



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
الجامعة العراقية – كلية الإعلام

وقائع المؤتمر العلمي الرابع لكلية الإعلام الجامعة العراقية

تحت شعار

((الإعلام وثقافة التعايش السلمي))

بغداد للمدة من

٣-٤ نيسان ٢٠١٧



بسم الله الرحمن الرحيم

يعد التعايش السلمي بين المجتمعات المختلفة أحد المقومات الأساسية لبناء المجتمعات السلمية على الرغم من اختلاف اتجاهاتها الدينية والمذهبية والقومية وهناك الكثير من الحضارات والأمم الشاهدة في التاريخ على ذلك ، ففي عصر الرسالة الإسلامية تعايش الجميع على اختلاف انتماءاتهم الدينية معاً بل كان خلق الرسالة الإسلامية ومعانيها السامية حافزاً للعديد من البشر للدخول الى الدين الإسلامي بعد ان عرفوا قيمه ومبادئه العظيمة التي جاء بها القرآن الكريم ، ان وسائل الاعلام الجديد اعادت تشكيل خارطة العمل الاتصالي والاعلامي في المجتمعات المعاصرة لما تحمله من خصائص كعالمية الانتشار وسرعة الوصول والتفاعل وقلة التكلفة وهذه الوسائل اصبح لها تأثير واضح على الجمهور وما شهدته المنطقة العربية من ثورات خير دليل على ذلك ، ونتيجة للدور المفصلي والمهم الذي تلعبه وسائل الإعلام في حياة المجتمعات المعاصرة اذ اصبحت مؤثرة في ثقافة وسلوك الفرد مما انعكس على طبيعة العلاقات المجتمعية لذا كان على الباحثين والإعلاميين ان يكرسوا كتاباتهم في توثيق الرسالة الإعلامية لخدمة المجتمع الذي يعد استقراره وتعايشه في مقدمة ما تنشده هذه المجتمعات ، وانطلاقاً من إيمان كلية الإعلام الجامعة العراقية برويتها ورسالتها التي تعني أن تكون رائدة ليس في مجال التعليم والبحث فقط وإنما في مجال خدمة المجتمع أيضاً لذا جاء المؤتمر الرابع لكليتنا ليتناول قضية محورية وجد من المهم أن يتصدى لها الأكاديميون والباحثين ورجال الفكر والإعلام الا وهي دور الإعلام في إشاعة ثقافة التعايش السلمي والذي أصبح مطلباً حتمياً ينشده مجتمعنا العراقي والمجتمعات العربية والإسلامية من حولنا في ظل الصراع الداخلي والخارجي الكبير الذي تشهده المنطقة وعمليات إرهاب دخيلة على الإسلام وفوضى كبيرة وجدنا من المناسب الوقوف عند كل هذه التداعيات لاختيار عنوان المؤتمر على أساسها ، ولقد تجاوب معنا والله الحمد أساتذة أكفاء في داخل وخارج العراق فكتبوا لنا هذه البحوث للمشاركة بها في هذا المؤتمر ، تقدم للمؤتمر(٢٤) بحثاً

حصلت موافقة اللجنة العلمية للمؤتمر على (١٧) بحثاً منها وتم رفض (٧) منها لأسباب موضوعية وعلمية ومنهجية ، اما المحاور التي استطاع المؤتمر تغطيتها خلال جلساته تألفت من المحور الأول مسؤولية الإعلام في تعزيز روح المواطنة والثاني دور الإعلام في محاربة التطرف والإرهاب فيما تضمن المحور الثالث الإعلام ودوره في تعزيز التعايش السلمي فيما كان المحور الأخير عن المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الإعلامية عبر الاتصال الرقمي ، فالشكر كل الشكر للباحثين المشاركين أو من لم تسنح لهم الفرصة للمشاركة في هذا المؤتمر أمليين أن يكون إضافة نوعية وجديدة على طريق الإعلام البناء .

اللجنة التحضيرية للمؤتمر

اللجنة التحضيرية للمؤتمر

أ.د عبد الله حسن حميد .. رئيساً

أ.م. د إيثار طارق خليل .. عضواً

د. عمر عناد شلال .. عضواً

أ.م راضي رشيد حسن .. عضواً

د. صباح جاسم عودة .. عضواً

د. صباح انور محمد .. عضواً

م. م جمال عبد ناموس .. عضواً

محمود اسكندر .. عضواً إعلامياً

محمد جاسم محمد .. عضواً مالياً

اللجنة العلمية للمؤتمر

أ.د فاضل محمد حسين .. رئيساً

أ.م. د محمد جواد زين الدين .. عضواً

أ.م. د يسرى خالد ابراهيم .. عضواً

أ.م. د سحر خليفة سالم .. عضواً

أ.م. د بشرى حسين الحمداني .. عضواً

أ.م. د حسين علي ابراهيم .. عضواً

أ.م. د محسن عيو كشكول .. عضواً

أ.م. د عبد القادر صالح معروف .. عضواً ومقرراً

المحتويات

رقم الصفحة	العنوان	ت
أ - ب	كلمة اللجنة التحضيرية للمؤتمر	١
١٢٦ - ٤	المحور الأول :- مسؤولية الإعلام في تعزيز روح المواطنة	٢
٣٠ - ٥	مسؤولية الفضائيات العراقية في نشر التعايش السلمي قناة العراقية إنموذجاً أ.م. د ابتسام إسماعيل قادر م.د لانه صابر محمد	٣
٦٥ - ٣١	مسؤولية الصحافة العراقية المستقلة في تعزيز قيم الانتماء الوطني والوئام الاجتماعي أ.م.د حسين علي الفلاحي	٤
١٢٦ - ٦٦	المعالجة الإعلامية لقضايا المواطنة في الأفلام السينمائية المقدمة بالقنوات الفضائية المتخصصة وانعكاساتها على مفاهيم الوحدة الوطنية د. سلوى علي إبراهيم الجيار	٥
٢٧٨ - ١٢٧	المحور الثاني :- دور الإعلام في محاربة التطرف والإرهاب	٦
١٥١ - ١٢٨	دور الإعلام في إرساء أسس التعايش السلمي أ.د علي حسن نيسان د. خضر عباس عطوان	٧
١٨١ - ١٥٢	الإرهاب المعروف في الفضائيات العراقية والعربية واستراتيجية المواجهة أ.م.د حافظ حسين الهيتي	٨
٢١٣ - ١٨٢	دور الإعلام في الوظيفة الاتصالية للدولة دراسة في شبكة الإعلام العراقي أ.م. د محمد رشك كاظم آل عيسى	٩
٢٤٤ - ٢١٤	الإعلام ومكافحة الإرهاب إشكالية الدور وآليات التعزيز أ.م. د إبراهيم حردان مطر م. محمد أحمد الزوبعي	١٠
٢٧٨ - ٢٤٥	استخدام الشباب الجامعي للفييس بوك لمواجهة التطرف الديني م.د مدين عمران التميمي	١١

٢٧٩ - ٤١٦	المحور الثالث :- الإعلام ودوره في تعزيز التعايش السلمي	١٢
٢٨٠ - ٣٠٤	معايير تقويم أداء وسائل الإعلام العراقي في تعزيز التعايش السلمي .. بناء أنموذج أكاديمي د. محمد وليد صاح	١٣
٣٠٥ - ٣٣٤	دور الإعلام في بناء السلم الأهلي أ.م. د عمر جمعة عمران م.م هدى هادي محمود	١٤
٣٣٥ - ٣٧٦	أثر وسائل الإعلام في تحقيق التعايش السلمي والأمن المجتمعي أ.م. د عبد الرحمن ابراهيم الغنطوسي احمد محمد المشهداني	١٥
٣٧٧ - ٤١٦	الفضائيات العراقية ودورها في تعزيز روح المواطنة في العراق. د. محمد شاكر محمد الشمري	١٦
٤١٧ - ٦٠٣	المحور الرابع :- المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الإعلامية عبر الاتصال الرقمي	١٧
٤١٨ - ٤٤٤	التغطية الإعلامية لعمليات تحرير الموصل على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي دراسة تحليلية لصفحة قناة العراقية أ.م. د يسرى خالد إبراهيم أ.م. د فاطمة عبد الكاظم	١٨
٤٤٥ - ٤٦٦	المسؤولية الاجتماعية للإعلام في السنة النبوية د. عبد الهادي محمود الزبيدي	١٩
٤٦٧ - ٥٣٤	تفعيل العلاقات العامة الحكومية لبرامج المسؤولية الاجتماعية عبر الاتصال الالكتروني (رؤية تحليلية) هبه فريد عبد الحميد محرم	٢٠

٥٧٥ - ٥٣٥	اطر المسؤولية الاجتماعية في الفضائيات العراقية دراسة تحليلية لنشرات الأخبار في كل من قناة أفاق والعراقية والشرقية الفضائية د. أسمی نوري صالح د. علاء نجاح نوري	٢١
٦٠٣ - ٥٧٦	الدلالات الرمزية لمعاني التسامح في النشرات الإخبارية (دراسة تحليلية في حصاد قناة الشرقية الفضائية) د. إيمان علي خميس	٢٢

المحور الأول :

مسؤولية الإعلام في

تعزيز روح المواطنة

مسؤولية قناة العراقية الفضائية

في نشر ثقافة التعايش السلمي

(قناة العراقية أنموذجا)

أ.م.د. ابتسام إسماعيل قادر د. لأنه صابر محمد سعيد

عميد كلية العلوم الإنسانية – جامعة السليمانية

قسم الإعلام – كلية العلوم الإنسانية – جامعة السليمانية

المستخلص :

يهدف هذا البحث إلى التعرف على مسؤولية قناة العراقية الفضائية إزاء نشر ثقافة التعايش السلمي في العراق ، ولتحقيق ذلك اختارت الباحثتان قناة العراقية الفضائية كمجتمع للبحث ، وعينتها دورة برامجية واحدة من برنامج قاب قوسين ، حيث تم حصرها حصرا شاملا لتحليل (١١) حلقة منها للمدة من ١٠/١ - ٢٠١٦/١٢/٣١ .

وتوصل البحث إلى مجموعة من النتائج منها أن قناة العراقية الفضائية اهتمت بنشر مبادئ التعايش السلمي ولكن بنسب متفاوتة بين كل من الموضوعات الاجتماعية والحقوقية والثقافية ، كما اهتمت بمحاربة الطائفية التي تشب بين المذاهب الدينية المختلفة كمكون من مكونات الشعب العراقي. لقد خرج البحث بتوصيات عديدة منها ضرورة الاهتمام بمضمون البرامج بما يخدم ثقافة التواصل والتعايش السلمي بين مكونات الشعب العراقي.

Abstract:

Responsibility of the Al-Iraqiya Satellite Channel in Spreading the Culture of Peaceful Coexistence.

This research was aimed at identifying the responsibility of Al-Iraqiya satellite channel for spreading peaceful living among different cultures in Iraq. In order to achieve this, the two researchers chose Al-Iraqiya Satellite Channel as a research sample. The research was consisted of one program series QAB QAWSAIN of 11 episodes from 1st Oct to 31 Dec 2016. The research reached multiple results, including that Al- Iraqiya satellite channel was helpful in spreading the principles of peaceful coexistence among different views between the social, human rights and cultural issues, as well as fighting sectarianism between different religious sects of Iraqi people. The research had made several recommendations, including the need to pay attention to the content of programs in order to serve the culture of communication and peaceful coexistence and living among Iraqi people.

أولاً : مقدمة البحث :

العراق بلد متنوع ومتعدد الثقافات عاش شعبه عبر تاريخه الطويل متنوع القوميات والأديان والطوائف ، وتكمن جمالياته في أطيافه المتعددة من سنة وشيعة وكرد وتركمان وصابئة وشبك وأيزيديين ومسيح وغيرهم.. لكن العراق يعيش اليوم دوامة من زعزعة الثقة بين أطياف الشعب وذلك من خلال الحركات الإرهابية التي تحاول أن تزرع الفتنة بين الشعب وتعرقل بناء العراق الديمقراطي الجديد ولأجل تحقيق ذلك لابد أن يكون هناك تعايش سلمي بين أطيافه المتنوعة.

ومن هنا يبرز دور الاعلام بشكل عام والقنوات الفضائية بشكل خاص في تهدئة الرأي العام وترتيب القضايا حسب الأولويات ، وشرح فوائد الانفتاح والتعايش ومخاطر الأنغلاق و التصارع، وطبيعة تحديات العصر وحقائقه ، وذلك لأجل أن تمر هذه المرحلة الانتقالية بسلام ، فالإعلام يحتل تأثيراً فاعلاً وخطيراً لتنفيذ رسالته الحضارية في إصلاح أو تغيير المجتمع الإنساني وابرار فضاء ثقافي واحد ونشر ثقافة التسامح والتعايش السلمي . حيث ان من منظور نظرية المسؤولية الاجتماعية تؤكد على أن وسائل الاتصال والإعلام الجماهيرية تتحمل بقدر من المسؤولية في ممارسة البناء والنمو الاجتماعي على أساس الالتزام بحقوق الآخرين.

ثانياً : منهجية البحث :

١. مشكلة البحث :

يكمن مشكلة هذا البحث التعرف على واقع موضوعات التعايش السلمي بين الأطياف المتنوعة في العراق من خلال وسيلة إعلامية ألا وهي قناة العراقية الفضائية التي تعمل وفق أطر سياسية ورؤى مختلفة حول القضايا العراقية التي تتجسد في اطار رؤى واستراتيجية الحكومة الاتحادية الفيدرالية التي تفترض أن تكون مظلة جمع شمل جميع أطياف ومكونات الشعب العراقي من خلال ما ذكر اصبحت معرفة كيفية تناول الموضوعات المتعلقة واقع التعايش السلمي بين

الأطراف المتنوعة في العراق في قناة العراقية من الضرورات البحثية ، بغية مقارنته وتحليل أبعاده ، وصولاً إلى تقويمه تقويماً علمياً وموضوعياً.

حيث يمكن تلخيص مشكلة البحث من خلال التساؤلات الآتية:

- ماهي أهم مضامين وموضوعات التعايش السلمي في قناة العراقية الفضائية؟
- ما مدى الاهتمام والالتزام الذي أولته قناة العراقية الفضائية بموضوعات المسؤولية الاجتماعية لتحقيق التعايش السلمي.
- من هم أهم الشخصيات المستضافة في قناة العراقية الفضائية لنشر ثقافة التعايش السلمي؟

٢. أهداف البحث :

يهدف هذا البحث للتعرف على موضوع مسؤولية قناة العراقية الفضائية في نشر ثقافة التعايش السلمي من خلال تحديد الأهداف الآتية:

١. التعرف على أهم مضامين وموضوعات التعايش السلمي في قناة العراقية الفضائية.
٢. الكشف عن مدى الاهتمام والالتزام الذي أولته قناة العراقية الفضائية بموضوعات المسؤولية الاجتماعية لتحقيق التعايش السلمي .
٣. التعرف على أهم الشخصيات المستضافة في قناة العراقية الفضائية لنشر ثقافة التعايش السلمي.

٣. أهمية البحث :

وتأتي أهمية هذا البحث في تطرقه إلى كيفية تناول قناة العراقية لمفهوم التعايش السلمي في العراق، كون هذا الموضوع تحتاج إلى البراهين الإجرائية لمعرفة تحمل مسؤوليتها في كيفية تبني ونشر ثقافة التسامح والتعايش السلمي بين

المكونات المختلفة في العراق، كما يمكن لهذا البحث أن يقدم مؤشرات علمية حول هذا المفهوم ، لمعرفة تأثيراتها على واقع هذه المكونات بشكل عام.

٤. منهجية البحث :

وفيما يتعلق بمنهجية البحث يعد هذا البحث وصفيا من حيث النوع، وهو النوع الأنسب من البحوث العلمية للوصول إلى المعلومات المتعلقة بوسائل الإعلام، كما استخدم البحث منهج تحليل المضمون الظاهري لتحليل العينة المختارة من برنامج قاب قوسين لمعرفة طبيعة المضامين الإعلامية الخاصة بالتعايش السلمي في العراق في قناة العراقية الفضائية وهو منهج متبع في دراسة مضامين وسائل الإعلام لكونه يحلل المضمون الإعلامي بشكل منتظم و موضوعي وكمي.

٥. مجالات البحث :

يتخذ البحث ثلاثة مجالات رئيسية، هي الزماني المتمثل بإجراء الجانب التحليلي الذي امتد خلال دورة برامجية تلفزيونية أي مدة ثلاثة أشهر (١٠-١-٢٠١٦ إلى ٣١-١٢-٢٠١٦) ، والمجال المكاني الذي ركز على قناة العراقية الفضائية ومقرها الرئيس في العاصمة العراقية – بغداد ، ولها فروع ومكاتب داخل وخارج العراق، والمجال الموضوعي وهو الموضوعات المتعلقة بالتعايش السلمي في العراق في تلك القناة.

ثالثا : مفاهيم البحث (الجانب النظري) :

- المسؤولية : يمكن تعريف المسؤولية بأنها (وعي الانسان البالغ للتصرف تبعا للمعايير الاجتماعية وأنه معرض للعقاب إذا انتهك محظورات التوجيه الاجتماعي، أو هي الاتجاه الاساسي للإذعان العام للتوجيهات والموانع الاجتماعية)^(١).

١. محمد حسام الدين ، المسؤولية الاجتماعية للصحافة (القاهرة ، الدار المصرية للطباعة ، ص٤٥).

لقد قسم علماء الاجتماع وعلماء النفس الاجتماعي وعلماء الأخلاق المسؤولية إلى ثلاثة أقسام متمثلة في^(١) :

١. **المسؤولية الدينية** : وتشمل جميع التكاليف التي التزم بها الإنسان تجاه خالقه، سواء بأوامر يترتب على تنفيذها الثواب، أو نواهيها يترتب على اقترافها العقاب.

٢. **المسؤولية الأخلاقية** : وتشمل جميع الأخلاق والآداب التي تنشأ من داخل النفس.

٣. **المسؤولية الاجتماعية** : وتشمل جميع النظم والتقاليد التي يلتزم بها الإنسان من قبل المجتمع الذي يعيش فيه ، وحيث إن المحور الرئيس لهذا البحث يتمحور حول هذه المسؤولية لذا سنحاول أن نسلط الضوء أكثر على هذه النوعية من المسؤولية والمتمثلة بالمسؤولية الاجتماعية وعلى النظرية المرتبطة بها وهي نظرية المسؤولية الاجتماعية التي تعد النظرية التي اعتمدها الدراسة الحالية، وانطلاقاً من الخصوصية التي تتمتع بها وسائل الإعلام من حيث توجيه الرأي العام تجاه قضايا المجتمع المختلفة لذا فإن من المهم معرفة مدى التزام هذه الوسائل بالمسؤولية الاجتماعية.

وإن الاستخدام المخطط لوسائل الإعلام في المجتمع يشير إلى تأثير هذه الوسائل في إحداث تغييرات على المستوى الاجتماعي وفي البناء الثقافي واتجاهاته^(٢).

تعني المسؤولية الاجتماعية للإعلام (الاهتمام بالصالح العام أو الاهتمام بحاجات المجتمع والعمل على سعادته عبر اتصاف الإعلام بسداد الرأي والدقة والعدل ومراعاة النواحي الأخلاقية والقيم)^(٣).

١. ثامر ياسر البكري ، التسويق والمسؤولية الاجتماعية ، ط٢ (عمان : دار وائل للنشر ، ٢٠٠٩ ، ص ٣٥).
٢. محمد عبد الحميد ، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير ، ط٢ (القاهرة : عالم الكتب ، ٢٠٠٠ ، ص ٢٤٥).
٣. محمد منير حجاب ، المعجم الإعلامي ، (القاهرة : دار الفجر للنشر والتوزيع ، ص ٤٨٨).

إن المسؤولية الاجتماعية الأساسية للإعلام هي الحفاظ على الأمن والسلم الاجتماعي للمجتمع وأفراده ، فإذا كان هناك من يتبنى حرية الإعلام وحقه في أن يتناول ما يراه وقتما يشاء ، دون أي عائق ، فلا بد أن يدرك أن الحرية ليست مطلقة وأن لها قيوداً اجتماعية يجب مراعاتها، وإلا أصبحت مدخلاً إلى الفوضى الإعلامية وليست وسائل إعلامية ، بالأخص وأن الممارسات الإعلامية المتحررة في العالم الغربي هي التي حتمت الوصول إلى مسؤولية اجتماعية لتصحيح كافة الأنشطة ، فالحرية غير المسؤولة أجبرت المجتمعات التي نادى بها على إيجاد قواعد وضوابط تتبعها وسائل الإعلام كي تلعب دوراً اجتماعياً سليماً ولتراعي حق المجتمع^(١).

تقسم المسؤولية الاجتماعية للإعلاميين إلى^(٢) :

- مسؤولية وجوبية : ويقصد بها تلك المسؤوليات التي تحددها الحكومات والأنظمة السياسية للصحافة عبر تحديد جملة الأفعال التي يحظر القيام بها.
- مسؤولية تعاقدية : ويقصد بها المسؤوليات التي تربط الصحافة بالمجتمع، فالمجتمع يمنح الصحافة الحق في العمل على فرض أنها ستسد حاجة أفراده للمعلومات والحقائق والآراء.
- مسؤولية ذاتية : وهي التي يلزم الصحفي نفسه بها بمحض إرادته في إطار إيمانه بمبادئ محددة وقناعاته بأن عمله كصحفي هو رسالة نبيلة أكثر من كونه مجرد عمل.

وبالعودة إلى نظرية المسؤولية الاجتماعية فإنها تعرف في مجال الصحافة والإعلام بأنها (مجموعة الوظائف التي تلتزم الصحافة بتأديتها أمام المجتمع في مختلف مجالاته السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية ، بحيث يتوفر في معالجتها

١. ذ. جاسم اليقوت ، الإعلام في المسؤولية الاجتماعية ،
<http://www.alyaum.com/article/3064943> ، منشور في ديسمبر ديسمبر ٦ ، ٢٠١٢ ، ١٤ : ١١ م.
٢. ذ. محمد حسام الدين ، مصدر سبق ذكره ، ص ٦٩ .

وموادها القيم المهنية كالدقة و الموضوعية والتوازن والشمول ،شريطة أن يتوفر للصحافة حرية حقيقية تجعلها مسؤولة أمام القانون والمجتمع^(١).

واعتمادا على هذا التعريف نستطيع القول إنه تم تحديد ثلاثة مستويات من المسؤولية الاجتماعية للإعلاميين تمثلت بالآتي^(٢) :

- مسؤوليات على مستوى الوظائف : من حيث القيام بالوظائف الممكنة والأدوار الاجتماعية الملائمة بما تتضمنه من وظائف تعليمية ، تثقيفية ،سياسية ، اقتصادية.
- مسؤوليات على مستوى المعايير : من حيث معرفة المعايير التي ترشد وسائل الإعلام إلى تحقيق وظائفها بطريقة إيجابية.
- مسؤوليات على مستوى القيم : من حيث معرفة القيم التي يجب مراعاتها من جانب الإعلاميين والصحفيين.

واخيرا يمكننا القول ان المسؤولية الاجتماعية يمكن وسائل الاعلام من ان تكون اداة من ادوات البناء لا الهدم ، في مواجهة عقبات التنمية ، وفي تنمية التفكير الابداعي لدى الاعلاميين.

٢- قناة العراقية الفضائية : تعد العراقية واحدة من أهم تشكيلات شبكة الاعلام العراقي ، الهادفة لرفد الشاشة بكل ما هو مفيد وممتع ، أبتدأت هيكلية القناة بخمسة عشر قسما ، واهم اقسامها هي المنوعة والبالغة برامجها ١٧ برنامج والرياضية وتأتي بواقع ٤ برامج ، والثقافية بواقع ٤ برامج ، ثم الدينية بواقع ٣ برامج ، وتنموية بواقع ٤ برامج ، وسياسية بواقع ١١ برنامجا مباشر و ٦ مسجلة. كما تم استحداث دائرة تعنى بالانتاج الدرامي^(٣).

١. محمد حسام الدين ، المسؤولية الاجتماعية للصحافة (القاهرة ، الدار المصرية للطباعة ، ص١٧) .

٢. ينظر الى - حسن عماد مكاوي ، أخلاقيات العمل الإعلامي ، (القاهرة : الدار المصرية اللبنانية ، ٢٠٠٣ ، ص١٦٧) ، عزة عبد العزيز ، مصداقية الإعلام العربي ، (القاهرة : دار العربي للنشر ، ٢٠٠٦ ، ص٥٣) .

3. <https://ar.wikipedia.org/wiki>

اما برنامج قاب قوسين : فهو برنامج حوارى اسبوعي يحاور الشخصيات الثقافية والادبية والفنية والاجتماعية ويسلط الضوء على الظواهر والمشاكل الاجتماعية والثقافية التي تبرز في المجتمع ، فيحاور المختصين في تلك الامور والقضايا . يعد ويقدم هذا البرنامج من قبل د. حسن قاسم.

٣- الثقافة : تعد الثقافة في شموليتها المحيط الذي يشكل فيه الفرد طباعه وشخصيته ، تعرف الثقافة بانها (جميع السمات المميزة للامة من مادية وروحية وفكرية ووجدانية وفنية ، وتشمل جميع المعارف والقيم والالتزامات الأخلاقية المستقرة فيها ، وطرائق التفكير والإبداع الجمالي والفني والمعرفي والتقني ، وسبل السلوك والتصرف والتعبير ، وطرز الحياة ، كما وتشمل تطلعات الإنسان للمثل العليا ومحاولاته في إعادة النظر في منجزاته ، والبحث الدائم عن مدلولات جديدة لحياته وقيمه ومستقبله وإبداع كل ما يتفوق به على ذاته كما تعرف أيضا بأنها شبكة من المعاني والرموز والإشارات التي نسجها الإنسان لنفسه لإعطاء الغاية والمعنى لنفسه وجماعته والعالم والكون من حوله)^(١).

تعد الثقافة بمثابة خارطة الطريق للفرد ، فهي التي تعرفه كيف يسير في المجتمع ، وكيف يتعامل مع الآخرين من حوله ، فالثقافة هي التي تمد الفرد باللغة التي تمكنه من التفاهم مع الآخرين ، وهي التي تحدد للفرد كيف يتصرف في المواقف المختلفة فضلا عن أنها تحدد له دينه ومذهبه .

ويمكن القول إن الثقافة تقوم بوظائف عديدة للفرد والمجتمع أهمها :

- الثقافة تشكل شخصية الفرد :

يتميز كل فرد بشخصية مستقلة تميزه عن الأفراد الآخرين فلكل شخص شخصيتان:
الأولى : الشخصية الفردية وهي : مجموعة من السمات والميول والاتجاهات والقيم التي تميز الفرد عن غيره من الأفراد.

١. أبو خلدون الحصري ، آراء وأحاديث في العلم والأخلاق والثقافة ، ط ٢ ، (مركز دراسات الوحدة العربية : ١٩٨٥ ، ص ١٣٣).

الثانية : الشخصية الاجتماعية : تميز جميع أفراد المجتمع الواحد عن غيرهم من المجتمعات. والشخصية الفردية كبصمة اليد تختلف عن جميع الشخصيات الأخرى ، واختلاف الثقافة هو الذي يؤدي إلى اختلاف الشخصية ، وتأثير الثقافة يختلف من فرد إلى آخر داخل الأسرة الواحدة.^(١)

- الثقافة تساعد على إشباع احتياجات الفرد :

يولد الإنسان ولديه مجموعة من الغرائز التي يحتاج إلى إشباعها كغريزة الجوع والعطش والجنس والاجتماع بالآخرين ، والثقافة هي التي تهذب هذه الاحتياجات وتساعد الفرد على إشباعها بطريقة مقبولة اجتماعياً.

- الثقافة موحدة لأبناء المجتمع :

من خصائص الثقافة أنها تخلق الشعور بالانتماء والولاء بين أفراد المجتمع الواحد وتميزهم عن غيرهم من الجماعات ، ويتولد هذا الشعور لدى الفرد نتيجة لوجود لغة مشتركة بين أبناء الوطن الواحد وهي التي تغرس فيهم قيماً وعاداتٍ وتقاليدهم واحدةً تجمعهم.

وهذا الشعور بالفخر والانتماء للمجتمع يطلق عليه (التمحور حول الذات) ويقصد به : شعور الأفراد بالتعصب لمجتمعاتهم وثقافتهم ضد الجماعات الأخرى مما يجعلهم ينتقدون الثقافات الأخرى وينظرون إلى مجتمعهم باعتباره أفضل المجتمعات.

- الثقافة مساعدة على التكيف :

يولد الطفل لا يعرف شيئاً عن العالم المحيط به ، والثقافة تعلمه وترشده كيف يتصرف في المواقف المختلفة ، وتساعد على التكيف مع ظروف مجتمعه المحيطة به ..

١. سامي حسن الساعاتي ، الثقافة والشخصية ، (بيروت : دار النهضة ، ١٩٨٣) .

فعلاقة الحيوان بالبيئة واحدة لا تتغير باختلاف الزمان والمكان وتقوم على الخضوع التام للبيئة ، أما علاقة الإنسان بالبيئة فإنها تعتمد على التكيف ومحاولة السيطرة عليها حسب إمكانياته المتاحة وحسب الثقافة السائدة . فيتعلم الفرد من خلال الثقافة كيف يتعامل مع الآخرين ويدخل معهم في علاقات اجتماعية مختلفة وكيف يتصرف في المواقف المختلفة ، ولولا الثقافة لشعر الإنسان بالغرابة والوحدة في المجتمع^(١).

- الثقافة تخلق شخصية قومية واحدة في المجتمع :

يتميز كل مجتمع بوجود مجموعة من الصفات الخاصة التي تميزه عن المجتمعات الأخرى ، والثقافة هي التي تخلق هذه السمات المشتركة بين أبناء المجتمع الواحد أو ما يطلق عليه اسم (الشخصية القومية أو الشخصية الاجتماعية) وتعرف بأنها : مجموعة من السمات العامة المشتركة التي تميز أبناء المجتمع الواحد وتجعل استجاباتهم واحدة في الموقف الواحد.

والشخصية الاجتماعية هي مفتاح التعارف والتفاعل بين المجتمعات ، فإذا ما أراد الإنسان الاحتكاك بالشعوب الأخرى عليه التعرف على السمات العامة التي تميز أفراد كل مجتمع وأن يتقبل مبدأ اختلاف الثقافات^(٢).

- الثقافة مصدر للضبط الاجتماعي .

تختلف وسائل الضبط الاجتماعي في المجتمعات التقليدية عنها في المجتمعات الحضرية الحديثة ، فنجدها في المجتمعات التقليدية تعتمد على وسائل الضبط غير الرسمية مثل الضمير الفردي والعرف والعادات والتقاليد السائدة في المجتمع ، وكلها أمور يكتسبها الفرد من المحيطين به في المجتمع.

١ . دوني كوش، مفهوم الثقافة في العلوم الاجتماعية، ترجمة قاسم المقداد ، (دمشق : اتحاد الكتاب العرب ، ٢٠٠٢ ، ص٧٨).

٢ . محسن خضر ، مستقبل التعليم العربي بين الكارثة والأمل ، (الدار المصرية اللبنانية : ٢٠٠٧ ، ص ٦٤).

أما في المجتمعات الحضرية الحديثة ، فإن الدولة تتولى مسؤولية حفظ الأمن والسلام في المجتمع من خلال القوانين المكتوبة وتوقيع العقوبات على الخارجين عن القانون^(١).

- الثقافة منظمة للعلاقات الاجتماعية .

تلعب الثقافة دورا هاما في تنظيم العلاقة بين الأفراد ومن الصعب على الإنسان معرفة كيفية التعامل مع مجتمع غريب عنه دون إلمام مسبق بثقافة هذا المجتمع ، وما به من عادات وتقاليد وقيم ومعايير ودين، فالثقافة هي مفتاح التعامل مع أي فرد وأي مجتمع فهي التي تمد الفرد باللغة التي تمكنه من التفاهم مع الآخرين ، وهي التي تحدد للفرد كيف يتصرف في المواقف المختلفة ، وهي التي توضح للفرد كيف يتعامل معهم^(٢).

٤- **التعايش السلمي** : عند الحديث عن التعايش السلمي ، لابد من بيان الدلالة اللغوية للمصطلح ، واستعراض الدلالات الاصطلاحية ، إذ نجد في المعجم الوسيط أنه يعني (تعايشوا) أي عاشوا على الألفة والمودة^(٣) ، وعليه فإن التعايش هو (ضرب من التعاون المشترك الذي يقوم على أساس الثقة والاحترام المتبادلين ، بطواعية واختيار ، والذي يهدف الى تحقيق أهداف يتفق عليها الطرفان أو الأطراف التي ترغب في تقبل بعضها)^(٤) ، ويرى آخر بأن التعايش السلمي يعني (حالة من العلاقات الدولية تعيشها دول لها أنظمة اجتماعية متباينة أو ذات عقائد متعادية جنبا إلى جنب دون حرب)^(٥) ، لقد حمل هذا المصطلح معانٍ عديدة^(٦):

-
١. حسن عالي ، الضبط الاجتماعي ، - <https://sites.google.com/site/socioalger1/lm-alajtma/mwady-amte/aldbt-alajtmay-mfahym-wabad>
 ٢. محمد كركيش ، في سوسيولوجيا القيم ، - <http://www.ssrcaw.org> مركز الدراسات والابحاث العلمانية في العالم العربي المنشور في ٢٩/١٠/٢٠١٥ .
 ٣. المعجم الوسيط ، الجزء الثاني (القاهرة : دار الفكر ، ص٦٣٩-٦٤٠) .
 ٤. محمد شكر زاويتي ، مقال بعنوان التعايش بين الأديان ، كيف ولماذا ؟ ، بتاريخ ٢٨/١٢/٢٠١١ ، على موقع معا لبناء السلام <http://www.tfbp.org> .
 ٥. موريس كرنستون ، المصطلحات السياسية ، ط٢ (بيروت ، دار النهار للنشر ، ١٩٧٠) .
 ٦. عادل محمد عبد العزيز ، التعايش السلمي في عصور الدول الإسلامية ، بحث مقدم للندوة الدولية (التعايش السلمي في الإسلام) بالتعاون بين رابطة العالم الإسلامي والمركز الإسلامي ، كولومبو- سريلانكا ، في الفترة من ٧-٩ / ٧ / ٢٠٠٦ .

- منها ما هو السياسي الأيدلوجي الذي يعني الحد من الصراع أو ترويض الخلاف العقائدي بين قوتين ، أو العمل على احتواء ذلك الصراع بما يفتح مجالاً لقنوات الاتصال بين طرفين متصارعين.
 - ومنها ما هو اقتصادي ويرمز إلى علاقات التعاون بين الحكومات والشعوب فيما له صلة بالمسائل القانونية والاقتصادية والتجارية.
 - ومنها ما هو ديني بمعنى ممارسة كل الفرق والجماعات ذات الاعتقاد أو الديانات المختلفة لكافة شعائرها وطقوسها الدينية بكل حرية مهما اختلفت معتقداتها.
- يتضح مما تقدم ما يأتي^(١).
- إن التعايش هو القيمة الأخلاقية التي لا بد من توفرها ابتداءً لفتح آفاق الحوار والتصالح مع الآخر ، وبناء مجتمعات مدنية مستقرة تقوم على الاحترام والقبول المتبادل ، والاعتراف بحقوق الآخرين.
 - يمثل العمل بمبدأ التعايش ضماناً مهمة لمنع انزلاق المجتمعات المتنوعة ثقافياً إلى هاوية العنف والصراع المدمر.
 - يكون الإقرار بمبدأ التعايش وسيلة ضرورية ، ومدخل أولي لإعادة اللحمة والانسجام إلى المجتمعات التي قسمتها النزاعات الدينية أو الطائفية ، أو الإثنية أو القومية .. لكن لا يعني أن يتم ذلك بين ليلة وضحاها ، وإنما قد يستغرق الأمر بعض الوقت لحين رفع حواجز الشك والريبة والخوف والكراهية المتبادلة بين الجماعات التي خاضت صراعات عنيفة سابقاً ، للسير في طريق المصالحة ، وإيجاد الانسجام الاجتماعي.

١. خالد عليوي جباد ، حقوق الآخر في ضوء وثيقة المدينة المنورة : تأصيل إسلامي لمبدأ التعايش، مجلة رسالة الحقوق مجلة تصدر عن كلية القانون – جامعة كربلاء ،(السنة الرابعة :العدد ٢، ٢٠١٢ ، ص ١٤٨)

رابعاً: الجانب الميداني للبحث:

يرمي الجانب الميداني لهذا البحث، إلى التعرف على اهتمام والالتزام بالتعايش السلمي في العراق ، وتتمثل إجراءات الجانب الميداني فيما يأتي:

١- مجتمع البحث وعينته :

تألف مجتمع البحث من الفضائية التي تم اختيار البرنامج منها للتحليل وهي قناة العراقية الفضائية التي تعد المجتمع الأوسع للبحث واختارت الباحثتان عينتهما من برنامج (قاب قوسين) التي بثتها قناة العراقية الفضائية ، حصراً شاملاً لدورة برمجية واحدة تمتد على مدى ثلاثة أشهر للمدة من (١-١٠-٢٠١٦ ولغاية ٣١-١٢-٢٠١٦) وبالغية (١١) حلقة من برنامج قاب قوسين ، وبلغت مدة العرض لهذه الحلقات خلال مدة البحث (٣٣:١٦:٨) ساعة.

١- أداة التحليل :

الأداة المستخدمة في التحليل، هي استمارة تحليل المضمون، ، وقد تم تقسيم مضامين حلقات البرنامج الحوارية فيها إلى وحدات فئات، وذلك وفق ما ينص عليه أسلوب تحليل المضمون ، وكان على النحو الآتي :

أ- وحدات التحليل :

إن الوحدة هي جزء من المضمون ويتم إخضاعها للعد والتحليل، وقد استخدمت الباحثتان وحدة الموضوع لمعرفة الموضوعات الرئيسة والأفكار الخاصة التي تدور حولها مضمون ذلك البرنامج، ووحدة الشخصية لمعرفة الشخصيات المحورية المستضافة في تلك البرامج.

ب- فئات التحليل:

يقصد بها تصنيف المادة إلى أجزاء ذات خصائص وسمات مشتركة وفق متطلبات البحث وأهدافه، ويقسم فئات التحليل إلى نوعين رئيسيين، هما فئة الشكل (كيف قيل)، وفئة المحتوى (ماذا قيل) وقد استخدمت الباحثتان فئة المحتوى ماذا قيل؟،

لمعرفة الموضوعات و المحاور واتجاهات المعالجة للموضوعات المتعلقة بالتعايش السلمي في العراق.

ت-الصدق الظاهري :

المقصود بالصدق الظاهري، عرض استمارة التحليل على مجموعة من الخبراء والمحكمين بقصد معرفة الدرجة التي يكون معها المقياس يقيس ما صمم من أجله ظاهرياً، وعرض استمارة تحليل المضمون على خمسة محكمين(*)، وبلغت قيمة الصدق ٩٨.٧٤.

ث-ثبات التحليل :

المقصود به القيام بتكرار التحليل للحصول على النتائج نفسها، وقد استخدمت الباحثان طريقة الثبات عبر الزمن، وأجرى التحليل مرتين وبعد تطبيق معادلة هولستي، بلغ معدل الثبات ٠.٩٦ وهو نسبة جيدة علمياً.

٢- نتائج التحليل :

وفيما يأتي نستعرض نتائج تحليل المضمون لبرنامج قاب قوسين في قناة العراقية الفضائية وفق المحاور والفئات الرئيسية في التحليل. حيث أمكن من خلال تحليل برنامج قاب قوسين في قناة العراقية الفضائية ازاء التعايش السلمي فرز ثلاثة محاور رئيسة هي: الموضوعات والمبادئ الاجتماعية ، والحريات والموضوعات الحقوقية، و الموضوعات الثقافية.

ومن النتائج التي تم الحصول عليها هي حصول المحور الأول (الموضوعات والمبادئ الاجتماعية) على المرتبة الأولى في سلم مسؤوليات البرنامج الحوارى قاب قوسين في قناة العراقية الفضائية ازاء موضوعات التعايش السلمي بتكرار قدره (١٢٢) ونسبة قدرها(٤٣.٧٣%) من مجمل الموضوعات والمسؤوليات، وجاءت (الحريات والموضوعات الحقوقية) في المرتبة الثانية وبتكرار قدره (١٠٧) ونسبة قدرها (٣٨.٣٥%) من مجمل الموضوعات، أما (الموضوعات الثقافية) فقد احتلت المرتبة الثالثة وبتكرار قدره (٥٠) وبنسبة قدرها(١٧.٩٢%)

من مجمل قضايا التعايش السلمي التي تناولتها البرنامج الحواري قاب قوسين في قناة العراقية الفضائية، ينظر في ذلك الى الجدول (١).

وترى الباحثان أن هذا يدل على التزام هذه الفضائية بالمبادئ والمفاهيم الاجتماعية التي تداولت بين ابناء الشعب العراقي ولا سيما بعد الفترات العصبية التي مرت بها من نزاعات وصراعات طائفية ومذهبية وإثنية دعت إلى أن تشعر القناة بتلك المسؤولية في نشر ثقافة هذه المفاهيم لتحقيق التعايش السلمي. ومن جانب آخر ضالة اهتمام قناة العراقية بالموضوعات الثقافية لنشر ثقافة التعايش السلمي حيث لم تتمكن من خلال استضافتها للنخب الفنية أن تستغل محاور الفنون والأدب وربطها بثقافة التعايش السلمي مما

جدول (١)

مسؤولية قناة العراقية الفضائية تجاه التعايش السلمي

المرتبة	النسبة المئوية %	التكرارات	المسؤوليات	ت
١	٤٣.٧٣	١٢٢	الموضوعات والمبادئ الاجتماعية	١
٢	٣٨.٣٥	١٠٧	الحريات والموضوعات الحقوقية	٢
٣	١٧.٩٢	٥٠	الموضوعات الثقافية	٣
	١٠٠	٢٧٩	المجموع	

تبويب الفئات:

المحور الأول : مسؤولية قناة العراقية الفضائية تجاه الموضوعات والمبادئ الاجتماعية لتحقيق التعايش السلمي في العراق

تم وضع جدول يضم الفئات الخاصة بقناة العراقية الفضائية إزاء (الموضوعات والمبادئ الاجتماعية) مرتب حسب التسلسل التنازلي لتكرارها. بحيث يكون الاتجاه ذو التكرار الأكثر في أعلى الجدول لتكوين سلم الفئات التي تتضح فيه مرتبة كل فئة وعدد تكراراته، حيث تناولت فئات متعددة والمرتبطة

بشكل عام بمسئوليتها تجاه نشر المفاهيم والمبادئ الاجتماعية سعياً منها لإرساء التعايش السلمي في العراق، ينظر في ذلك إلى الجدول رقم (٢).

الجدول (٢)

مسؤولية قناة العراقية الفضائية تجاه الموضوعات والمبادئ الاجتماعية لتحقيق التعايش السلمي

ت	الفئات	التكرارات	النسبة المئوية %	المرتبة
١	محاربة الطائفية لتحقيق السلام	٢٠	١٦.٣٩	١
٢	التأكيد على أن العراق بلد التنوع	٢٠	١٦.٣٩	١
٣	نشر ثقافة الحوار المشترك بين المكونات المختلفة	١٨	١٤.٧٥	٢
٤	تنشيط وتفعيل مبدأ قبول الآخر	١٢	٩.٨٤	٣
٥	الدعوة إلى بناء وصياغة الإنسان من خلال نشر ثقافة اللاعنف المجتمعي	١١	٩.٠٢	٤
٦	محاربة الإرهاب في المجتمع	١١	٩.٠٢	٤
٧	النمو والنهوض والارتقاء بالمجتمع	١٠	٨.٢٠	٥
٨	الدعوة إلى الاهتمام بدور منظمات المجتمع المدني لتحقيق السلم المجتمعي	١٠	٨.٢٠	٥
٩	تحديد مسؤولية الدولة والمؤسسات الحكومية في تحقيق التعايش السلمي	٨	٦.٥٦	٦
١٠	نشر ثقافة التفاوض وحل النزاعات لتحقيق التعايش السلمي	٢	١.٦٣	٧
	المجموع	١٢٢	١٠٠	

المحور الثاني : مسؤولية قناة العراقية الفضائية تجاه الحريات والموضوعات

الحقوقية لتحقيق التعايش السلمي في العراق

تم وضع جدول يضم الفئات الخاصة بقناة العراقية الفضائية إزاء (الحريات والموضوعات الحقوقية) مرتب حسب التسلسل التنازلي لتكرارها. بحيث يكون الاتجاه ذو التكرار الأكثر في أعلى الجدول لتكوين سلم الفئات التي تتضح فيه مرتبة

كل فئة وعدد تكراراته، حيث تناولت فئات متعددة والمرتبطة بشكل عام بمسئوليتها تجاه نشر قيم الحرية وحقوق الانسان ، ينظر في ذلك إلى الجدول رقم (٣).

