . كما موضح في الجدول رقم (2)

جدول رقم (2) يبين موقف كُتّاب الأعمدة الصحفية من العملية السياسية في صحيفة الزمان

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الفئات	ت
1	%33	59	التحركات السياسية المرتبطة بأحداث الموصل	1
2	%32	57	موقف الحكومة العراقية من أحداث الموصل	2
3	%24	43	موقف البرلمان العراقي من أحداث الموصل	3
4	%11	20	السياسيون الخارجون عن الصف الوطني	4
	%100	179	المجموع	

ثانيا: الموقف من القوات الأمنية:

أظهرت نتائج الدراسة أن فئة الموضوعات الخاصة (بالموقف من القوات الأمنية) حصل على المرتبة الثانية بالفئات الرئيسية (لأراء كُتّاب الأعمدة الصحفية) لصحيفة الزمان التي وصل عدد التكرارات فيها إلى (140) وبنسبة مئوية (20%). وتم تقسيمها على أربع فئات فرعية وكما يلي:

أفرد كُتّاب الأعمدة الصحفية مساحات كبيرة من أعمدتهم لأسباب الإنهيار المفاجئ للجيش العراقي مما تسبب في احتلال الموصل، برغم العدد والعدّة التي يمتلكها ذلك الجيش وقد جاءت فئة (الفساد الإداري ونقص الخبرة) في المرتبة الأولى وبتكرار قدره (46) وبنسبة مئوية بلغت (33%). ومثال ذلك ما جاء بمقال ماجد عبد الأمير المعنون (المؤسسة العسكرية



وأبعاد الإنهيار الأمني) والذي أدان فيه الكاتب ما وصل إليه الجيش من حال بقوله: " أعداد هائلة من المنتسبين لكل الرتب لم تصل إلى الحد الأدنى من الكفاءة والقبول المهني وخصوصا للرئت العُليا والمتوسطة التي تمّ اختيارها على أساس الحزبية والمذهبية " (الامير، 2014). وكذلك ما جاء بمقال سامي الزبيدي المُعنون (توزيع القوات الأمنية) الذي انتقد استخدام " القيادات العسكرية غير المهنية وغير الكفوءة والفاسدة إضافة لعدم وجود تشكيلات احتياطية قوية ومدربة لدى قيادات العمليات والفرق" (الزبيدي، 2014). ورأى سامي الزبيدي في مقاله (انتزاع المبادأة) إن كلّ تلك العوامل أسهمت في" بقاء القوات المسلحة في حالة الدفاع بينما بقت المبادأة بيد داعش والمسلحين " (الزبيدي، 2014)

وجاءت المرتبة الثانية لصالح فئة (انهيار الحكومة المحلية وظهور الخلايا النائمة) وبتكرار قدره (34) وبنسبة مئوية بلغت المعنون (24,3%), تمّ التأكيد خلال الأعمدة على العناصر التي اسهمت في انهيار الجيش ومنها مقال محسن التميمي المُعنون (برلمانيون فاسدون) والذي جاء فيه: "مجاميع مسلحة تشترك بالاعتداءات على الجيش" (التميمي، 2014) مع اتهام الشرطة المحلية، والذي جاء بمقال عبد الزهرة الطالقاني (شرطة داعشيون): " الشرطة البالغ عددها (22) الفا والتابعة للمحافظة وحمايتها خلعوا الملابس ليكونوا شرطة تابعين للتنظيم الإجرامي" (الطالقاني، 2014).

واحتل المرتبة الثالثة خيار (الحكومة العراقية وراء انهيار الجيش العراقي) وبتكرار بلغ (31) وبنسبة مئوية قدرها (22%) ومثال ذلك ما جاء بمقال ماجد عبد الأمير المُعنون (المؤسسة العسكرية وأبعاد الانهيار الأمني) أكد فيه الكاتب أن الحكومة أسهمت في إضعاف الجيش بطرق عديدة منها " تكليف الجيش في مهام ليست من اختصاصه على مدار السنة " (جواد م.، 2014)، وزاد في تعقيد المشهد اختيار قادة الجيش كما جاء بمقال عبدالخالق الشاهد المُعنون (ما الذي جرى في الموصل) قال فيه: " إن قيادة الجيش من لدن شخص واحد، ولكون القائد مهما كان فهو ينتمي لوزارة شملها الفساد العام " (الشاهد، 2014). كانت المرتبة الرابعة لصالح تناول فئة عدم قتال الجيش عند دخول داعش الأراضي العراقية لتحصل على تكرار قدره (29) وبنسبة مئوية بلغت (20,7%) تناول فيه الكتاب انهيار الجيش العراقي ومنها مقال سامي الزبيدي المُعنون (بين تكتيك داعش وتكتيك قواتنا) والذي جاء فيه: " إن الإنسحاب من المناطق والمدن المهمة من قبل قواتنا وتسليمها للعدو الذي يسيطر عليها دون عناء وحتى دون قتال، ليس تكتيكياً بل خطأً كبيراً " (الزبيدي2014). وهذا يدل على أن القوات الأمنية ومن ضمنها قوات الجيش العراقي التي تعرضت لنكسات بسبب قلة الخبرة والفساد والخلل في العقيدة العسكرية، خاصة الشرطة المحلية وانضمام الجيش منهم للتنظيم الإرهابي، وكذلك تكليف الجيش بمهام ليست من اختصاصه كل هذه العوامل أدت إلى الإنسحاب من الموصل والذي كان خطأً كبيراً بدل أن يكون انسحاباً تكتيكياً.



جدول رقم (3): يُبين موقف كُتّاب الأعمدة الصحفية من القوات الأمنية في صحيفة الزمان العراقية.

المرتبة	النسبة المئوية	التكرارات	الفئات	Ü
1	%33	46	الفساد الإداري ونقص الخبرة	1
2	%24,3	34	انهيار الحكومة المحلية وظهور الخلايا النائمة	2
3	%22	31	الحكومة المركزية وراء انهيار الجيش العراقي	3
4	%20,7	29	الجيش العراقي لم يقاتل عند دخول داعش	4
	%100	140	المجموع	

ثالثا: الموقف من (تنظيم الدولة الإسلامية ـ داعش)

أظهرت نتائج الدراسة أن فئة الموضوعات الخاصة بالموقف من (تنظيم الدولة الإسلامية ـداعش) حصلت على المرتبة الثالثة بالفئات الرئيسية (لأراء كُتّاب الأعمدة) لصحيفة الزمان إذ حصلت على مجموع للتكرارات بلغ (88) وبنسبة مئوية (12.6%). وتمّ تقسيمها على خمس فئات فرعية وكما يلى:

أولت صحيفة الزمان (تنظيم الدولة الإسلامية-داعش) اهتماماً كبيراً تأصيلا لهم وللأهداف التي يسعون لتحقيقها والجدول رقم (4) يبين سلسلة الاهتمام حسب الترتيب، وقد جاء بالمرتبة الأولى (استهداف المدنيين العُزّل) في المدينة ليحصل على تكرار قدره (41) وبنسبة مئوية بلغت (%36,1) وفي مقاله المُعنون (آثارنا واليونسكو) بقلم الكاتب أحمد جبار عزب بيان لدموية التنظيم " داعش استباح المدن وإقامة مشروع القتل والذبح والتهجير ضد أبناء الموصل " (عزب، 2014), ونقل الكاتب فوزي نعيم بمقاله (المعذبون في الأرض) " إننا أمام مشهد تعذيب وقتل جماعي وذبح وترويع يومي وأعمال سبي وبيع للنساء بالمزاد وارغامهن لاعتناق الإسلام " (نعيم، 2014).

وقد احتلت المرتبة الثانية فئة (تدمير تراث المدينة) من عناصر داعش الذي حصل على تكرار بلغ (20) وبنسبة مئوية (7,6%) سلط الكاتب عبد الزهرة الطلقاني فيها الضوء على التراث العالمي بمقاله (أهداف داعش) بقوله: " التراث في الموصل ليس عراقيا فحسب بل هو جزء من التراث العالمي " (الطالقاني، 2014) وانتقد الكاتب أحمد جبار عزب الصمت الدولي " للمنضمات الدولية التي تُعنى بالتراث العالمي التي اصابتها أعراض السكوت والصمت المريب" (عزب، 2014) ليخسر العراق مصدر آخر من مصادر الدخل حسب رأي جواد علوم بمقاله (نهب وتخريب التراث الوطني) بقوله: " إن التراث المفقود أنفس من احتياطي النفط" (غلوم، 2014).



جاءت المرتبة الثالثة لكشف الأطراف الخارجية التي جلبت وصنعت داعش ليحصل على تكرارات بلغت (11) وبنسبة مئوية (9,7%) وصف فيه الكاتب أحمد جبار عزب " داعش كحيوان مختبري في كواليسهم الخاصة ليحاربوا به ولتحقيق أهدافهم الاستراتيجية ومن أجل مصلحتهم السياسية " (عزب ، 2014), وزاد على ما قال " إن تنظيم الدولة الإسلامية بالعراق والشام (داعش) ضغط للهجوم على الموصل من داخل أحد فنادق اسطنبول تحت رعاية المخابرات التركية " (عزب، 2014).

أما المرتبة الرابعة فكانت من نصيب فئة (داعش اعتمد على ضعف الداخل العراقي) وبتكرار بلغ (9) وبنسبة (%7,9) في حين جاء فئة (تنظيم داعش استولى على أسلحة الجيش) بالمرتبة الأخيرة وبتكرار بلغ (7) وبنسبة مئوية قدر ها (%6,1) كما مبين في الجدول التالي:

ت	الفئات	التكرار	النسبة المئوية	الترتيب
1	استهدف المدنبين العزل	41	%36,1	1
2	تدمير تراث المدينة	20	%17,6	2
3	داعش صنیعة دول کبری	11	%9,7	3
4	داعش اعتمد على ضعف الداخل العراقي	9	%7,9	4
5	تنظيم داعش استولى على أسلحة الجيش	7	%6,1	5
	المجموع	88	%100	

جدول رقم(4): يبين موقف كُتّاب الأعمدة الصحفية من تنظيم الدولة الإسلامية- داعش في صحيفة الزمان.

رابعا: موقف كُتَّاب الأعمدة من الوضع الإنساني:

أظهرت نتائج الدراسة أن فئة (موقف الكُتّاب من الوضع الإنساني) جاءت في المرتبة الرابعة بالفئات الرئيسية (لآراء كُتّاب الأعمدة الصحفية) لصحفية) للمحتفية الزمان إذ حصلت على مجموع للتكرارات بلغ (79) وبنسبة مئوية (11%). وتم تقسيمها على خمس فئات فرعية وكما يلي:

فئة (تداعيات احتلال الموصل على أهاليها) احتلت مرتبة متقدّمة من جملة الأعمدة الصحفية المنشورة، وما صاحبها من آثار على من هم في الداخل تحت رحمة التنظيم المسلّح ليأتي بالمرتبة الأولى بتكرارات بلغت (32) وبنسبة مئوية تقدّر ب(40,5%). ومثال ذلك ما جاء بمقال نبراس جاسم محسن بمقاله (بعشيقة سيدتي) والذي جاء فيه: " أهل بعشيقة الأن مشردون لا يأكلون ولا يشربون من العطش " (محسن، 2014). ومن تداعيات سقوط الموصل والظروف التي يعيشونها أهلها



مقال زيد الحلي (فم مفتوح وفم مغلق) والذي جاء مطالبا فيه " بصرف منحة الطوارئ لكلّ عائلة واستحداث الأليات المناسبة " (الحلي، 2014).

أما الفئة التي احتلت المرتبة الثانية في سلسلة الاهتمامات كانت (الوضع الإنساني للنازحين) ليحصل على تكرارات بلغت (28) وبنسبة مئوية (35,4%). نادى الكاتب زيد الحلي في مقاله " يجب الحفاظ على المواطنين وحياتهم وأمنهم ومعيشتهم وهو واجب وحق من الحقوق الأساسية التي تفرضها الأخلاق الدولية في زمن الحروب " (الحلي، 2014), ولم يكن تهجير أبناء الموصل مرتبطا بمكون بل شمل المكون مع أقليات أخرى، ومثال ذلك ما جاء بمقال لويس رفائيل بمقاله المُعنون مسيحيو العراق (النكبة نكبتان) والذي جاء فيه " المُكون المسيحي مع إقليات أخرى تلقوا ضربة قاتلة، حيث تم تهجير أكثر من مئة ألف شخص تهجيراً قسريا مذلا، وسرق ممتلكاتهم وأموالهم والاستيلاء على بيوتهم" (رافائيل، 2014).

واحتلت المرتبة الثالثة فئة (استنهاض الهمم) لاستعادة الأراضي المحتلة وبتكرارات بلغت (12) وبنسبة مئوية بلغت (5,2%) ربط فيه الكاتب فائز جواد المواطنة بالواجب في مقاله والذي جاء تحت عنوان (هلَّ هلالك يا رمضان) قال فيه : " إن الواجب الحقيقي يفرض ويلزم كلّ مواطن أصيل وشريف أن يجاهر بالحقيقة، لأن قضيتهم أفرزت الفواجع والمهالك " (جواد ف.، 2014). وأضاف مروان ياسين الدليمي بمقاله (الصورة مضلّلة وعليكم توضيحها) والذي جاء فيه " يجب أن يمارس أهل الموصل دور هم الحقيقي في الرصد والكشف والمتابعة " (الدليمي، 2014), والجدول يوضح الاهتمامات الإنسانية وحسب الترتيب التالى :

جدول رقم (5): يُبين موقف كُتّاب الأعمدة الصحفية من الوضع الإنساني في صحيفة الزمان العراقية.

الترتيب	النسبة المئوية	التكرار	الفئات	ت
1	%40,5	32	تداعيات احتلال الموصل على أهاليها	1
2	%35,4	28	الوضع الإنساني للنازحين	2
3	%15,2	12	استنهاض الهمم	3
4	%5,1	4	الاتهامات بعدم الإنتماء	4
5	%3,8	3	الدور السلبي للحكومة	5
	%100	79	المجموع	



خامساً: موقف كُتّاب الأعمدة من الولايات المتحدة الأمريكية:

أظهرت نتائج الدراسة أن فئة الموضوعات الخاصة (بالموقف من الولايات المتحدة الأمريكية) جاء بالمرتبة الخامسة بالفئات الرئيسية (لأراء كُتّاب الأعمدة الصحفية) لصحيفة الزمان إذ حصلت على مجموع للتكرارات (65) وبنسبة مئوية (9,3%) وتم تقسيمها على أربع فئات فرعية وكما يلى:

جاء في مقدمتها بالمرتبة الأولى (تنصل الولايات المتحدة من عهودها بحماية العراق) بتكرار بلغ (29) وبنسبة مئوية بلغت (28,85%). أكد الكتّاب تراجع الدعم الأمريكي للعراق برغم المعاهدات التي تربط البلاد كما جاء بمقال جمال المظفر (الاتفاقية الأمنية) بقوله: " تركت أمريكا العراق يواجه خطر الإرهاب والحرب الأهلية " (المظفر، 2014) وكذلك ما جاء بمقال عبد الزهرة الطلقاني (عين الزمان) " انسحب الأمريكيون لتتوسع حجم تنظيم القاعدة وتزداد العمليات الإرهابية " (الطالقاني، منجزات رئيس البرلمان السابق، 2014).

كانت المرتبة الثانية من حصة (أمريكا رعت مشروع التقسيم والمحاصصة في العراق) حيث حصل على تكرار قدره (15) وبنسبة مئوية بلغت (9,75%) عرج فيه الكُتّاب إلى السياسة العرجاء في العراق التي أرسى أساسها المحتل ومثال ذلك ما جاء بمقال طالب السعدون (العراق والهند، بريمر ونهرو) قال فيه: "إن الشعب يعيش في ظل عملية سياسية أرسى أساسها المحتل الحاكم المدني بول بريمر، تقوم على المحاصصة بعد أن احتلت الولايات المتحدة العراق عام 2003" (السعدون، 2014) وأضاف كذلك عزيز السيد جاسم بمقاله (ثورة الإصلاحات) قال فيه "إن ثورة الإصلاحات أساسها مشروع بايدن لتقسيم العراق" (جاسم، 2014).

أما المرتبة الثالثة فكانت تخص فئة (أمريكا دمرت الجيش العراقي) التي حصلت على تكرار بلغ (13) وبنسبة مئوية (8,45%) عين فيها الكُتّاب أسباب الفشل المرتبطة بالبناء الذي أسهم فيه المحتل لإيجاد جيش ضعيف مثال ذلك مقال عماد علو (الحشود العسكرية ..) " فشلت الولايات المتحدة في بناء وإعداد قوات مسلحة قادرة على مواجهة التحديات الأمنية التي شكلتها التنظيمات الإرهابية داخل العراق " (علو، 2014) وزاد الكاتب سامي الزبيدي بمقاله (جيش بلا قيادات) جاء فيه: "هو تشكيل جيش العراق الجديد الذي لم يتم بناءه وتشكيله وفق أسس علمية وعسكرية ومهنية وصحفية " (الزبيدي2014).



جدول رقم (6): يبين موقف كُتّاب الأعمدة الصحفية من الولايات المتحدة الأمريكية في صحيفة الزمان.

ت الذ	الفئات	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
1 الر	الولايات المتحدة الأمريكية تنصّلت من عهودها في حماية العراق	29	%28,85	1
2 أم	أمريكا رعت مشروع التقسيم والمحاصصة في العراق	15	%9,75	2
3 أم	أمريكا دمرت الجيش العراقي	13	%8,45	3
4 الو	الولايات المتحدة دمرت سياستها البلاد	8	%5,2	4
71	المجموع	65	%100	

سادساً: موقف كُتّاب الأعمدة الصحفية من المرجعية الدينية:

أظهرت نتائج الدراسة أن موقف كتّاب الأعمدة من قرارات (المرجعية الدينية) حصلت على المرتبة السادسة بالفئات الرئيسية (لأراء كُتّاب الأعمدة الصحفية) لصحيفة الزمان بتكرارات بلغت (44) وبنسبة مئوية (6.3%). وتم تقسيمها على خمس فئات فرعية وكما يلي:

احتل المرتبة الأولى (دعوى المرجعية الدينية لتشكيل حكومة وحدة وطنية) بتكرار بلغ (15) وبنسبة منوية قدرها (34,1%) ومن أبرز ما قال الكتّاب في وجوب الالتزام بدعوى المرجعية وتشكيل حكومة وحدة وطنية مقال فانز جواد تحت عنوان (افتعال الأزمات) جاء فيه: " إن اللعب على حبل الطائفية المقيتة يقود العراق إلى المجهول " (جواد ف، افتعال الازمات، (2014) وطالبت المرجعية كما جاء بمقال جواد العطار بمقاله (ماذا نريد من حلبة البرلمان) السعي كما قال: " باختيار رئيس وزراء يحظى بمقبولية وطنية" (العطار، 2014) . أما المرتبة الثانية فكانت من نصيب تناول (دعوى المرجعية الجهاد) الذي حصل على (10) تكرارات و بنسبه مئوية ((22,7%) حيث أصبح الصدى واسع في طبقات المجتمع المختلفة كما جاء بمقال على فاهم (الخطر المحتمل) " هبت الجماهير النطوع تحدوها الرغبة في مقارعة الإرهاب وحده وفاء للشرعية " (فاهم، 2014) وفي توضيح لأثر الفتوى التي كانت " تسونامي المسائدة للقوات الأمنية" (قاهم، 2014) والمرتبة الثالثة كما مبين في الجدول أدناه كانت من نصيب (ردود الأفعال لدعوى المرجعية) الذي حصلت على (8) تكرار وبنسبة منوية ((18,28) وردت الفعل الجماهيرية تمثلت في مقال حسنيين محمد (الجهاد من أجل الموصل) التي وصف فيها الفتوى " بالحكمة البالغة ردت الفعل الجماهيرية تمثلت في مقال حسنيين محمد (الجهاد من أجل الموصل) التي وصف فيها الفتوى " بالحكمة البالغة لأن فيه رجل اسمه السيستاني " (محمد ح.، 2014).



وحازت المرتبة الرابعة فئة (عسكرة المجتمع) بتكرار عدد (7) وبنسبة مئوية بلغت (15,9) أما المرتبة الخامسة والأخيرة فكانت من نصيب فئة (تهديد داعش للمراقد الدينية) بتكرار بلغ (4) وبنسبة مئوية بلغت (9,1%).

ن مواقف كُتّاب الأعمدة الصحفية من المرجعية الدينية في جريدة الزمان العراقية.	ر7): يا	جدول رقم (
--	---------	------------

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الفئات	Ü
1	%34,1	15	دعوى المرجعية لتشكيل حكومة وحدة وطنية	1
2	%22,7	10	دعوى المرجعية للجهاد	2
3	%18,2	8	ردود الأفعال لدعوى المرجعية	3
4	%15,9	7	عسكرة المجتمع	4
5	%9,1	4	تهديد داعش للمراقد الدينية	5
	%100	44	المجموع	

سابعاً: موقف كُتّاب الأعمدة الصحفية من إقليم كردستان:

أظهرت نتائج الدراسة أن (الموقف من إقليم كردستان) حصل على المرتبة السابعة بالفئات الرئيسية (لأراء كتّاب الأعمدة الصحفية) لصحفية) لصحيفة الزمان إذ بلغت مجموع التكرارات (35) وبنسبة مئوية (5%). وتمّ تقسمها على ثلاث فئات فرعية وكما يلي:

التحركات الكردية شغلت مساحات واسعة من الصحافة العراقية خصوصا مع سقوط الموصل، والتوسع في المناطق المتنازع على المناطق النفطية، ليزداد اهتمام الكُتّاب في تبويب مفهوم التحركات السياسية والعسكرية في ظل التواجد للمسلحين في الموصل ومناطق أخرى.

وقد احتلت المرتبة الأولى من الفئات التي تم تبويبها (الدعوى إلى الاستقلال) للإقليم عن العراق بتكرار بلغ (16) وبنسبة مئوية (45,6%) ومما جاء بمقال طارق الجبوري المُعنون (المتغير والثابت) " إن دعوات الاستقلال عن العراق صارت تطلق بشكل واضح منذ إحداث الموصل " (الجبوري، 2014) وعزز الكاتب عامر عبدالكريم خيون بمقاله (الشرق الأوسط الجديد) تلك الفكرة بالإشارة إلى مشروع " التقسيم قد حان تنفيذه بأيدي عراقية كردية أو عربية " (خيون، 2014)

أما المرتبة الثانية فكانت من نصيب الفئة التي حملت عنوان (الأكراد احتلوا المناطق المتنازع عليها) الذي حصل على تكرار قدره (12) وبنسبة مئوية (34,3%) أكد فيها الكاتب سامى الزبيدي على احتلال المناطق المتنازع عليها "القوات الكردية



استغلت الأحداث والظروف وفرضوا سيطرتهم على المناطق المتنازع عليها " (الزبيدي2014) وتحت سقف المطالب الكردية باستعادة (كركوك) كما جاء بمقال عامر عبدالكريم خيون " الأكراد استولوا على المناطق المُسمّاة (المتنازع عليها) ليتمّ إكمال الاستيلاء على الأراضي التي رسمتها الخارطة الجغرافية للإقليم " (خيون، 2014)

جاءت المرتبة الثالثة من نصيب فئة (مساعدة داعش في احتلال الموصل) الذي حصل على تكرار قدره (7) وبنسبة مئوية (20%) إنّهم فيها الكتّاب الأكراد بمساعدة داعش في احتلال الموصل .

وساند الكاتب سامي الزبيدي فكرة " وجود تعاون وتنسيق بين الكرد وداعش " (الزبيدي، عراق ما بعد احداث الموصل، 2014) والشك الذي يؤكد ذلك كما ذكر في مقاله " سيطرة الأكراد على مناطق أخرى دون حدوث أي مواجهات بين الكرد وداعش الأمر الذي يثير الشك والربية بوجود تواطؤ في هذه العملية " (الزبيدي ، 2014), وامتد ذلك إلى الرئاسة الكردية في المشاركة كما جاء بمقال ابراهيم زيدان (لم تسقط الموصل وإنما خانوها) الذي ساند " مشاركة برزانية في المؤامرة " (زيدان، 2014). والجدول التالي يبين التوزيع الرتبي لاهتمامات الكتاب في الشأن الكردي .

ت	الفئات	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
1	الدعوى إلى الاستقلال	16	%45,7	1
2	الأكراد احتلوا المناطق المتنازع عليها	12	%34,3	2
3	مساعدة داعش في احتلال الموصل	7	%20	3
	المجموع	35	%100	

جدول رقم (8): يبين موقف كتّاب الأعمدة من إقليم كردستان في صحيفة الزمان العراقية.

ثامناً: موقف كتّاب الأعمدة الصحفية من وسائل الإعلام:

أظهرت نتائج الدراسة أن فئة الموضوعات الخاصة (بالموقف من الموضوعات الخاصة بالإعلام) حصلت على المرتبة الثامنة بالفئات الرئيسية (لآراء كتّاب الأعمدة الصحفية) لصحيفة الزمان إذ نالت مجموعاً للتكرارات بلغ (35) وبنسبة مئوية (5%). وتم تقسيمها على ثلاث فئات فرعية وكما يلي:

احتل الاهتمام بتناول ما موجود في الساحة الإعلامية أهمية كبيرة بين الثناء والإدانة لكُتّاب الإعلام العراقي لما له من أهمية في قيادة المعركة ضد داعش، جاءت فيها الإدانة لفئة (الخطاب العراقي دون المستوى في التعامل مع الشائعات) مرتبة متقدمة ليحصل على تكرار قدره (17) وبنسبة مئوية بلغت (%50) أكد فيه عبد الهادي البابي في مقاله المُعنون (الإعلام العراقي



والإشاعة) على " الحذر الشديد لتشخيص الأبواق والمنابر التي تقوم بنشر الشائعات ومنعها من النشاط داخل الأراضي العراقية " (البابي، 2014) وهذا خلق " تلك الأزمات التي انعشت الطابور الخامس الذي يهدف لتبنّي الدعايات المفروضة وبثّها وايصالها إلى أبسط المواطنين " (جواد ف.، افتعال الازمات، 2014).

وكانت المرتبة الثانية من نصيب (الثبات على الصف الوطني للإعلامين) بتكرار قدره (9) وبنسبة مئوية بلغت (26,5%) جرى فيها التأكيد على وجوب الالتزام بمعايير الإعلام الصادق وعدم التخندق كما جاء بمقال مروان ياسين المُعنون (الإعلام) " أصبح كثير من الكُتاب الذين اتسموا بالحكمة والاعتدال لا يترددون باقتراف الإساءات ضد الكتّاب الأخرين " (الدليمي، 2014) وأضاف " من الإعلاميين تخلوا فجأة عن صورتهم الموضوعية والرصينة التي عرفناهم بها " (الدليمي، 2014). أما المرتبة الثالثة فكانت من نصيب فئة (الافتقاد للخطاب الوطني المُوحد) بتكرار بلغ (8) وبنسبة مئوية بلغت (23,5%) دعا فيها الكاتب الدليمي في مقاله (الصورة مظللة عليكم) إلى " أن يمارس الصحفيون دور هم الحقيقي في الرصد والمتابعة والكشف " (الدليمي، 2014), والتجاوز عن " الأخطاء والإساءات على قدم وساق من قبل الأجهزة الأمنية " (الدليمي 2014).

جدول رقم (9): يبين موقف كتّاب الأعمدة الصحفية من وسائل الإعلام في صحيفة الزمان العراقية.

الترتيب	النسبة المئوية	التكرار	الفئات	ت
1	%50	17	الخطاب العراقي دون المستوى في التعامل مع الشائعات	1
2	%26,5	9	التنبيه إلى ثبات الإعلامين على الصف الوطني	2
3	%23,5	8	الافتقاد للخطاب الوطني الموحد	3
	%100	34	المجموع	

تاسعاً: موقف كتاب الأعمدة الصحفية من التراث العراقي:

أظهرت نتائج الدراسة أن فئة الموضوعات الخاصة (بمواقف الكتّاب من التراث العراقي) حصلت على المرتبة التاسعة بالفئات الرئيسية (لأراء كتّاب الأعمدة الصحفية) لصحيفة الزمان، إذ بلغت التكرارات (22) وبنسبة مئوية (3.1%). وتمّ تقسيمها على ثلاث فئات فرعية وكما يلي: التراث العراقي خصّص له الكتّاب مساحات في الأعمدة الصحفية لتحتل فئة (التراث العراقي تراث دولي) المرتبة الأولى وبتكرار بلغ (13) وبنسبة مئوية بلغت (56,52%) أكد فيها الكاتب عبد الزهرة الطالقاني على "



إن التاريخ العراقي يمثل شاهدا استثنائيا وقيمة فريدة للبشرية من بداية الحضارة والتعايش بين مختلف الأعراق والطوائف " (الطالقاني ، 2014).

المرتبة الثانية اجتمعت للتأكيد على فئة (داعش أرادت طمس تاريخ العراق) والذي حاز على تكرار قدره (7) وبنسبة مئوية بلغت (30,5%) ومن جملة ما نشر" داعش يشن حملة على الآثار والرموز التاريخية المقدسة " (عزب،2014).

أما المرتبة الثالثة فكانت من نصيب فئة (الأثار مورد اقتصادي) الذي حصل على تكرار عدد (3) وبنسبة مئوية (13,03%) شدّد فيها الكاتب حسن النواب في مقاله على أنه " كان بالإمكان استثمار الأثار سياحيا لتدر الكثير من الأموال " (النواب، 2014) وأدان جواد غلوم في مقاله (الصمت الدولي) قائلا: " إن المنظمات الدولية التي تُعنى بالتراث العالمي أصابتها عدوى السكوت والصمت المريب " (غلوم، 2014). وكما مُبين في الجدول التالي:

ت	الفئات	التكرار	النسبة المئوية	الترتيب
1	التراث العراقي تراث دولي	13	%56,52	1
2	داعش أراد طمس تاريخ العراق	7	%30,5	2
	•		·	
3	الأثار مورد اقتصادي	3	%13,03	3
	المجموع	23	%100	

جدول رقم (10): يبين موقف كتّاب الأعمدة الصحفية من التراث العراقي في صحيفة الزمان العراقية.

عاشراً: موقف كتاب الأعمدة الصحفية من دول الجوار:

أظهرت نتائج الدراسة أن فئة الموضوعات الخاصة (بموقف الكتّاب من دول الجوار) حصلت على المرتبة العاشرة بالفئات الرئيسية (لأراء كتّاب الأعمدة الصحفية) لصحيفة الزمان إذ بلغت التكرارات (10) وبنسبة مئوية (1.4%). وتم تقسيمها على فئتين فرعية وكما يلي:

دخول داعش للعراق وسقوط أكبر المحافظات، أحدث أثراً كبيرا على البلاد والبلدان المجاورة مما حرك سياسيهم لاتخاذ مواقف بالضد لبلاد الرافدين لتحقيق مكاسب لبلدانهم وقد حصلت فئة (دول الجوار مع داعش) على تكرارات بلغت (5) وبنسبة مئوية (50%) ومن أبرز ما قاله الكاتب نوح سمعان في مقاله (من داعش وأخواتها) جاء فيه: " بقاء القنصلية التركية في الموصل خلافا للمألوف لأغراض التنسيق بحجة الاختطاف" (سمعان، 2014) أما المرتبة الثانية فكانت من نصيب فئة (دول الجوار لا علاقة لها) ليحصل على تكرار قدره (5) وبنسبة مئوية (50%) من مجموع الفئات. وساند هذا الرأي جواد غلوم في



مقاله المُعنون (لماذا لا تكون داعش صناعة أمريكية) بقوله "لا دول الخليج ولا دول الجوار تستطيع حبك مثل هذه اللعبة الملفتة للأنظار والمدهشة " (غلوم، 2014), وكما موضح في الجدول أدناه.

جدول رقم (11): يبين موقف كتّاب الأعمدة الصحفية من دول الجوار في صحيفة الزمان العراقية.

الترتيب	النسبة المئوية	التكرار		ت
1	%50	5	دول الجوار مع داعش	1
2	%50	5	دول الجوار لا علاقة لها	2
	%100	10	المجموع	

النتائج

توصلت الدراسة إلى سلسلة من النتائج في ضوء الأعمدة الصحفية المنشورة في صحيفة الزمان وكما يلي:

- 1- استحوذت القضايا السياسية على اهتمام كتّاب الأعمدة الصحفية في صحيفة الزمان مقارنة بغيرها من القضايا الأخرى.
 - 2- حاز الاهتمام بموقف المرجعية الدينية اجماعا كليا.
 - 3- تناول الكتاب أسباب انهيار الجيش العراقي في الموصل.
 - 4- وضح الكتاب من خلال أعمدتهم الصحفية الدور السلبي للولايات المتحدة الأمريكية.
 - 5- تناول الكتاب الدور الكردي بنقد كبير جراء التفرد بالقرارات في وضع يحتل فيه أجزاء من البلد.
 - 6- تناول الكتاب الدور السلبي لوسائل الأعلام الذي لم يكن بمستوى الطموح.
 - 7- تابع الكتاب الوضع الإنساني الذي خلقه احتلال داعش لأجزاء من البلاد.
- 8- يغلب على الأعمدة الطروحات الهادفة لتصحيح المسار من أجل الوحدة، لتلافي الأخطاء من أجل الخروج بوطن موحد.
 - 9- غلبت على كثير من الكتّاب استخدام مفردات قاسية بحق السياسيين في مركز القرار.
 - 10-أغفل الكتّاب أثر الحقبة الطويلة للضغط الحاصل على المجتمع الموصلي جراء الاحتلال.



المراجع الاجنبية

Denovo, J. A. (1963). *American Interests and Policies in The Middle East 1900-1939*,. the United States of America.

المراجع العربية

أ.د سعد سلمان المشهداني. (2017). مناهج البحث الاعلامي، ط1. دولة الامارات العربية المتحدة – الجمهورية اللبنانية: مناهج البحث الاعلامي، ط1.

ابتهال جاسم رشيد. (2017). الفنون الصحفية والمجتمع المدنى. عمان: دار غيداء للنشر والتوزيع.

ابراهيم زيدان. (2014). لم تسقط الموصل وانما خانوها. جريدة الزمان.

احمد جبار عزب. (2014). ثارنا واليونسكو. جريدة الزمان.

احمد جبار عزب. (2014). وطني حبيبي. جريبة الزمان (العدد (2951)).

احمد رفيق البرقاوي. (1980). العلاقات السياسية بين العرق وبريطانيا 1922-1932، بغداد: دار الطليعة.

التميمي ,م .(2014, 6 19). برلمانيون فاسدون جريدة الزمان)العدد .(4848)

الحمامصي ج .ا .(1972) الصحيفة المثالية القاهره :دار المعارف.

الزبيدي, س. (2014, 6 17). اعلان الطواري هل ينهي المشاكل جريبة الزمان)العدد (4836

الصائغ ,س .(1924) تاريخ الموصل القاهره المطبعة السلفية.

الصوفي, أ. (1953). خطط الموصل مطبعة الاتحاد الجديدة،.

الهيتي, ه.ن. (1987). صحافة الأطفال في العراق ، نشأتها وتطورها مع تحليل محتواها وتقييمها ، ط. 2بغداد :وزارة الثقافة والإعلام.

جاسم محمد حسن العدول. (1992). الموصل في العهد الحميدي ، موسوعة الموصل الحضارية. الموصل.

جمال المظفر. (2014). الاتفاقية الامنية.

جمال مظفر. (18 6, 2014). إلى اين يسير العراق. جريدة الزمان (العدد (4837),).

جواد العطار. (2014). ماذا نريد من حلبة البرلمان.

جواد غلوم. (28 6, 2014). نهب وتخريب التراث الوطني. جريدة الزمان.

جواد ,م .(2014, 5 28). المؤسسة العسكرية وابعاد الانهيار الامني جريدة الزمان) العدد .((4889)

حسن النواب. (2014). كلام بالقيراط. جريبة الزمان (العدد 2946).

حسنيين محمد. (2014). الجهاد من اجل الموصل لان فيها انفسنا. جريدة الزمان (العدد (4837).

د نز هت محمود نفل، د محمد عبود مهدي. (2011). التغطية الصحفية لقضايا حقوق الانسان في العراق. بحث منشور في مجلة الباحث الاعلامي العدد 14 تصدر من كلية الاعلام جامعة بغداد، ص 28.

د. ربحي مصطفى، و د. عثمان محمد. (2000). مناهج وأساليب البحث العلمي. الاردن: دار صفاء للنشر والتوزيع.

د. سامي طابع. (2001). بحوث الإعلام. القاهره: دار النهضة العربية.

د. محمود علم الدين ليلي عبدالمجيد. (2004). فن التحرير الصحفي للجرائد والمجلات. القاهره: السحاب للنشر والتوزيع.

زيد الحلى. (2014). فم مفتوح وفم مغلق. جريدة الزمان (العدد (4851)).

سامي الزبيدي. (26 6, 2014). بين تكتيك داعش وتكتيك قواتنا. جريدة الزمان.



```
سامي الزبيدي. (2014). عراق ما بعد احداث الموصل.
```

صالح محمد حاتم. (1985). صحيفة الاستقلال في سنوات الانتداب البريطاني 1920-1932، رسالة ماجستير مقدمة الى كلية الاداب. بغداد: جامعة بغداد.

طارق الجبوري. (2014). المتغير والثابت. جريدة الزمان.

طالب السعدون. (2014). العراق والهند برايمر ونهرو. جريدة الزمان (العدد (4854),).

عامر عبد الكريم خيون. (2014). الشرق الاوسط القديم. جريدة الزمان.

عبد الخالق الشاهد. (12 6, 2014). ما الذي جرى في الموصل. جريبة الزمان (العدد (4832)).

عبد الزهرة الطالقاني. (13 8, 2014). اهداف داعش. جريدة الزمان (العدد 4879).

عبد الزهرة الطالقاني. (8 9, 2014). منجزات رئيس البرلمان السابق. جريدة الزمان (العدد (4875)).

عبد الهادي البابي. (2014). العلام العراقي والاشاعة . جريدة الزمان.