جدول (٣)

مسؤولية قناة العراقية الفضائية تجاه الحريات والموضوعات الحقوقية لتحقيق التعايش السلمي

المرتبة	النسبة المئوية %	التكرارات	الفئات	ت
١	٢٦.١٧	٢٨	حماية وضمن حقوق الأقليات في المجتمع العراقي	١
٢	٢٠.٥٦	٢٢	توعية أفراد المجتمع بحقوق المرأة ومساهمتها في الميادين السياسية والمدنية المختلفة	٢
٣	١٦.٨٢	١٨	التأكيد على حرية الرأي والتعبير	٣
٤	١٥.٨٩	١٧	تشجيع تشريع قانون التنوع والتميز كضمان للعيش بسلام	٤
٥	١٠.٢٨	١١	حق التعليم ومحاربة الأمية	٥
٦	٧.٤٨	٨	الدعوة إلى تفعيل قانون الضمان الاجتماعي	٦
٧	١.٨٧	٢	ضرورة حماية حقوق المهجرين	٧
٨	٠.٩٣	١	ضرورة الاهتمام بحقوق الطفل	٨
	١٠٠	١٠٧	المجموع	

المحور الثالث: مسؤولية قناة العراقية الفضائية تجاه الموضوعات الثقافية لتحقيق التعايش السلمي في العراق

تم وضع جدول يضم الفئات الخاصة بقناة العراقية الفضائية إزاء (الموضوعات الثقافية) مرتب حسب التسلسل التنازلي لتكرارها. بحيث يكون الاتجاه ذو التكرار الأكثر في أعلى الجدول لتكوين سلم الفئات التي تتضح فيه مرتبة كل فئة وعدد تكراراته، حيث تناولت فئات متعددة والمرتبطة بشكل عام بمسئوليتها تجاه الموضوعات الثقافية ، ينظر في ذلك إلى الجدول رقم (٤).

جدول (٤)

مسؤولية قناة العراقية الفضائية تجاه الموضوعات الثقافية لتحقيق التعايش السلمي

ت	الفئات	التكرارات	النسبة المئوية %	المرتبة
١	تساهم الفنون في تقديم الحلول للأزمات	١٤	٢٨	١
٢	محاولة إزالة العقبات التي تقف أمام المثقف ليوصل أفكاره بسلام إلى المجتمع	١٢	٢٤	٢
٣	ضرورة إتاحة الامكانيات المادية والمالية اللازمة لنشر الثقافة من خلال الفنون والأدب	١٠	٢٠	٣
٤	الدعوة إلى محاربة الإرهاب بالفنون والشعر	٨	١٦	٤
٥	الدعوة إلى نشر ثقافة التواصل بين فئات الفنانين والمثقفين المختلفة	٥	١٠	٥
٦	تشجيع التمازج الفني والسياسي لتحقيق السلام والاستقرار	١	٢	٦
	المجموع	٥٠	١٠٠	

محور الشخصيات المستضافة:

١- تحديد جنس الشخصيات المحاورة:

ركزت قناة العراقية الفضائية خلال مدة البحث من حيث جنس الشخصيات المستضافة في برنامجها الحواري قاب قوسين على الذكور حيث احتلت المرتبة الأولى بتكرار قدره (٢٦) ضيفا وبنسبة قدرها (٧٨.٨%) بينما جاءت الإناث في المرتبة الثانية بتكرار قدره (٧) وبنسبة قدرها (٢١.٢). ينظر في ذلك إلى الجدول رقم (٥).

وترى الباحثان عدم مراعاة القناة التوازن الجندي في استضافتها للشخصيات المحاورة في برنامجها الحواري قاب قوسين وهذا يدل على ضالة الاهتمام بدور المرأة في نشر ثقافة التعايش السلمي في المجتمع و يدخل ضمن سياق النظرة إلى المرأة بصورتها النمطية .

جدول (٥)

جنس الشخصيات المحاوره في قناة العراقية

المرتبة	النسبة المئوية %	التكرارات	الجنس	ت
١	٧٨.٨	٢٦	ذكر	١
٢	٢١.٢	٧	أنثى	٢
	١٠٠	٣٣	المجموع	

٢- وظائف الشخصيات المستضافة:

أظهرت نتائج التحليل أن الشخصيات المستضافة في برنامج قاب قوسين ممن يمتنون وظيفة إعلامي بتكرار قدره (٩) وبنسبة (٢٧.٢٧%) حصلوا على المرتبة الأولى وبلغ عدد الذكور (٦) في حين كان عدد الإناث (٣) بينما حصل على المرتبة الثانية الضيوف ممن يمتنون وظيفة أكاديمي (أستاذ جامعي) الشهادة العليا وبنسبة (٢٤.٢٤%) وكان بينهم ٧ ذكور و ١ من الإناث، وحصل الضيوف ممن يمتنون وظيفة فنان (ممثل، مخرج، رسام...) وبنسبة (١٥.١٥%) على المرتبة الثالثة وكانوا كلهم من الذكور أي بتكرار قدره (٥)، وأشار الجدول إلى أن الضيوف العاملين كنشطاء في مجال المجتمع المدني كانت نسبتهم (٩.٠٩%) حصلوا على المرتبة الرابعة وكانوا اثنين من الذكور وبينهم ٣ من الإناث، وحصلت الشخصيات المستضافة كمحللين سياسيين (٦.٠٦%) المرتبة الخامسة حيث كانوا من الذكور فقط، أما المرتبة الأخيرة فكانت لكل من (باحث، مدير حكومي، ناقد، كاتب، طبيبة، عضو برلمان) وبنسبة (٣.٠٣%). ينظر في ذلك إلى الجدول رقم (٦).

جدول (٦)

التوزيع النسبي حسب الجنس ووظائف الشخصيات المستضافة في قناة العراقية

الإجمالي			أنثى			ذكر			الجنس الوظائف
ت	%	ك	ت	%	ك	ت	%	ك	
٣	١٥.١٥	٥		٠	٠	٣	١٩.٢٣	٥	فنان
٦	٣.٠٣	١		٠	٠	٦	٣.٨٥	١	باحث
٦	٣.٠٣	١		٠	٠	٦	٣.٨٥	١	مدير حكومي
٦	٣.٠٣	١		٠	٠	٦	٣.٨٥	١	ناقد
٦	٣.٠٣	١		٠	٠	٦	٣.٨٥	١	كاتب
١	٢٧.٢٧	٩	١	٤٢.٨٥	٣	٢	٢٣.٠٧	٦	إعلامي
٢	٢٤.٢٤	٨	٣	١٤.٣٠	١	١	٢٦.٩٢	٧	أكاديمي
٥	٦.٠٦	٢		٠	٠	٥	٧.٦٩	٢	محلل سياسي
٤	٩.٠٩	٣	٢	٢٨.٦٠	٢	٦	٣.٨٥	١	نشطاء مجتمع مدني
٦	٣.٠٣	١	٣	١٤.٣٠	١	٠	٠	٠	طبية
٦	٣.٠٣	١		٠	٠	٦	٣.٨٥	١	عضو برلمان
	١٠٠	٣٣		١٠٠	٧		١٠٠	٢٦	المجموع

من أهم الاستنتاجات والتوصيات التي توصل إليها البحث:

أولاً: الاستنتاجات:

١. إن قناة العراقية الفضائية اهتمت بطرح مبادئ التعايش السلمي ولكن بنسب متفاوتة بين كل من الموضوعات الاجتماعية والحقوقية والثقافية، وقد يسجل ذلك نقطة إيجابية للقناة بحيث ركزت على مفاهيم ورؤية جوانب عديدة لنشر تلك المفاهيم.

٢. الاهتمام وعبر سلم مسؤوليات قناة العراقية الفضائية إزاء المفاهيم والمبادئ الاجتماعية على محاربة الطائفية التي تشب بين المذاهب الدينية المختلفة كمكون من مكونات الشعب العراقي من خلال عدم التكافؤ بينهم وهي من المعطيات التي احتلت المرتبة الأولى، حيث أعلنت رفضها والابتعاد عن النعرات الطائفية والعرقية التي تجسدت بالفترات الأخيرة في العراق.

٣. التركيز الكبير وعبر سلم مسؤوليات قناة العراقية الفضائية إزاء المفاهيم والمبادئ الاجتماعية على أن العراق بلد التنوع والدعوة إلى الحفاظ على هذا التنوع.

٤. تناول الضعيف لموضوعات إشاعة قيم التعايش السلمي من خلال مشاركة منظمات المجتمع المدني وتفعيل دورها ودور الدولة والمؤسسات الحكومية ، كان الاجدر الاهتمام بها أكثر فذلك مسؤولية مشتركة تهم كافة المؤسسات.

٥. احتلت مسؤولية قناة العراقية الفضائية تجاه الحريات والموضوعات الحقوقية المرتبة الثانية في سلم التزاماتها إزاء قضايا التعايش السلمي وقد ظهر في هذه المسؤولية ثماني فئات مثل مسؤولية القناة إزاء حريات وحقوق الإنسان الأمر الذي دلّ على تركيز قناة العراقية الفضائية على موضوع الحريات وحقوق الإنسان ووضعتها في مقدمة اهتماماتها وأظهرت هذه الفئات نتائج أهمها: نيل حقوق الأقليات المرتبة الأولى واهتمت برعاية حقوقها، واحتلت حقوق المرأة مرتبة أعلى

من حرية التعبير والإعلام وحق عدم التمييز التي تعد جزءاً من ممارسة الديمقراطية، وبرزت معطيات أخرى منها قلة عدد تكرارات كل من (حق التعليم ومحاربة الأمية و قانون الضمان الاجتماعي و حقوق المهجرين و حقوق الطفل) في حين أهملت قناة العراقية الفضائية مجموعة من الحقوق منها (حق المواطنة، وحق الحياة، و الحق في الحصول على الغذاء، وحق السكن، وحق التنقل، وحق المشاركة في التمثيل السياسي، و حق المشاركة في الحياة الثقافية و الحق في محاكمة عادلة.. وغيرها) على الرغم من تأكيد المواثيق الدولية والعالمية على أن حقوق الإنسان حقوق لا تتجزأ .

٦. استضافت قناة العراقية الفضائية شخصيات حكومية وغير حكومية مؤثرة ومؤيدة للموضوعات التي تناولها ، وهذا يسجل نقطة إيجابية للبرامج. أما ما يسجل كنقطة سلبية على القناة ضالة الاهتمام باستضافة المرأة في حلقاتها.

ثانياً : الاقتراحات والتوصيات :

١. ضرورة الاهتمام بمضمون البرامج بما يخدم ثقافة التواصل والتسامح والتعايش السلمي بين مكونات الشعب العراقي.

٢. ضرورة اعداد برامج خاصة في القناة لنشر ثقافة التسامح والتعايش السلمي في العراق وتتجسد فيها هموم وحقوق كافة مكونات الشعب العراقي.

٣. العمل على التنوع في استضافة الشخصيات من كل المحافظات العراقية ومن كل مكونات الشعب العراقي ومراعاة التوازن بين الجنسين .

٤. زيادة اهتمام مراكز البحوث والمؤسسات الاكاديمية والجامعية ببحوث ودراسات ميدانية عن واقع التعايش السلمي في العراق .

٥. الاهتمام بمساهمة دور منظمات المجتمع المدني والمؤسسات الحكومية وغير الحكومية في هذا المجال .

المصادر:

اولا : المعاجم والقواميس :

- ١- المعجم الوسيط، الجزء الثاني (القاهرة :دار الفكر، بدون)
- ٢- محمد منير حجاب، المعجم الاعلامي، (القاهرة : دار الفجر للنشر والتوزيع)

ثانيا : الكتب :-

- ١- محمد حسام الدين ، المسؤولية الاجتماعية للصحافة (القاهرة، الدار المصرية للطباعة).
- ٢- ثامر ياسر البكري، التسويق والمسؤولية الاجتماعية، ط ٢(عمان: دار وائل للنشر، ٢٠٠٩).
- ٣- محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير ، ط ٢ (القاهرة: عالم الكتب، ٢٠٠٠).
- ٤- حسن عماد مكاوي، أخلاقيات العمل الإعلامي،(القاهرة :الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠٣)
- ٥- عزة عبد العزيز، مصداقية الإعلام العربي،(القاهرة : دار العربي للنشر، ٢٠٠٠).
- ٦- أبو خلدون الحصري، آراء وأحاديث في العلم والأخلاق والثقافة ، ط ٢، (مركز دراسات الوحدة العربية: ١٩٨٥).
- ٧- سامي حسن الساعاتي، الثقافة والشخصية، (بيروت: دار النهضة، ١٩٨٣).
- ٨- دوني كوش، مفهوم الثقافة في العلوم الاجتماعية ، ترجمة قاسم المقداد،(دمشق : اتحاد الكتاب العرب، ٧٨، ٢٠٠٢).
- ٩- محسن خضر، مستقبل التعليم العربي بين الكارثة والامل، (الدار المصرية اللبنانية: ٢٠٠٧)

ثالثا : البحوث والدراسات :

١- عادل محمد عبد العزيز، التعايش السلمي في عصور الدول الإسلامية ، بحث مقدم للندوة الدولية (التعايش السلمي في الاسلام) بالتعاون بين رابطة العالم الإسلامي والمركز الإسلامي ،كولومبو- سريلانكا ، في الفترة من ٧-٩ /٧ /٢٠٠٦

٢- خالد عليوي جياذ ، حقوق الآخر في ضوء وثيقة المدينة المنورة : تأصيل إسلامي لمبدأ التعايش، مجلة رسالة الحقوق مجلة تصدر عن كلية القانون – جامعة كربلاء ،(السنة الرابعة : العدد ٢ ، ٢٠١٢

رابعا: المواقع الالكترونية:

١- <https://ar.wikipedia.org/wiki->

٢- <http://www.alyaum.com/article/3064943> جاسم الياقوت، الإعلام في المسؤولية الاجتماعية، منشور في ديسمبر ديسمبر ٦، ٢٠١٢، ١٤:١١ م

٣- <https://sites.google.com/site/socioalger1/lmalajtma/m> wady-amte/aldbt-alajtmay-mfahym-wabad حسن عالي ، الضبط الاجتماعي

٤- <http://www.ssrcaw.org> - محمد كركيش ، في سوسيولوجيا القيم.
٥- [http:// www.tfbp.org](http://www.tfbp.org) محمد شكر زاويتي ، مقال بعنوان التعايش بين الأديان، كيف ولماذا؟، بتاريخ ٢٨/١٢/٢٠١١، على موقع معا لبناء السلام.

مسؤولية الصحافة العراقية المستقلة في تعزيز

قيم الانتماء الوطني والوئام الاجتماعي

دراسة تحليلية في مقالات الرأي في جريدتي

الصباح الجديد والمدى للمدة من ٢ / ١ / ٢٠١٧ -

٢٨ / ٢ / ٢٠١٧ م

أ.م.د حسين علي إبراهيم الفلاح

كلية الإعلام / الجامعة العراقية

المستخلص :

تُعد الصحافة ولا سيما منها الصحافة المطبوعة من المؤسسات المجتمعية الفاعلة في المجتمعات البشرية المعاصرة ، وهو ما يفرض عليها الاضطلاع بمسؤولياتها في التصدي لقضايا المجتمع ومشكلاته الراهنة ، ومن أبرز القضايا والمشكلات التي ينبغي الاهتمام بها في العراق اليوم هي تعزيز قيم الانتماء الوطني والوئام الاجتماعي ، نظراً لأهميتها في الحفاظ على النسيج المجتمعي واللحمة الوطنية وتحقيق السلم الأهلي المنشود ، وجاء هذا البحث ليسلط الضوء على مسؤولية الصحف العراقية المستقلة – ممثلة بجريدتي الصباح الجديد والمدى – في هذا المجال .

ويهدف البحث إلى تحقيق جملة من الأهداف ، من أبرزها : التعرف على طبيعة تناول كتاب المقال الصحفي في جريدتي العينة لموضوعات الانتماء الوطني والوئام الاجتماعي في إطار مسؤولياتهم في تعزيز القيم التي تتعلق بتلك الموضوعات ، وتحديد أبرز القضايا أو المحاور التي تم التأكيد عليها من قبل كتاب المقال الصحفي في جريدتي العينة في إطار مسؤولياتهم المشار إليها ، والتعرف على أبرز الموضوعات التي حددها كتاب المقال الصحفي في جريدتي العينة فيما يتعلق بمسؤولياتهم في تعزيز قيم الانتماء الوطني والوئام الاجتماعي أثناء المدة الزمنية المحددة للتحليل .

ويُعد هذا البحث من البحوث الوصفية التي تقوم على اكتشاف الظاهرة ووصفها وصفاً دقيقاً بما يتيح التعرف على طبيعتها ومكوناتها والعلاقات التي تربط بين عناصرها ، وقد استخدم البحث منهج المسح الوصفي التحليلي الذي يتيح سبر أغوار الظاهرة محل الدراسة والتعرف على طبيعتها وجمع البيانات والمعلومات بشأنها بما يوفر الإجابة عن تساؤلات البحث وتحقيق أهدافه ، وقد اقتضت منهجية البحث اعتماد أسلوب تحليل المضمون الذي وفر إخضاع المقالات الصحفية ذات المضامين الخاصة بموضوع البحث للتحليل وتصنيفها وتبويبها ومن ثم تفسير النتائج التي يتم الحصول عليها .

وقد اقتضت منهجية البحث تقسيمه على ثلاثة مباحث ، تناول الأول منهجية البحث فيما تناول الثاني قيم الانتماء الوطني والوئام الاجتماعي وطبيعة انعكاساتها على استقرار المجتمع ونسيجه الاجتماعي ، فيما اختص المبحث الثالث بنتائج الدراسة التحليلية .

وقد توصل البحث إلى مجموعة من النتائج من أبرزها : أن حجم الاهتمام الذي أولاه كتاب المقال الصحفي في كلتا الجريدتين – عينة البحث – لموضوع البحث لا يتناسب مع الأهمية التي ينطوي عليها ، إذ لم تظهر الموضوعات الخاصة به سوى في (٤٨) مقالاً صحفياً في جريدة الصباح الجديد و(٢٧) مقالاً صحفياً في جريدة المدى طوال المدة الزمنية المحددة للتحليل ، لقد تمحورت اهتمامات كتاب المقال الصحفي في الجريدتين عينة البحث فيما يتعلق بموضوع تعزيز قيم الانتماء الوطني والوئام الاجتماعي على ستة محاور " فئات رئيسة " اشتملت كل منها على عدد من الموضوعات الفرعية " الفئات الفرعية " وهي : تعزيز قيم الانتماء الوطني ، والوئام الاجتماعي والسلم الأهلي ، والمحاصرة الطائفية ، والحقوق والحريات ، والتسوية والمصالحة الوطنية ، وسيادة القانون ، لقد أظهرت نتائج التحليل تفوق جريدة الصباح الجديد على جريدة المدى في عدد التكرارات المسجلة فيما يتعلق بالموضوعات التي اشتملت عليها المحاور الستة المشار إليها ، إذ إنها سجلت (٢١٧) تكراراً ، في حين لم تسجل جريدة المدى سوى (١٥٣) تكراراً مما يشير إلى حجم التباين في مستوى الاهتمام بالموضوع محل الدراسة بين كل من الجريدتين .

Abstract :

The responsibility of the independent Iraqi press to promote the values of national belonging and social harmony 0

It is an analytical study of the articles of opinion in the two Iraqi newspapers AL – Sabah Al jaded and AL – Mada Newspaper for the period from 2/1/2017 up to 28/2/2017 AD. Hussein Ali Ibrahim Alfalahi – Iraqi University – College of Media.

The press , especially the print press is the one of the active community institutions in the contemporary human societies which is required to carry out , its responsivities in addressing the current difficulties and social issues , The most prominent issues in Iraq now a days are to promote the values of patriotism belongingness and the social harmony as long as its importance in maintaining the social fabric and the national cohesion and achieving the promising civil peace 0

This research is to high lights the responsibility of the independent Iraqi newspapers named (Al-Sabah-Al jaded newspaper and Al Mada newspaper, in this field0

The research aims to accomplish a set of objectives, the most important of which is to identify the nature of Iraqi press articles writers in the above mentioned newspaper for the subjects of national belonging and social harmony in their responsivities to promote the value relation to these subjects and to identify the

most prominent issues and themes that were confirmed by the press articles writers in the two newspapers as a sample within the framework of their responsibilities and the main points identified by the newspapers writers articles in the sample newspapers regarding their responsibilities in enhancing the values of national belongingness and social harmony throughout the limited duration of the analysis 0

This research is a descriptive research based on exploring the phenomenon and describing it accurately which allows us to realize its nature , components and interaction relationship between its elements 0

The researcher used the descriptive survey method which he tries to declare the depth of target phenomenon and to be acquainted with its nature and collecting the concerned data and information about it , thus providing answer for questions of research as well as fulfilling its aims 0

The research methodology necessitated the adoption of analysis style of content which makes the press articles of the special implications subjected to analysis , classification , categorization and, then interpretation of the result obtained 0

The research methodology required to divide the study into three topics , the first one is the methodology of research while the second dealt with values of national belonging and social harmony and the nature of their reflections on the stability of

society and its social fabric , while the third topic is devoted to the result of the analytical study 0

The research reached a series of results , the most important of which is that of the volume of interest devoted by press articles writers in the two newspapers 0

`It's not suitable for the subject matter of the research 0

The special subjects declare only (48) press- articles in AL – Sabah AL Jaded newspaper and (27) press articles in AL Mada newspaper as long as for the duration of the analysis period , the interests of the authors of the articles in the two newspapers focused on the subject of enhancing the values of national belonging and the social harmony on six main categories included a number of sub-themes " sub- categories" as the matters of national belonging , social harmony , civil peace , sectarian division, rights , freedoms, settlement, national reconciliation and the rule of law 0

The results of the analysis declare AL-Sabah AL Jaded newspaper on AL Mada newspaper in the number of recorded recurrences in relation to the topics including the six mentioned axes as it recorded (217) recurrences while AL-Mada newspaper did not register but only (153)recurrences, this indicating the size of difference in the level of interest in the subject of the study between each of the two newspapers 0

المقدمة :

يجمع معظم المتخصصين على أن وسائل الإعلام الجماهيرية عامة وبخاصة منها الصحافة المطبوعة تُعد من المؤسسات المجتمعية الفاعلة ، وهو ما يفرض عليها القيام بجملة من الوظائف التي تصب في خدمة المجتمع وقضايا ومشكلاته ، وإذ إن الصحافة المطبوعة تُعد من أكثر وسائل الإعلام الجماهيرية مقدرة على تسليط الضوء وباستفاضة شديدة على المشكلات الملحة التي تعترض تطور المجتمع واستقراره ؛ ومنها التي تتعلق بالانتماء الوطني والاستقرار والوئام الاجتماعي ؛ فإن هذا قد فرض عليها مسؤوليات كبيرة في التصدي للمشكلات المشار إليها وسبر أغوارها وتحديد انعكاساتها الآنية والمستقبلية ، ويُعد المقال الصحفي بأنواعه كافة من أكثر الفنون الصحفية مقدرة على الاطلاع بهذه المسؤولية نظراً لطبيعته ونوع الوظائف التي يؤديها واعتماده على التحليل والتفسير والاستقراء والاستنتاج الذي يقوم على المعطيات المتوافرة سواء منها المنظورة أم غير المنظورة ، وفي ضوء ما تقدم فقد جاء هذا البحث ليسلط الضوء على مسؤولية الصحف العراقية المستقلة - ممثلة بجريدتي الصباح الجديد والمدى - في تعزيز قيم الانتماء الوطني والوئام الاجتماعي أثناء المدة الزمنية المحددة للتحليل .

المبحث الأول

الإطار المنهجي للبحث

أولاً : مشكلة البحث :

ينبغي على الصحافة المطبوعة بكونها إحدى المؤسسات المجتمعية الفاعلة أن تضطلع بمسؤولياتها إزاء المجتمع الذي تصدر فيه ، وتتصدى لمشكلاته وقضاياها وبخاصة منها التي تتعلق باستقرار المجتمع ونسيجه ووحدته ، وتزداد مسؤولية الصحافة المطبوعة المستقلة في هذا الشأن نتيجة لحجم الجمهور الذي تستهدفه ، وتحررها من الالتزامات أو القيود الحزبية أو الجهوية أو الرسمية ، وكذلك إتاحتها المجال للنخب الفكرية والأكاديمية والسياسية من التوجهات والأطياف كافة للتصدي للمشكلات والقضايا المجتمعية الملحة ، وإذ إن العراق يعيش اليوم في ظل تداعيات المحاصصة الطائفية والتخندق الطائفي وبعض مظاهر الانقسام السياسي والإرهاب والعنف الذي يمكن أن يهدد السلم الأهلي والاستقرار المجتمعي المنشود والوئام الاجتماعي وينعكس سلباً على الشعور بالانتماء الوطني ؛ لذا فإن مسؤولية الصحافة العراقية المستقلة تبرز بشكل واضح من أجل تعزيز قيم الانتماء الوطني والوئام الاجتماعي ، بتوظيف الفن الصحفي المناسب للقيام بتأدية هذه المهمة وهو فن المقال الصحفي ، لكن هل اضطلعت الصحافة المذكورة ممثلة بجريدتي الصباح الجديد والمدى بمسؤولياتها في هذا الجانب ؟ وفي هذا تتحدد المشكلة الرئيسة للبحث والتي يمكن تحديدها بمجموعة من التساؤلات الفرعية والتي تتمثل بالآتي :

١- مامدى التزام كتاب المقال الصحفي في جريدتي العينة بمسؤولياتهما في الحث على التمسك بقيم الانتماء الوطني والوئام الاجتماعي أثناء المدة الزمنية المحددة للتحليل؟

٢- ما المحاور الرئيسة التي أبرزتها كتابات المقال الصحفي في جريدتي العينة فيما يتعلق يتناول موضوع الانتماء الوطني والوئام الاجتماعي ؟

٣- ما طبيعة الموضوعات التي ركز عليها كتاب المقال الصحفي في جريدتي العينة في إطار مسؤولية تعزيز قيم الانتماء الوطني والوئام الاجتماعي أثناء المدة الزمنية المحددة للتحليل .

٤- ما الموضوعات التي حظيت بتركيز واهتمام من قبل كتاب المقال الصحفي في جريدتي العينة في إطار مسؤولية تعزيز قيم الانتماء الوطني والوئام الاجتماعي أثناء المدة الزمنية المحددة للتحليل .

ثانياً : أهمية البحث :

تتبع أهمية البحث من طبيعة الموضوع الذي يتناوله ، وهو مسؤولية الصحافة العراقية المستقلة ممثلة بجريدتي العينة في تعزيز قيم الانتماء الوطني والوئام الاجتماعي ، ذلك أن هناك مسؤولية كبيرة تقع على الصحف المشار إليها في هذا الصدد ، إذ إن الصحافة المطبوعة نتيجة السمات التي تتميز بها تستطيع تسليط الضوء على المشكلات التي ترتبط بهذا الموضوع والقيام بتحديد النتائج التي يمكن أن تترتب عليها باستخدام فن المقال الصحفي الذي يوفر عرض المشكلة أو القضية وتحليلها وتفسيرها وبيان انعكاساتها - وكما سبق الإشارة إلى ذلك - لذا فإن أهمية هذا البحث تتحدد بتسليط الضوء على طبيعة المسؤولية التي ينبغي أن تضطلع بها جريدتي العينة في الحث على التمسك بقيم الانتماء الوطني والوئام الاجتماعي .

ثالثاً : أهداف البحث :

يرمي البحث إلى تحقيق مجموعة من الأهداف من أبرزها ما يلي :

١- التعرف على طبيعة تناول كتاب المقال الصحفي في جريدتي العينة لموضوعات الانتماء الوطني والوئام الاجتماعي في إطار مسؤولياتهم في تعزيز القيم التي تتعلق بتلك الموضوعات .

٢- تحديد أبرز القضايا أو المحاور التي تم التأكيد عليها من قبل كتاب المقال الصحفي في جريدتي العينة في إطار مسؤولياتهم المشار إليها أثناء المدة الزمنية المحددة للتحليل .

٣- التعرف على أبرز الموضوعات التي حددها كتاب المقال الصحفي في جريدتي العينة فيما يتعلق بمسؤولياتهم في تعزيز قيم الانتماء الوطني والوئام الاجتماعي أثناء المدة الزمنية المحددة للتحليل .

٤- تحديد الموضوعات التي حظيت باهتمام واسع من قبل كتاب المقال الصحفي في جريدتي العينة في إطار مسؤولياتهما المشار إليها أثناء المدة الزمنية المحددة للتحليل .

رابعاً : نوع البحث ومنهجه :

يُعد هذا البحث من حيث النوع من البحوث الوصفية التي تقوم على اكتشاف الظاهرة ووصفها للتعرف على طبيعتها وحجمها ومكوناتها وارتباطها مع الظواهر الأخرى ، وقد اعتمد البحث منهج المسح الوصفي التحليلي ، والذي يُعد الأسلوب الأنجح لجمع البيانات والمعلومات من مصادرها الأولية ومن ثم عرضها بما يتيح الاستفادة منها في تحقيق تساؤلات الدراسة أو البحث^(١).

كما استعمل الباحث أسلوب تحليل المضمون الذي أتاح تحليل الموضوعات التي تتعلق بالانتماء الوطني والوئام الاجتماعي في جريدتي العينة وتصنيفها وتبويبها بما يحقق أهداف البحث ويوفر الإجابة عن تساؤلاته .

خامساً : مجالات البحث وحدوده :

تحدد مجالات البحث بمجالين أساسيين هما :

- المجال المكاني : لقد تم تحديد مجتمع البحث بالصحافة العراقية التي تقدم نفسها بأنها مستقلة ، وقد تم اختيار جريدتين من هذا المجتمع تتوافر فيهما - بقدر الإمكان - السمات العامة لمجتمع الدراسة ، هما : جريدة الصباح الجديد وهي تُعد من الجرائد العراقية التي صدرت بعد عام ٢٠٠٣م وتواصل صدورها حتى اليوم ، ويكتب في هذه الجريدة كتاب كثر وكذلك مجموعة من النخب السياسية والأكاديمية ومن مختلف التوجهات ، وجريدة المدى ، وهي كذلك من الجرائد

التي صدرت بعد عام ٢٠٠٣ م ، وتوفر هذه الجريدة مساحات لكتاب المقال الصحفي من مختلف التوجهات والقوميات .

- المجال الزمني : لقد تم تحديد المجال الزمني للبحث بشهري كانون الثاني وشباط ٢٠١٧ م ، ويشار هنا إلى أن مجموع الأعداد الصادرة من جريدتي العينة قد بلغت أثناء المدة الزمنية المحددة للتحليل (١٠٠) عدداً ، توزعت مناصفة بين الجريدتين ، وبواقع (٢٦) عدداً لكل جريدة في شهر كانون الثاني و(٢٤) لكل جريدة في شهر شباط ، والجريدتان تصدران في جميع أيام الأسبوع عدا يوم الجمعة الذي يُعد عطلة رسمية لكلا الجريدتين ، إضافة إلى توقفهما في الأعياد والعطل الرسمية الأخرى .

سادساً : إجراءات التحليل وخطواته :

لقد تطلبت عملية تحليل مضمون المقالات الصحفية التي تحمل المضامين الخاصة بموضوع البحث في جريدتي العينة ، القيام بمجموعة من الإجراءات والخطوات تمثلت بالآتي :

- وحدات التحليل : إن طبيعة موضوع البحث ؛ قد اقتضت استعمال وحدة الفكرة أو الموضوع وهي ، من أكبر وحدات تحليل المضمون وأكثرها أهمية ، وهي تُعد الوحدة الأكثر ملائمة في تحقيق أهداف البحث ، وفي التقصي عن الموضوعات التي تتعلق بتعزيز قيم الانتماء الوطني والوئام الاجتماعي في جريدتي العينة أثناء المدة الزمنية المحددة للتحليل .

- فئات التحليل : إن تلبية متطلبات البحث قد اقتضت استعمال فئة شكل أو نمط المادة الإعلامية ضمن فئة الشكل الذي تم تقديم المادة الإعلامية عن طريقه " كيف قيل " ، فيما تم اختيار فئة موضوع الاتصال ضمن فئة " ماذا قيل " وبما يوفر تحقيق أهداف البحث وإجابة تساؤلاته .

- إجراءات التحليل : تطلبت عملية التحليل قيام الباحث بمجموعة من الخطوات والإجراءات من أبرزها ما يلي :

أ- حصر المقالات الصحفية التي اشتملت على موضوعات تتعلق بقيم الانتماء الوطني والوئام الاجتماعي في الجريدتين ميدان الدراسة ، " باستخدام أسلوب الحصر الشامل " ، وقد بلغ عدد المقالات التي تحديدها (٧٥) مقالاً صحفياً توزعت على وفق مما موضح في جدول رقم (١) .

جدول رقم (١) يبين عدد المقالات الصحفية التي حملت المضامين الخاصة بقيم الانتماء الوطني والوئام الاجتماعي في جريدتي الصباح الجديد والمدى

جريدة المدى		جريدة الصباح الجديد		الجريدة الشهر
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
٥٩.٢٦	١٦	٦٠.٤٢	٢٩	كانون الثاني
٤٠.٧٤	١١	٣٩.٥٨	١٩	شباط
%١٠٠	٢٧	%١٠٠	٤٨	المجموع

ب- إخضاع المقالات الصحفية التي تم تحديدها للتحليل في الجريدتين ميدان البحث ، وقد تم استخراج الموضوعات " الفئات " التي تشتمل عليها تلك المقالات فيما يتعلق بقيم الانتماء الوطني والوئام الاجتماعي ، وبلغ عدد الفئات التي تم تحديدها (٣٢) فئة توزعت على ستة محاور ، وكما هو مبين في جدول رقم (٢).

جدول رقم (٢) يبين المحاور التي تم تصنيفها في جريدتي الصباح الجديد والمدى ومجموع تكرارات تلك المحاور ونسبها المئوية .

جريدة المدى		جريدة الصباح الجديد		الجريدة المحور
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
٢٣.٥٣	٣٦	٣٠.٤١	٦٦	تعزيز قيم الانتماء الوطني
٢٤.٨٤	٣٨	٢٢.٥٨	٤٩	المحافظة على الوئام الاجتماعي والسلم الأهلي
١٦.٩٩	٢٦	١٥.٢١	٣٣	انعكاسات المحاصصة الطائفية
١٢.٤٢	١٩	١٤.٧٥	٣٢	كفالة الحقوق والحريات

١٥.٠٣	٢٣	١٢.٤٤	٢٧	تحقيق التسوية والمصالحة الوطنية
٧.١٩	١١	٤.٦١	١٠	إعلاء مبدأ سيادة القانون
%١٠٠	١٥٣	%١٠٠	٢١٧	المجموع

ت- تبويب الموضوعات الخاصة التي تضمنتها المقالات الصحفية موضع التحليل في كلا الجريدتين عينة البحث ضمن كل محور من المحاور الرئيسية المبينة في جدول رقم (٢) في جداول خاصة ، وترميزها ترميزاً كميّاً باحتساب عدد المرات التي تكررت فيها ومن ثم استخراج النسبة المئوية لكل موضوع .

ث- تفسير النتائج الإحصائية التي تم الحصول عليها من جراء عملية التحليل واستخلاص النتائج فيما يتعلق بها .

ج- صدق التحليل : لقد تحقق صدق التحليل في هذا البحث عن طريق الحرص الشديد في اختيار وحدة التحليل وفئاته ، إضافة إلى الالتزام الشديد بالمعايير العلمية في تنظيم استمارة التحليل والتصنيف ، والتي تم عرضها على مجموعة من الخبراء المختصين^(*) لغرض تقويمها وإبداء الملاحظات العلمية بشأنها ، وقد تم الأخذ بتلك الملاحظات، مما وفر لصدق التحليل أن يستوفي شروط الأساسية.

ح- ثبات التحليل : اعتمد الباحث في استخراج الثبات على استخدام أسلوب الاتساق الزمني " أو الاتساق عبر الزمن " بتكرار عملية التحليل على المقالات الصحفية موضع التحليل في كلا الجريدتين عينة البحث مرتين وبفاصل زمني أمده ثلاثة أسابيع بين انتهاء عملية التحليل الأولى وبدء عملية التحليل الثانية ، وقد ظهرت اختلافات طفيفة بين نتائج التحليلين ، وقد بلغ معدل الثبات الذي تم استخراجه باستعمال معادلة هولستي (٩٠.٦٢) وكما مبين في المعادلة ، مما يشير إلى وجود نسبة اتساق عالية بين التحليل الأول والثاني .

٥٨

(ن)^٢

معادلة هولستي : ----- = ----- = ٩٠.٦٢

٦٤

ن + ن

المبحث الثاني

مسؤولية الصحافة في تعزيز قيم الانتماء الوطني والوئام الاجتماعي

إن تطور المجتمعات البشرية يرتبط بصورة كبيرة بتحقيق الاستقرار في المجالات كافة ، وتحقيق الاستقرار يتطلب في أوجه عديدة منه رسوخ قيم الانتماء الوطني والوئام الاجتماعي بما يؤدي إلى تحقيق السلم الأهلي ، وإذ إن الصحافة المطبوعة تُعد من المؤسسات المجتمعية الفاعلة في الحياة المعاصرة ؛ لذا فإن عليها مسؤوليات كبيرة في هذا الجانب ، عن طريق توظيف الفنون الصحفية المناسبة لتأدية متطلبات هذه المسؤولية .

مفهوم المسؤولية الصحفية وفئاتها :

تُعد مسؤولية الصحافة - بصحافيتها وكتابها وإدارتها - في تعزيز قيم الانتماء الوطني والوئام الاجتماعي جزءاً من مسؤوليتها الاجتماعية ، وكلمة المسؤولية " Responsibility " تعني بحسب معجم المنجد في اللغة : ((ما يكون به الإنسان مسؤولاً ومطالباً عن أمور أو أفعال أتاها))^(٢) .

وينظر أحد الباحثين للمسؤولية الاجتماعية للصحافة على أنها حزمة من الوظائف يجب أن تلتزم الصحافة بتأديتها أمام المجتمع في المجالات كافة ، على أن تتسم المعالجة بالقيم المهنية كالدقة والصدق والأمانة والنزاهة والتوازن والشمول والموضوعية ، شريطة أن تتمتع الصحافة بحرية حقيقية وإجراءات حقيقية تجعلها مسؤولة أمام المجتمع والقانون^(٣) .

ويستعمل بعض الباحثين ومنهم " ديني إليوت " , Elliott كلمة " المسؤولية " بمعنى مرادف لكلمة " الإلزام " Obligation ، وينظر إلى المسؤولية الصحفية عن طريق ثلاث فئات هي^(٤) :

- مسؤولية الصحافي أو الكاتب تجاه المجتمع العام : ويمكن لتلك المسؤولية أن تتحقق عن طريق إتاحة المعلومات ، وعدم إلحاق الضرر بالآخرين ، وفي بعض الأحيان فإن تقديم المعلومات قد يلحق الضرر ببعض الأفراد ؛ إلا أن

مفهوم " المنفعة العامة " يقتضي أحياناً التضحية بصالح الفرد من أجل صالح المجتمع ككل .

- مسؤولية الصحفي أو الكاتب تجاه المجتمع المحلي : وهي ترتبط بالمسؤولية الأولى وتُعد امتداداً لها ، وتعتمد بصورة أساسية على :

أ- نشر ما يتوقعه الأفراد من المجتمع ، وكذلك ما يتوقعه المجتمع من الأفراد ، مع تجنب أي ضرر بقدر الإمكان أثناء أداء الرسالة السابقة .

ب- إبلاغ الجمهور وعن طريقهم أفراد المجتمع بما يحقق صالحهم الآن وفي المستقبل .

ت- الحرص على أداء الرسالة السابقة بطريقة لا تقلل من ثقة جمهور القراء بمهنة الصحافة ورسالتها ومسؤوليتها الاجتماعية .

- مسؤولية الصحفي أو الكاتب تجاه نفسه : ويأتي ذلك عن طريق أداء الرسالة الإعلامية بأقصى قدر من الدقة والأمانة والصدق والموضوعية والنزاهة لما يعتقد أنه في صالح المجتمع الذي تستهدفه الرسالة الإعلامية .

ويحدد باحث آخر التزامات الصحافة تجاه المجتمع في ضوء مسؤوليتها الاجتماعية بالآتي^(٥) :

- إن الصحافة يجب أن تقبل بتنفيذ التزامات معينة تجاه المجتمع ، ويمكن تنفيذ هذه الالتزامات بوضع معايير مهنية لنقل المعلومات ، منها : الحقيقة ، الدقة ، الموضوعية ، والتوازن .

- ولتنفيذ الالتزامات المشار إليها ؛ فيجب على الصحافة أن تعمل على تنظيم نفسها بشكل ذاتي ، وأن تكون متعددة ، وتعكس التنوع في الآراء .

- يجب على الصحافة تجنب ما يمكن أن يؤدي إلى الجريمة والعنف والفوضى الاجتماعية أو توجيه إهانات إلى الأقليات الدينية أو العرقية .

- إن المجتمع والجمهور من حقه أن يتوقع من الصحافة معايير رفيعة لأداء الالتزامات والوظائف المشار إليها في إطار المصلحة العامة ، التي يجب أن تراعى من قبل الصحافة في كل وقت .

وفيما يتعلق بمفهوم القيم ، فإن من الباحثين من ينظر إلى القيم بكونها :))
مجموعة من الأحكام المعيارية المتصلة بمضامين واقعية يتشربها الفرد من خلال
انفعاله وتفاعله مع المواقف والخبرات المختلفة ، ويشترط أن تنال هذه الأحكام قبولاً
من جماعة اجتماعية معينة ، حتى تتجسد في سياقات الفرد وسلوكه واتجاهاته
ومعتقداته ((^(٦) .

وتوجد عدة أنواع من القيم منها : القيم الفلسفية ، والقيم الأخلاقية ، والقيم
الاجتماعية ، والقيم الاقتصادية ، والقيم السياسية ، إذ إن تسود في كل مجال
مجموعة من القيم ، وهذه القيم قد تكون ايجابية وقد تكون سلبية أيضاً ، وينبغي على
الصحافة وكتاب المقال الصحفي خاصة التأكيد على القيم الايجابية التي تعزز
السلوك الايجابي والوحدة الوطنية والمواطنة ، وتزيد من التماسك المجتمعي وتحقق
الوئام الاجتماعي وتحافظ على السلم الأهلي ، وهذا ينبع من مسؤولية الصحافة
وكتاب المقال الصحفي وبغض النظر عن انتسابه للصحيفة أو عدمه .

ويمكن القول في ضوء ما تقدم بأن مسؤولية الصحافة في تعزيز قيم الانتماء
الوطني والوئام الاجتماعي تعني في العموم : التزام الصحافة بمسؤوليتها إزاء
المجتمع الذي تصدر فيه ، بالتأكيد على المشتركات الوطنية بين أفراد المجتمع
وتعزيز شعور الانتماء الوطني وترسيخ قيمه ، وبما يسهم في زيادة أواصر الترابط
واللحمة الوطنية وتحقيق الوئام الاجتماعي والمحافظة على السلم الأهلي ، باستخدام
الفنون الصحفية المناسبة وبخاصة فن المقال الصحفي الذي يُعد من أكثر الفنون
مقدرة على تأدية هذه الوظيفة ، نظراً لطبيعته التي تتيح تناول الموضوع بالعرض
والتحليل والتفسير باستخدام الحجج والأدلة والبراهين التي توفر الوصول إلى
الهدف المقصود من كتابة المقال الصحفي بأنواعه .

الانتماء الوطني والمواطنة :

إن الانتماء الوطني لا يعني فقط سكن الفرد ضمن الرقعة الجغرافية لحدود
الدولة وحمله لجنسيتها ، إنما يعني في الأساس الشعور الحقيقي بالانتماء للوطن

والتعايش المشترك مع أفرادهِ على اختلاف انتماءاتهم ، وتمتعهُ بالحقوق والتزامه بالواجبات ، وهو ما يعني بأن الانتماء الوطني يُعد أحد أوجه المواطنة .

ويحدد احد الباحثين مفهوم المواطنة بالقول إن : ((المواطنة هي تمتع الشخص بحقوق وواجبات ، وممارستها في بقعة جغرافية معينة ، لها حدود محددة ، تعرف في الوقت الراهن بالدولة القومية الحديثة التي تستند إلى حكم القانون))^(٧) .

وينطوي مفهوم المواطنة على أربعة معانٍ ، يمكن تناولها على النحو التالي^(٨) :

- المعنى القانوني : والمقصود به أن يكون الفرد عضواً في مجتمع ما أو دولة بعينها تستند إلى القانون الذي يتطلب وجود سلطة قضائية مستقلة ، ويحقق المساواة بين المواطنين ، ويرسي أسس نظام الحقوق والواجبات التي تسري على الجميع دون تفرقة ، ويترتب على المواطنة القانونية ثلاثة أنماط من الحقوق هي : الحقوق السياسية ، والحقوق المدنية التي تنطوي على كل من الحريات الشخصية ، والحقوق الاقتصادية – الاجتماعية بأوجهها كافة .
- المشاركة في الحياة العامة : ويشار لها بالمواطنة الفعالة ، والمقصود بها توافر الفرص العادلة لأفراد المجتمع كافة للمشاركة الفعالة في الحياة العامة بمجالاتها كافة ، وبخاصة منها المجال السياسي .
- العضوية السياسية : أي العضوية في مجتمع سياسي معين ، وهو ما يعادل الانتماء الوطني إلى دولة أو كيان سياسي ما ، ويرتبط الشعور بالانتماء الوطني بالتكامل الاجتماعي ، بمعنى أن شعور الأفراد الذين يختلفون في الدين والمذهب والثقافة والخلفية الاجتماعية والارتباط السياسي بالانتماء إلى الوطن ؛ يمكن أن يؤدي بصورة تلقائية إلى اندماجهم معاً وانصهارهم في كيان سياسي واحد دون تفرقة فيما بينهم ، وهو ما يمكن أن يصل بهم إلى تحقيق التوافق أو الوئام الاجتماعي .
- الرفاهية الاجتماعية : وترتبط بمبدأ تكافؤ الفرص ، بمعنى حق كل مواطن في الحصول على فرص لتطوير جودة الحياة التي يعيشها .

- سلوك تعليمي : وهذا المعنى يشير إلى الأنشطة التعليمية التي تساعد الأفراد على أن يكونوا مواطنين فاعلين ، ويتصرفون بمسؤولية تجاه مجتمعهم وشركائهم في الوطن .

إن تحقيق الاستقرار المجتمعي والسلم الأهلي يتطلب شعور الأفراد الذين يتكون منهم المجتمع بالانتماء إلى الوطن ، وإحساسهم كمواطنين لهم مجموعة من الحقوق والحريات التي تؤكد عليها الدساتير والمواثيق الدولية الخاصة بهذا الشأن ، ما يعني تجذر الشعور بالمواطنة والتعامل الإيجابي مع الشركاء في الوطن من الأفراد والمجموعات ، بما يؤدي إلى تعزيز السلم الأهلي والتماسك الاجتماعي .

المواطنة والطائفية :

إن المواطنة تعني تعزيز الشعور لدى أفراد المجتمع كافة على اختلاف انتماءاتهم وطوائفهم بالانتماء لهوية مشتركة يمثلها الوطن الواحد ، في حين أن الطائفية تعني تنمية الشعور لدى الفرد بالانتماء الفرعي إلى طائفته أو مذهبه وإعلاء هذا الانتماء على الانتماء الأكبر للوطن ، والطائفية تنطوي على عدة أوجه ، ومنها الطائفية السياسية التي تُعد من أبرز عوامل الانقسام السياسي والمجتمعي ، إذ إنها يمكن أن تؤدي إلى التخندق الطائفي الذي ينعكس على الاستقرار المجتمعي والوئام الاجتماعي ، والوئام الاجتماعي يعني التوافق والانسجام والعيش المشترك الذي يقوم على قبول الآخر واحترام خصوصياته وحرياته التي كفلها الدستور .

وينبغي الإشارة هنا إلى أن المواطنة لا تلغي الشعور بالانتماء للطائفة أو المذهب أو القومية لكنها تعمل على صهر الانتماءات الفرعية في منظومة توفر للجميع الإحساس المشترك بهوية الوطن الواحد .

إذ إن : ((لكل مواطنة هويتها الخاصة المرتبطة بمكونات الثقافة الاجتماعية والمعتقدات الدينية والنظام السياسي المعمول به في دولة ما ، فهذه الاعتبارات ذات الصلة بالهوية تؤثر سلباً أو إيجاباً في طريقة تمثّل المواطنة لدى المواطنين ودرجة وطنيتهم ووعيهم بحقوقهم وواجباتهم العملية تجاه الدولة))^(٩) .

والتعصب الديني والسياسي والثقافي والعشائري والقبلي والمناطقى ، إضافة إلى رفض قبول الآخر وانعدام ثقافة الحوار وتقبل الرأي الآخر ، يمكن أن تنعكس سلباً على طريقة الإحساس بالمواطنة والشعور بها .

والمواطنة لا تتحدد في ضوء هوية المجتمع الواحد فحسب ، بل تتحدد أيضاً عن طريق مجموعة من القيم الأساسية من أهمها^(١٠) :

- المدنية : وتعني الاعتراف المتبادل بين الأفراد والتسامح فيما بينهم باسم احترام كرامة الشخص وحقوقه وحرياته ، ومراعاة أخلاق المصلحة العامة .
- حس المواطنة أو الاخلاص للوطن : ويتمثل على المستوى الفردي في احترام القوانين والأعراف والقيم والذوق العام ، والوعي بالواجبات تجاه المجتمع ، بما يعني في العموم التزام الفرد بسلوكياته بترجيح المصلحة العامة على المصلحة الفردية أو الخاصة .

- التضامن : وهو يعبر عن توافق الأفراد وإحساسهم بالواجب الأخلاقي والاجتماعي الذي تقتضيه قيم المجتمع وتقاليد وعاداته ، بما يتيح الانفتاح على الآخر وزيادة أواصر التماسك والحممة الوطنية التي تحقق الوئام الاجتماعي .

كما أن المواطنة تستند إلى مجموعة من المقومات ومن أبرز هذه المقومات ما يلي^(١١) :

- الاحترام المتبادل بين أفراد المجتمع بغض النظر عن العرق أو الجنس أو الانتماء أو الثقافة أو المستوى التعليمي والاجتماعي والاقتصادي والفكري .
- الاعتدال في السلوك والعمل وقبول الآخر واحترام وجوده وآرائه ومعتقداته وخصوصياته
- سيادة مبدأ العدالة الاجتماعية والمساواة وتكافؤ الفرص واحترام خصوصيات الأقليات وسيادة القانون .

وينبغي على الصحف وبخاصة كتاب المقال الصحفي التأكيد على تلك القيم التي يمكن أن تعزز من شعور أفراد الجمهور بالمواطنة ، وتحررهم من قيود الانتماء

الضيق الذي يمكن أن يعزز لديهم شعور التعصب والطائفية التي يمكن أن تقوض أسس السلم الأهلي والوئام الاجتماعي .

وفي ضوء ما تقدم ، ينبغي التشديد على أن مسؤولية كتاب المقال الصحفي في الصحافة العراقية وبخاصة منها الصحافة المستقلة ، تفرض عليهم العمل الجاد والدؤوب والممنهج لتعزيز قيم الانتماء الوطني والتأكيد المستمر على التسامح وقبول الآخر واحترام وجوده ، وكذلك على الثوابت والمشاركات التي تجمع بين أبناء الوطن الواحد على اختلاف انتماءاتهم ، وعلى قيم المواطنة التي توفر للجميع الحقوق والحريات نفسها وتفرض عليهم الالتزامات ذاتها ، كما ينبغي عليهم أيضاً وفي ضوء مسؤولياتهم التوجيهية والإرشادية ، والحرص على نبذ الدعوات الطائفية والتحذير من مخاطر المذهبية والطائفية ، وبخاصة منها الطائفية السياسية التي تعد من العوامل الأساسية في إشاعة عدم الاستقرار في الحياة السياسية وفي المجتمع عامة ، والذي يمكن أن يهدد السلم الأهلي والوئام الاجتماعي .

المبحث الثالث

نتائج الدراسة التحليلية

لقد بلغ عدد الموضوعات " الفئات الفرعية " التي تم تحديدها والخاصة بمسؤولية جريدتي العينة في تعزيز قيم الانتماء الوطني والوئام الاجتماعي (٣٢) موضوعاً " فئة " توزعت على ستة محاور " موضوعات أو فئات رئيسية " ، وسيتم تناول الموضوعات أو الفئات الفرعية ضمن كل محور أو موضوع فئة رئيسية في كلا الجريدتين عينة البحث وعلى النحو التالي :

- محور تعزيز قيم الانتماء الوطني :

- جريدة الصباح الجديد :

لقد سجلت موضوعات هذا المحور (٦٦) تكراراً في المقالات الصحفية التي نشرتها جريدة الصباح الجديد أثناء المدة الزمنية المحددة للتحليل ، وجاء موضوع " السعي الجاد نحو تعزيز الشعور لدى أفراد المجتمع بالانتماء الحقيقي للوطن " في

المرتبة الأولى بعد أن سجل العدد من التكرارات وهو (٢٣) تكراراً ونسبة مئوية قدرها (٣٤.٨٥%) ، وهو ما يشير إلى أهمية هذا الموضوع لدى كتاب المقال الصحفي بأنواعه في جريدة الصباح الجديد ، وشعورهم بأنه ينبغي العمل الجاد والحديث من قبل الجهات كافة لتعزيز الشعور لدى أفراد المجتمع كافة بالانتماء الحقيقي للوطن ، وسجلت الموضوعات الأخرى ضمن هذا الجدول تكرارات أقل وكما هو مبين في الجدول ، وهو ما يعني تناقص أهميتها لدى كتاب المقال الصحفي في الجريدة المذكورة على الرغم من أهمية تلك الموضوعات .

جدول رقم (٣)

يبين التكرارات الخاصة بمحور تعزيز قيم الانتماء الوطني في جريدة الصباح الجديد

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الموضوعات " الفئات الفرعية "
١	٣٤.٨٥	٢٣	السعي الجاد نحو تعزيز الشعور لدى أفراد المجتمع بالانتماء الحقيقي للوطن
٢	١٩.٧٠	١٣	العمل على بناء دولة المواطنة
٣	١٨.١٨	١٢	العدل والمساواة أساس دولة المواطنة
٤	١٣.٦٤	٩	الشعور بالمواطنة يأتي عن طريق شعور الفرد بالأمان في وطن يوفر له متطلباته
٥	٧.٥٧	٥	المواطنة تتطلب الشعور الجمعي بالانتماء لوطن واحد
٦	٦.٠٦	٤	تعزيز الروابط المشتركة بين أبناء الوطن أساس بناء دولة المواطنة
-	%١٠٠	٦٦	المجموع

- جريدة المدى :

يتبين من جدول رقم (٤) بأن موضوع " السعي الجاد نحو تعزيز الشعور لدى أفراد المجتمع بالانتماء الحقيقي للوطن " قد حصل على المرتبة الأولى ضمن موضوعات هذا الجدول بنسبة مئوية قدرها (٣٦.١١%) وعدد تكرارات بلغت (١٣) تكراراً ، وهذا يشير إلى أن هذا الموضوع قد جاء في مرتبة متقدمة من أولويات كتاب المقال الصحفي في جريدة المدى أثناء المدة الزمنية المحددة للتحليل

كما هو الحال مع كتاب المقال الصحفي في جريدة الصباح الجديد ؛ إلا أن عدد تكراراته تقل كثيراً عن عدد التكرارات التي سجلها الموضوع نفسه في الجريدة المشار إليها ، وسجل موضوع " العدل والمساواة أساس دولة المواطنة " نسبة مئوية قريبة جداً من النسبة المئوية التي سجلها الموضوع السابق بلغت (٣٣.٣٣ %) وبعده تكرارات بلغت (١٢) تكراراً ، مما يشير إلى الأهمية الواضحة لهذا الموضوع في ذهنية كتاب المقال الصحفي في جريدة المدى ، ويمكن أن يكون مرد هذا هو التوجه اليساري لبعض من كتاب المقال الصحفي في الجريدة المذكورة ، إذ يلاحظ بأن العديد من المقالات الصحفية التي تنشرها هي لكتاب ذات توجه يساري أو اشتراكي سواء من العراقيين أو العرب ، في حين سجل موضوع " العمل على بناء دولة المواطنة " أقل عدد من التكرارات ، إذ سجل تكراراً واحداً فقط ، وهو ما يعني عدم استحواده على اهتمام كتاب المقال الصحفي في الجريدة محل الحديث على الرغم من أهميته .

جدول رقم (٤)

يبين التكرارات الخاصة بمحور تعزيز قيم الانتماء الوطني في جريدة المدى .

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الموضوعات " الفئات الفرعية "
١	٣٦.١١	١٣	السعي الجاد نحو تعزيز الشعور لدى أفراد المجتمع بالانتماء الحقيقي للوطن
٢	٣٣.٣٣	١٢	العدل والمساواة أساس دولة المواطنة
٣	١٣.٨٩	٥	الشعور بالمواطنة يأتي عن طريق شعور الفرد بالأمان في وطن يوفر له متطلباته
٤	٨.٣٣	٣	تعزيز الروابط المشتركة بين أبناء الوطن أساس بناء دولة المواطنة
٥	٥.٥٦	٢	المواطنة تتطلب الشعور الجمعي بالانتماء لوطن واحد
٦	٢.٧٨	١	العمل على بناء دولة المواطنة
-	%١٠٠	٣٦	المجموع

• محور انعكاسات المحاصصة الطائفية :

- جريدة الصباح :

يظهر من جدول رقم (٥) بأن موضوع " المحاصصة الطائفية أساس في معظم المشاكل " قد احتل المرتبة الأولى ضمن هذا المحور بعد أن سجل (١٠) تكرارات ، وهو ما يشير إلى حضوره ضمن أجندات كتاب المقال الصحفي في جريدة الصباح الجديد أثناء المدة الزمنية المحددة للتحليل ، على الرغم من أن عدد التكرارات التي سجلها لا تتناسب مع خطورته ، كون أن المحاصصة الطائفية قد كانت لها وما تزال انعكاسات سلبية عديدة في أوجه متعددة ، وهو ما كان ينبغي إيلاء هذا الموضوع أهمية أكبر من قبل كتاب المقال الصحفي في الجريدة المذكورة ، في حين سجلت الموضوعات الأخرى ضمن هذا المحور عدد تكرارات أقل وبحسب ما هو واضح في الجدول رقم (٥) ، وقد سجل موضوع " المحاصصة الطائفية نتاج للاحتلال " أقل عدد من التكرارات ، إذ لم يسجل سوى تكراراً واحداً ، وهو ما يؤشر تدني مستوى اهتمام كتاب المقال الصحفي في الجريدة محل الحديث بهذا الموضوع ، على الرغم من أنه يشير إلى الحقيقة ، ذلك أن المحاصصة الطائفية قد تم التأسيس لها من قبل الاحتلال الأمريكي والتي ابتدأت بمجلس الحكم .

جدول رقم (٥)

يبين عدد التكرارات الخاصة بمحور المحاصصة الطائفية في جريدة الصباح الجديد

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الموضوعات " الفئات الفرعية "
١	٣٠.٣٠	١٠	المحاصصة الطائفية أساس في معظم المشاكل
٢	٢١.٢١	٧	الارتباط بين المحاصصة الطائفية والفساد
٣	١٨.١٨	٦	العمل الجاد لمحاربة الدعوات الطائفية والمذهبية
٤	١٢.١٢	٤	التطرف ينتج الإرهاب
٥	٩.١	٣	الطائفية تنتعش في ظل ضعف تطبيق القانون
٦	٦.٠٦	٢	ضرورة السعي الجاد لتجاوز المذهبية والطائفية
٧	٣.٠٣	١	المحاصصة الطائفية نتاج للاحتلال
-	%١٠٠	٣٣	المجموع

- جريدة المدى :

يتبين من جدول رقم (٦) بأن موضوع " ضرورة السعي الجاد لتجاوز المذهبية والطائفية " قد سجل أكبر عدد من التكرارات ضمن هذا الجدول ، وهو ما يشير إلى حضوره في مقدمة أولويات كتاب المقال الصحفي في جريدة المدى أثناء المدة الزمنية المحددة للتحليل ، وعلى الرغم من أن عدد تكرارات هذا الموضوع لا تتناسب مع أهمية التأكيد عليه إلا أنها تُعد أعلى بكثير من عدد التكرارات التي سجلها في جريدة الصباح الجديد ، ويمكن أن يرجع هذا أيضاً إلى التوجهات العقائدية لبعض كتاب المقال الصحفي في جريدة المدى والذي يتوافق مع التوجه العام للجريدة المذكورة ، في حين يلاحظ بأن ثلاثة موضوعات ضمن هذا المحور - وكما هو موضح في جدول رقم (٦) - لم تحضر تماماً في كتابات كتاب المقال الصحفي في جريدة المدى أثناء المدة الزمنية المحددة للتحليل ، وهو ما يؤشر عدم النظر إلى أهميتها ووجوب التأكيد عليها نظراً لما تنطوي عليه من أبعاد .

جدول رقم (٦)

يبين عدد التكرارات الخاصة بمحور المحاصصة الطائفية في جريدة المدى .

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الموضوعات " الفئات الفرعية "
١	٤٦.١٥	١٢	ضرورة السعي الجاد لتجاوز المذهبية والطائفية
٢	٣٤.٦٢	٩	العمل الجاد لمحاربة الدعوات الطائفية والمذهبية
٣	١٥.٣٨	٤	المحاصصة الطائفية أساس في معظم المشاكل
٤	٣.٨٥	١	المحاصصة الطائفية نتاج للاحتلال
-	-	-	الارتباط بين المحاصصة الطائفية والفساد
-	-	-	التطرف ينتج الإرهاب
-	-	-	الطائفية تنتعش في ظل ضعف تطبيق القانون
-	١٠٠%	٢٦	المجموع

• محور كفالة الحقوق والحريات :

- جريدة الصباح الجديد :

يشير جدول رقم (٧) إلى أن موضوع " أهمية العمل الجاد لحماية حقوق المواطن وحرياته " قد استحوذ على العدد الأكبر من التكرارات المسجلة ضمن هذا المحور بعد أن (٢١) تكراراً من مجموع (٣٢) تكراراً وهي العدد الاجمالي لتكرارات هذا المحور في جريدة الصباح ، وهو ما يبين أهمية هذا الموضوع لدى كتاب المقال الصحفي في الجريدة محل الحديث أثناء المدة الزمنية المحددة للتحليل ، وعلى الرغم من الإيجابية التي تسجل لكتاب المقال الصحفي في الجريدة المشار إليها لاهتمامهم بهذا الموضوع ؛ إلا أنه يجب الإشارة بأن هذا الاهتمام قد جاء على حساب الموضوعات الأربعة الأخرى ضمن هذا المحور والتي لم تسجل مجتمعة سوى (١١) تكراراً ، وهو ما يشير إلى عدم إيلائها الأهمية التي تستحقها على الرغم من أنها تستحق أن تحظى باهتمام أكبر من لدن كتاب المقال الصحفي في جريدة الصباح الجديد .

جدول رقم (٧)

عدد التكرارات الخاصة بمحور الحقوق والحرريات في جريدة الصباح الجديد .

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الموضوعات " الفئات الفرعية "
١	٦٥.٦٢	٢١	أهمية العمل الجاد لحماية حقوق المواطن وحرياته
٢	١٢.٥	٤	كفالة الدستور لحقوق المواطنين وحرياتهم
٣	٩.٣٨	٣	تعزير الشعور لدى المواطن بحماية حقوقه وحرياته
٣	٩.٣٨	٣	حماية الحقوق الخاصة بالأقليات الدينية والأثنية
٤	٣.١٢	١	احترام الخصوصيات لجميع مواطني الدولة
-	%١٠٠	٣٢	المجموع

- جريدة المدى :

يتبين من جدول رقم (٨) بأن توجه كتاب المقال الصحفي في جريدة المدى لم يختلف في الإطار العام عن توجهات كتاب المقال الصحفي في جريدة الصباح الجديد إزاء الموضوعات الخاصة بمحور الحقوق والحرريات أثناء المدة الزمنية المحددة للتحليل ، إذ يلاحظ بأن موضوع " أهمية العمل الجاد على حماية حقوق المواطن وحرياته " قد جاء استحوذ على معظم تكرارات موضوعات هذا المحور

– وكما يتوضح من الجدول – ثم جاءت بعده الموضوعات الأخرى بعدد تكرارات أقل ، في حين لم يسجل موضوع " احترام الخصوصيات لجميع مواطني الدولة " أي عدد من التكرارات ، وهو ما يشير إلى عدم حضوره المطلق في أجندة كتاب المقال الصحفي في جريدة المدى أثناء المدة الزمنية المحددة للتحليل ، على الرغم من أن احترام خصوصيات جميع مواطني الدولة تُعد من الموضوعات التي تؤكد عليها الدساتير ومواثيق الحقوق والحريات الوطنية والاقليمية والدولية ، مع الإشارة إلى أن الموضوع نفسه لم يسجل سوى تكراراً واحداً في جريدة الصباح الجديد أثناء المدة المحددة للتحليل .

جدول رقم (٨)

عدد التكرارات الخاصة بمحور الحقوق والحريات في جريدة المدى .

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الموضوعات " الفئات الفرعية "
١	٤٧.٣٧	٩	أهمية العمل الجاد على لحماية حقوق المواطن وحرياته
٢	٢١.٠٥	٤	كفالة الدستور لحقوق المواطنين وحرياتهم
٣	١٥.٧٩	٣	تعزير الشعور لدى المواطن بحماية حقوقه وحرياته
٣	١٥.٧٩	٣	حماية الحقوق الخاصة بالأقليات الدينية والأثنية
-	-	-	احترام الخصوصيات لجميع مواطني الدولة
-	١٠٠%	١٩	المجموع

• محور إعلاء مبدأ سيادة القانون :

– جريدة الصباح الجديد :

لم يغفل كتاب المقال الصحفي في جريدة الصباح الجديدة الإشارة إلى مبدأ سيادة القانون في كتاباتهم عن تعزيز قيم الانتماء الوطني والوئام الاجتماعي ، على الرغم من أن هذه الإشارات تُعد محدودة إذ تسجل موضوعات هذا المحور الثلاثة مجتمعة سوى (١٠) تكرارات أثناء المدة الزمنية المحددة للتحليل ، وبعدد متقارب

من التكرارات وكما هو موضح في الجدول رقم (٩) ، على الرغم من أن هذا المبدأ عموماً وبما ينطوي عليه من موضوعات يستحق أن يتم التأكيد عليه بصورة أكبر نظراً لأهميته في تعزيز الشعور لدى المواطنين كافة بأن القانون يسود على الجميع كما أنه يُعد من المبادئ الأساسية التي تولد الشعور بالأمان لدى المواطن فضلاً عن أنه يُعد من عوامل الاستقرار وتعزيز الشعور الجمعي بوجود المظلة الحامية التي تكفل العدالة وتطبيق القانون بنزاهة وعدالة على الجميع .

جدول رقم (٩)

يبين عدد التكرارات الخاصة بمحور سيادة القانون في جريدة الصباح الجديد

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الموضوعات " الفئات الفرعية "
١	٤٠	٤	السعي الجاد نحو سيادة القانون و عدالة القضاء
٢	٣٠	٣	سيادة القانون مبدأ يصبو إليه المجتمع
٢	٣٠	٣	سيادة القانون يعني تطبيق القانون بنزاهة على الجميع
-	%١٠٠	١٠	المجموع

- جريدة المدى :

يتبين من بيانات جدول رقم (١٠) بأن مدى اهتمام كتاب المقال الصحفي في جريدة المدى بمبدأ سيادة القانون بما ينطوي عليه من موضوعات لم يبتعد كثيراً عن مدى اهتمام كتاب المقال الصحفي في جريدة الصباح الجديد أثناء المدة الزمنية المحددة للتحليل ، إذ فقط كان الاختلاف في زيادة عدد التكرارات في جريدة المدى بمقدار تكرار واحد فقط ، وهو ما يشير في العموم إلى عدم إيلاء كتاب المقال الصحفي في الجريدتين الأهمية المطلوبة لموضوعات هذا المحور أثناء المدة الزمنية المحددة للتحليل .

جدول رقم (١٠)

يبين عدد التكرارات الخاصة بمحور سيادة القانون في جريدة المدى

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الموضوعات " الفئات الفرعية "
١	٤٥.٤٦	٥	السعي الجاد نحو سيادة القانون وعدالة القضاء
٢	٣٦.٣٦	٤	سيادة القانون مبدأ يصبو إليه المجتمع
٢	١٨.١٨	٢	سيادة القانون يعني تطبيق القانون بنزاهة على الجميع
-	%١٠٠	١١	المجموع

• تحقيق التسوية والمصالحة الوطنية :

- جريدة الصباح الجديد :

يظهر من بيانات جدول رقم (١١) بأن موضوع " مسؤولية السياسيين في إيجاد مصالحة وطنية شاملة " قد احتل المرتبة الأولى بتسجيله (٩) تكرارات ونسبة مئوية قدرها (٣٣.٣٣%) ، ثم جاءت بعده الموضوعات الأخرى بعدد تكرارات أقل ، وصولاً إلى موضوع " تأكيد قيم الشراكة الحقيقية كأساس للتسوية الوطنية ، بتسجيله ثلاثة تكرارات فقط ، على الرغم من أنه يُعد من الموضوعات التي يجب أن يتم التركيز عليها من أجل بناء الأساس الرصين للتسوية الشاملة ، مع الإشارة إلى أن موضوعات هذا المحور قد تم تناولها في إطار التناول العام لموضوع التسوية التاريخية الذي تم طرحه من قبل التحالف الوطني .

جدول رقم (١١)

يبين عدد التكرارات الخاصة بمحور التسوية والمصالحة الوطنية في جريدة الصباح الجديد

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الموضوعات " الفئات الفرعية "
١	٣٣.٣٣	٩	مسؤولية السياسيين في إيجاد مصالحة وطنية شاملة
٢	٢٢.٢٢	٦	السعي الجاد نحو توفير متطلبات التسوية الشاملة
٣	١٨.٥٢	٥	ردم فجوة الخلاف بعيداً عن العنف والإكراه

٤	١٤.٨٢	٤	التزام الحوار الجاد لحل المشكلات العالقة
٥	١١.١١	٣	تأكيد قيم الشراكة الحقيقية كأسس للتسوية الوطنية
-	%١٠٠	٢٧	المجموع

- جريدة المدى :

تشير بيانات جدول رقم (١٢) إلى أن موضوعات هذا المحور قد حضرت في أجندة اهتمام كتاب المقال الصحفي في جريدة المدى أثناء المدة الزمنية المحددة للتحليل ، وكما هو الحال مع كتاب المقال الصحفي في جريدة الصباح الجديد فإن تناول هذا المحور بموضوعاته قد جاء في سياق تناول مبادرة التسوية الشاملة التي سبق الإشارة إليها ، ويلاحظ بأن كتاب المقال الصحفي في كلا الجريدتين قد أولوا موضوع " مسؤولية السياسيين في إيجاد مصالحة وطنية شاملة " أهمية أكثر من الأهمية التي تم إيلائها للموضوعات الأخرى ضمن هذا المحور ، وهذا يأتي لإدراك كتاب المقال الصحفي في كلا الجريدتين بأن عملية إنتاج تسوية أو مصالحة وطنية شاملة تقع في جانب كبير منها على الطبقة السياسية بأطيافها المتعددة ، كما أن موضوع " تأكيد قيم الشراكة الحقيقية كأسس للتسوية الوطنية " وكما هو الحال في جريدة الصباح فإنه قد حصل على أقل عدد من التكرارات على الرغم من أنه يستحق الإبراز والتأكيد عليه بصورة أوضح وأكبر وكما سبق الإشارة إلى ذلك .

جدول رقم (١٢)

يبين عدد التكرارات الخاصة بمحور التسوية والمصالحة الوطنية في جريدة المدى

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الموضوعات " الفئات الفرعية "
١	٣٤.٧٨	٨	مسؤولية السياسيين في إيجاد مصالحة وطنية شاملة
٢	٢٦.٠٩	٦	السعي الجاد نحو توفير متطلبات التسوية الشاملة
٣	٢١.٧٤	٥	التزام الحوار الجاد لحل المشكلات العالقة
٤	١٣.٠٤	٣	ردم فجوة الخلاف بعيداً عن العنف والإكراه
٥	٤.٣٥	١	تأكيد قيم الشراكة الحقيقية كأسس للتسوية الوطنية
-	%١٠٠	٢٣	المجموع

• محور المحافظة الوئام الاجتماعي والسلم الأهلي :

- جريدة الصباح الجديد :

يتبين من الجدول رقم (١٣) بأن موضوعات هذا المحور قد سجلت ثاني أكبر عدد من التكرارات في جريدة الصباح بعد الموضوعات الخاصة بمحور تعزيز قيم الانتماء الوطني ، وهو ما يشير إلى أهمية موضوعات هذا المحور لدى كتاب المقال الصحفي في جريدة الصباح الجديد أثناء المدة الزمنية المحددة للتحليل ، وقد سجل موضوع " مسؤولية السياسيين في تحقيق السلم الأهلي " (١٤) تكراراً ليحل في المرتبة الأولى ، وجاء بعده مباشرة موضوع " ضرورة العمل الجاد لتحقيق الاستقرار المجتمعي " بعدد تكرارات بلغت (١٣) تكراراً في حين سجلت الموضوعات الأخرى ضمن هذا المحور تكرارات متقاربة وبعده أقل مما سجله الموضوع الأول والموضوع الثاني ، مما يشير إلى حجم الاهتمام بهما من قبل كتاب المقال الصحفي في الجريدة محل الحديث ، إذ نجد أنهم قد أشروا بوضوح بأن المسؤولية الأساس في تحقيق السلم تقع على عاتق الطبقة السياسية ، كما أنهم قد أكدوا على الضرورة الملحة لتحقيق الاستقرار المجتمعي والذي يُعد حجر الزاوية في تقدم أي بلد من البلدان ، ويُعد تأكيد كتاب المقال الصحفي في جريدة الصباح على الموضوعين المذكورين من الأمور الإيجابية ؛ إلا أنه كان ينبغي عليهم في الوقت نفسه إيلاء الموضوعات الأخرى ضمن هذا المحور الاهتمام المطلوب نظراً لارتباطها بتحقيق السلم الأهلي والوئام الاجتماعي في المحصلة .

جدول رقم (١٣)

يبين عدد التكرارات الخاصة بمحور الوئام الاجتماعي والسلم الأهلي في جريدة الصباح الجديد

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الموضوعات " الفئات الفرعية "
١	٢٨.٥٧	١٤	مسؤولية السياسيين في تحقيق السلم الأهلي
٢	٢٦.٥٣	١٣	ضرورة العمل الجاد لتحقيق الاستقرار المجتمعي
٣	١٢.٢٥	٦	ضرورة وجود أسس مصالحة مجتمعية حقيقية
٣	١٢,٢٥	٦	تعزيز أواصر الثقة والتماسك بين مكونات المجتمع

٤	١٠.٢٠	٥	أهمية التسامح من أجل تعزيز الوئام الاجتماعي
٤	١٠.٢٠	٥	تعزيز ثقافة قبول الآخر
-	%١٠٠	٤٩	المجموع

- جريدة المدى :

تشير بيانات جدول رقم (١٤) إلى أن كتاب المقال الصحفي في جريدة المدى قد أولوا الموضوعات الخاصة بهذا المحور بعض الاهتمام وإن تفاوتت بين موضوع وآخر ، كما أنه يُعد أقل من الاهتمام الذي أولاه كتاب المقال الصحفي في جريدة الصباح الجديد لتلك الموضوعات أثناء المدة الزمنية المحددة للتحليل ، على الرغم من التفاوت الواضح بكل موضوع بين كتاب المقال الصحفي في كل من الجريدتين ، إذ يلاحظ بأن كتاب المقال الصحفي في جريدة المدى قد انصب اهتمامهم الأول نحو موضوع : " ضرورة وجود أسس مصالحة مجتمعية حقيقية " إذ احتل المرتبة الأولى بعدد تكرارات بلغت (١٤) تكراراً ، في حين أن هذا الموضوع لم يسجل سوى (٦) تكرارات في جريدة الصباح ، وجاء بعده موضوع : " مسؤولية السياسيين في تحقيق السلم الأهلي " في حين أن هذا الموضوع قد جاء في سلم أولويات كتاب المقال الصحفي في جريدة الصباح الجديد فيما يتعلق بالموضوعات الخاصة بالمحور محل الحديث ، في حين أن موضوع : " تعزيز ثقافة قبول الآخر " قد جاء في آخر سلم اهتمامات كتاب المقال الصحفي في كلا الجريدتين ، وهو ما يؤشر عدم إيلاء هذا الموضوع الأهمية المطلوبة في حين أنه يُعد من الموضوعات المحورية في تحقيق الوئام الاجتماعي وتعزيز السلم الأهلي .

جدول رقم (١٤)

يبين عدد التكرارات الخاصة بمحور الوئام الاجتماعي والسلم الأهلي في جريدة

المدى

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الموضوعات " الفئات الفرعية "
١	٣٦.٨٤	١٤	ضرورة وجود أسس مصالحة مجتمعية حقيقية
٢	٢٣.٦٩	٩	مسؤولية السياسيين في تحقيق السلم الأهلي

٣	١٨.٤٢	٧	تعزيز أواصر الثقة والتماسك بين مكونات المجتمع
٣	١٠.٥٣	٤	أهمية التسامح من أجل تعزيز الوئام الاجتماعي
٤	٥.٢٦	٢	العمل الجاد على تحقيق الاستقرار المجتمعي
٤	٥.٢٦	٢	تعزيز ثقافة قبول الآخر
-	%١٠٠	٣٨	المجموع

الاستنتاجات :

لقد توصل البحث إلى مجموعة من الاستنتاجات من أبرزها ما يلي :

- ١- إن حجم الاهتمام الذي أولاه كتاب المقال الصحفي في الجريدتين - عينة البحث - لموضوع البحث لا يتناسب مع الأهمية التي ينطوي عليها ، إذ لم تظهر الموضوعات الخاصة به سوى في (٤٨) مقالاً صحفياً في جريدة الصباح الجديد و(٢٧) مقالاً صحفياً في جريدة المدى طوال المدة الزمنية المحددة للتحليل .
- ٢- لقد تمحورت اهتمامات كتاب المقال الصحفي في الجريدتين عينة البحث فيما يتعلق بموضوع البحث على ستة محاور " فئات رئيسة " اشتملت كل منها على عدد من الموضوعات الفرعية " الفئات الفرعية " وهي : تعزيز قيم الانتماء الوطني ، والوئام الاجتماعي والسلام الأهلي ، والمحاصصة الطائفية ، والحقوق والحريات ، والتسوية والمصالحة الوطنية ، وسيادة القانون .
- ٣- لقد أظهرت نتائج التحليل تفوق جريدة الصباح الجديد على جريدة المدى في عدد التكرارات المسجلة فيما يتعلق بالموضوعات التي اشتملت عليها المحاور الستة المشار إليها ، إذ إنها سجلت (٢١٧) تكراراً ، في حين لم تسجل جريدة المدى سوى (١٥٣) تكراراً مما يشير إلى حجم التباين في مستوى الاهتمام بالموضوع محل الدراسة بين كل من الجريدتين .
- ٤- لقد تفوقت جريدة الصباح على جريدة المدى في مجموع التي سجلتها خمسة محاور من المحاور المشار إليها ، في حين أن جريدة المدى قد تفوقت على جريدة الصباح بعدد التكرارات المسجلة ضمن محور " سيادة القانون " لكن بتكرار واحد فقط .

٥- لقد سجل محور " تعزيز قيم الانتماء الوطني " أعلى نسبة من التكرارات في جريدة الصباح الجديد ، إذ سجل (٦٦) تكراراً ، في حين أن محور " الوئام الاجتماعي والسلم الأهلي " قد سجل أعلى التكرارات فيما يتعلق بالتكرارات التي سجلتها موضوعات المحاور المشار إليها في جريدة المدى ، إذ سجل (٣٨) تكراراً.

٦- سجلت الموضوعات الخاصة بمحور " سيادة القانون " أقل نسبة من التكرارات في الجريدتين عينة الدراسة فيما يتعلق بعدد التكرارات المسجلة ضمن كل محور في كلا الجريدتين

التوصيات :

يوصي الباحث بما يلي :

- ١- ضرورة إيلاء كتاب المقال الصحفي في جريدتي العينة الأهمية الكافية لموضوع تعزيز قيم الانتماء الوطني والوئام الاجتماعي ، نظراً لأهمية هذا الموضوع في تحقيق الاستقرار والحفاظ على النسيج الوطني واللحمة المجتمعية .
- ٢- ضرورة إيلاء كتاب المقال الصحفي في جريدتي العينة الاهتمام المطلوب لجميع المحاور التي تتعلق بموضوع تعزيز قيم الانتماء الوطني والوئام الاجتماعي ، وذلك لأن المحاور كافة يرتبط بعضها بالآخر ولا تقل أهمية أي محور منها عن الآخر .
- ٣- أهمية اعتماد جريدتي العينة لخطة منهجية متكاملة لتناول موضوع تعزيز قيم الانتماء الوطني والوئام الاجتماعي ، وعدم ترك الأمر إلى اجتهادات الكتاب .
- ٤- أهمية التزام كتاب المقال الصحفي في كلا الجريدتين بمسؤولياتهم فيما يتعلق بالتأكيد على قيم الانتماء الوطني والوئام الاجتماعي بما تنطوي عليها من موضوعات فرعية ، وعدم اتباع ردة الفعل أو متابعة الأحداث الراهنة فيما يتعلق بتناولهم لتلك الموضوعات .

- ٥- ضرورة اتجاه الجهات القائمة على كلا الجريدتين باستقطاب النخب في المجالات كافة للتصدي لموضوع تعزيز قيم الانتماء الوطني والوئام الوطني ، بما يتيح التوسع في تناول الموضوع وإثرائه بأراء وطروحات متعددة .
- ٦- أهمية إيلاء الجهات المعنية في المؤسسات كافة الأهمية اللازمة لموضوع تعزيز قيم الانتماء الوطني والوئام الاجتماعي ، والعمل على إطلاق حملات تثقيفية فيما يتعلق بهذا المجال تشمل فئات المجتمع كافة .

هوامش البحث ومراجعته :

- ١- محمد عبد الحميد ، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية (القاهرة : عالم الكتب ، ٢٠٠٠م) ، ص ١٦٠ .
- (*) – تألفت لجنة الخبراء الذين عرضت عليهم الاستمارة من :
- أ.د. سمير محمد حسين / كلية الإعلام / جامعة ٦ أكتوبر / مصر .
- أ.د. كامل القيم / كلية الفنون الجميلة / جامعة بابل .
- أ.د. فاضل محمد البدراني / كلية الإعلام / الجامعة العراقية .
- أ.م.د. بشرى حسين الحمداني / كلية الإعلام / الجامعة العراقية .
- أ.م.د. علي دشتي / قسم الإعلام / كلية الآداب / جامعة الخليج للعلوم والتكنولوجيا / الكويت
- ٢- المنجد في اللغو والأعلام ، ط ٤٠ ، (بيروت : دار المشرق ، ٢٠٠٣م) ، ص ٣١٦ .
- ٣- محمد حسام الدين ، المسؤولية الاجتماعية للصحافة (القاهرة : الدار المصرية اللبنانية ، ٢٠٠٣م) ، ص ٩٨ .
- 4- Elliot , Deni. Responsible Journalism (California : SAGE Publications, Inc., 1986) pp.35 – 43 ، نقلاً عن : حسن عماد ، أخلاقيات العمل الإعلامي : دراسة مقارنة ، ط ٤ ، (القاهرة : الدار المصرية اللبنانية ، ٢٠٠٦م) ، ص ص ١٦٧ – ١٦٨ .

5- Dennis Mc Quail, Mass Communication Theory

(London : Sage publication, 1972) pp. 116 – 117 0

٦- نازلي اسماعيل حسن ، بحث عن فلسفة القيم ، (القاهرة : كلية الآداب عين

شمس ، ١٩٧٩م) ، ص ٢ ، نقلاً عن : إسماعيل عبد الفتاح ، القيم السياسية في

الإسلام (القاهرة : الدار الثقافية للنشر ، ٢٠٠١م) ، ص ١٣ .

٧- سامح فوزي ، المواطنة (القاهرة ، مركز القاهرة لدراسات حقوق الإنسان ،

٢٠٠٧م) ، ص ٧

٨- المرجع نفسه ، ص ص ٩ – ٢٣ .

٩- سيدي محمد ولدبيب ، الدولة وإشكالية المواطنة : قراءة في مفهوم المواطنة

العربية (عمان : دار كنوز المعرفة العلمية للنشر والتوزيع ، ٢٠١١م) ، ص

٥٩ .

١٠- المرجع نفسه ، ص ص ٦٠ – ٦٢ .

١١- أماني غازي جرار ، المواطنة العالمية (عمان ، دار وائل للنشر والتوزيع ،

٢٠١١م) ، ص ٤٣ .

**" المعالجة الإعلامية لقضايا المواطنة في الأفلام
السينمائية المقدمة بالقنوات الفضائية المتخصصة
وانعكاساتها على مفاهيم الوحدة الوطنية "**

د / سلوى علي إبراهيم الجيار مدرس الإعلام

جامعة بورسعيد - جمهورية مصر العربية

أولاً: مشكلة الدراسة :

حاولت الأفلام السينمائية أن تواكب حركة المجتمع في إطار اهتمامها بقضايا المواطنة والتعريف بحقوقها والدعوة إلى تطبيقها ورصد أية انتهاكات تمسها، وذلك من منطلق التعبير عن هموم وواقع المجتمع المصري ، والقيام بدور تنويري في تحديثه ،ويمكن تحديد مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيس الآتي:- كيف عالجت الأفلام السينمائية التي تقدمها قنوات الأفلام الفضائية المتخصصة قضية المواطنة وانعكاساتها على مفاهيم الوحدة الوطنية؟

ثانياً : أهداف الدراسة :

تهدف الدراسة الحالية وبشكل أساسي إلى التعرف على كيف عالجت الأفلام السينمائية قضية المواطنة وانعكاساتها على مفاهيم الوحدة الوطنية وذلك من خلال ما يلي :-

- تعرف كيفية معالجة الأفلام السينمائية عينة الدراسة لقضية حقوق المواطنة بين المسلمين والأقباط في مصر.
- حقوق المواطنة بين المسلمين والأقباط الأكثر تكراراً في الأفلام السينمائية عينة الدراسة

ثالثاً نوع الدراسة ومنهجها:

تعد الدراسة الحالية من البحوث الوصفية التي تهدف إلى وصف الظاهرة واعتمدت هذه الدراسة على منهج المسح التحليلي ، إذ قامت الباحثة بمسح عينة من الأفلام المصرية التي تناولت قضية المواطنة .