علاء موسى كاظم نورس. (1993). "السياسة البريطانية في العراق"، مجلة آفاق عربية. بغداد.

علي عزيز السيد جاسم. (2014). ثورة الاصلاحات الجذرية . جريدة الزمان.

على فاهم. (2014). الخطر المحتمل. جريدة الزمان (العدد(8438).

عماد علو. (2014). تداعيات الحشود العسكرية على الحدود. جريدة الزمان (العدد (4868).

غانم محمد الحفو. (بلا تاريخ). تطور الحركة الوطنية في الموصل (1958-1941) موسوعة الموصل الحضارية, المجلد الخامس. الموصل: دار الكتب للطباعة والنشر.

فائز جواد. (2014). اقتصاد الازمات. جريدة الزمان.

فائز جواد. (2014). افتعال الازمات. جريدة الزمان (العدد (4838),).

فوزي نعيم. (23 8, 2014). المعنبون في الارض. جريدة الزمان (العدد (4887)).

لويس رافائيل. (2014). مسيحيو العراق _النكبة نكبتان. جريدة الزمان (العدد (4993)).

ماجد جواد الامير. (25, 2014). المؤسسة العسكرية وابعاد الانهيار الامني. جريدة الزمان (العدد (4889)).

مبارك ,م ا. (1992) البحث العلمي اسسه وطريقة كتابته القاهره :المكتبة الاكاديمية.

محمود المفرجي. (28 6, 2014). نصيحة إلى المالكي. جريدة الزمان.

مروان ياسين الدليمي. (2014). الصورة مضللة عليكم توضيحها. جريدة الزمان (العدد (4838)).

مروان ياسين الدليمي. (2014). الصورة مضللة وعليكم توضيحها. جريدة الزمان (العدد (4838),).

نبراس جاسم محسن. (8 26, 2014). بعشيقة سيدتي الجميلة. جريدة الزمان (العدد (4890)).

نوح سمعان. (2014). من داعش واخواتها. جريدة الزمان.



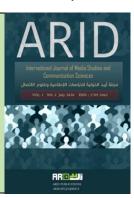


ARID Journals

ARID International Journal of Media Studies and Communication Sciences (AIJMSCS)

ISSN: 2709-2062

Journal home page: arid.my/j/AIJMSCS



مَجِلةً أُريد الدَّوليةُ للدراسات الإعلامية وعلوم الاتصال

العدد 2 ، المجلد 1 ، ذو القعدة 2019 م

Methods of Academic Communication between University Students and their Relationship with certain Personal and Academic Variables (Field Study)

Institute of Human and Social Sciences - University Center Ahmed Zabana Relizane - Algeria

أساليب الاتصال والتواصل الأكاديمي لدى طلاب الجامعة وعلاقتها ببعض المتغيرات الشخصية والأكاديمية (دراسة ميدانية)

قطاف محمد بغدادباي عبد القادر

baghdadbey75@hotmail.fr m.gattaf@lagh—univ.dz

arid.my/0005-4815

معهد العلوم الاجتماعية والإنسانية -المركز الجامعي أحمد زبانة غليزان / الجزائر

https://doi.org/10.36772/arid.aijmscs.2020.122



ARTICLE INFO

Article history:

Received 02/15/2020

Received in revised form 03/13/2020

Accepted 03/30/2020 Available online 15/07/2020

https://doi.org/10.36772/arid.aijmscs.2020.122

الملخص

هدفت الدراسة للتعرف على أثر المتغيرات الشخصية والأكاديمية (الجنس،السن،المستوى، الدراسة الأكاديمية، التخصص الأكاديمي) على مستوى أساليب الاتصال والتواصل التعليمي عند طلاب الجامعة. وبلغ عدد أفراد العينة 601 طالباً من طلبة المدرسة العليا للأساتذة، وكذا طلبة معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية بجامعة الأغواط بالجزائر. اعتمدنا على المنهج الوصفي في الدراسة الميدانية، وتم بناء استمارة تقيس أساليب الاتصال والتواصل الأكاديمي في الوسط الجامعي مكونة من 27 عبارة وتم إخضاعها للشروط العلمية الصدق والثبات. وخلصت الدراسة لمجموعة من النتائج من أبرزها أنه لا تؤثر متغيرات (مسار الدراسة الأكاديمية، الجنس والمستوى الدراسة الأكاديمية) على مستوى أساليب الإتصال والتواصل الأكاديمي عند طلاب الجامعة. ويؤثر متغير السن والتخصص الأكاديمي على مستوى أساليب الاتصال والتواصل الأكاديمي عند طلاب الجامعة.

الكلمات المفتاحية: أساليب الاتصال الأكاديمي, المتغيرات الشخصية, المتغيرات الأكاديمية, الوسط الجامعي, الأثر

Abstract

The study aimed to identify the impact of personal and academic variables (gender, age, level, academic

studies, academic specialization) on the level of communication and educational communication among

university students. The number of respondents was 601 students in Algeria. We adopted the descriptive

approach in the field study and constructed a form that measures communication methods and academic

communication in the university community in 27 sentences, she was subjected to honesty and

consistency. The study resulted in a set of results, namely that the variables (academic background,

gender, and level of academic study) do not affect the level of communication methods and academic

communication among university students. Variable age and academic specialization affect the level of

communication and academic communication among university students.

Keywords: Methods of academic communication . Personal variables, Academic variable,

University center, Impact

المقدمة:

يُعدُّ الاتصال وسيلة يستخدمها الإنسان لتنظيم واستقرار حياته ونقل أشكالها ومعناها من جيل إلى جيل عن طريق التعبير الكتابات الكتب المخطوطات، ولا يمكن لجماعة أو منظمة أن تنشأ أو تستمر دون اتصال يجري بين أعضائها، ومن الأسس العلمية المسلم بها أن تقبل أي فكرة جديدة لا يحدث فجأة ولا يتحقق على دفعة واحدة، وإنما يستغرق ذلك من الفرد المستقبل وقتا ويتم على خطوات أو مراحل متعددة على حسب نوع الاتصال والمعاني التي تحملها الرسالة، وقد يطول أو يقصر الوقت الذي يقضه الشخص في كل مرحلة طبقا لظروفه الخاصة. على العموم كلما كانت البيئة التواصلية تنظمها قوانين وتحكمها تشريعات كان عملية الاتصال والتواصل نفعية وذات معنى، ومن البيئات المنظمة التي تعتمد على الاتصال بمختلف أنواعه وأساليبه الوسط التعليمي بمختلف مراحله وأطواره حيث لا تنقل المعرفة إلا بالاتصال والتواصل بين عناصر التعليمية داخل الفصول الدراسية .

تعيش المجتمعات التعليمية تحديات ورهانات كبرى من أجل البقاء والتطور، وقد احتلت جودة التدريس وجودة الخدمة التعليمية مكانة الصدارة في تفكير الخبراء والباحثين في ميدان التربية والتعليم لتطوير التعليم من حيث الطرائق التعليمية والمنهجيات البيداغوجية والأساليب الديداكتيكية في أطواره المختلفة، إن جودة التعليم ليست هبة تمنح ولا أعمال تعطى، وإنما إنجازات تحمل في طياتها العمل والاجتهاد المتواصل تصنعها الشعوب وتدعمها الدول، وتضحي من أجلها بالوقت والجهد والمال والمثابرة، وجودة التعليم تبدأ من المدرسة والجامعة ومن الفصول الدراسية وتتحقق بوجود سياسات واضحة ومحددة للجودة الشاملة، وكفاءة التنظيم الإداري للمؤسسات التعليمية، وتفعيل نظام المتابعة والتقويم لتفادي الوقوع في الأخطاء، وتوفير نظم تدريب عالية المستوى للهيئة التعليمية والإدارية، ويعتبر الاتصال التعليمي أهم مكون لضمان استمرارية التعليم وتحقيق جودة الخدمة التعليمية.

المبحث الأول: الإطار المنهجي للدراسة

1. اشكالية الدراسة:

تنتج عملية التعلم والتعليم من خلال اتصال الأساتذة والمعلمين مع الطلاب داخل الفصول الدراسية، وذلك بتحديد نمط ونوعية هذا التفاعل وفقا للمواقف التعليمية التعلمية وطبيعة المدخلات المقدمة ونوع المخرجات والأداء المطلوب وفقا لأنماط التواصل بين أطراف العملية التعليمية ودور المتعلمين استقبال الرسائل التواصلية ومناقشتها لفهم شفراتها ومضامينها



وزيادة الرصيد المعرفي لديهم، فهو واسطة التعليم والتعلم، وسبيل تطور روح الفريق التعليمي داخل الفصل الدراسي، وبخاصة في مجال التدريس في التعليم العالي وقد أكد تقرير اليونسكو (2005) على ضرورة العناية بتحسين نوعية التعليم ولاسيما مع تزايد الضغوط على الحكومات من قبل الطلاب وأولياء الأمور. وسوف يتم العمل لتحسين عمل المؤسسات وبرامجها التعليمية، ولا يقتصر هذا الاهتمام بجودة التعليم على الدول النامية فقط، بل يتعداه للدول المتقدمة (موقع اليونسكو).

ولقد أكدت نتائج الكثير من الدراسات في ميدان التعليم العالي على ضرورة إتفان الأساتذة لمهارات الاتصال والتواصل التعليمي، وأن السلوك التدريسي للأستاذ والمعلم يوثر في الأنماط السلوكية للطلاب بصفة عامة الأمر الذي يتطلب الاهتمام بعملية تحليل أنماط التفاعل اللفظي والغير لفظي، ورصد سلوك الأستاذ في أثناء تدريسه والتعرف إلى كمة ونوعه، فدراسة عمليات الإتصال داخل الفصول الدراسية بمؤسسات التعليم العالي تعدُّ موضع اهتمام العديد من الباحثين المختصين في ميدان التربية والتعليم، لما لها من أهمية بالغة في الحياة التعليمية الجامعية، فالأساتذة والطلاب في الجامعة تقاس قيمتهم التعليمية من خلال فعالية ونجاعة أساليب الاتصال والتواصل الأكاديمي بينهم، في ضوء تحديات ومتطلبات عصر التطور والعولمة، كما خلصت نتائج دراسة Taya Louise Owens إلى أن التعليم العالي يلعب دورا هاما في مواجهة تحديات التنمية المستدامة، وذلك من خلال تقديم هذا القطاع الكثير من التدريب والمهارات الاتصالية، حيث له القدرة على تعليم المتعلمين الممتازين، وإنتاج الأبحاث الأساسية، وربط الخدمات بالمجتمعات!، وأكد Elken, M., &Stensaker أن منظور العمل التعليمية المترابطة المختلفة التي ينطوي عليها تقديم الخدمات التعليمية للجامعات والكلبات ، من خلال إبراز أهمية الممارسات التعليمية المترابطة. حيث يعد التعليم أحد أكثر الأنشطة تعقيدا في التعليم العالي، ويشمل مجموعة من الجهات الفاعلة والروتينية التي تؤثر على التدريس والتعلم بطرق مرئية وغير مرئية.

وبالنظر لما أصبح يشكله الإنتشار المعرفي والتوسع الثقافي والتطور العلمي المتلاحق من التحديات التربوية والتعليمية في عصرنا الحالي، لم تعد الممارسات التواصلية التقليدية في عمليات التدريس من أساليب وطرائق ووسائل التعليم والتعلم قادرة على مسايرة واقع التعليم العالي في الدول المتطورة بمتطلباته وأشكاله المختلفة، كما تحتاج الجامعات إلى إعادة التفكير في التفوق في وسائل التدريس لتمكين الموظفين من التعبير عن التميز الفردي في سياق التدريس المطلوب في الجامعة³. وفي ضوء هذه المتطلبات كان لزاما علينا تجويد الممارسات الاتصالية في حجرات الدراسة بأبعادها، سواء أكان هذا التواصل لفظي أو غير لفظي أو كتابي، والتي يتدرب عليها الأساتذة إلى درجة الإتقان والتمكن، وذلك من خلال مواقف تعليمية تعلمية متعددة. وقد أوصى عبد الله قلي في هذا المجال على ضرورة تدريب المتعلمين، حضور البديهية والاستجابة السريعة الفورية، أدب النقاش واحترام الأخرين، وتنمية سرعة التفكير وترتيب الأفكار وتنسيقها4.



ومن خلال الإتصال الأكاديمي السائد داخل مؤسسات التعليم العالي، ينبين لنا أن الخاصية الأساسية التي تميز الاتصال والتواصل الأكاديمي عن غيره من أشكال نقل المعلومات في الدراسات الأكاديمية من نقطة إلى أخرى، هي التبادل المشترك للمعاني والأفكار والخبرات والمعلومات في اتجاهين بين المرسل (الأستاذ الجامعي) والمستقبل (الطالب الجامعي) أو ما يعرف بـ (نظام المدخلات والمخرجات)، وعليه فإن تحقيق هذا الإرسال للمعاني بين المرسل والمستقبل يتطلب استعمال نظام معين من الإشارات (رموز، إيماءات، أصوات) مفهومة من كلا الطرفين، حتى يعي كل طرف ما تحمله إشارات الطرف الأخر من معاني لتحقيق الاستجابة، وبالتالي ضمان التبادل المشترك للأفكار وإحداث التغيير المرغوب في سلوكيات الطالب الجامعي، وإدراكا منّا لأهمية هذا الموضوع ورغبة منا في وضعه موضع الدراسة والبحث، اتجهنا إلى تناول واقع أساليب الاتصال والتواصل داخل قطاعات التعليم العالي لتحليل ما يكتنفه الاتصال الأكاديمي وما تمثله جودته بالنسبة للجامعات الجرائرية، وعليه وبناءً على ما سبق، يمكن صياغة مجموعة من التساؤلات البحثية حول الاتصال والتواصل الأكاديمي والتي

- 1) هل تؤثر المتغيرات الشخصية والأكاديمية (مسار الدراسة الأكاديمية، الجنس، السن، المستوى الدراسة الأكاديمية، التخصص الأكاديمي) على مستوى أساليب الاتصال والتواصل التعليمي عند طلاب الجامعة؟
- 2) هل توجد فروق دالة إحصائيا في مستوى أساليب الاتصال والتواصل التعليمي داخل الفصل الدراسي في مؤسسات التعليم العالى من وجهة نظر الطلبة تعزى لمتغير مسار الدراسة الأكاديمية؟
- 3) هل توجد فروق دالة إحصائيا في مستوى أساليب الاتصال والتواصل التعليمي داخل الفصل الدراسي في مؤسسات التعليم العالى من وجهة نظر الطلبة تعزى لمتغير الجنس؟
- 4) هل توجد فروق دالة إحصائيا في مستوى أساليب الاتصال والتواصل التعليمي داخل الفصل الدراسي في مؤسسات التعليم العالى من وجهة نظر الطلبة تعزى لمتغير السن؟
- 5) هل توجد فروق دالة إحصائيا في مستوى أساليب الاتصال والتواصل التعليمي داخل الفصل الدراسي في مؤسسات التعليم العالي من وجهة نظر الطلبة تعزى لمتغير مستوى الدراسة الأكاديمية؟
- 6) هل توجد فروق دالة إحصائيا في مستوى أساليب الاتصال والتواصل التعليمي داخل الفصل الدراسي في مؤسسات التعليم العالى من وجهة نظر الطلبة تعزى لمتغير التخصص الأكاديمي؟



2- فرضيات الدراسة:

- تؤثر المتغيرات الشخصية والأكاديمية (الجنس ،السن ،المستوى الدراسة الأكاديمية،التخصص الأكاديمي) على مستوى أساليب الاتصال والتواصل التعليمي عند طلاب الجامعة.
- توجد فروق دالة إحصائيا في مستوى أساليب الاتصال والتواصل التعليمي داخل الفصل الدراسي في مؤسسات التعليم العالى من وجهة نظر الطلبة تعزى لمتغير الجنس.
- توجد فروق دالة إحصائيا في مستوى أساليب الاتصال والتواصل التعليمي داخل الفصل الدراسي في مؤسسات التعليم العالى من وجهة نظر الطلبة تعزى لمتغير السن.
- توجد فروق دالة إحصائيا في مستوى أساليب الاتصال والتواصل التعليمي داخل الفصل الدراسي في مؤسسات التعليم العالى من وجهة نظر الطلبة تعزى لمتغير مستوى الدراسة الأكاديمية.
- توجد فروق دالة إحصائيا في مستوى أساليب الاتصال والتواصل التعليمي داخل الفصل الدراسي في مؤسسات التعليم العالى من وجهة نظر الطلبة تعزى لمتغير التخصص الأكاديمي.

3-أهداف الدراسة:

- 1) التعرف على أثر المتغيرات الشخصية (الجنس، السن) على مستوى أساليب الاتصال والتواصل التعليمي عند طلاب الحامعة.
- 2) المتغيرات الأكاديمية (المستوى الدراسة الأكاديمية، التخصص الأكاديمي) على مستوى أساليب الاتصال والتواصل التعليمي عند طلاب الجامعة.

4 - المصطلحات الأساسية في البحث:

شرح المصطلحات والمفاهيم

1. الاتصال:

إن كلمة "الاتصال" وبالرغم من تداولها الواسع إلا أنها تحمل معان عديدة، فقد تستعملها في مجال البحث الأكاديمي، أو النشاط التطبيقي الملازم له، أو بوصفها علما أ, فنا أ, علاقات إنسانية، أو رسائل اتصال جماهيرية، إرشادا نفسيا كما أنها قد تعبر عن عملية هادفة مقصودة أو طبيعية تلقائية. 5



تعريف الاتصال " عملية نقل المعلومات من المرسل إلى المستقبل تتضمن أكثر من طريق واحد لنقل المعلومات وهي عملية معقدة قد يحدث فيها تغيير للمحتوى المعرفي و معانيه"

- "ولفظة اتصال communication مشتقة من الكلمة اللاتينية communis التي تعني عام وشائع أو ينيع عن طريق المشاركة .أو من لفظة communcare التي تعني تأسيس جماعة أو المشاركة
- المعنى التربوي للاتصال : يعرفه محمد الترتوري كالتالي: "يشير الاتصال بمفهومه التربوي والتعليمي إلى تلك العملية التي تحدث في موقف تعليمي بين عناصره المتعددة التي تشكل الأداة الرئيسية في تنظيم عملية التعلم التي تجري عبر قنوات مختلفة ومتنوعة لفظية، غير لفظية، كتابية"7.
- وفي مجال التربية عرفه علاء الدين أحمد كفافي وآخرون أنه عملية مشاركة في الخبرة بين شخصين أو أكثر حتى تعم هذه الخبرة وأصبح مشاعا بينهم مما يترتب عليه إعادة تشكيل أو تعديل المفاهيم والتصورات السابقة لكل طرف من الأطراف المشاركة في هذه العملية" 8.
- وفي عمليات التعلم عرفه صالح عبد العزيز وآخرون بأنه هو حث التلميذ أو الطالب وإلهامه ليكسب سلوك معين حتى يحصل على فوائد معينة. 9.
- ويرى صلاح الدين عرفة محمود أن عمليات التدريس والتعليم هي اتصال إنساني ديناميكي يحدث بين ثلاثة عناصر (معلم ،منهج)¹⁰.

التعريف الإجرائي:

الاتصال عملية نقل معلومات ومهارات واتجاهات من شخص إلى آخر أو من شخص إلى جماعة أو من جماعة إلى أخرى، أو هو تبادل فكرى ووجداني وسلوكي بين الناس، أو هو تفاعل بين طرفين يحقق المشاركة في الخبرة بينهما.

2. تعریف التدریس: "مجموعة من الأعمال أو الأفعال أو الإجراءات المخططة يدير ها المعلم ويسهم فيها المتعلمون وتستهدف تحقيق أهداف تربوية مرغوبة لدى المتعلمين على المدى القريب والبعيد" 11.

التعليم هو: مجرد مجهود شخصي لمعونة شخص آخر للتعلم، والتعليم عملية حفز واستثارة قوى المتعلم العقلية ونشاطه، وتهيئة الظروف المناسبة التي تمكن المتعلم من التعلم. 12



ويعرف التعلم أنه: "تغير شبه دائم في سلوك الفرد لا يلاحظ بشكل مبشر و لكن يستدل عليه من السلوك و ينشأ نتيجة الممارسة كما يطهر في تغر للأداء للكائن الحي"¹³.

3. مهارات الاتصال: قسمها محمد حسام أبو يوسف إلى: مهارات الصوت و التنوع الصوتي الحديث بلطف و ود، التحدث بطلاقة دون قهقهة، مهارة اتصال العينين و هي حركة العينين . مهارة اشراك المستمع في الحديث وإثراء المناقشة و تبادل الأفكار. مهارات اللغة الغير منطوقة وتشمل لغة الجسد الإيماءات. مهارات استخدام المرح إنشاء جو يسوده المرح و المتعة داخل القسم للفت انتباه التلاميذ لعملية المناقشة. اللبس والمظهر الجميل لأنه يجذب المستقبل ويمنحه نوع من الراحة و الاطمئنان نحو المرسل. 14 ، وصنفها عمر موسى سرحان: مهارة تحديد الأهداف مهارة إثارة الدافعية مهارة تحديد الأساليب و الإجراءات التعليمية مهارة الإدارة الصفية الفعالة و كيفية تنظيمها مهارة التخطيط لعملية الاتصال مهارة التقويم 15، وصنفها حاتم العاتي وعلى العياصرة: مهارة الكتابة. مهارة التحدث. مهارة القراءة. مهارة الإنصات و مهارة التفكير، تكون عملية الاتصال فعالة و ناجحة بين المدرس و التلاميذ طالما أن الرسائل كانت واضحة و مفهومة و هناك تجاوب وتفاعل بين طرفي عملية الاتصال إلا أن هناك بعض العوائق قد تعرقل السير الحسن لها16 . و من بين هذه العوائق ذكر كاظم، جابر:-اللفظية الزائدة: العبارات أو الكلمات أساس لا غنى عنه لما يجري في حجرة الدراسة من شرح وأسئلة ومناقشة، غير أنها تصبح عائقاً، وقد تؤدي إلى نقصان الكفاية التدريسية إذا أكثر المعلم من الألفاظ الزائدة وغير المفهومة وأطالـة عمليـة الشرح و المناقشة قد تؤدي إلى الملل. الخلط في الفهم الناشئ عن اختلاف الخبرة: إن قدرة شخصين على استخدام نفس الكلمات و الوصول إلى معان مختلفة تمام الاختلاف بشأنها تكون أحد المخاطر اللفظية التي يتعرض لها التلميذ في غرفة الصف. شرود الذهن و أحلام اليقظة: تحدث هذه الظاهرة عندما لا يجذب الدرس اهتمام التلاميذ و ينشأ التفكير في أمور أخرى مما يؤدي إلى شرود الذهن وأحلام اليقظة.- عدم الاهتمام وضعف الدافعية للتعلم: تعدّ الدافعية عنصر مهم في عملية الاتصال في غرفة الصف. - قصور الإدراك الحسى: " يكسب الإنسان المعرفة عن طريق الحواس لذا يجب أن يعرف المعلم أنه أي قصور في حواس التلميذ قد ينقص من عملية الفهم والاستيعاب لذا يجب أن يراعي الفروق الفردية وعليه لأن يتخذ التدابير اللازمة"¹⁷.

المبحث الثاني: إجراءات البحث الميداني

أ- الخطوة الأولى: الدراسة الاستطلاعية للخلفية النظرية

قمنا بحصر أكبر عدد ممكن من الأدبيات من كتب ومصادر ودراسات سابقة التي لها علاقة بالاتصال التعليمي .

ب-الخطوة الثانية: الدراسة الاستطلاعية لإجراءات الميدانية:



قام الباحث بإجراء دراسة استطلاعية مكوّنة من 25 طالباً 10 من الطلبة من المدرسة العليا للأساتذة بالأغواط و15 طالباً من معهد الرياضة بجامعة الأغواط وبعد توزيع الاستمارات البحثية على حسب استرجاعها يحصل الباحث على نتائج تتماشى مع فرضيات الدراسة.

- المنهج المستخدم:

تم اختيار المنهج الوصفي لأنه يتماشى مع طبيعة موضوع بحثنا هذا، قصد وصف العوامل وتحليل الظروف وفي جميع المواقف والمراحل خطوة بخطوة وجمع الحقائق والبيانات والمعلومات المتعلقة بالظاهرة قيد الدراسة.

- مجتمع البحث وعينة الدراسة:

في در استنا مجتمع البحث هو جميع المدرسة العليا للأساتذة بالأغواط وجميع طلبة معهد علوم وتقنيات النشطات البدنية والرياضية بجامعة الأغواط.

- العينة وكيفية اختيارها:

بما أن عنوان الدراسة " أساليب الاتصال والتواصل الأكاديمي لدى طلاب الجامعة " فالمجال الاجتماعي للبحث الأساسي هو جميع طلبة المدرسة العليا للأساتذة بالأغواط وجميع طلبة معهد علوم وتقنيات النشطات البدنية والرياضية بجامعة الأغواط، وبما أن مجتمع البحث محدد وواضح متجانس، قمنا بتوزيع 850 استمارة بحثية تقيس جودة الاتصال التعليمي في التعليم العالى من وجهة نظر الطلبة والجدول أدناه يصف إجراءات توزيع واسترجاع استمارات البحث على أفراد عينة الدراسة.

الجدول رقم (1): وصف إجراءات توزيع واسترجاع استمارات البحث على أفراد عينة الدراسة

عد الاستمارات الفعلية في البحث	عد الاستمارات	عدد الاستمارات التي تيم	عدد الاستمارات التي وزعت	
292	14	306	500	طلبة المدرسة العليا للأساتذة
309	15	324	360	طلبة معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية
601	29	660	860	عينة الدراسة



- مجالات الدراسة:

• الحدود الزمانية:

قمنا بإجراء الدراسة الميدانية في الفترة الممتدة شهر مارس 2018 وشهر ماي 2018 حيث قمنا بتوزيع الاستمارات لتقيس الاتصال والتواصل التعليمي على جميع أفراد عينة الدراسة.

• الحدود المكانية:

قام الباحث بتوزيع واسترجاع استمارات البحث على جميع طلبة المدرسة العليا للأساتذة بجامعة الأغواط وجميع طلبة معهد الرياضة بجامعة الأغواط بولاية الأغواط.

• الحدود البشرية:

في بحثنا اخترنا 700 فرداً، كعينة أساسية وتم تسليم الاستمارات البحثية إليهم، تم استرجاع 518 استمارة بحثية من 700 استمارة تم توزيعها

- الوسائل وأدوات جمع البيانات:

استخدمنا استمارة تقيس الاتصال والتواصل التعليمي في الدراسة الأكاديمية من وجهة نظر الطلبة

- خطوات بناء الاستبيان:

1) تم في البداية الإطلاع على بعض الدراسات السابقة وبعض المراجع التي لها علاقة بالبحث استمارات، استبيانات وشبكات الملاحظة التي تقيس الاتصال والتواصل التعليمي وفي المجال التعليمي حيث تم بناء استمارة تقيس استمارة الاتصال والتواصل التعليمي في من وجهة نظر الطلبة.

2) الخطوة الثانية عملية التحكيم:

في الخطوة السابقة ذكرنا أنه تم بناء أداة جمع البيانات في ضوء فرضيات الدراسة صدق مفهوم التكوين الفرضي أو صدق البناء، في هذه المرحلة تم عرض الأداة على الخبراء والمحكمين قصد عملية التحكيم وذلك لقياس صدق المحتوى والمضمون بعرضه على مجموعة من الأساتذة المختصين بجامعة الأغواط. استمارة تقيس الاتصال والتواصل التعليمي فمن وجهة نظر مكونة من 26 عبارة.

واخترنا طريقة ليكيرت ثلاثية الأوزان في بناء الاستمارة تقيس.



الجدول رقم (2): يبن توزيع أوزان مقياس استمارة تقيس الاتصال والتواصل التعليمي

نادرا	أحيانا	دائما	الأوزان
1	2	3	الدرجات

الصدق الإحصائى:

الصدق الذاتي: يساوي الجذر التربيعي لمعامل الثبات الذاتي الصدق = الثباتمعامل

- الصدق التمييزي:

يقصد به مدى تفاوت الدرجات النهائية لأفراد عينة الدراسة ويتم حسابه بالمقارنة الطرفية حيث يتم ترتيب الدرجات النهائية تصاعديا أو تنازليا ثم نأخذ 27 % من الأطراف العلوية و27 % من الأطراف السفلية ثم نقوم بحساب الفروق عن طريق الاختبار الإحصائي T.test

 $\sqrt{0.87} = 0.93$: والتواصل التعليمي : $\sqrt{0.87}$

الجدول رقم (3): دلالة الفروق يبين معامل االتمييز لاستمارة الاتصال والتواصل التعليمي

القيمة الاحتمالية	درجة الحرية	قیمة T	الفرق بين	الإنحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العينة	الأطراف	المتغيرات والمؤشرات
0,00	322	37,8	14,75	2,24	70,85	162	الطرف العلوي	الاتصال التعليمي

من خلال النتائج الموجودة في الجدول (10) نلاحظ أن قيمة T.test بين متوسط الدرجات الطرف العلوي والطرف السفلي لإجابات أفراد عينة الدراسة على الاتصال والتواصل الأكاديمي أثناء الدرس التي كانت تساوي (37,82) عند القيمة الاحتمالية (0,00) وهذا يدل على وجود فروق دالة إحصائية يبن الدرجات العلوية والدرجات السفلية الاتصال والتواصل الأكاديمي أثناء الدرس لأفراد عينة الدراسة.



حساب معامل الثبات: بطريقة ألفا كرونباخ

الجدول رقم (4): قيم معامل الثبات بطريقة ألفا كرونباخ لاستمارة الاتصال والتواصل الأكاديمي

Nombre d'éléments	Alpha de Cronbach basé sur des éléments standardizes	Alpha de Cronbach
30,00	0,87	0,83

معامل الثبات بطريقة ألفا كرونباخ الاتصال والتواصل الأكاديميون وجهة نظر أفراد عينة الدراسة (طلبة المدرسة العليا للأساتذة وطلبة معهد الرياضة بجامعة الأغواط).

حساب معامل الثبات بطريقة التجزئة النصفية أسلوب غوتمان:

الجدول رقم (5): المتوسطات الحسابية وتباين والانحراف المعياري لنصفي استمارة الاتصال والتواصل الأكاديمي لأفراد عينة الدراسة

عدد العبارات	الانحراف المعياري	التباين	المتوسط الحسابي	
13	3,85	14,81	30,73	عبارات النصف الأول
13	3,32	11,04	33,47	عبارت النصف الثاني
26	6,17	38,02	64,20	عبارتالإستمارة

عبارات النصف 01: عبارة 1,عبارة 2,عبارة 3,عبارة 4,عبارة 6,عبارة 7,عبارة 9,عبارة 9,عبارة 10,عبارة 10,عبارة 11,عبارة 13.

عيار ات النصف 02:

, 24، عبارة 15, عبارة 16, عبارة 16, عبارة 18, عبارة 19, عبارة 18, عبارة 18, عبارة 18, عبارة 18, عبارة 18, عبارة 26, عبارة 26. 26

$$R = 2\left(1 - \frac{{{S_1}^2} + {{S_2}^2}}{{{S^2}}}\right)$$
دينا صيغة العلاقة الرياضية لأسلوب جوتمان هي

حيث : S_1^2 : تباين النصف الأول، S_2^2 : تباين النصف الثاني، S_1^2 : التباين الكلي



بتعويض القيم الموجدة في الجدول أعلاه:
$$0,64$$
: $0,64$

- المتوسط الحسابي. الانحراف المعياري. تحليل التباين ANOVA في اتجاه واحد، كما استخدمنا البرنامج الإحصائي SPSS لحساب العلاقات و القوانين الإحصائية المستخدمة في الدراسة

تحليل ومناقشة النتائج في ضوء فرضيات الدراسة:

الجدول رقم (6): يبين الفروق (ANOVA) بين درجات متوسطات الاتصال والتواصل الأكاديمي ومؤشراته في ضوء متغير مسار الدراسة الأكاديمية

القيمة الاحتماليةSig	قىمة F	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العينة	الدراسة الأكاديمية	المتغيرات والمؤشرات
0,24	1,36	6,29	63,78	291	طلبة المدرسة	الاتصال والتواصل

القراءة الإحصائية وتحليل ومناقشة وتفسير النتائج:

نلاحظ في الجدول رقم (00) لدلالة الفروق لتحليل التباين أحادي الاتجاه لمتوسطات درجات الإيصال والتواصل الأكاديمي وفق فئات مسار الدراسة الأكاديمية لأفراد عينة الدراسة حيث بلغ عدد طلبة المدرسة العليا للأساتذة طالب عبد الرحمن بالأغواط (291) بمتوسط الحسابي قدره (6،78) وانحراف معياري قدره (6،29)، وبلغ عدد طلبة معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية بجامعة الأغواط (309) بمتوسط الحسابي قدره (64,37) وانحراف معياري قدره (6,13) ،أما قيمة الاختبار (F) قدرت بـ (1,36) عند القيمة الاحتمالية (0,24) وهي أكبر من القيمة (0,05) وهذه النتيجة تثبت أنه لا توجد فروق دالة إحصائيا بين متوسطات درجات الاتصال والتواصل الأكاديمي لأفراد عينة الدراسة تعزى لمتغير مسار الدراسة الأكاديمية. ومنه نستنتج أن الفرضية الجزئية الأولى القائلة توجد فروق دالة إحصائيا في مستوى أساليب الاتصال والتواصل



التعليمي داخل الفصل الدراسي في مؤسسات التعليم العالي من وجهة نظر الطلبة تعزى لمتغير مسار الدراسة الأكاديمية لم تتحقق

وتعزى هذه النتائج أن مسار الدراسة الأكاديمية لا يؤثر على مستوى درجات امتلاك أفراد عينة الدراسة كون الطلبة في الجامعة يقومون بعمليات الاتصال في الفصل الدراسي وخارجه داخل الجامعة سواء مع الأستاذ أم مع الطلبة الزملاء عن طريق المناقشة والتحليل للرفع في مستوى رصيدهم المعرفي واكتساب خبرات ومعارف جديدة

الجدول رقم (7): يبين الفروق (ANOVA) بين درجات متوسطات الاتصال والتواصل الأكاديمي ومؤشراته في ضوء متغير الجنس

القيمة	1 1	الانحراف	المتوسط	7	,	المتغيرات
Sigالاحتمالية	قیمة F	المعياري	الحسابي	العينة	الجنس	والمؤشرات
		6,67	64,02	355	نکر	الاتصال والتواصل
0,24	1,36	5,49	64,18	245	أنثى	التعليمي
		6,21	64,09	600	المجموع	-

القراءة الإحصائية وتحليل ومناقشة وتفسير النتائج:

نلاحظ في الجدول رقم (07) لدلالة الفروق لتحليل التباين أحادي الاتجاه لمتوسطات درجات الاتصال والتواصل الأكاديمي وفق فئات متغير الجنس لأفراد عينة الدراسة حيث بلغ عدد الطلبة الذكور (355) بمتوسط الحسابي قدره (64,02) وبلغ عدد طلبة الإناث (309) بمتوسط الحسابي قدره (64,18) وانحراف معياري قدره وانحراف معياري قدره (6,67) ، وبلغ عدد طلبة الإناث (309) بمتوسط الحسابي قدره (64,18) وانحراف معياري قدره (5,49) وانحراف معياري قدرة (5,49) وهذه النتيجة تثبت الذهبة الإختبار (F) قدرت بـ (1,36) عند القيمة الاحتمالية (0,09) وهي أكبر من القيمة (0,77) وهذه النتيجة تثبت أنه لا توجد فروق دالة إحصائيا بين متوسطات درجات الاتصال والتواصل الأكاديمي لأفراد عينة الدراسة تعزى لمتغير الجنس. ومنه نستنتج أن الفرضية الجزئية القائلة توجد فروق دالة إحصائيا في مستوى أساليب الاتصال والتواصل التعليمي داخل الفصل الدراسي في مؤسسات التعليم العالي من وجهة نظر الطلبة تعزى لمتغير الجنس لم تتحقق. المسار والجنس لا يؤثر على مستوى درجات امتلاك أفراد عينة الدراسة كون الطلبة في الجامعة توجد وتعزى هذه النتائج أن متغير الجنس لا يؤثر على مستوى درجات امتلاك أفراد عينة الدراسة أثناء إلقاء الأستاذ للمحاضرات ذكوراً وإناثاً، يسعون للقيام بأساليب الاتصال والتواصل الأكاديمي في حجرات الدراسة أثناء إلقاء الأستاذ للمحاضرات

والدروس للاستفسار على المادة العلمية المقدمة وفهم حيثياتها ومعانيها ودلالتها في الواقع ومع الطلبة الزملاء عن طريق المناقشة والتحليل، واكتساب خبرات ومعارف جديدة تمكّنهم من تحقيق النجاح الأكاديمي .

الجدول رقم (8): يبين الفروق (ANOVA) بين درجات متوسطات الإتصال والتواصل الآكادمي ومؤشراته في ضوء متغير مستوى الدراسة الآكاديمية

القيمة الاحتماليةSig	F قيمة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العينة	مستوى الدراسة الأكاديمية	المتغيرات والمؤشرات
		5,06	65,20	127	سنة أولى	
	1,63	6,58	63,39	172	سنة ثانية	الاتصال
0,16		6,57	63,96	141	سنة ثالثة	والتواصل
		6,29	63,96	129	سنة رابعة	التعليمي
		6,06	64,45	31	سنة خامسة	
		6,21	64,09	600	المجموع	

القراءة الإحصائية وتحليل ومناقشة وتفسير النتائج:

نلاحظ في الجدول رقم (08) لدلالة الفروق لتحليل النباين أحادي الاتجاه لمتوسطات درجات الاتصال والتواصل الأكاديمي وفق فئات متغير مستوى الدراسة الأكاديمية لأفراد عينة الدراسة حيث بلغ عدد الطلبة سنة أولى (127) بمتوسط الحسابي قدره (65,20) وانحراف معياري قدره (5,06) ، وبلغ عدد الطلبة سنة الثانية (171) بمتوسط الحسابي قدره (63,96) وانحراف معياري قدره (6,58) ، وبلغ عدد الطلبة سنة الثالثة (141) بمتوسط الحسابي قدره (63,96) وانحراف معياري قدره (6,57) ، وبلغ عدد الطلبة سنة الرابعة (129) بمتوسط الحسابي قدره (63,96) وانحراف معياري قدره (6,06) وانحراف معياري قدره (6,09) ، وبلغ عدد الطلبة سنة الحامسة (13) بمتوسط الحسابي قدره (64,45) وانحراف معياري قدره (6,06) ، أما قيمة الاختبار (F) قدرت بـ (1,63) عند القيمة الاحتمالية (0,05) وهي أكبر من القيمة (0,05) وهذه النتيجة تثبت أنه لا توجد فروق دالة إحصائيا بين متوسطات درجات الاتصال والتواصل الأكاديمي لأفراد عينة الدراسة تعزى لمتغير مستوى أساليب الاتصال والتواصل الدراسة الأكاديمية ومنه نستنتج أن الفرضية الجزئية القائلة توجد فروق دالة إحصائيا في مستوى أساليب الاتصال والتواصل



التعليمي داخل الفصل الدراسي في مؤسسات التعليم العالي من وجهة نظر الطلبة تعزى لمتغير مستوى الدراسة الأكاديمية لم تتحقق.

وتعزى هذه النتائج أن مستوى الدراسة لا يؤثر على مستوى درجات امتلاك أفراد عينة الدراسة كون الطلبة في الجامعة على اختلاف مستوياتهم (سنة أولى أو ثانية أو ثالثة أو رابعة أو خامسة) يقومون بعمليات الاتصال في الفصل الدراسي وخارجه داخل الجامعة سواء مع الأستاذ أم مع الطلبة الزملاء عن طريق المناقشة والتحليل للرفع في مستوى رصيدهم المعرفي واكتساب خبرات ومعارف جديدة

الجدول رقم (9): يبين الفروق (ANOVA) بين درجات متوسطات الاتصال والتواصل الأكاديمي ومؤشراته في ضوء متغير تخصص الدراسة الأكاديمية

القيمة		الانحراف	المتوسط			المتغيرات
Sigaالاحتمالية	E قیمة	المعياري	الحسابي	العينة	التخصص الأكاديمي	والمؤشرات
		5,54	65,53	81	لغة عربية	
		7,79	62,04	48	فيزياء	
		6,05	63,79	82	علوم طبيعية	الاتصال
0,00	3,16	6,64	61,41	34	رياضيات	والتواصل
		4,96	64,42	45	لغة فرنسية	التعليمي
		6,13	64,37	309	التربية بدنية	
		6,21	64,09	600	المجموع	

القراءة الإحصائية وتحليل ومناقشة وتفسير النتائج:

نلاحظ في الجدول رقم (09) لدلالة الفروق لتحليل التباين أحادي الاتجاه لمتوسطات درجات الاتصال والتواصل الأكاديمي وفق فئات متغير تخصص الدراسة الأكاديمي وفق فئات متغير تخصص الدراسة الأكاديمية لأفراد عينة الدراسة حيث بلغ عدد الطلبة الذين يدرسون تخصص عربية (81) بمتوسط الحسابي قدره (56,53) وانحراف معياري قدره (7,79)، وبلغ عدد الطلبة الذين يدرسون تخصص علوم طبيعية (82) بمتوسط الحسابي قدره (63,04) وانحراف معياري قدره (6,05)، وبلغ عدد الطلبة الذين يدرسون تخصص طبيعية (82) بمتوسط الحسابي قدره (63,79) وانحراف معياري قدره (6,05)، وبلغ عدد الطلبة الذين يدرسون تخصص



رياضيات (34) بمتوسط الحسابي قدره (61,41) وانحراف معياري قدره (6,64)، وبلغ عدد الطلبة الذين يدرسون تخصص لغة فرنسية (45) بمتوسط الحسابي قدره (64,42) وانحراف معياري قدره (4,96)، وبلغ عدد الطلبة الذين يدرسون تخصص التربية البدنية (309) بمتوسط الحسابي قدره (64,73) وانحراف معياري قدره (6,13)، أما قيمة الاختبار (F) قدرت بالتربية البدنية (309) بمتوسط الحسابي قدره (64,73) وانحراف معياري قدره (6,13)، أما قيمة الاختبار (F) قدرت براد القيمة الاحتمالية (0,00) وهي أقل من القيمة (0,05) وهذه النتيجة تثبت أنه توجد فروق دالة إحصائيا بين متوسطات درجات الاتصال والتواصل الأكاديمي لأفراد عينة الدراسة تعزى لمتغير متغير تخصص الدراسة الأكاديمية. ومنه نستنتج أن الفرضية الجزئية القائلة توجد فروق دالة إحصائيا في مستوى أساليب الاتصال والتواصل التعليمي داخل الفصل الدراسي في مؤسسات التعليم العالي من وجهة نظر الطلبة تعزى لمتغير مستوى الدراسة الأكاديمية تحققت.

وتعزى هذه النتائج أن متغير تخصص الدراسة الأكاديمية يؤثر على مستوى درجات امتلاك أفراد عينة الدراسة كون الطلبة في الجامعة أساليب الاتصال والتواصل الأكاديمي عند طلاب الجامعة في حجرات الدراسة أثناء إلقاء الأستاذ للمحاضرات والدروس للاستفسار على المادة العلمية المقدمة وفهم حيثياتها ومعانيها ودلالتها في الواقع ومع الطلبة الزملاء عن طريق المناقشة والتحليل واكتساب خبرات ومعارف جديدة تختلف باختلاف التخصص لأن كل تخصص أكاديمي له خصائصه وميزاته ومنهجيات اتصال خاصة به سواء كان هذا الاتصال مباشر أوغير مع الأستاذ أو الطالب الزميل.

الجدول رقم (10): يبين الفروق (ANOVA) بين درجات متوسطات الاتصال والتواصل الأكاديمي ومؤشراته في ضوء متغير السن

القيمة	قيمة F	الانحراف	المتوسط	العينة	(* toti	المتغيرات
Sigaالاحتمالية	F AAL	المعياري	الحسابي	(تعید)	العمر (السن)	والمؤشرات
		6,05	64,50	8	أقل من 18 سنة	
		5,78	64,38	191	من 19 إلى 21 سنة	الاتصال
0,00	4,35	6,63	63,29	296	من 22 إلى 24 سنة	والتواصل
		5,39	65,75	105	أكثر من 24 سنة	التعليمي
		6,21	64,09	600	المجموع	

القراءة الإحصائية وتحليل ومناقشة وتفسير النتائج:

نلاحظ في الجدول رقم(10) لدلالة الفروق لتحليل التباين أحادي الاتجاه لمتوسطات درجات الاتصال والتواصل الأكاديمي وفق فئات متغير العمر (السن) لأفراد عينة الدراسة حيث بلغ عدد طلبة الفئة العمرية الأقل من 18 سنة (80) بمتوسط الحسابي قدره (64,50) وانحراف معياري قدره (6,05) ، وبلغ عدد طلبة الفئة العمرية من (19 إلى 21) سنة (191) بمتوسط الحسابي قدره (64,38) وانحراف معياري قدره (5,78) ، وبلغ عدد طلبة الفئة العمرية من (22 إلى 24) سنة (296) بمتوسط الحسابي قدره (63,29) وانحراف معياري قدره (6,63) وبلغ عدد طلبة الفئة العمرية أكثر من 24 سنة (105) بمتوسط الحسابي قدره (65,75) وانحراف معياري قدره (6,63) ، أما قيمة الاختبار (۲) قدرت بـ (4,35) عند القيمة الاحتمالية بمتوسط الحسابي قدره (6,00) و هذه النتيجة تثبت أنه توجد فروق دالة إحصائيا بين متوسطات درجات الاتصال والتواصل الأكاديمي لأفراد عينة الدراسة تعزى لمتغير متغير العمر (السن). ومنه نستنتج أن الفرضية الجزئية القائلة توجد فروق دالة إحصائيا في مستوى أساليب الاتصال والتواصل التعليمي داخل الفصل الدراسي في مؤسسات التعليم العالي من وجهة نظر الطلبة تعزى لمتغير السن تحققت.

وتعزى هذه النتائج أن متغير العمر (السن) يؤثر على مستوى درجات امتلاك أفراد عينة الدراسة كون عمليات الاتصال والتواصل الأكاديمي التي يقوم بها طلاب الجامعة في الفصل الدراسي وخارجه داخل الجامعة سواء مع الأستاذ أم مع الطلبة الزملاء تختلف باختلاف التقدم في السن لأن الطلبة أكبر سنا لديهم مستوى مرتفع في درجات امتلاك مهارات الاتصال والتواصل الأكاديمي وذلك عن طريق المناقشة والتحليل للرفع في مستوى رصيدهم المعرفي واكتساب خبرات ومعارف جديدة كونهم أكثر نضجا وأكثر خبرة في الحياة .

المناقشة العامة

خلصت نتائج البحث إلى أن مستوى اكتساب أساليب الاتصال والتواصل الأكاديمي عند طلاب الجامعة لا يتأثر بمتغيرات (مسار الدراسة الأكاديمية ،الجنس والمستوى الدراسة الأكاديمية) لأن جميع طلاب الجامعة لا يختلفون في عمليات الاتصال والتواصل الأكاديمي في الفصل الدراسي وخارجه داخل الجامعة، سواء مع الأستاذ أم مع الطلبة الزملاء عن طريق المناقشة والتحليل للرفع في مستوى رصيدهم المعرفي واكتساب خبرات ومعارف جديدة، لأن هدفهم واحد هو تحقيق التفوق والنجاح الدراسي ، أما متغير السن ومتغير التخصص الأكاديمي يؤثران على مستوى أساليب الاتصال والتواصل الأكاديمي



عند طلاب الجامعة لأن مستوى الاتصال الأكاديمي يختلف باختلاف السن كلما زاد الطلاب في السن ارتفع مستوى الاتصال الأكاديمي لديهم والعكس صحيح كونهم أكثر نضجا في العديد من الخصائص والسمات العقلية والنفسية وأكثر خبرة في الحياة، ونفس الشيء بالنسبة لمتغير التخصص فإن مستوى الاتصال والتواصل الأكاديمي يختلف باختلاف التخصص الأكاديمي للطلاب لأن كل تخصص أكاديمي له مميزاته وخصائصه سواء تعلق الأمر بالأنشطة التعليمية كطرائق وأساليب التدريس أو المحتوى التعليمي .

والاتصال الأكاديمي هو إحدى القنوات التي تساعد في عمليات تفاعل الطلبة والأساتذة مع مدخلات التعلم وتحسن من مخرجاته، و هذا سر قوته كعنصر أساسي مطلوب لتمتين روابط العلاقات البيداغوجية بين مكونات العملية التعليمية. لذا فإن العلاقة الناجحة بين الأستاذ والطالب، تقوم على أساس التواصل المفتوح والصادق¹⁸. كما يمكن الاتصال والتواصل التعليمي شركاء العملية التربوية بمختلف مستوياتها، من الاستفادة من التجارب والخبرات الميدانية للمختصين في مجال التربية وإثرائها والبناء عليها، وإذا أمكن تصويبها وتنقيحها وتكييفها، ومن ثم تطوير ها وتعليمها للأجيال الحالية والأجيال القادمة، وعليه فإنه ونظرا لأهمية الاتصال الأكاديمي في تنفيذ الدروس وتسييرها، وأهميته في ربط العلاقة البيداغوجية بين المدرس والطلبة وتوطيدها، فقد أظهرت نتائج دراسة إيريك لان كيبنكيري أن التواصل غير اللفظي والتواصل الشفوي والتواصل الكتابي يسهم في مشاركة المتعلمين في عملية التعلم.⁹¹

عندما يفتح الأستاذ المجال للطلبة للاتصال والتواصل في ما بينهم في الفصل الدراسي للمشاركة الفعالة والبناءة والكاملة وفق مقتضيات ومتطلبات الدرس فيطرح كل طالب خيراته ومعارفه حول المشكل المطروح في الموقف التعليمي التعلمي وخلال المناقشة يظهر بعض اللبس والغموض نتيجة تصادم بعض الاقتراحات والأراء التي قدمها الطلبة فيقوم الطلبة بتجنيد أفكار هم وإيجاد الحل العلمي لهذه المشكلة وهذا ينمي الابتكار والإبداع عند الطلبة إن هذا الأسلوب يعمل على توطيد العلاقات الإنسانية بين الطلبة ويعزز مبدأ التعاون والاشتراك في إيجاد الحلول التنافس الشريف ببذل الجهد في البحث والمطالعة في مختلف المصادر للتوصل للحلول ومن خلال هذه العملية يكتسب الطلبة معارف جديدة . إن الاتصال والتواصل الأكاديمي داخل الفصل الدراسي بين الطلبة في غالب الأحيان يبدأ من مشكلة ،ويبدأ الطلبة في المشاركة الإيجابية لإيجاد الحل إذا أحسوا أن المشكلة المعروضة عليهم في السياق العلمي للدرس وتتناسب مع قدراتهم ولكن تتحدى تفكير هم، وأكد Aldridge, D كلما أداد عدد الطلاب الذين يمارسون التعلم وتلقوا تعليقات على كتاباتهم أو تحليلهم أو حل المشكلات ، كلما أصبحوا أكثر مهارة في الدراسة والتعلم. 20 عندما يشارك المتعلمون بفعالية في عملية بناء المعرف ودى دافعية عالية نحو من التعليم ونز التفكير الذاقد والتفكير الإبتكارى والإبداع المعرفي ويعمل على خلق متعلمين مستقلين وذوى دافعية عالية نحو مانية بعزز التفكير الذاقد والتفكير الإبتكارى والإبداع المعرفي ويعمل على خلق متعلمين مستقلين وذوى دافعية عالية نحو

الدراسة تمنحهم ثقة بإمكانياتهم وفي هذا السياق ذكر Gustin, , Abbiati., Gerbase&Baroffio أن بيئات التعلم البنائية تؤثر بشكل إيجابي على فهم الطلاب لسياقهم التعليمي ولتعزيز التعلم العميق. لا يقتصر الطلاب على اكتساب المعرفة، بل يمارسون أيضًا مهارات حل المشكلات والتفكير النقدي والعمل الجماعي الصغير والتعلم المستقل²¹

يقوم البعد العلائقي على العلاقات الإنسانية والبيداغوجية التي تنشأ وتتطور عند الطلبة داخل الفصل الدراسي بين مجموعة من الأطرف، وهذه العلاقات هي بمثابة الاتصال وتواصل بين الطلبة والعلاقات البيداغوجية الإيجابية تساعد الطالب على وإشباع حاجاته التعليمية لتحقيق الرضا والتكيف مع المواقف المختلفة، فالبعد العلائقي ليس مجرد خبرة وإحساس يكتسبه الطالب من خلال الخبرة والممارسة والاحتكاك مع الآخرين ليقوم على أساس أن الطلبة والأساتذة حيثما كانوا داخل قاعات التدريس وخارجه وفي الوسط الأكاديمي يشكلون مجموعة من العلاقات المتشابكة علاقة الطالب بنفسه كالكفاءة الذاتية وفعالية الذات والثقة بالنفس والدافعية بأبعادها ومكوناتها وهذا يتيح للطالب الفرصة للتعرف على إمكانياته وقدراته قبل التفاعل مع أي موقف في الفصل الدراسي، وبين الطلبة حيث تنشأ قنوات الاتصال والتواصل متعددة بالمشاركة والتعاون والحوار والمناقشة لإنجاز المهام والواجبات التعليمية وفي هذا السياق أكد (Gall, M. D., & Gillett, M) أنه يتم تعزيز التعلم إذا تم السماح للطلاب بمناقشة مشكلات البحث والحلول والتفسيرات التي قاموا بإنشائها22 وأكد (Postholm, M. B.) تبادل الأفكار يجعلك أكثر أمنا. ربما سيستخدم شخص ما الخطة التي قمت بها؛ البعض الآخر يستخدم أفكارك. من الجيد أن تعرف أن الآخر يحبون ما أفعله. وعندما نتشارك الأفكار، نحقق الكثير معًا 23 . والعلاقات مع الأستاذ بالتفاعل معه وتحقيق نظام المدخلات والمخرجات والتغذية الراجعة لتعديل وتصويب السلوك الصادر من الطلبة وتصحيح الأخطاء، لذا يجب على جميع أطراف المشاركين في البعد العلائقي أن يعملوا ويجتهدوا في إنشاء بيئة تعليمية مميزة عن طريق الاحترام المتبادل وتقبل آراء الآخرين وأن يثقوا في قدراتهم المعرفية والعقلية والمهارية، كما يتضمن البعد العلائقي القدرة في التعامل بنجاح مع الآخرين، وكيف يجذب الأخرين إليه ويجعلهم يتعاونون معه ويخلصون في العمل ويزيدون من قدراتهم الإبداعية والإنتاجية وتوليد الأفكار ومدى كفاءة الطالب في التعرف على متطلبات الأعمال البيداغوجية مع الزملاء ومع الأستاذ، وذكر, Maunder أن الصداقة والتفاعلات الإيجابية بين الأقران تعد جانبا أساسيا في تعزيز الالتزام والانتماء إلى مجتمع الجامعة وتمثل التكامل الاجتماعي وهذا يعزز حاجة مؤسسات التعليم العالي إلى لتجربة الطلاب الاجتماعية في الجامعة بجدية وتشجيع تنمية الصداقة24. كما إن اعتماد الشروط العلمية في التدريس أو ما يعرف بالديداكتيك أو المثلت الديداكتيكي (أستاذ طالب- منهاج تعليمي) يقوى البعد العلائقي داخل الفصل الدراسي، في هذا السياق أكد Magnússon, Rytzler أن نهج Didaktik



للتدريس الجامعي ، يحافظ على وظيفة وأهمية كل من المعلمين والطلاب ويجلب الأبعاد العلائقية للتدريس الجامعي في المقدمة من أجل انخر اط الطلاب فيه²⁵.

Catherine Minett-Smitha and Carole L. Davisb (2019), Widening the discourse on team-teaching in higher education, TEACHING IN HIGHER EDUCATION 1-15.p13.

Owens, T. L. (2017). Higher education in the sustainable development goals framework. *European Journal of Education*, 52(4), 414-420.p06.

Elken, M., & Stensaker, B. (2018). Conceptualising 'quality work' inhigher education. *Quality in Higher Education*, 24(3), 189-202.p11.

عبد الله قلي، إستراتيجيات التعلم التعاوني وتنمية مهارات الاتصال، المجلة الجزائرية التربية والصحة النفسية، 2007، ص80.

فضيل ديوي، مقدمة في وسائل الاتصال الجماهيري، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائري، 1998، ص42. محمد الترتوري، محمد فرحان قضاة، المعلم الجديد، دليل المعلم في الإدارة الصفية الفعالة، ط $_{\rm I}$ ، دار الحامد، عمان الأردن $_{\rm c}$ 0006، ص129.

المرجع نفسه، ص126.

علاء الدين أحمد الكفافي وآخرون، مهارات الإتصال والتفاعل الصفي في عمليتي التعليم و التعلم، d_2 ، دار الفكر الناشرون والموزعون، عمان الأردن، 2008، ص64.

صالح عبد العزيز وآخرون، التربية وطرق التدريس، الجزء الأول، دار المعارف، القاهرة، مصر، 1971، ص168. صلاح الدين عرفة محمود، تغريد مهارات التدريس بين النظرية و التطبيق، عالم الكتب، القاهرة، ط1، 2005، ص 06. عبد السلام مصطفى عبد السلام، أساسيات التدريس و التطوير المهني للمعلمين، دار الجامعة الجديدة، 2007، ص17. صالح عبد الله العيسان، الاتجاهات الحديثة في التربية، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2007، ص305. سامية لطفي الأنصاري، ناجي محمد قاسم الدمنهوري، علم النفس التربوي و الفروق الفردية للأطفال " مركز الإسكندرية للكتاب، الإسكندرية، مصر، 2007، ص28.

محمد حسام أبو يوسف و آخرون، التنمية المهنية لمعلمي التعليم الأساسي، ط1، إبتراك للطباعة و النشر، مصر، القاهرة، 2007، ص25.

عمر موسى سرحان، دلال ملحس، تكنولوجيا التعليم و التعليم لإلكتروني، دار الوائل لنشر، ط1، عمان الأردن، 2007، ص-73-72.

حاتم العاني، على العياصرة، الإتصال المؤسسي في الفكر التربوي"، مرجع سبق ذكره، ص ص120-126. أحمد خيري كاضم، جابر عبد الحميد، الوسائل التعليمية و المنهج، ط1، دار الفكر الناشرون و الموزعون، الأردن، 2007، ص21.

- Lam, D. K., Burke, T. W., & Tewksbury, R. (2001). Professor-student communications: Why they should be privileged communications. *Journal of Criminal Justice Education*, *12*(1), 53-75.p53
- Len, K. E. (2018). Classroom Communication Techniques: A Tool for Pupils' Participation in the Learning Process across the Curriculum. *Creative Education*, 9(03), 535.p546

Aldridge, D. (2019). Reading, engagement and highere ducation. *Higher Education Research & Development*, 38(1), 38-50.p39.

Gustin, M. P., Abbiati, M., Bonvin, R., Gerbase, M. W., &Baroffio, A. (2018). Integrated problem-basedlearning versus lectures: apathanalysis modelling of the relationships between educational context and learning approaches. *Medical education online*, 23(1), 1489690.p02.

Gall, M. D., & Gillett, M. (1980). The discussion method in classroom teaching. *Theory into practice*, 19(2), 98-103.,p102.



Postholm, M. B. (2009). Research and development work: developing teachers as researchers or just teachers?. *Educational Action Research*, 17(4), 551-565.p561.

Maunder, R. E. (2018). Students' peer relationships and their contribution to university adjustment: the need to belong in the university community. *Journal of Further and Higher Education*, 42(6), 756-768.10

Magnússon, G., &Rytzler, J. (2018). Approach in ghigher education with Didaktik: university teaching for intellectual mancipation. *European Journal of Higher Education*, 1-13.p09

List references

Lam, D. K., Burke, T. W., & Tewksbury, R. (2001). Professor-student communications: Why they should be privileged communications. *Journal of Criminal Justice Education*, 12(1), 53-75.

Len, K. E. (2018). Classroom Communication Techniques: A Tool for Pupils' Participation in the Learning Process across the Curriculum. *Creative Education*, 9(03), 535.

Aldridge, D. (2019). Reading, engagement and higher ducation. *Higher Education Research & Development*, 38(1), 38-50.

Gustin, M. P., Abbiati, M., Bonvin, R., Gerbase, M. W., &Baroffio, A. (2018). Integrated problem-basedlearning versus lectures: apathanalysis modelling of the relationships between educational context and learning approaches. *Medical education online*, 23(1), 1489690.

Gall, M. D., & Gillett, M. (1980). The discussion method in classroom teaching. *Theory into practice*, 19(2), 98-103..

Postholm, M. B. (2009). Research and development work: developing teachers as researchers or just teachers?. *Educational Action Research*, 17(4), 551-565.

Maunder, R. E. (2018). Students' peer relationships and their contribution to university adjustment: the need to belong in the university community. *Journal of Further and Higher Education*, 42(6), 756-768.

-Magnússon, G., &Rytzler, J. (2018). Approach in ghigher education with Didaktik: university teaching for intellectual mancipation. *European Journal of Higher Education*, 1-13.



قائمة المراجع الأنصاري سامية لطفي ، ناجي محمد قاسم الدمنهوري، علم النفس التربوي و الفروق الفردية للأطفال " مركز الإسكندرية

الترتوري محمد ، محمد فرحان قضاة، المعلم الجديد، دليل المعلم في الإدارة الصفية الفعالة، ط1، دار الحامد، عمان الأردن 3006. أبو يوسف محمد حسام و آخرون، التنمية المهنية لمعلمي التعليم الأساسي، ط1، إبتراك للطباعة و النشر، مصر، القاهرة، 2007.

العيسان صالح عبد الله ، الاتجاهات الحديثة في التربية، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2007. العاني حاتم ، على العياصرة، الإتصال المؤسسي في الفكر التربوي"، مرجع سبق ذكره.

الكفافي علاء الدين أحمد وآخرون، مهارات الإتصال والتفاعل الصفي في عمليتي التعليم و التعلم، ط2 ، دار الفكر الناشرون والموزعون، عمان الأردن، 2008.

ديوي فضيل ، مقدمة في وسائل الاتصال الجماهيري، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائري، 1998. سرحان عمر موسى ، دلال ملحس، تكنولوجيا التعليم و التعليم لإلكتروني، دار الوائل لنشر، ط1، عمان الأردن، 2007. عرفة محمود صلاح الدين ، تفريد مهارات التدريس بين النظرية و التطبيق، عالم الكتب، القاهرة، ط1، 2005. عبد العزيز صالح وآخرون، التربية وطرق التدريس، الجزء الأول، دار المعارف، القاهرة، مصر، 1971.

قلى عبد الله ، إستراتيجيات التعلم التعاوني وتنمية مهارات الاتصال، المجلة الجزائرية النربية والصحة النفسية، 2007. كاضم أحمد خيري ، جابر عبد الحميد، الوسائل التعليمية و المنهج، ط1، دار الفكر الناشرون و الموزعون، الأردن، 2007. مصطفى عبد السلام، أساسيات التدريس و التطوير المهنى للمعلمين، دار الجامعة الجديدة، 2007.

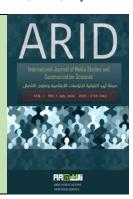


ARID Journals

ARID International Journal of Media Studies and Communication Sciences (AIJMSCS)

ISSN: 2709-2062

Journal home page: arid.my/j/AIJMSCS



مَجِلةُ أُريد الدَّوليةُ للدراسات الإعلامية وعلوم الإتصال

العدد 2 ، المجلد 1 ، تموز 2020 م

Re- Engineering Processes for Information Services in Academic Information Institutions

Abdul Rahman Mahmood Mohamed | Salam J. Abdullah

إعادة هندسة العمليات (الهندرة)Reengineering لخدمات المعلومات في مؤسسات المعلومات الأكاديمية

سلام جاسم عبدالله | عبدالرحمن محمود محمد

جامعة ديالي /كلية القانون والعلوم السياسية | جامعة تكريت /كلية الآداب

Salam_alezy2005@yahoo.com | abd_arahman6447@yahoo.com

arid.my/0001-5881

https://doi.org/10.36772/arid.aijmscs.2020.123



ARTICLE INFO

Article history:
Received 09/01/2020
Received in revised form 05/02/2020
Accepted 04/03/2020
Available online 15/06/2020
https://doi.org/10.36772/arid.aijmscs.2020.123

الملخص

يهدف البحث إلى التعرف على واقع خدمات المعلومات في مؤسسات المعلومات بجامعة ديالي، والتعرف على مفهوم إعادة هندسة العمليات Re- engineering ومبادئها ، وبيان دورها في تحسين مستوى خدمات المعلومات المقدّمة للمستفيدين في مؤسسات المعلومات بجامعة ديالي، وتحديد استعداد الموارد البشرية في الجامعة لإعاده هندسة عمليات خدماتها ، وقد استخدم البحث المنهج الوصفي التحليلي لملائمته وطبيعة البحث من خلال تسليط الضوء على الجانب النظري وتصميم استبانة ملائمة لهذا الغرض ، وقد توصل البحث لعدّة نتائج كان من أبرزها : قلة عدد المتخصصين في المعلومات والمكتبات في مؤسسات جامعة ديالي ، وضعف فاعلية خدمات المعلومات المقدمة للمستفيدين ، وضعف في واقع العمليات الإدارية لعمل مؤسسات المعلومات ، يُضاف إلى ذلك أن قسم الموارد البشرية أبدى أنه بحاجة ماسة لإعادة هندسة عمليات وإجراءات تقديم خدمات المعلومات .

الكلمات المفتاحية: إعادة هندسة العمليات (الهندرة)، خدمات المعلومات، مؤسسات المعلومات، هندسة العمليات، مؤسسات المعلومات الاكاديمية، مر اكز المعلومات



Abstract

The research aims to identify the reality of information services in the information institutions at Diyala University, recognize the concept and principles of reengineering process, explain its role in improving the level of information services provided to beneficiaries in information institutions at Diyala University, and to determine the readiness of human resources to reengineering their service operations. The research uses the analytical descriptive method, due to its relevance to the nature of the research through highlighting the theoretical side and designing a suitable questionnaire for this purpose. The research reaches a set of results, the most prominent of which were: the small number of specialists of information and libraries in institutions of information at Diyala University. The weakness of the effectiveness of information services provided to beneficiaries. Weakness in the reality of administrative operations due to the work of information institutions. In addition, human resources have shown that they are in urgent need of reengineering processes and procedures for providing information services.

Keywords: reengineering operation, information services, information institutions, Information institutions, process engineering, academic information institutions, information centers



الإطار العام للبحث

مشكلة البحث:

توجد أساليب فنية متعددة لتطوير عمل مؤسسات المعلومات ومن هذه الأساليب ما يعرف بإعادة الهندسة Re-engineering وهي من المفاهيم الجديدة التي ظهرت في أواخر القرن العشرين والتي شملت عدد من المبادئ الأساسية للتغير والتطوير في عمل مختلف مؤسسات المعلومات، وقد استخدمتها العديد من المؤسسات إذ ما أرادت النجاح في رفع أداءها وتحسين مستوى خدماتها من خلال إعادة هندسة عملياتها ،مقابل ذلك فإن مؤسسات المعلومات الأكاديمية في جامعة ديالي تعاني من ضعف قدراتها على مواكبة المتغيرات البيئية البسيطة منها والمعقدة لكي تحافظ على بقائها واستمراريتها في ظل التنافس الحاصل في تقديم خدمات المعلومات، ولغرض رفع مستوى الأداء لتلك المؤسسات لابد لها من تحقيق تحسينات جذرية في مقاييس الأداء من خلال إعادة الهندسة لعملياتها وإجراءات عملها، ومن هنا فقد انبثقت مشكلة البحث من خلال الإجابة على التساؤلات الآتية:

- 1. ما المقصود بإعادة هندسة العمليات Re- engineering ؟
- 2. هل بإمكان مؤسسات المعلومات الأكاديمية تطبّق أن مبادئ إعادة الهندسة في عملياتها؟
- 3. كيف يُمكن لهندسة العمليات في مؤسسات المعلومات بجامعة ديالي إجراء تحسينات في مستوى خدمات المعلومات المقدّمة للمستفيدين ؟

أهمية البحث:

تكمُن أهمية البحث من أهمية الموضوع إعادة الهندسة Re- engineering ودورها في تحسين مستوى خدمات المعلومات في مؤسسات المعلومات الأكاديمية في جامعة ديالى، حيث إنّها تعدُّ من المداخل الإدارية الحديثة لتطوير إجراءات تقديم خدمات المعلومات، فضلا عن ذلك فإن الدراسة تُسلّط الأضواء لمتخذي القرار على إمكانية إعادة هندسة العمليات الإدارية والخدمية، فضلا عن ذلك ندرة الدراسات السابقة حسب علم الباحثين بموضوع إعادة الهندسة ومبادئها في مؤسسات المعلومات.

أهداف البحث:

يهدف البحث الى الآتى:

- 1. التعرّف على مفهوم إعادة الهندسة Re- engineering في مؤسسات المعلومات.
- 2. بيان دور إعادة الهندسة وأهميتها في تحقيق تحسين لمستوى أداء خدمات المعلومات المقدّمة للمستفيدين.
 - 3. التعرّف على واقع خدمات المعلومات المقدّمة للمستفيدين في جامعة ديالى.



4. تحديد استعداد مؤسسات المعلومات الأكاديمية في جامعة ديالي لتُطبّق إعادة الهندسة لعملياتها وخدماتها.

فرضيات البحث:

يوجد ضعف في فاعلية خدمات المعلومات المقدّمة للمستفيدين في مؤسسات المعلومات بجامعة ديالي.

منهج البحث:

استخدم البحث المنهج الوصفي التحليلي لملائمته وموضوع البحث من خلال إثراء الجانب النظري بحيثيات الموضوع والجانب التطبيقي المتضمن تصميم استبانه وتحكيمها واختبار صدقها.

حدود البحث:

- الحدود الموضوعية: إعادة هندسة Re-engineering، مؤسسات المعلومات الأكاديمية.
 - الحدود المكانية: جامعة ديالي.
 - الحدود الزمنية: العام الدراسي 2020/2019.

مجتمع وعينة البحث:

تكون مجتمع الدراسة من مؤسسات المعلومات الأكاديمية في جامعة ديالى (مكتبات الكليات) والبالغ عددها 15 مؤسسة، وعينة البحث تضمّنت جميع العاملين في تلك المؤسسات الأكاديمية والبالغ عددهم (59) فرداً.

أدوات البحث:

- ✓ مصادر المعلومات لإثراء الجانب النظري.
 - ✓ تصميم استبانة لجمع المعلومات.
- ✓ استخدام البرنامج الاحصائي spss النسخة 21 لتحليل الاستبانة وفقراتها .



الدراسات السابقة:

1. دراسة إبراهيم محمد عبيد مسرع (مسرعي، 2006).

التعرّف على مفهوم إعادة هندسة العمليات ، تحليل ووصف الظاهرة المدروسة ، تحقيق	الهدف
تحسينات جو هرية على كافة أنواع العمليات فيها وإحداث إجراءات وتغييرات أساسية في	
العمل	
استخدم البحث المنهج الوصفي التحليلي لوصف الظاهرة وتحليلها من حيث طبيعتها ودرجة	المنهج
جودتها .	
إن أفراد مجتمع البحث موافقون على تطبيق إعادة هندسة العمليات في مستشفى الملك خالد.	النتائج
وإن أفراد مجتمع البحث موافقون على مدى مساهمة تطبيق إعادة هندسة العمليات لتقديم	
خدمات ذات جودة أفضل للمستفيدين وبتكلفة أقل وفترة زمنية أقل ، وإنهم موافقون على	
المعوقات التي تحدُّ من تطبيق هندسة العمليات، كما إن هنالك غياب لمفهوم إعادة الهندسة	
العمليات والاهتمام ببعض المفاهيم السائدة وقصور في النظرة المستقبلية للإدارة العليا. ومن	
أهمّ التوصيات التي خرجت بها الدراسة: تحديد المشكلات التي تواجها المنظمة مسبقا وتقييد	
نطاق إعادة هندسة العمليات ، وتخصيص موارد كافية لمشروع إعادة هندسة العمليات .	

2. در اسة إسماعيل عبدالله محمد (محمد، 2009)

التعرّف على دور عملية إعادة الهندسة للعمليات في الجامعة الإسلامية، تحسين جودة	الهدف
الخدمات المقدّمة ، استخدام إسلوب الحصر الشامل .	
استخدم البحث منهج دراسة الحالة .	المنهج
إن استخدام تطبيق ومبادئ إعادة الهندسة يؤدي إلى تخفيض التكلفة الإدارية في الجامعة، كما	النتائج
أنه يساهم في سرعة انجاز المهام والأعمال بمختلف دوائر الجامعة، فضلا عن ذلك تحسين	
مستوى الخدمات التعليمية المقدمة للطلبة من قبل الجامعة. وتوصلت لعدد من التوصيات	
أبرزها: تعزيز مفهوم إعادة الهندسة لمختلف العاملين في الجامعة (إداريين وتدريسيين) ،	
منح العاملين القدرة والحرية والاستقلالية الكاملة لإصدار القرارات.	



الجانب النظرى:

المحور الأول: إعادة هندسة (الهندرة) Re- engineering:

يُعدُّ مصطلح إعادة الهندسة كلمة عربية في أصلها وهي متكوّنة من كلمتين الأولى (الهندسة) والثانية (الإدارة) وهي من المفاهيم الإدارية الحديثة التي انطلقت من نهاية القرن العشرين، على يد (مايكل هامر) في مقالته التي نشرت في دورية هارفرد بزنس ريفيو (المرسى، 2014) عام 1990، ثم انتشر هذا المفهوم في الأوساط الأكاديمية باعتباره من أنماط الإدارة الذي يمكن إحداث تغييرات جذرية في أداء المؤسسات لتصبح متناسبة مع متطلبات العصر الحالي (الشهربلي، 2011) ، وأن لهذا المصطلح العديد من الأوصاف والتعريفات نورد البعض منها وكالأتي:

سلاحاً تنافسيا هاما في بيئة الأعمال التي تتزايد فيها التحديات التي يواجها المدراء في العمل اليوم (محمود، 2007).

إحداث تغيير جوهري وسريع في جوانب مهمة لتبسيط إجراءات العمل وتخفيض كلف العمليات والعاملين والعمل بممارسات إدارية جديدة (النجار، 2004).

التغيير الجذري الشامل على مستوى المؤسسة ككل أو تغيير جزئي من خلال أقسامها (احمد، 2017) .

هي نموذج جديد يتضمّن مجموعة من الأدوات التي يمكن من خلالها تحسين وتطوير أسلوب العمل في المؤسسات وتحسين قدرات المسؤولين في مواجهة المنافسة (الدين، 2013).

هي عملية إعادة تفكير مبدئي وأساسي وإعادة تصميم العمليات بالاعتماد على المستفيد بصفة جذرية بهدف تحقيق تحسين في معايير الأداء الحاسمة كالتكلفة في العمل والجودة في الخدمة وسرعة إنجاز العمل (احمد ت.، 2016) .

كما يعرّفها الباحثان على أنها مجموعة من الإجراءات التي تستهدف إعادة النظر في عمل مؤسسات المعلومات وإعادة تنظيمها لجعلها أكثر كفاءة وفاعلية في تقديم خدمات المعلومات للمستفيدين.

من خلال التعريفات أعلاه يمكن أن يستنتج الباحثان بأن إعادة الهندسة Re- engineering تمثل في:

- 1. مرتكز للتحدي والتنافس في بيئة الأعمال.
- 2. الهدف التغيير الجذري (من نقطة الصفر للعمل) وليس عملية ترميم أو ترقيع أو إصلاح بل تجديدها.