رابعاً: عينة الدراسة:

- **عينة الدراسة التحليلية :** وبلغت ١٢ فيلماً مصرياً تناولوا قضية المواطنة تناولتها الباحثة بالدراسة والتحليل بقنوات روتانا سينما وبنوراما فيلم والحياة سينما وسيما على مدى الدورتين التلفزيونيتين التي بدأت من أول سبتمبر ٢٠١٦م وحتى ٣٠ ديسمبر ٢٠١٦م .

خامساً: أدوات جمع البيانات :

اعتمدت الباحثة في جمع البيانات الراهنة على أداة أستمارة تحليل المضمون
Content analysis لتحليل مضمون الأفلام السينمائية عينة الدراسة

سادساً : نتائج الدراسة :

توصلت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج للدراسة التحليلية من أهمها :

١- أحتلت قضايا الحقوق المدنية مقدمة قضايا حقوق المواطنة التي وردت في الأفلام عينة الدراسة ، اذ بلغ إجمالي عدد المشاهد التي تناولت هذه القضية (٢٠٢) مشهد بنسبة بلغت (٤٢.٨%) وذلك من إجمالي عدد المشاهد المرتبطة بقضايا الحقوق الأخرى التي تناولتها الأفلام السينمائية عينة الدراسة، يليها قضايا حقوق المواطنة الدينية فى الترتيب الثاني لقضايا حقوق المواطنة التي وردت في الأفلام السينمائية عينة الدراسة ، اذ جاء إجمالي عدد المشاهد التي تناولت هذه القضية (١٣٩) مشهداً بنسبة بلغت (٢٩.٥%) وذلك من إجمالي عدد المشاهد المرتبطة بقضايا الحقوق الأخرى.

٢- بلغت الأفلام التي استخدمت الأسلوب المباشر في معالجة قضايا حقوق المواطنة بين المسلمين والأقباط (١٠) أفلام بنسبة بلغت (٨٣.٣%) ، من إجمالي عدد الأفلام عينة الدراسة ، في حين بلغت الأفلام التي جمعت بين الأسلوبين في معالجة القضايا (٢) فيلم بنسبة بلغت (١٦.٧%) ، من إجمالي عدد الأفلام السينمائية عينة الدراسة .

مستخلص الدراسة باللغة الأجنبية

the problem of the study: The cinema also tries to keep pace with the movement of society within its interest in the issues of the citizenship, the definition of its rights, to call for implementing it and to report any violations affecting them. This occurs from the point of its express to the concerns and the reality of the Egyptian society, and to play an enlightening role in its up-date. The problem of the study can be identified in the next major question: - How do the cinema films offered by the specialized satellite channels treat with the issue of the citizenship between Muslims and Copts and their relation to the concepts of national unity?

The aims of the study: – To know how the cinema films "the study sample" treat with the issue of the citizenship rights between Muslims and Copts in Egypt.

The type and the method of the study: The current study is a descriptive study which aims to describe the phenomenon in details through analyzing the data and reaching the significant results and indications that can be generalized. This study also depends on the method of analytical The researcher surveyed a sample of the Egyptian films that dealt with the issue of the citizenship,

The analytical study sample: They are 12 Egyptian films which deal with the issue of the citizenship. The researcher

studied and analyzed these films in the channels "Rotana Cinema, Panorama Film, Al-hayat Cinema, and Cima" over the two TV sessions,. It means for 6 months.

Tools of the study:In collecting the current data, the researcher depended on the following tools:-Content analysis: to analyze the content of the study sample, "The cinema films".

Results

This study reached a set of important results including the following:

A. The results for the analytical study:

- 1- The civil rights issues became in the first rank for the citizenship rights issues that mentioned in the cinema films "the study sample". The total number of scenes that dealt with this issue reached (202) scenes with percentage (42.8%) from the total number of scenes related to the other rights issues dealt with the cinema films "the study sample". The issues of religion-citizenship rights came to the second rank for the citizenship rights issues that appeared in the cinema films "the study sample". The total number of the scenes that dealt with this issue reached (139) scenes with percentage (29.5%) from the total number of the scenes related to other the rights issues. The issues of social and economic citizenship rights came to the third rank with total number of scenes that dealt with this issue (72) scenes with percentage (15.2%) from the total number of

scenes related to the other rights issues which dealt with the cinema films.

2- The cinema films that used the direct method in dealing with the issues of citizenship rights between Muslims and Copts were (10) films with percentage (83.3%) of the total number of the cinema films, "the study sample". The cinema films that combined the two methods in dealing with the issues were (2) films with percentage (16.7%) from the total number of the cinema films, "the study sample".

مقدمة الدراسة :

تعد الأفلام السينمائية فناً يعبر عن المجتمع، فموضوعاتها هي موضوعات الحياة وقضاياها المعاصرة^(١)، أو تقدم المعالجات الدرامية للقضايا التي يثيرها الرأي العام وقادة الفكر في المجتمع، ولهذا فإن أحداث المجتمع اليومية وحوادثه وقضاياها تعد ميداناً خصباً تستسقى منه السينما أعمالها^(٢)، وعليه فإنها تعد قوة ثقافية لا يستهان بها، لها قدرة على عكس الواقع وترسيخ الاتجاهات وتقديم صور واقعية لحياة الشعوب الأخرى، والتي لها تأثير كبير في المتلقي في التصدي لمشكلات المجتمع والمشاركة في تناول قضايا التنمية.

ولخطورة الدور الذي يمكن أن يسهم به النص الفيلمي في طرح العديد من قضايا المجتمع كان لابد من توفير المادة الفيلمية الصادقة التي تعبر عن فكر وتراث وقضايا المجتمع المختلفة، تلك القضايا وغيرها جعلت السينما من الأدوات الإعلامية والثقافية والترفيهية الأكثر أهمية في حياة الأفراد^(٣).

ومن هنا نجد أنه لا جدال في أن السينما فن القرن العشرين، وأنها تلقى اليوم من إقبال الجماهير ما لا تلقاه أية وسيلة إعلامية أخرى باستثناء التلفزيون، فهي تتمتع بإمكانيات عظيمة غير محدودة لا يشاركها فيها أية وسيلة إعلامية أخرى، ولهذا اعترفت بفضلها سائر الأمم والحكومات فمنحتها المكان اللائق بها بين وسائل التعليم والنشر والدعاية لذلك أولوها عنايتهم وشمّلوها برعايتهم^(٤)، ولذلك تعد الأفلام السينمائية التي تتناول موضوعات مهمة مرآة عاكسة لصورة الواقع في الماضي والحاضر، وكذلك رؤية تنبؤية للمستقبل وخاصة إذا حرصت على معالجة الموضوعات التي تهتم مشاهديها بالفعل^(٥) ولما كانت السينما عملية تفاعل إبداعي

وفكري مع حركة الواقع⁽¹⁾،فأن السينما المصرية حاولت أن تواكب حركة المجتمع في إطار أهتمامها بقضايا المواطنة والتعريف بحقوقها والدعوة إلى تطبيقها ورصد أي إنتهاكات تمسها، وذلك من منطلق التعبير عن هموم وواقع المجتمع المصري ، والقيام بدور تنويري في تحديث المجتمع⁽⁷⁾.

وتشكل قضية المواطنة واحدة من أبرز القضايا على أجندة الجدل والحوار السياسي في المجتمع المصري ،وذلك لارتباطها الوثيق بأي تحول ديمقراطي حقيقي ،وإذا كان لا يمكن ممارسة حقوق المواطنة بدون رسوخ ثقافة المواطنة في الوعي الاجتماعي العام ،فمن المؤكد أن عملية بناء الوعي العام بحقوق المواطنة تتطلب منظمات قوية وفاعلة قادرة على نشر ثقافة المواطنة والديمقراطية ،ورصد اي انتهاكات لحقوق المواطنة وتعبئة الرأي العام للتصدي له ،وعلى هذ النحو فإن طرح مفهوم المواطنة يقتضى ضرور العمل على وحدة وطنية متكاملة يكون فيها المواطن الهدف الأول كونه المعنى الحقيقي لتحقيقها في ظل التحديات التي نمر بها.

إن ما أريد أن أقوله هنا إن مواجهة الاحتقان الذي نعيشه تقتضى نظاماً سياسياً يؤمن بالحرية والتعددية والدولة المدنية وثقافة الحوار وتقبل الآخر تأكيداً لمبدأ المواطنة، فالمسيحيون مواطنون مصريون لهم كافة الحقوق المدنية والسياسية والدينية والقانونية كالمسلمين تماماً، وحيث أثبتت البحوث أنها تستحوذ على اهتمام قطاعات كبيرة من المشاهدين خاصة إذا كانت تتناول وتعالج قضايا ومشكلات ذات أهمية بالنسبة للجمهور⁽⁸⁾،وهكذا أمكن للأفلام السينمائية خدمة أجيال جديدة تمثل المستقبل في عصر التحول العظيم الذي نعيشه في ظل عالم دينمي **Dynamic** يتغير بصفة مستمرة⁽⁹⁾

ومن هذا المنطلق أجرت الباحثة الدراسة الحالية لرصد كيفية معالجة الأفلام السينمائية لقضية المواطنة بين المسلمين والأقباط وانعكاساتها على مفاهيم الوحدة الوطنية.

أولاً : مشكلة الدراسة البحثية :

لاحظت الباحثة أن للسينما حرية واسعة في التعبير عن الرأي ومناقشة قضايا تهم الجمهور، وتتصل بالواقع السياسي والاجتماعي في مصر، فإذا ما أعدت الأفلام السينمائية إعداداً جيداً فإنها تستطيع أن تقوم بدوراً مهماً في تناول ومعالجة العديد من مشكلات وقضايا المجتمع المطروحة على الساحة في مصر، وتبرز قضية المواطنة كإحدى القضايا الأساسية التي تناولتها الأفلام السينمائية سواء كقضية محورية أو ثانوية في العديد من الأفلام على مدار تاريخها الطويل .

وترصد وتناول ما يتعرض له المجتمع من أزمات طاحنة تخل بالنظام القيمي لهذا المجتمع والمؤسف المخيف أننا نشهد تصاعداً مستمراً في وقائع الفتنة بين أقباط مصر ومسلميها تتسع كل يوم مساحتها على نحو مطرد، وتزداد وتيرتها على نحو متصاعداً وإشاعة البلبلة والشك وتمزيق نسيج الوطن الواحد، وتخریب أواصر الوحدة بين مسلمي مصر وأقباطها ، الأمر الذي يقتضى إلى أهمية تعاون المصريون جميعاً مسلمين وأقباط ، للحفاظ على الوحدة الوطنية والتصدي لأي فتن يمكن أن تهدد أمن واستقرار هذا الوطن ،وتوعيه الجمهور بالمعاملة الصحيحة التي أوجبها ديننا الحنيف تجاه اخوانهم الأقباط ،والتي تتسم بالعدل والقسط والبر، وتكفل لهم من الحقوق ما للمسلمين وما عليهم من الواجبات ،ونظرا لأهمية الفيلم الروائي بصفة عامة ،ومكانته المتميزة بين تفضيلات مشاهدي التلفزيون والتي تؤكد البحوث والدراسات ، اذ أنها تمثل جزءاً أساسياً من الحياة ،فينظر إليها البعض على أنها تقدم الحياة وما بها من مشكلات وقضايا ومعالجتها بالحوار والصورة المرئية هذا بالإضافة في كونها انعكاس لملامح المجتمع السياسية والاجتماعية والثقافية ،ولما تتميز به من قدره على تجسيد قيم المجتمع وثقافته كموضوع أساسي تعبر عنه .

لذلك تعد الأفلام السينمائية من أنسب القوالب الفنية التي تتناول هذه الظاهرة الاجتماعية وتعبر عنها بصدق ، فقد تفاوتت نتائج الدراسات الإعلامية حول اهتمام الأفلام بالتعرض للموضوعات التي تهم المجتمع ،وتوصلت بعض الدراسات إلى أن

تعريف المواطن بمشكلات مجتمعه والعمل على حلها كانت في المرتبة الأولى بالنسبة لوظائف السينما لدى نسبة كبيرة من عينة الدراسة بلغت (٧٢.٢%)^(١٠).

وعلى ذلك يمكن تحديد مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيس الاتي :

- كيف عالجت الأفلام السينمائية التي تقدمها قنوات الأفلام الفضائية المتخصصة قضية المواطنة بين المسلمين والأقباط وانعكاسها على مفاهيم الوحدة الوطنية؟

وينبثق من هذا التساؤل الرئيس عدة تساؤلات فرعية وذلك على النحو الاتي:-

١- ما أهم حقوق المواطنة بين المسلمين والأقباط والتي تناقشها الأفلام

السينمائية بالعرض والتحليل؟ وما مدى تعرض الفيلم لجوانبها؟

٢- ما هي حقوق المواطنة بين المسلمين والأقباط الاكثر تكرر في الأفلام

السينمائية عينة الدراسة؟

٣- إلى أي مدى ترتبط قضية حقوق المواطنة بين المسلمين والأقباط التي

تناولها الأفلام السينمائية بالواقع السياسي والاجتماعي في مصر؟

٤- ماهي المساحة الزمنية التي شغلتها المشاهد التي تناولت القضية في الأفلام

عينة الدراسة؟

ثانيا : أهمية الدراسة

انطلاقاً من تأثير الأفلام السينمائية المقدمة في القنوات الفضائية المتخصصة في

الجمهور يعدها من المواد الاتصالية التي تجذب قطاعا كبيرا منهم، فهي أشد طرائق

التعبير الإنساني اقتربا من نفس الإنسان ، وهذا الإقبال الكبير على هذا المضمون

المقدم يجعل الأثر المتوقع لهذا المضمون يظهر بسرعة ،لذا فان الدراسة التي نحن

بصددها تسعى لمعرفة كيفية معالجة الأفلام السينمائية لقضية حقوق المواطنة بين

المسلمين والأقباط وانعكاساتها على مفاهيم الوحدة الوطنية.

- وفيما يأتي بعض النقاط الدالة على أهمية الدراسة الحالية:-

١- أن الدراسات العربية التي تناولت الأفلام السينمائية لم تتطرق إلى دراسة

العلاقة بين كيفية معالجة الأفلام السينمائية لقضية المواطنة بين المسلمين

والأقباط وانعكاساتها على مفاهيم الوحدة الوطنية في حد علم الباحثة.

٢- تستمد الدراسة أهميتها من أهمية الدور الذي تلعبه السينما بوجه عام والفيلم الاجتماعي بوجه خاص بدور فعال وإيجابي في تناول وعلاج القضايا التي يعانيتها المجتمع ، وكوسيلة اتصال فعالة وحيوية تستطيع أن تلعب دوراً مهماً في تناول مشكلات وقضايا المجتمع المصري، وبالتالي تزداد الحاجة إلى تنشيط دور الأفلام السينمائية في نشر ثقافة المواطنة والتسامح وقبول الآخر، والتركيز إعلامياً على ضرورة ممارسة جميع حقوقها على قيد المساواة دون أي تمييز.

٣- كما ترجع أهمية الدراسة الحالية أنها تتفق مع متطلبات المجتمع المصري الآن، نظراً لما تمر به البلاد من انتشار ظواهر مرضية خطيرة أهمها الفتنة الطائفية في محاولة للإطاحة بتماسك الأمة وتخريب عقول شبابها الذين يسهل التأثير فيهم وعلى عقولهم في تلك المدة الحرجة من حياتهم ، الأمر الذي يقتضى ضرورة المحافظة على الوحدة الوطنية وعدم المساس بها بأي شكل من الأشكال، والدعوة الجادة إلى نبذ العنف الطائفي والتعصب والتمييز واحترام الآخر والمواطنة القائمة على مبدأ المساواة في الحقوق والواجبات.

٤- تزداد أهمية الدراسة في ظل تلك الظروف الاتصالية المتطورة التي تمر بها مصر والعالم كله وواتاحه الفرصة لإنتاج أفلام سينمائية ذات مستوى رفيع من الناحيتين الشكل والمضمون لتواكب هذا التطور الهائل وتتناسب مع فكر هذه المرحلة في حياة الشباب المصري .

ثالثاً: أهداف الدراسة

تهدف الدراسة الحالية التعرف على كيفية معالجة الأفلام السينمائية لقضية المواطنة بين المسلمين والأقباط وانعكاساتها على مفاهيم الوحدة الوطنية وذلك من خلال ما يلي:

- التعرف على المضمون المقدم من خلال الأفلام السينمائية لقضية حقوق المواطنة بين المسلمين والأقباط ،

- التعرف على كيفية معالجة الأفلام السينمائية عينة الدراسة لقضية حقوق المواطنة بين المسلمين والأقباط في مصر.
- تحديد المستوى اللغوي المستخدم في الأفلام السينمائية عينة الدراسة.
- لقاء الضوء على أهم حقوق المواطنة التي تستحوذ على مضمون الأفلام عينة الدراسة.

خامساً : مصطلحات الدراسة

١- **معالجة** : ويقصد به تناول الجوانب السلبية والإيجابية لقضية المواطنة بين المسلمين والأقباط ومناقشتها وتحليلها.

٢- **الفيلم السينمائي** : يقصد به إجرائياً في تلك الدراسة الأفلام الروائية الطويلة التي تعرض من خلال قنوات الأفلام الفضائية المتخصصة خلال مدة الدراسة التحليلية والتي تعرض مضمونا اجتماعيا وسياسياً يخاطب الجمهور ، وتتناول موضوعات تتعلق بقضية حقوق المواطنة بين المسلمين والأقباط في مصر .

٣ - **قضية المواطنة** : المواطنة تعنى العضوية الكاملة والمتساوية في المجتمع بما يترتب عليها من حقوق وواجبات ، وهى تعنى أن كافة أبناء الشعب فوق تراب الوطن سواسية بدون أدنى تمييز قائم على أي معايير تحكيمية مثل الدين أو الجنس أو اللون أو المستوى الاقتصادي أو الانتماء السياسي ، وهكذا فإن المواطنة المصرية وضعية يحددها الدستور والقانون المصري الذى يحتوى على منظومة حقوق المواطن المصري وواجباته ، وأنماط علاقته بسلطات الدولة وتكويناتها المختلفة (11).

ويقصد بها إجرائياً في هذه الدراسة هي تلك الحقوق التي تتناولها الأفلام السينمائية بالعرض والتحليل والمناقشة ،محاولة منها الوقوف على أبعادها وتوعية الشباب بها، والبحث عن حلول جذرية لتطبيقها في الواقع ، والتي تتعلق بالواقع السياسي والاجتماعي والاقتصادي والثقافي داخل المجتمع المصري ، ويكون لها تأثير على الشعب والسلطة السياسية في الدولة.

٤- الوحدة الوطنية :

مفهوم الوحدة الوطنية مكون من عنصري الوحدة والوطنية، فالوحدة تعنى تجميع الأشياء المتفرقة في كل واحد مطرد ، أما الوطنية فهي انتماء الانسان الى دولة معينة يحمل جنسيتها ويدين بالولاء إليها (12).

فالوحدة الوطنية هي التآلف بين أبناء الأمة الواحدة من خلال الروابط القومية على أساس حقوق المواطنة التي ترفض التمييز والتفرقة بين أبناء الأمة، إبي تجمع الناس على اساس قومي بغض النظر عن الاختلافات في العقائد والمذاهب الدينية(13).

ويقصد بها إجرائيا في هذه الدراسة هي تلك المفاهيم التي تتناولها الأفلام بالعرض والتحليل وهي المساواة امام القانون دون تمييز وتكافؤ الفرص والتسامح الديني والعدالة ورفض كافة أشكال التعصب وثقافة قبول الاخر واحترام الأديان وغيرها.

سادسا: الدراسات السابقة

تستهدف عملية مراجعة التراث العلمي بشكل أساسي استجلاء المفاهيم النظرية والمنهجية المتعلقة بالمتغيرات محل الدراسة والعلاقات القائمة فيما بينها بما يسهم إيجابا في البناء النظري والتصميم المنهجي للدراسة، وبالاطلاع على التراث العلمي الخاص بموضوع الدراسة معالجة الأفلام السينمائية لقضية المواطنة بين المسلمين والأقباط وانعكاساتها على مفاهيم الوحدة الوطنية، وبعد المسح للدراسات العربية والأجنبية في حد علم الباحثة لم تجد دراسات مماثلة في صميم موضوع الدراسة.

وتم تقسيم هذه الدراسة إلى محورين أساسيين:-

• **المحور الأول :** الدراسات التي تناولت الأفلام السينمائية ومعالجتها لبعض قضايا المواطنة .

• **المحور الثاني :** الدراسات التي تناولت قضايا المواطنة والوحدة الوطنية.

المحور الأول الدراسات التي تناولت الأفلام السينمائية ومعالجتها لبعض قضايا المواطنة:-

من خلال الاطلاع على بعض الدراسات السابقة في هذا المحور تمكنت الباحثة من رصد الدراسات، فالرغم من ندرة الدراسات العربية التي تناولت معالجة القضايا في الفيلم السينمائي المصري إلا أنه هناك العديد من الدراسات الأجنبية التي تناولت قضية المواطنة والحريات في السينما والتميز الديني والمساواة والمواطنة ويمكن استعراض تلك الدراسات .

١/ هناك دراسة أجراها ليندا تشيو هان لاي (Lai, Chiu-han Linda) ٢٠٠٦ (14)، "عن آثار السينما بكامل معانيها في المسائل الخاصة بالحكومة والمحلية والمواطنة في هونغ كونج عام ١٩٣٤م"، وتعنى هذه الدراسة بالبحث عن التاريخ المفقود للسينما في هونغ كونج في مدة ما قبل الحرب، والتي أُعيد تعريفها في نهاية الأمر كدراسة لمدة سنة واحدة باعتبارها محاولة للحصول على المشاهد التي تناولت قضية المواطنة، وقد اعتمدت هذه الدراسة على تحليل مضمون عينة بلغت سبعة عشر فيلماً، محاولاً تقديم المواطنة عبر أساليب فنية شخصية وتوصلت الدراسة إلى أن السينما تشكل بالضرورة التواصل مع الحياة اليومية، بان العمليات المحدودة تتضمن أشخاص معينين يلعبون أفضل الأدوار في أحداث تأثيرات معينة على مستوى الحكومات.

٢/ في حين جاءت دراسة قام بها شيرى رندال Randall, Cherri (15) بعنوان "الأعراق والمواطنة عن طريق الجنس: أثنين من المتغيرات في معادلة الهوية في سينما القرن الحادي والعشرين" تقوم هذه الدراسة بدراسة الحركة الخاصة بالمساواة، ودراسة النماذج السلوكية والآراء التي تحدد المواطنة الجنسية، وبالتالي فإن المشاهدين يعلمون بصفاتهم غير مدركين لما يحدث في السينما بوصفهم معرضون لنظرات الذكور، ومثل هذه التصورات تؤثر أيضاً في التكوين الثقافي للنوع، من خلال تناول أفلام (كرة الوحش – الثعبان الأسود)، وأوضحت النتائج:- أن هناك أمثلة ذات صلة بالشخصيات التي تعمل في وقت واحد بموجب أوضاع مجتمعية

تؤدي إلى إيجاد أغلبية من هجين الخبرة والهوية، و أن نماذج السلوك تحدد المواطنة الجنسية.

٣/ وفي إطار ذلك تناولت دراسة ليزلي لويس مارش ٢٠٠٨ (Marsh, Leslie Louise) عن "تجسيد المواطنة في السينما وأعمال الفيديو والأعمال الأدبية في المدة بين عامي ١٩٧١-١٩٨٨" (16)، والتي تهدف هذه الدراسة إلى تناول الطرائق التي أدت إلى تحول في المجتمع والسياسات البرازيلية خلال مدة الحكم العسكري وخلال مدة استعادة الديمقراطية بين عام ١٩٧١ وحتى ١٩٨٨، ودراسة أنماط الحياة كأنماط للمشاركة السياسية وإعادة تعريف المواطنة خلال وبعد مدة الحكم العسكري الديكتاتوري في البرازيل، وذلك من خلال أفلام (القلب الشجاع – الطرائق المؤدية إلى الحرية-ولد من امرأة – بحر من الورود – حلم فالس) وقد توصلت النتائج إلى أن قضية المواطنة تعد من العوامل التي أحدثت تحول في البرازيل في القرن العشرين من خلال المعتقدات الثقافية والممارسات المتعددة للمواطنين.

٤/ بينما دراسة هارمون كيمب ٢٠١٠ (Kemp, Leah Harmon) (17) بعنوان "المواطنة والسينما في تشيلي في مدة ما بعد الحكم الديكتاتوري ١٩٩٠-٢٠٠٥" وتتناول هذه الدراسة مدة الحكم الديكتاتوري في تشيلي في بداية التسعينيات، وكيفية تناول السينمائيون للديمقراطية في أفلامهم أو ارتكزت على الجزء الأساسي للمواطن كفرد يملك حرية الاختيار والمشاركة بشكل مباشر أو غير مباشر على مستوى الدولة في ظل عصر العولمة، وقد اعتمدت هذه الدراسة على سبعة أفلام شيلية في المدة الانتقالية بين عامي ١٩٩٠-٢٠٠٥، وهما (ثمرة النعناع – اعطني ١٠٠ بيزو ياجوني- تاريخ كرة القدم –المهرج العاطي – العائلة المقدسة – الجنس والحب – costumbrista) وقد توصلت هذه الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها:- استخدام احد الرموز الوطنية في تناولهم للمواطنة والديمقراطية من خلال تقديم نموذج حيوي للمواطنة.

٥/فضلاً عن ذلك دراسة سوزانا كاترين بريمن ٢٠١٠ (Brennan, Susan Catherine) (18) بعنوان "التأقلم السينمائي ومشكلة المواطنة: وضع المؤلفات

النسائية في الشتات بالتفصيل في العالم بعد أحداث ١١ سبتمبر"، وتتناول هذه الدراسة عمليات المنطق العرقية التي تحرض عليها أحداث ١١ سبتمبر ٢٠٠١م، ودور عملية التأقلم في الثقافة الأمريكية والتي تسهم في تكوين المعاني وتعكس العنصرية بعد ١١ سبتمبر، كما تساعد في إيجاد نماذج من المواطنة بشكل متواطي مع فرض النظام العرقي في تلك المدة، وذلك من خلال دراسة أفلام ميرة نير- مارحين ساترابي بيرسيبوليس وقد انتهت النتائج إلى أن عمليات المنطق العرقية تتماشى مع التأقلم السينمائي من خلال ثلاثة مواضع في تشكيل المواطنة وهي التحول في الاداء السياسي للمواطن - المشاركة المتميزة بين الجنس والوطن في صورة المواطنين الأمريكيين المنحدرين من أصول نوب آسيا .

المحور الثاني : الدراسات التي تناولت المواطنة والوحدة الوطنية : يستهدف هذا الجانب الوقوف على أهم النتائج المستخلصة التي تناولت المواطنة كفكر وكحقوق وممارسة من جانب ، وعلاقه الإعلام بالمواطنة من جانب آخر، وقد لاحظت الباحثة أن الدراسات المنشورة حول مفهوم المواطنة في الخبرة المصرية محدودة، وبالتالي الدراسات حول علاقة المواطنة بالإعلام أكثر محدودية، وقد سعت بعض من الدراسات العربية إلى دراسة قضية المواطنة والوحدة الوطنية وعلاقتها بالاتجاهات الفكرية المتواجدة في الساحة المصرية وتصوراتها عن المواطنة ومنها:-

١/ دراسة خالد الحرون ٢٠٠١⁽¹⁹⁾، بعنوان " مبدأ المواطنة في الفكر القومي العربي : من الفرد القومي إلى الفرد المواطن " استهدفت الدراسة التعرف على دور مقاربات القومي العربي في القرن العشرين تجاه مبدأ المواطنة في إطار تناول الفكر والنظرية لموضوع الديمقراطية بشكل عام، فالبحت ليس في مضمون الفكر القومي نفسه، بل هو معالجة مقارنة هذا الفكر للمواطنة، توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها هناك انحياز بوضوح إلى مبدأ المواطنة بمعناه العربي الحديث المؤسس على مساواة كاملة لأفراد المجتمع، وتعريف علاقتهم القانونية من واجبات وحقوق بالدولة القطرية الوطنية التي ينتمون إليها .

٢ / دراسة محمد إبراهيم منصور ٢٠٠٥⁽²⁰⁾ في دراسة تحليلية عن مفهوم المواطنة في الخطاب القومي العربي ، من خلال النظرية الكلاسيكية القائمة على النموذج البسماركى القائم على تحقيق الوحدة ولو بالعنف ،والذى يعلى من أولوية السلطة والدولة التي اسهمت في تراجع البعد الديمقراطي ،ومن ثم تهميش مبدأ المواطنة، وتوصلت الدراسة لعدد من النتائج اهمها تراجع هذا المنطلق الفكري في عقد الثمانينيات ،اذ استرد الفكر القومي العربي للديمقراطية اعتبارها ووضعها في مكانة الصدارة على أجندة العمل القومي بعد التأكد من عجز النظم الشمولية عن تحقيق التنمية والحفاظ على الوحدة الوطنية، كما أشارت إلى زيادة الاهتمام بحقوق الاقليات بعدها أكثر القضايا ارتباطاً بمبدأ المواطنة والاعتراف بحق الاختلاف الثقافي وتنمية الحقوق اللغوية والثقافية المختلفة لكل جماعة ،وصولاً إلى إدماج هذه التعبيرات المختلفة في نظام وطني جامع .

٣ / وفي عام ٢٠٠٧ اجرت هبة رءوف عزت⁽²¹⁾،دراسة بهدف التعرف على مفهوم المواطنة في الفكر الليبرالي، وقد تناولت تطور هذا المفهوم والتحول في معناه في الفكر الليبرالي ، وتقترب الدراسة من خرائط المعنى المختلفة من خلال ثلاث اقترابات هي الاقتراب التفسيري واقتراب اجتماع المعرفة واقتراب تطور العلم، ومن خلال تتبع العلاقة بين الابعاد المتجاورة في المفهوم والابعاد المتعينة تسعى لتحليل المتغيرات ،وتلقى الرسالة الضوء على كيفية الاستفادة من أفكار المدرسة التفسيرية لدى جادامير ،ثم الرؤية الوجودية التي قدمها هايدجر ،وصولاً لمفاهيم هابرماس عن المجال العام والتواصل فيه، وتوصلت هذه الدراسة إلى عدة نتائج أهمها اتساع معنى مفهوم المواطنة وموقفه الدلالي في علاقته بمفاهيم مثل المدينة والتمدن والهوية.

٥ / هذا وقد جاءت دراسة هاني خميس أحمد عبده٢٠٠٧⁽²²⁾ ،بعنوان أزمة المواطنة بين الدولة القومية والعولمة" ، وتهدف الدراسة إلى قياس الارتباط بين مفهوم المواطنة في الفكر بالدولة القومية مع بزوغ العولمة في العقدين الاخيرين وما مثلته من تحديات تجاه الدولة القومية وفي ظل التعددية الثقافية والعرقية الدينية

التي تشهدها معظم الدول ومن ذلك، وتوصلت نشأت أزمة المواطنة التي اتخذت ابعاد عالمية أثرت في تماسك الدولة القومية، وينبغي على الشعوب تفهم بدائل المواطنة والدولة القومية لان زيادة الفقر واختفاء التضامن الاجتماعي سيؤدي الى تفكك الدول وزيادة الطائفية الدينية والعنصرية داخل الدولة، وبذلك لن تتوارى القوى العظمى في العالم عن التدخل في شئون الدول .

٦/ وفي عام ٢٠٠٨ قدم أحمد عيسى مهناوى⁽²³⁾، دراسة بعنوان " تربية المواطنة بين خصوصية الهوية وهيمنة العولمة"، وقد استهدفت الدراسة تناول قضية المواطنة في إطار العولمة التي أصبح فيها الفرد ممسوخ الهوية، ومن ثم تحاول الدراسة الحالية من خلال رؤية تحليلية ناقدة فك طلاسم المواطنة من خلال بيان الانموذج التنويرى وتوصلت الدراسة إلى وجود ارتباط قوى بين المواطنة والهوية في ظل العولمة الجديدة.

٧/ على الجانب الآخر جاءت دراسة اخرى ٢٠٠٩ لمنوز، لندا⁽²⁴⁾ (Munoz, Linda). حول "الإتجاه نحو المواطنة الأمريكية والإرتباط المدني بين المهاجرين المكسيكيين في وسط تاكسس"، والتي تصف تلك الدراسة النوعية أفكار المهاجرين المكسيكيين البالغين الخاصة بالمعني الذي يقدمونه للمواطنة والمسئولية المدنية في مسار حياتهم اليومية. وتتأثر وجهة النظر الشاملة لتلك الدراسة بنظريات دمج المهاجرين ، والمواطنة والتعليم المدني للراشدين، تم استخدام سلسلة المحاورات الثلاثة لسيدمان لجمع بيانات تلك الدراسة كما تمت محاورة ستة مهاجرين مكسيكيين؛ أربع نساء ورجلين يعيشون في وسط تكساس، علي مدار ستة شهور عن مواقفهم تجاه توطين الولايات المتحدة وفهمهم للتكامل المدني، التضمين الرئيسي لتلك الدراسة يكون هو أهمية فهم كيف يأتي المهاجرون المكسيكون الذين لم يُمنحوا الجنسية لتعلم مفهوم المواطنة، حيث أنهم يندمجوا في المجتمعات عبر الولايات المتحدة، ومن الممكن أن يقدم هذا بصيرة في ممارستهم التالية في الحياة المدنية في المستقبل، وفي مجال تعليم البالغين حيث أصبح تعليم التربية المدنية وصفوف المواطنة علي النحو التقليدي أعمدة لبرامج المجتمع لتعليم البالغين، وتفتتح النتائج

أنه يتم التركيز علي الاستيعاب اللغوي لكلاً من المهاجرين فضلاً عن الاستيعاب الخاص بأطفالهم أو أطفال أقاربهم المقربين، ولا سيما الأنواع الأخرى من الاندماج ويكون أسباب توطين كيان الولايات المتحدة لبعض الناس هو الخوف من الترحيل والرغبة في الشعور بالأمان في الولايات المتحدة، واختار الآخرون أن يُمنحوا الجنسية من أجل الاشتراك في التصويت، أو لتأمين السفر، أو لرعاية أفراد العائلة.

٨/ كما قدم محمود عزو حمدو ٢٠٠٩ (٢٥). بعنوان **جدلية العلاقة بين المواطنة والديمقراطية والتنمية في الواقع السياسي العربي المعاصر**، يحاول البحث تناول جدلية العلاقة المستقبلية بين المواطنة والديمقراطية والتنمية، وبيان مدى أهمية ذلك في الواقع السياسي العربي المعاصر، وقد اعتمد الباحث على المنهج التحليلي والمقارن وتوصلت هذه الدراسة إلى عدة نتائج منها أن المواطنة ارتبطت عبر التاريخ بحق المشاركة في جميع الأنشطة السياسية والاجتماعية والثقافية، كما أن الديمقراطية العامل المهم لتوفير أجواء ملائمة وصحية لممارسة حقوق المواطنة، وتأدية واجباتها، وهى التي تصب في النهاية لتعزيز جهود تحقيق التنمية والتقدم والرفاهية الاجتماعية، بما يعزز مكانه المواطن في دولته التي تعد الإطار السيادي لممارسة حقوقه.

٩/ دراسة عزو محمد عبد القادر ناجي ٢٠٠٩ (٢٦) بعنوان: **"الوحدة الوطنية في ظل حكم حزب البعث العربي الاشتراكي في العراق"**، تهدف هذه الدراسة إلى معرفة الدور الذي قام به حزب البعث العربي الاشتراكي في العراق فيما يتعلق بالوحدة الوطنية، كونه يحمل في إيديولوجيته الحفاظ على وحدة ومكانة الدولة والحفاظ على لغتها وهوية جيشها وقواتها المسلحة التي تعد درع الوطن ولا تخص فئة معينة فيه، وتناولت الوحدة الوطنية في وعلاقتها بالقومية الأوربية، وكان من أهم نتائج الدراسة بالرغم من تعدد تعريفات الوحدة الوطنية إلا أنها من شأنها تقوية الروابط بين أفراد الشعب الواحد وحل جميع الصراعات التي تحول دون استمرار الحكم والنظام، وعلى هذا الأساس تكون الوحدة الوطنية على وفق مفهوم هذه الدراسة بأنها تعني: تحقيق التفاعل والتلاحم بين جميع أفراد الشعب بغض

النظر عن إنتماءآتهم الأيديولوجية أو الثقافية أو الدينية أو المذهبية أو الوثنية أو اللغوية أو الإقليمية أو الطبقية أو العشائرية بما يساهم في تحقيق احترام وحدة البلاد ولغتها الرسمية ، وثقافتها الوطنية، وتحقيق الحرية والعدالة والمساواة لجميع فئات الشعب أمام القانون.

١٠/على نحو آخر جاءت دراسة وجدان فالح حسن ٢٠١٢^(٢٧) عن المواطنة ودورها في ترصين الوحدة الوطنية في العراق"، والتي تناولت المواطنة والوحدة الوطنية في العراق ودراسة الاشكاليات المتعلقة بهما خاصة في التاريخ السياسي والاجتماعي، ودراسة دور المواطنة في رفع الكفاءة الادائية للدولة في مجال الحقوق والواجبات ،وأشارت النتائج إلى أن الوحدة الوطنية هي اتفاق التعددية الاجتماعية على أسس العمل السياسي المشترك القائم بالأساس على مفهوم المواطنة والمساواة والحرية والحقوق والواجبات كحد أدنى من الاتفاق والتي تحترم الخصوصية الثقافية لكل جماعة ثقافية.

مدى الاستفادة من الدراسات السابقة :

تمثلت الاستفادة من اطلاع الباحثة على الدراسات السابقة في المساهمة في تحديد المشكلة البحثية وأهميتها فضلاً عما يأتي:-

١. تعميق مشكلة البحث وإضافة أبعاد جديدة مما يساعد على وضوح المشكلة أمام الباحثة من كافة جوانبها.

٢. تحديد مجال الدراسة بالتركيز على دراسة معالجة الأفلام السينمائية التي تقدمها قنوات الأفلام الفضائية المتخصصة لقضية المواطنة بين المسلمين والأقباط وانعكاساتها على الوحدة الوطنية.

٣. المساهمة في صياغة تساؤلات البحث، وتحديد أهدافه، وتصميم استمارة تحليل المضمون الخاصة بالدراسة التحليلية لهذه الدراسة .

٤. اختيار المنهج المناسب لتناول موضوع الدراسة، كما ساهمت الدراسات السابقة في مساعدة الباحثة فيما يتعلق بتحديد الشروط اللازمة لاختيار العينة التحليلية الوثائقية، الوقوف على الإطار النظري الملائم لموضوع الدراسة.

٥. الاضطلاع إلى المراجع العربية والأجنبية التي يمكن الاستعانة بها في كتابة الإطار النظري للدراسة.

٦. أفادت نتائج الدراسة السابقة في التعليق على النتائج التي توصلت إليها الباحثة في الدراسة التحليلية لهذا البحث، وتفسيرها في ضوء ما توصلت إليه الدراسات السابقة من نتائج.

سابعاً: نوع الدراسة ومنهجها:

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تستهدف تقرير خصائص المشكلة البحثية التي سبق تحديدها ودراسة الظروف المحيطة بها مع تسجيل دلالاتها وخصائصها وتصنيفاتها وكشف ارتباطاتها بمتغيرات أخرى، حيث تسعى للكشف عن معالجة قضية المواطنة التي تتناولها الأفلام السينمائية عينة الدراسة بكل من قنوات روتانا سينما وبانوراما فيلم والحياة سينما وسيما، وتعرف على معالجة الأفلام السينمائية محل الدراسة لقضية المواطنة والكشف عن جوانبها وبين ما تعكسه من مفاهيم للوحدة الوطنية وذلك للوقوف على معالجة الأفلام السينمائية لقضية المواطنة وانعكاسها على مفاهيم الوحدة الوطنية.

ثامناً: مجتمع وعينة الدراسة:

يتوقف تحديد مجتمع الدراسة على الموضوع والأهداف التي تسعى الدراسة إلى تحقيقها والتي تشمل في هذه الدراسة قياس كيفية معالجة الأفلام السينمائية لقضية المواطنة بين المسلمين والأقباط وانعكاساتها على مفاهيم الوحدة الوطنية ويتمثل عينة الدراسة الحالية في المجتمع الوثائقي بالنسبة للأفلام السينمائية المقدمة بكل من قنوات روتانا سينما وبانوراما فيلم والحياة سينما وسيما، وقد تم اختيار هذه القنوات تحديداً للأسباب الآتية:

- تتضمن الخطة التليفزيونية لهذه القنوات تقديم العديد من الأفلام السينمائية يومياً على مدار ٢٤ ساعة وطرحها وتناولها لإبراز القضايا الإجتماعية والسياسية الهامة .
 - تعد قنوات روتانا سينما وبانوراما فيلم والحياة سينما وسيما من الرواد ، اذ يحرصون على بث نسبة كبيرة من الأفلام السينمائية المميزة من حيث تبني القضايا الإجتماعية والسياسية المختلفة لتوعية الجماهير وتنقيفهم.
- تاسعاً: عينة الدراسة التحليلية: -

تم تطبيق الدراسة على عينة عمدية من الأفلام السينمائية التي تقدم مضمونا يحمل قضية المواطنة بين المسلمين والأقباط على قنوات روتانا سينما وبانوراما فيلم والحياة سينما وسيما على المدة التي بدأت من أول سبتمبر ٢٠١٦ م وحتى ٣٠ ديسمبر ٢٠١٦ م.

جدول (١)

توصيف الأفلام السينمائية عينة الدراسة.

زمن الفيلم د س		أسم المخرج	عدد مشاهد الفيلم	ال قالب ال درامي	جهة الإنتاج	تاريخ الإنتاج	موعد البث	الأفلام	التوصيف القناة
٢	٥	أسامة فوزى	٦٩	ال قالب التراجيدي	قطاع خاص	٢٠٠٤	م١.١٥	بحب السима	روتانا سينما
١	٤٩	منير راضى	٥٤	ال قالب الكوميدي	الشركة المصرية لمدينة الإنتاج الإعلامي	٢٠٠٣	م ٦.١٥	فيلم هندي	
١	٥٢	شريف عرفة	٥٠	ال قالب التراجيدي	قطاع خاص	٢٠٠٢	م١.٢٥	مافيا	
١	٣٨	آمال بهنسي	٥٨	ال قالب التراجيدي	قطاع الخاص	١٩٩٦	ص١.٢٥	التحويلة	
٢	٢١	نادر جلال	٦٤	ال قالب التراجيدي	قطاع خاص	١٩٩٤	م٦.١٥	الإرهابي	

١	٤١	أحمد عبد الله	٦٥	القلب التراجيدي	قطاع خاص	٢٠٠٩	٦.١٥ م	هليوبوليس	الحياة سينما
١	٥٠	رامى إمام	٦٣	القلب الكوميدي	قطاع خاص	٢٠٠٨	٨.١٥ م	حسن ومرقص	
١	٣٥	ساندرا نشأت	٤٢	القلب الميلودرامي	قطاع خاص	٢٠٠٦	١٥.١٥ ص	الرهينة	
١	٤٥	كاملة أبو ذكري	٥٣	القلب التراجيدي	الشركة المصرية لمدينة الإنتاج الإعلامي	٢٠٠٩	١.٢٥ م	واحد صفر	سيما
١	٥١	محمد ياسين	٤٩	القلب التراجيدي	إنتاج مشترك	٢٠٠٨	٦.٢٥ م	الوعد	
٢	٢٣	عمر عبد العزيز	٧٢	القلب التراجيدي	قطاع خاص	٢٠٠٠	٨.٢٥ م	الكلام فى الممنوع	بانوراما فيلم
٢	٥٩	يوسف شاهين	٩٤	القلب التراجيدي	قطاع خاص	١٩٦٣	٨.١٥ م	الناصر صلاح الدين	
٢٤	١٢	الإجمالي							

• يتضح من بيانات الجدول السابق ما يلي :-

بلغ إجمالي عدد الأفلام السينمائية التي خضعت للدراسة والتحليل، والتي تم إذاعتها خلال الدورة التلفزيونية عينة الدراسة على شاشة قنوات روتانا سينما وبانوراما فيلم والحياة سينما وسيما اثني عشر فيلما وبإجمالي زمن قدره ٢٤ ساعة و ١٢ دقيقة .

ومن الملاحظ تقارب عدد ساعات الأفلام السينمائية فيما بينها .

-اذ جاءت مدة عرض الأفلام السينمائية تجاوزت (أكثر من ١٢٠ ق) بنسبة (١٠٠%) بواقع تكرارات (١٢) من إجمالي عدد التكرارات في الأفلام عينة الدراسة. ربما نجد أن المعنيين على إنتاج هذه الأفلام أفردوا هذه المساحة لتناول هذه القضية الهامة بكافة أبعادها وتناولها مع رصد كافة جوانب الانتهاك لحقوق المواطنة محاكاة للواقع المعاش، والتي أصبحت ضرورة ملحة للشعب المصري بما لاحقت به من جراء الأنظمة السياسية وما أفرزته إنتهاكات حقوقيه وفتن طائفية

وتفرقة عنصرية بين جميع طوائف الشعب المصري ، وذلك فمدى حساسية هذه القضية تقضى ضرورة البحث عن حلول لها.

- كما يتضح من بيانات الجدول أيضا أن أغلب هذه الأفلام كانت تذاع خلال المديتين (الظهيرة والمسائية) وهما المديتين اللتان يجتمع فيهما افراد الأسرة لمشاهدة هذه الأفلام، والتي تمثل ذروة المشاهدة بالنسبة للجمهور العام وخاصة الشباب من طلاب الجامعات، فمن الملاحظ أن معظم هذه الأفلام كانت تذاع ما بين الساعة الواحدة ظهراً وحتى الثامنة مساءً، وقد اتضح أيضا خلال الدورتين التلفزيونيتين عينة الدراسة التحليلية، أنها تناولت بعض الأفلام السينمائية التي تم اذاعتها خلال المدة الصباحية.

- كما يتضح أيضا من بيانات الجدول أن معظم أفلام الدراسة من إنتاج حديث في العصر الحالي، في حين لم يكن هناك سوى عدد محدود من الأفلام تم إنتاجها خلال فترة التسعينات وندرة الأفلام التي تم إنتاجها خلال الستينات.

- اتضح أيضا تفوق قناة روتانا سينما على باقي القنوات الاخرى في كم الأفلام السينمائية إلى تم اذاعتها خلال مدة الدراسة، او تتوزع الأفلام السياسية عينة الدراسة التحليلية التي عرضت على قناة روتانا سينما خلال مدة الدراسة بواقع (٥) أفلام بنسبة بلغت (٤١.٦ %) في مقابل (٣) أفلام سينمائية فقط بنسبة (٢٥ %) تم اذاعتها على قناة الحياة سينما، في حين تساوت كل من قناتي بانوراما فيلم وسيما في كم الأفلام التي تم اذاعتها من خلالهما طوال مدة الدراسة بواقع (٢) فيلم لكل قناة بنسبة بلغت(١٦.٦%) لكل منهما.

- كما يتبين من بيانات الجدول السابق ما يلي : جاء القطاع الخاص في مقدمة الجهات المنتجة للأفلام السينمائية عينة الدراسة في الترتيب الأول بنسبة بلغت (٧٥%) اذ بلغت عدد الأفلام عينة الدراسة التي اعتمدت على هذا النوع من الإنتاج (٩) أفلام من إجمالي عدد الأفلام عينة الدراسة وهذه الأفلام هي (الناصر صلاح

الدين - التحويلة - الإرهابي - الكلام في الممنوع - مافيا - بحب السима - الرهينة - حسن ومرقص - هليوبوليس)، في حين جاءت (الشركة المصرية لمدينة الإنتاج الإعلامي) في الترتيب الثاني بنسبة بلغت (١٦.٦%) من إجمالي عدد الأفلام عينة الدراسة، حيث تمثل ذلك في فيلمان من الأفلام المقدمة خلال فترة الدراسة وهما (فيلم هندي- واحد صفر)، يليه الإنتاج المشترك في الترتيب الثالث بنسبة بلغت (٨.٣%) من إجمالي عدد الأفلام عينة الدراسة حيث تمثل ذلك في فيلم واحد من الأفلام المقدمة خلال فترة الدراسة وهو فيلم (الوعد)، وهذا يبين غياب التوجه الحكومي إذ أن أغلبية الأفلام عينة الدراسة كانت من إنتاج القطاع الخاص، وهو ما يدل على عدم اهتمام من قبل الجهات المعنية بإنتاج أفلام تناقش أهم الأوضاع الإجتماعية والسياسية في مصر، أو يرجع لمدى خطورة قضية المواطنة على الأمن القومي ورصد إي إنتهاكات لها تعد من المحظورات التحدث فيها، وربما أيضا سيطرة القطاع الخاص على هذه النوعية من الأفلام الأمر الذي يؤثر في نوعية المضمون المقدم من خلاله، أي أنه هناك علاقة بين جهات الانتاج وكيفية تناول الأفلام السينما لقضية حقوق المواطنة بين المسلمين والاقباط، وهذا يستدعي ضرورة زيادة أعداد الأفلام التي تناقش قضايا المواطنة من إنتاج القطاع العام، كما يتضح أيضا أن العمل السينمائي يتطلب إمكانيات عالية وهو مالا يتوافر لدى القطاع العام المصري.

- وعلى نحو آخر يتضح :- أن هناك تنوع في القوالب الدرامية المستخدمة في الأفلام السينمائية التي خضعت للدراسة والتحليل، فقد تبين أن القالب التراجيدي جاء في مقدمة القوالب الدرامية المستخدمة في الأفلام عينة الدراسة، وذلك في الترتيب الأول بنسبة (٧٥%) بواقع تكرارات (٩) من إجمالي عدد الأفلام عينة الدراسة وهذه الأفلام التراجيدية هي (الناصر صلاح الدين -التحويلة- الإرهابي - الكلام في الممنوع - مافيا - بحب السима - الوعد- هليوبوليس- واحد صفر)، وقد يرجع استخدام القالب التراجيدي في مثل هذه الأفلام أنه ربما يتفق مع طبيعة هذه القضية المهمة التي تناولها، إذ ناقشت هذه الأفلام قضية هامة تتطلب قدر كبير من

الجديّة من التناول للكشف عن ابعادها، بينما جاء القالب الكوميدي في الترتيب الثاني من حيث نوع القالب الدرامي المستخدم في الأفلام السينمائية عينة الدراسة ، وقد بلغت نسبة (١٦.٦%) بواقع تكرارات (٢) من إجمالي عدد الأفلام عينة الدراسة وهذه الأفلام هي: (فيلم هندي - حسن ومرقص)، فالطابع الكوميدي ذات طبيعة خاصة يمكن أن نقدم من خلاله تناول العديد من القضايا الهامة التي يمر بها المجتمع بالنقد والسخرية بأسلوب مرح يدخل البهجة على نفوس المشاهدين، بعيدا عن الابتذال أو الإسراف كي لا يفقد العمل قيمته الأساسية، ثم جاء القالب الميلودرامي في الترتيب الثالث بنسبة (٨.٣%) بواقع تكرارات (١) من إجمالي عدد الأفلام السينمائية عينة الدراسة ، وقد تمثل ذلك في فيلم (الرهينة)، ويتضح من هذا العرض التحليلي أن هناك تداخلا في بنية القوالب الدرامية المستخدمة في تقديم قضية المواطنة بين المسلمين والأقباط، وأن تنوع القوالب يعطى مرونة في إمكانية تقديم هذه القضية في أكثر من شكل أو قالب، وأن هذا التنوع أيضا يلبي رغبات المشاهدين التي تتسم بالتنوع، وهذا يعطى فرصة للجماهير للتعرض لهذه الأفلام لاختيار ما يناسبها، وهذا يوجب على القائمين بإنتاج الأفلام السينمائية مراعاة التوازن في تناول القوالب الدرامية المختلفة، فجميعها يخدم المضمون المقدم إذا ما أحسن استغلاله.

عاشراً: أدوات وأساليب جمع البيانات:-

وجمعت بيانات الدراسة الحالية من خلال صحيفة تحليل المضمون وقد مر إعداد هذه الأداة بالمراحل العلمية المتعارف عليها من تحديد الهدف والبيانات المطلوب جمعها وإعدادها في صورتها الأولية ومراجعتها منهجياً وعملياً من خلال مجموعة من الخبراء والمحكمين في مجالات الإعلام وعلم النفس السياسي ومناهج البحث والتربية وكذلك التأكد من ثباتها

الحادي عشر: اختبار الصدق والثبات:-

١- الصدق التحليلي **Validity**: للتأكد من صدق استمارة تحليل المضمون تم عرضها على مجموعة من الخبراء والمحكمين في الإعلام ومناهج البحث،

وذلك للتأكد من دقة ووضوح وحدات وفئات التحليل وإمكانية تحقيقها لأهداف الدراسة، وقد بلغت النسبة العامة للاتفاق بين المحكمين ٩٠% وهى نسبة مرتفعة، وفي ضوء آراء المحكمين أجرى الباحث بعض التعديلات على الاستمارة حتى أصبحت في الشكل النهائي^(١).

٢- **الثبات التحليلي Reliability:** ويقصد بالثبات في صحيفة تحليل المضمون توصل الباحثين إلى نفس النتائج بتطبيق نفس فئات التحليل ووحداته على نفس المضمون، اذ يعبر الثبات عن نسبة الاتساق بين أكثر من باحث في تحليل المضمون لعينة من المواد الإعلامية باستخدام نفسها أداة التحليل، ولذا قامت الباحثة باختيار عينة من الأفلام السينمائية محل الدراسة خلال فترة الدراسة، وقام بتحليل تلك الأفلام، ثم أعاد الباحثة تحليل تلك العينة مرة أخرى بعد مرور ثلاثة أسابيع من إجراء التحليل الأول، فأعطت نفس النتائج تقريباً، وكذلك استعانة الباحثة ببعض الباحثين في مجال الاعلام لحساب ثبات التحليل من خلال تحليل ٥% من الافلام السينمائية موضع التحليل بنفس الوحدات والفئات بعد توضيحها لهم وتعريفهم بالهدف من الدراسة، اذ شرحت الباحثة لهم الاستمارة والفئات الخاصة بها وتم تزويدهم بنسخ من استمارات التحليل والتعريفات الاجرائية للفئات.

صياغة صحيفة تحليل المضمون في صورتها النهائية.

الثانى عشر : أساليب المعالجة الإحصائية لبيانات الدراسة التحليلية :-

قامت الباحثة بإجراء التحليل الإحصائي لبيانات هذه الدراسة من خلال الكمبيوتر وذلك باستخدام برنامج SPSS ، والمعروف اختصاراً بحزمة البرامج الإحصائية

(١) أسماء السادة الخبراء والمحكمون لصحيفة الدراسة التحليلية " الخبراء في مجال مناهج البحث والإعلام)
الترتيب ابجدياً

١. أ.د/ سعيد محمد السيد :أستاذ متفرغ بكلية الإعلام بقسم الإذاعة جامعة القاهرة.
٢. أ.د/ ماجي الحلواني أستاذ بكلية الإعلام قسم الإذاعة جامعة القاهرة والعميد السابق للأكاديمية الدولية للهندسة وعلوم الإعلام
٣. أ.د/ محمود حسن إسماعيل استاذ الإعلام وثقافة الأطفال – جامعة عين شمس.
٤. أ.د/ يوسف الملاخ: أستاذ بالمعهد العالى للسينما ورئيس قسم الإنتاج السينمائي بالأكاديمية الدولية للهندسة وعلوم الإعلام.

للعلوم الاجتماعية Statistical Package for social science، وقد تم استخدام الاختبارات الإحصائية من التكرارات البسيطة والنسب المئوية.

الثالث عشر: نتائج الدراسة التحليلية:

يتناول هذا الجزء نتائج مسح محتوى بعض الأفلام السينمائية المقدمة بقنوات روتانا سينما وبانوراما فيلم والحياة سينما و سيما خلال دورتين تليفزيونيتين بدأت من ٢٠١٦/٩/١ وحتى ٢٠١٦/١٢/٣٠ وذلك علي النحو الآتي:-

أولاً : التحليل وفقاً لوحدة الفيلم

١. توزيع الأفلام عينة الدراسة طبقاً لمستوي لغة الحوار المستخدم بالأفلام السينمائية عينة الدراسة.

جدول (٤)

تكرارات ونسب مستوي لغة الحوار المستخدم الأفلام السينمائية عينة الدراسة.

مستوي لغة الحوار	ك	%
العامية	١٠	٨٣.٣
الفصحي	١	٨.٣
يجمع بين الإثنين	١	٨.٣
الإجمالي	١٢	١٠٠

• يتضح من بيانات الجدول السابق ما يلي :-

- احتلت اللهجة العامية الترتيب الأول لمستوي لغة الحوار المستخدم الأفلام السينمائية التي قدمت خلال مدة الدراسة بنسبة بلغت (٨٣.٣%) بواقع تكرارات (١٠) من إجمالي عدد الأفلام عينة الدراسة، حيث اعتمدت عليها أغلب الأفلام من خلال لغة الحوار بين الشخصيات وذلك في إطار تقديمها للقضية الوطنية، اذ تمثلت هذه الأفلام في كلا من (التحويلة-الكلام في الممنوع- مافيا - فيلم هندي- بحب السيماء-الرهيئة- حسن ومرقص- الوعد- هليوبوليس-

واحد صفر)، وهو ما يؤكد أن اللغة العامية هي اللهجة السائدة لدى الغالبية العظمى من قطاعات المجتمع، وقد يرجع استخدام هذه الأفلام للغة العامية إلى سهولة فهم واستيعاب هذا المستوى اللغوي من جانب الجمهور، فهي اللغة التي يتحدث بها غالبية الشعب المصري، وبالتالي فهي من أنسب المستويات اللغوية استخدام في الأفلام، بينما جاء كل من اللغة الفصحى والجمع بين الإثنين في الترتيب الثاني لمستوي لغة الحوار المستخدم الأفلام السينمائية عينة الدراسة بنسبة (٨.٣%) بواقع تكرارات (١) لكل منهما من إجمالي عدد الأفلام عينة الدراسة. وقد تمثلت اللغة الفصحى في فيلم الناصر صلاح الدين، في حين ان الجمع بين الإثنين أستخدم في فيلم الإرهابي، وعلى القائمين على كتابة الحوار مراعاة المستوى اللغوي المقدم من خلاله الأفلام السينمائية وأهميته بالنسبة للجماهير وتأثيره في مستواهم الثقافي .

- وقد اتفقت هذه النتيجة مع دراسة أميرة صابر محمود (٢٠٠٤) ^(٢٨)، والتي أثبتت غلبت اللغة العامية في تقديم المسلسلات عينة الدراسة على المستويات اللغوية الأخرى بنسبة (٥٩.٦%).

- دراسة محمد أحمد عبود (٢٠٠٨) ^(٢٩)، احتلت اللغة العامية الترتيب الأول بنسبة (٦٠%) من إجمالي عدد المسلسلات عينة الدراسة.

٢- توزيع الأفلام عينة الدراسة طبقاً للمجتمع الذي تعكسه الأفلام السينمائية عينة الدراسة .

جدول (٥)

تكرارات ونسب المجتمع الذي تعكسه الأفلام السينمائية عينة الدراسة.

المجتمع الذي يتناوله الأفلام	ك	%
الحضر المصري	٦	٥٠
المجتمع المصري بأكمله	٣	٢٥
المجتمع المصري وآخر أجنبي	٣	٢٥
الإجمالي	١٢	١٠٠

• يتضح من بيانات الجدول السابق ما يلي :-

- بلغت الأفلام التي تناولت الحضر المصري (٦) أفلام بنسبة بلغت (٥٠%) من إجمالي عدد الأفلام السينمائية التي قدمت خلال مدة الدراسة وهذه الأفلام هي (التحويلة - الإرهابي - فيلم هندي - بحب السима - الوعد - هليوبوليس)، يليه في الترتيب الثاني (المجتمع المصري بأكلمه) و(المجتمع المصري وآخر أجنبي) للمجتمعات التي تناولتها الأفلام السينمائية عينة الدراسة بنسبة (٢٥%) بواقع تكرارات (٣) من إجمالي عدد الأفلام عينة الدراسة لكل منهما، وقد تمثلت هذه الأفلام في فيلم (الكلام في الممنوع - حسن ومرقص - واحد صفر) وذلك للمجتمع المصري بأكمله ، في حين تمثلت الأفلام السينمائية التي تناولت المجتمع المصري وآخر أجنبي في (الناصر صلاح الدين - مافيا - الرهينة).

- وقد أتفقت مع هذه النتيجة دراسة ماريان ايليا تادرس (٢٠١١) ^(٣٠)، والتي بينت ارتفاع نسبة ظهور الحضر المصري في الأفلام عينة الدراسة بنسبة (٩٠.٣٦%).

- دراسة منى زايد عويس (٢٠٠٥) ^(٣١) والتي جاءت المجتمعات الحضرية في المرتبة الأولى بنسبة (٩١,٢%) من إجمالي عينة الدراسة.

- دراسة داليا المتبولي (٢٠٠٧) ^(٣٢) والتي أثبتت أن أغلب الأفلام المصرية عينة الدراسة تناولت مجتمعات حضرية بنسبة بلغت (٦٠%) من إجمالي عينة الدراسة.

٣- توزيع الأفلام عينة الدراسة طبقاً للأهداف التي تسعى الأفلام السينمائية إلي تحقيقها عينة الدراسة .

جدول (٧)

تكرارات ونسب الأهداف التي تسعى الأفلام السينمائية إلى تحقيقها عينة الدراسة

الأهداف	ك	%
نبذ التعصب والكرهية بين المسلمين والاقباط	٤	٣٣.٣
تعينة الرأي العام تجاه القضية وإيجاد حلول لها	٢	١٦.٦
توعية الجمهور بمفاهيم الوحدة الوطنية	٢	١٦.٦
التوجيه وإثراء المعرفة بحقوق المواطنة	٢	١٦.٦
تدعيم قيم إيجابية والدعوة للتخلص من عادات سلبية	٢	١٦.٦
الإجمالي	١٢	١٠٠

• يتضح من بيانات الجدول السابق ما يلي :-

- تنوعت أهداف الأفلام السينمائية التي تسعى إلى تحقيقها، إذ أتضح أن معظم الأفلام السينمائية التي خضعت للدراسة والتحليل كانت تهدف على النحو الآتي:-
- أحتل الترتيب الأول من حيث الأهداف التي تسعى الأفلام السينمائية إلى تحقيقها نبذ التعصب والكرهية بين المسلمين والاقباط بنسبة بلغت (٣٣.٣٤%) بواقع تكرار (٤) من إجمالي الأهداف الأخرى، وقد تمثل ذلك في أفلام (الناصر صلاح الدين - الرهينة - حسن ومرقص - الوعد)، يليه في الترتيب الثاني (تعينة الرأي العام تجاه القضية وإيجاد حلول لها - توعية الجمهور بمفاهيم الوحدة الوطنية - التوجيه وإثراء المعرفة بحقوق المواطنة - تدعيم قيم إيجابية الدعوة للتخلص من عادات سلبية) بنسبة بلغت (١٦.٦%) بواقع (٢) لكل منهم من إجمالي الأهداف الأخرى التي تسعى الأفلام السينمائية عينة الدراسة إلى تحقيقها، وقد تمثلت الأولى في فيلمي (مافيا-واحد صفر)، بينما تمثلت الثانية في فيلمي (فيلم هندي - هليوبوليس)، في حين تمثل الثالث في فيلمي (التحويلة - الكلام في الممنوع)، ثم جاء الرابع في فيلمي (الإرهابي - بحب السيام).

ثانياً فئات المضمون المرتبطة بحقوق المواطنة :-

٤- توزيع قضايا حقوق المواطنة التي تناولتها الأفلام السينمائية عينة الدراسة وفقاً لكل فيلم .

جدول (٨)

تكرارات ونسب قضايا حقوق المواطنة التي تناولتها الأفلام عينة الدراسة وفقاً لكل فيلم.

الأفلام	الحقوق المدنية		الحقوق الدينية		الحقوق الاجتماعية الاقتصادية		الحقوق القانونية		الحقوق الثقافية		الحقوق السياسية		الإجمالي	
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك
حسن ومرقص	١٦.٨	٣٤	٢٠.١	٢٨	٦.٩	٥	٠	٠	٩.١	٢	٢٢.٢	٢	١٥.١	٧١
حب السيمة	٧.٥	١٥	١٢.٢	١٧	١٨	١٣	٠	٠	٥٤.٥	١٢	٠	٠	١٢.١	٥٧
الناصر صلاح الدين	١٢.٣	٢٥	١٩.٤	٢٧	٥.٥	٤	٠	٠	٠	٠	٠	٠	١١.٨	٥٦
الكلام في الممنوع	٨.٤	١٧	٥.١	٧	٦.٩	٥	٦٦.٦	١٨	٠	٠	١١.١	١	١٠.١	٤٨
مافيا	١١.٩	٢٤	٨.٦	١٢	٢.٧	٢	٧.٤	٢	٤.٥	١	٢٢.٢	٢	٩.١	٤٣
التحويلة	١١.٩	٢٤	٢.١	٣	١١.١	٨	٢٥.٩	٧	٤.٥	١	٢٢.٢	٢	٩.٥	٤٥
الرهيبة	٩.٩	٢٠	٥.٧	٨	١٢.٥	٩	٠	٠	١٣.٦	٣	١١.١	١	٨.٧	٤١
فيلم هندي	٩.٤	١٩	٩.٣	١٣	٩.٧	٧	٠	٠	٤.٥	١	٠	٠	٨.٤	٤٠
واحد صفر	٥.٤	١١	٢.٨	٤	١٢.٥	٩	٠	٠	٤.٥	١	٠	٠	٥.٣	٢٥
الوعد	١.٥	٣	٨.٦	١٢	٤.١	٣	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٣.٨	١٨
هليوبوليس	٣.٥	٧	٣.٥	٥	٥.٥	٤	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٣.٣	١٦
الإرهابي	١.٥	٣	٢.١	٣	٤.١	٣	٠	٠	٤.٥	١	١١.١	١	٢.٣	١١
الإجمالي	١٠٠	٢٠٢	١٠٠	١٣٩	١٠٠	٧٢	١٠٠	٢٧	١٠٠	٢٢	١٠٠	٩	١٠٠	٤٧١

• يتضح من بيانات الجدول السابق ما يأتي :-

- تنوعت قضية حقوق المواطنة التي عالجتها الأفلام السينمائية عينة الدراسة وقد أشتمل كل فيلم على معالجة أكثر من حق من الحقوق حيث وضح ذلك من

أحتلت قضايا الحقوق المدنية مقدمة قضايا حقوق المواطنة التي وردت في الأفلام عينة الدراسة ، اذ بلغ إجمالي عدد المشاهد التي تناولت هذه القضية (٢٠٢) مشهد بنسبة بلغت (٤٢.٨%) وذلك من إجمالي عدد المشاهد المرتبطة بقضايا الحقوق الأخرى التي تناولتها الأفلام السينمائية عينة الدراسة، وقد اتضحت هذه القضية في فيلم حسن ومرقص بنسبة (١٦.٨%) بواقع (٣٤) مشهد ، وفي فيلم الناصر صلاح الدين بنسبة (١٢.٣%) بواقع (٢٥) مشهد ، أيضا جاءت في فيلمي مافيا والتحويلة بنسبة بلغت (١١.٩%) بواقع (٢٤) مشهد لكل منهما، كما تناولها فيلم الرهينة بنسبة بلغت (٩.٩%) بواقع (٢٠) مشهد ، في جاءت في فيلم هندي بنسبة بلغت (٩.٤%) بواقع (١٩) مشهد، ثم فيلم الكلام في الممنوع بنسبة (٨.٤%) بواقع (١٧) مشهد، يليه فيلم بحب السينما بنسبة بلغت (٧.٥%) بواقع (١٥) مشهد ، في حين تناولها فيلم واحد صفر بنسبة (٥.٤%) بواقع (١١)، بينما فيلم هليوبوليس تناولها بنسبة بلغت (٣.٥%) بواقع (٧) مشاهد ، و أخيراً جاءت في فيلمي الوعد والإرهابي بنسبة (١.٥%) بواقع (٣) مشاهد لكل منهما، وذلك من إجمالي قضايا حقوق المواطنة على مستوى كل فيلم.

يليها قضايا حقوق المواطنة الدينية أحتلت الترتيب الثاني لقضايا حقوق المواطنة التي وردت في الأفلام السينمائية عينة الدراسة ، اذ جاء إجمالي عدد المشاهد التي تناولت هذه القضية (١٣٩) مشهد بنسبة بلغت (٢٩.٥%) وذلك من إجمالي عدد المشاهد المرتبطة بقضايا الحقوق الأخرى ، وقد احتل فيلم حسن ومرقص النسبة الأكبر من هذه القضية بنسبة (٢٠.١%) بواقع (٢٨) مشهد ، في حين ظهرت هذه القضية بنسبة (١٩.٤%) بواقع (٢٧) مشهد في فيلم الناصر صلاح الدين ، أيضا تناول فيلم بحب السيماء هذه القضية بنسبة بلغت (١٢.٢%) بواقع (١٧) مشهد ، يليه فيلم هندي في الترتيب الرابع بنسبة بلغت (٩.٣%) بواقع (١٣) مشهد ، في حين جاء في فيلمي مافيا والوعد بنسبة (٨.٦%) بواقع (١٢) مشهد ، في حين تناولها فيلم الرهينة بنسبة (٥.٧%) بواقع (٨) مشاهد ، يليه فيلم هليوبوليس بنسبة (٣.٥%) بواقع (٥) مشاهد ، ثم

فيلم واحد صفر بنسبة (٢.٨%) بواقع (٤) مشاهد، ثم فيلمي التحويلة والارهابي جاءت بهم بنسبة (٢.١%) بواقع (٣) مشاهد لكل منهما، وذلك من جملة قضايا حقوق المواطنة التي وردت في الأفلام عينة الدراسة .

- ثم جاءت قضايا حقوق المواطنة الاجتماعية والاقتصادية في الترتيب الثالث بنسبة بلغت (١٥.٢%) بواقع (٧٢) مشهد ، اذ حصلت هذه القضية على نسبة (١٨%) بواقع (١٣) مشهد في فيلم بحب السима ، وبنسبة بلغت (١٢.٥%) بواقع (٩) مشهد في فيلمي الرهينة - واحد صفر لكل منهما ، وبنسبة (١١.١%) بواقع (٨) مشاهد في التحويلة ، في حين جاءت بنسبة (٩.٧%) بواقع (٧) مشاهد في فيلم هندي، ويليه بنسبة (٦.٩%) بواقع (٥) مشاهد في فيلمي حسن ومرقص - الكلام في الممنوع لكل منهما ، بينما فيلمي الناصر صلاح الدين و هليوبوليس حصلت على نسبة بلغت (٥.٥%) بواقع (٤) مشاهد لكل منهما ، بينما في فيلمي الارهابي والوعد حصلت على نسبة (٤.١%) بواقع (٣) مشاهد لكل منهما، وذلك من إجمالي قضايا حقوق المواطنة على مستوى كل فيلم.

- في حين جاءت قضايا الحقوق الثقافية تأتي في الترتيب الخامس لقضايا حقوق المواطنة التي تناولتها الأفلام عينة الدراسة بنسبة (٤.٦%) بواقع (٢٢) مشهد ، حيث حصلت هذه القضية على نسبة (٥٤.٥%) بواقع (١٢) مشهد في فيلم بحب السима ، وبنسبة بلغت (١٣.٦%) بواقع (٣) مشاهد في فيلم الرهينة ، وبنسبة (٩.١%) بواقع (٢) مشهد في فيلم حسن ومرقص ، في حين جاءت بنسبة (٤.٥%) بواقع (١) مشهد في أفلام (مافيا - التحويلة - فيلم هندي - واحد صفر - الإرهابي) لكل منهما ، وذلك من إجمالي قضايا حقوق المواطنة على مستوى كل فيلم، بينما اختفت هذه القضية ايضاً تماماً في باقي الأفلام عينة الدراسة.

- واخيراً احتلت قضايا الحقوق السياسية الترتيب السادس لقضايا حقوق المواطنة التي تناولتها الأفلام عينة الدراسة بنسبة (١.٩%) بواقع (٩) مشاهد من إجمالي عدد المشاهد المرتبطة بقضايا الحقوق الأخرى التي تناولتها الأفلام ، وقد جاءت

هذه القضية في فيلم (حسن ومرقص - مافيا - التحويلة) بنسبة (٢٢.٢%)
 بواقع (٢) مشهد لكل منهما ، بينما جاءت في فيلم (الكلام في الممنوع - الرهينة
 - الإرهابي) بنسبة بلغت (١١.١%) بواقع (١) مشهد ، في حين اختفت هذه
 القضية تماما في باقي الأفلام عينة الدراسة.

يتضح مما سبق أن كتاب الحوار حاولوا في كل أفلامهم تناول قضايا حقوق
 المواطنة بين المسلمين والأقباط داخل المشاهد المعروضة من منطلق أن ما يعرض
 داخل المجتمع المصري في السينما المصرية ليس بمعزل عن المجتمع الخارجي
 ،وان الهدف الاسمي للقائمين على صناعة هذه الأفلام هو التعبير عن واقع المجتمع
 المصري بكل ما ينطوي عليه من عيوب ومميزات ،كما لاحظت الباحثة أيضا أنه
 عندما يتناول الأفلام السينمائية قضية حقوق المواطنة تركز بالدرجة الأولى على
 أبرز أوجه العلاقة بين هذه القضية والرأي العام المصري ،أي الجانب الذي يتصل
 بالجمهور في هذه القضية ،في محاولة لكسب التعاطف الجماهيري للمشاهدين كما
 في فيلم حسن ومرقص - وفيلم الرهينة .

(٤- أ) توزيع قضايا حقوق المواطنة المدنية الواردة في الأفلام السينمائية عينة
 الدراسة.

جدول (٩)

تكرار ونسب حقوق المواطنة المدنية في الأفلام السينمائية عينة الدراسة

ك	%	حقوق المواطنة المدنية
٤٧	٢٣.٢	الحق في الأمان الشخصي
٤٦	٢٢.٨	حق المواطن في الحياة
٣٥	١٧.٣	الحق في الزواج
٣٢	١٥.٨	الحق في الكرامة الإنسانية وعدم إخضاعه للتعذيب والقهر
٩	٤.٥	الحق في المساواة دون تمييز
٧	٣.٥	الحق حرمة الحياة الخاصة

٣.٥	٧	الحق في الاعتراف بالحرية الكاملة للمواطن طالما لا تتعارض مع حرية الآخرين
٢.٩	٦	الحق حرية التنقل
٢.٥	٥	الحق حرية اختيار مكان إقامة
١.٥	٣	حقوق أخرى
١	٢	الحق في الملكية الخاصة
١	٢	الحق في التمتع بالجنسية
٠.٥	١	الحق في الخصوصية
١٠٠	٢٠٢	الإجمالي

• يتضح من بيانات الجدول السابق ما يأتي :-

- أن الحق في الأمان الشخصي يأتي في مقدمة حقوق المواطنة المدنية بنسبة (٢٣.٢%) بواقع (٤٧) مشهد ، وذلك من جملة المشاهد التي وردت في الأفلام عينة الدراسة ، ومن الأفلام التي تناولت هذا الحق فيلم (الناصر صلاح الدين - التحويلة - الإرهابي - الكلام في الممنوع - مافيا - فيلم هندي - بحب السيماء - الرهينة - الوعد - حسن ومرقص - هليوبوليس)، كما بلغ حق المواطن في الحياة نسبة (٢٢.٨%) بواقع (٤٦) مشهد في الترتيب الثاني لحقوق المواطنة المدنية ، وذلك من جملة المشاهد التي وردت في الأفلام عينة الدراسة ، ومن الأفلام التي تناولت هذا الحق فيلم (الناصر صلاح الدين - التحويلة - الكلام في الممنوع - مافيا - فيلم هندي - بحب السيماء - الرهينة - حسن ومرقص - الوعد - هليوبوليس - واحد صفر)، في حين جاء الحق في الزواج في الترتيب الثالث لحقوق المواطنة المدنية بنسبة (١٧.٣%) بواقع (٣٥) مشهد ، وذلك من جملة المشاهد التي وردت في الأفلام عينة الدراسة ، ومن الأفلام التي تناولت هذا الحق فيلم (الناصر صلاح الدين - التحويلة - الكلام في الممنوع - مافيا - فيلم هندي - بحب السيماء - حسن ومرقص - واحد صفر)، وقد احتل الحق في الكرامة الإنسانية وعدم إخضاعه للتعذيب والقهر الترتيب الرابع لحقوق المواطنة المدنية بنسبة (١٥.٨%) بواقع (٣٢) مشهد ، وذلك من جملة المشاهد التي وردت في الأفلام عينة الدراسة ، وقد ظهر هذا الحق في أفلام (الناصر

صلاح الدين - التحويلة - الكلام في الممنوع - مافيا - الرهينة - حسن ومرقص - واحد صفر)، في حين جاء الحق في المساواة دون تمييز في الترتيب الخامس لحقوق المواطنة المدنية بنسبة (٤.٥%) بواقع (٩) مشاهد ، وذلك من جملة المشاهد التي وردت في الأفلام عينة الدراسة، ومن الأفلام التي تناولت هذا الحق فيلم (الناصر صلاح الدين - التحويلة - الكلام في الممنوع - مافيا - بحب السيما - واحد صفر)، بينما حصلت (حرمة الحياة الخاصة- الحق في الإعراف بالحرية الكاملة للمواطن طالما لا تتعارض مع حرية الآخرين) على الترتيب السادس لحقوق المواطنة المدنية بنسبة (٣.٥%) بواقع (٧) مشاهد لكل منهما ، وذلك من جملة المشاهد التي وردت في الأفلام عينة الدراسة، ومن الأفلام التي تناولت هذا الحق فيلم (الناصر صلاح الدين - الكلام في الممنوع - مافيا - بحب السيما - الرهينة - حسن ومرقص هليوبوليس - واحد صفر).

- كما جاء حرية التنقل في الترتيب السابع لحقوق المواطنة المدنية بنسبة (٢.٩%) بواقع (٦) مشاهد ، وذلك من جملة المشاهد التي وردت في الأفلام عينة الدراسة ، وقد تناول هذا الحق في أفلام (مافيا - حسن ومرقص - الوعد - هليوبوليس - واحد صفر)، في حين جاءت حرية اختيار مكان إقامة في الترتيب الثامن لحقوق المواطنة المدنية بنسبة (٢.٥%) بواقع (٥) مشاهد ، وذلك من جملة المشاهد التي وردت في الأفلام عينة الدراسة ، ومن الأفلام التي تناولت هذا الحق فيلم (فيلم هندي - الرهينة - حسن ومرقص)، ويليه في الترتيب التاسع لحقوق المواطنة المدنية الحقوق الأخرى (الحق في الاختيار وتقرير المصير - حرية الطلاق) بنسبة (١.٥%) بواقع (٣) مشاهد ، وذلك من جملة المشاهد التي وردت في الأفلام عينة الدراسة ،وقد تناول فيلم(مافيا - بحب السيما - واحد صفر) هذه الحقوق، يليه الحق في التمتع بالجنسية والملكية الخاصة في الترتيب العاشر بنسبة بلغت (١%) بواقع مشهدين لكل منهما ، وذلك من جملة المشاهد التي وردت في الأفلام عينة الدراسة ، ومن الأفلام التي تناولت هذا الحق فيلمي (مافيا - الرهينة- حسن ومرقص - واحد

صفر)، وأخيراً الحق في الخصوصية جاء في الترتيب الحادي عشر بنسبة بلغت (٥٠%) بواقع (١) مشهد ، وذلك من جملة المشاهد التي وردت في الأفلام عينة الدراسة ، وكان هذا المشهد في فيلم هندي.

(٤- ب) توزيع حقوق المواطنة الدينية الواردة في الأفلام السينمائية عينة الدراسة.

جدول (١٠)

تكرارات ونسب حقوق المواطنة الدينية في الأفلام السينمائية عينة الدراسة

ك	%	حقوق المواطنة الدينية
٥٤	٣٨.٨	حرية ممارسة الشعائر الدينية
٤١	٢٩.٤	الحق في قبول الآخر واحترامه
٢١	١٥.١	الحق في حرية العقيدة
١١	٧.٩	الحق في احترام الأديان وعدم ازدرائها
١١	٧.٩	الحق في التنوع والتعددية
١	٠.٧	الحق في إقامة دور العبادة
١٣٩	١٠٠	الإجمالي

• يتضح من بيانات الجدول السابق ما يأتي :-

- أن حرية ممارسة الشعائر الدينية يأتي في مقدمة حقوق المواطنة الدينية بنسبة (٣٨.٨%) بواقع (٥٤) مشهد ، وذلك من جملة المشاهد التي وردت في الأفلام عينة الدراسة ، ومن الأفلام التي تناولت هذا الحق فيلم (الناصر صلاح الدين - التحويلة الإرهابي - الكلام في الممنوع - مافيا - فيلم هندي - بحب السيماء - الرهينة - حسن ومرقص - الوعد - هليوبوليس - واحد صفر)، كما بلغ الحق في قبول الآخر واحترامه نسبة (٢٩.٤%) بواقع (٤١) مشهد في الترتيب الثاني لحقوق المواطنة الدينية ، وذلك من جملة المشاهد التي وردت في الأفلام عينة الدراسة ، ومن الأفلام التي تناولت هذا الحق فيلم (الناصر صلاح الدين -

التحويلة - الإرهابي - الكلام في الممنوع - مافيا - فيلم هندي - بحب السима - الرهينة - حسن ومرقص - الوعد - هليوبوليس - واحد صفر)، في حين حرية العقيدة في الترتيب الثالث لحقوق المواطنة الدينية بنسبة (١٥.١%) بواقع (٢١) مشهد ، وذلك من جملة المشاهد التي وردت في الأفلام عينة الدراسة ، ومن الأفلام التي تناولت هذا الحق فيلم (الناصر صلاح الدين - الإرهابي - الكلام في الممنوع - مافيا - فيلم هندي - بحب السима - حسن ومرقص - الوعد - واحد صفر)، ثم احتل (الحق في احترام الأديان وعدم ازديانها - الحق في التنوع والتعددية) الترتيب الرابع لحقوق المواطنة الدينية بنسبة (٧.٩%) بواقع (١١) مشهد لكل منهما ، وذلك من جملة المشاهد التي وردت في الأفلام عينة الدراسة ، ومن الأفلام التي تناولت هذا الحق فيلم (الناصر صلاح الدين - مافيا - فيلم هندي - بحب السима - الرهينة - حسن ومرقص)، في حين جاء الحق في إقامة دور العبادة في الترتيب الخامس لحقوق المواطنة الدينية بنسبة (٠.٧%) بواقع (١) مشهد، وذلك من جملة المشاهد التي وردت في الأفلام عينة الدراسة ، وجاء ذلك في فيلم حسن ومرقص.

(٤-ج) توزيع حقوق المواطنة السياسية الواردة في الأفلام السينمائية عينة الدراسة:

جدول (١١)

تكرارات ونسب حقوق المواطنة السياسية في الأفلام السينمائية عينة الدراسة

حقوق المواطنة السياسية	ك	%
تقلد الوظائف العامة في الدولة دون تمييز	٦	٦٦.٦
الحق في التجمع السلمي	٢	٢٢.٢
الحق في الثقة السياسية	١	١١.١
الإجمالي	٩	١٠٠

• يتضح من بيانات الجدول السابق ما يأتي :-

- بلغ تقلد الوظائف العامة في الدولة دون تمييز نسبة (٦٦.٦%) بواقع (٦) مشهد في مقدمة حقوق المواطنة السياسية ، وذلك من جملة المشاهد التي وردت في الأفلام عينة الدراسة ، ومن الأفلام التي تناولت هذا الحق فيلم (الإرهابي - مافيا - بحب السياما - الرهينة - حسن ومرقص)، في حين جاء الحق في التجمع السلمي في الترتيب الثاني لحقوق المواطنة السياسية بنسبة (٢٢.٢%) بواقع (٢) مشهد ، وذلك من جملة المشاهد التي وردت في الأفلام عينة الدراسة ، كما جاء ذلك في فيلم التحويلة، ثم احتل الحق في الثقة السياسية الترتيب الثالث لحقوق المواطنة السياسية بنسبة (١١.١%) بواقع (١) مشهد لكل منهما ، وذلك من جملة المشاهد التي وردت في الأفلام عينة الدراسة وكان هذا في فيلمي الإرهابي - الكلام في الممنوع، في حين لم تحصل باقي الحقوق على اي تكرارات في الافلام عين الدراسة وكانت من هذه الحقوق (الحق في الترشح للانتخابات - عضوية الاحزاب والحق في تكوينها - المشاركة في مؤسسات الحكم القانونية والدستورية - الحق في التمثيل النيابي).

(٤-د) توزيع حقوق المواطنة الاجتماعية والاقتصادية الواردة في الأفلام السينمائية عينة الدراسة.

جدول (١٢)

تكرارات ونسب حقوق المواطنة الاجتماعية والإقتصادية في الأفلام السينمائية عينة الدراسة

حقوق المواطنة الاجتماعية و الإقتصادية	ك	%
الرفاهية الاجتماعية ومستوي معيشة أفضل	٢٤	٣٣.٤
الحق في الرعاية الصحية	٢٤	٣٣.٤
الحق في التمتع بظروف عمل عادلة	١٢	١٦.٦
الحق في الخدمات الكاملة لكل مواطن	١٠	١٣.٨
الحق في الإضراب و الاعتصام السلمي	٢	٢.٨
الإجمالي	٧٢	١٠٠

• يتضح من بيانات الجدول السابق ما يأتي :-

- جاءت الحق في (الرفاهية الاجتماعية ومستوي معيشة أفضل - الرعاية الصحية) في مقدمة حقوق المواطنة الاجتماعية الاقتصادية بنسبة (٣٣.٤%) بواقع (٢٤) مشهد لكل منهما ، وذلك من جملة المشاهد التي وردت في الأفلام عينة الدراسة ، ومن هذه الأفلام (الناصر صلاح الدين - التحويلة - الإرهابي - الكلام في الممنوع - مافيا - فيلم هندي - بحب السيمبا - الرهينة - حسن ومرقص - الوعد - هليوبوليس - واحد صفر)، في حين بلغ الحق في التمتع بظروف عمل عادلة نسبة (١٦.٦%) بواقع (١٢) مشهد في الترتيب الثاني لحقوق المواطنة الاجتماعية الاقتصادية ، وذلك من جملة المشاهد التي وردت في الأفلام عينة الدراسة ، وظهر ذلك الحق في أفلام (الإرهابي - الكلام في الممنوع - مافيا - فيلم هندي - بحب السيمبا - الرهينة - حسن ومرقص - واحد صفر)، وعلى الجانب الآخر جاء الخدمات الكاملة لكل مواطن في الترتيب الثالث لحقوق المواطنة الاجتماعية الاقتصادية بنسبة (١٣.٨%) بواقع (١٠) مشهد ، وذلك من جملة المشاهد التي وردت في الأفلام عينة الدراسة ، وقد تناولته أفلام (الناصر صلاح الدين - التحويلة - فيلم هندي - بحب السيمبا - الرهينة - هليوبوليس)، في حين احتل الحق في الإضراب و الاعتصام السلمي الترتيب الرابع لحقوق المواطنة الاجتماعية الاقتصادية بنسبة (٢.٨%) بواقع (٢) مشهد ، وذلك من جملة المشاهد التي وردت في الأفلام عينة الدراسة ، بينما تناولت هذا الحق افلام (فيلم هندي)، بينما لم يحص الحق في التنمية والحق في تكوين النقابات والجمعيات على نسبة في الافلام عينة الدراسة .