- 3. التغيير ممكن يكون جزئي أو كلى حسب رؤية المنظمة.
- 4. تقليل الجهود والكلفة المالية والبشرية وتقليل الوقت مع ارتفاع جودة الخدمة.
 - 5. تدريب العاملين من خلال سياسة تعليم جديدة.
 - 6. التركيز على المستفيد بشكل أساسى.

أهداف إعادة الهندسة (الهندرة) Re- engineering في مؤسسات المعلومات:

إن لإعادة الهندسة أهداف عامة في مؤسسات المعلومات يمكن إيجازها بالآتي:

- 1. التحول بأسلوب العمل من الجامد إلى المتحرك والمرن (محمد، 2009، صفحة 16)
 - 2. انخفاض كلفة تقديم خدمات المعلومات المادية والبشرية.
- 3. منح العاملين بمؤسسات المعلومات صلاحيات وتحمل المسؤوليات والإشراف الملاصق للعمل وإتباع أسلوب الرقابة المتوازن والتجاوز عن الأخطاء البسيطة والمحدودة وحلها لحظة اكتشافها (مسرعي، 2006؛ محمد، 2009).
 - 4. تقديم خدمات معلومات ذات جودة عالية.
 - السرعة في الاستجابة للمستفيدين أثناء طلب الخدمة (Matheson, 2011).
 - 6. إدماج العمليات المتشابهة لتقليل التداخل في العمل وتكرار الجهد (الدجني، 2013).
- 7. تحقيق الأداء النوعي وليس الكمّي من خلال انتقال العاملين من المهام المتعددة إلى المهام المتخصصة ,Fredrik (Fredrik). 2018.

خصائص إعادة الهندسة (الهندرة) Re- engineering في مؤسسات المعلومات : لإعادة الهندسة خصائص عدّة يمكن بيانها بالآتي : (داود، 2015) :

- 1- نقطة البداية من الصفر.
 - 2-التركيز على المستفيد.
- 3-الاستخدام الأفضل لتكنولوجيا المعلومات في تقديم خدمات المعلومات.
 - 4-إلغاء مفهوم البيروقراطية في العمل.
 - 5-مشاركة العاملين في صنع القرار.
 - 6-اندماج وظائف متشابهة عدة في وظيفة واحدة.
- 7-الطموح اللا محدود لتحقيق نتائج مبهرة وتحسينات كبيرة في تقديم خدمات المعلومات.
 - 8-التركيز على تحقيق الأهداف الإستراتيجية.



عمليات إعادة الهندسة (الهندرة) Re- engineering في مؤسسات المعلومات: توجد أربع عمليات مهمة بحاجة إلى إعادة هندستها يمكن بيانها بالأتي (عمشة، 2011)

تفاصيلها	اسم العملية	ت
يطلق عليها عمليات ذات قيمة مضافة وهي العمليات ذات العلاقة بتقديم	عملیات جو هریة	1
خدمات المعلومات للمستفيد .	Processes	
يطلق عليها عمليات تساعد في تكوين القيمة المضافة، وتسهم في دعم	عملیات مساندة Support	2
العمليات الأساسية الجوهرية وهي خدمات لا تخلف قيمة مضافة مباشرة	Processes	
للمستفيد ومن امثلتها الإجراءات المكتبية المصاحبة لتقديم خدمات		
المعلومات وعملية تطوير ها وصيانتها .		
تمارس هذه العمليات من قبل المستويات الإدارية المختلفة داخل	عمليات إدارية	3
مؤسسات المعلومات وتمثل عمليات تخطيط وتوجيه ورقابة وإشراف.	Management	
	Processes	
كالعمليات الحاصلة بين مؤسسات المعلومات والأطراف الخارجية	عمليات تعاونية تشاركية	4
كلجان المشتريات والتزويد بمصادر المعلومات من الناشرين والموردين	Business Network	
، حيث تستخدم الهندرة لإعادة تصميم تلك العمليات بالأسلوب الذي يعظم	Processes	
خدمات المعلومات المقدمة للمستفيد وتلبية حاجاته .		

(الجانب التطبيقي)

المحور الثاني: شمل هذا المحور الجانب التطبيقي والذي تمثل بالآتي:

- 1. تصميم استبانة من خلال الدراسات السابقة وإجراء التعديلات الجوهرية عليها.
 - 2. عرض الاستبانة على محكّمين وتحكيمها.
- 3. إجراء اختبارات الفا كرونباخ على فقرات ومحاور الاستبانة لبيان صدقها وثباتها.
 - 4. إجراء إحصاءات ومقابلات مع أمناء المكتبات في جامعة ديالي.
- توزيع الاستبانة على جميع أفراد العينة والبالغ عددهم (59) شخصاً وبنسبة 100% من الموارد البشرية (أمناء مكتبات، موظفين إداريين، وموظفين بمهام أخرى).



- 6. جمع استمارات الاستبانة.
- 7. تحليل الاستبانة بالاعتماد على برنامج spss النسخة 21 ويمكن بيان تفاصيل ذلك وفق الآتي:

معامل الثبات:

لغرض إثبات فقرات ومحاور الاستبانة ولضمان دقة النتائج، فقد تمّ استخدام معامل الثبات (الفاكرونباخ) والتي تستند إلى إثبات كل فقرة من فقرات الاستبانة وكما هو موضح بالجدول الآتى:

جدول (1): معامل الثبات للاستبانة الفا كرونباخ

معامل الثبات القاكرونباخ	عدد الفقرات	المحور	Ü
0.631	7	التغييرات الأساسية	1
0.638	5	الدعم	2
0.657	7	واقع العمليات الفنية لخدمات المعلومات	3
0.554	6	فاعلية خدمات المعلومات	4
0.587	6	تحسين الأداء	5

يتضح من الجدول (1) أن الاستبانة تتصف بصدق الاتساق الداخلي وتحقق شرط الصدق والثبات، إذ كان معامل الثبات مرتفعة لكل محاور وفقرات الاستبانة تراوحت بين (0.554 - 0.554).

المعلومات الديمغرافية:

أولا: أعداد العاملين حسب الجنس في مكتبات جامعة ديالى:



جدول (2): أعداد العاملين حسب مكتبات جامعة ديالي

		الموارد البشرية	المكتبة	ث
المجموع	الإِناث	الذكور		
17	6	11	المكتبة المركزية	1
4	1	3	مكتبة كلية التربية الأساسية	2
8	2	6	مكتبة كلية التربية للعلوم الإنسانية	3
3	0	3	مكتبة كلية التربية للعلوم الصرفة	4
3	2	1	مكتبة كلية التربية الرياضية	5
2	1	1	مكتبة كلية التربية (المقداد)	6
2	0	2	مكتبة كلية الزراعة	7
3	0	3	مكتبة كلية الطب	8
3	0	3	مكتبة كلية الطب البيطري	9
3	1	2	مكتبة كلية الهندسة	10
3	3	0	مكتبة كلية القانون والعلوم السياسية	11
1	0	1	مكتبة كلية الإدارة والإقتصاد	12
2	1	1	مكتبة كلية الفنون الجميلة	13
3	0	3	مكتبة كلية العلوم الإسلامية	14
2	0	2	مكتبة كلية العلوم	15
59	17	42	المجموع	
%100	%28	%72	النسبة %	

التحليل للجدول: يشير الجدول (2) إلى أعداد الموارد البشرية في مكتبات جامعة ديالى إذ مثلت نسبة الذكور 72% من المجموع الكلي للعاملين، في حين مثلت نسبة الإناث 28% من المجموع الكلي، فضلا عن ذلك فإن ما ورد يشير إلى النقص الكبير والواضح في أعداد الموارد البشرية لمؤسسات المعلومات في جامعة ديالى.



ثانيا: الموارد البشرية في مكتبات جامعة ديالي حسب المؤهل العلمي:

جدول (3): المؤهل العلمي للموارد البشرية في مكتبات جامعة ديالي

%	العدد	الشهادة	ت
%5	3	دكتوراه	1
%10	6	ماجستير	2
%42	25	بكالوريو <i>س</i>	3
%19	11	دبلوم	4
%24	14	إعدادية فما دون	5
%100	59	المجموع	

التحليل للجدول: يتضح من الجدول (3) أن هنالك فروق في نسبة المؤهل العلمي في مكتبات جامعة ديالى، إذ كانت المرتبة الأولى للمؤهل الأكاديمي البكالوريوس إذ بلغ 25 فرداً وبنسبة 42% يلي ذلك أصحاب المؤهل إعدادية فما دون بلغ عددهم 14 وبنسبة 24% يلي ذلك في المرتبة الثالثة الحاصلين على شهادة الدبلوم إذ بلغ عددهم 11 فرداً وبنسبة 19% من المجموع الكلى.

ثالثًا: الموارد البشرية في مكتبات جامعة ديالي حسب التخصص العلمي:

جدول (4): تخصص العاملين في مكتبات جامعة ديالى

النسبة %	العدد	التخصص	Ü
%17	10	معلومات ومكتبات	1
%83	49	أخرى	2
%100	59	المجموع	

التحليل للجدول: يشير الجدول (4) إلى أن هنالك فروقات في مستوى المؤهلين من المتخصصين في مجال المعلومات والمكتبات نسبة 17% من مجموع العاملين في حين كانت نسبة عير المتخصصين نسبة كبيرة جدا مثلت 83% من المجموع الكلي.



محاور الاستبانة:

المحور الأول: التغييرات الأساسية:

تم رصد واقع التغييرات الأساسية في مكتبات جامعة ديالى من خلال فقرات هذا المحور ويمكن إيضاح تفاصيلها وفق الجدول الآتى:

جدول (5): التغييرات الأساسية في مكتبات جامعة ديالى

اتر <u>بان</u>	ئر ئ ئر ئ	الوزن	الوسط	يد اتفق	لا اتفق	ع ۲	اتغق	اتفق بشدة	الفقرة	ت
2	متوسطة	%74	3.72	3	9	28	14	5	المساهمة	1
				%5	%15	%47	%24	%8	في ابتكار	
									طرق	
									جديدة	
									للأداء في	
									العمل	
									الخدمي	
									في المكتبة	
4	متوسطة	%70	3.54	5	12	22	18	2	القدرة	2
				%9	%20	%37	%31	%3	على تنظيم وتصميم العمل بما	
									وتصميم	
									العمل بما	
									يتلاءم	
									ويتفق	
									تطلعات	
									المستفيدين	
									•	



1	كبيرة	%90	4.54	0	2	18	31	9	السعي	3
				%0	%3	%31	%53	%15	دائما	
									لتكوين	
									نظرة	
									إيجابية	
									للمكتبة من	
									حيث	
									إجراءات	
									العمل	
									والسياسات	
									والهيكل	
									التنظيمي .	
6	منخفضة	%59	2.98	7	19	25	7	1	الوصف	4
				%12	%32	%42	%12	%2	الوظيفي	
									للموارد	
									البشرية	
									يتسم	
									بالوضوح	
									بشكل	
									مستمر.	
7	منخفضة	%54	2.74	14	18	14	11	1	البرامج	5
				%24	%31	%24	%19	%2	التدريبية	
									للموارد البشرية	
									البشرية	

									10 57	
									تقوم على	
									أهواء	
									العاملين.	
3	متوسطة	%72	3.64	2	9	32	14	2	أعرف	6
				%3	%15	%54	%24	%3	كيفية	
									إنجاز	
									المهام	
									الإدارية	
									والخدمية	
									المختلفة	
									داخل بيئة	
									العمل.	
4	متوسطة	%71	3.56	4	5	37	12	1	أنظم	7
				%6	%9	%63	%20	%2	إجراءات	
									تقديم	
									خدمات	
									المعلومات	
									للمستفيدين	
									وفق	
									الأهداف	
									المرسومة	

التحليل للجدول: يتضح من الجدول (5) أن الفقرة رقم (3) والتي نصت (السعي دائما لتكوين نظرة إيجابية للمكتبة من حيث إجراءات العمل والسياسات والهيكل التنظيمي) احتلت المرتبة الأولى من خلال حصولها على متوسط حسابي بمقدار (4.54) وبوزن مئوي بمقدار 09%، وجاءت الفقرة رقم (1) والتي نصّت (المساهمة في ابتكار طرق جديدة للأداء في العمل الخدمي في المكتبة) في المرتبة الثانية وبمتوسط حسابي (3.72) ووزن مئوي بمقدار 74% في حين جاءت الفقرة (6) في المرتبة الثالثة والتي نصت (أعرف كيفية إنجاز المهام الإدارية والخدمية المختلفة داخل بيئة العمل) بمتوسط حسابي 3.64 وزن مئوي 7%.

كما يشير الجدول إلى أن محور التغييرات الأساسية بأن درجة التطبيق تراوحت بين المرتفعة والمتوسطة والمنخفضة وهذا ما يشير إلا إن المكتبات الأكاديمية في جامعة ديالى تقوم على إجراء تغييرات بسيطة على نواحي تقديم الخدمة بواقع 7/1 * 000 = 0.00 في حين أنها لا تقوم بتغييرات متوسطة بواقع 7/4 * 000 = 0.00 في حين أنها لا تقوم بإجراءات تغيير مطلق بمستوى 0.00 = 0.00 في حين أنها لا تقوم بإجراءات تغيير مطلق بمستوى 0.00 = 0.00



المحور الثاني: دعم الإدارة لتطبيق إعادة الهندسة (الهندرة) في مؤسسات المعلومات:

تناول محور دعم الإدارة لتطبيق إعادة هندسة العمليات لخدمات المعلومات في مكتبات جامعة ديالى من خلال الفقرات (5) الواردة في المحور، وتفاصيل ذلك يمكن إيضاحها بالآتي:

جدول (6): دعم الإدارة لإعادة هندسة خدمات المعلومات

5	1 5	= =	a *	7	7"	a	_	اتفو		Ü
ائري ن	درجة اتطسة	الوزن	الوسط	لا اتفق	١١غق	محايد	اتفق	اتفق بشدة	الفقرة	
2	مرتفعة	%87	4.38	0	6	15	28	10	الإدارة	1
				%0	%10	%25	%47	%16	تسعى لتبني	
									أفكار خلّاقة	
									وتجعلها	
									موضع	
									للتطبيق.	
1	مرتفعة	%88	4.42	0	3	19	27	10	الاستفادة	2
				%0	%5	%32	%47	%16	المباشرة من	
									التطورات	
									في مجال	
									تكنولوجيا	
									المعلومات	
									في العمل	
									الخدمي	
5	متوسطة	%74	3.71	1	10	33	10	5	الإدارة	3
				%2	%16	%56	%16	%8	تسمح	
									تسمح باستخدام اللامركزية	
									اللامركزية	



4
5
ا ا ا ا ا ا ا ا ا ا ا ا ا ا ا ا ا ا ا

التحليل للجدول: يتضح من الجدول (6) أن الفقرة رقم (2) والتي نصت (الاستفادة المباشرة من التطورات في مجال تكنولوجيا المعلومات في العمل الخدمي) احتلت المرتبة الأولى من خلال حصولها على متوسط حسابي بمقدار (4.42) وبوزن مئوي بمقدار 88%، وجاءت الفقرة رقم (1) والتي نصت (الإدارة تسعى لتبني أفكار خلاقة وتجعلها موضع للتطبيق.) في المرتبة الثانية وبمتوسط حسابي (4.38) ووزن مئوي بمقدار 87% في حين جاءت الفقرة (5) في المرتبة الثالثة والتي نصت (تعمل المكتبة على الاستفادة الموارد البشرية والمعرفية في تطوير خدماتها) بمتوسط حسابي 4.22 وزن مئوي 88%.

كما يشير الجدول إلى أن محور دعم الإدارة لإعادة الهندسة بأن درجة التطبيق تراوحت بين المرتفعة والمتوسطة وهذا ما يشير إلى أن الإدارة في مكتبات جامعة ديالى تدعم إعادة هندسة عملياتها لتحسين خدماتها بشكل مرتفع بواقع 5/3 *00 = 00%.



المحور الثالث: واقع العمليات الإدارية والفنية لخدمات المعلومات:

مثلت فقرات المحور والبالغ عدها (7) فقرات واقع العمليات الإدارية والفنية لخدمات المعلومات في مكتبات جامعة ديالى وتفاصيل ذلك يمكن بيانها وفق الأتى:

جدول (7): واقع العمليات الإدارية لخدمات المعلومات

الترتيب	درجة التطابة			لا اتفق		3 17 7	اتفق	اتفق بشدة	الفقرة	ប
2	متوسط	%61	3.06	8	22	15	14	0	أهتم بتغيير	1
				%14	%37	%25	%24	%0	العمليات	
									الإدارية	
									والفنية	
									لخدمات	
									المعلومات	
									لا تطوير ها.	
5	منخفض	%58	2.94	12	14	25	8	0	أهتمّ	2
				%20	%24	%43	%14	%0	بالعمليات	
									المساندة	
									للعمليات	
									الإدارية	
									والفنية	
									لخدمات	
									المعلومات	
4	منخفض	%59	2.96	15	7	31	4	2	أحدّد	3
				%25	%12	%53	%7	%3	العمليات	
									العمليات والإجراءات	



									التي تؤدي	
									إلى خلل	
									کبیر ف <i>ي</i>	
									تقديم الخدمة	
7	منخفض	%56	2.84	10	24	18	5	2	استخدم عدة	4
				%17	%40	%31	%8	%3	طرق لتنفيذ	
									العمليات	
									وإجراءات	
									خدمات	
									المعلومات .	
6	منخفض	%57	2.88	13	11	21	9	5	أضع رؤية	5
				%22		%35	%15	%8	مستقبلية	
									للعمليات	
									الإدارية	
									والخدمية .	
3	متوسط	%60	3.02	3	28	20	8	0	أسعى لرفع	6
				%5	%47	%34	%14	%0	مستوى	
									جودة	
									العمليات	
									الفنية	
									لخدمات المعلومات	
									المعلومات	
1	متوسط	%61	3.08	11	10	30	7	1	أسعى في	7
				%19	%17	%50	%12	%2	تقديم	
	1		l	l			l	l	1	1

				خدمات	
				المعلومات	
				بشکل کامل	
				•	

التحليل للجدول: يتضح من الجدول (7) أن الفقرة رقم (7) والتي نصت (أسعى في تقديم خدمات المعلومات بشكل كامل) احتلت المرتبة الأولى من خلال حصولها على متوسط حسابي بمقدار (3.08) وبوزن مئوي بمقدار (61%، وجاءت الفقرة رقم (1) والتي نصت (أهتم بتغيير العمليات الإدارية والفنية لخدمات المعلومات لا تطويرها.) في المرتبة الثانية وبمتوسط حسابي (3.06) ووزن مئوي بمقدار 61% في حين جاءت الفقرة (6) في المرتبة الثالثة والتي نصت (أسعى لرفع مستوى جودة العمليات الفنية لخدمات المعلومات.) بمتوسط حسابي 3.02 وزن مئوي 60%.

كما يشير الجدول إلى أن محور واقع العمليات الإدارية والفنية لخدمات المعلومات بأن درجة التطبيق تراوحت بين المتوسطة والمنخفضة وهذا ما يشير, إلا أن واقع خدمات المعلومات في مكتبات جامعة ديالى كانت منخفضة بنسبة كبيرة إذ مثلت درجة تطبيق متوسطة بواقع 7/3 *00=85، وبشكل منخفضة بواقع 7/4 *00=85. كما أنها خلت من أي فقرة بشكل مرتفع وهذا ما يشير إلى أن المكتبات بحاجة إلى إعادة هندسة عملياتها في مجال تقديم خدمات المعلومات للمستفيدين.

محور فاعلية خدمات المعلومات:

مثلت فقرات فاعلية خدمات المعلومات والبالغ عددها (6) فقرات لغرض بيان مستوى فاعلية خدمات المعلومات المقدمة للمستفيدين في مكتبات جامعة ديالي، وتفاصيل ذلك يمكن بيانها وفق الجدول الآتي:

جدول (8): فاعلية خدمات المعلومات في مؤسسات المعلومات

التريت		درجة	ائوزن	الوسط	لا اتفق	لا اتفو	محابد	اتفق	اتفق بشدة	الفقرة	ت
J.		, 4 , 3			, j	Ö	•		न		
	6	منخفضة	%50	2.52	14	27	14	4	0	تقييم	1
					%17	%46	%17	%7	%0	فاعلية	
										خدمات	
										المعلومات	
										المقدمة	
										للمستفيدين	
										بشكل	
										مستمر	
	3	منخفضة	%58	2.94	3	29	18	8	0	خدمات	2
					%5	%49	%30	%14	%0	المعلومات	
										المقدمة	
										متوقعة	
										من	
										المستفيد .	
	4	منخفضة	%58	2.94	5	22	30	2	0	ترجمة توقعات	3
					%8	%37	%50	%3	%0	توقعات	
										المستفيد	



									من	
									خدمات	
									خدمات المعلومات	
									ومقارنتها	
									مع الخدمة المتوقعة .	
									المتوقعة .	
1	مرتفعة	%83	4.16	1	9	17	22	10	خدمات	4
				%2	%15	%29	%37	%17	المعلومات	
									المقدمة	
									للمستفيد	
									تعاني من	
									مشاكل	
									وعيوب	
									أثناء	
									إنجاز ها .	
2	متوسطة	%60	3.02	10	14	28	6	1	مستوى	5
				%17	%17	%47	%10	%2	خدمات	
									المعلومات المقدمة	
									المقدمة	
									للمستفيد	
									تلبي	
									احتياجاته	
5	منخفضة	%56	2.84	13	15	27	2	2	تتجاوز	6



		%22	%25	%46	%3	%3	خدمات	
							المعلومات	
							المقدمة	
							لكل	
							احتياجات	
							المستفيدين	

التحليل للجدول: يتضح من الجدول (8) أن الفقرة رقم (4) والتي نصت (خدمات المعلومات المقدمة للمستفيد تعاني من مشاكل وعيوب أثناء إنجازها) واحتلت المرتبة الأولى من خلال حصولها على متوسط حسابي بمقدار (4.16) وبوزن مئوي بمقدار 88%، وجاءت الفقرة رقم (5) والتي نصّت (مستوى خدمات المعلومات المقدمة للمستفيد تلبي احتياجاته) في المرتبة الثانية وبمتوسط حسابي (3.02) ووزن مئوي بمقدار 60% في حين جاءت باقي الفقرات وهي تحت خط القبول.

كما يشير الجدول إلى أن محور فاعلية خدمات المعلومات بأن درجة التطبيق تراوحت بين المرتفعة والمتوسطة والمنخفضة وهذا ما يشير إلا أن فاعلية خدمات المعلومات كانت تقدم بطريقة منخفضة في مكتبات جامعة ديالى إذ مثلت درجة تطبيق مرتفعة بواقع 6/1 * 00 = 10، وبشكل متوسطة بواقع 6/1 * 00 = 10، وهذا ما يشير إلى الضعف الحاصل بمستوى خدمات المعلومات في مكتبات جامعة ديالى.



محور تحسين الأداء:

مثلت فقرات محور تحسين الأداء والبالغ عددها (6) فقرات لغرض بيان مستوى الرغبة في تحسين الأداء لخدمات المعلومات المقدمة للمستفيدين في مكتبات جامعة ديالي، وتفاصيل ذلك يمكن بيانها وفق الجدول الأتي:

جدول (9): تحسين الأداء لخدمات المعلومات

a	7 5	5 *	5 *	7*	7*	q	_	_	الفقرة	Ü
لترتي	درجة التطاءة	الوزن	الوسط	لا اتفق	لا اتفق	محايد	اتفق	اتفق		
1	مرتفعة	%84	4.22	2	2	28	14	13	الرغبة في	1
				%3	%3	%47	%24	%22	التحسين	
									المستمر	
									لكافة	
									خدمات	
									المعلومات	
									المقدمة	
									للمستفيد .	
4	مرتفعة	%80	4.00	1	9	25	14	10	استخدام	2
				%2	%15	%42	%24	%17	تكنولوجيا	
									المعلومات	
									في مختلف	
									أنشطة	
									خدمات	
									المعلومات	
6	متوسطة	%66	3.32	1	17	34	6	1	استخدام	3
				%2	%29	%58	%10	%2	أنظمة	
									رقابية	

									تتابع	
									إجراءات	
									تقديم	
									الخدمة	
									لغرض	
									تصحيحها.	
3	مرتفعة	%80	4.04	3	20	19	13	4	قياس نسبة	4
				%5	%34	%32	%22	%7	المخزون	
									من	
									المقتنيات	
									غير	
									المستخدمة	
									خلال مدة	
									معينة	
									باستمرار.	
5	متوسطة	%68	3.44	5	10	29	15	0	استخدام	5
				%8	%17	%49	%25	%0	أساليب	
									حديثة	
									لتحليل	
									إجراءات	
									تقديم	
									الخدمة	
									للمستفيد	
2	مرتفعة	%81	4.06	1	0	38	12	8	تشكيل	6
								•	•	

		%2	%0	%64	%20	%14	فرق عمل	
							لأجل	
							تحسين	
							الأداء في	
							تقديم	
							خدمات	
							المعلومات	

التحليل للجدول: يتضح من الجدول (9) أن الفقرة رقم (1) والتي نصت (الرغبة في التحسين المستمر لكافة خدمات المعلومات المقدمة للمستفيد) احتلت المرتبة الأولى من خلال حصولها على متوسط حسابي بمقدار (4.22) وبوزن مئوي بمقدار 88%، وجاءت الفقرة رقم (6) والتي نصت (تشكيل فرق عمل لأجل تحسين الأداء في تقديم خدمات المعلومات) في المرتبة الثانية وبمتوسط حسابي (4.06) ووزن مئوي بمقدار 81% في حين جاءت المرتبة الثالثة للفقرة رقم (4) والتي نصت (قياس نسبة المخزون من المقتنيات غير المستخدمة خلال مدة معينة باستمرار) وبمتوسط حسابي (4.04) ووزن مئوي 80%.

كما يشير الجدول إلى أن محور تحسين خدمات المعلومات كان بدرجة مطابقة تراوحت بين المرتفعة والمتوسطة، إذ مثلت درجة التطابق المرتفعة بواقع 6/4*60=67%، ودرجة تطابق متوسطة بواقع 6/2*60=67%، وهذا ما يشير إلى أن المكتبات في جامعة ديالي ترغب في تحسين مستوى أداء خدمات المعلومات.

النتائج:

من خلال ما ورد في أعلاه فقد خرج البحث بجملة من النتائج يمكن بيانها بالآتي:

- تعاني مؤسسات المعلومات في جامعة ديالى من قلة عدد العاملين فيها، فضلا عن أن نسبة الذكور بلغت 72% مقابل
 من الإناث.
- بلغت نسبة المتخصصين في المعلومات والمكتبات 10% من المجموع الكلي للعاملين مقابل 90% من غير المتخصصين وهذا يؤدي إلى ضعف في مستوى خدمات المعلومات المقدمة.
- 3. مستوى التغييرات الأساسية القائمة في مؤسسات المعلومات بجامعة ديالى مثلت 14% مرتفعة، 57% متوسطة، ومثلت نسبة 29% منها لا تقوم بأي تغييرات.



- 4. يوجد دعم كامل من الإدارة للارتقاء بمستوى الأداء وإعادة هندسة العمليات لخدمات المعلومات إذ كانت بواقع 60% مرتفعة، وبنسبة 40% متوسطة.
 - 5. يوجد ضعف واضح في مستوى خدمات المعلومات المقدمة للمستفيدين بواقع 43% متوسطة، و 57% منخفضة.
- 6. كانت مستوى فاعلية خدمات المعلومات في مؤسسات المعلومات بجامعة ديالى منخفضة إذ بلغت 67% منخفضة الأداء،
 و هذا ما يثبت فرضية البحث.
 - 7. مستوى تحسين الأداء من خلال إعادة هندسة العلميات بلغ بمستوى مرتفع 67%، وبلغت متوسطة بنسبة 33%.

التوصيات:

في ضوء النتائج التي توصل إليها البحث وضع الباحثان التوصيات الأتية:

- 1. دعم إدارة الجامعة لمؤسسات المعلومات من خلال رفدها بالموارد البشرية المتخصصة لما لها من أهمية في الارتقاء بمستوى خدمات المعلومات المقدمة.
- تطبيق إجراءات إعادة هندسة العمليات Re- engineering في إجراءات العمل كافة لمؤسسات المعلومات في جامعة ديالي.
 - إجراء دراسات مماثلة لإعادة هندسة العمليات لكل خدمة من خدمات المعلومات في مؤسسات المعلومات.



المراجع الانجليزية

- Fredrik, M. (2018). Retrieved from Milani Fredrik --- Garcia-Banuelos Luciano. Block chain and 2Principles of Business Process Re-Engineering for Process Innovation, arXiv: 1806.03054v1 [cs.SE] 8 Jun 2018
- Matheson, V. N. (2011). Retrieved from Valeriefloranceand Ninawa Matheson. The Health Sciences Librarian as Knowledge Worker. FLORANCE & MATHESON/HEALTH SCIENCES LIBRARIAN. 2011 access on

المراجع العربية

- إبراهيم محمد عبيد مسرعي. (2006). إعادة هندسة العمليات الإدارية ودورها في تطوير الأداء الوظيفي سالة ماجستير. الرياض: جامعة نايف للعلوم الأمنية: كلية العلوم الاجتماعية والإدارية.
- أحمد عبد المجيد محمد ابو عمشة. (2011). أثر تطبيق إعادة هندسة العمليات الإدارية على أداء صندوق الطالب بالجامعة الإسلامية من وجهة نظر الطلبة: دراسة حالة. فلسطين: الجامعة الإسلامية, كلية التجارة, قسم أدارة الأعمال.
 - إسماعيل عبدالله محمد. (2009). تحسين جودة الخدمة في الجامعات الفلسطينية عبر إعادة هندسة العمليات الإدارية، رسالة ماجستير. غزه: الجامعة الاسلامية.
- الشمري، احمد بن عبد الرحمن و عبد الرحمن بن احمد وبشرى بنت بدير المرسى. (2014). مبادئ ادارة الاعمال: الاساسيات والاتجاهات الشمري، احديثة. الرياض: العبيكان.
 - أنعام على توفيق الشهربلي. (2011). أساليب قياس قيمة المعلومات. عمان: مؤسسة الوراق للنشر.
 - أياد على الدجني. (2013). أنموذج مقترح لإعادة هندسة العمليات الإدارية وحوسبتها في مؤسسات التعليم العالي (الجامعة الإسلامية در اسة حالة)، . مجلة جامعة دمشق.
 - تسابيح محمد طه احمد. (2016). السودان: كلية الدراسات العليا، قسم إدارة الإعمال، (ماجستير).
- سيناء جار الله احمد. (2017). إعادة هندسة العمليات الإدارية (الهندره) ودورها في تحسين أداء شركات التامين. مجلة الجامعة العراقية. aId=139078&https://www.iasj.net/iasj?func=fulltext
 - صباح مجيد، عبد الكريم محسن النجار. (2004). إدارة الإنتاج والعمليات. عمان: دار وائل.
 - صفاء صلاح الدين. (2013). إعادة الهندرة كأحد المداخل الحديثة للتطوير الإداري في المنظمات العامة.
 - غسان قاسم داود و علياء محمد خليل وفضيلة سلمان داود. (2015). دور إعادة هندسة عمليات الإعمال في التحسين المستمر: دراسة استطلاعية لأراء عينة من التدريسيين.
 - محمو د . د . م . (2007) أثر إعادة الهندسة في تحقيق المزايا التنافسية . مجلة التقني، مج

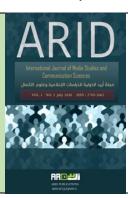


ARID Journals

ARID International Journal of Media Studies and Communication Sciences (AIJMSCS)

ISSN: 2709-2062

Journal home page: arid.my/j/AIJMSCS



مَجِلةُ أُريد الدَّوليةُ للدراسات الإعلامية وعلوم الإتصال

العدد 2 ، المجلد 1 ، تموز 2020 م

University students are exposed to TV commercials and their impact on their purchasing power

"A survey study on a sample of students of the Faculty of Management and Economics at the Iraqi University"

Salah Ghanim Noori Al-Hasani

Department of Radio and Television Journalism, Media College, Al-Iraqiya University, Baghdad, Iraq

تعرض طلبة الجامعة للإعلانات التلفزيونية وانعكاساتها على القدرة الشرائية لهم

صلاح غانم نوري الحسني قسم الصحافة الإذاعية والتلفزيونية / كلية الإعلام / الجامعة العراقية

> salah_gh2003@yahoo.com Arid.my/0003-6817

https://doi.org/10.36772/arid.aijmscs.2020.124



ARTICLE INFO

Article history:
Received 07/02/2020
Received in revised form 20/03/2020
Accepted 25/04/2020
Available online 15/07/2020
https://doi.org/10.36772/arid.aijmscs.2020.124

الملخص

يُعدُّ هذا البحث من البحوث الوصفية، والذي يصِف تعرّض طلبة الجامعة للإعلانات التلفزيونية وانعكاساتها على القدرة الشرائية لهم، ويهدف البحثُ إلى معرفة اهتمام الطلبة في متابعة ومشاهدة هذه الإعلانات، والكشف عن دوافع تعرّض الطلبة لها، وتحديد أساليب عرضها، ومعرفة تأثيرها على القدرة الشرائية للطلبة.

واستخدم الباحث المنهج المسحي (الميداني) لمسح عينة من الجمهور المُستهدف، وتمَّ تحديد عينة عشوائية بسيطة من طلبة الدراسات الأولية في كلية الإدارة والاقتصاد بالجامعة العراقية للدراستين الصباحية والمسائية، وقد بلغَ حجم العينة (200) مبحوث من الذكور والإناث، وخلص البحث إلى أهم وأبرز النتائج الآتية:

1- وجود اهتمام دائم للطلبة في مشاهدة الإعلانات التلفزيونية.

2- تبين أن الإعلانات التلفزيونية تساعد دائماً بتكوين الرغبة في شراء السلع والخدمات.

3- كشف البحث النجاح الدائم للإعلانات التلفزيونية في التأثير على القدرة الشرائية للطلبة.

الكلمات المفتاحية: نظرية التعرض، الإعلان التلفزيوني، السلوك الشرائي، جاذبية الإعلان، الرسالة الإعلانية



Abstract

This research is a descriptive research, which describes the exposure of university students to television advertising and its implications on the purchasing power of them, and the research aims to know the interest of students in the follow-up and watch these ads, and to detect the motives of students exposure to them, and determine the methods of display, and know their impact on the purchasing power of students.

The researcher used the survey method (field) to survey a sample of the target audience, and was selected a simple random sample of students of primary studies in the College of Administration and Economics at the University of Iraq for morning and evening studies, the sample size was (200) male and female respondents, the research concluded to the most important results The following:

- 1- Students are always interested in watching TV commercials.
- 2- TV advertising has always been shown to help build the desire to buy goods and services.
- 3- The research revealed the continued success of television advertising in influencing students' purchasing power.

Keywords: Exposure theory, television advertising, purchasing behavior, advertising attractiveness, advertising message



مقدمة

إنّ الإعلان نشاطً إنساني قديم في مختلف المجتمعات الانسانية، إذ يمارسه كلّ مجتمع وبما يتفق مع ظروف العصر، وما توافر فيه من وسائل الاتصال، وقد جاء تطوره في العصر الحديث انعكاساً لعوامل عدّة حتى أصبح جزءًا أساسياً من حياة الأفراد في العالم.

وتزايد الاهتمام بالإعلان التلفزيوني بوجه خاص لأنه الأقوى تأثيراً على اتجاهات الأفراد، ويُؤثر على الأنماط الاستهلاكية لتزويد المستهلك بمعلومات عن مختلف السلع والخدمات، وبالتالي اتخاذ قرار الشراء من خلال لفت انتباه المستهلك للعلامة التجارية، وقد أدرك المنتجون هذه الأهمية فتحوّل تفكير هم من تجويد المنتج وتحسين صورته إلى تمويل الحملات الإعلانية. وتحظى دراسة سلوك الأفراد بأهمية كبيرة من حيث القدرة الشرائية، وتتأثر بعوامل عديدة منها اختلاف الدول والمناطق والأجناس والعادات والأعراف والتقاليد والقوانين والحضارات وغيرها، وتمثل هذه القدرة نقطة مهمة وأساسية بالنسبة لمختلف المنظمات.

المبحث الأول/ الإطار المنهجى للبحث

أولاً: مشكلة البحث:

إنّ النقطة البداية في أي بحث من البحوث العلمية هي الإحساس بمشكلة البحث "كونه تساؤل يدور في ذهن الباحث حول موضوع غامض يحتاج إلى تفسير " (سلمان، 1973) ، ويمكن تعريف مشكلة البحث بأنها "عبارة عن جملة استفهامية أو عبارة عن تساؤل محدد لاختبار العلاقة بين متغيرين أو أكثر" (كشرود، 2007) ، ومن هنا يتضح أن مشكلة البحث تحدد في الإجابة عن التساؤل الرئيس وهو "ما مدى تعرّض الطلبة الجامعة للإعلانات التلفزيونية وانعكاساتها على القدرة الشرائية لهم"، ومنه تتفرع مجموعة من التساؤلات الفرعية الأتية:

- 1. ما مدى اهتمام الطلبة في متابعة ومشاهدة الإعلانات التلفزيونية؟
 - 2. ما دوافع تعرض الطلبة للإعلانات التلفزيونية؟
- 3. هل الإعلانات التلفزيونية تعدُّ كمصدر للمعلومات عن السلع والخدمات؟
- 4. ما أساليب الإعلانات التلفزيونية وانعكاساتها في تفضيل الطلبة للسلع والخدمات؟
 - 5. هل تؤثر الإعلانات التلفزيونية على القدرة الشرائية للطلبة؟



ثانياً: أهمية البحث:

يكتسب هذا البحث أهميته عن طريق ما يتمتع به الإعلان من أهمية بالغة، إذ أن التطور المستمر في مجالات الحياة المختلفة وازدياد عدد السكان واتساع الرقعة الجغرافية المسكونة من الأرض التي تؤدي بدورها إلى ازدياد الحاجة للإعلان الذي يقوم بتقديم المعلومات والأفكار إلى الناس بصورة دقيقة وبأساليب مثيرة ومبتكرة، ويعد من "أكثر ميادين المعرفة التي تعرضت لكثير من الجدل والانتقادات والمتعلقة بتحديد الجدوى منه وفعاليته سواء على مستوى الوحدة الاقتصادية أو على مستوى المجتمع ككل" (الصحن، 2000).