(٤-٥) توزيع حقوق المواطنة الثقافية الواردة في الأفلام السينمائية عينة

الدراسة.

جدول (١٣)

تكرارات ونسب حقوق المواطنة الثقافية في الأفلام السينمائية عينة الدراسة

ك	%	حقوق المواطنة الثقافية
٩	٤٠.٩	حرية الرأي والتعبير
٦	٢٧.٣	حرية الإبداع
٥	٢٢.٨	حرية التعلم والثقافة
١	٤.٥	المشاركة في الحياة الثقافية بشروط متكافئة
١	٤.٥	الحق في حرية الفكر والوجدان والضمير
٢٢	١٠٠	الإجمالي

• يتضح من بيانات الجدول السابق ما يأتي :-

- جاءت حرية الرأي والتعبير في مقدمة حقوق المواطنة الثقافية بنسبة (٤٠.٩%) بواقع (٩) مشهد ، وذلك من جملة المشاهد التي وردت في الأفلام عينة الدراسة ، وقد تناولت هذا الحق فيلم (التحويلة - الإرهابي - مافيا - بحب السيمما - حسن ومرقص - واحد صفر).

- بلغت حرية الإبداع نسبة (٢٧.٣%) بواقع (٦) مشهد في الترتيب الثاني لحقوق المواطنة الثقافية ، وذلك من جملة المشاهد التي وردت في الأفلام عينة الدراسة وظهر هذا الحق في فيلمي (بحب السيمما - الرهينة)، في حين جاءت حرية التعلم والثقافة في الترتيب الثالث لحقوق المواطنة الثقافية بنسبة (٢٢.٨%) بواقع (٥) مشهد ، وذلك من جملة المشاهد التي وردت في الأفلام عينة الدراسة ، وقد تناول هذا الحق فيلمي (فيلم هندي - بحب السيمما)، كما احتل الحق (المشاركة في الحياة الثقافية بشروط متكافئة - الحق في حرية الفكر والوجدان والضمير) الترتيب الرابع لحقوق المواطنة الثقافية بنسبة (٤.٥%) بواقع (١) مشهد لكل منهما ، وذلك من جملة المشاهد التي وردت في الأفلام عينة الدراسة وهذه الحقوق ظهرت في فيلمي (بحب السيمما - الرهينة).

(٤- و) توزيع حقوق المواطنة القانونية الواردة في الأفلام السينمائية عينة الدراسة.

جدول (١٤)

تكرارات ونسب حقوق المواطنة القانونية في الأفلام السينمائية عينة الدراسة

حقوق المواطنة القانونية	ك	%
تحقيق العدالة والإنصاف أمام القضاء	٢٥	٩٢.٥
الحق في المساواة أمام القضاء	٢	٧.٥
الإجمالي	٢٧	١٠٠

• يتضح من بيانات الجدول السابق ما يأتي :-

- توصلت النتائج أن تحقيق العدالة والإنصاف أمام القضاء جاءت في مقدمة حقوق المواطنة القانونية بنسبة (٩٢.٥%) بواقع (٢٥) مشهد ، وذلك من جملة المشاهد التي وردت في الأفلام عينة الدراسة ، ويتضح ذلك في (التحويلة - الكلام في الممنوع).

- يليه جاء الحق في المساواة أمام القضاء جاءت في الترتيب الثاني لحقوق المواطنة القانونية بنسبة (٥.٠%) بواقع (٢) مشهد ، وذلك من جملة المشاهد التي وردت في الأفلام عينة الدراسة ، وقد تناول هذا الحق فيلم (الكلام في الممنوع).

٥- مستوي التعمق في المعالجة والتناول لقضايا حقوق المواطنة الواردة في الأفلام السينمائية عينة الدراسة:-

أ- توزيع الأفلام طبقاً لأسلوب معالجة الأفلام عينة الدراسة للقضايا حقوق المواطنة التي تناولتها .

جدول (١٥)

تكرارات ونسب أسلوب معالجة الأفلام عينة الدراسة للقضايا حقوق المواطنة .

أسلوب المعالجة	ك	%
مباشر	١٠	٨٣.٣
يجمع بين الإثنين	٢	١٦.٧
الإجمالي	١٢	١٠٠

• يتضح من بيانات الجدول السابق ما يأتي :-

- بلغت الأفلام التي استخدمت الأسلوب المباشر في معالجة قضايا حقوق المواطنة بين المسلمين والأقباط (١٠) أفلام بنسبة بلغت (٨٣.٣%) ، من إجمالي عدد الأفلام عينة الدراسة ، وهذه الأفلام هي (الناصر صلاح الدين - التحويلة - الإرهابي -الكلام في الممنوع - مافيا - فيلم هندي - بحب السима - الرهينة - حسن ومرقص - واحد صفر) ونلاحظ أن هذه الأفلام استخدمت العبارات والألفاظ الصريحة في حوار الشخصيات التي تناولت القضية ،بينما بلغت الأفلام التي جمعت بين الأسلوبين في معالجة القضايا (٢) فيلم بنسبة بلغت (١٦.٧%) ، من إجمالي عدد الأفلام السياسية عينة الدراسة ، وهذه الأفلام هي (الوعد - هليوبوليس)،في حين لم يحصل الأسلوب الرمزي بمفرده في معالجة القضية على نسب او تكرارات فى الافلام السينمائية عينة الدراسة، وربما يرجع الامر الى حرص الكتاب والمخرجين على تناول القضية بشكل صريح لتعبئة الراي العام تجاهها، فضلاً عن مساحة الحرية المتاحة إليهم في تناول العديد من القضايا الهامة بشكل مباشر في هذا العصر،في حين لم تستخدم الأفلام السينمائية عينة الدراسة الأسلوب الرمزي في معالجة قضايا حقوق المواطنة التي تتناولها، على الرغم من أن الفيلم السينمائي من أبرز أنواع الدراما السينمائية وضوحاً في استخدام الرمز للتعبير عن الرؤية النقدية لواقع معين بدلاً من التصريح المباشر، وقد يتضح من خلال ذلك أن أغلب الأفلام السينمائية عينة الدراسة استخدمت الأسلوب المباشر في معالجة قضايا حقوق المواطنة التي تتناولها، وقد يرجع ذلك إلى الفترة الزمنية التي أنتجت فيها هذه الأفلام، والتي أتاحت إطلاق الحريات لدى صناع السينما في تناولهم لأبرز القضايا والموضوعات الهامة التي ترتبط بقضايا المجتمع المصري عن قرب دون قيود من أحد، ولذلك حرص القائمين على صناعة الأفلام السينمائية على تفهم عقلية المشاهدين، بالوصول إلى كافة القدرات التي تعكس ميول واتجاهات الجمهور، حيث أن الذي يشاهد هذه الأفلام من كافة فئات المجتمع.

- وقد اختلف هذه النتيجة مع دراسة عصام نصر سليم (١٩٨٤) (٣٣)، والتي أظهرت أن الأفلام التي قدمت خلال فترة الدراسة استخدمت الأسلوب الرمزي في المعالجة عند تعرضها لشخصيات المسؤولين بالدولة بنسبة (٣%) فقط .
- دراسة داليا المتبولي (٢٠٠٧) (٣٤)، والتي أثبتت أن أغلب الأفلام المصرية عينة الدراسة استخدمت الأسلوب الرمزي في المعالجة الشخصية السياسية بنسبة (٤٣,٤%) .
- ب- توزيع الأفلام طبقا لمدي تعرض الفيلم لجوانب القضية بالأفلام السينمائية عينة الدراسة.

جدول (١٦)

تكرارات ونسب مدي تعرض الفيلم لجوانب القضية بالأفلام السينمائية عينة الدراسة

مدي تعرض الفيلم لجوانب القضية	ك	%
عرض مظاهر القضية	٢٢١	٤٦.٩
عرض الآثار المترتبة	١٠٠	٢١.٢
عرض الأسباب والنتائج المترتبة	٨٠	١٦.٩
عرض أسباب القضية فقط	٤٥	٩.٥
عرض الأسباب والنتائج	٢٥	٥.٣
الإجمالي	٤٧١	١٠٠

• يتضح من بيانات الجدول السابق ما يأتي :-

- جاء (عرض مظاهر القضية) في مقدمة مدي تعرض الفيلم لجوانب قضية حقوق المواطنة بالأفلام السينمائية عينة الدراسة بنسبة بلغت (٤٦.٩%) بواقع تكرار (٢٢١) مشهد، وذلك من إجمالي عدد المشاهد التي تعرضت للقضية ووردت في الأفلام السينمائية عينة الدراسة، في حين جاءت (عرض الآثار المترتبة) في الترتيب الثاني لمدي تعرض الفيلم لجوانب القضية بالأفلام

السينمائية عينة الدراسة بنسبة بلغت (٢١.٢%) بواقع تكرار (١٠٠) مشهد ، وذلك من إجمالي عدد المشاهد التي تناولت حقوق المواطنة ووردت في الأفلام عينة الدراسة ، ثم احتل (عرض الأسباب والنتائج الأثار المترتبة) الترتيب الثالث لمدي تعرض الفيلم لجوانب القضية بالأفلام السينمائية عينة الدراسة بنسبة بلغت (١٦.٩%) بواقع تكرار (٨٠) مشهد ، وذلك من إجمالي المشاهد التي وردت في الأفلام عينة الدراسة يليه في الترتيب الرابع (عرض أسباب القضية فقط) لمدي تعرض الفيلم لجوانب القضية بالأفلام السينمائية عينة الدراسة بنسبة بلغت (٩.٥%) بواقع تكرار (٤٥) مشهد ، وذلك من إجمالي المشاهد التي وردت في الأفلام عينة الدراسة .

- بينما حصلت (عرض الأسباب والنتائج) على الترتيب الخامس لمدي تعرض الفيلم لجوانب القضية بالأفلام السينمائية عينة الدراسة بنسبة بلغت (٥.٣%) بواقع تكرار (٢٥) مشهد، وذلك من إجمالي المشاهد التي وردت في الأفلام عينة الدراسة.

- وقد اختلفت هذه النتيجة مع دراسة عبد الرحيم درويش (٢٠٠٢) ^(٣٤) والتي أوضحت أن جاء لكيفية معالجة القضايا الاجتماعية في الأفلام السينمائية، يأتي مجرد ذكر القضية في المرتبة الأولى بنسبة بلغت (٧٢,٣%)، يليها عرض القضية وتحليلها مع عدم طرح حلول بنسبة (١٩,٩%)، ثم عرض القضية وتحليلها مع طرح حلول بنسبة (٧,٨%).

ج- توزيع أثار انتهاك حقوق المواطنة بالأفلام السينمائية عينة الدراسة.

جدول (١٩)

تكرارات ونسب أثار انتهاك حقوق المواطنة بالأفلام السينمائية عينة الدراسة

ك	%	أثار انتهاك حقوق المواطنة بين المسلمين والأقباط
٣٢	٢٤.٤	تمزيق العلاقة الحميمة بين المصريين من الإخوة المسلمين والأقباط
٣٢	٢٤.٤	انهيار التوازن الاجتماعي واحتلال منظومة القيم المجتمعية
٣٠	٢٢.٩	ازدياد عناصر الإرهاب التي طالت المسلمين والأقباط الأبرياء

١٢.٢	١٦	احساس الأقباط بالعزلة والغربة داخل أوطانهم
٩.٩	١٣	شعور الأقباط بالخوف من الآخر واضطهاده
٣.٨	٥	التفكير في حركات هجرة واسعة المدى
٢.٢	٣	صراع أبدي بين المسلمين والأقباط يهدد الوحدة الثقافية والحضارية والوطنية
١٠٠	١٣١	الإجمالي

• يتضح من بيانات الجدول السابق ما يأتي :-

- جاء (تمزيق العلاقة الحميمة بين المصريين من الإخوة المسلمين والأقباط - انهيار التوازن الاجتماعي واحتلال منظومة القيم المجتمعية) في مقدمة آثار انتهاك حقوق المواطنة بالأفلام السينمائية عينة الدراسة بنسبة بلغت (٢٤.٤%) بواقع تكرار (٣٢) مشاهد ، وذلك من جملة المشاهد بالأفلام عينة الدراسة، ويبدو ذلك واضحاً في أفلام (التحويلة- الإرهابي - لكلام في الممنوع - فيلم هندي - الرهينة - حسن ومرقص - الوعد).
- بينما (ازدياد عناصر الإرهاب التي طالت المسلمين والأقباط الأبرياء) جاء في الترتيب الثاني لآثار انتهاك حقوق المواطنة بالأفلام السينمائية عينة الدراسة بنسبة بلغت (٢٢.٩%) بواقع تكرار (٣٠) مشاهد ، وذلك من جملة المشاهد بالأفلام عينة الدراسة، مثل فيلم (الإرهابي- الكلام في الممنوع - الرهينة)، في حين أن (احساس الأقباط بالعزلة والغربة داخل أوطانهم) جاء في الترتيب الثالث لآثار انتهاك حقوق المواطنة بالأفلام السينمائية عينة الدراسة بنسبة بلغت (١٢.٢%) بواقع تكرار (١٦) مشاهد ، وذلك من جملة المشاهد بالأفلام عينة الدراسة، ومن هذه الأفلام كان هناك (التحويلة - الكلام في الممنوع - مافيا - الرهينة - حسن ومرقص - هليوبوليس)، كما جاء (شعور الأقباط بالخوف من الآخر واضطهاده) جاء في الترتيب الرابع لآثار انتهاك حقوق المواطنة بالأفلام السينمائية عينة الدراسة بنسبة بلغت (٩.٩%) بواقع تكرار (١٣) مشاهد، وذلك من جملة المشاهد بالأفلام عينة الدراسة، وقد تناوله فيلم الناصر صلاح الدين، بينما جاءت (التفكير في حركات هجرة واسعة المدى) في الترتيب الرابع لآثار

انتهاك حقوق المواطنة بالأفلام السينمائية عينة الدراسة بنسبة بلغت (٣.٨%) بواقع تكرار (٥) مشاهد، وذلك من جملة المشاهد بالأفلام عينة الدراسة، وكانت أفلام (مافيا - الرهينة- هليوبوليس - حسن ومرقص) من الأفلام التي تناولت ذلك ضمن مشاهدتها، وشكل أخيراً (صراع أبدي بين المسلمين والأقباط يهدد الوحدة الثقافية والحضارية والوطنية) الترتيب الرابع لآثار انتهاك حقوق المواطنة بالأفلام السينمائية عينة الدراسة بنسبة بلغت (٢.٢%) بواقع تكرار (٣) مشاهد ، وذلك من جملة المشاهد بالأفلام عينة الدراسة، وظهر هذا بشكل واضح المشاهد الاخيرة من فيلم حسن ومرقص.

د- توزيع الأماكن التي تدور فيها مشاهد انتهاك حقوق المواطنة بالأفلام السينمائية عينة الدراسة.

جدول (١٩)

تكرارات ونسب الأماكن التي تدور فيها مشاهد انتهاك حقوق المواطنة بالأفلام السينمائية عينة الدراسة

الاماكن	ك	%
بيت	٢٣	١٦.٤
شارع	٢٣	١٦.٤
اماكن أخرى	٢٢	١٥.٧
معتقل سياسى	١٤	١٠
الصحراء	١٢	٨.٥
قسم بوليسي	١٠	٧.١
كنيسة	٩	٦.٤
مستشفى	٧	٥
سفارة	٥	٣.٥
مسجد	٣	٢.١
مخابرات عامة	٣	٢.١
معسكر حربي	٢	١.٤

١.٤	٢	عيادة طبية
١.٤	٢	محكمة
١.٤	٢	مطعم
٠.٧	١	امن الدولة
١٠٠	١٤٠	الإجمالي

• يتضح من بيانات الجدول السابق ما يأتي :-

- تناولت الأفلام الينمائية الاماكن التي دار فيها مشاهد الانتهاك على النحو الاتي جاء (البيت - شارع) في مقدمة الأماكن التي تدور فيها مشاهد انتهاك حقوق المواطنة بالأفلام السينمائية عينة الدراسة بنسبة بلغت (١٦.٤%) بواقع تكرار (٢٣) مشهد لكل منهما ، وذلك من جملة المشاهد بالأفلام عينة الدراسة، وظهر ذلك في أفلام (الإرهابي - الكلام في الممنوع - الرهينة - فيلم هندي - بحب السима - حسن ومرقص - الوعد - واحد صفر) أما مشاهد الانتهاك التي دارت أحداثها في الشارع تناولتها أفلام (واحد صفر- هليوبوليس- الوعد - حسن ومرقص -الرهينة- بحب السима - فيلم هندي - الإرهابي).
- يليه أماكن (أخرى) جاءت في الترتيب الثاني للأماكن التي تدور فيها مشاهد انتهاك حقوق المواطنة بالأفلام السينمائية عينة الدراسة بنسبة بلغت (١٥.٧%) بواقع تكرار (٢٢) مشهد لكل منهم ، وذلك من جملة المشاهد بالأفلام عينة الدراسة، ويبدو ذلك واضحا في أفلام التحويلة (مكتب الشئون الاجتماعية)، وفيلم الارهابي حيث دارت احداث الانتهاك في (محل للمجوهرات- كتاتيب)، وفيلم مافيا في شركة بترول، وفيلم الرهينة ظهر في مفاعل نووي - طائرة محطة مترو ، وفيلم واحد صفر والذي تناولت مشاهد الانتهاك أماكن مثل استديو تصوير - كوافير - محل ملابس.
- ثم جاء (معتقل سياسي) في الترتيب الثالث للأماكن التي تدور فيها مشاهد انتهاك حقوق المواطنة بالأفلام السينمائية عينة الدراسة بنسبة بلغت (١٠%) بواقع تكرار (١٤) مشهد ، وذلك من جملة المشاهد بالأفلام عينة الدراسة، وظهر ذلك في فيلم (التحويلة)، بينما جاءت (الصحراء) في الترتيب الرابع للأماكن

التي تدور فيها مشاهد انتهاك حقوق المواطنة بالأفلام السينمائية عينة الدراسة بنسبة بلغت (٨.٥%) بواقع تكرار (١٢) مشهد ، وذلك من جملة المشاهد بالأفلام عينة الدراسة، كما في فيلم الناصر صلاح الدين.

- **في حين تناولت الأفلام (قسم بوليسي) في الترتيب الخامس للأماكن التي** تدور فيها مشاهد انتهاك حقوق المواطنة بالأفلام السينمائية عينة الدراسة بنسبة بلغت (٧.١%) بواقع تكرار (١٠) مشاهد ، وذلك من جملة المشاهد بالأفلام عينة الدراسة، مثل فيلم التحويلة - الكلام في الممنوع - واحد صفر، وعلى هذا النحو تناولت الأفلام السينمائية عينة الدراسة (الكنيسة) في الترتيب السادس للأماكن التي تدور فيها مشاهد انتهاك حقوق المواطنة بالأفلام السينمائية عينة الدراسة بنسبة بلغت (٦.٤%) بواقع تكرار (٩) مشاهد ، وذلك من جملة المشاهد بالأفلام عينة الدراسة، وكان ذلك في أفلام (الكلام في الممنوع مافيا بحب السيما - الرهينة -حسن ومرقص - الوعد).

- **واخيراً تناولت الأفلام (أمن الدولة) ضمن الأماكن التي تدور فيها مشاهد** انتهاك حقوق المواطنة بالأفلام السينمائية عينة الدراسة بنسبة بلغت (٠.٧%) بواقع تكرار (١) مشهد ، وذلك من جملة المشاهد بالأفلام عينة الدراسة، كما في فيلم حسن ومرقص.

(٦-أ) المساحة الزمنية التي شغلتها قضية حقوق المواطنة بين المسلمين والأقباط الواردة بالأفلام السينمائية عينة الدراسة.

جدول (٢٢)

تكرارات ونسب المساحة الزمنية التي شغلتها قضايا حقوق المواطنة .

الإجمالي		مشاهد انتهاك حقوق المواطنة		مشاهد تطبيق حقوق المواطنة		المساحة الزمنية الأفلام
%	ق	%	ق	%	ق	
١٧.٨	١٤٣	١٦.٤	٥٩	١٨.٨	٨٤	الناصر صلاح الدين
١٢	٩٧	١٤.٣	٥١	١٠.٣	٤٦	حسن ومرقص
٩.٣	٧٥	٩.٥	٣٤	٩.٢	٤١	بحب السيما

٩.٣	٧٥	١٣.٦	٤٩	٥.٨	٢٦	الرهينة
٨.٧	٧٠	١٢.٢	٤٤	٥.٨	٢٦	التحويلة
٧.٧	٦٢	٧.٣	٢٦	٨	٣٦	مافيا
٧.٧	٦٢	٧.٦	٢٧	٧.٨	٣٥	الكلام في الممنوع
٧.٣	٥٩	٤.٥	١٦	٩.٦	٤٣	فيلم هندي
٥.٨	٤٧	٤.١	١٥	٧.١	٣٢	الإرهابي
٥.٧	٤٦	٦.٨	٢٤	٤.٩	٢٢	واحد صفر
٤.٢	٣٤	١.٧	٦	٦.٢	٢٨	هليوبوليس
٤.١	٣٣	١.٩	٧	٥.٨	٢٦	الوعد
١٠٠	٨٠٣	١٠٠	٣٥٨	١٠٠	٤٤٥	الإجمالي

• يتضح من بيانات الجدول السابق ما يأتي :-

- بلغ إجمالي الوقت الذي شغلته قضية حقوق المواطنة الواردة بالأفلام السينمائية المقدمة بقتوات روتانا سينما والحياة سينما وباتوراما فيلم وسيما عينة الدراسة (٨٠٣) دقيقة بنسبة بلغت (١٠٠%) وذلك من إجمالي المساحة الزمنية التي شغلها قضية حقوق المواطنة الواردة بالأفلام السينمائية عينة الدراسة.

- كما وصلت المساحة الزمنية التي شغلها المشاهد التي تناولت تطبيق حقوق المواطنة إلى (٥٥.٤%) بإجمالي وقت (٤٤٥) دقيقة، في حين وصلت المساحة الزمنية للمشاهد التي تناولت انتهاك حقوق المواطنة إلى (٤٤.٥%) بإجمالي وقت (٣٥٨) دقيقة.

- أحتل فيلم الناصر صلاح الدين المركز الأول من حيث المساحة الزمنية للمشاهد التي تناولت قضية حقوق المواطنة في الأفلام السينمائية عينة الدراسة، اذ بلغ إجمالي الوقت التي أستوحذت عليه القضية (١٤٣) دقيقة بنسبة بلغت (١٧.٨%)، وذلك من إجمالي المساحة الزمنية المخصصة للقضية بالأفلام الأخرى، وقد وزعت المساحة الزمنية لهذه القضية في مشاهد تطبيق المواطنة بمجمل وقت (٨٤) دقيقة وبنسبة بلغت (١٨.٨%)، في حين بلغت المساحة

الزمنية لمشاهد الانتهاك (٥٩) دقيقة وبنسبة (١٦.٤%) من إجمالي المساحة الزمنية للأفلام السينمائية عينة الدراسة.

- **يليه فيلم حسن ومرقص** في الترتيب الثاني من حيث المساحة الزمنية التي شغلها قضية حقوق المواطنة الواردة بالأفلام السينمائية عينة الدراسة، حيث بلغ إجمالي الوقت الذي استحوذت عليه هذه القضية (٩٧) دقيقة بنسبة بلغت (١٢%) وذلك من إجمالي المساحة الزمنية المخصصة للقضية، إذ استحوذت تطبيق حقوق المواطنة في الفيلم على مساحة زمنية تقدر بقرابة (٤٦) دقيقة وبنسبة بلغت (١٠.٣%)، في حين ان مشاهد الانتهاك قدرت بقرابة (٥١) دقيقة وبنسبة (١٤.٣%)، وذلك من إجمالي المساحة الزمنية المخصصة للقضية على مستوى كل فيلم.

- ثم جاء في الترتيب الثالث **فيلم بحب السيمبا** للقضية حقوق المواطنة الواردة بالأفلام السينمائية عينة الدراسة، بإجمالي وقت (٧٥) دقيقة، وبنسبة بلغت (٩.٣%)، حيث وزع مجمل الوقت لهذه القضية في مشاهد التطبيق (٤١) دقيقة، بنسبة بلغت (٩.٢%) **بينما مشاهد الانتهاك** بنسبة بلغت (٩.٥%) بإجمالي (٣٤) دقيقة، **وبالمثل أحتل فيلم الرهينة** نفس الترتيب حيث بلغ إجمالي الوقت الذي استحوذت عليه هذه القضية (٧٥) دقيقة بنسبة بلغت (٩.٣%)، موزعة بنسبة (٥.٨%) **بوقت** (٢٦) دقيقة للتطبيق المواطنة، وبنسبة (١٣.٦%) لمشاهد الانتهاك بإجمالي وقت (٤٩) دقيقة، وذلك من إجمالي المساحة الزمنية المخصصة للقضية على مستوى كل فيلم.

- **كما أحتل فيلم التحويلة** الترتيب الخامس من حيث المساحة الزمنية التي شغلها قضية حقوق المواطنة الواردة بالأفلام السينمائية عينة الدراسة، حيث بلغ إجمالي الوقت الذي استحوذت عليه هذه القضية (٧٠) دقيقة بنسبة بلغت (٨.٧%) وذلك من إجمالي المساحة الزمنية المخصصة للقضية، وقد وزعت المساحة الزمنية لهذه القضية في مشاهد التطبيق بنسبة (٥.٨%) بإجمالي وقت (٢٦) دقيقة، في حين مشاهد إنتهاك المواطنة بلغت نسبة (١٢.٢%) بوقت

(٤٤) دقيقة، وذلك من إجمالي المساحة الزمنية المخصصة للقضية على مستوى كل فيلم.

- في حين احتل فيلمي مافيا وكلام في الممنوع الترتيب السادس بنسبة بلغت (٧.٧%) بإجمالي وقت (٦٢) دقيقة كل منهما، وقد أقتصر المساحة الزمنية لهذه القضية في فيلم مافيا، حيث نجد أنها جاءت بنسبة (٨%) بأجمالي وقت (٣٦) دقيقة في مشاهد تطبيق المواطنة في مقابل (٢٦) دقيقة بنسبة بلغت (٧.٣%) للمساحة الزمنية المخصصة لمشاهد الانتهاك، على النحو الآخر وزعت قضية المواطنة في فيلم الكلام في الممنوع بنسبة بلغت (٧.٨%) بوقت (٣٥) دقيقة للتطبيق، بينما إنتهاك المواطنة شغلت المساحة الزمنية لها في هذا الفيلم (٢٧) دقيقة بنسبة (٧.٦%)، وذلك من إجمالي المساحة الزمنية المخصصة للقضية على مستوى كل فيلم.

- وأخيراً جاء فيلم الوعد في الترتيب الثاني عشر حيث أستحوذ الوقت المخصص للقضية على إجمالي وقت (٣٣) دقيقة بنسبة بلغت (٤.١%)، وقد وزع مجمل الوقت لهذه القضية في مشاهد تطبيق المواطنة على (٢٦) دقيقة بنسبة بلغت (٥.٨%)، بينما بلغ الوقت المخصص لمشاهد أنتهاك المواطنة (٧) دقائق بنسبة بلغت (١.٩%)، وذلك من إجمالي المساحة الزمنية المخصصة للقضية على مستوى كل فيلم.

(٦- ب) توزيع الأفلام عينة الدراسة طبقاً لعدد مشاهد تطبيق وانتهاك حقوق المواطنة.

جدول (٢٣)

تكرارات ونسب عدد المشاهد التي تناولت حقوق المواطنة وانتهاك حقوق المواطنة

الإجمالي	المشاهد التي تناولت حقوق المواطنة				المشاهد الأفلام
	مشاهد انتهاك حقوق المواطنة		مشاهد تطبيق حقوق المواطنة		
%	ك	%	ك	%	ك
١٥	٧١	٢٠.٤	٤٢	١٠.٩	٢٩

حسن ومرقص

١٢.١	٥٧	١٠.٢	٢١	١٣.٥	٣٦	بحب السيما
١١.٨	٥٦	٦.٨	١٤	١٥.٧	٤٢	الناصر صلاح الدين
١٠.١	٤٨	١١.٢	٢٣	٩.٣	٢٥	الكلام في الممنوع
٩.٥	٤٥	١٣.٦	٢٨	٦.٣	١٧	التحويلة
٩.١	٤٣	٧.٨	١٦	١٠.١	٢٧	مافيا
٨.٧	٤١	١٢.١	٢٥	٦	١٦	الرهينة
٨.٤	٤٠	٤.٨	١٠	١١.٢	٣٠	فيلم هندي
٥.٣	٢٥	٦.٣	١٣	٤.٥	١٢	واحد صفر
٣.٨	١٨	١.٩	٤	٥.٢	١٤	الوعد
٣.٣	١٦	٢.٤	٥	٤.١	١١	هليوبوليس
٢.٣	١١	١.٩	٤	٢.٦	٧	الإرهابي
١٠٠	٤٧١	١٠٠	٢٠٥	١٠٠	٢٦٦	الإجمالي

- يتضح من بيانات الجدول السابق ما يأتي :-

- وصلت نسبة المشاهد التي تناولت تطبيق حقوق المواطنة إلى (٥٦.٤%) بتكرار (٢٦٦) مشهد، كما بلغت نسبة المشاهد التي تناولت انتهاك حقوق المواطنة إلى (٤٣.٥%) بتكرار (٢٠٢) مشهد.

- جاء فيلم حسن ومرقص في المرتبة الأولى من حيث عدد المشاهد التي تناولت قضية المواطنة في الأفلام عينة الدراسة، بنسبة بلغت (١٥%) بواقع (٧١) مشهد موزعة بنسبة (١٠.٩%) بواقع (٢٩) مشهد للتطبيق حقوق المواطنة، ونسبة (٢٠.٤%) بواقع (٤٢) مشهد للمشاهد إنتهاكها ، يليه في الترتيب الثاني فيلم بحب السيما بنسبة (١٢.١%) بواقع (٥٧) مشهد، موزع بنسبة (١٣.٥%) بواقع (٣٦) مشهد للتطبيق حقوق المواطنة، ونسبة (١٠.٢%) بواقع (٢١) مشهد لإنتهاكها، يليه في الترتيب الثالث فيلم الناصر صلاح الدين اذ حصل على نسبة (١١.٨%) بتكرار (٥٦) مشهد، موزعة بنسبة (١٥.٧%) بواقع (٤٢) مشهد للتطبيق المواطنة، ونسبة (٦.٨%) بواقع (١٤) مشهد للإنتهاك، بينما جاء في الترتيب الرابع فيلم الكلام في الممنوع من حيث عدد المشاهد التي تناولت

قضية المواطنة في الأفلام السينمائية عينة الدراسة بنسبة بلغت (١٠.١%) بتكرار (٤٨) مشهد، موزعة بنسبة (٩.٣%) بواقع (٢٥) مشهد للتطبيق الحقوق، في مقابل (٢٣) مشهد بنسبة بلغت (١١.٢) للإنتهاك الحقوق، وجاء في الترتيب الخامس فيلم التحويلة من حيث عدد المشاهد التي تعرضت لجوانب القضية بنسبة (٩.٥%) بواقع (٤٥) مشهد موزعة بنسبة (٦.٣%) بواقع (١٧) مشهد للتطبيق المواطنة، في مقابل (١٣.٦%) بواقع (٢٨) مشهد للإنتهاكها، ثم فيلم مافيا في الترتيب السادس حيث بلغت عدد المشاهد التي تعرضت لجوانب قضية حقوق المواطنة التي يتناولها بنسبة (٩.١%) بواقع (٤٣)، موزعة بنسبة (١٠.١%) بواقع (٢٧) مشهد للتطبيق الحقوق في مقابل (١٦) مشهد للإنتهاك بنسبة (٧.٨%)، ثم فيلم الرهينة في الترتيب السابع بنسبة (٨.٧%) بواقع تكرار (٤١) من إجمالي عدد المشاهد المعروضة داخل الأفلام التي تناولت قضية المواطنة بين المسلمين والأقباط، موزعة بنسبة (٦%) بواقع (١٦) للتطبيق ونسبة (١٢.١%) بواقع (٢٥) مشهد إنتهاك للحقوق المواطنة، وأخيراً فيلم الإرهابي في الترتيب الثاني عشر بنسبة بلغت (٢.٣) بواقع (١١) مشهد، موزع بنسبة (٢.٦%) بواقع (٧) مشاهد للتطبيق الحقوق في مقابل (٤) مشاهد لإنتهاك حقوق المواطنة بنسبة بلغت (١.٩%)، وذلك من إجمالي عدد المشاهد التي تناولت قضية المواطنة بين المسلمين والأقباط في الأفلام السينمائية عينة الدراسة.

رابعاً- الفئات المرتبطة بالشخصية :-

(٧-ب) توزيع الأفلام طبقاً لطبيعة مهنة الشخصية في الأفلام السينمائية عينة الدراسة.

جدول (٢٨)

تكرارات ونسب مهنة الشخصية في الأفلام السينمائية عينة الدراسة .

مهنة الشخصية	ك	%
أخرى	١٩	٧٩.١
ضابط تنفيذ احكام	١	٤.١

٤.١	١	رئيس معتقل
٤.١	١	ضابط أمن دولة
٤.١	١	باحث في علم الاقليات
٤.١	١	أستاذ علم اللاهوت
١٠٠	٢٤	الإجمالي

• يتضح من بيانات الجدول السابق ما يأتي :-

- جاء ظهور شخصية بطل الفيلم في الأفلام السينمائية عينة الدراسة كشخصية أخرى في المرتبة الأولى بنسبة (٧٩.١%) بواقع تكرار (١٩) من إجمالي طبيعة الشخصية السينمائية التي ظهر بها البطل في الأفلام عينة الدراسة، وقد تمثلت هذه الأفلام هي الشخصيات في الأفلام (فيلم الناصر صلاح الدين تمثل في قائد عربي وقائد إنجتلرا - فيلم التحويلة في عامل محولجي - فيلم الإرهابي متطرف ومدير شركة - فيلم الكلام في الممنوع دكتور جراحة-وشاب بلا عمل في مافيا - وكوافير رجالي وموظف في شركة في هندي - طالب مدير مدرسة في بحب السима - وشاب بلا عمل وعالم نووي في الرهينة - عطار في فيلم حسن ومرقص- ومذيع برنامج في واحد صفر- ومهندس في فيلم الوعد)
- بينما جاء مهنة (ضابط تنفيذ احكام - رئيس معتقل - ضابط أمن دولة - باحث في علم الأقليات - أستاذ علم اللاهوت) في الترتيب الثاني لمهن الشخصيات في الأفلام السينمائية عينة الدراسة بنسبة (٤.١%) بواقع (١) تكرار لكل منهما من إجمالي الأدوار الأخرى التي قامت بها شخصيات أبطال الأفلام السينمائية عينة الدراسة، ومن هذه الأفلام (رئيس معتقل في التحويلة - ضابط تنفيذ احكام في الكلام في الممنوع - ضابط أمن دولة في مافيا - أستاذ علم اللاهوت في حسن ومرقص - باحث في علم الأقليات في هليوبوليس)
- رابعاً عشر : مقترحات الدراسة :بناء على ما خلصت إليه نتائج الدراسة توصي هذه الدراسة بما يأتي :-

- الحرص على الجرأة في تناول القضايا والمشكلات المهمة الخطيرة الموجودة داخل المجتمع المصري أو على اتصال وثيق به بصورة مباشرة لأن أدراك الفرد للواقع يتأثر بما يراه من قضايا وموضوعات التي يتم تناولها من خلال الأفلام السينمائية ومن ثم يتأثر سلوكه وتصرفاته بها ،ولذلك يجب أن تستمد موضوعات الأفلام السينمائية من واقع قضايا ومشكلات المجتمع المصري والتي تمس القاعدة العريضة من الجمهور.

- تأسيس مرصد " حقوق وواجبات المواطن " : يقوم عمل المرصد في الأساس علي محاولة نشر ثقافة المواطنة التي تعيد اعتزاز المصري بكرامته و انسانيته ، وتنمي لديه الاحساس بالمسئولية الاجتماعية عن حاضر هذا الوطن ومستقبله .

- وضع إستراتيجية إعلامية تسهم في توعية المواطنين بشكل مستمر ،ويأتي مع ذلك دور الاعلام في التوجيه المعنوي للشعب وتجميعه حول الهدف السامي حتي يصبح هدفه وحلمه وألوياته ويتحمل راضياً معاناته ويتغاضى عن المشكلات التي تستهلك الطاقات، كما يجب تنقية المناخ العام في مصر من خلال قبول الطرف الآخر وهو الأقباط ويجب أن يتكاتف أجهزة الاعلام المقروءة و المسموعة و التلفزيون من خلال مناخ عام سوي يركز علي القضية الاساسية بمصداقية شديدة وهي أن الدين لله و الوطن للجميع و البعد في أجهزة الاعلام عن التشكيك في العقيدة المسيحية عبر الاثير أو عبر الشاشات التلفزيونية.

- لاشك أن الحوار هو الحل فالحوار دليل علي ثراء الأمة الفكري وعظمتها في معالجة الاختلاف في مسائل الاجتهاد لأنه لا خلاف بين المسلمين في العبادات و الفروض، والحوار المفتوح لتوضيح سماحة الاسلام وعظمته وشموله ودعوته الي السلام و الاخاء و المحبة و التعاون علي البر والتقوي كما أنه يساعد علي التدريب علي فهم عقليات الآخرين يجعل المرء أكثر تفتحاً ، فاذا تقبل القيم الموجودة في الدين الآخر ، فإنه سيبدأ في البحث عن سبيل لأدماجها في دينه.

هوامش الدراسة:-

- (١) على شلش. النقد السينمائي في الصحافة المصرية، نشأته وتطوره، (القاهرة: الهيئة العامة للكتاب، ١٩٩٦) ص ٦٩.
- (٢) أيمن محمود الشريبي، "الدراما التاريخية في التلفزيون ودورها في نشر الوعي التاريخي"، رسالة دكتوراه، غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ١٩٩٨)، ص ٥٧.
- (٣) نسمة احمد البطريق. نصوص السينما والتلفزيون والمنهج الاجتماعي، (القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب، ١٩٩٣) ص ٨.
- (٤) محمد منير حجاب. السينما وقضايا المجتمع العربي،: رؤية تحليلية نقدية، (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠٠٩) ص ٢٤-٢٥.
- (٥) درية شرف الدين. السياسة والسينما في مصر، (القاهرة: دار الشرق، ١٩٩٢) ص ١٤.
- (٦) خالد صلاح الدين. "نموذج البطل وتحولاته في سيناريو الفيلم الروائي"، رسالة دكتوراه، غير منشورة (اكاديمية الفنون: المعهد العالي للسينما، ٢٠٠٠)، ص ١٢٨.
- (٧) طه عبد العاطي. "دراسات الإعلام وحقوق الإنسان" في: المجلة المصرية لبحوث الإعلام، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، العدد ١٦، يونيه ٢٠٠٢)، ص ٢٩٦-٢٩٧.
- (٨) عبد الرحيم درويش. "تعرض المراهقين للأفلام السينمائية والاشباع المتحققة منها"، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ١٩٩٧) ص ١٦.
- (٩) عبد المجيد شكري. الدراما المرئية، (القاهرة: العربي للنشر والتوزيع، ١٩٩٥) ص ٦.

(١٠) إبراهيم الزمر. "المادة الدرامية العربية والأجنبية في التلفزيون"، في: *مجلة الفن الإذاعي*، (إتحاد الإذاعة والتلفزيون، العدد ١٥٧، إبريل - يونيو ١٩٩٩)، ص ٨٦-٨٧.

(11) سليم نجيب. الأقباط عبر التاريخ، تقديم: مجدى خليل، ط١، (القاهرة: مطبوعات دار الخيال، ٢٠٠١) ص ٨١-٨٣.

(١٢) سليمان محمد الطماوي. *الوحدة الوطنية*، (القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب، ١٩٧٤) ص ١٧.

(١٣) محمد عمارة. *الإسلام والوحدة الوطنية*، (القاهرة: دار الهلال، ١٩٧٩) ص ٢٣.

(١٤) Lai, Chiu-han Linda. "Producing heterotopia: Traces of the cinema in the thick space of governmentality, localism and citizenship in 1934 Hong Kong", **Ph.D**, (U.SA: New York - New York University, 2006).

(١٥) Randall, Cherri. " Ethnicity and sexual citizenship: Two variables in the identity equation as represented in 21st century film", **Ph.D**, (U.SA: Arkansas - University of Arkansas, 2008).

(١٦) Marsh, Leslie Louise. " Embodying citizenship in Brazilian women's film, video, and literature, 1971 to 1988 ", **Ph.D**, (U.SA :University of Michigan, 2008).

(28) Kemp, Leah Harmon. "Cinema and Citizenship in Chilean Post-Dictatorship Film: 1990—2005", **Ph.D**, (U.SA:California - University of California, Los Angeles, 2010).

(١٨) Brennan, Susan Catherine., "- Cinematic adaptation and the problem of citizenship: Mapping women's diasporic authorship in a post-9/11 world", **Ph.D**, (U.SA: Ohio - The Ohio State University, 2010).

(١٩) خالد الحرون " مبدأ المواطنة في الفكر القومي العربي : من الفرد القومي إلى الفرد المواطن" في: **المستقبل العربي**، العدد ٢٦٤، فبراير ٢٠٠١، ص ص١٢٦-١٤٣.

(٢٠) محمد إبراهيم منصور. " مفهوم المواطنة في الخطاب القومي العربي" ، علا أبو زيد ، هبة رءوف عزت(محرران) في المواطنة المصرية ومستقبل الديمقراطية، أعمال المؤتمر السنوي السابع عشر للبحوث السياسية ٢١-٢٢ ديسمبر ٢٠٠٣ ، المجلد الأول، (القاهرة: مركز البحوث والدراسات السياسية، ٢٠٠٥).

(٢١) هبة رءوف عزت. "مفهوم المواطنة في الفكر الليبرالي"، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، ٢٠٠٧).

(٢٢) هاني خميس أحمد عبده. " أزمة المواطنة بين الدولة القومية والعولمة"، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة الاسكندرية: كلية الآداب، ٢٠٠٧).

(٢٣) أحمد عنيمي مهنأوي. " تربية المواطنة بين خصوصية الهوية وهيمنة العولمة"، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة بنها: كلية التربية، ٢٠٠٨).

(٢٤) Munoz, Linda." Attitudes toward US citizenship and civic engagement among Mexican immigrants in central Texas", **Ph.D**, (San Marcos : Texas State University . 2009).

(٢٥) محمود عزو حمدو. " جدلية العلاقة بين المواطنة والديمقراطية والتنمية في الواقع السياسي العربي المعاصر"، في: **مجلة جامعة تكريت للعلوم الانسانية**، المجلد ١٦، العدد العاشر، تشرين الأول ٢٠٠٩، ص ص٢٧٣-٢٩٤.

(٢٦) عزو محمد عبد القادر ناجي " الوحدة الوطنية في ظل حكم حزب البعث العربي الاشتراكي في العراق "، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة الدول العربية : المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم ، معهد البحوث والدراسات العربية، ٢٠٠٩).

(٢٧) وجدان فالح حسن. "المواطنة ودورها في ترصين الوحدة الوطنية في العراق"، في : مجلة دراسات إسلامية معاصرة ، العدد السادس، ٢٠١٢ ، ص ٥٤٠-٥٢٥.

(٢٨) أميرة صابر محمود، مرجع سابق، ص ٢٩٣ .
(٢٩) محمد أحمد عبود. "دور مسلسلات التلفزيون المصري في ترتيب أولويات القضايا الاجتماعية لدى المراهقين"، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة عين شمس : معهد الدراسات العليا للطفولة، ٢٠٠٨) ص ٣٦٥ .

(٣٠) ماريان ايليا تادرس ماريان ايليا زكى تادرس . " معالجة الجريمة في الأفلام السينمائية العربية المقدمة في قنوات الدراما المتخصصة وعلاقتها باتجاهات الجمهور نحو واقع الجريمة في المجتمع المصري "، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ٢٠١١)، ص ٤٦٦ .

(٣١) منى زايد سيد عويس. منى زايد عويس . "صورة المراهق في السينما المصرية وعلاقتها بمفهوم الذات لدى، رسالة ماجستير، غير منشورة ، (جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة، ٢٠٠٥)، ص ١٥٨

(٣٢) داليا إبراهيم المتبولي. مرجع سابق، ص ١٤٠.

(٣٥) عصام نصر سليم. "السينما وقدرتها على التعبير عن الأحداث السياسية في مصر"، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ١٩٨٤) ص ١٥٧.

(٣٦) داليا المتبولي. مرجع سابق، ص ١٤٦

(٣٧) عبد الرحيم درويش. "تعرض المراهقين للأفلام السينمائية والاشباع المتحققة منها"، مرجع سابق

المحور الثاني :

**دور الإعلام في محاربة
التطرف والإرهاب**

دور الاعلام في ارساء أسس التعايش السلمي في العراق

أ.د. علي حسن نيسان

كلية الاعلام / الجامعة العراقية

د. خضر عباس عطوان

العلوم السياسية- جامعة النهرين- بغداد

المخلص:

عانى العراق، بعد العام ٢٠٠٣ ، وضع غير مستقر ، سياسيا ، وامنيا ، لأسباب تتعلق بضعف الدولة، وبرز التعصب ، والعنف ، وتهدد التعايش السلمي في العراق. لقد حاولت قوى سياسية ، العمل على إرساء ثقافة التعايش السلمي، ودعمت مبادرات مثل: المصالحة الوطنية، وحكومة الوحدة الوطنية ، الا ان النجاح في تلك الجهود كان نسبيا . ومنذ العام ٢٠٠٣ ، حظى موضوع التعايش السلمي بدعم : المنظمات الدولية ، والحكومة العراقية ، وغيرها .

البحث ، يهتم بمسألة التعايش السلمي ، ويدرس فرصه ، ومعوقاته ، ويهتم بدور الاعلام، ان الاعلام ، والتعليم ، يدعم مفاهيم التعايش السلمي ، ويدعو إلى احترامها ، داخل المجتمع ، وبين الأفراد.

Abstract:

The role of mass media in laying the foundation of peaceful coexistence in Iraq

Prof Dr. Ali H.Nissan / Al-iraqiya university

Dr. Khudhher A.Atwan / Al-nahrain university

After 2003, Iraq suffered an unstable political and security situation for reasons of state weakness, intolerance, violence and the threat of peaceful coexistence in Iraq.

Political forces tried to establish a culture of peaceful coexistence and supported initiatives such as national reconciliation and the national unity government.

Since 2003, the subject of peaceful co-existence has been supported by international organizations, the Iraqi government, and others.

The research focuses on the issue of peaceful coexistence, examines its opportunities and obstacles, and focuses on the role of the media. The media and education support the concepts of peaceful coexistence and call for respecting them within society and between individuals.

المقدمة :

يثير موضوع المؤتمر الكثير من الأهمية بيننا في عالم اليوم، فالعراق اليوم يواجه مشاكلات لا حصر لها الا ان الاساس فيها هو وجود خلل في منظومة القيم والتنشئة، وهو ما دفع أغلب المدخلات التي تسهم بعملية التنشئة: الاسرة والمدرسة والاعلام والمجتمع والدولة، باتجاه اعلاء مسالة التعايش السلمي، فالدولة تتغاضى أحيانا عن أفعال تتعرض بلا مسؤولية للسلم الاهلي ، والمجتمع يتقبل احيانا بلا مسؤولية الدفع نحو انهاء التعايش السلمي عبر الخطاب الاعلامي أو القيم التي يتم تلقينها للاطفال واليا فعين، أما المدرسة فانها لا تتعرض لمسألة تعميق المنظور النقدي لمسألة الاختلاف وأصلها وأسبابها وكيفية التعامل معها انما صارت تركز منظور سياسي لمسألة جعل الاعتقادات أقرب إلى رابطة الدم منه إلى الراي الفكري. والعوائل والاسر العراقية غلب عليها التقليد في التعامل مع هذه النقاط وصارت أدوات تتلاعب بها دول الجوار والسياسيين، ووقود للحروب وأعمال العنف. في حين ان ضعف سلطة الدولة على الاعلام، ووقوع الاعلام بين كونه وسيلة للسياسيين والاحزاب، أو وسيلة بيد الدول الاجنبية ، جعله لا يكون معنيا بترسيخ اسس التعايش السلمي انما معني بتحقيق رسالة وغاية الجهة التي كونته أو دعمته، وخطابه أما ناقل لخبر بقصد الشهرة أو يسعى لتحقيق اجندات فئوية وربما عنصرية، وفي كل الاحوال فان دوره في ترسيخ مسالة التعايش السلمي أدخل المجتمع العراقي في أضعف حال.

وبناءً على ذلك، يهدف البحث إلى تسليط الضوء على الدور الذي يقوم به الاعلام في ترسيخ اسس التعايش السلمي بين العراقيين، كون التعرض السلبي للتعايش يمكن تلافيه من خلال تثقيف المجتمع بالفرق بين الدولة والمواطنة من جهة وبين السياسة والانتماءات من جهة أخرى.

ويتناول البحث مشكلة محددة مفادها: يواجه التعايش السلمي في العراق بعض الازمات ، نتيجة مجموعة عوامل مؤثرة فيه ، وهذا ما يطرح تساؤل عن العوامل التي اضعفت دور الاعلام في مواجهة تلك الازمات ، بوصفه واحد من مدخلات تعزيز التعايش السلمي .

ان هذا الموضوع يستدعينا للوقوف في مناقشة اركان ما يواجه العراق من معضلة متعلقة بالتعايش السلمي، وهو ما يطرح موضوعات شاقة عن طريق عدة تساؤلات، منها مثلا:

- هل التعايش السلمي موضوع مهم يستحق ان نصرف عليه وقتا وجهدا؟
- هل يحظى موضوع التعايش السلمي باهتمام ومن كافة المستويات ؟ أم ان الاطراف المختلفة تعمل إلى الضد منه؟
- ما دور الأكاديميون في موضوع التعايش السلمي؟
- وهل التعايش السلمي مشكلة سياسية؟ أم لها ابعاد أخرى؟ وكيف يمكن التعامل معها؟

- وما الدور الذي يمكن للاعلام ان يؤديه للتعريف بموضوع التعايش السلمي؟
اما بخصوص فرضية البحث ، فانه ينطلق من فرضية مهمة مفادها: ان الاعلام له دور في تعزيز اسس التعايش السلمي لكونه واحد من مدخلات التنشئة السياسية، وهو موضوع جد مهم في حياة العراقيين .

ولتناول هذا الموضوع ، سيتم تقسيم البحث إلى الهيكلية الآتية:

اولا: التنوع في المجتمع العراقي

ثانيا: مشكلة التعايش في العراق: مسبباتها ومظاهرها

ثالثا: امكانية التعايش السلمي: حدودها ومحدداتها

رابعا: ادوار الاعلام: التنقيف والدعم

وهو ما سنتناوله فيما يأتي :

اولا: التنوع في المجتمع العراقي

في دراستنا الاولى للعلوم السياسية، وجدناهم يعلموننا ان السياسة هي فن الممكن. وهذا الفهم للسياسة انما ينطوي على ما اقره الفهم الغربي في القرون الوسطى للميكافيلية⁽¹⁾ من فهم مادي للحياة، وان للإنسان الحق في استعمال ما يشاء للوصول إلى ما يشاء، وكانما الامر يقع بين الحيلة وعدم الاخلاق وعدم المسؤولية.

١ -استنادا إلى اطروحات ميكافيلي، القائل بان: الغاية تبرر الوسيلة المستخدمة، ضمن غطاء نفعي. ينظر: ميكافيلي، الامير، دار النشر وسنته بلا، ص٣٨.

والواقع ان الغرب نفسه قد تجاوز هذا المعنى منذ الحرب العالمية الثانية، داخل مجتمعاته، لأنه تحول إلى معنى دولة الرفاهية ، الدولة المسؤولة اجتماعيا، الا ان الغرب بقي متمسكا بالميكافيلية في تعامله مع الدول الأخرى؛ وهو امر مفهوم كون المصلحة القومية وامن الدول هي المقياس في كل تحرك سياسي (البراغماتية).

ومنذ تلك المدة عكفنا على النظر إلى السياسة من زاوية المسؤولية الاجتماعية، وقبله من زاوية المنظور الشرعي، وصحيح ان السياسة تنطوي على ذلك الشطر بالفعل، لكنها تغفل شطرا مكملا له ملائما لطبيعة مجتمعنا، الا وهو : (السياسة هي فن الممكن، في اطار الممكن)، ونكون بذلك قد اضعفنا جملة تدعو إلى اعتماد الممكن في اطار ما تسمح به النظم الضابطة للمسؤولية؛ مما موجود في مجتمعاتنا الشرقية التي تتبنى الاسلام كدين ونهج للحياة.

اما بالنسبة إلى الانتماءات فانها على نوعين: ما كان منه اثنيا أي يرجع الى اصل الدم، ومنه ما يرجع الى الدين وهو قائم على الاعتقاد أي انه لا يورث ويمكن ان يخالف الابن اباه او اخاه في الاعتقاد، وهنا نحن نحمل رؤية نعتقد ان البعض منا يغفلها أو هو غير راغب بتذكيره بها، الا وهي ان البشر كلهم لادم، وادم انزل على ارض العرب، ولغة الآخرة هي لغة العرب، فهذا يعني ان الاصل عربي للحياة، وان من ولد ادم من هجر ارض العرب إلى جوارها لظروف حدثت في عهده: متعلقة بالمعيشة أو بالصراع بين ابناء العمومة أو رغبة بالمغامرة،.. ثم هجر من احفادهم الارض الجديدة الى أخرى ابعدها لظروف حدثت في عهدهم، والحديث هنا يعود الى عدة آلاف من الاعوام يختلف المؤرخون في تقديرها، وهكذا توالى الهجرات تباعا حتى مَلأ بنو ادم الارض، وكل من هجر ارضا واستوطن غيرها كون قبيلة، نمت وكبرت (نظرية الاسرة في أصل وظهور الدولة)، ثم كونت قومية ثم أمة، وكلما انفصلت عنها مجموعة كونت هي الأخرى قبلية نمت وكبرت، ثم اصبحت القبائل تنقسم على بعضها أو هي تلد قبائل جديدة بفعل ازدياد السكان. وكل من يستوطن ارضا يدعي انها ملكه، كون الامر قائم على الاستيطان والاستعمار. ثم حدثت ظروف استدعت اختلاف الألسن بين بني ادم، واختلف المؤرخين في تفسير

الحدثين السابقين: ظهور الامم وظهور اختلاف اللغة؛ مما لا يمكن التكهن به وبالطريقة التي تمت بها.

وفي مراحل متزامنة، حدثت هجرات جديدة لاحقة للهجرات السابقة، البعض منها من الجزيرة العربية إلى الاراضي المجاورة والابعد منها، ووجد من هاجر ان هناك من سبقه، فاما اختلط به أو تصارع معه. كما حدثت هجرات معكوسة، عندما عاد بعضا من الاحفاد ادراجهم إلى الجزيرة العربية أو بالقرب منها. المهم هنا ان هناك علاقات قرابة بين كل الاقوام مهما بعدت المسافة بين الاصول والفروع. والهجرات اعلاه، اختلف المؤرخون في تفسيرها الا انها كانت من اسباب توليد الاحتقان بين بني ادم، ليس لان الارض لا تتسع لهم، ولكن الامر يقع بين: الشعور بالفخر لنسب، او لرغبة بالسيطرة،.. ونسي الجميع انهم لن يحيوا او يملكوا اكثر مما هو مقرر لهم، ونسي البعض انهم كلهم لبني ادم، وان ما اقروه لانفسهم من قومية ولغة ليست دليل تفاخر أو تمايز، فاذا ما حسبنا ان عمر الارض لا يتجاوز الـ ٣٠٠٠ الف عام، وان عمر الإنسان عليها هو اقل من ذلك بكثير ، منذ تاريخ نزول ادم عليه السلام عليها، وان الارض شهدت في سلمها (ما اقره البشر من عادات وسلوكيات) وفي حربها (الغزو والسبي واهدار الكرامة) تداخل للانساب، مما يوقع الخطأ في تقدير الاقوام والقبائل التي يتباهى البعض انه يعود اليها، وان اختلاف الالسن في عصور متاخرة انما جاء لحكمة الخالق في ادارة خلقه.

وفيما يتعلق بالعراق، فقد استوطنه الجنس السامي (نسبة الى سام بن نوح)، بمختلف اثنياته وقومياته وقبائله، ثم ما لبث ان استوطن على اجزاء منه الجنس الآري ومنه الكرد بحدود الالف الثالث قبل الميلاد، كما نزح اليه قوميات اخرى من قبيل: التركمان والارمن والزنوج والهنود وغيرهم، بحكم وجود الحضارة في هذا البلد: السومرية، والبابلية والاشورية والعربية-الاسلامية، ولهذا لا يمكن الجزم ان العراق يتالف من قومية واحدة انما هو يتالف من عدة قوميات وان كان الغالب من بينها القومية العربية.

والامر الاكثر ارباكا للحياة هو العقائد، فهي انطلقت من اساس واحد، فالنبي ادم عليه السلام نزل ومعه عقيدة التوحيد للخالق، الا ان الخلق من بعده اختلفوا في

فهم الحياة وفي فهم الكون وفي فهم الخالق، وقسم منهم بحث عن دين اجتماعي يسائر رغباته ويسمح له بفرص اكثر للتحلل من التزامات دينية، وقسم آخر اختزل الدين بأي قوة يراها، وقسم آخر تمسك بالاصل السماوي للدين^(١).

وكلما كان التعليم والوعي منخفضا وكلما كانت الحياة ذات محتوى دنيوي اكثر، كلما كنا امام عقائد من صنع البشر، اكثر منه امام عقائد سماوية أو كما يرضى عنها الخالق، لان البشر اميل إلى تحليل الحرام وتحريم الحلال منه إلى العكس، طلبا للمال والشهوة؛ وهذا الامر يدفعنا للمقارنة بما ذكره ابن خلدون في مقدمته: " كلما ازداد الجهل سادت الخرافات الدينية " ^(٢)، وهكذا وجدنا انفسنا مع عهد النبي نوح عليه السلام امام عقائد ما انزل الخالق بها من سلطان، حتى تغلبت على عقائد اقرها الخالق، الامر الذي استدعى من الخالق ابادة البشر جمعا ليقر عقيدته التي ارتضاها للبشر، وهو أمر تكرر بقاعدة شرعية باقية إلى يوم الدين ، كما ورد بقوله تعالى:

وَإِذَا أَرَدْنَا أَنْ نُهْلِكَ قَرْيَةً أَمَرْنَا مُتْرَفِيهَا فَفَسَقُوا فِيهَا فَحَقَّ عَلَيْهَا الْقَوْلُ فَدَمَّرْنَاَهَا تَدْمِيرًا ^(٣)

وخلال المدة بين عهدي النبيين نوح و ابراهيم عليهما السلام، والتي تقدر بنحو ١٢ الف سنة^(٤) ، تغيرت العقائد بين بني البشر لتتجه نحو العقائد البشرية (التي تحمل محتوى وتفسيرات بشرية) وليس السماوية، فتركها الخالق لتقدير منه، فظهرت اعتقادات وثنية مباشرة وأخرى تزواج بين الوثنية والتوحيد وأخرى موحدة، الا ان ما استقر من اعتقادات سماوية حتى ظهور النبي ابراهيم عليه السلام

١ -خضر عباس عطوان، التعايش في العراق بين العقائد والسياسة، صحيفة الزمان، طبعة بغداد، ١٥ حزيران ٢٠١٣، ص ١٥

٢ -للمقارنة انظر : عبد الرحمن بن محمد (ابن خلدون)، مقدمة ابن خلدون ، بيروت ، المكتبة العصرية ، بلا، ص ٤٦.

٣ - سورة الاسراء، الاية ١٦

٤ -النبي محمد عليه الصلاة والسلام كان في القرن الثامن الميلادي.

والنبي عيسى عليه السلام سبقه بسبعة قرون مع بدء التقويم الميلادي.

وبينه وبين النبي يعقوب قرابة اربعين قرنا. وبين الاخير وبين النبي ابراهيم عليه السلام قرابة عشرة قرون. وبين الاخير وبين النبي نوح عليه السلام قرابة عشرة الف أو اثنتا عشر الف سنة، أي ان النبي نوح عليه السلام كان قبل الميلاد بنحو ١٥٠٠٠ - ١٧٠٠٠ سنة.

كان استقرار على الحنفية، وبعد النبي ابراهيم انقسم ابناءه: اسحاق واسماعيل في السكن (النبي اسحاق في فلسطين، والنبي اسماعيل في الجزيرة العربية) وفي التعامل مع الاعتقاد السماوي، فكان احفاد اسحاق: يعقوب ويوسف عليهم السلام متجهين نحو مزاجه بين القومية العبرانية والتشريع او الاعتقاد اليهودي، ثم استقر على اليهودية مع النبي موسى عليه السلام بعد نحو ٥٠٠٠ سنة، ثم ظهرت النصرانية بين العبرانيين وغيرهم من اقوام استوطنت ارض فلسطين والشام بعد نحو ١٠٠٠ سنة منها، ثم اصطفى الخالق سبحانه الدين وتم تبليغ الاسلام كعقيدة بعد نحو ٧٠٠ سنة منها بين العرب احفاد اسماعيل عليه السلام، وبهذا فان كل الاعتقادات نزلت في ارض العرب، وكانت اليهودية والنصرانية مخصوصة للعبرانيين وبني يعقوب وهما من اقوام سام بن نوح أي انهم ابناء عمومة مع العرب، الا ان الإسلام فتح لسائر البشر كونه دين إنساني عام وليس مخصوص، كما اتجهت النصرانية الى الانفتاح على كل البشر.

وفي المقابل، كانت هناك اعتقادات كبرى بشرية يدين بها البشر، في اسيا وافريقيا وامريكا، مما لا مجال لذكره، وهي اعتقادات وثنية، فيها بقايا حس وشعور اخلاقي يستشف منها ان اصلها كان توحيدي الا ان من اطلقها اراد ان يتحرر من عبادات والتزامات دينة فرضها الخالق على بني البشر، ومع التاريخ غلبت الوثنية فيها وبقت النزعات الاخلاقية والإنسانية تشكل ومضات متناثرة فيها.

وعندما تمدد الإسلام نحو البشر المعتنقين لتلك الاعتقادات تعامل المسلمون معهم بتسامح كبير ، كما تعاملوا معهم بقوة السيف، انتهى الامر إلى تمدد الإسلام بين وسط اسيا ووسط اوروبا، ونمت حضارات إسلامية كبرى امتزج فيها اصحاب الاديان السماوية الكبرى وغيرهم ايضا، كون المسلمين لم يتجهوا إلى فرض الإسلام عليهم انما خيروهم بين: الإسلام أو الجزية (الاحتفاظ باصل اعتقادهم وتحت حماية المسلمين مقابل مبالغ من المال) أو القتال، ولولا صراعات المسلمين اللاحقة لما انهارت هذه الحضارات الكبرى. ومنها حضارة العرب في الشام وحضارتهم في بغداد وحضارتهم في الاندلس، وحضارتهم في وسط اسيا، وحضارات أخرى إسلامية في الهند والحضارة العثمانية.

وخلال التاريخ، حدث تحول في فكرة الحكم داخل الحضارات الإسلامية، بعد غياب المؤسس بوفاة الرسول عليه وعلى آله الصلاة والسلام ووفاة الصحابة عليهم رضوان الخالق، وتماس المسلمين مع الدنيوي، وزاد المسلمين غير الواعين بدينهم في ظرف زادت معه اغراءات الدنيوي وعظمة الجاه والسلطان والنفوذ، مما سمح بظهور آراء وتطبيقات مختلفة، البعض منه اجتهد في معاملات الحياة والآخر اجتهد في العبادات، إلا أن ذلك كان في العهود الأولى من تلك الحضارات مما يسمح به، ثم تطور الأمر إلى تحول الآراء التي اجتهدت إلى مقدس باضفاء صفة (حقيقة) عليها، وحتى تلك المدة التاريخية لم يكن في الأمر مما يزعج العالم الإسلامي، إلا ما كان منه أنه اضاع حضوة المسلمين في اختلافات بشأن فرعيات ليست مما أشار إليها الخالق في دين أو اعتقاد أو معاملة.

وفي تلك الأثناء رغبت بعض الأمم أو وجهاتها في الثار من الإسلام والمسلمين والعرب منهم تحديدا كونهم اضاعوا وانهاوا حضاراتهم الوثنية ونشروا بينهم الإسلام وتسيدوا عليهم، وهو ما سمح بأن تنمو التيارات الباطنية التي اتجهت إلى ضرب الإسلام من الداخل، وشرعوا في بث الفرقة.

وطالما أن السياسة تبحث عن الحكم والسلطة والقوة والمال والشهوة، وطالما أن بلاد الإسلام صارت تضم في ثناياها أمم شتى، فإن السؤال الذي تم طرحه : لمن الحكم؟، قد ثار وصار مطروحا في بلاد المسلمين، ولا يمكن أن يرجع الحكم إلى كون الصحابة تنازعوا بينهم وبين آل بيت النبوة عليهم السلام، كون كل منهم كان متصاهر ولا توجد رواية واحدة تنكر تصاهرهم ، فكيف يتصاهر الأضداد، هل هو عن خوف؟ الجواب الأكيد أنه لم يعرف عن آل النبي عليه الصلاة والسلام الخوف، إنما قبلوا الرأي ولما تولى الإمام علي الحكم لم يلعن المراحل التي قبله بل أسس عليها. بمعنى أنه طالما أن من حكم أولا اقتدى بمن قبله، عليه وعلى آله الصلاة والسلام، فإن من أتى بعدهم وضع صيغته في العصبية وتحديدا بعد انتهاء الخلافة الراشدة، فاطلق بنو أمية العصبية لهم، ثم اطلق بنو العباس العصبية لهم، ثم جاء من جاء ليطلق العصبية له؛ وكل منهم طامع بالحكم والسلطة وما تنطوي عليه من قوة ومال وشهوة؛ ولم يتوان أن يثبتت الأمة في سبيلها.

ومع مرور الزمن، كانت الآراء التي أصبحت مقدسة تمتزج بالسياسة، رغبة
أما باختكار الحكم أو بالوصول إليه، بمعنى أن الأمر يحتوي على صراع سياسي
غلف بآراء، وحتى يصبح للراي قوة غلف بما صور أنه مقدس، وهكذا وجدنا أنفسنا
أمام صراع سياسي يدعي أصحابه أنه صراع ديني، وضع في بطون الكتب وبنى
عليها أجيال وصاروا يتغذون على أبقادها وكرهها ، ووظفها السياسيون بما يخدم
بقائهم ووجودهم، وهي مما لم يقله الخالق أو لم يصبو إليها في اعتقاداته السماوية
الكبرى.

وتتبع ما جرى من اختلاف سنجد أغلبه قد توطن أرض العراق لأنها تفصل
بين ثقافات كبرى: العربية والفارسية والتركية، وأرض العراق سبق لها أن
احتضنت الوثنية ثم احتضنت اليهودية والمسيحية، ثم الإسلام (حتى عام ١٩٤٧
كانت نسبة اليهود نحو ٦.٢% من سكان العراق والمسيحيين نحو ٣.١%)،
والعراق اليوم يحتوي تعدد ديني محدود: نحو ٩٦% مسلمين (مهما كان نوع
التزامهم وقوته) ونحو ٢% مسيحيين (بطوائفهم المختلفة) ونحو ٢% تكوينات دينية
متباينة (صابئة وإيزيديين وبهائيين وغيرهم) ^(١).

أما مذهبياً فإنه يوجد في العراق تعدد مذهبي بين أصحاب الاعتقادات
الكبرى، وبضمنها بين المسلمين، ويصعب القيام بتعداد أصحاب الانتماءات العقائدية
، كون المسألة ليست وراثية إنما اعتقاد ، وهناك من يحسب على أهل الاعتقادات
عرفاً إلا أنه لا يضع وزناً لاعتقادها لعلمانيته أو لكونه لا ديني؛ وهي جماعة
أخذت تبرز في السنين الأخيرة بصورة لافتة للنظر.

ثانياً : مشكلة التعايش في العراق : مسبباتها ومظاهرها

أن ما موجود في العراق اليوم، من أحزاب وعصبية للانتماءات الأولية، لا
ينظر للسياسة إلا وفقاً للنظرة الميكافيلية التي تبرر الحكم لأجل الحكم، ولا ينظر

١ - حنا بطاطو ، العراق: التوزيع الجغرافي للمجموعات العرقية-الدينية الأساسية ، بغداد:
دراسات عراقية ، ٢٠٠٨ ، ص ٨ .
وأيضاً: عبد الله فهد النفيسي ، دور الشيعة في تطور العراق السياسي الحديث ، بيروت: مطابع
دار النهار للنشر ، ١٩٧٣ ، ص ١٦٩

بمسؤولية إلى المجتمع والدولة، فالعراق بحكم الواقع وما تعرض له من ضغط منذ العام ٢٠٠٣ لا يتقبل الا احد أمرين^(١):

١- اما الحكم وفقا لهوية وطنية واعلاء المواطنة ، ومن ثم اذابة شحنة الانفعالات والعصبية التي برزت بعد العام ٢٠٠٣، وهو ما يتطلب دولة قوية.
٢- او ان يتم التمسك بالانتماءات بصورها كافة، ومن ثم فلا مفر من الاحتماء بالفدراليات لمن لا يدين بالانتماء للقوى الماسكة بالسلطة^(٢)؛ طالما انه لا يمكن الحديث فعليا عن صور المشاركة السياسية للجميع بلا غطاء معارضة؛ فهو امر اوقع العراق في فساد واسع تحت مظلة الحماية السياسية.

اما ان يتم جمع المواطنة والفدراليات فهو امر ممكن الا ان العراق اليوم ما زال بعيد عنه بفعل عوامل داخلية وخارجية اقليمية ودولية، اما الجمع بين دولة مكونات وانتماءات وبين دولة موحدة مركزية فهو غير ممكن لان الحكومة ستضغط من اجل عدم ظهور المعارضة لهوية الانتماء الماسك الفعلي للسلطة في حين ستبقى الصراعات ترهق الدولة ككل.

ان الحكم هو فن ادارة الاختلاف وادارة الموارد وتوجيه الدولة نحو مصالحها الطبيعية: تفاعل التاريخ والجغرافيا والارادة الوطنية الجمعية، ومن يتولاه انما يجرد نفسه من ذاتيته ليحكم بالعدل الاجتماعي بين ابناء الوطن على اسس المساواة والمواطنة، اما في التعامل الخارجي فهو مسؤول عن مصالح المواطنين والوطن. وهذا الامر غاب في مدد تاريخية متعاقبة منذ ظهور العراق الحديث بعد عام ١٩٢١ سواء ككل او في اغلب جوانبه ، مما يمكننا من القول كونه الرافد لحالة عدم الاستقرار المصاحبة لتاريخ العراق الحديث.

١ -خضر عباس عطوان، التعايش في العراق بين العقائد والسياسة، صحيفة الزمان، طبعة بغداد، ١٥ حزيران ٢٠١٣، ص ١٥
٢ -ويذهب السيد علي الاديب القيادي في حزب الدعوة الاسلامي، في كتابه : (الشخصية التسلطية وعلاقتها بالهوية الاثنية)، الى ان التسلط هو الانحياز نحو الانتماء الديني او الطائفي او القومي على حساب الهوية الوطنية ، مما يؤدي الى بحثها عن يحميها ، واختناقها ان ارتمت في احضان المجموع الكلي للشعب. ينظر:
علي الاديب ، الشخصية التسلطية وعلاقتها بالهوية الاثنية ، عرض كتاب : صحيفة نبض النهرين ، العدد ١٢ ، السنة ٣ ، ٢٠١٦ ، ص ٣.

ان شعب العراق وانتمائاته : الاثنية والعقائدية فهي جميعا تعود لاصل واحد، وحتى الكرد فهم ليسوا وافدين، انما رجعوا إلى مواطن ابائهم قبل نحو ٣٠٠٠ عام في اقل تقدير، كما ان البعض منهم ليس كرديا في اصله انما عربيا كان واستكرد بفعل ظروف سياسية ألمت بالعراق ودفعتهم للهجرة إلى مناطق انتشار الكرد، اما العرب فهم قبائل شتى الا انهم جميعا وفدوا من الجزيرة العربية في مراحل متباينة لارض العراق، وسيقول من يقول ان العراق اذن من سكنه قبلهم؟، نقول انهم الاموريون الذين هجروا الجزيرة في العصر الجليدي، ومنهم خرج النبي نوح ثم ابراهيم عليهما السلام. وسكانه الاصليون سرعان ما اندمجوا بالقبائل العربية الوافدة لينتسبوا اليها في مراحل مختلفة. والاكثر منه ان من سكن ارض العراق تزواج وتعايش على مر التاريخ.

وبقي ان نشير ان ارض العراق وفدها خلال الالف عام الاخيرة عدد من الوافدين الذين اندمجوا بارضه وشعوبه، ومنهم من جاء لاجل العلم والدراسة، واخرين من اجل التجارة، واخرين من اجل العراق لذاته (من استوطن المراقد)، واخرين لكون العراق صار خيارا لهم (التركمان والارمن)، ومنهم من جاء مع محتل ولم يغادر ارض العراق: الهنود والزنوج والفرس والاتراك وغيرهم، وكثير هم من احتل العراق منذ سقوط الدولة العربية الاسلامية العباسية، وهكذا وجدنا العراق يزخر بمكوناته وانتماءاته.

اما الاعتقادات الكبرى في العراق فانها تشترك في نقطة واحدة الا وهي اسم الخالق، لكنها تبتعد عنه وعن بعضها فيما سوى ذلك، بدرجات متباينة كلما اوغلت بالسياسة، وطالما ان الاستثمار بالدين سياسيا هو تجارة رخيصة تجلب خلفها جيوش من المستعدين ان يبذلوا ذاتهم في سبيل كلمة من رجل السياسة المتدين، اذن اصبحنا امام مسألتين:

١- اتجاه الاعتقادات الفرعية منها على وجه الخصوص لان تصبح اديان شبه مستقلة لذاتها، أي كونها اتجهت نحو السياسة اكثر من اتجاهها نحو الدين؛ وكل منها اسس لدينه

٢- ان الخلط بين السياسة والدين انتهت الى التأسيس لامر خطير في الشأن العراقي الا وهو استخدام الدين لتبرير أنشطة السياسة ، حتى تحول الدين الى عامل (عنصري) تحت التسييس لا يسمح بتعايش منافسيه الافتراضيين على الارض نفسها.

ان اغلب الاعتقادات الكبرى هي التي تدور حول الإسلام كونه دين اغلبية تشكل نحو ٩٥% من العراقيين عامة سواء كانوا منتمين للإسلام فعليا كانتما و سلوك ام انهم يدينون به اسميا.

ان العراق اليوم يحتوي اعتقادات عدة رئيسة، فما محسوب منها على الإسلام هي مجموعة اعتقادات واطروحات شتى: الاثنا عشرية والاسماعيلية والشافعية والحنفية والمالكية والحنبلية، وغيرها، وكل منها ليس على رأي واحد انما هي اراء شتى في المتن، ومن قال بهذه الراء قال بها في وقتها وفي ظرفها، الا انه يجري الرجوع اليها لمحاكمة وقائع حاالية، واطر ما في الامر انه يتم النظر لتلك الراء بعد قرون عدة من طرحها على انها دين معصوم لا يقبل الاجتهاد؛ ونسبنا ان الخالق نفسه قد انكر على اليهودية ما اعطاها لها (التفضيل على البشر)، بمحكم قوله تعالى:

يَا بَنِي إِسْرَائِيلَ اذْكُرُوا نِعْمَتِيَ الَّتِي أَنْعَمْتُ عَلَيْكُمْ وَأَنِّي فَضَّلْتُكُمْ عَلَى الْعَالَمِينَ (١)

وذلك حين تقبل شرعا جديدا بين العبرانيين وغيرهم الا وهي النصرانية، ثم انكر على النصرانية انها ما ختمت به الاعتقادات السماوية فانزل شرعة الاسلام كدين نهائي بين بني آدم (خاتم الاديان).

ونقطة الخلاف في العيش المشترك ليس هذه الراء، انما هو ما ادغمت به هذه الراء في السياسة، حتى اصبحت دين سياسي يقابله سياسة دينية-اعتقادية معصومة، في اطار النظرة الميكافيلية، وكالاتي:

١- ان الحكم غير محايد، نتيجة عدم قدرة العراقيين على انتاج الحكم

المسؤول.

٢- ان رجالات الاعتقادات ليسوا دينيين، انما تحولوا إلى دنيويين بل واصبحوا سياسيين اكثر من السياسيين انفسهم؛ والاضر منه ان كل منهم احتضن مجموعة سياسية يتحكم بها ويعطيها الغطاء الشرعي لضمان بقائها في قمة الهرم الذي تخطط له؛ ولا يهم مقدار الدم الذي يسفك طمعا للمال والسلطة والشهوة.

٣- تحولت العقائد في العراق إلى انتماءات تورث، بمعنى انها لم تعد اراء مختلفة كل منها يستند إلى حجة، انما اصبحت تورث كما تورث الانساب؛ وهي معصومة لا تناقش مسألة صحة او خطأ الرواية فيها.

اما المسألة مع باقي الاعتقادات الأخرى (النصرانيين والايديين والصابئة واليهود، وغير الدينيين)، فان ما يثيرونه من اختلاف في المجتمع فانه محدود، كونهم قد تتناقص اعدادهم في ارض العراق خلال العقود الاخيرة من نحو ٣٥% من العراقيين ليصبحوا نحو ٥% أو ربما اقل منه؛ وجرّدوا من كل عناصر القوة.

أي ان الصراع الذي اثر على بعض مظاهر التعايش والتزاوج والتجاور بين العراقيين انما كان بلبس رجالات الدين ثوب السياسة، ولبس رجالات السياسة لثوب رجالات الدين، وتأسيس احزاب دينية، لم يكن لها ان تستمر الا باضفاء الطابع التمايزي قولا وسلوكا او باحداهما ، على نحو دفع العراقيون ثمنه فاتورة دم لنحو (٣ مليون انسان بريء، والاموال التي لا تعد ولا تحصى، ولمستقبل اجيال عدة، وملايين اخرى اما هاجرت العراق او نزحت داخله او فقدت فرص النمو والتطور منذ العام ٢٠٠٣، واجيال اخرى لم يتم تعليمها الا حرفة العنف بكل صورها.

ثالثا : امكانية التعايش السلمي : حدودها ومحدداتها

لقد انتبه بعض الحكماء في العراق وفي العالم الى ما ستكون عليه نتائج السياسة المتبعة في العراق، سواء كانت من القوى المحلية او من قبل القوى الاجنبية الموجودة على ارض العراق، فاندفعوا يلحون على العراقيين بان يظهروا سلوك فيه مصالحة مع واقعهم ومع وطنهم، وتاريخهم ومستقبلهم، ولجأ آخرون الى طرح فكرة اقامة حكومات الشراكة او الوحدة الوطنية كنوع معبر عن وجود المشاركة بين انتماءات الوطن، الا ان الفكرة سرعان ما فسدت كون خط الفصل بين من حكم العراق وبين القواعد الجماهيرية اتسعت يوما بعد آخر، واصبح من

يحكم لا يمثل القاعدة الجماهيرية، وجزافا حاول السياسيون ان يسحبوا الشارع والجماهير الى صراعاتهم، وكان اخر الطرح ان المصالحة في العراق هي مصالحة مجتمعية وليس سياسية، كنوع من التعبير ان الاختلاف موجود حد الاقتتال بين افراد المجتمع، وان الصراع ليس بين السياسيين فهم مجتمعين يرغبون ان يعقد المجتمع العزم على التعايش.

وبقصد تدبير امر ما تم الدعوة اليه من مصالحة وشراكة وتعايش^(١)، اسست وزارة الشؤون المصالحة الوطنية، ثم شكلت لجان وزارية واخرى برلمانية معنية بشؤون المصالحة الوطنية، الا ان المتتبع للامر يرى ان العراق يدفع فاتورة مرتفعة بشكل متدرج منذ العام ٢٠٠٣، أي ان جهد العمل الرسمي فشل، اما لعدم جديته او لخطأ في الاجراءات. وهو ما يدعونا الى تحليلها بشكل اكثر عمق.

واذا ما نظرنا إلى تأثير كل من الاعتقادات والانتماءات على التعايش السلمي في العراق، يمكن القول ان كل منهما قد دخل في لعبة السياسة، وصار كل منهما ليس انتماء ولا عقيدة لذاتها، انما صار كل منهما سياسة بذاتها، ومن يقف خلفها انما يقود بعضها من سياسييه لا لاجل انتماء أو اعتقاد انما ليكسب من سوق السياسة بعضا من حكمها أو سلطتها أو المال ، وترجع على قمة فساد لن يستطيع التاريخ محوه؛ فهو مسؤول عن اهدار الدم والاموال والتاريخ والحضارة.

ولنتذكر قول الرسول الكريم عليه وعلى آله الصلاة والسلام: (إن لكل أمة فتنة، وفتنة أمتي المال) رواه الترمذي في سننه^(٢)، ويقول عليه وعلى آله الصلاة والسلام في موضع آخر: (لا تقوم الساعة حتى يحسر الفرات عن جبل من ذهب،

١ - عبد السلام ابراهيم البغدادي، التسامح والصفح، في: واحد عمر محي الدين، و رشيد عماره ياس (اعداد)، التعايش السلمي في العراق، الواقع والمستقبل، السليمانية، مطبعة ره هه ند، ٢٠١٤، ص ١١.

٢ - قال الالباني في (السلسلة الصحيحة) ٢ / ١٤١ ، اخرج الترمذي في (٢ / ٥٤) والبخاري في (التاريخ الكبير) (٤ / ١ / ٢٢٢)، وابن حبان (٢٤٧٠) والحاكم (٤ / ٣١٨) واحمد (٤ / ١٦٠) والقضاعي في (مسند الشهاب) (ق ٨٦ / ١).

يقتل الناس عليه، فيقتل من كل مائة، تسعة وتسعون، ويقول كل رجل منهم: لعلي أكون أنا الذي أنجو) رواه حنبل بن إسحاق في كتابه الفتن بسند صحيح^(١).

اما اهدار الدم فقد وردت اشارات إلى انه سيكون هناك اهدار فيه وهدم لدور العبادة^(٢).

ومسألة أخرى مهمة، الا وهي: ان كل الاعتقادات موجودة على ارض العراق. فلماذا لم تتجه إلى الصدام فيما بينها قبل عام ٢٠٠٣؟

الجواب هو متعلق بتملك قوة دفع قوية، وهنا نحن امام القوى الاتية:

-الغرب الذي تسوده قوى اصولية تدعو إلى وجوب الافساد وكثرة الدم من

اجل اظهار المخلص: المسيح المنتظر.

-وقوى اقليمية، تؤمن بضرورة ظهورها كمركز اقليمي على حساب عراق

ضعيف.

- وقوى محلية تاترت احوال الفساد والظلم الممارس من قبل النخب الحاكمة. وبالنتيجة، دفعت القوتين الغربية والاقليمية بالعراقيين دفعا نحو التصادم، بجعل الاراء الموجودة في كتب اهل الاعتقادات بانه دين، ومتناسين ان الخالق لم يخلق العباد من اجل الظلم انما من اجل الاعمار. ولو كان الحاكم ظالما طوال ال ١٤٠٠ عاما الماضية وقول الخالق:

وَإِذَا أَرَدْنَا أَنْ نُهْلِكَ قَرْيَةً أَمَرْنَا مُتْرَفِيهَا فَفَسَقُوا فِيهَا فَحَقَّ عَلَيْهَا الْقَوْلُ فَدَمَّرْنَاَهَا
تَدْمِيرًا^(٣)

لم يقع ، فهذا وحده يكفي لبطلان الحجة، أي لو ان الظلم كان قائما ومستمرا لكان امر الخالق واقعا منذ زمنه والا عد الخالق ناكلا لكلامه جل وعلا وحاشا الخالق أصدق القائلين.

١ -رواه البخاري في صحيحه في كتاب الفتن (٨ / ١٠٠) ومسلم في كتاب (الفتن) برقم (٢٨٩٤) ورواه ابو داود برقم (٤٣١٣) والترمذي (٢٥٧٢).

٢ - محمد بن يعقوب الكليني، اصول الكافي، ١ / ٦٨.

وايضا: علي الكوراني، عصر الظهور، ص ٢٠، ص ١٩٧، ص ٢٠٦، ص ٢١١

٣ -سورة الاسراء، الاية ١٦.

هذا الدفع ، ولد فعل ورد فعل، ظهرت باتجاهات متشددة، مستفيدة من هياكل تنظيمية اقامها ونشطها الامريكان في اثناء احتلال الاتحاد السوفيتي لافغانستان، في اطار نظرية مفادها: ان بطن الاتحاد السوفيتي : اسيا الوسطى رخو، كون الاتحاد السوفيتي اعتنق الشيوعية التي فسرت اجتماعيا انها (الحاد)، في حين ان سكان وسط اسيا يعتقدون الإسلام ، وبأثارة الإسلام الذي اسهمت ظروف عدة في تجميده كدين دينامي بين مسلمي اسيا الوسطى بفعل: روسيا -غربي ، كونه إسلام يمكن ان يتزاوج مع مجالات إسلامية واسعة ، تجعله قوة تغير الموازين، فانه بعد احتلال افغانستان عام ١٩٧٨ تنشطت حركات تتحرك في ضوء تفسيرات إسلامية لبعض النصوص، وما ان تفكك الاتحاد السوفيتي حتى كان من غير الممكن ايقاف ما تم البدء به ، رغبة بتصحيح مسار الإسلام حسب رؤية تلك الحركات، منظور للإسلام من زاوية الجهاد.

وهذه الحركات نمت وتطور اساسها الفكري خلال المدة بين ١٩٩١-٢٠٠٣ ، وما ان حدث احتلال العراق حتى تدفقت لارض العراق، نكاية بالامريكان ، وبالقوى التي مسكت بالسلطة بلا مشروع دولة انما بمشروع فئوي عنصري مشتت حزيبا. وهو امر تسبب باعمال عنف ، تشكل مع اعمال قوى السلطة اهم معول اثر على التعايش السلمي في العراق.

وتقويما لوضع التعايش السلمي في العراق، يمكننا ان نقول، انه طالما ان هناك تعددية موجودة على ارض العراق عام ٢٠٠٣، وهو دليل ومؤشر على الاندماج والتعايش السلمي قياسا بما حدث بعد الاحتلال عام ٢٠٠٣ ، اذ اتجهت بعض المدن الى ان تكون نقية مذهبيا او عرقيا ، وهو ما يؤشر واحد من الاتي:

- ١- اما ان التعايش التاريخي كان خطأ تستدركه الاجيال الحالية،
- ٢- او ان الاجيال الحالية كانت قاصرة فصعد برغبة ابنائها في الانتخابات التالية لعام ٢٠٠٣ من يرفض استمرار العيش المشترك.
- ٣- او ان في الامر خدعة، وتزييف لارادة العراقيين؟

عندما اتى الاحتلال، كان الحكم، قبلها، قد عمل على تماسك كان في ظاهره موحدا لكن في باطنه كان متنافسا متصارعا ، وعندما جاء الاحتلال قسمهم إلى

اعتقادات متصارعة، لانه لم تكن سياسة التمييز بين الاعتقادات حاضرة الا بعد الاحتلال، والاحصاءات لمن تولى المسؤوليات قبل عام ٢٠٠٣ تؤكد ذلك، أي نفي ان يكون الاعتقاد حاضرا في سياسات الحكومة؛ وهناك من يحاول اخفاء هذا الامر لكون بيئة اليوم هي بيئة خصبة تدعم كل من يقول بكلام في كون الاختلاف بعد ٢٠٠٣ كان عقائديا.