ويتمتع التلفزيون بخصائص كان لها الأثر البالغ في جعله وسيلة إعلانية ناجحة ومؤثّرة في المشاهدين، ولاسيما المشاهد العراقي الذي عرضت عليه أعداد كبيرة من الفضائيات بعد أن حُرِمَ منها لأوقات طويلة، ومن هنا تأتي هذه الدراسة لتتناول بالبحث استخدامات الجامعة العراقية على دراسته بالرغم من أهميته وخطورته المتمثلة في طرف يرغب في الإعلان، وطرف آخر يستقبله وفي استقصاء آراء هذين الطرفين تتضح كثير من الأمور التي ستؤثر حتماً في صناعة الإعلان كمّاً ونوعاً.

ثالثاً: أهداف البحث:

يمكن تقسيم أهداف هذا البحث إزاء الإعلان التلفزيوني للتعرف على الآتى:

- 1- التعرف على اهتمام الطلبة في متابعة ومشاهدة الإعلانات التلفزيونية.
 - 2- الكشف عن دوافع تعرض الطلبة للإعلانات التلفزيونية.
- 3- بيان أن الإعلانات التلفزيونية تعدّ كمصدر للمعلومات عن السلع والخدمات.
- 4- تحديد أساليب الإعلانات التلفزيونية وانعكاساتها في تفضيل الطلبة للسلع والخدمات.
 - 5- معرفة الإعلانات التلفزيونية وتأثيرها على القدرة الشرائية للطلبة.

رابعاً: نوع البحث ومنهجه:

يندرج هذا البحث ضمن البحوث الوصفية من حيث النوع، وتعرف البحوث الوصفية بأنها "أحد أشكال التحليل والتفسير العلمي المنظم لوصف ظاهرة أو مشكلة المنظم لوصف ظاهرة أو مشكلة محددة وتصويرها كمّياً عن طريق جمع البيانات والمعلومات مقننة عن ظاهرة أو مشكلة وتصنيفها وتحليلها وإخضاعها للدراسة الدقيقة" (الخياط، 2011).

أما منهج البحث المستخدم فهو المنهج المسحي، والذي يعرف بأنه "محاولة لجمع المعلومات من مفردات مجتمع الدراسة من أجل التعرف على الوضع الراهن لذلك المجتمع في ضوء متغير بحثي أو أكثر" (داود، 2006). ، وقد استخدم الباحث هذا المنهج لمسح طلبة الجامعة باعتباره من أكثر المناهج التي تنسجم مع طبيعة هذا البحث.



خامساً: مجتمع البحث:

يعرّف مجتمع البحث بأنه "جميع مفردات أو وحدات الظاهرة تحت البحث فقد يكون المجتمع سكان مدينة أو مجموعة من الأفراد في منطقة ما" (خليفة، 2009)، وتمّ تحديد المجتمع في طلبة الجامعة العراقية للدراسات الأولية.

سادساً: عينة البحث:

تعرّف العينة بأنها "مجموعة المفردات المختارة من المجتمع لإجراء الدراسة عليها" (عبدالمقصود، 2008)، وتمّ تحديد عينة عشوائية بسيطة من طلبة الدراسات الأولية في كلية الإدارة والاقتصاد بالجامعة العراقية للدراستين الصباحية والمسائية، وقد بلغ حجم العينة (200) مبحوث من الذكور والإناث.

سابعاً: أداة البحث:

تمّ اعتماد استمارة الاستبيان التي تعرّف بأنها "أداة لجمع البيانات وتمثل مجموعة من الأسئلة المكتوبة تتعلق بظاهرة ما يطلب من المستجوب الإجابة عليها" (النجار، 2010) ، حيث تم توزيعها على الطلبة من أجل الحصول على البيانات والمعلومات المطلوبة في هذا البحث.

ثامناً: حدود البحث:

- الحدود المكاتية: تمثلت في كلية الإدارة والاقتصاد في الجامعة العراقية.
 - الحدود الزمانية: تمثلت في المدة من 2019/9/1 إلى 2019/12/1م.
- الحدود الموضوعية: تمثلت بالإعلانات التلفزيونية وانعكاساتها على القدرة الشرائية.
 - الحدود البشرية: تمثلت في اختيار (200) مبحوث من الطلبة.

تاسعاً: إجراءات الصدق والثبات للبحث:

أ- اختبار الصدق:

يعني الصدق (Validity) بأنّه "صدق الأداة إن كانت صالحة لتحقيق الهدف الذي أعدت من أجله" (عبدالحميد، 2015) ، وقد تم قياس الصدق من خلال عرض استمارة الاستبيان على مجموعة من الخبراء والمحكمين المتخصصين في مجال الإعلام ومناهج البحث (*)؛ قبل توزيعها على عينة البحث بهدف التأكد من صلاحيتها للدراسة، وأنها تحقق الأهداف المرسومة لها، وتم الأخذ بالتعديلات عليها في ضوء الملاحظات التي أوصى بها المحكمون؛ لتصبح جاهزة للتطبيق، وعند تحليل النتائج وجد أنها كافية لاختبار ثبات أداة البحث.

ب- اختبار الثبات:



يقصد بالثبات (Reliability) "ثبات أداة جمع المعلومات أو البيانات للتأكد من درجة الاتساق العالية لها بما يتيح قياس ما تقيسه من ظاهرات ومتغيرات بدرجة عالية" (حسين، 2006)، وقد قام الباحث بإعادة اختبار الثبات من خلال التجزئة النصفية وإعادة تحليل جزء من الاستبيان وتم التوصل إلى نسبة ثبات (89٪) وهو ثبات عال جداً.

عاشراً: الأساليب الإحصائية المستخدمة في البحث:

اعتمد الباحث بعد جمع البيانات في تحليل والمعالجة من خلال جمع عدد التكرارات، ومن ثم استخراج النتائج عموماً على الحاسب الألي من أجل الوصول إلى النتائج النهائية، والمرجوة للبحث حسب القانون الحسابي الأتي:

عدد التكرارات الجزئي

عدد التكرارات الكلي

أحد عشر: التعريفات الإجرائية لمصطلحات البحث:

التعرض: هو استقبال الجمهور للرسالة الاتصالية (الإعلانية) من خلال القنوات التلفزيونية، وترتبط فعل التعرض بمعايير وخصائص منها ما يتعلق بشكل ومضمون الرسالة الإعلانية.

طلبة الجامعة: هم جماعة أو شريحة من الشباب المثقفين يدرسون ويتمركزون في مختلف المؤسسات التعليمية الجامعية، وتؤهلهم للقيام عند التخرج بدور وظفي في حياتهم المستقبلية. أو "هم الصفوة والقاعدة الشبابية في المجتمعات النامية، وبمعنى أخر أنه يجب التركيز على الشباب المثقفون لأنهم الفئة الأكثر استعداد لحمل الثورة والتغيير ورفض العنف، لاعتبارهم الذين يدركون التفاعل الاجتماعي السائد لكونهم القاطنين بالمراكز الحضارية" (وهبي، 1996).

الإعلانات التلفزيونية: هي "عملية اتصال سمعي بصري يتم من خلالها نقل المعلومات والبيانات عن السلع والخدمات والأفكار أو أحداث معينة مقابل أجر مدفوع من طرف المعلن بغرض التأثير في المتلقي، ودفعه لتقبل محتوى الرسالة الإعلانية والاستجابة لها (الموسوي، 2012).

انعكاسات: هي مقدار تأثير الإعلانات التافزيونية على القدرة الشرائية للطلبة من خلال طلبهم للسلع والخدمات المعلن عنها. القدرة الشرائية: هي مقدار أو مجموعة السلع والخدمات التي يمكن للطلبة شرائها بوحدة من العملة المتداولة أو من خلال كمية محددة من المال، أي معاينة وشراء السلع باستخدام النقود.



اثنا عشر: الدراسات السابقة:

نظراً للأهمية المتزايدة للإعلان في القنوات التلفزيونية، فقد تناوله الباحثون بالتقصيّ والتحليل للوقوف على أفضل الوسائل والأساليب الإعلانية التي تؤثر إيجابياً على جمهور المشاهدين، وقد قام الباحث بالإطلاع على عدد من الدراسات السابقة تم عرضها حسب الترتيب الزمني من الأقدم إلى الأحدث كالآتي:

أ- دراسة: تحسين منصور (2002) "أثر الإعلان التلفزيوني في السلوك الاستهلاكي" (منصور، 2002).

تعدُّ هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، وتهدف إلى تحليل العلاقة بين الإعلان التافزيوني وسلوك المستهلك في شمال الأردن، فقد استخدم الباحث المنهج المسحي من خلال توزيع استمارة الاستبيان على عينة عشوائية من الجمهور، وقد بلغ حجم العينة (440) مبحوث، ومن أهم الاستنتاجات التي توصلت إليها الدراسة هي:

إن النسبة الأكثر من مشاهدي الإعلانات التلفزيونية كانت بصورة دائمة، وتبين بوجود علاقة إيجابية بين زيادة التعرض للإعلانات والسلوك الاستهلاكي، بمعنى أن زيادة التعرض للإعلانات التلفزيونية يؤثر في استهلاك السلع أو الخدمات المعلن عنها، واتضح بوجود علاقة بين المؤهل العلمي وزيادة الاعتقاد بدور الإعلان، بمعنى أنه كلما ارتفع مستوى التعليم للأفراد زاد اعتقادهم بدور الإعلان في زيادة الاستهلاك.

ب- كتاب: سعد سلمان المشهداني (2012) "الإعلان التلفزيوني وتأثيره في الجمهور" (المشهداني، 2012).

ينتمي هذا الكتاب إلى البحوث والدراسات الاستكشافية الوصفية التي تعتمد على المنهج الوصفي التحليلي في الوصول إلى أهدافه من خلال جمع وتوصيف، وتحليل دور أساليب الإعلان التلفزيوني في تكوين الصورة الذهنية للسلع والخدمات المعلن عنها في قناة الشرقية.

وتمثل مجتمع البحث في المتعرضين لإعلانات قناة الشرقية الفضائية من الشباب الجامعي في جامعة تكريت، وتم اختيار عينة عشوائية كأحد أنواع العينات، وقد بلغ حجم العينة (100) مبحوث، ومن أهم الاستنتاجات التي تم توصل إليها هي:

إن نسبة كبيرة من مشاهدي قناة الشرقية من الشباب العراقي (100٪) حريصين على مشاهدة الإعلانات يومياً، وترى نسبة كبيرة من أفراد العينة أن دور الإعلانات التلفزيونية في مراحل السلوك أكبر في مرحلة اكتشاف الحاجة للمنتج، وتبين بوجود علاقة موجبة بين التعرض للإعلانات واكتشاف الحاجة للمنتج، الأمر الذي يشير إلى ضرورة الإعلان التلفزيونية.

ج- دراسة: جاسم رمضان الهلالي (2019) "فاعلية الإعلان الإلكتروني في تسويق السلع والخدمات عبر مواقع التواصل الاجتماعي" (الهلالي، 2019).



نتجلى أهداف الدراسة في التعرف على مدى تقبل الشركات للتقنية الحديثة في التعرض، واستخدام الإعلان في مواقع التواصل الاجتماعي التي يستخدمها لرفع فعاليته، ويعد هذا البحث من البحوث الوصفية التي استخدمت منهج المسح الذي يعد أكثر المناهج المستخدمة في مجالات الدراسات الإعلامية.

وتم اختيار عينة عمدية (قصدية) بعد مسح شامل لإعلانات (Facebook) على صفحات الشركات التجارية، والانتاجية، والصناعية، والخدمية العراقية التي تقدّم خدماتها بحسب الإعجاب بالإعلان الإلكتروني على مواقعها بوصفها عينة الدراسة لمدة عام، واعتماد أداة استمارة الاستبيان لجمع المعلومات والبيانات الموزعة على عينة الدراسة، والبالغ عددها (202) مبحوث، وقد أسفرت الدراسة على جملة من الاستنتاجات أهمها:

إن المجتمع العراقي يتجه إلى الاستهلاك أكثر من الإنتاج، ويرتكز على الماركات العالمية، وتبين أن فاعلية الإعلان الإلكتروني انعكست في زيادة المبيعات، ويتعرض مستخدم موقع انعكست في زيادة المبيعات، ويتعرض مستخدم موقع (Facebook) خلال تصفحه اليومي لكميات كبيرة من الإعلانات قد تصل لمائة إعلان يومياً مما يخلق تفاعلاً للمتصفح.

المبحث الثاني/ الإطار النظري للبحث

أولاً: مفهوم التعرض لغتاً واصطلاحاً:

تعدُّ أصل كلمة التعرض في اللغة العربية من عرض، وتعني لغوياً أظهر الشيء وأراه أياه وعرض (اسم العرض) منقول بما يدل عند الجمهور هو الشيء السريع الزوال، وينقسم بالجملة إلى المقولات الثمان هي (الكمية، والكيفية، والإضافة، وأين، ومتى، والوضع، وأن يفعل، وينفعل) (عبدالصاحب، 2007) ، وباللغة اللاتينية فمعنى كلمة (Exposition) هو "بيان الشيء عن طريق القراءة والكتابة من خلال عرض منظم ومقنع للأفكار، وبمعنى "الشرح أو البيان لتفسير شيء معين" (بدوي، 1985)

أما اصطلاحاً فيعرف التعرّض: بأنه "تعرّض الجمهور بصورة مباشرة لوسائل الإعلام، إذ إن الأفراد يقرؤون المطبوعات الجماهيرية أو يستمعون إلى الراديو أو يشاهدون التلفزيون والأفلام السينمائية بصورة مباشرة" (الهيتي، 1979)، وتبدأ عملية الاتصال الجماهيري بالمصدر (المرسل) الذي يقوم بأعداد توجيه رسالته إلى الجمهور المُتلقّي بغرض إحداث التأثير المطلوب فيه، ويتوقف ذلك على كيفية قهم وإدراك المتلقى للرسالة الاتصالية (رشوان، 1993).

ثانياً: دوافع التعرض:



تعتمد وسائل الإعلام على الدوافع الإنسانية في التعرض إليها لأنها من المحفزات الرئيسية في العلاقة بين الجمهور وهذه الوسائل، وتعدُّ من المحركات الأساسية في عملية الاتصال بصورة أوسع، وتحفز الدوافع نتائج الاتصال لاختبار أنواع معينة من الرسائل لإرسالها إلى جمهور معين، وتعمل على تحريك الجمهور للتعرّض لمادة إعلامية مُعينة، وتشارك الدوافع مع البناء العرافي للفرد في تحديد اختيارات ومتطلبات وحاجات الأفراد من وسائل الإعلام. لذا فإن بناء دافع التعرّض للفرد لا يقل أهمية عن التأثير في السلوك الإنساني، ويصبح فهم هذا البناء وكيفية التعامل معه عن طريق وسائل الإعلام ضرورة حتمية (إبراهيم، 2008).

ويمثل التعرّض أحد الحلقات الرئيسية للعمليات الاتصالية، وتعبّر عن حدوث الصلة بين الرسالة الاتصالية ووسائل الاتصال الجماهيري من جهة والجمهور من جهة أخرى، وأيضاً يعبر عن اكتمال العملية الاتصالية واستجابة الجمهور للرسالة ومدى اهتمامه بها، ويرى باحثون بأن التعرّض يكون من خلال عملية وصول المعلومات من مصادر المعلومات إلى الجماهير أو الأفراد بصورة مباشرة أو غير مباشرة (عبدالصاحب، 2007).

ثالثاً: معوقات التعرض:

توجد مجموعة من المعوقات التي تقف أمام عملية تعرّض الجمهور للرسالة الاتصالية، وإمكانية انتشارها بين الجماهير المتنوعة، فبعضها ذات علاقة بوسائل الإتصال والآخر ذات علاقة بالجمهور المُتلقّي، ويمكن أن نلخص تلك المعوّقات بالآتي:

- 1- درجة تيسر الوسيلة: يجب أن تكون الوسيلة مُتاحة للجمهور، وينتقون الطريق الأسهل في تعرضهم فهم يلجؤون إلى الوسائل المُتاحة، ويعزفون عن الوسائل التي تتطلب جهداً وتكلفة (إبراهيم ي.، 2010).
- 2- القصور في المهارات الاتصالية: يتجسد هذه المهارات في القراءة والانتباه والوعي، وتنطوي مهارات القراءة على الإدراك وفهم الرموز المطبوعة التي تحمل المعاني (عبدالزهرة، 2007).
- 3- ميل الأفراد إلى التعرّض للرسائل التي تتوافق مع آرائهم ومعتقداتهم: يميلون الأفراد إلى ما يتوافق مع أفكار هم، ويعزفون إلى حد ما عن التعرّض لما لا يتوافق مع اتجاهاتهم (عبدالصاحب، 2007) .
- 4- الثقة بالمصدر: تختلف هذه الثقة من مجتمع إلى آخر، وثقة الجمهور بالوسيلة وللقائم بالاتصال على استجابة أساسها الاقتناع بالمصدر، وقد يؤدي إلى العزوف عن التعرّض (العيسوي، 2004).
- و- اللغة المستخدمة في الرسالة الاتصالية: تعتمد على المشاركة في الخبرات والأفكار بين المُرسل والمستقبل، فالارتفاع أو الهيوط دون مستواه في اللغة يقيد عملية التفاهم ويقلل التعرّض (فهيم، 1978).
- 6- التشويش: يعني كل ما يسبب اضطرابا في سلامة النقل الطبيعي للرسالة الإتصالية، وأنواع التشويش هي (الهندسي، ودلالات الألفاظ، والسيكولوجي) (عبدالصاحب، 2007).



رابعاً: مفهوم الإعلان التلفزيوني لغتاً واصطلاحاً:

الإعلان التافزيوني مفهوم يتكون من كلمتين هما: الإعلان، والتافزيون. فكلمة الإعلان تعرّف لغتاً بأنها "مشتق من الفعل (أعلن، يعلن) بمعنى المجاهرة، أي أعلن الأمر، ويعلن علناً وعلانية فيها إذا شاع وظهر. فالإعلان في الأصل هو إظهار الشيء والإخبار به" (منظور، 1990)، ويأتي لفظ الإعلان من (أعلن، يعلن، إعلاناً) بمعنى (أظهر، أشهر، جهر) ومصدرها من لفظة (العلانية)، فالإعلان بالمعنى اللغوي هو الإظهار أو الإشهار والجهر بشيء ما أو أمر ما بواحدة من طرق الجهر أو الإظهار المتعارف عليها في مختلف المجتمعات (الشافعي، 2002)، أما كلمة تلفزيون فهي من أصل يوناني مكونة من مقطعين، المقطع الأول (Tele) تعني (بعد)، والمقطع الثاني (Vision) تعني (الرؤية)، فيكون معنى كلمة التلفزيون (الرؤية عن بعد) (الخصاونه، 2015).

أما الإعلان بالمعنى الإصطلاحي فيُشير إليه تعريف الجمعية البريطانية للإعلان على "أنه وسيلة للتعريف بسلعة أو خدمة، لغرض البيع أو الشراء"، وتعرفه جمعية التسويق الأمريكية (AMA) بأنّه عبارة عن "الوسيلة غير الشخصية لتقديم الأفكار والترويج عن السلع والخدمات بواسطة جهة معلومة ومقابل أجر مدفوع"، ويقدّم

(كوتلر) تعريفاً متشابهاً فهو "شكل من الأشكال غير الشخصية للإتصالات يجري عن طريق وسيلة متخصصة مدفوعة الأجر وبواسطة جهة معلومة ومحددة" (المشهداني، 2012، الصفحات 44-44) ، أما التلفزيون فيعني اصطلاحاً: هو جهاز اتصال لبتّ واستقبال صور متحركة، وصوت عن بُعد. أو هو أسلوب إرسال واستقبال الصورة الحية المرئية والمسموعة (الخصاونه، 2015، صفحة 35).

لذا فالإعلان التلفزيوني فيعرّف بأنّه "مجموعة من الوسائل الفنية المتنوعة المستخدمة خلال الوقت المباع من قبل التلفزيون إلى المُعلن بقصد تعريف الجمهور بخدمة أو سلعة أو فكرة بالشكل والمضمون الذي يؤثر في معلوماته وقيمه وسلوكه الاستهلاكي، وأفعاله وسائر المقومات الثقافية الأخرى (الموسوي، 2012، صفحة 28).

خامساً: التلفزيون كوسيلة إعلانية:

يتمتع التلفزيون بمجموعة من الخصائص على المستوى التقنية، وظروف التعرّض جعلت منه وسيلة إعلانية مؤثّرة نافست بشدة ما سبقها من وسائل، خاصة على مستوى بعض المنتجات والخدمات، وتشير كثير من دراسات التسويق وإيرادات المحطات التلفزيونية المتزايدة والمخصصات الإعلانية التي يوجهها المعلنون في حملاتهم الإعلانية للتلفزيون إلى الإقبال المتزايد على التلفزيون كوسيلة إعلانية، خاصة مع انتشار وتنوع القنوات التلفزيونية وامتداد ساعات الإرسال في أغلب القنوات على مدى الأربع والعشرين ساعة (على، 2008).



ويمتلك التلفزيون خصائص لها الأثر البالغ في جعله كوسيلة إعلانية ناجحة، وإحداث تأثير فوري على المشاهدين، وإظهار السلعة أو الخدمة في صورة واقعية تثير اهتمام المستهلك وتولّد فيه الرغبة في شرائها، وهذا ما دفع الكثير من المعلنين بتفضيل الإعلان عن طريق التلفزيون كونه موصلاً جيداً للرسالة الإعلانية. كما يلجأ المخرجون في الإعلان التلفزيوني إلى إعطاء المشاهد صورة واقعية قريبة من حياته اليومية أو استخدام عدد من الأصوات المسموعة في الإعلانات والتي اعتاد المشاهد على سماعها (عباس، 2012).

ويعتمد الإعلان التلفزيوني على قوة الإيحاء الشعورية ونظرية التقمّص الوجداني في التأثير على المشاهد وإقناعه بالسلعة أو الخدمة المعلن عنها ودفعه نحو اتخاذ قرار الشراء، فنحن نردد الأغاني والموسيقى والعبارات التي نسمعها في الإعلان إذا ما لفت انتباهنا وأثارت الفكرة الإعلانية إحساساً أو شعوراً ما بداخلنا (صادق، 2012).

سادساً: أنواع المضامين في نصوص الإعلانات التلفزيونية:

نُوثر طبيعة السلعة أو الخدمة وطبيعة الجمهور المُستهدف والهدف المرجو من الإعلان على تحديد المضمون المناسب للرسالة الإعلانية التلفزيونية، وفيما يلي نعرض لأنواع المضامين المستخدمة في نصوص الإعلانات التلفزيونية (علي، 2008، الصفحات 200-201)

أ- المضمون العقلاني (المنطقي): يعتمد على مخاطبة العقل والحقائق المجردة، ويناسب الجمهور الذي يعتمد على إعمال العقل والتفكير في اتخاذ قرار الشراء للسلعة أو الخدمة.

ب- المضمون العاطفي (الوجداني): يعتمد على مخاطبة عواطف المستهلكين وغرائزهم ويبتعد بقدر الإمكان عن مخاطبة العقل، ويخلق عالماً واسعاً من الخيال يحيط بالمستهلك.

ج- المضمون المزدوج: يعتمد على الدمج بين المضمونين المنطقي والعاطفي معاً، ويبدأ بذكر المتعة والفائدة التي ستعود على المستهلك نتيجة استخدامه للسلعة أو الخدمة.

سابعاً: أساليب الإعلانات التلفزيونية:

يوجد شبه اتفاق بين الباحثين العرب والأجانب في مجال استخدام الإعلان التلفزيوني للأساليب المستخدمة، ومن أهم تلك الأساليب هي (المشهداني، 2012، صفحة 74):

الأسلوب الدرامي: يعتمد على قصة يتم حكايتها وتصويرها، حيث يؤدي التوتر فيها إلى نتيجة تؤكد استعمال السلعة (Holtje, 1978).



- 2. الأسلوب المباشر: يقدّم أبسط شكل للإتصال الإنساني حيث يتحدث شخص واحد لشخص آخر، ويخاطب المشاهد بأسلوب قوي ودافع (العناد، 1990).
- 6. أسلوب الرسوم المتحركة: يعتمد على الرسوم المتحركة كشكل مستقل من أشكال التعبير الإعلاني التلفزيوني وله خصائصه
 وسماته (عبدالملك، 1981).
- 4. الأسلوب الغنائي الراقص: يتم فيه تصوير السلعة وهي في الاستخدام، ثم يواكب عرض الفيلم إذاعة أغنية أو أنشودة قصيرة تتحدث عن مزايا السلعة وإيجابياتها بشكل مرح ومشوق (الشريف، 1990).
- 5. أسلوب الشهادة: يقدم الإعلان في صورة نص استشهادي تدعمه الصورة المصاحبة، ويقدمه خبراء أو شخصيات مشهورة
 أو مستهلكون عاديون، وتكون صادقة ودقيقة وحقيقية (السلمي، 1978)
- 6. أسلوب الحيل والخدع التصويرية: يركز على استخدام الحيل البصرية التصويرية السينمائية والتلفزيونية إما لجذب الانتباه أو للإيهام بالحركة أو لخلق صورة ذهنية متميزة من أجل تقديم السلعة أو الخدمة في صورة متميزة (المشهداني، 2012) صفحة 78).
- 7. الأسلوب التوضيحي: يعتمد على شرح خصائص ومميزات السلعة أو الخدمة المعلن عنها، وهو أسلوب تعليمي يعتمد على شرح دقيق لكيفية الاستعمال، ولا يكتفي بتوضيح ذلك بصرياً عن طريق الصور، بل يشرح عن طريق الكتابة المقروءة أيضاً (علي، 2008، صفحة 214).
- 8. الأسلوب التذكيري: يعتمد على نص إعلاني قصير ومختصر جداً يتعلّق بسلع أو خدمات أو أفكار معروفة طبيعتها وخصائصها للمستهلكين، أي تذكير المشاهد بكلمات قليلة مكررة، وهو الأسلوب التكراري ومحاربة عادة النسيان لديهم (الخصاونه، 2015، صفحة 37).

ثامناً: الإعلانات التلفزيونية وتأثيرها على القدرة الشرائية:

إن سلوك المستهلك في الشراء يمكن أن يكون سلوكاً عقلياً أو عاطفياً، فإذا فكر المستهلك في احتياجاته من السلع والخدمات وفاضل بينهم في ضوء ميزانيته، وما لديه من سلع طبقاً لدوافعه الأولية، وقارن بين أصنافها وماركاتها حسب مميزاتها وما يعود عليه من فوائد فهو يسلك سلوك عقلي، أما إذا اندفع في الشراء دون تفكير في قدرته الشرائية أو الفوائد التي تعود عليه فهذا سلوك عاطفي (بيومي، 2010).

ويتطلب تهيئة ذهن الجمهور لنقل الرسالة الإعلانية عن طريق المبادرة بالموضوع والاهتمام به، إذ يعتبر العنوان الرئيسي مدخلاً ضرورياً مع الاهتمام بملخص الخبر الإعلاني، وتزكية المستهلكين عن طريق شهادات صادرة من مجرب للسلعة، وكسب ثقة المستهلك عن طريق ذكر مزايا السلعة، والمتاجر المشهورة والموثوق بها، وخدمات ما بعد البيع لاطمئنان المستهلك



على ضمان السلعة، واستعمالها بكفاءة مع منطقية العرض إذ يجب أن تكون الحجج قوية ومقنعة تخاطب العقل والمنطق والبعد عن المبالغة (العسكري، 2006).

وتتوفر عملية الاقتناع لدى المستهلك عن طريق توفير المزايا، ومن العوامل التي تؤدي إلى إحداث الاقتناع هي توافر عنصر الصدق، وعدم المبالغة في الإعلان، واستخدام تأثير الخبراء، وذوي الشهرة، إذ إن بعض المستهلكين يميلون إلى الاقتناع بآراء أفراد يعجبون بهم (عرسان، 2011).

وتمثّل عملية الشّراء من المرحل السلوكية التي يمر بها المستهلك قبل وأثناء وبعد اتخاذ قرار شراء سلعة معينة، وتمّ تقييم دور الإعلان وفقاً لمراحل عملية الشّراء، واستخدام المتوسط الحسابي لتقييم سلوك الأفراد في كلّ مرحلة من خلال تقييم دور الإعلان في كلّ مرحلة من مراحل الشّراء (بوسنينه، 2006).

وتهدف الإعلانات التلفزيونية أساساً إلى الاحتفاظ بالمستهلكين الحاليين ومحاولة زيادة عددهم باستمرار، لأن واجب الإعلان أن يساعد على تثبيت ولاء المستهلكين للسلعة أو العلامة التجارية التي يستخدمونها، ويحاول المستهلك عادة أن يختبر مدى قدرته على اتخاذ قرار الشراء السليم، وذلك في محاولة للتقليل من التوتر أو التنافر الناتج عن الشك في تأكيد مدى سلامة قرار الشراء، حيث يجد مشتري السلع الجديدة ارتياحاً نفسياً وذهنياً في مضمون الإعلانات التلفزيونية التي تُركز على الفوائد ومزايا السلعة التي قام بشرائها وتفضيلها عن السلع الأخرى المنافسة (علي، 2008، صفحة 34).

تاسعاً: الانتقادات الموجهة للإعلانات التلفزيونية:

يتهمّ بعض النُّقاد الإعلانات التلفزيونية بمجموعة من الانتقادات هي:

اللغة والثقافة: إنها السبب في تدهور اللغة، وعدم التزامها بالقواعد اللغوية عن طريق تحريف الألفاظ الذي يشجع الأفراد على إتباع الأسلوب نفسه، وكان الرّد على هذا الاتهام هو لتجنب الجفاء في اللغة إذ يستخدم المعلن لغة الجمهور المستهدف نفسها لسهولة الوصول إليه (عباس، 2012، صفحة 63).

إفساد الذوق: إنها تفسد الذوق عن طريق الإعلانات عن منتجات غير لائقة أو أن المحتوى غير لائق عن طريق استخدام الفتيات بطريقة غير لائقة (عبدالعزيز، 2004).

- التحكم والسيطرة: إنها تدفع الأفراد إلى شراء سلع لا يحتاجونها من خلال قوتها الإقناعية، واللعب على رغبات المستهلكين وعواطفهم (عباس، 2012، صفحة 63).

تزيد من تكاليف إنتاج السلع: إنها تزيد من تكاليف الإنتاج للسلع من خلال إضافة أجور هذه الإعلانات إلى تكلفة الإنتاج النهائية (السلعوس، 2002).



التأثير على وسائل الإعلام: إنها تفرض ضغوط من قبل المعلنين على وسائل الإعلام التي تعتمد على الإعلانات كمصدر أساس لدخلها، وتؤثر على استقلاليتها ومصداقيتها للجمهور (عباس، 2012، صفحة 63).

ائتشار الاتجاهات المادية: إنها تدفعنا إلى امتلاك المزيد من كل شيء بغض النظر عن حاجتنا لها إذ يجعلنا نعتقد بامتلاك المزيد هو الطريق للحياة السعيدة (عبدالعزيز، 2004، صفحة 167).

المبحث الثالث/ الإطار الميداني للبحث

يعتمد هذا المبحث من جانبه الميداني على تجسيد المنطقات النظرية التي بحثت بخصوص "تعرّض طلبة الجامعة للإعلانات التلفزيونية وانعكاسها على القدرة الشرائية لهم"، ويعدُّ هذا البحث من البحوث الوصفية التي اعتمدت على الأسلوب المسحي مستخدماً المعادلات الإحصائية والرياضية بما يسمح بدراسة متغيراتها والعلاقات المتشابكة بينها، والإجابة على تساؤلاتها المختلفة.

وقام الباحث بتوزيع استمارة الاستبيان على العينة من طلبة الدراسات الأولية للدراستين الصباحية والمسائية في كلية الإدارة والاقتصاد بالجامعة العراقية، حيث بلغ حجم العينة (200) مبحوث، وبعدها تمّ جمع الاستمارات وفرزها، ومن ثمّ تفريغ الإجابات في البرنامج (SPSS)، وتحليلها مستخدماً المعادلات الإحصائية (التكرارات والنسب المئوية) في معالجة البيانات التي تمّ جمعها، وقد قُسِمَ هذا المبحث إلى محاور متعددة، وكلّ محور يحتوي على عدد من التساؤلات الفرعية، وتمت الإجابة عن تساؤلات البحث، وتفسير الجداول كالآتي:

أولاً: المعلومات الديموغرافية:

1- النوع الإجتماعي:



جدول رقم (1): النوع الاجتماعي

النسبة المنوية	التكرار	النوع	ت
%50	100	نکر	1
%50	100	أنثى	2
7.100	200	المجموع	

يتبين من بيانات الجدول رقم (1) أن النوع الإجتماعي لعينة البحث قد بلغ إجمالي عددهم (200) مبحوث، وتمّ تقسيمهم بشكل متساو، فلقد بلغ عدد الذكور (100) مبحوث بنسبة (50٪)، وعدد الإناث (100) مبحوث بنسبة (50٪).

2- الفئات العمرية:

جدول رقم (2): الفئات العمرية

جمالي	Ţ	أنثى		ذكر		الفئات العمرية	Ç
7.	التكرار	%	التكرار	%	التكرار		
%27,5	55	12	24	15,5	31	21 - 18	1
7.41	82	19,5	39	21,5	43	24 - 22	2
%31,5	63	18,5	37	13	26	25 فأكثر	3
%100	200	%50	100	%50	100	المجموع	

يتبين من بيانات الجدول رقم (2) أن الفئات العمرية قد حققت المرتبة الأعلى في الفئة (22-24) بنسبة (41٪)، وجاءت في المرتبة الثانية الفئة (25-18) بنسبة (55٪)، ويستنتج من ذلك أن الفئات العمرية للطلبة توزع وتتنوع في الكلية.

3- الحالة الاجتماعية:

جدول رقم (3): الحالة الاجتماعية



جمالي	إ	نثى	Í	.ُکر	3	الحالة الاجتماعية	Ü
%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار		
%63	126	28	56	35	70	أعزب	1
%33,5	67	20.5	41	13	26	متزوج	2
%2	4	0,5	1	1,5	3	مطلق	3
%1,5	3	1	2	0,5	1	أرمل	4
7.100	200	%50	100	%50	100	المجموع	

يتبين من بيانات الجدول رقم (3) أن الحالة الاجتماعية قد حققت المرتبة الأولى في فئة (أعزب) بنسبة (63٪)، وجاءت في المرتبة الثانية فئة (مطلق) بنسبة (2٪)، ويستنتج من ذلك أن الحالة الاجتماعية السائدة للطلبة في الكلية هي أعزب.

ثانياً: دوافع تعرض الطلبة للإعلانات التلفزيونية:

1- الاهتمام في مشاهدة الإعلانات التلفزيونية:

جدول رقم (4): الاهتمام في مشاهدة الإعلانات التلفزيونية

مالي	الإج	1.	أبد	عياثاً	\	ائماً	٦	النوع	Ü
%.	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار		
%50	100	5,5	11	13	26	31,5	63	ذکر	1
%50	100	1,5	3	9,5	19	39	78	أنثى	2
%100	200	%7	14	%22,5	45	%70,5	141	المجموع	

يتبين من بيانات الجدول رقم (4) أن الاهتمام في مشاهدة الإعلانات التلفزيونية قد حققت المرتبة الأولى في فئة (دائماً) بنسبة (70,5٪)، وجاءت في المرتبة الثالثة فئة (أبداً) بنسبة (2,5٪)، بينما حصلت على المرتبة الثالثة فئة (أبداً) بنسبة (2,5٪)، ويستنتج من ذلك أن هناك اهتماماً دائماً للطلبة في مشاهدة الإعلانات التلفزيونية.



2- دوافع التعرض للإعلانات التلفزيونية:

جدول رقم (5): دوافع التعرض للإعلانات التلفزيونية

جمالي	·Į	نثى	Í	کر	3	القنات	Ü
7.	التكرار	%	التكرار	%	التكرار		
%39,5	79	21,5	43	18	36	التعرف على السلع الجديدة	1
%29	58	9	18	20	40	معرفة جودة السلع	2
%31,5	63	19,5	39	12	24	الرغبة في الشراء	3
7.100	200	%50	100	%50	100	المجموع	

يتبين من بيانات الجدول رقم (5) أن دوافع التعرض للإعلانات التلفزيونية قد حققت المرتبة الأولى في فئة (التعرف على السلع الجديدة) بنسبة (31,5٪)، بينما حصلت على المرتبة الثالثة فئة (الرغبة في الشراء) بنسبة (31,5٪)، بينما حصلت على المرتبة الثالثة فئة (معرفة جودة السلع) بنسبة (29٪)، ويستنتج من ذلك أن دوافع تعرض الطلبة للإعلانات التلفزيونية من أجل التعرف على السلع الجديدة.

3- أوقات التعرض يومياً لمتابعة الإعلانات التلفزيونية:

جدول رقم (6): أوقات التعرّض يومياً لمتابعة الإعلانات التلفزيونية



جمالي	Ţ	نثى	Í	کر		الأوقات	Ü
%	التكرار	%	التكرار	%.	التكرار		
7.22	44	9	18	13	26	أقل من دقيقة	1
%28,5	57	18,5	37	10	20	دقيقة	2
%49,5	99	22,5	45	27	54	أكثر من دقيقة	3
7.100	200	%50	100	%50	100	المجموع	

يتبين من بيانات الجدول رقم (6) أن أوقات التعرّض يومياً لمتابعة الإعلانات التلفزيونية قد حققت المرتبة الأولى في فئة (أكثر من دقيقة) بنسبة (28,5٪)، بينما حصلت على المرتبة الثالثة فئة (أقل من دقيقة) بنسبة (28,5٪)، بينما حصلت على المرتبة الثالثة فئة (أقل من دقيقة) بنسبة (22٪)، ويستنتج من ذلك أن أوقات التعرّض الطلبة للإعلانات التلفزيونية أكثر من دقيقة يومياً.

4- تفضيل متابعة الإعلانات التلفزيونية:

جدول رقم (7): تفضيل متابعة الإعلانات التلفزيونية

جمالي	إ	نثى	أنثى		.	الفئات	Ç
7.	التكرار	%	التكرار	%	التكرار		
%69,5	139	35,5	71	34	68	بمفردك	1
%22	44	12,5	25	9,5	19	مع العائلة	2
%8,5	17	2	4	6,5	13	مع الأصدقاء	3
%100	200	%50	100	%50	100	المجموع	

يتبين من بيانات الجدول رقم (7) أن تفضيل متابعة الإعلانات التلفزيونية قد حققت المرتبة الأولى في فئة (بمفردك) بنسبة (69,5٪)، وجاءت في المرتبة الثالثة فئة (مع العائلة) بنسبة (22٪)، بينما حصلت على المرتبة الثالثة فئة (مع الأصدقاء) بنسبة (8,5٪)، ويستنتج من ذلك أنّ الطلبة يفضّلون متابعة الإعلانات التلفزيونية بمفردهم.

ثالثاً: الإعلانات التلفزيونية كمصدر للمعلومات عن السلع والخدمات:

1- الاعتماد على الإعلانات التلفزيونية كمصدر للمعلومات عن السلع والخدمات:



جدول رقم (8): الاعتماد على الإعلانات التلفزيونية كمصدر للمعلومات عن السلع والخدمات

جمالي	ļ	نثى	Í	کر	Š	القئات	Ü
7.	التكرار	%.	التكرار	%	التكرار		
7.37	74	17	34	20	40	مصدر رئيس للمعلومات	1
%40,5	81	26	52	14,5	29	مصدر ثانوي للمعلومات	2
%22,5	45	7	14	15,5	31	مصدر ضعيف للمعلومات	3
%100	200	%50	100	%50	100	المجموع	

يتبين من بيانات الجدول رقم (8) أن الاعتماد على الإعلانات التلفزيونية كمصدر للمعلومات عن السلع والخدمات قد حققت المرتبة الأولى في فئة (مصدر ثانوي للمعلومات) بنسبة (40,5٪)، وجاءت في المرتبة الثانية فئة (مصدر رئيس للمعلومات) بنسبة (22,5٪)، بينما حصلت على المرتبة الثالثة فئة (مصدر ضعيف للمعلومات) بنسبة (22,5٪)، ويستنتج من ذلك أن اعتماد الطلبة على الإعلانات التلفزيونية كمصدر ثانوي للمعلومات عن السلع والخدمات.

2- الإعلانات التلفزيونية تساعد بتكوين الرغبة في شراء السلع والخدمات:

جدول رقم (9): الإعلانات التلفزيونية تساعد بتكوين الرغبة في شراء السلع والخدمات

مالي	الإج	بدأ	أب	نياثاً	\	ائماً	د	النوع	Ü
%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار		
%50	100	10,5	21	16	32	23,5	47	ذکر	1
%50	100	7,5	15	13,5	27	29	58	أنثى	2
7/100	200	7.18	36	%29,5	59	%52,5	105	المجموع	

يتبين من بيانات الجدول رقم (9) أن الإعلانات التلفزيونية تساعد بتكوين الرغبة في شراء السلع والخدمات فقد حققت المرتبة الأولى في فئة (دائماً) بنسبة (29,5٪)، بينما حصلت على المرتبة الثانية فئة (أحياناً) بنسبة (29,5٪)، بينما حصلت على المرتبة الثالثة فئة (أبداً) بنسبة (18٪)، ويستنتج أن الإعلانات التلفزيونية تساعد دائماً بتكوين الرغبة في شراء السلع والخدمات.

3- الطرق الأقرب في عرض الإعلانات التلفزيونية للسلع والخدمات:

جدول رقم (10): الطرق الأقرب في عرض الإعلانات التلفزيونية للسلع والخدمات



جمالي	.]	نثى	Í	.کر	3	الفئات	Ü
%.	التكرار	%	التكرار	%	التكرار		
%40	80	24	48	16	32	الأقرب إلى الموضوعية	1
%40,5	81	15	30	25,5	51	الأقرب إلى المهنية	2
%19,5	39	11	22	8,5	17	الأقرب إلى الحياد	3
%100	200	%50	100	%50	100	المجموع	

يتبين من بيانات الجدول رقم (10) أن الطرق الأقرب في عرض الإعلانات التافزيونية للسلع والخدمات قد حققت المرتبة الأولى في فئة (الأقرب إلى المهنية) بنسبة (40,5٪)، وجاءت في المرتبة الثانية فئة (الأقرب إلى الموضوعية) بنسبة (40٪)، بينما حصلت على المرتبة الثالثة فئة (الأقرب إلى الحياد) بنسبة (79,5٪)، ويستنتج من ذلك أن الطلبة يفضلون الطرق الأقرب إلى المهنية في عرض الإعلانات التافزيونية للسلع والخدمات.

رابعاً: أساليب الإعلانات التلفزيونية وانعكاساتها في تفضيل السلع والخدمات:

1- الإعلانات التلفزيونية تؤثر بالشكل والمضمون على رفع أو خفض أسعار السلع والخدمات

جدول رقم (11): الإعلانات التلفزيونية تؤثّر بالشكل والمضمون على رفع أو خفض أسعار السلع والخدمات

مالي	الإج	أبدأ		ياثاً	أحر	ائماً	د	النوع	Ü
%	التكرار	%	التكرار	%.	التكرار	%	التكرار		
%50	100	13	26	27,5	55	9,5	19	ذکر	1
%50	100	15,5	31	13,5	27	21	42	أنثى	2
%100	200	%28,5	57	%41	82	%30,5	61	المجموع	

يتبين من بيانات الجدول رقم (11) أن الإعلانات التلفزيونية تؤثّر بالشكل والمضمون على رفع أو خفض أسعار السلع والخدمات قد حققت المرتبة الأولى في فئة (أحياناً) بنسبة (41٪)، وجاءت في المرتبة الثانية فئة (دائماً) بنسبة (30,5٪)، بينما حصلت على المرتبة الثالثة فئة (أبداً) بنسبة (28٪)، ويستنتج من ذلك أن الإعلانات التلفزيونية تؤثّر أحياناً بالشكل والمضمون على رفع أو خفض أسعار السلع والخدمات.

2- الأساليب المفضلة عند مشاهدة الإعلانات التلفزيونية:



جدول رقم (12): الأساليب المُفضّلة عند مشاهدة الإعلانات التلفزيونية

جمالي	Ţ	:	ii)	<u>کر</u>	ذ	الفنات	Ç
%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار		
%25,5	51	6	12	19,5	39	الأسلوب الدرامي	1
%34,5	69	20,5	41	14	28	الأسلوب المباشر	2
%9,5	19	6,5	13	3	6	أسلوب الرسوم المتحركة	3
7.8	16	4,5	9	3,5	7	الأسلوب الغنائي الراقص	4
%4	8	2,5	5	1,5	3	أسلوب الشهادة	5
%14,5	29	9	18	5,5	11	أسلوب الحيل والخدع البصرية	6
%1,5	3	0,5	1	1	2	الأسلوب التوضيحي	7
%2,5	5	0,5	1	2	4	الأسلوب التذكيري	8
%100	200	%50	100	%50	100	المجموع	

يتبين من بيانات الجدول رقم (12) أن الأساليب المُفضّلة عند مشاهدة الإعلانات التلفزيونية قد حققت المرتبة الأولى في فئة (الأسلوب المباشر) بنسبة (25,5٪)، بينما حصلت على المرتبة الثالثة فئة (أسلوب الحيل والخدع البصرية) بنسبة (14,5٪)، ويستنتج من ذلك أن الأسلوب المباشر هو من بين الأساليب المُفضّلة لدى الطلبة عند مشاهدة الإعلانات التلفزيونية.

3- أنواع المضامين المستخدمة بالإعلانات التلفزيونية عند عرضها للسلع والخدمات:

جدول رقم (13): أنواع المضامين المستخدمة بالإعلانات التلفزيونية عند عرضها للسلع والخدمات

جمالي			ر	ذک	الفنات	Ĺ	
7.	التكرار	/	التكرار	%.	التكرار		



%32,5	65	11	22	21,5	43	المضمون العقلاني/ المعرفي	1
7.23	46	13,5	27	9,5	19	المضمون العاطفي/ الوجداني	2
%44,5	89	25,5	51	19	38	المضمون المزدوج/ بين بين	3
%100	200	%50	100	%50	100	المجموع	

يتبين من بيانات الجدول رقم (13) أن أنواع المضامين المستخدمة بالإعلانات التافزيونية عند عرضها للسلع والخدمات قد حقت المرتبة الأولى في فئة (المضمون المزدوج/ بين بين) بنسبة (44,5٪)، وجاءت في المرتبة الثانية فئة (المضمون العاطفي/ الوجداني) بنسبة (23٪)، العقلاني/ المعرفي) بنسبة (32,5٪)، بينما حصلت على المرتبة الثالثة فئة (المضمون العاطفي/ الوجداني) بنسبة (23٪)، ويستنتج من ذلك أن الطلبة يفضلون المضمون المزدوج (بين بين) من بين أنواع المضامين المستخدمة بالإعلانات التلفزيونية عند عرضها للسلع والخدمات.

خامساً: الإعلانات التلفزيونية وتأثيرها على القدرة الشرائية للطلبة:

1- وجود إعلانات تلفزيونية تعمل على التأثير في القدرة الشرائية للطلبة:

جدول رقم (14): وجود إعلانات تلفزيونية تعمل على التأثير في القدرة الشرائية للطلبة

الإجمالي		إندإ		أحياثاً		دائماً		النوع	Ü
%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%.	التكرار		
%50	100	12,5	25	15,5	31	22	44	ذکر	1
%50	100	8,5	17	27	54	14,5	29	أنثى	2
%100	200	%21	42	%42,5	85	%36,5	73	المجموع	

يتبين من بيانات الجدول رقم (14) أن وجود إعلانات تلفزيونية تعمل على التأثير في القدرة الشرائية للطلبة قد حققت المرتبة الأولى في فئة (احياناً) بنسبة (36,5٪)، بينما حصلت على المرتبة الثالثة فئة (دائماً) بنسبة (36,5٪)، بينما حصلت على المرتبة الثالثة فئة (أبداً) بنسبة (21٪)، ويستنتج بوجود إعلانات تلفزيونية تعمل أحياناً على التأثير في القدرة الشرائية للطلبة.

2- نجحت الإعلانات التلفزيونية في التأثير على القدرة الشرائية للطلبة:

جدول رقم (15): نجحت الإعلانات التلفزيونية في التأثير على القدرة الشرائية للطلبة



الإجمالي		أبدأ		أحياثاً		دائماً		النوع	Ü
%.	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%.	التكرار		
%50	100	16,5	33	14	28	19,5	39	ذکر	1
%50	100	14	28	15,5	31	20,5	41	أنثى	2
7.100	200	%30,5	61	%29,5	59	%40	80	المجموع	

يتبين من بيانات الجدول رقم (15) أن نجاح الإعلانات التلفزيونية في التأثير على القدرة الشرائية للطلبة قد حققت المرتبة الأولى في فئة (دائما) بنسبة (40٪)، وجاءت في المرتبة الثانية فئة (أبداً) بنسبة (30,5٪)، بينما حصلت على المرتبة الثالثة فئة (أحياناً) بنسبة (29,5٪)، ويستنتج من ذلك النجاح الدائم للإعلانات التلفزيونية في التأثير على القدرة الشرائية للطلبة.

3- تقييم نجاح الإعلانات التلفزيونية في التأثير على القدرة الشرائية للطلبة:

جدول رقم (16): تقييم نجاح الإعلانات التلفزيونية في التأثير على القدرة الشرائية للطلبة

مالي	الإج	ضعیف		متوسط		تتخ		النوع	Ü
%	التكرار	%.	التكرار	%	التكرار	%.	التكرار		
%50	100	10	20	27	54	13	26	ذکر	1
%50	100	7,5	15	18	36	24,5	49	أنثى	2
%100	200	%17,5	35	%45	90	%37,5	75	المجموع	

يتبين من بيانات الجدول رقم (16) أن تقييم نجاح الإعلانات التافزيونية في التأثير على القدرة الشرائية للطلبة قد حققت المرتبة الثالثة الأولى في فئة (متوسط) بنسبة (45٪)، وجاءت في المرتبة الثانية فئة (جيد) بنسبة (37,5٪)، بينما حصلت على المرتبة الثالثة فئة (ضعيف) بنسبة (17,5٪)، ويستنتج من ذلك أن تقييم نجاح الإعلانات التلفزيونية كان متوسطاً في التأثير على القدرة الشرائية للطلبة.

نتائج البحث:

- 1- توصّل البحث إلى وجود اهتمام دائم للطلبة في مشاهدة الإعلانات التلفزيونية.
- 2- تبين أنّ دوافع تعرض الطلبة للإعلانات التلفزيونية من أجل التعرّف على السلع الجديدة.
 - 3- أتضح أنّ أوقات التعرّض الطلبة للإعلانات التلفزيونية أكثر من دقيقة يومياً.



- 4- أظهر البحث أنّ الطلبة يفضلون متابعة الإعلانات التلفزيونية بمفردهم.
- 5- اعتماد الطلبة على الإعلانات التلفزيونية كمصدر ثانوي للمعلومات عن السلع والخدمات.
 - 6- تبين أنّ الإعلانات التلفزيونية تساعد دائماً بتكوين الرغبة في شراء السلع والخدمات.
- 7- إنهم يفضلون الطرق الأقرب إلى المهنية في عرض الإعلانات التلفزيونية للسلع والخدمات.
- 8- توصل البحث إلى أنّ الإعلانات التلفزيونية تؤثّر أحياناً بالشكل والمضمون على رفع أو خفض أسعار السلع والخدمات.
 - 9- تبين أنّ الأسلوب المباشر هو المُفضّل لدى الطلبة عند مشاهدة الإعلانات التلفزيونية.
- 10- أظهر البحث أنّ الطلبة يفضنلون المضمون المزدوج (بين بين) من بين أنواع المضامين المستخدمة بالإعلانات التلفزيونية عند عرضها للسلع والخدمات
 - 11- أتضح بوجود إعلانات تلفزيونية تعمل أحياناً على التأثير في القدرة الشرائية للطلبة.
 - 12- كشف البحث النجاح الدائم للإعلانات التلفزيونية في التأثير على القدرة الشرائية للطلبة.
 - 13- إنّ تقييم نجاح الإعلانات التلفزيونية كان متوسطاً في التأثير على القدرة الشرائية للطلبة.

الخاتمة:

تُحقّق الإعلانات التلفزيونية فوائد عديدة ومتنوّعة للمجتمع بصورة عامة، وللطلبة بصورة خاصة كونها تؤثّر على القدرة الشرائية لهم، وتساهم دوافع التعرض في الإسراع بعمليات التنمية الاقتصادية وتحقيق الأرباح التجارية، بالإضافة إلى دورها الحيوي فكلّ وسائل الاتصال كونها مصدر من مصادر التمويل، حيث تحظى المحطات التلفزيونية والقنوات الفضائية في تعاظم دورها كوسيلة إعلانية، لذا يجب الارتقاء بهذه الإعلانات إلى مستوى عالٍ من الناحية العلمية والعملية، وضمن التقاليد والأعراف التي تسود المجتمع العراقي.

قائمة المراجع

Holtje, H. F. (1978). Theory and Problems of Advertising,. New York: New York W: Mc Grow Hill. أبن منظور. (1990). السان العرب. بيروت: دار صادق.

أحمد إبراهيم الخصاونه. (2015). استخدام المرأة في الإعلانات التلفزيونية: التلفزيون الأردني وقناة رؤيا أنموذجاً، رسالة ماجستير غير منشورة، البتراء: كلية الإعلام.

أحمد زكي بدوي. (1985). معجم مصطلحات الإعلام. بيروت: دار الكتاب اللبناني.

الصحن ,م ف. أ. (2000) الإعلان الاسكندرية ::الدار الجامعية للطبع والنشر والتوزيع.

النجار,ف. ج. (2010) أساليب البحث العلمي عمان :دار الحامد للنشر والتوزيع.

بسيوني إبر اهيم. (2008). براسات في الإعلام وتكنولوجيا الاتصال والرأي العام. القاهره: عالم الكتب.

تحسين منصور. (2002). اثر الإعلان التلفزيوني في السلوك الاستهلاكي، مجلة مؤتة للبحوث والدراسات، مجل (الإصدار 4، المجلد 2). الكرك: مجلة مؤتة للبحوث والدراسات،



```
جاسم رمضان الهلالي. (2019). فاعلية الإعلان الإلكتروني في تسويق السلع والخدمات عبر مواقع التواصل الاجتماعي - دراسة
   مسحية لصفحات الشركات الصناعية والتجارية والخدمية العراقية على موقع الفيس بوك، أطروحة دكتوراه غير منشورة.
                                                               بغداد: جامعة بغداد، كلية الإعلام، قسم العلاقات العامة.
                    حسين عبدالحميد أحمد رشوان. (1993). لعلاقات العامة والإعلام في منظور علم الاجتماع. القاهره: عالم الكتب.
  حسين على نور الموسوي. (2012). ظاهرة التزاحم الإعلاني التلفزيوني وتأثير ها في السلوك الاستهلاكي للأفراد – دراسة في تحديد
توجهات المستهلك نحو منتجات شركة زين للاتصالات الهاتفية المحمولة، (الإصدار 16). بغداد: جامعة بغداد، كلية الإعلام،
                                                                                            مجلة الباحث الإعلامي.
                                                             داود, ع. (2006) مناهج البحث العلمي عمان :دار المشرق الثقافي.
                           رانيا ممدوح صادق. (2012). الإعلان التلفزيوني – التصميم والإنتاج. عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.
                 رجاء الغمراوي ومحمد أحمد بيومي. (2010). الإعلان التلفزيوني وثقافة الاستهلاك. القاهره: دار المعرفة الجامعية.
رسل على عبدالز هرة. (2007). تعرض جمهور بغداد لقنوات البث الأرضى المحلى، رسالة ماجستير غير منشورة. بغداد: بغداد، كلية
                                                                                                          الإعلام.
     زينب ليث عباس. (2012). الإعلان التلفزيوني وخدمات شركات الهواتف النقالة. بغداد: جامعة بغداد، كلية الإعلام، مجلة الباحث
                                                                                                        الإعلامي.
 سامى الشريف. (1990). الإعلان التلفزيوني – الأسس والمبادئ مع التطبيق على التلفزيون السعودي. الراياض: دار الوزان للطباعة
                                                                                                          و النشر .
                                     سامي عبدالعزيز. (2004). صفوة العالم – مقدمة في الإعلان. القاهره: مركز جامعة القاهرة.
                سحر محمد و هبي. (1996). دور وسائل الإعلام في تقديم القدوة للشباب العربي. القاهره: دار الفجر للنشر والتوزيع.
                        سعد سلمان المشهداني. (2012). الإعلان التلفزيوني وتأثيره في الجمهور. عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.
 سعد مطشر عبدالصاحب (2007). مدى تعرض طلبة جامعة بغداد للبرامج الثقافية والتلفزيونية – دراسة ميدانية لقناة المنار الفضائية
                                       للمدة من 9/1 ولغاية. بغداد: جامعة بغداد، كلية الإعلام، مجلة الباحث الإعلامي،
                                                              سمير محمد حسين. (2006). بحوث الإعلام. القاهره: عالم الكتب.
  سوسن عبدالملك. (1981). حليل مضمون الرسالة الإعلانية التلفزيونية - دراسة تحليلية على إعلانات التلفزيون في مصر، أطروحة
                                                           دكتوراه غير منشورة. القاهره: جامعة القاهرة، كلية الإعلام.
                         طاهر محسن الغالبي ، وأحمد شاكر العسكري. (2006). الإعلان - مدخل تطبيقي. عمان: دار وائل للنشر.
                                                عبدالرحمن العيسوي. (2004). لم النفس الإعلامي. القاهره: دار الراتب الجامعية.
                          عبدالرحمن حموده العناد. (1990). تخطيط الحملات الإعلانية. الرياض: دار عالم الكتب للنشر والتوزيع.
                         عبدالله محمود سلمان. (1973). المنهج والكتاب التقرير في العلوم السلوكية. القاهرة: مكتبة الانجلو مصرية.
عبدالمحسن سلمان الشافعي. (2002). الإعلان في وسائل الإعلام العراقية ودوره في الترويج للمنتجات الوطنية، أطروحة دكتوراه غير
                                                                                 منشورة بغداد: بغداد، كلية الإعلام
                               عبدالمقصود, ش د . (2008) مقدمة في مناهج البحث الإعلامي القاهره : دار العربية للنشر والتوزيع.
  عرسان يوسف عرسان. (2011). دور الإعلانات التلفزيونية في التأثير على السلوك الشرائي للطلبة العراقبين - دراسة ميدانية على
                طلبة الصفوف المنتهية في جامعة الأنبار. الانبار: جامعة الأنبار، كلية التربية، مجلَّة كلية التربية الأساسية،
عز الدين على بوسنينه. (2006). أثر الإعلان على السلوك الشرائي للمستهلكين الليبيين. الرياض: جامعة الملك عبدالعزيز، مجلة جامعة
                                                                            الملك عبدالعزيز، كلية الاقتصاد والإدارة.
                                                                                     علي السلمي. (1978). القاهره: الإعلان.
                                      عمار الطيب كشرود. (2007). البحث العلمي ومناهجه. عمان: دار المناهج للنشر والتوزيع،.
                                   غازي جمال خليفة. (2009). طرق ومناهج البحث العلمي. القاهره: دار الوراق للنشر والتوزيع.
                                                                     فوزية فهيم. (1978). الفن الإذاعي. القاهره: دار المعارف.
                                            ماجد محمد الخياط. (2011). أساليب البحث العلمي. عمان: دار الراية للنشر والتوزيع.
  محمد السلعوس. (2002). دور الإعلانات التجارية في التلفزيون الأردني، عمان: الجامعة الأردنية، عمادة البحث العلمي في الجامعة
                                           (الإصدار 2، المجلد 27). عمان: مجلة دراسات العلوم الاجتماعية والإنسانية.
                                           محمد عبدالحميد. (2015). البحث العلمي في الدر اسات الإعلامية. القاهره: عالم الكتب.
              منى سعيد الحديدي ، وسلوى إمام على. (2008). الإعلان – اسسه .. وسائله .. فنونه. القاهره: الدار المصرية اللبنانية.
                                   هادي نعمان الهيتي. (1979). الاتصال الجماهيري - المنظور الجديد. بغداد: دار الرشيد للنشر.
```



يسرى خالد إبراهيم. (2010). نظريات الاتصال. بغداد: دار النهرين للنشر والتوزيع.

الهوامش:

- (*) قائمة أسماء الأساتذة والسادة المحكمين، تم ترتيب الأسماء هجانياً حسب الدرجة العلمية لكل منهم وأبجدية الاسم:

 - 5- أ. م. د. صباح أنور محمد الصالحي، رئيس قسم العلاقات العامة، كلية الإعلام، جامعة العراقية.
- 6- أ. م. راضي رشيد الجبوري، المعاون للشؤون الإدارية، قسم الصحافة الإذاعية والتلفزيونية، كُلية الإعلام، جامعة العراقية. 7- د. جاسم رمضان الهلالي، قسم العلاقات العامة، كلية الإعلام، الجامعة العراقية.

 - 8- د. علاء نجاح نوري، رئيس قسم الصحافة الإذاعية والتلفزيونية، كلية الإعلام، جامعة العراقية.



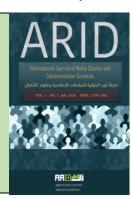
المحفل العلمي الدولي

ARID Journals

ARID International Journal of Media Studies and Communication Sciences (AIJMSCS)

ISSN: 2709-2062

Journal home page: arid.my/j/AIJMSCS



مَجِلةً أُريد الدَّوليةُ للدراسات الإعلامية وعلوم الإتصال

العدد 2 ، المجلد 1 ، تموز 2020 م

Obstacles to journalistic work in conflict areas

Omar Adel

The Iraqi media Network

معوقات العمل الصحفى في مناطق الصراع

عمر عادل رشيد

شبكة الإعلام العراقي

https://doi.org/10.36772/arid.aijmscs.2020.125



ARTICLE INFO

Article history: Received 6/01/2020

Received in revised form 22/02/2020

Accepted 14/03/2020 Available online 15/07/2020

https://doi.org/10.36772/arid.aijmscs.2020.125

الملخص

مع تطور وسائل وأدوات الصراع المسلّح لم يُعد مسرح العمليات مقصوراً على رقعة محدّدة من الأرض، بل أصبح يشمل كلّ أجزاء الدولة، ومن هنا كان على الإعلام الحربي عند اندلاع المعارك والحروب أن ينقل بالصوت والصورة كلّ ما يدور في ساحة الصراع، لاسيما بعد أن بدأت تظهر مهام جديدة للإعلام الحربي خاصة في ظل امتلاك الجيوش لأسلحة متطورة ما جعل الإعلام الحربي أداة مهمّة من أدوات الحرب لنقل كلّ ما يدور من أحداث داخل مناطق الصراع، سواء على الجبهة أو في عمق الدولة، وهذا العمل غالبا ما يقوم به شخص من داخل المؤسسة الصحفية يُطلق عليه المراسل الحربي، ويرسل إلى ميدان القتال في مهمة خاصة أثناء الحرب.

الكلمات المفتاحية: المناطق الخطرة، معوقات العمل الصحفي، مناطق الصراع، حماية الصحفيين



Abstract

With the development of the means and tools of armed conflict, the theater of operations was no

longer confined to a specific area of the land, but rather included all parts of the state, and from

here it was necessary for the military media when the outbreak of battles and wars to transmit

with sound and image everything that is going on in the battlefield, especially after it began to

appear New tasks for the military media, especially in light of the armies' possession of advanced

weapons, which made the military media an important tool of war to transmit all the events

taking place within the conflict areas, whether on the front or in the depths of the state, and this

work is often performed by a person from within the press establishment. By the war

correspondent, and sent to the battlefield on a special mission during the war.

Keywords: Dangerous areas, press work obstacles, conflict areas, protecting journalists

مقدمة

مع تطور وسائل وأدوات الصراع المسلّح لم يُعد مسرح العمليات مقصوراً على رقعة محدّدة من الأرض، بل أصبح يشمل كلّ أجزاء الدولة، ومن هنا كان على الإعلام الحربي عند اندلاع المعارك والحروب أن ينقل بالصوت والصورة كلّ ما يدور في ساحة الصراع، لاسيما بعد أن بدأت تظهر مهام جديدة للإعلام الحربي خاصة في ظل امتلاك الجيوش لأسلحة متطورة ما جعل الإعلام الحربي أداة مهمّة من أدوات الحرب لنقل كلّ ما يدور من أحداث داخل مناطق الصراع، سواء على الجبهة أو في عمق الدولة، وهذا العمل غالبا ما يقوم به شخص من داخل المؤسسة الصحفية يُطلق عليه المراسل الحربي، ويرسل إلى ميدان القتال في مهمة خاصة أثناء الحرب.

وجاء هذا البحث ليدرسَ المعوقات التي يواجهها العاملون في المجال الصحفي الحربي في مناطق الصراع، والصراع الذي نقصده هذا هو معركة تحرير الموصل من سيطرة (تنظيم داعش). وقد تمّ تصميمه هيكليا على وفق ثلاثة مباحث: يقدم المبحث الأوّل إطارا تفصيليا لمنهجية البحث وإجراءات التحليل. ويبحث المبحث الثاني: في موضوع الإعلام الحربي، ومعوّقات المراسل الحربي في مناطق الصراع. وحدّد المبحث الثالث الإطار العملي للبحث الذي تناول تحليل استمارة الاستبيان التي قدّمها لعينة البحث. وانتهى البحث إلى مجموعة من الاستنتاجات والتوصيات التي توصل إليها الباحث.

المبحث الأوّل: الإطار المنهجي للبحث

أولاً: مشكلة الدراسة:

يمكن تعريف مشكلة البحث بأنها عبارة عن موقف أو قضية أو فكرة أو مفهوم يحتاج إلى البحث والدراسة للوقوف على مقدماتها وبناء العلاقات بين عناصرها ونتائجها الحالية، وإعادة صياغتها من خلال نتائج الدراسة ووضعها في الإطار العلمي السليم (عبدالحميد، 2000)، كذلك تعرف مشكلة البحث: بأنها وجود نقص أو خلل أو ضعف في مجال معين من مجالات العمل الإعلامي يحتاج إلى دراسة وفحص وتحقيق (العقابي، 2017).

ولعل البحث بمجمله يرمي للإجابة على التساؤلات والفروض الأتية:

(ماهي المعوقات التي واجهها المراسلون الحربيون خلال معركة الموصل في العراق؟)

و هذا التساؤل تشتق منه تساؤلات فرعية:

1_ ماهي المشاكل التي واجهها الصحفيون خلال عمليات تحرير الموصل؟



- 2_ ما مدى التزام عينة الدراسة بأخلاقيات المهنة خلال عمليات تحرير الموصل؟
- 3 ـ هل هناك ضغوط واجهها الصحفيون من قبل القيادات العسكرية والسياسية للتأثير في حيادية نقل الخبر؟
 - 4_ ما مدى اهتمام المؤسسة الصحفية بسلامة صحفيها في مناطق الصراع؟
 - 5_ ما أبرز الخبرات التي اكتسبها المراسلون الحربيون خلال عمليات تحرير الموصل؟

ثانيا: أهمية البحث:

1 يمكن أن يقدّم هذا البحث تصور كامل عن طبيعة المعوّقات التي يتعرض لها المراسل الصحفي في مناطق الصراع ومعرفة
 الصعوبات التي يواجهها المراسلون في مناطق الصراع.

2 ـ يقدّم لنا هذا البحث إطاراً لمدى التزام الصحفين بأخلاقيات المهنة الصحفية خلال عمليات تحرير الموصل، كما يكشف عن مدى اهتمام المؤسسة الصحفية بسلامة صحفيها في مناطق الصراع.

4_ يعطينا البحث هذا معرفة بالضغوط التي يواجهها الصحفيون من قبل القيادات العسكرية و المعنية بالشأن الحربي بالإضافة إلى الجهات السياسية للتأثير في حيادية نقل الخبر بالإضافة إلى معرفة الخبرات التي اكتسبها المراسلون الحربيون خلال عمليات تحرير الموصل.

5 ـــ يمكن أن يكون الإطار النظري للبحث مرجع للباحثين في عمل المراسل الحربي والمعوقات في مناطق الصراع لاسيما
 وأن هذا الموضوع يعتبر من المواضيع الحديثة في الدراسات الإعلامية .

6 ــ يمكن أن يكون هذا البحث حافزا للمؤسسات الإعلامية للاهتمام بمراسليها الحربيين وإدخالهم الدورات اللازمة في عمل المراسل الحربي، وكيفية العمل الصحفى في مناطق الصراع.

ثالثًا: أهداف البحث:

- 1- كشف الصعوبات التي واجهها المراسلون الحربيون في معركة تحرير الموصل.
- 2_ معرفة مدى إلتزام المراسلين الحربيين بأخلاقيات المهنة خلال عمليات تحرير الموصل.
 - 3_ معرفة مدى اهتمام المؤسسة الصحفية بسلامة صحفيها في مناطق الصراع.
- 4_ معرفة الضغوط التي يواجهها المراسلون الحربيون من قبل القيادات العسكرية للتأثير في حيادية نقل الخبر
 - 5_ معرفة الخبرات التي اكتسبها المراسلون الحربيون خلال عمليات تحرير الموصل.



رابعا: مجالات البحث:

1- المجال الزماني: اختار الباحث المدة الواقعة بين 17 /2016/10 ولغاية 2017/7/10 لأنها كانت الفترة التي استغرقتها معركة تحرير الموصل حيث بدأت مع إعلان القائد العام للقوات المسلحة (*)، بانطلاق عمليات قادمون يا نينوى وانتهت بإعلان التحرير بالكامل واستعادة المدينة.

2- المجال المكاني: اختار الباحث معركة الموصل التي حدثت في محافظة نينوى والتي ركزت على استعادة ساحلي المدينة الأيسر والأيمن والتي تمثل مركز المحافظة حيث تعتبر مدينة الموصل أوّل مدينة تعرضت للسقوط على أيدي تنظيم داعش ، وأصبحت فيما بعد مركز لمقاتليه وعاصمة لتنظيمهم لمدة أربع سنوات إلى أن تمّ استعادتها على أيدي مقاتلي القوات المسلحة العراقية. حيث يجد الباحث بهذه المعركة المجال المكاني المناسب لدراسة عمل المراسلين الحربيين لمعرفة معوقات عملهم.

3- المجال البشري: يمثل المجال البشري بالمراسلين الحربيين للمؤسسات الإعلامية والبالغ عددهم (123) ويمثلون أدوات المؤسسات الإعلامية والمؤسسات المختصة بالإعلام لدى القطاع الحكومية في نقل وتغطية أخبار المعركة.

خامسا: منهج البحث:

ويعتبر المنهج المسحي الذي اعتمده الباحث، جهدا علميا منظما للحصول على بيانات ومعلومات وأوصاف عن الظاهرة أو مجموعة الظاهرات موضوع البحث (حسين، 2006)، والمنهج المسحي يمكن تعريفه "بأنه الطرق والإجراءات والأدوات التي تستخدم لدراسة الظاهرة أو الموضوع دراسة وصفية تكشف عما فيه من خصائص ومتغيرات وعلاقات من حيث الشدة والاتجاه، أي أن الوصف يتضمّن تحليل بنية الموضوع وتوضيح العلاقة بين مكوناته ووصف أبعاده المختلفة كما في الواقع" (عبدالعزيز، 2011).

سادسا: أداوات البحث:

اعتمد الباحث ثلاثة من أدوات البحث العلمي لغرض إكمال متطلبات بحثة وهي:

1_ استمارة الاستبيان.

2_ المقابلة.

3. الملاحظة.

^{(*).} كان في حينها السيد حيدر العبادي رئيس الوزراء والقائد العام للقوات المسلحة والذي أعلن عن انطلاق العمليات قادمون يا نينوى بتاريخ 2016/10/17، بحملة عسكرية ضمت العديد من القطعات العسكرية من الجيش العراقي وجهاز مكافحة الإرهاب والرد السريع وقوات الشرطة الاتحادية بالإضافة إلى القوات الساندة والمتمثلة بالحشد العشائري وقوات البيشمركة فضلا عن الإسناد العسكري الجوي من دول التحالف، بقيادة الولايات المتحدة الاميركية والتي استمرت ستة أشهر لحين إعلان رئيس الوزراء العراقي حيدر العبادي عن انتهاء " احتلال المدينة من سيطرة تنظيم داعش " وحسب البيان المشترك الذي أذيع إعلان النصر وتحرير الموصل في 10 //2017/1).



ARID International Journal of Media Studies and Communication Sciences (AIJMSCS)

سابعا: مجتمع البحث وعينته:

وبما أن المدة الزمنية المحددة لإجراء هذا البحث هي سنة أشهر تبدأ في 17/ 2016/10 وتنتهي في 2017/7/10، فأن طريقة اختيار العينة ستندرج ضمن إطار الحصر الشامل لكل عينة المراسلين الحربيين الذين تمّ تحديدهم، ومن شأن هذه الطريقة العلمية أن تلبى أهداف البحث كاملة، فهي تغطى عينة الصحفيين الذين اشتركوا بتغطية أحداث معركة الموصل،

تاسعا: تحديد المصطلحات:

1 <u>المعوقات</u>: هي العقبات التي يواجهها المراسلون الحربيون خلال القيام بتغطياتهم في مناطق القتال، وهذه المعوقات تعترض عمل الصحفيين وتحول دون اكمال تغطيتهم وكتابة اخبارهم، وهذه المعوقات تتمثل بضغوط غرفة الأخبار على المراسل الحربي والتعرّض للمخاطر، بالإضافة إلى عدم توفير المعدّات التكنلوجية للعمل ومعدات السلامة الأمنية الخاصة بالمراسلين الحربيين، فضلا عن العقبات القانونية التي تتعلق بحضر نشر وبث ومناقشة أحداث معينة.

2_<u>معركة الموصل</u>: وهي معركة خاضتها القوات المسلحة العراقية ضد مجاميع داعش الأرهابية لاستعادة مدينة الموصل، والتي استمرت سنة أشهر، خاضت خلالها القوات العراقية معارك شرسة ضد المجاميع الإرهابية داخل الأحياء السكنية إلى أن تمكّنت القوات العراقية من استعادة جانبي المدينة الأيسر والأيمن وإعلان تحرير المدينة بالكامل بتاريخ 10 /7/7/70

المبحث الثاني: الإطار النظري

اولا: مفهوم الإعلام الحربى:

على الرغم من إدراك البشرية لأهوال الحرب ونتائجها، فإن الإنسان منذ بدء الخليقة أوجد لها الفضائل التي تبرر قيامها في كل حقبة تاريخية، ومع التطور البشري اهتمت الدول بالحرب كنشاط إنساني _ وهي تبرر لنفسها مشروعيتها، وأصبحت تتنافس في بناء الجيوش وتنظيمها وتسليحها، لتعد منها قوة ضاربة تحقق أهدافها، ولأن الحرب نشاط إنساني يرتبط هو والعوامل النفسية والاجتماعية للشعوب، فقد أصبح تسجيل هذا النشاط والإعلام عنه ضرورة لشعوب هذه القوات، لاتصاله بالغرائز الإنسانية (كغريزة البقاء وغريزة الخوف)، فكانت الحاجة منذ القدم لنشر أنباء الجيوش والحروب بين القوات بعضها وبعض أو بين الشعب بوسائل النشر المختلفة التي تتفق مع طبيعة العصر (عبدالحميد، 1977).

واليوم أصبح الإعلام الحربي في إطار المنظومة الشاملة للدولة أحد القوى الإساسية والمؤثرة في صنع القرار خاصة بعد أن شهد الإعلام في السنوات الأخيرة تقدّما تقنيا ووظيفيا، أدى إلى أن يتحول العالم إلى قرية صغيرة، وإذا اتفقنا أن الإعلام بشكل عام هو أحد القوّى المؤثرة على مستوى الدولة فإن الإعلام الحربي يأتي في مرتبة متقدّمة ضمن فروع الإعلام المتخصّص،



والذي هو جزء لا يتجزأ من الإعلام الوطني، بل يمكن القول أن الإعلام الحربي هو أحد أركان الأمن الوطني، كما أنه المرآة التي يرى فيها المواطن قواته المسلحة ويقف على الدور الذي تؤديه في تحقيق أمن الوطن والدفاع عنه (الجميلي، 2015). والإعلام الحربي من خلال استخدام وسائل الإعلام المختلفة يستطيع أن يسهم في خطط إعداد القوات المسلّحة وفي إعداد الدولة للحرب، من خلال تأكيد أهمية بناء قدرات حربية قادرة على مواجهة التهديدات المختلفة، بل والتأكيد على أهمية وجود حجم متوازن من القوات كمّاً ونوعاً لتحقيق الدفاع، كما يمكن توظيف جهود الإعلام الحربي لنقل الصورة الحقيقية والواقعية لما يدور داخل القوات المسلحة من خلال إبراز قدراتها وكفاءتها القتالية، حتى تتعرف جماهير الشعب على القوة التي تحميهم ضد المخاطر الخارجية وتساهم معهم في بناء الوطن (الدليمي، 2015)

ويتميز الإعلام الحربي بدور أساسي سواء في مرحلة الإعداد للحرب أو في أثناء الحرب الفعلية، وهذا الدور يتمثل في تركيز الجهود من أجل كسب الحرب عن طريق الإسهام في إعداد الجماهير للمعركة والتعريف بأهداف الحرب وشرح أبعاد الصراع، كما أنه يقوم بتوعية الجماهير من خلال شرح مقتضيات الأمن وأبعاد وأهمية الدفاع من أجل تحقيق ثبات الجبهة الداخلية وذلك عبر وسائل الإعلام المختلفة، فالإعلام يتميز بقوة تأثير لا يمكن منعها، ولكن يمكن التخفيف من خطرها بإعلام مضاد يمتلك التأثير أيضا (شديد، 2017).

ويعبر الإعلام الحربي عن الدور الذي تقوم به القوات المسلحة من أجل تنفيذ الهدف العسكري للدولة والذي يُسهم في تحقيق الهدف السياسي ودعم الفكر الحربي لدى قوى الشعب وقواته المسلحة، وكذلك لمواجهة الدعاية المعادية من القوى الخارجية المعادية للدولة.

والإعلام الحربي يعني (جمع وتحليل ومعالجة البيانات والمعلومات والصور والتعليمات من كافة المصادر عن انشطة القوات المسلحة، والتأكد من مصداقيتها وصياغتها بأسلوب يتقبله المجتمع ونشرها محليا وخارجيا باستخدام كافة وسائل الإعلام، وذلك بهدف تزويد الشعب والقوات المسلحة بالمعلومات الصحيحة، واحباط نوايا الحملات المضادة التي تهدف إلى إضعاف الروح المعنوية أو التأثير على التلاحم بين الشعب والجيش مع التأكيد على الولاء والانتماء للوطن) (الحمداني، 2010) ، حيث إن الإعلام الحربي يمثل أوجه النشاطات الإتصالية التي تستهدف تزويد الجمهور الداخلي والخارجي بكافة الحقائق والأخبار الصحيحة عن القوات المسلحة، من أجل تكوين رأي صائب لدى الجماهير عن مدى كفاءة وقدرات هذه القوات، وفي الوقت نفسة مواجهة الإعلام المعادي (شاهين و عبدالحميد، 2011)

ويشير الدكتور محمد أبو سمرة في كتابة استراتيجيات الإعلام الحربي والعسكري بأن" الإعلام الحربي يقوم بعملية نقل الأفكار والمعاني والأخبار بين طرفين (مرسل وهو الجهة المعلومة ومستقبل وهي الجهة المتلقية للإعلام) بقصد ايصال رسالة أو حملة إعلامية تهدف إلى التأثير في سلوك الأفراد والجماعات أو الشعوب والدول والمجتمعات سواء أثناء السلم أو أثناء الحرب،



وتخصتص هذه الرسالة أو الحملة الإعلامية على أفراد القوّات المسلّحة خصوصا وأفراد الشعب بشرائحه وأطيافه عموما، للوصول إلى أهداف يرغب القائمون بالإعلام الحربي الوصول إلى تحقيقها لأهمية هذه الأهداف والنتائج المتوقّع حصولها في سلوك الأفراد والجماعات والمجتمعات والشّعوب والدول" (سمرة، 2015).

إن هذا الفهم الخاص بالإعلام الحربي يفترض به أن يقدّم المعرفة المتعلقة بالشؤون الأمنية والعسكرية إلى الجمهور بغية رفع درجة الوعي المجتمعي وخاصة في المجتمعات التي يحتاج مواطنيها إلى تنمية ظروفها نحو الأفضل والتعرّف الكافي على مشكلاتها في المجال الأمني، حيث يفرض تقديم معلومات جديدة وحديثة وهامّة للجمهور حول مسألة بعينها أو حادثة معينة، وهذه المعلومات تتسم بالمصداقية والشفافية والحداثة ومسايرة الأحداث (سلمان، 2011)

ثانيا: المعوقات التي تواجه المراسلين الحربيين:

تتأثر عملية تغطية الأخبار في مناطق الصراع، بعدد من المعوقات التي تتحدّد على وفقها طبيعة ونوعية التغطية الإخبارية التي يجريها المراسلون الحربيون للأحداث وتطوراتها في مناطق القتال بين الاطراف المتصارعة، حيث يواجه العديد من مراسلي الصحف والمؤسسات الإعلامية المحلية والدولية معوقات وعقبات كثيرة منها ما يتعلق بعدم معرفة ما يجري عمليا على الأرض في مناطق الحرب والصراع المسلّح ومناطق التوتر، فيقع بعضهم أسرى تضليل مصادر طرفي النزاع، لذلك نجد أن تحليلاتهم وتغطياتهم الصحفية في تلك المناطق تأتي مغايرة للحقيقة والواقع (المشهداني، 2014)، ومنها ما يتعلق بمعوقات الخطورة والإصابة في أرض المعركة وقد تمّ تحديد المعوّقات التي تواجه المراسلين الحربين في مناطق الصراع بالأتي:

معوقات وضغوط المنافسة والتوقيت والسبق على المراسلة:

1— ضغوط سياسة المؤسسة الإعلامية وغرفة الأخبار: تعني الاتجاه الفكري والسياسي للمؤسسة، والذي يترجم إلى قواعد وآليات لتنظيم العمل في حجرة الأخبار، حيث يتم توجيه الإنتاج الصحفي بما يتوافق مع السياسة التي تعتمدها المؤسسة الإعلامية، وتتمثل في عمليات حذف الأخبار أو تعديلها أو إلغائها (سعيد، 2004)، فلكلّ مؤسسة إعلامية خطها السياسي وجمهور ها المستهدف ومواقفها من القضايا المطروحة، مما يؤثر على قرار بث الخبر من عدمه وعلى طريقة تناوله، وعلى التفاصيل التي يجب التركيز عليها دون غير ها. ولعل اختلاف المؤسسات الإعلامية في معالجتها للمواضيع الإخبارية المتشابهة أمر ناتج عن الاختلاف في توجّه المؤسسة وخطها السياسي، فلكل مؤسسة إعلامية توجهات سياسية تؤثر بشكل مباشر على معالجتها الإعلامية. فالحدث وكيفية تقهمه، وبالتالي كيفية تقيمه، وبالتالي كيفية تقيمه، وأين يقع على خريطة مصالح واهتمامات هذه الوسيلة (الماجد، 2008).

2 _ حظر نشر وبث ومناقشة أحداث معينة:



قد يحضر نشر أحداث إخبارية وقضايا عامة (كالأسرار العسكرية، مداولات المحاكم، قضايا الأحوال الشخصية) فهذه القيود تمثل عائقا وقيودا على المراسل الصحفي، وتضع المؤسسة الإعلامية أمام مسؤولية كبيرة تجاه تناول هذه الأحداث والقضايا، وتأتي الجهات المسؤولة وغالبا ما تكون جهات تشريعية بحضر النشر والبث فيما تراه من القضايا خشية عدم الدقة وعدم المصداقية والموضوعية في تناول هذه القضايا، فأحيانا يحظر البث والنشر تحت مسمى "حماية الأمن الوطني (شفيق، 2014) ، وبما أن الحروب تحتاج إلى مستوى عال من التعبئة الجماهيرية للاستمرار في الحرب وحسم نتائجها، لذلك عرفت الجيوش أهمية الإعلام وأصبح لكل جيش في العالم إدارة خاصة تعنى بالإعلام، وتعتمد على الإتصال بالمؤسسات الإعلامية لمدها بالأخبار والمعلومات العسكرية الموثرة التي تمس أمن الجيش والوطن (الهيتي، 1014).

3 - معوق الخطورة التي يتعرض لها المراسل الحربي:

لقد أصبحت الصحافة من أخطر المهن، حيث إن الصحفيين والإعلاميين يدفعون ثمن الحقيقة من أرواحهم ودمائهم في أي نزاع يحدث، فقد يعمد أحد الأطراف قتل الصحفيين وتدمير مقرّاتهم أو خطفهم وإخفائهم وأحيانا اعتقالهم ومحاكمتهم بتهم باطلة، كلّ ذلك لعله يفلح في إرهاب الإعلام والسيطرة على الخبر والصورة حتى يواري جرائمه فلا يطّلع عليها الرأي العام العالمي (المشهداني، 2011) ، فالعمل الصحفي في مناطق الصراع أو مناطق الحروب والنزاع والمناطق الخطرة يستحيل فيه تجنّب خطر الإصابة أو تجنّب الموت والمرض، فمثل هذه الأوضاع تشير إلى صعوبة العمل وتعقيداته (فاينشاتين،، 2015) ، وهذا ما وثقة مرصد الحريات الصحفية في العراق ومنظمة مراسلون بلا حدود، فقد تمكّنوا وخلال تقرير استغرق إعداده ثلاثة أشهر من رصد جميع الجرائم المتتالية التي ارتكبها تنظيم (الدولة الإسلامية) المعروف باسم "داعش" بحق الصحفيين ومساعديهم، حيث وثّق اختطاف (48) صحفيا ومساعدا إعلاميا وطلاب إعلام (الربيعي، 2015)

4 _ ضغوط المصدر على المراسل الحربى:

قد يتعرّض المراسل الحربي في ميادين القتال لضغوط تتعلق بالأداء المهني من المصدر الإخباري، ويتمثل هذا النوع من الضغوط في:

1 ـــ إن المصدر قد يطلب من المراسل الصحفي مراجعة بعض تفاصيل القصة وتعديلها قبل بثها.

2 ـ قد تطلب مصادر الأخبار حذف بعض التعليقات، أو عدم الإفصاح عن شخصياتهم.

3— كما أن بعض المصادر تمارس ضغوطاتها عن طريق الجوائز التي تمنحها للمراسلين، وعن طريق الدعوات التي توجهها لهم لحضور نشاطاتها، وتحملها النفقات، وما يترتب على ذلك من أمور مالية لمن يلبّى منهم الدعوات (شفيق، 2014).



5 - المعوقات والضغوط الاجتماعية على المراسل الحربى:

تتأتى تأثيرات المعوّق الاجتماعي على الصحفيين من جوانب اجتماعية عدة، منها ما يتعلق بالسمات الشخصية والقيم الذاتية للصحفيين، فضلا عن ميولهم واتجاهاتهم الثقافية والدينية، وأخرى بالنظام الاجتماعي السائد (المشهداني، 2014)، وقد أتاح تغير نظام الحكم في العراق إلى ظهور سلطة جديدة على العمل الصحفي لاسيما وأن هذا التغير تلازم مع غياب للمؤسسات الأمنية القمعية والرقابية التي كانت تمارس ضغوطا شديدة على الصحافة، حيث فتح المد الديمقراطي أمام الجماهير الباب على مصراعيه لتكوّن سلطة مباشرة على الإعلام، ومارس الجمهور ضغوطه على الصحافة عن طريق أساليب عدّة، منها حضور المواطنين إلى مقرات وسائل الإعلام وإبلاغ القائمين عليها انز عاجهم من نشر بعض الموضوعات (فاخر، 2016).

6_ أخلاقيات المهنة الصحفية:

هناك العديد من الممارسات الإعلامية تخرج في كثير من الأحيان عن الوظيفة الإساسية للعمل الإعلامي، الأمر الذي يؤدي إلى حصول خلل واضح في بنية العملية الإعلامية بأسرها، ولا شك أن مثل هذا الأمر لا يخفى على أحد سواء أكان متخصصا في الإعلام أم من الجمهور العادي، وبهذا فإن الأخلاق الإعلامية أو إخلاقيات الإعلام تعتبر من الأساسيات في العمل الصحفي والإعلامي، لأنها تضبط و تهذّب العملية الإعلامية، وتحقق أهداف الإعلام في نشر الحقائق والمعارف (المشاقبه، 2012). وأخلاقيات الصحافة تتألف من المبادئ والأخلاقيات والممارسات الجيدة وتطبيقها على التحديات المهنية التي تواجه الصحفيين، وتظهر القواعد الأساسية لأخلاق أي صحيفة أو مؤسسة إعلامية في إعلان فلسفتها ومبادئها التي تعتم على أساسها. وقد تختلف فلسفات المؤسسات الصحفية إلا أنها تجمع على مبادئ اتباع الحقيقة والدقة والموضوعية والحياد والتسامح والمسؤولية أمام القراء، ويبدأ اتباع تلك الأخلاقيات في الحصول على المعلومات ومراعاة أهميتها ثم توصيلها إلى الجهور (كنعان، 2013)، والأخلاقيات التي يجب أن يلتزم بها المراسل الحربي وهو يبحث عن الخبر ويصوغه ويقدمه لجمهوره، تجعله يتحمّل مسؤوليات متعددة كالآتي:

أ: الرقابة الذاتية للمراسل الحربي ومسؤوليته تجاه نفسه.

ب ــ مسؤولية المراسل الحربي مع مصادره.

ج: مسؤولية خاصة تجاه المجتمع.

7 _ معوّق التكنلوجيا وعدم توفر تقنية الإرسال في أرض المعركة:

لقد أخذت فاعلية المراسلين والمندوبين الصحفيين في طريقها نحو التقدّم اللافت بعد أن وفرّت لهم الصحف المتطورة تكنلوجيا تبادل المعلومات من الحاسوب الصغير والفاكس المجيب والهاتفي اللاسلكي، وقارئ الإسطوانات المدمجة والهاتف المتحرك، والمايكرو المحمول والمايكرو الإعلامي المتعدد والإذاعة الهاتفية والفاكس المتحرك والمسجل والإذاعة الرقمية، وغير ذلك من



التقنيات. وصارت هذه الإمكانيات متاحة بشكل كبير لمندوبي الصحف المتطوّرة منذ أكثر من عقدين خلت، وبالرغم من الأهمية المتزايدة للتكنلوجيا في مجال التغطية الصحافية، فإن العنصر البشري أي المراسل بقي الحلقة الأساسية في عملية جمع الأخبار ونقلها، ذلك أن خصائصه الفردية هي التي تحدّد الطريقة التي يعالج بها موضوع حدث ما (ابراهيم و الساموك، 2011)

ومن أبرز مميزات الحرب الحديثة استخدام المعلوماتية، ونعني بها عمليات تحويل المعلومات عبر الأثير بسرعة كبيرة، حيث يتم جمعها وتحليلها وتقييمها بصورة فورية ليعاد توزيعها على كافة الوحدات المستفيدة منها خصوصا الإعلامية (بورجيلي، 2005) ، إلا أن تحوّل العمل الإعلامي في العصر الحديث إلى عمل يحتاج إلى استخدام الآلات الكثيرة والمعقدة والمرتفعة الثمن في نقل الرسالة الإعلامية أصبح عائقا أمام كثير من المراسلين الحربيين (ابوخليل، 2015)

8 ـ المعوقات القانونية:

يعاني الصحفيون في شتى أنحاء العالم، وبنسب متفاوتة من ضغوطات وإكراهات متنوعة، تتباين حسب البيئات والأوضاع السياسية أو الحربية السائدة. وتبرز المعاناة بشكل جلي في بعض المؤسسات العربية بالخصوص، حيث تبدو مأساة الصحفيين أكبر منها في أي من دول العالم. إذ إن المهنة أصبحت في الكثير من الدول العربية جالبة لكل المتاعب، حيث تتنوع مصادر الضغوط التي يتعرض لها الصحفيون في العالم العربي بين ضغوطات حكومية من خلال سعي السلطات الحكومية الى سن قوانين تقيد حريتهم وتربط قسريا بين نشاطاتهم، وما باتت تسميه بالأمن الوطني أو أمن الدولة (قوراري، 2017).

فالمحددات والمعوّقات القانونية تتعلق بنوعين من القوانين، أولهما: القوانين المنظّمة لمهنة الصحافة، وثانيهما القوانين المنظمة للحياة العامة، مثل قوانين العقوبات والإجراءات الجنائية، التي تتضمن الكثير من البنود التي تعوق عمل الصحفيين، وكشفهم للحقيقة، مع غياب وجود قانون يضمن حرية المعلومات وتداولها، ويظهر تأثير المعوقات والمحددات القانونية في عملية صنع القرار التحريري، بقائمة موضوعات محظور الاقتراب منها، خاصة التي تصدر بشأنها أوامر حظر نشر من قبل الجهات العسكرية والامنية والقضائية، الأمر الذي يدفع الصحف إلى تجنّب مناقشتها، ودائما ما تحاول السلطة السياسية أن تتخذ من هذه القوانين ذريعة لإحكام قبضتها على الوسائل الإعلامية باستخدام مصطلحات مطاطة مثل "الأمن الوطني "، وحماية النظام العام، وهذه الرقابة القانونية تتخذ عدة أشكال منها رقابة مسبقة على النشر، ورقابة بعد النشر (زكي، 2018).

المبحث الثالث: الإطار العملي

يتضمن هذا الفصل عملية التحليل لاستمارة الاستبيان المقدمة للمراسلين الحربين المشاركين بتغطية معركة تحرير الموصل، ضمن عينة البحث والبالغ عددهم 123 مراسلا، والتي حصل عليها الباحث من مركز الإعلام الأمني التابع لقيادة العمليات



المشتركة، حيث تمّ توزيع استمارة الاستبيان عليهم، للمدة من 2019/2/15 ولغاية 2019/2/25 وهو تأريخ اكتمال استلام الاستمارات منهم، وخلال فترة التوزيع تعذر تقديم الاستمارات لأربع مراسلين لكون ثلاثة منهم خارج العراق، وعلى الرغم من محاولة الباحث الاتصال بهم عن طريق البريد الإلكتروني، لكن لم تتم الإجابة، في حين اعتذر الرابع عن الإجابة على أسئلة الاستمارة ما اضطر الباحث إلى استبعادهم من عينه البحث.

وبعدها قام الباحث بعملية الفرز للاستمارات وتحليلها للوصول للنتائج المطلوبة، حيث عمد إلى ترتيبها في جداول وفق ما هو مطلوب في تساؤلات البحث، وقد ظهرت النتائج بحسب الجداول اللاحقة في المحور الأول.

ثانيا: المراسلون بحسب العمر:

وفيما يخص موضوع الفئات العمرية للمراسلين المشاركين في معركة تحرير الموصل، فقد جاءت كما يبينها الجدول (2) التالي:

النسبة المئوية الفئة العمربة التكر ار

جدول (2): يبين الفئات العمرية للمراسلين

1	40 - 31	65	%55
2	30 - 18	27	%23
3	50 - 41	23	%19
4	51 فما فوق	4	%3
	المجموع	119	%100

من هذا الجدول يظهر أن الفئات العمرية للمبحوثين قد توزعت على أربعة فئات، جاءت الفئة العمرية التي تتراوح بين (31-40) بالمرتبة الاولى، حيث بلغ عدد المراسلين ضمن هذه الفئة العمرية (65) مراسلا، وبنسبة مئوية بلغت (55%)، وهذا يدل على أن الكثير من المؤسسات الصحفية خلال تغطيتها أحداث معركة الموصل قد اعتمدت على المراسلين الحربيين الذين من المفترض أن يكونوا قد بلغوا مرحلة النضج والإدراك، وعدم التسرع والتهوّر في اتخاذ أي قرار في منطقة تتسم بالخطورة، وباتت لديهم خبرة في مجال التغطيات الحربية، ويستطيعون التحرك وإعداد التغطيات في مناطق القتال، فيما تلتها الفئة العمرية التي تتراوح بين (18_30سنة) بالمرتبة الثانية، إذ بلغ عدد المراسلين ضمن هذه الفئة (27) مراسلا حربيا وبنسبة مئوية بلغت (23%)، وهذا يشير إلى أن البعض من المؤسسات حاولت أن تزج بطاقات شبابية بميدان التغطيات الحربية لغرض تطوير كوادر ها وتدريبها على العمل الميداني الحربي، ذلك أن من المفترض أن ساحات المعارك هذه قد تحتاج إلى طاقة شبابية قادرة على سرعة التحرك والتمويه وتجاوز المخاطر بسرعة، فيما أتت بقية الفئات بحسب ما مبين بالجدول (2).

ثالثا: الحالة الاجتماعية للمراسلين:

توزعت فئات الحالة الاجتماعية للمبحوثين على أربعة فئات اجتماعية، وكما يظهر في الجدول (3) التالي:

جدول (3): يبين الحالة الاجتماعية للمراسلين

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الحالة الاجتماعية	ت
	%87.2	104	متزوج	1
	%12	14	اعزب	2
	%0.8	1	منفصل	3
	صفر	صفر	ارمل	4
	100	119	المجموع	

من الجدول أعلاه يظهر أن فئة المتزوجين قد حلّت بالمرتبة الأولى، إذ بلغ عدد المراسلين الحربيين ضمن هذه الفئة (104) مراسلا حربيا، وبنسبة مئوية غالبة بلغت (87,2)، تلتها فئة (أعزب) والتي كان ضمنها (14) مراسلا حربيا وبنسبة مئوية بلغت (12%)، في حين جاءت فئة منفصل بالمرتبة الثالثة بتكرار (1) ونسبة مئوية بلغت (0,8%)، وهذا الأمر قد يشير إلى ارتفاع الروح القتالية لهؤلاء المراسلين، فهم قد وضعوا موضوع مقاتلة داعش في المرتبة الأولى، قبل التفكير في مصير هم، حيث إنه من الممكن أن يتعرض أي واحد منهم إلى القتل أو الإعاقة، ورغم ذلك فلم يأبه أي منهم لمصيره ومصير عائلته من بعده في حالة وفاته في أرض المعركة، ومن المحتمل أن يكون دافع ذهابهم هو الرواتب المجزية التي يحصلون عليها، والتي غالبا ما تكون أعلى من رواتب المراسلين الذي يغطون الأخبار العادية، أي غلبة العنصر المادي الذي يكسبونه من ذهابهم لتغطية مناطق الخطر، أو طمعا بالشهرة التي يكسبونها من هذه التغطية.

رابعا: التحصيل الدراسي للمراسلين:

في هذا الموضوع ظهرت لنا النتائج المؤشرة في الجدول (4) التالي:

جدول (4): يبين التحصيل الدراسي للمراسلين



النسبة المئوية	التكرار	التحصيل الدراسي	ت
%83.2	99	دبلوم و بكالوريوس	1
%12.6	15	متوسطة وإعدادية	2
%4.2	5	شهادة عليا	3
صفر	صفر	ابتدائية	4
%100	119	المجموع	

توزّع المبحوثين على وفق التحصيل الدراسي ضمن عينة البحث إلى أربعة فنات، وكما في الجدول (4) أعلاه، حيث جاءت بالمرتبة الأولى فئة التحصيل الدراسي الدبلوم والبكالوريوس بتكرار (99) ونسبة مئوية بلغت (83،2%)، في حين احتل بالمرتبة الثانية المراسلون الحاصلون على شهادة المتوسطة والإعدادية بتكرار (15) ونسبة مئوية بلغت (12،6%)، فيما جاء بالمرتبة الثالثة المبحوثين الحاصلين على شهادة عليا حيث بلغ تعدادهم (5) وبنسبة مئوية بلغت (4،2%).

وما ذكر أعلاه يوضح لنا اعتماد المؤسسات الإعلامية على حملة الشهادات في تغطية العمليات العسكرية؛ باعتبار أن لديهم مؤهلات أكاديمية وخبرات ميدانية تؤهلهم لإعداد تغطيات متميزة عن سير المعارك وتقدم القوات الأمنية، بالإضافة إلى أن هؤلاء المراسلين قد تكون لديهم ثقافة عالية تؤهلهم لنقل أحداث ومعلومات ميدانية تجذّب المشاهد لمتابعة المؤسسة الإعلامية وتجعله يترقّب ظهور هؤلاء المراسلين لمعرفة المستجدات الميدانية.

خامسا: سنوات الخدمة في المجال الصحفي:

كانت لدينا أربع فئات في هذا الموضوع، وكانت نتائج الاستبيان كما في الجدول (5) التالي:

جدول (5): يبين سنوات الخدمة في المجال الصحفي



النسبة المئوية	التكرار	مدة العمل في المجال الصحفي	ت
%41،2	49	10 – 6 سنة	1
/041•2	49	10 – 0	1
%26.9	32	11 - 15سنة	2
%17.6	21	15 سنة فأكثر	3
7017*0	21	ر ۱ سته فحتر	3
%14.3	17	1 – 5 سنوات	4
0/100	110	6.	tı
%100	119	23	المجمو

إن عدد سنوات العمل الإعلامي لها دور كبير في صقل مواهب الصحفيين ليقدموا عمل محترف ورسالة حربية متميزة من أرض المعركة، وقد أشارت نتائج الدراسة الميدانية إلى أن المرتبة الأولى كانت لفئة (6—10) سنوات من الخدمة في المجال الإعلامي بتكرار بلغ (49) وبنسبة مئوية بلغت (%41،2)، فيما احتلت مدة العمل (11—15 سنة) المرتبة الثانية بتكرار (32) ونسبة مئوية قدرها (%96)، في حين أتت بالمرتبة الثالثة مدة العمل (15 سنة فأكثر) حيث بلغ عدد المراسلين الحربيين ضمن هذه الفئة (12) وبنسبة مئوية قدرها (%17،6)، تلتها فئة مدة العمل (1—5 سنة) بالمرتبة الرابعة بتكرار بلغ (17) ونسبة مئوية قدرها (%14،3).

وهذا يشير إلى أن أغلب المؤسسات الإعلامية قد اعتمدت على مراسلين حربيين لديهم خدمة طويلة في مجال العمل الإعلامي، من أجل نقل أحداث معركة الموصل وايصالها إلى الجمهور، لاسيما وأن هؤلاء المراسلين تولّدت لديهم خبرة كبيرة نتيجة خدمتهم الطويلة في مجال العمل الإعلامي.

سادسا: المشاركة في تغطية عمليات عسكرية:

امًا عن عدد مرات مشاركة المراسلين في التغطية الصحفية العسكرية، فيوضحها الجدول (6) التالي:

جدول (6): يبين عدد مشاركات المراسلين في التغطية الصحفية



النسبة المئوية	التكرار	عدد مرات المشاركة	Ü
%52	62	51 فما فوق	1
%16	19	20 – 11	2
%11	13	10 – 1	3
%10	12	30 – 21	4
%6.8	8	40 – 31	5
%4.2	5	50 – 41	6
%100	119	المجموع	

أما بخصوص نتائج تحليل إجابات المبحوثين ضمن عينة البحث بشأن التساؤل (كم مرة شاركت في تغطية عمليات عسكرية)، فقد تقدمت فئة (51 فما فوق) على باقي الفئات، إذ جاءت بالمرتبة الأولى في عدد مشاركات المراسلين الحربيين في تغطية العمليات العسكرية، وبلغت (62) إجابة وبنسبة مئوية قدر ها (52%)، وجاءت فئة (11—20) عدد مشاركات المراسلين في التغطيات العسكرية بالمرتبة الثانية حيث بلغت (19) إجابة وبنسبة مئوية بلغت (16%)، في حين احتلت فئة (11—10) المرتبة الثالثة إذ بلغت نسبة إجابات المراسلين (13) إجابة وبنسبة مئوية (11%)، تاتها فئة (21—30) بالمرتبة الرابعة بتكرار (12) ونسبة مئوية قدر ها (10%) بالمئة، فيما احتلت فئة (31—40) عدد مشاركات المراسلين الحربيين في تغطية العمليات العسكرية المرتبة الخامسة وبتكرار (8) وبنسبة مئوية بلغت (6,8)، فيما احتلت فئة (11—50)المرتبة السادسة والأخيرة بتكرار بلغ (5) ونسبة مئوية بلغت (4,2%)

والنتائج أعلاه تُشير إلى اعتماد المؤسسات الصحفية على مراسلين لديهم العديد من التغطيات في مناطق الخطر، فهذه التجارب تولّد الخبرة وتصبح كفاءتهم أعلى من زملائهم الأخرين، وهو ما يتطلبه العمل في هذه الأماكن.

سابعا: عدد المشاركات في تغطية معركة الموصل:

تشير الدراسة الميدانية والتي أظهرت نتائج تحليل إجابات المبحوثين ضمن عينة البحث بشأن التساؤل عن (كم مشاركة لك في تغطية معركة الموصل)، حيث توزّعت النتائج كما في الجدول (7) الأتي:



جدول (7): يبين عدد مشاركات المراسلين الحربيين في تغطية معركة الموصل

ت	عدد المشاركات	التكرار	النسبة المئوية
1	26 مشاركة فأكثر	47	%39,49
2	5 – 1	25	%21,00
			,
3	10 – 6	16	%13,45
4	20 – 16	12	%10,09
5	25 – 21	10	%8,40
			Í
6	15 – 11	9	%7,57
		_	
المجمو	۶	119	%99,8
		11)	,,,,,

ويظهر من الجدول أعلاه أن أكثر تكرار للمشاركة كان (26 مشاركة فما فوق) جاء أو لا بواقع (47) تكرارا، وبنسبة مئوية بلغت (47) بنكرار (25) ونسبة مئوية بلغت (21%)، في حين بلغت (39,49 %)، تلتها بالمرتبة الثانية فئة (من 1 - 5 مشاركات) بتكرار (25) ونسبة مئوية بلغت جاءت فئة عدد مشاركة المراسلين الحربيين (من 6 - 10مشاركات) المرتبة الثالثة بتكرار بلغ (16) ونسبة مئوية بلغت جاءت فئة عدد مشاركة القرات بحسب ما مبين بالجدول (7).

وتشير نتائج الدراسة الميدانية إلى أن فئة مشاركة المراسلين الحربين (26 فما فوق) كانت هي الأعلى بين باقي المشاركات، وهذا يدل على أن أغلب عينة البحث قد شاركت مشاركة فاعلة في تغطية معارك الموصل، فأغلب المراسلين الحربين كانوا يتنقلون بين محاور العمليات العسكرية من أجل الحصول على تغطيات متنوّعة ومن أحياء ومناطق مختلفة في مدينة الموصل، كما أن هذا الأمر يبين لنا مدى حرص المراسلين على نقل الحقائق من مواقع خطرة ولا يبالون لخطرها، وهذا ما أكسبهم دراية وخبرة في ساحات المعارك.

ثامنا: تخصص المراسلين:

إن موضوع تخصص المراسلين مهم جدا في الأداء الإعلامي، حيث إن المراسل الذي لديه شهادة في تخصص الإعلام تكون لديه أوليات كبيرة عن العمل الإعلامي، وإن لم يكن كذلك فيفترض به الدخول في دورات إعلامية تخص المراسلين، ويظهر لنا الجدول (8) الأتى تفصيلات ذلك:

جدول (8): يبين تخصص المراسلين



مجموع		نعم کلا		الفقرات	Ü	
العينة	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
	المئوية		المئوية			
119	%52,11	62	%47,89	57	هل أنت خريج اقسام أو كليات الإعلام	1
119	%9,25	11	% 90,75	108	هل دخلت دورات في اختصاص	2
					الإعلام	

من خلال الاستبيان لعينة البحث تبين أن (57) مراسلا حربيا وبنسبة مئوية بلغت (47,89%) هم من خريجي كليات وأقسام الإعلام، في حين كانت إجابة كلا (62) مراسلا وبنسبة مئوية (52,11%) هم من خريجي كليات وأقسام أخرى، وأتت الإجابة على سؤال (هل دخلت دورات في اختصاص الإعلام) بتكرار (108) ونسبة مئوية (90,75%) في حين كانت الإجابة (كلا) بتكرار (11) ونسبة مئوية بلغت (9,25%).

ويتضح من الفقرتين أعلاه أن أغلب المراسلين الحربيين هم من حملة الشهادات، لكنها بغير تخصص الإعلام، لكن هؤلاء المراسلين قد اعتمدوا تطوير مهاراتهم من خلال الاشتراك بدورات تختص بالمجال الإعلامي وهو ما أعطاهم أساسيات العمل الإعلامي للدخول بمعترك العمل الإعلامي، لتطوير أدائهم بعد ذلك من خلال الممارسة الميدانية.

المحور الثاني: التغطية الحربية:

أولا: طبيعة أشكال التغطية الصحفية

بهدف التعرّف على أشكال التغطية الصحفية التي اعتمدها المراسلون الحربيون في تغطية معركة تحرير الموصل، تمّ طرح عدة فقرات خاصة بهذه التغطية الصحفية، وقد ظهرت النتائج كما في الجدول (9) الأتي:

جدول (9): يبين طبيعة أشكال التغطية الصحفية المعتمدة في معركة تحرير الموصل

مجموع	كلا	نعم
العينة	التكرا %	التك %



		J		رار		
119	8.5	10	91.5	109	اعتمدت التقارير الميدانية في تغطية أحداث معركة الموصل	1
	%		%			
119	%10	12	%90	107	اعتمدت التغطية التسجيلية من أرض المعركة (إرسال مادة	2
					خام (رشز) للقناة)	
119	%11	13	%89	106	سجلت جولات ميدانية بمقابلات مع قادة ميدانيين وجنود	3
					تتحدث عن طبيعة المعركة	
119	19,3	23	80,7	96	اعتمدت الهاتف المحمول في إرسال أخبار نصية عاجلة	4
	%		%			
119	20,2	24	79,8	95	اعتمدت النقل المباشر عبر (الأس أن جي) في تغطياتي	5
	%		%		الصحفية	
119	%58	69	%42	50	اعتمدت على مواقع التواصل الاجتماعي لنشر المحتوى	6
					الإعلامي فيها	

يظهر من الجدول أعلاه أن إجابة المراسلين الحربيين عن فقرة (اعتمدت التقارير الميدانية في تغطية أحداث معركة الموصل) قد حصلت على المرتبة الأولى بإجابة (نعم)، بتكرار بلغ (109) وبنسبة مئوية قدرها (%91،5)، فيما كانت إجابة (كلا) بتكرار (10) ونسبة مئوية بلغت (8,5)، ومن هذا يتضح أن المراسلين الحربيين في معظم المؤسسات الإعلامية قد اعتمدوا على التقارير الميدانية التي قدّموها بأصواتهم خلال نشرات الأخبار، التي كانت تعدّ لتغطي أحداث سير المعارك، وتقدم القطعات العسكرية ضمن محاور القتال، وهذا لم يأتِ من فراغ بل لعلم هذه المؤسسات أن التغطية من أرض المعركة وبصوت المراسل الحربي تعطي مصداقية وموثوقية أكثر لدى المتلقي، فهي تقدم للمتلقي حقيقة ما يجري من أحداث.

فيما تلا ذلك بالمرتبة الثانية فقرة (اعتمدت التغطية التسجيلية من أرض المعركة (إرسال مادة خام (رشز) للقناة) التي حصلت على إجابات (107) من المبحوثين، أي بنسبة مئوية بلغت (90 %)، فيما كانت إجابات عينة البحث كلا بتكرار (12) ونسبة مئوية بلغت (10%).



وحلّت بالمرتبة الثالثة فقرة (سجلت جولات ميدانية بمقابلات مع قادة ميدانيين وجنود تتحدث عن طبيعة المعركة) بالمرتبة الثالثة بتكرار بلغ (106) ونسبة مئوية قدرها (%89) وكانت إجابات كلا بتكرار (13) ونسبة مئوية (%11)، ويتّضح أن هناك نسبة كبيرة من المراسلين الحربين قد اعتمدوا تسجيل جولات ميدانية تكون بشكل رسائل من أرض المعركة يظهر فيها المراسل إلى جانب المقاتلين والضباط، ليوضحوا للمشاهد طبيعة المعارك وسير تقدّم العمليات العسكرية فيما أتت باقي الفقرات بحسب ما مبين بالجدول (9).

ثانيا: الآداء الصحفى:

لغرض معرفة الجهات التي حصل من خلالها المراسلون الحربيون على خبراتهم الصحفية الخاصة بعمل المراسل الحربي تم طرح عدة فقرات في هذا الصدد، كما مبين بالجدول (10)

جدول (10): يبين الجهات التي حصل من خلالها المراسلون الحربيون خبراتهم الصحفية

مجمو		کلا		نعم	الفقر ات	ت
ع	%	التكر	%	التكر		
العينة		ار		ار		
119	3,4	4	96,6	115	تطور عملي الصحفي من خلال مشاركتي المتكررة في	1
	%		%		تغطية العمليات العسكرية	
119	4,2	5	95,8	114	اكتسبت الخبرة الصحفية بالعمل مراسلا حربيا بمجهودي	2
	%		%		الذاتي	
119	52	62	%48	57	تطور أدائي الصحفي من خلال دورات وفرتها مؤسستي	3
	%				الصحفية	
119	63,	76	36,1	43	جاءت خبرتي من خلال دورات تطويرية دخلتها عن	4
	%9		%		طريق مراكز البحث الإعلامية	
119	80	95	%20	24	طورت آدائي كمراسل حربي من خلال المؤسسات	5

في سياق تحليل إجابات المبحوثين تم طرح فقرة (تطور عملي الصحفي من خلال مشاركتي المتكررة في تغطية العمليات العسكرية)، حيث حصلت هذه الفقرة على المرتبة الأولى بالإجابة على (نعم) بتكرار (115) ونسبة مئوية قدرها (%96,6)، وهذا يعطي مؤشرا واضحا على أن المشاركة المتكررة في حين كانت إجابة كلا بتكرار (4) ونسبة مئوية قدرها (%3,4)، وهذا يعطي مؤشرا واضحا على أن المشاركة المتكررة في



تغطية العمليات العسكرية كان لها دور كبير في صقل مواهب المراسلين الحربيين وتعزيز خبراتهم في التغطية الصحفية الخاصة بالمعارك، أضف إلى ذلك أن هذه الخبرة المتراكمة التي تكونت من خلال المشاركات المتكررة للمراسلين الحربين قد جعلت المؤسسات الإعلامية تعتمد على مراسلين محددين في تغطية المعارك، وهذا ما صنع أسماء صحفية وإعلامية كان لها بصمة واضحة خلال عمليات التحرير التي انطلقت بعد عام 2014، فيما حصلت فقرة (اكتسبت الخبرة الصحفية بالعمل مراسلا حربيا بمجهودي الذاتي) على المرتبة الثانية بالإجابة نعم بتكرار بلغ (114) وبنسبة منوية قدرها (95,8%) فيما كانت إجابة كلا بتكرار (5) ونسبة مئوية بلغت (4,2%)، وهذا يبين أن أغلب المراسلين كانوا يعتمدون على أنفسهم في الحصول على خبراتهم الصحفية وتطوير العمل كمراسل حربي بتطوير القدرات والمؤهلات الميدانية عن طريق المشاركة في التغطيات خبراتهم الصحفية وتطوير العمل كمراسل حربي بتطوير أداني الصحفي من خلال دورات وقرتها مؤسستي الصحفية بالمرتبة الثالثة بالإجابة على نعم بتكرار (75) ونسبة مئوية قدرها(48%) وكانت اجابات كلا بتكرار بلغت(62) ونسبة مئوية وتدرها (48%) وكانت اجابات كلا بتكرار بلغت(62) ونسبة مئوية قدرها (48%) وضعها وادخلت مراسليها الحربيين بدورات إعداد وتدريب عن كيفية التغطية الحربية وما هو مطلوب منهم في جبهات القتال، لاسيما وأن انطلاق عمليات التحرير بعد عام 2014 وما سبقها من أحداث أمنية في مدينة الموسل كان سريعا، وأن تجربة المؤسسات الإعلامية بالتغطية الحربية حديثة تعد وهذا ما جعل أغلب المؤسسات الإعلامية تغفل هذا الجانب، وجاءت باقي الفقرات بحسب ما مبين في الجدول (10).

المحور الثالث: معوقات المراسل الحربى:

يتبين من خلال الدراسة الميدانية أن هناك معوقات قد أثرت على عمل المراسلين الحربين، وهذه الضغوط قد أثرت بشكل مباشر على آداء عملهم ولغرض معرفة هذه الضغوط، صاغها الباحث بعدة محاور توزعت على عدة فقرات فرعية تم تناولها بالآتى:

أولا: ضغوط المؤسسة الصحفية:

جدول (11): يبين ضغوط المؤسسة الصحفية على المراسل الحربي



مجموع		کلا		نعم	الفقرات	ت
العينة	النسبة	التكر	النسبة	التكرار		
	المئوية	ار	المئوية			
119	% 23	27	% 77	92	كنت أعاني من ضغوط متطلبات السرعة في نقل وإرسال	1
					المادة الصحفية	
119	%44,6	53	55,4	66	معاناتي كانت من عدم توفر ميزانية مالية كافية لعملنا	2
			%			
119	%53,8	64	46,2	55	كنت أعاني من ضغوط مؤسستي الصحفية بما يتعلق	3
			%		بالسبق الصحفي	
119	%56	67	% 44	52	كنت أعاني من ضغوط غرفة الأخبار من التغطية عن	4
					طريق البث المباشر	
119	60،5	72	5,39	47	معاناتي كانت من توجيه انتاجي الصحفي بما يتوافق مع	5
	%		%		سياسة مؤسستي الاعلامية	
119	%69,8	83	30,2	36	كنت أعاني من عمليات حذف المواد الصحفية أو تعديلها أو	6
			%		إلغائها	
119	%71	84	% 29	35	معاناتي من تركيز مؤسستي الصحفية على أحداث معينة	7
					وإغفال أخرى	
119	%73	87	% 27	32	كنت أخشى معاقبتي بقطع راتبي	8
119	%74	88	% 26	31	معاناتي من توجيه عملي الصحفي نحو جهة أمنيه معينة	9
					والتغاضي عن الأخرى	
119	%81	96	% 19	23	معاناتي من توجيه عملي الصحفي على قيادات معينة في	10
					المعركة وإغفال أخرى	
119	%84	100	% 16	19	معاناتي من تدخل مؤسستي الصحفية بإعداد وكتابة	11
					تقاريري الخبرية	



119	%85,8	102	14,2	17	كان فكري مشغولا بالخوف من إبعادي عن عمل عملي	12
			%		مر اسلا حربیا	

بهدف معرفة معوّقات وضغوط المؤسسة الصحفية على أداء عمل المراسلين الحربيين، وجه الباحث اثنا عشر فقرة ضمن استمارة مقياس الاستبيان اعتمدها الباحث بناءاً على الدراسات السابقة والأطار النظري، وقد جاءت بالمرتبة الأولى فقرة (كنت أعاني من ضغوط متطلبات السرعة في نقل وإرسال المادة الصحفية) بتكرار (92) ونسبة مئوية بلغت (77%) فيما كانت إجابة كلا بتكرار (27) ونسبة مئوية بلغت (%23)، وهذا يدل على أن المؤسسات الصحفية كانت تحاول أن تضغط على صحفيها وتكرر الطلب منهم من أجل الحصول على المواد التي تم إعدادها في مناطق القتال خصوصا وأن المراسل والكادر المرافق له يحتاج إلى وقت طويل حتى ينجز المادة باعتبار أن التغطية في مناطق القتال تتطلب وقت من أجل الدخول لأرض المعركة ودليل حتى يستصحب الكادر الصحفي لغرض اإجاز التغطيات وهذا قد يرافقها صعوبة التغطية بسبب شدة المعارك وصعوبة التحرك، في الوقت الذي تنتظر المؤسسة الإعلامية الكادر المكلف بالتغطية من أجل تقديم معلومات وصور جديدة عن تطورات المعارك، في حين حصلت على المرتبة الثانية فقرة (معاناتي كانت من عدم توفر ميزانية مالية كافية لعملنا) بتكرار بلغ (66) ونسبة مئوية قدر ها (55,4%) كما حصلت إجابة كلا على تكرار (53) ونسبة مئوية بلغت (44,6%)،ما يعطى إنطباع بأن قلة التخصيصات المالية كانت معوقاً كبيراً لدى أغلب المراسلين الحربين، فيما أتت بالمرتبة الثالثة فقرة (كنت أعاني من ضغوط مؤسستي الصحفية بما يتعلق بالسبق الصحفي) بمعدل تكرار (55) ونسبة مئوية بلغت (46,2%) كما كانت الإجابة كلا بتكرار (64) ونسبة مئوية بلغت (53.8%)، ويتبين من ذلك أن اغلب المؤسسات الإعلامية كانت تضغط على مراسليها الحربيين لغرض الحصول على سبق صحفي يميزها عن بقية المؤسسات الإعلامية الأخرى، وهذا شكل عائقا أمام الكثير من المراسلين الحربيين لاسيما وأن العمل بأرض المعركة يكون محدود وصعب التحرك بسبب الإشتباكات بين الأطراف المتصارعة. وجاءت باقى الفقرات بحسب ما مبين بالجدول (11).

ثانيا: معوقات الخطورة:

جدول (12): يبين معوقات الخطورة التي تعرض لها الصحفيون في مناطق القتال:

مجموع	کلا		نعم کلا		الفقر ات	ت
العينة	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
	المئوية		المئوية			
119	%37	44	%63	75	كنت أخشى الإصابة خلال المعارك	1
119	%43	51	%57	68	كنت أخشى من تركي وسط الأرض الحرام في مواجهة	2
					النيران	
119	%43,7	52	%56,3	67	كنت أخشى الملاحقة والتصفية الجسدية	3
119	%45	53	%55	66	كنت أعاني من عدم وجود تنسيق تحركات المراسلين	4
					الحربيين في مناطق القتال	
119	%53	63	%47	56	خشيت عدم رضا المؤسسة على مضمون المواد المعدّة في	5
					مناطق الصراع	
119	%61	72	%39	47	خوفي من التعرض للأسر أو الاعتقال من قبل أحد	6
					الأطراف المتصارعة	
119	%63,9	76	%36,1	43	كنت أخاف من الاشتباكات التي تحصل في أرض المعركة	7
119	%68	82	%32	37	انتابني الخوف من مشاهدة مناظر القتل في مناطق	8
					الاشتباك بين الجهات المتصارعة	
119	%76	91	%24	28	كنت أخشى من تهديد وضغوط بعض القادة العسكريين	9
					أثناء وبعد المعركة	
119	%86	102	%14	17	كنت أشعر بعدم الثقة بي من جانب الضباط والمراتب	10

تبين من خلال النتائج استمارة مقياس الاستبيان التي تعامل معها الباحث كميا على أن معوقات الخطورة كانت من أبرز المعوقات على عمل المراسلين الحربين حيث حازت فقرة (كنت أخشى الإصابة خلال المعارك) على المرتبة الأولى بتكرار (75) ونسبة مئوية قدرها (63%) وكانت إجابات كلا بتكرار (44) ونسبة مئوية بلغت (37%) وهذا يشير إلى أن نسبة



كبيرة من المراسلين الحربين كانوا يعانون من معوقات الخطورة والخوف من الإصابة أو الموت خلال إعداد التغطيات الحربية، لاسيما وأن أغلب هذه التغطيات يتم إعدادها أثناء عمليات اقتحام أحياء مدينة الموصل لغرض تحريرها وما يرافق هذه التغطيات من نيران في أرض المعركة والمتمثلة بالمواجهة الفعلية أو بواسطة السيارات المفخخة والعبوات الناسفة، كما أنت بالمرتبة الثانية فقرة (كنت أخشى من تركي وسط الأرض الحرام في مواجهة النيران) بتكرار (68) ونسبة مئوية بلغت (75%) في حين بلغت إجابات عينة البحث بكلا (51) ونسبة مئوية بلغت (43%) ويشير إلى أن عينة البحث كان لديها معوق للعمل وتغطياتهم كانت تحت ضغط كبير ومخاوف ذاتية من أن تتركهم القطعات العسكرية في أرض المعركة في مواجهة النيران، لاسيما في وقت التقدّم والانشغال في مواجهة العدو، وأتت بالمرتبة الثالثة فقرة (كنت أخشى الملاحقة والتصفية الجسدية) بمعدل تكرار (67) ونسبة مئوية قدرها (56,3%)، وكانت إجابات المبحوثين بكلا (52) تكرار ونسبة مئوية (43,7%) مما يولد تصور أن عينة البحث كانت متخوفة من أن تغطياتها الصحفية ستجعلها ملاحقة من أجل الاختطاف أو التصفية الجسدية والقتل ، وأتت باقي الفقرات بحسب ما مبين بالجدول (12)

ثالثًا: معوقات مصادر الأخبار:

إن لمصادر الأخبار معوقات على عمل المراسل الحربي ولغرض بيان معوقات مصادر الأخبار عمد الباحث إلى تقديمها لعينة البحث بعدة فقرات كما في الجدول (13):



جدول (13): يبين معوقات مصادر الاخبار

	مجموع		کلا		نعم	الفقرات	ت
المرتبة	العينة	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
		المئوية		المئوية			
الاولى	119	%48	57	%52	62	كنت أشكو من منح الجوائز للمراسلين الحربيين	1
						ومنعها عن البعض الاخر	
الثانية	119	%60	71	%40	48	لم يكن مسموحا لي اللقاء مع أسرى داعش	2
الثالثة	119	%73	87	%27	32	عانيت من عدم تعامل المصدر الخبري معي مرة	3
						أخرى في حال لم ألتزم بتوجيهاته	
الثالثة	119	%73	87	%27	32	كان يُطلب مني مراجعة المادة الصحفية قبل بثها	4
الرابعة	119	%76	91	%24	28	كان يُفرض عليّ عدم ذكر الاسم الصريح	5
						لمصدر الخبر	
الخامسة	119	%78	93	%22	26	كان يُفرض عليّ نشر صور معينة دون غيرها	6
السادسة	119	%81	96	%19	23	كنت أشعر بوجود رقابة أمنية عليّ	7
السابعة	119	%82	98	%18	21	كان يُفرض عليّ نشر أفلام معينة دون غير ها	8
الثامنة	119	% 85	101	%15	18	كان يفرض عليّ اقتطاع وحذف جزء من المادة	9
						الصحفية وأنا لا أرغب في ذلك	
التاسعة	119	%90	107	%10	12	لم يكن مسموحا لي تصوير قتلي داعش	10
العاشرة	119	%91	108	%9	11	كان يُفرض عليّ عرض المادة الصحفية على	11
						المسؤولين الأمنيين قبل نشر ها	

اتت بالمرتبة الأولى فقرة (كنت أشكو من منح الجوائز للمراسلين الحربيين ومنعها عن البعض الآخر) بالإجابة على نعم بتكرار بلغ (62) ونسبة مئوية بلغت (48%)، ومما يلاحظ من خلال إجابات بلغ (62) ونسبة مئوية بلغت (48%)، ومما يلاحظ من خلال إجابات المبحوثين أن عينة هناك تميز وتفضيل بين المراسلين الحربين وهذا التميز يعود إما الى طبيعة المؤسسة الإعلامية التي تكون



ذات نطاق متابعة جماهيرية كبيرة أو أن المراسل لدية مقبولية ومتمكن من آداء عمله لذلك تلجأ مصاد الأخبار إلى تقديم المكافئات له من أجل الحصول على خدماته الإعلامية، والقيام بتغطية فعالياتها ومعاركها من أجل اظهار انتصارات مقاتليها للجمهور. وجاءت بالمرتبة الثانية فقرة (لم يكن مسموحا لي اللقاء مع أسرى داعش) بتكرار (48) ونسبة مئوية بلغت (40%) وكانت الإجابة كلا (71) ونسبة مئوية (60%)، وهذا الأمر قد يعود إلى رغبة القوات الأمنية بعدم لقاء وسائل الإعلام مع المعتقلين من تنظيم (داعش) نتيجتاً لتحفظها عليهم حتى لا تتسرب بعض المعلومات التي قد تكون مفيدة للقطعات العسكرية، كأماكن تمركز قادة التنظيم أو أماكن تمركز مقاتليهم ومخابئ السلاح، وهذا أمر طبيعي لدى الأجهزة الأمنية، وجاءت باقي الفقرات بحسب ما مبين في الجدول (13) أعلاه.

رابعا: ضغوط المنافسة والتوقيت:

في موضوع ضغوط المنافسة والتوقيت التي تواجه المراسل الحربي، كان هناك أربعة ضغوط يوضحها الجدول (14) التالي: جدول (14): يبين ضغوط المنافسة و التوقيت و السبق الصحفى

مجموع	کلا		نعم		الفقر ات	ت
العينة	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
	المئوية		المئوية			
119	%32,8	39	%67,2	80	كان توقيت ايصال المادة للمؤسسة الصحفية	1
					ضاغطا عليّ	
119	%37	44	%63	75	كانت السرعة في ايصال المادة الصحفية	2
					للمؤسسة تربك عملي	
119	%45	54	%55	65	لدي معوّقات تتعلق بالمنافسة الصحفية مع	3
					الزملاء	
119	%49	58	%51	61	لدي ضغوط تتعلق بمحاولة حصولي على السبق	4
					الصحفي	

يتبين من هذا الجدول أن هناك ضغوط أثرت على عمل المراسل الحربي وهذه الضغوط تتعلق بالمنافسة والتوقيت والسبق الصحفى، وقد حصلت على المرتبة الأولى فقرة (كان توقيت إيصال المادة للمؤسسة الصحفية ضاغطا على) بالإجابة على نعم



بتكرار (80) ونسبة مئوية بلغت (67,2%) وكانت الإجابة كلا (39)، ونسبة مئوية بلغت (32,8 %)، ومن خلال إجابات المبحوثين يتبين أن المؤسسات الإعلامية كانت تضغط على مراسليها من، إيصال المدة الصحفية للمؤسسة بالتوقيت المناسب لتتمكن من إعداد المادة وتضمينها بعدد الصحيفة أو ضمن نشرة الأخبار، أو نشرها عبر المواقع الإلكترونية، الأمر الذي يعد من المعوقات التي تربك عمل المراسل الحربي، في حين أتت بالمرتبة الثانية فقرة (كانت السرعة في إيصال المادة الصحفية للمؤسسة تربك عملي) بتكرار (75) ونسبة مئوية بلغت (63%)، وكانت الإجابة كلا (44) ونسبة مئوية (37%)، حيث إن السرعة مطلوبة في إيصال المواد الصحفية للمؤسسة الإعلامية لكن تواجد المراسل الحربي في أرض المعركة تجعله لا يستطيع التحكم بالوقت الخاص بالإرسال، فقد تكون اشتباكات بين الطرفين تحيل من إيصال المادة المطلوبة للمؤسسة الإعلامية أو تأخير إيصالها، الأمر الذي جعلها تربك عمل الصحفيين و جعلهم يشعرون بالقلق جراء ذلك، وجاءت باقي الفقرات بحسب ما مبين بالجدول (14).

خامسا: المعوقات التكنلوجية:

جدول (15) يبين المعوقات التكنلوجية التي تعرض لها المراسلون الحربيون خلال معركة الموصل



مجمو	کلا		نعم كلا		الفقرات	ت
ع	%	التكر	%	التكر		
العينة		ار		ار		
119	%8	9	%92	110	عانيت من عدم توفر شبكة الإنترنت في أرض المعركة	1
119	%11,8	14	%88,2	105	أعاق عملي عدم توفر خدمة الإتصال وتغطية الهاتف	2
					المحمول في مناطق القتال	
119	%47,9	57	%52,1	62	كنت أعاني من عدم وجود مكان مخصص لنا لإعداد وإرسال	3
					المادة الإعلامية	
119	%52,1	62	%47,9	57	عانيت من صعوبة توفير المعدات الفنية كالحاسوب والطابعة	4
119	%60	71	%40	48	لم أتمكن من نقل المادة الصحفية لعدم توفير تقنية الأس أن	5
11.7	t on t			1 1	جي جي ال ما ال ال الله الله الله الله الله ال	ti ch

هذاك العديد من المعوّقات التي شكات عنصرا ضاغطا ومؤثرا على عمل المراسلين الحربين خلال تغطياتهم لمعركة الموصل ومن هذه المعوقات هي المعوقات التكنلوجية التي يعدها الباحث واحدة من أبرز المشاكل التي أثرت على عمل الصحفيين حيث أنت بالمرتبة الأولى فقرة (عانيت من عدم توفّر شبكة الإنترنت في أرض المعركة) بالإجابة على نعم بمعدل تكرار (110) ونسبة مئوية بلغت (92%) كما أتت الإجابة على كلا بتكرار (9) ونسبة مئوية (8%) ، حيث إن الكثير من المراسلين الحربيين، كانوا يعتمدون على الإنترنت في إيصال موادهم المعدّة في مناطق الصراع إلى مؤسساتهم الإعلامية، وأن ضعف الإنترنت وعدم توفره في أغلب الأحوال كان عائقا رئيسيا في عمل المراسلين الحربين وجاءت بالمرتبة الثانية فقرة (أعاق عملي عدم توفر خدمة الإنصال وتغطية الهاتف المحمول في مناطق القتال) بمعدل تكرار (105) ونسبة مئوية بلغت (88,2%) وكانت الإجابة كلا بتكرار (14) ونسبة مئوية (11,8%)، وهذا المعوّق هو أيضا من المعوقات المهمة التي أثرت على عمل المراسلين الحربين حيث إن عدم توفر خدمة الإتصال قد منعت المراسلين الحربين من إيصال رسائل عاجلة لمؤسساتهم الإعلامية تتحدث عن طبيعة تقدّم القوات وتحرير المناطق، وأنت بالمرتبة الثالثة فقرة (كنت أعاني من عدم وجود مكان مخصص لنا لإعداد وأرسال المادة الإعلامية) بالإجابة على نعم بتكرار (26) ونسبة مئوية بلغت (57%) وكانت الاجابة كلا (57) ونسبة مئوية بلغت (55%))، وهذا معوق كبير أمام المراسلين الحربين حيث إن المكان المخصص لإعداد المواد الصحفية ينبغي أن



يحتوي على تيار كهربائي على مدار الساعة ويتسم بالهدوء لغرض تسجيل الصوت الخاص بالتقرير التافزيوني إضافة إلى أن هذا المكان ينبغي أن يتوفر فيه الإنترنت حتى يتمكن الصحفي من إكمال إعداد المادة وإرسالها لمؤسسته الإعلامية بالتوقيت المناسب، وأتت باقي الفقرات بحسب ما مبين بالجدول (15)

جدول (16)

المرتبة	مجمو	•	کلا		نعم	الفقر ات	ت
	ع	النسبة	التك	النسبة	التك		
	العينة	المئوية	رار	المئوية	رار		
الاولى	119	%42	50	%58	69	هناك قائمة من المواد المحظورة ممنوع عليّ الاقتراب	1
						منها وتصوير ها	
الثانية	119	59,7	71	40,3	48	أعاقتني قوانين السلطات التي قيدت حريتي في عملي	2
		%		%		الصحفي	
الثالثة	119	%71	84	%29	35	كنت أخشى التجريم ولذلك لم أنشر بعض المعلومات عن	3
						معركة الموصل	
الثالثة	119	%71	84	%29	35	تم فرض عدم نشر معلومات معينة تحت مسمى الأمن	4
						الوطني	
الرابعة	119	%82	97	%18	22	كنت أخشى رفع دعوى قضائية من جهة ما بسبب	5
						تغطياتي الصحفية	
الرابعة	119	%82	97	%18	22	شعرت بانز عاج بعض المواطنين من تغطيتي الصحفية	6

سادسا: المعوقات القانونية:



من أجل التعرّف على المعوّقات القانونية التي أثرت على عمل المراسلين الحربين جرى طرح عدّة فقرات بهذا الصدد، وكما مبين في الجدول (16) أدناه:

جدول (16) يبين المعوقات القانونية التي تعرض لها المرسلون الحربيون

إتضح من الجدول أن فقرة (هناك قائمة من المواد المحظورة ممنوع عليّ الاقتراب منها وتصويرها) قد حصلت على المرتبة الأولى بالإجابة نعم بواقع تكرار (69) ونسبة مئوية (58%) كما كانت الإجابة كلا (50) ونسبة مئوية (42%) ما يدل على أن هناك من المواد ممنوع تصويرها وهذا يشير الى أن هذه المواد قد تتمثل بالمواقع العسكرية وأماكن العتاد و مشاجب السلاح بالإضافة إلى أماكن تمركز القادة حتى لا يتم كشفها من قبل العدو وتصبح أهداف قد تتعرض للقصف، وأنت بالمرتبة الثانية فقرة (أعاقتني قوانين السلطات التي قيدت حريتي في عملي الصحفي) بالإجابة على نعم بتكرار (48) ونسبة مئوية بلغت (40,3%) حيث تبين من خلال إجابات المبحوثين بلغت (40,3%) في حين كانت الاجابة كلا بتكرار (71) ونسبة مئوية بلغت (59,7%) حيث تبين من خلال إجابات المبحوثين على أن هناك معوقات خاصة بالنشر قد أعاقت عمل المراسلين الحربين وهذه القوانين قد تكون ضمن أوامر أو تعليمات وضعت من قبل القيادات الميدانية ، وجاءت بقية الفقرات بحسب ما مبين في الجدول (16) أعلاه.

سابعا :ضغوط أخلاقيات العمل الصحفى:



من أجل معرفة ضغوط أخلاقيات المهنة على المراسلين الحربين والتي فرضتها عليهم مؤسساتهم الأعلامية من منطلق أخلاق المهنة الإعلامية، تبين لنا ما موضح في الجدول (17) التالي:

جدول (17): يبين ضغوط اخلاقيات العمل الصحفي

مجم	2	کلا		نعم	الفقر ات	ت
وع	%	التك	%	التك		
العيذ		رار		رار		
ä						
119	32,8	39	67,2	80	كان مفروض عليّ التركيز على إيجابيات القوات المسلحة	1
	%		%		وعملياتها العسكرية فقط	
119	%34	40	%66	79	فرضت عليّ مؤسستي التركيز على وحشية وهمجية مقاتلي	2
					تنظيم داعش في الموصل	
119	36,1	43	63,9	76	كان مفروض عليّ التركيز على حُسن التعامل مع المواطنين	3
	%		%		المتواجدين بمناطق القتال	
119	%65	77	%35	42	لم يُسمح لي بتصوير بعض الحالات السلبية لرجال القوات	4
					المسلحة	
119	%74	88	%26	31	فرضت عليّ مؤسستي عدم التركيز على الخراب والدمار	5
					الذي خلفه القتال	
119	%89	10	%11	13	فرضت عليّ مؤسستي عدم التركيز على النازحين بسبب	6
		6			العمليات العسكرية	

يشير الجدول أعلاه إلى أن المرتبة الأولى كانت من نصيب فقرة (كان مفروض عليّ التركيز على إيجابيات القوات المسلحة وعملياتها العسكرية فقط) بالإجابة على نعم بتكرار بلغ (80) ونسبة مئوية قدرها (67,2%) فيما كانت الإجابة كلا بتكرار (39) ونسبة مئوية بلغت (32,8%)، حيث كان التركيز على الإيجابيات لغرض رفع معنويات الجبهة الداخلية ولكسب المزيد



من التعاون من المواطنين مع القوات الأمنية، وأيضا لبعث رسائل تطمين للأهالي في المناطق الأخرى الغير محررة، أن القوات المسلحة قد جاءت لكي تحرر المدينة وتخلص أهلها من بطش الإرهاب الداعشي.

وجاءت بالمرتبة الثانية فقرة (فرضت عليّ مؤسستي التركيز على وحشية وهمجية مقاتلي تنظيم داعش في الموصل) بتكرار (79) ونسبة مئوية بلغت (66%) وكانت الإجابة كلا بتكرار (40) ونسبة مئوية (34%)، ويتبين أن المؤسسات الإعلامية قد وجهت مراسليها لنقل وبيان الأعمال الوحشية والإجرامية التي قام بها أفراد تنظيم داعش وتعامله اللاإنساني مع الأهالي والبنى التحتية في المدينة من قتل وتفجير، لغرض بيان طبيعة هذا التنظيم على حقيقته وتعريف العالم بالجرائم التي ارتكبت بحق أهالي الموصل، وحصلت على المرتبة الثالثة فقرة (كان مفروضا عليّ التركيز على حُسن التعامل مع المواطنين المتواجدين بمناطق القتال) بالإجابة نعم بتكرار (76) ونسبة مئوية (63,9%)، وكانت الإجابة كلا (43) ونسبة مئوية (36,6%).

ومن هذا يتبين أن المراسلين الحربيين كانوا يركزون على نقل الصور الإنسانية التي يتعامل بها المقاتلون مع الأهالي المحاصرين والتي تمثلت بعملية إخلاء العوائل من مناطق الاشتباك وتقديم المساعدات الطبية والغذائية لهم وهذا قد يكون نابع من الشعور الوطني الذي يمتلكها المراسل الحربي تجاه أبناء بلده وقواته المسلحة، وجاءت باقي الفقرات بحسب ما مبين في الجدول (17) أعلاه.

ثامنا: إجراءات السلامة الأمنية:

بهدف معرفة إجراءات السلامة التي اعتمدها المراسلون الحربيون بالإضافة إلى معدات الحماية التي وفرتها لهم مؤسساتهم التي يعملون بها أو الجهات التي كانوا برفقتها خلال معركة الموصل، تم توجيه عدة فقرات في هذا الجانب، بينها لنا الجدول (18) أدناه:



جدول (18): يبين معوقات السلامة الأمنية في مناطق القتال

مجموع		کلا		نعم	الفقرات	ت
العينة	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
	المئوية		المئوية			
119	%13	15	%87	104	ليس لديّ تامين على حياتي	1
119	%28,6	34	%71,4	85	لم يتم إعطائي (قلادة قرص التعريف) تبين معلومات	2
					عني في حالة الإصابة أو الموت	
119	%42	50	%58	69	ليس لدينا مركبة تحمل شعار الصحافة نتنقل بها	3
119	%42,86	51	%57,14	68	لم أحمل حقيبة اسعافات أولية كونها تعيق عملي	4
119	%50,4	60	%49,6	59	لم يتم توفير العربات المصفحة لتنقلنا بين محاور القتال	5
119	%57	68	%43	51	لم يتم تزويدي بمعدات السلامة (الدرع والخوذة) في	6
					مناطق القتال	
119	%59	70	%41	49	لا أحمل شارة الصحافة (كلمة press) مميزة	7
					وواضحة تبين أنني صحفي	
119	%62	74	%38	45	عدم وجود تسهيلات لعملي أثناء التغطية في مناطق	8
					القتال	
119	%75,6	90	%24,4	29	لا يوجد مكان لتواجد ومنام الصحفيين في مقر القوات	9
					الامنية	
119	%77,3	92	%22,7	27	نجبر على ارتداء الملابس العسكرية خلال تغطية	10
					مناطق القتال	
119	%86	102	%14	17	تم فرض حمل السلاح أثناء مشاركتي بالتغطية في	11
					مناطق القتال	



حيث أوضح الجدول (18) أن فقرة (ليس لدي تامين على حياتي) قد حازت على المرتبة الأولى بالإجابة على نعم بتكرار بلغ (104) ونسبة مئوية قدرها (87%)، فيما كانت الإجابة كلا بتكرار (15) ونسبة مئوية بلغت (13%) ومن خلال إجابات المبحوثين يتبين أن نسبة كبيرة جدا منهم ليس لديهم تامين على حياتهم، من أجل التعويض إذا ما تعرض المراسل الحربي لخطر الإصابة أو الموت سواء كان التامين تقوم به المؤسسة الإعلامية أو يتعاقد المراسل الحربي بصورة فردية مع شركات التامين، وجاءت بالمرتبة الثانية فقرة (لم يتم إعطائي (قلادة قرص التعريف) تبين معلومات عني في حالة الإصابة أو الموت) بمعدل تكرار (85) ونسبة مئوية بلغت (71,4%) وكانت الإجابة كلا (34) ونسبة مئوية (85) مما يعطي مؤشر أن هذا الإجراء لم يتم اعتماده من قبل نسبة كبيرة من المراسلين، ولم يتم تعريفهم بهذا الإجراء من قبل مؤسساتهم، حيث إن قرص التعريف يغيد المراسلين الحربين، عند تعرض حياتهم لخطر الإصابة، لاسيما وأن قرص التعريف يحتوي على معلومات تتضمن اسم الصحفي وقصيلة دمة وإلى أي مؤسسة إعلامية ينتمي، وفي حال لم يحمله الصحفي وتعرضه لإصابة قد يزيد من صعوبة تقديم العلاجات الأولية له بأرض المعركة إذا ما تعرض للإصابة، وأنت بقية الفقرات بحسب ما مبين بالجدول (18).

الاستنتاجات

في ضوء النتائج التي توصلت إليها الدراسة الميدانية، يمكن استنباط مجموعة من الاستنتاجات:

- 1. ضعف اهتمام المؤسسات الحكومية والأمنية بسلامة صحفيها في مناطق الصراع، حيث إن أغلب هذه المؤسسات لم تزود مراسليها بمعدات السلامة الأمنية، ولم تعمل لهم تأمين على أرواحهم يفيدهم في حالة الإصابة خلال المعارك، فضلا عن أن هذه المؤسسات لم تزود مراسليها بقلادة قرص تعريف، التي يحملها المراسل الصحفي والتي تساعد المسعفين بمعالجته في حالة الإصابة أو التعرف عليه في حالة الموت، ناهيك عن عدم تزويد هذه المؤسسات بحقيبة إسعافات أولية.
- إن الكثير من المراسلين الحربيين المشاركين بتغطية معارك تحرير الموصل، كانوا يعانون من معوقات الخطورة والتخوف والخشية من الإصابة خلال تغطية المعارك.
- 3. عدم وجود التنسيق بتحركات المراسلين الحربيين في مناطق القتال، مما شكل عائقاً كبيراً أمام عملهم ما أدى إلى التأخير بإكمال التغطيات عن سير احداث المعركة، أو عدم إكمالها.
- 4. إن عدم توفر خدمات التقنيات التكنلوجية كالأنترنيت وتغطية الهاتف المحمول أعاق عمل المراسلين الحربيين، حيث إن العديد منهم كانوا يعانون من عدم توفر هذه الخدمات وبالتالي شكل عائقاً كبيراً أثر على عملية إيصال أخبار مهمة إلى مؤسساتهم الأعلامية في اعتقاد المراسلين الحربيين.



المراجع

ا .د. عبد الرزاق الدليمي. (2015). الاعلام والاعلام المتخصص. عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.

احمد الربيعي. (2015). صحفيو الموصل يموتون وسط صمت رهيب, تقرير منشور بموقع مرصد الحريات الصحفية على شبكة الانترنت, تم الاسترداد من http://www.jfoiraq.org

الدكتورة انتصار ابراهيم، و الدكتور صفد حسام الساموك. (2011). الاعلام الجديد، تطور الاداء والوسيلة الوظيفية، ،نسخة الكترونية.

النقيب ريمون بورجيلي. (2005). التكنولوجيا الحديثة في المجالات العسكرية، مقال منشور على شبكة الانترنت. مجلة الجيش اللبناني(العدد236).

بركات عبدالعزيز. (2011). مناهج البحث الاعلامي :الاصول النظرية و مهارات التطبيق. القاهره: دار الكتاب الحديث.

بسام عبد الرحمن المشاقبه. (2012). اخلاقيات العمل الاعلامي. عمان: دار اسامة للنشر والتوزيع.

جاسم طارش العقابي. (2017). مدخل الى مناهج البحث الاعلامي. بغداد: دار الكوثر.

حسنين شفيق. (2014). المراسل الاعلامي فضائح الميدان. القاهره: دار فكر وفن.

خالد زكي. (2018). فن صناعة القرار الصحفي المحددات والمراحل والاليات، القاهره: دار العربي للنشر والتوزيع.

خليل ابر اهيم فاخر. (2016). البيئة الصحفية، دولة الامارات العربية والجمهورية اللبنانية. دار الكتاب الجامعي.

د. اسماعيل سلمان. (2011). الاذاعة ودورها في الوعي الامني. عمان: دار اسامة للنشر والتوزيع.

د. حازم الحمداني. (2010). الاعلام الحربي والعسكري. عمان: دار اسامه للنشر والتوزيع.

د. فارس ابوخليل. (2015). وسائط الاعلام بين الكبت وحرية التعبير. عمان: دار اسامة وانباء ناشرون وموز عون.

د. محمد ابو سمرة. (2015). استراتيجيات الاعلام الحربي والعسكري. عمان: دار الراية للنشر والتوزيع.

سعد سلمان المشهداني. (2011). البيئة الضاغطة للعمل الصحفي في العراق بعد عام 2003 دراسة على عينة من الصحفيين العراقيين في محافظة صلاح الدين لعام2011، بحث مقدم الى المؤتمر العلمي الخامس بجامعة بغداد. بغداد: بجامعة بغداد.

سعد سلمان المشهداني. (2014). سعد سلمان المشهداني، الصحافة العربية والدولية، الجمهورية اللبنانية ودولة الامارات العربية، دار الكتاب الجامعي.

سليمان قور اري. (2017). ازمة الصحافة العربية بين الحرية والمعوقات. بحث منشور على شبكة الانترنت. تم الاسترداد من -http://www.univ سليمان قور اري. (2017). ازمة الصحافة العربية بين الحرية والمعوقات. بحث منشور على شبكة الانترنت. تم الاسترداد من -adrar.dz/wp-content/uploads

سمير محمد حسين. (2006). در اسات في مناهج البحث العلمي: بحوث الاعلام. القاهره.

سهام محمد الماجد. (2008). اليات صناعة الاخبار بين وسائل الاعلام ومر اسليها. القاهره: مكتبة مجد.

شاهين ,ا & , عبدالحميد ,و م .(2011) .الاعلام الحربي القاهره :مؤسسة طبية للنشر والتوزيع،.

عبد الجواد سعيد. (2004). ادارة المؤسسات الصحفية. القاهره: دار الفجر.

عبد الرزاق الهيتي. (2011). الصحافة المتخصصة. عمان: دار اسامة للنشر والتوزيع.

عزام محمد الجميلي. (2015). الاعلام الاجتماعي. عمان: دار غيداء للنشر والتوزيع.

على كنعان. (2013). الصحافة مفهومها وانواعها. عمان: دار المعتز.

كاظم عيدان شديد. (2017). المراسل الحربي في القنوات الفضائية العراقية ودوره في تعزيز معلومات الجمهور عن العمليات العسكرية، اطروحة دكتوراه غير منشورة. بغداد: جامعة بغداد، كلية الاعلام.

محمد عبدالحميد. (1977). الصحافة العسكرية. القاهره: دار المعارف.

محمد عبدالحميد. (2000). البحث العلمي في الدراسات الإعلامية. القاهره: عالم الكتب.

نتوني فاينشاتين، (2015). صحفيون تحت خط النار، الإخطار النفسية لتغطية الحرب، ترجمة فؤاد عبد المطلب، جداول للنشر والتوزيع: لبنان.