ولما اتى الاحتلال لم يستطع ان يحكم الا باستحضار ارادة، تحتوي عراقيين، ليتعامل معها، وليقول للعراقيين انهم يحكموا من عراقيين مثلهم، الا ان من اتوا به ممثلا لارادة عراقية في مجلس الحكم كان لا شرعية لوجوده الا على مساحات صغيرة جدا في الشارع العراقي الذي لم يكن يعرف الانقسام الا الانقسامين: السياسي والقبلي، بفعل ممارسات الحياة السياسية السابقة للاحتلال .

وطمعا في زيادة مساحات قبول العراقيين بالسياسيين في مرحلة ما بعد العام ٢٠٠٣، فانهم اسرعوا في التفاعل مع لعبة جاءت مع الاحتلال لم تعرفها أوطأ الحضارات تخلفا في فهمها للإنسانية، الا وهي العمل على تفكيك عرى اهل الاعتقادات بوطنيتهم، والعمل على تفكيك عرى التعايش بين العراقيين، فاغدقوا الاموال على اهل الاعتقادات حتى ادغموا الاعتقاد في السياسة والحكم، ولما رأوا بعضا من قوة ومال وشهوة صاروا سياسيين اكثر ممن جلبهم الاحتلال معه؛ ودليلنا هو ان المستثمرين بالدين يضعون الدم والمال والعرض في دائرة المحرم الذي لا يطال الا بحق، الا انهم اما اجازوا سفكه أو انتهاكه أو اعرضوا عما يجري أو في اقله قالوا بالتحفظ، وكلها لها نتيجة واحدة، ان من كان دنيويا لن يفهم غير الاباحة وليس التحريم، فصار بالعراق والعراقيين ما صار من تعرض للتعايش السلمي باهدار التاريخ والتعايش والتزاوج، وتم استباحة واسعة للدم والمال والاعراض. وعليه ، لم نجد من بين اهل الاعتقادات من يحرم سفك دم مسلم أو اغتصاب ماله أو انتهاك عرضه وحرياته وكرامته ، لمن خالفهم بالاعتقاد؛ والسكوت والامتناع عن التجريم فسر بانه اباحة (وحتى من فعل باعلان التحريم فربما كان مضطرا).

اما عرى التعايش، فتم القضاء عليها في مناطق وتقليلها في مناطق أخرى^(١)
كالآتي:

١- استخدام أهل الاعتقادات، جهل الناس وبساطة تفكيرهم الديني، ورغبة
اكثرهم في التحلل من قواعد الحلال والحرام، حيث تم النظر إلى نقاط ضعفهم
(طلب حكم وسلطة، ومال وشهوة)، حتى صارت السياسة تتغلف براء يتم
تصويرها للناس انها دين.

٢- استخدام ادوات الدولة (معداتها واموالها وسلطاتها وقوتها) لزرع الفرقة،
عبر: تقسيم العراقيين حسب اعتقاداتهم وانتماءاتهم، وضرب مناطق التواجد لتلك
الاعتقادات ورموزها، مع خطاب مفرق تقسيمي وليس جامع، والمؤشرات تتصاعد
مع كل مناسبة محلية أو اقليمية، سياسية أو اعتقادية، وخلال اقل من عقد من الزمن
وجد البعض نفسه بلا حماية من دولة، فانساق وراء اهل الاعتقادات وما طرحوه
من برامج جامعة حول الانتماءات الاولية الاثنية والعقدية؛ فضاعت الطبقة
الوسطى^(٢)؛ وهذا اهم هدف حققه الاحتلال باستخدام ادوات محلية بعد العام ٢٠٠٣.
والاخطر مما تقدم، لقد ارتبط السياسيين بالخارج، كل منهم اما يدين بعرفان
لدولة وانتماء، أو يبحث عن دعم؛ وهؤلاء غير معتوب عليهم كونه نظر للسياسة
بمنظار ضيق، وخانه رؤية ان العراق يعطيه اكثر مما يعطيه الخارج له.

وان مما افسد العراق انما هو المال، فالبحت وراء المال السائب مما تدره
الثروة النفطية جعل من المستثمرين بالدين يجيشوا الشارع، ويصنعوا من يخدمهم
من سياسيين للوصول إلى كل ما من شأنه ان ينسب المال لهم. ولهذا ضاعت نحو
١٠٠٠ مليار دولار بلا أي عائد تنموي، وبفترة وجيزة بلا أي قدرة على تعقبها،
وكان المتدفق على اهل الاعتقادات ما لا يعد ولا يحصى.

١ - ان التعايش السلمي يقف الى الجانب المتضاد مع التعصب والعنف والعنصرية بمعناها العام.
ينظر: طه حميد العنبيكي، سبل تعزيز التعايش السلمي في العراق، في: واحد عمر محي الدين، و
رشيد عماره ياس (اعداد)، التعايش السلمي في العراق، الواقع والمستقبل، مصدر سبق ذكره،
ص١٤٢.

٢ - انظر للمزيد عن الطبقة الوسطى : رمزي زكي، وداعا للطبقة الوسطى ، مكتبة الاسرة،
القاهرة، ١٩٩٨.

رابعاً : دور الاعلام : التثقيف والدعم

ان التعايش السلمي يتعرض إلى الاعتداء من قبل نهج السياسات اللارشيده، والى اعتداء من قبل كل من يدعو بغير رشد لمسالة الانتماءات واعلاء الجانب المذهبي او القومي ، وهو ما يدعو إلى وقفة مسؤولة من قبل مؤسسات التنشئة الاجتماعية المتمثلة بالعائلة والمدارس والجامعات ووسائل الاعلام للقيام بدورها، وهنا تقع على وسائل الاعلام القيام بثلاثة ادوار:

الدور الاول-مخاطبة السياسيين وافهامهم ان ميدان عملهم هو التنافس الايجابي للحصول على اصوات الشعب ، وبعدها ينتقل تنافسهم إلى داخل قبة البرلمان كون العراق يتبنى النظام الجمهوري البرلماني ، وان وجودهم وتعاملهم مع المجتمع انما ينبع من معادلة مفادها ضمان: مصلحة العراق وامنه الوطني ورفاهية ابناءه، والا فانهم يتعرضون للبلد في حاضره ومستقبله بما يسيء له.

الدور الثاني-التحرك على الطلبة والمجتمع، وافهامهم ان الرابطة الوطنية هي الجامع للعراقيين، وان فكرة النقاء مذهبيا واثنيا وسياسيا لم يستطع أي سياسي ان يحققها على مر التاريخ، وان الخالق سبحانه وتعالى على لسان رسوله الكريم عليه الصلاة والسلام وعلى آله اخبر ان العراق فيه كنوز الحكمة^(١)، أي من المستحيل سحبه إلى وثنية جديدة، وان طال القهر والعنف.

الدور الثالث-التحرك اتجاه فكرة العقائد واتجاه فكرة السياسة. أي ان العقائد انما هي فكرة تتعلق بكون الإنسان يعتقد نتيجة قناعات وحجج، برأي ، وهو رأي لا يورث انما ورد وسمح له بالظهور في الإسلام حتى لا يشق على الامة، في النصوص التي تتحمل الاجتهاد ، وفيما لم يرد بشأنه نص صريح. اما السياسة فانه حسن التدبير والحكم للامة وضمان لمصالحها، وانها ليست مقدسة وانما هي برنامج

١ -كان الرسول عليه وعلى اله افضل الصلاة والسلام يدعو عند كل ركن من اركان الكعبة المشرفة ، وكان وراءه رجل عراقي يسأله : يا رسول الله وعراقنا ، ولم يرد عليه الرسول الكريم ، (وتكرر الامر ثلاث مرات) ، وبعدها نادى على الرجل وسأله أعراقي أنت ؟، فأجابه بنعم ، فقال الرسول الكريم : عندما أراد النبي إبراهيم ان يدعو على العراقيين فبعث الله له جبريل عليه السلام وقال له : قل له: يا إبراهيم ربك يقول لا تدع على أهل العراق ، وقد جعلت فيهم خزائن علمي وخزائن رحمتي ، وروى الحديث الصحابي معاذ بن جبل.

للحكم وفرض كفاية، وان الحاكم بشر عادي لا يمتلك مواهب سماوية وليس منزل من السماء.

وإذا ما استطاعت تلك المؤسسات القيام بهذه الأدوار، فإنه يتوقع (كفرض) ان يتحقق التعايش السلمي بين ابناء المجتمع الواحد.

ويصعب تصور الوصول إلى التعايش السلمي في عراق اليوم دون الوصول إلى فكرة المسؤولية:

-الحاكم مسؤول

-والموظف مسؤول

-ورجل الدين مسؤول

-والمواطن مسؤول

وان لا حرمة ولا حصانة للمنصب أو المكانة الاجتماعية امام الضرر الحاصل.

كما يصعب تصور وجود تعايش سلمي الا باحد خيارين:

١- اما احترام المواطنة، ومن ثم قبول سلطة دولة مركزية، وهو ما يطرح

تساؤل: هل يتم النظر للعراقيين جميعا بمنظور واحد؟

٢- او ان يتم اعتماد الفدرالية في حال استمر تمسك صاحب السلطة الفعلي

بكون هويته هي هوية اولية: اثنية او اعتقادية، اذ سيكون السؤال المطروح: هل من

يتمتع بالسلطة راغب وقادر على حماية من يخالفه في الاثنية او الاعتقاد؟

ان كانت الاجابة بالنفي وهي التي توجد على الساحة، حيث يوجد شبه اتفاق

على أهمية حماية واحترام التنوع والاختلاف ، لكن الواقع السياسي والاجتماعي

عكس ذلك ، وما زالت تحديات ادارة التنوع والاختلاف تشكل هاجسا يؤرق كل

المعنيين والباحثين والمهتمين بمسألة التعايش السلمي في البلاد ، ومن ثم فان من

حق من يظلم ان يدافع بحقه في تكافؤ الفرص بالعيش.

ووجود هذه القاعدة، تنفي فرصة العيش المشترك، لانه لن تدفعه الا نحو

العنف طالما ان من يقبض على الحكم لا يعترف بحق الآخر في العيش وفي تكافؤ

الفرص.

فاين يمكن ان يتدخل الاعلام هنا، والاكاديميين تحديدا، في هذا الامر. وهل يمكن ان يكون دور الاعلام دورا مختلفا عن دور السياسيين في هذا الميدان؟ لانه من البدهة ان لا يؤدي الاعلام دوره المنشود والمأمول منه في ظل السياسات الاعلامية الشمولية احادية التوجه وفي ظل الاصطفاف والتحزب كل لوجهته وكتلته : نقول اين يمكن للاعلام ان يتدخل هنا؟

هل في الطلب من أصحاب الحقوق في القنوع؟

ام في قبول تأسيس امارة اقليمية على حساب العراق والعراقيين، تدين بوثنية بشرية؟

ام ان العدل والمنطق هو الاتجاه إلى تأسيس دولة مدنية ، ترجع فيها الحقوق وتعالج المظالم، ويعاد المال المسروق للعراق، وتؤسس دولة مواطنة فيها عدل اجتماعي ومساواة وتكافؤ فرص؟

ان تحقق هذا الامر ، فان خط الشروع بان يؤسس العراقيون دولة وطنية، تقوم مؤسسات التنشئة: الدولة والمجتمع والمدرسة والاسرة والاعلام، بواجباتها في بناء العراق ، نقول تكون هذه المؤسسات قد بدأت بخطواتها الصحيحة.

أي ان وظيفة الاعلام هي:

١-التثقيف بالواقع، والاسباب، والمظاهر، وبالحلول

٢- ووظيفته هي بالتعليم بالخيارات، وعدم ترك تقديرها الى رجالات الاثنية والاعتقاد لان يحكموا العراق بخياراتهم التي غلب عليها الطابع الاثني والطائفي الذي ساد واستفحل منذ الاحتلال عام ٢٠٠٣ ، ولا يزال.

الخاتمة:

في ختام البحث ، توصلنا الى الاستنتاجات التالية:

١- ان المجتمع العراقي هو مجتمع متعدد ، قوميا ودينيا ، ظهر بشكل طبيعي نتيجة عوامل داخلية وخارجية تاريخية ، واستمر التعدد لصيق بالعراق رغم ما تعرض له من ازمات ومشكلات واحتلال على مدى تاريخه القديم والوسيط والحديث.

٢- ان ما يجمع العراقيين عبر تاريخهم هو تعايشهم السلمي ، وابلغ مظاهر التعايش السلمي هي التصاهر والتزاوج والتجاور ، عبر مختلف الحقب التاريخية.

٣- لم يشهد العراق مشكلات كبيرة في تعايش انتماءاته المختلفة ، انما شهد ازمات سياسية لم تصنف اكاديميا بوصفها مشكلات في التعايش السلمي.

٤- شهد العراق بعضا من مظاهر الازمة في التعايش السلمي بين انتماءاته المختلفة ، بعد الاحتلال عام ٢٠٠٣ ، ومسبباتها مختلفة مرتبطة بشكل كبير بالاحتلال وما احدثه من تداعيات سياسية في البلد .

٥- ان المشتركات التي تجمع العراقيين ما زالت هي اكبر من عوامل تفكيك الدولة والمجتمع ، فالتاريخ والايمان بالعراق كدولة ، وبالمستقبل ، تعد من اهم مدخلات التعايش السلمي .

٦- ان الاعلام هو احد المدخلات في عملية تنشئة الاجيال سياسيا ، ويمكنه ان يعزز حضوره في دعم اسس التعايش السلمي بين العراقيين.

لقد بينا فيما تقدم، مسألة مهمة جدا الا وهي: ان الاعلام له ادوار في التثقيف وفي التعليم وفي التنشئة السياسية ، وان ما حدث في العراق من تعرض للتعايش السلمي كان واقعة غير قابلة لان تقاس باي حدث تاريخي مضاد للحضارة والانسانية والفطرة السوية.

لقد طرح البحث موضوع ان الاعلام عليه ادوار مهمة وهي:

١- ان يتصدى للواقع ويعرفه، كجزء من مهامه التاريخية، ومن ثم يعمل على تعليم افراد المجتمع مأساوية الخيارات التي فرضها اصحاب ورجالات الدعوة الاثنية والاعتقادية، كونها حملت عصبية عنصرية اضررت بواقع وتاريخ ومستقبل العراق

٢- كما ان على الاعلام تعليم الافراد بالخيارات التي يمكن ان ينتجها استمرار النهج العنصري، والنتائج التي يمكن ان ينتهي اليه التعايش السلمي، ويترك لافراد المجتمع تقرير خيارات اما بقاء الدولة او تفكيكها.

اننا نعتقد ان الدور الاساسي والتصحيحي للاعلام وتحديد ما يخص شأن بلدنا هو في ضرورة تركيز الاعلام على قضية اساسية اثبتتها سنين العيش المشترك في العراق وهو ان التنوع والاختلاف القومي والديني والمذهبي لا يتناقض بالمطلق مع اسس التعايش المشترك ، والذي اكدت ونصت عليه جميع الشرائع السماوية ، من منطلق ان ذلك التنوع تمثل بصنع وحدة مشتركة على اساس المواطنة والهوية الوطنية ، فالانتماء القومي او الديني في اطار البلد الواحد يعني الوحدة في الهوية الوطنية والتاريخ والمصير والعادات ، وكذلك يثري هذا التنوع الثقافة والحضارة ، مما يجعل القواسم المشتركة بارزة وحاضرة في كل حين ومكان من ارض البلد .

ووظيفة الاعلام في هذا الميدان تعد من اهم الوسائل المؤثرة للتماسك واللحمة الوطنية من خلال ابراز ان التنوع وليس الخلافات هي وحدة وليست فرقة ، وهي رحمة وليست نقمة ، ودور الاعلام هو في التركيز على تعزيز اواصر الالفة والمحبة والتسامح بين ابناء البلد الواحد الذين تعد مسؤوليتهم مشتركة في تعزيز السلم الاهلي والتعايش السلمي .

وفي ختام البحث ، نطرح التوصيات التالية:

- ١- من الواجب ان تتدخل الحكومة في طرح برامج سياسية واقتصادية واجتماعية تقدم العراق كدولة في صلب موضوعها ، بما يجعل العراقيون يقدمون الهوية الوطنية والمواطنة على مسالة تقديم الانتماءات الاولية.
- ٢- ومن الواجب ايضا تجريم كل عملية تهدف الى زعزعة التعايش السلمي ، وبضمنها تجريم جرح الاخر المختلف مذهبيا او قوميا تحت عناوين سياسية هدفها الانتقاص وليس البناء والحوار.
- ٣- ويحتاج العراق ايضا ان يضغط على وسائل الاعلام المسموح لها بالعمل في العراق بان تقوم بعمليات مشتركة:
- أ- ان لا تتناول موضوعات خلافية ، او ان تنتقص من التنوع في العراق كليا او جزئيا ، ولا تتسبب بازدياد الانتماءات الموجودة
- ب- ان تضع برامج سياسية واقتصادية واجتماعية تقود الى تعزيز الوحدة الوطنية والهوية الوطنية والمواطنة ، وتؤكد ان في الاختلاف قوة وليس فرقة.

الإرهاب المعروض في الفضاءات العربية

واستراتيجية المواجهة

أ.م.د. حافظ ياسين الهيتي

قسم الاعلام / كلية الآداب / جامعة الانبار

(مستخلص)

لقد حول الإعلام الحروب والكوارث إلى حروب حية تُبث على الهواء مباشرة، وان اشكال الإرهاب المعروض في وسائل الإعلام حول العدوان والجريمة الى ممارسة شبه يومية يجري مشاهدتها من قبل الجمهور، لذا شكّل فيضان الإرهاب المعروض والمعالجة الاعلامية له في وسائل الاعلام أهمية خاصة لتناوله والتعرف على حيثياته، وتمثلت مشكلة البحث بتساؤل رئيس عن طبيعة المعالجة الإعلامية لظاهرة الإرهاب في الفضائيات العربية وسماتها، وقد هدف البحث الى وضع استراتيجيات عامة للتعاوي معها ومواجهتها، والبحث دراسة وصفية استهدف متابعة حالة معينة وتحليلها والكشف عن عناصرها المختلفة، وقد بين البحث ان وسائل الاعلام تتعامل مع الإرهاب وفق منظومة محددة من الأطر تضع الحدث الإرهابي في سياق يتناغم مع سياسة المؤسسة الإعلامية، ومعتقدات الصحفي، وخلفيات الجمهور الثقافية، وثقافة المجتمع، ومن هنا نلاحظ ان تعامل وسائل الإعلام مع الإرهاب قد تباين بحسب منظومة التأطير لكل وسيلة اعلامية، وان سياسة وسائل الاعلام مع الإرهاب ليست واضحة مما ساعد أحيانا في نشر وتعزيز الظاهرة الارهابية بدل تحجيمها.

Abstract

The Media turned wars and disasters to wars broadcasting live on the air, and the Violence & terrorism displayed in the media turned the crime and aggression to an exercise almost daily being viewed by the audience, so Flood terrorism&The nature of media treatment of the phenomenon of terrorismsupply potential is particularly important to study it, the research problem represented by major question of the The nature of media treatment of the phenomenon of terrorism and its inspects, the research target to develop a common strategy to deal with it and confront it, the research descriptive study targeted follow-up and analysis of a particular case and the disclosure of the various elements.

The research shows that the media deal with Terrorism according to a specific set of frameworks that place the terrorist event in a context that is in line with the policy of the media establishment, the journalist's beliefs, the backgrounds of the cultural public and society, mechanisms of using the media with terrorism are not clear, which sometimes helped to spread and strengthen the terrorist phenomenon instead of limiting it.

مقدمة :

وسائل الاعلام اما مؤسسات رسمية، أو حزبية، أو ربحية تصنع مادة مهمة تسهم بدرجة كبيرة في تشكيل الوعي الاجتماعي، والذاكرة الجماعية، والرأي العام، وبمقارنة بسيطة بين تعاطي الاعلام العربي والدولي مع الأحداث المختلفة يُدرك أن الحدث غير بريء بالنسبة لوسائل الإعلام، فما بالك بموضوع الإرهاب الذي تقاطعت المواقف بشأن توصيفه وتعريفه وطريقة التعامل معه من دولة لأخرى ومن وسيلة اعلامية إلى أخرى.

لقد ازدادت ظاهرة الإرهاب حدة واستفحالياً بنسق متصاعد في المدة الأخيرة وباتت وسائل الإعلام توليها مكان الصدارة في نشراتها الاخبارية، والتقارير، والبرامج الحوارية على اختلاف أصنافها وأشكالها، وبالنظر لما تنطوي عليه الظاهرة الإرهابية اليوم من مخاطر كبرى على مجتمعاتنا العربية وعلى سائر بلدان العالم فإن موضوع البحث يكتسب أهمية استثنائية لتناوله ودراسته، وقد كان لطبيعة عمل الباحث ولما تعرض له شخصياً من أذى مباشر بسبب الإرهاب تمثل باعتقاله مدة ٢٠ يوماً في سجون داعش المرعبة دور في اختيار مشكلة موضوع البحث والذي هدف إلى وضع استراتيجية من مستويين للتعاطي مع العمليات الإرهابية وظاهرة الإرهاب في الفضائيات العراقية والعربية، مما يجعل اطروحات هذا البحث مفيدة ونافعة في اقتراح معالجة اعلامية سليمة لظاهرة الارهاب، وتسد نقصاً معرفياً في هذا الميدان، وهناك مجموعة كبيرة من الدراسات الأجنبية والعربية التي تناولت موضوع الارهاب وسمات معالجته في وسائل الاعلام، فعلى صعيد الدراسات الأجنبية وجد ألتوس في بحثه المهم (عندما تتصادم المعايير) عدم استقلالية الرؤى التي تقدمها وسائل الإعلام عن الرؤى الرسمية، وخلص جريفن من تحليله للصور التي نشرتها المجلات الأمريكية للحرب على أفغانستان والعراق ان هذه التغطية المصورة كانت تروي النسخة الرسمية للأحداث، وانتهى راين في تحليله للأطر الخاصة بالحرب على الإرهاب في أكبر ١٠ صحف أمريكية إلى أن

هذه الصحف حرصت على تقديم الأطر ووجهات النظر الرسمية، وإن هذه الأطر التي وضعت فيها الحرب على الإرهاب كانت واحدة في جميع الصحف.

أما على صعيد الدراسات العربية يذكر د. محمد قيراط في دراسته (نظرية التأيير والتعاطي مع التطرف والإرهاب) أن التغطية الإعلامية للتطرف والإرهاب ليست بريئة ففي حادثة شارلي ابدو ركزت وسائل الإعلام على عملية اقتراف الجريمة من قبل الإرهابيين لكنها أهملت جوانب عدة من الحادثة ولم تضعها في سياقها الصحيح، ولم تحاول الإجابة عن أسئلة مهمة عدة، أما د. أديب خضور فيذكر بدراسته عن (الفضائيات العربية والحاجة إلى التخصص في اعلام الازمات والارهاب) إلى ضرورة فهم خصوصية ظاهرة الارهاب، والسياق العام لبروزها، والأسس الفكرية التي تقوم عليها، وأشارت د. آمال قرامي في دراستها (تغطية الاعلام العربي للحوادث الارهابية وتعاطيه مع الازمات والأعمال الإرهابية) إلى أن الممارسة الاعلامية العربية تفتقر إلى وجود التعاون والتنسيق على المستوى العربي فلا توجد تغطية ذات طابع عربي عام ومشترك لظاهرة الإرهاب، وتوصلت د. هويدا مصطفى في دراستها (مهارات عملية في التعامل مع ظاهرة التطرف والارهاب) إلى أن مفهوم الارهاب غامض بالنسبة للإعلاميين وهناك خلط لديهم في الفهم بين مفهوم الارهاب وبين القائمين على الارهاب والجماعات الارهابية، وتتميز دراستنا الحالية باقتراح استراتيجية من مستويين للتعامل مع الارهاب الأول: يتعلق بالصيغ المطلوبة لتعاطي الاعلاميين مع العمليات الإرهابية، والثاني يتعلق باستراتيجية التعامل مع ظاهرة الإرهاب بشكل عام، تضمن البحث أربعة مباحث خصص الأول لمنهجية البحث، وتناول الثاني نظرية التأيير، والثالث بيّن سمات المعالجة الاعلامية للعمليات الارهابية في الفضائيات العربية، أما الرابع فقد تضمن استراتيجية مقترحة من مستويين لتعاطي مع ظاهرة الارهاب.

المبحث الأول : منهجية البحث

أولاً: مشكلة البحث:

المشكلة تعني وجود نقص ما، أو غموض، أو استفسار يحتاج إجابة، والمشكلة غالباً ما تكون سؤال له علاقة بقضية لا يتوفر لها جواب جاهز ويحاول الباحث إيجاد هذا الجواب؟ تتمثل مشكلة البحث بالتساؤلات الآتية:

- ماهي الآليات التي تتحكم بعملية المعالجة الإعلامية والتغطيات للأحداث بشكل عام ولظاهرة الإرهاب والعمليات الإرهابية في وسائل الإعلام المختلفة؟

- ما هي سمات المعالجة الإعلامية لظاهرة الإرهاب والعمليات الإرهابية في الفضائيات العربية؟

ثانياً : أهمية البحث :

لقد ازدادت ظاهرة الإرهاب حدة واستفحاًلأ بنسق متصاعد في المدة الأخيرة ، وبالنظر لما تنطوي عليه الظاهرة الإرهابية اليوم من مخاطر كبرى على مجتمعاتنا العربية وعلى سائر بلدان العالم فإن موضوع البحث اكتسب أهمية استثنائية لتناوله ودراسته، إن تعدد وتنوع أشكال العنف والأعمال الإرهابية في وسائل الإعلام وتدققها المتواصل يجعل من التصدي لدراسته أهمية خاصة لأنه سيضيف حقائق ومعلومات مفيدة عن موضوع المعالجة الإعلامية لظاهرة الإرهاب والعمليات الإرهابية في الفضائيات المختلفة تنير بعض جوانبه المهمة، وتمهد الطريق لوضع أسس إستراتيجية إعلامية عامة وتفصيلية لمواجهة يستفيد منها محرروا الأخبار، ومديرو البرامج، ووضعوا السياسة الإعلامية للفضائيات العربية.

ثالثاً : أهداف البحث :

البحث العلمي نشاط مقصود وهادف ولا بد للباحث من أهداف يسعى لتحقيقها عن طريق بحثه، ويمكن تلخيص أهداف بحثنا بالآتي:

١. التعرف على سمات المعالجة الإعلامية لظاهرة الإرهاب والعمليات الإرهابية في الفضائيات العربية.
٢. وضع إستراتيجية عامة للمعالجة الإعلامية لظاهرة الإرهاب والعمليات الإرهابية.

رابعاً : الدراسات السابقة :

هناك مجموعة كبيرة من البحوث والدراسات الأجنبية والعربية التي تناولت موضوع الإرهاب وسمات معالجته في وسائل الإعلام المختلفة، فعلى صعيد الدراسات الأجنبية وجد أوتس في بحثه المهم (عندما تتصادم المعايير) عدم استقلالية الرؤيا لتي تقدمها وسائل الإعلام عن الرؤى الرسمية.

وخلص جرفن من تحليله للصور التي نشرتها المجلات الأمريكية للحرب على أفغانستان والعراق إن هذه التغطية كانت تروي النسخة الرسمية للأحداث.

وانته براين في تحليله للأطر الخاصة بالحرب على الإرهاب في أكبر عشرة صحف أمريكية إلى إن هذه الصحف حرصت على تقديم الأطر ووجهات النظر الرسمية، وان هذه الأطر التي وُضعت فيها الحرب على الإرهاب كانت واحدة في جميع الصحف.

على صعيد الدراسات العربية :

يذكر د.محمد قيراط في دراسته (نظرية التأطير والتعاطي مع التطرف و الإرهاب) إن التغطية الإعلامية للتطرف والإرهاب ليست بريئة ففي حادثة جريدة شارلي إبدو التي حدثت في فرنسا ركزت وسائل الإعلام على عملية اقتراف الجريمة من قبل الإرهابيين لكنها أهملت جوانب عدة من الحادثة ولم تضعها في

سياقها الصحيح، ولم تحاول الإجابة عن أسئلة مهمة عدة بهدف وضع الحدث في إطار معين لا يخرج عنه، لإيصال رسالة محددة بأن الحدث صناعة وإنتاج إسلامي بحت، فالأمر إذن يتعلق بتلاعب وتحكم منهجي من قبل وسائل الإعلام فيما يقدم للجمهور، وكيف يُقدم؟ وبالتالي وضع كل حدث في إطار معين يتمشى مع توجهات وسيلة الإعلام، والسياسة الإعلامية، واطر جمهور الوسيلة ذاتها.

وأشارت د.آم القرامي في دراستها (تغطية الإعلام العربي للحوادث الإرهابية وتعاطيه مع الأزمات والأعمال الإرهابية) إلى إن الممارسة الإعلامية العربية تفتقر إلى وجود التعاون والتنسيق على المستوى العربي فلا توجد تغطية ذات طابع عربي عام ومشترك لظاهرة الإرهاب.

وتوصلت د.هويدا مصطفى في دراستها (مهارات عملية في التعامل مع ظاهرة التطرف والإرهاب) إلى إن مفهوم الإرهاب غامض بالنسبة للإعلاميين وهناك خلط لديهم في الفهم بين مفهوم الإرهاب وبين القائمين على الإرهاب والجماعات الارهابية، ركزت الدراسات السابقة على طبيعة المعالجة الإعلامية ومدى تطابق هذه المعالجات مع القيم المهنية كالموضوعية والحيادية، ومدى تطابق او افتراق مخرجاتها مع الرؤى او الروايات الرسمية للأحداث، أما بحثنا الحالي فيتميز بعدم الاكتفاء بتتبع سمات المعالجة الإعلامية في الفضائيات العربية وانما تقديم استراتيجية مقترحة من مستويين للتعامل مع ظاهرة الارهاب الأول: يتعلق بصيغ المعالجة الإعلامية للحدث الارهابي، والثاني يتعلق بصيغ التعاطي الإعلامي المفترض مع ظاهرة الإرهاب بشكل عام.

فروض البحث :

- غياب التغطية الإعلامية ذات الطابع التفسيري التحليلي في الفضائيات العربية في أغلب الأحيان.

- تتعامل الفضائيات العربية مع الحدث الارهابي كحدث وليس كظاهرة ،فتولي اهتمامها للعمليات الارهابية أكثر من اهتمامها بالإرهاب كظاهرة لها سياقها ، وإطارها ، ومحدداتها.
- استغلال أساليب التحرير والمونتاج لإضفاء الطابع الدرامي على العمليات الإرهابية.
- غياب التخصص في تغطية العمليات الإرهابية.

خامساً : منهج البحث :

البحث من البحوث الوصفية التي تعمل على تحديد سمات الظواهر بهدف استكشافها وفهمها وتفسير جوانب الغموض فيها، فالبحث الوصفي يسعى الى جمع المعلومات والأدلة بهدف الوصول إلى تعميمات او استنبصارات بشأن المشكلة محل الدراسة بهدف الحصول على معلومات كافية عنها واستخلاص نتائج ودلالات مفيدة منها.

المبحث الثاني : تعاطي وسائل الاعلام مع الأحداث والوقائع بضوء نظرية التأطير.

أسهم عدد كبير من الباحثين في إثراء التراث الخاص بالأطر الإخبارية وميز الباحثون بين نوعين من الأطر هما:-

- أطر وسائل الإعلام، وتعني كيفية تقديم وسائل الاعلام للأخبار.
- أطر الجمهور، وتعني كيفية فهم القراء والمستمعين والمشاهدين للقصص الإخبارية وكيفية استجابتهم لها.

وتؤثر الأطر الإخبارية في آراء الجمهور عن طريق تأكيدها على قيم وحقائق واعتبارات معينة، وإبراز ارتباطها بشكل واضح بالحدث أو القضية.(1)

ومن الواضح أن مصطلح بناء الإطار مستمد من بحوث وضع الأجندة (الأولويات) (Agenda setting) التي وضع أسسها عام ١٩٦٨ الباحثان الأمريكيان ماكسويل ماكومبس و دونالد شو.^(٢)

وبالرغم من أن مفهوم التأطير يتصل بعلم النفس، إلا انه بدأ في الورد الى علم الاتصال في إطار نظريات الأثر التي عكست تحولاً من المنظور المحدود الأثر الى المنظور القوي عبر الوسيط.

ويُقصد بالتأطير اتجاه وسائل الاعلام نحو التركيز على زاوية واحدة من أي حدث وإهمال بقية الجوانب التي قد تكون أكثر أهمية من مسار ذلك الحدث.^(٣)

فالأخبار والمواد الاعلامية الأخرى ليست بريئة وليست سلعة مجردة وإنما هي منتج فكري ومعنوي تقدم للجمهور من الزاوية التي يراها الصحفي صحيحة وملائمة وتفي الغرض.

والإطار كما يرى جامسون هو ((فكرة مركزية منظمة أو خط مقصود يقدم معنى لمجموعة من الأحداث التي قد تكون متداخلة وغير مترابطة، وهو باختصار قضية مختلف عليها)).^(٤)

ويحقق الإطار أربعة وظائف هي: تحديد المشكلة، وتقديم تحليل سبب لها، واتخاذ أحكام أخلاقية فيها، والترويج لسبل حلها، ويعني بالإطار أيضا تفضيل وسائل الاعلام جانب على آخر في نزاع قائم أو محتمل.^(٥)

يرى غوفمان ان عملية التأطير هي عملية بناء محدد للتوقعات التي تراها المؤسسة الاعلامية ضرورية ليدرك الجمهور الحدث، فهي عملية مقصودة (جزء من عملية مقصودة، أو جزء من عملية صناعة) للخبر والفنون الاعلامية الأخرى يقوم بها القائم بالاتصال من أجل تقديم الحدث وفق إدراك وأحاسيس الناس وفهمهم لما يحيط بهم محليا ودولياً.

وهو ما ذهب إليه جورفيتش وليفي من أن وسائل الاعلام يجب النظر إليها كساحة لصراع الجماعات، والمؤسسات، والأيدولوجيات، والدول حول تشكيل وبناء الواقع الاجتماعي.^(٦)

وتمر عملية التأطير بمراحل عدة لتقديم المنتج الإعلامي النهائي للجمهور، تتمثل المرحلة الأولى في حكم الصحفي وتقييمه للحدث، إذ أنه يصدر أحكاماً واعية أو غير واعية، إرادية أو غير إرادية انطلاقاً من البناءات الإدراكية والمعرفية، وإطاره المرجعي، ومعتقداته وقناعاته التي تراكمت لديه عن طريق عقود من الزمن من الممارسة الاعلامية، وعن طريق تفاعله مع البيئة التي يعيش فيها.

أما المرحلة الثانية فتتمثل في وضع الحدث وفق الأطر المهنية، والقيم الخبرية، والخط العام للمؤسسة الاعلامية ونظمها الظاهرة والخفية.

أما المرحلة الثالثة فهي قراءة في الأطر الخاصة بالجمهور حيث يأخذها القائم بالاتصال بالحسبان في تأطير الحدث، أما في المرحلة الأخيرة فهي حاصل تشابك وتداخل السياسات والممارسات المهنية، وخلفية القائم بالاتصال، ونوعية الحدث وخلفياته الثقافية والسياسية والأيدولوجية، وموقعه في اهتمامات الجمهور، وبحسب رأي انتمان تتكون عملية التأطير من القائم بالاتصال، والنص، والمتلقي، والثقافة.

فالتأطير الإعلامي عملية مستمرة ومتواصلة لصناعة الواقع اليومي للجمهور وإمداده بالمعلومات الضرورية التي يحتاجها في حياته اليومية، وتسمح له عملية التأطير باكتشاف وتحديد المادة الاعلامية وتعليبها بسرعة فائقة أي تقديمها للجمهور بقلب معين.

فالمؤسسات الاعلامية منابر طبقية لقوى سياسية، واجتماعية، وثقافية، ودينية معنية باتجاهات واحتمالات التطور في المجتمع، وتعمل جاهدة من أجل التأثير في هذه الاتجاهات وجعلها تأخذ مسارات محددة تخدم مصالح هذه القوى.^(٧)

الأمر الذي يؤكد حقيقة أن كل وسيلة إعلامية تملك مشروعها وتعمل جاهدة على تنفيذ أجندتها الإعلامية، وتطبيق السياسة الإعلامية التي تتواءم وهذه الأجندة التي انطلقت لأجلها الوسيلة.

يترتب على ذلك حقيقة أن كل مؤسسة إعلامية تتأثر في تغطيتها الإخبارية بمنطلقات وأسس واستراتيجيات مشروعها الذي حددته القوى التي تملك هذه الوسيلة وتوجهها.^(٨)

وقد وجد علماء الاتصال أن مصطلح التأطير مفيد في بحث تغطية وسائل الاعلام للأخبار، فمفهوم التأطير الإعلامي يقدم نموذجاً جديداً لدراسة الموضوعية والتحيز في وسائل الاعلام.^(٩)

فمجرد أن يبدأ الباحث التفكير في التغطية من جانب التأطير فإن المفهوم القديم للتحيز يبدو بشكل ما ضيقاً جداً.

وربما يكون لمصطلح التأطير مزايا أخرى الى جانب اسماح بإجراء تحليلات أكثر تعقيداً للتغطية الاخبارية، فالتأطير يفيدنا في فهم كيفية تعامل الناس مع الأخبار.

وقد أوضح ديفلير وروكيتش العلاقة بين الواقع الاجتماعي، والمعرفة، والسلوك، والنظام الاجتماعي حين قال (ان طبيعة الواقع الاجتماعي أما أن يكون واقع نعيشه بالفعل، او أنه صورة ذهنية مكونة في ذهن المجتمع عن طريق الاتصال الشخصي، او وسائل الاعلام، وإن التفسيرات للواقع المدرك تتحكم فيها الخصائص الشخصية والاجتماعية).^(١٠)

فبالنسبة الى الاعلام الدولي كانت حادثة شارلي إبدو جريمة إرهابية قام بها مسلمون ويجب تغطيتها بإسهاب لكن في إطار محدد وهو ربط الجريمة بالإرهاب ووفق ظاهرة الاسلام وفوبيا، والتخويف والترهيب من كل ما هو إسلام، كما لا ينبغي الكلام عن وفاة شرطي عربي مسلم من أصول جزائرية في الحادثة نفسها، وكذلك وفاة صحافي من أصل جزائري وهو عربي مسلم يعمل في الجريدة نفسها،

كما تجدر الإشارة هنا أن الاعلام الدولي أهمل تماماً أن الذين قاموا بالجريمة هم مواطنون فرنسيون من إنتاج المجتمع الفرنسي وهم ضحايا التهميش، والبطالة، والعنصرية، والتمييز.

من جهة أخرى تناسى وتجاهل الاعلام الدولي تماماً خلايا الإرهاب المتواجدة في الدول الأوروبية وتجاهل خمسة آلاف شاب أوروبي التحقوا بصفوف داعش والقاعدة منهم ١٣٠٠ شاب فرنسي.

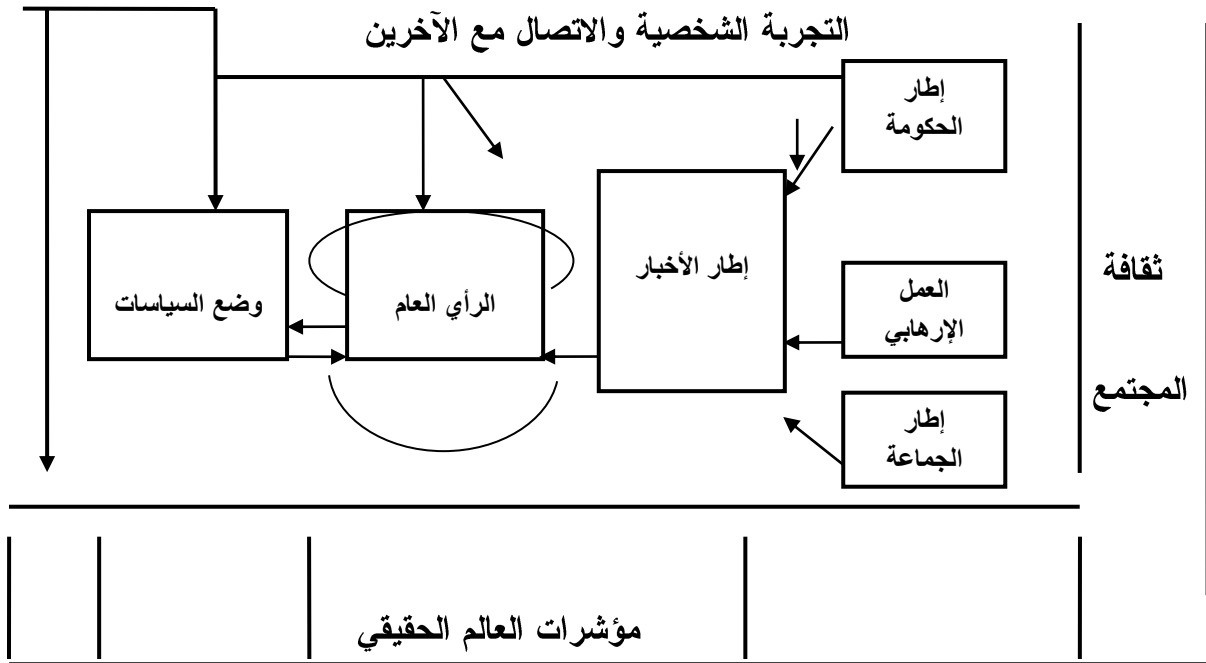
فالأمر إذن يتعلق بتلاعب وتحكم منهجي فيما يقدم للجمهور وكيف يُقدم؟ ومتى يُقدم؟ فقبل أكثر من ٩٠ سنة كتب والتر ليبمان (إن وسائل الاعلام تحدد لنا ما نراه من حولنا، فالواقع ليس كما هو بل كما تراه هي وتحدده).^(١١)

أما الحادثة التي وقعت بمنطقة كارولينا الشمالية والتي قتل فيها ثلاثة مسلمين مرت مرور الكرام ولم تُعطى لها أية أهمية من قبل معظم وسائل الاعلام العالمية والغربية، فماذا لو أن مسلماً قتل ثلاثة أشخاص غير مسلمين، هل سيكون هناك مثل هذا التجاهل، واستغراب كثير من المراقبين من وصف القاتل بـ (المختل عقلياً) وليس الإرهابي، فهو تمييز فاضح بين المسلمين وغير المسلمين لما يتعلق الأمر بالإرهاب، وذكر البعض بحادثة الإرهابي النرويجي (اندريس بريفيك) الذي رغم قتله أكثر من ٧٠ شخصاً تنديداً بارتفاع عدد المسلمين في النرويج لم تُطلق عليه أبداً صفة إرهابي.^(١٢)

ان عملية التأطير لعمل إرهابي تبدأ بثقافة المجتمع ونظرتة للإرهاب، وهنا نلاحظ بصمة الحكومة أو الإطار الذي تحدده الحكومة عن طريق مواقفها وبياناتها وتصريحات كبار السياسيين والمسؤولين فيها، من جهة أخرى هناك جماعات مختلفة في المجتمع المدني قد تؤثر في صناعة الأطر التي تتبناها وتعتمدها وسائل الاعلام، فإطار الإخبار إذن يتشكل من خلال ثقافة المجتمع، زائداً الإطار الذي تشكله الحكومة حول الحدث الإرهابي، زائداً المنظمات الفاعلة في المجتمع، وإن تأثيرها يكون محدداً في غالب الأحيان،

فالإطار الذي تتبناه وسائل الاعلام في تغطية الحدث الإرهابي يشكل الرأي العام، فضلا عن التجربة الشخصية للفرد وتواصله مع الآخرين ومؤشرات العالم الحقيقي.

شكل رقم (١) نموذج عملية التأطير لحدث إرهابي



المبحث الثالث : سمات المعالجة الإعلامية لظاهرة الإرهاب في الفضائيات العربية

اعتمادا على المتابعة المستمرة مع الملاحظة العلمية للفضائيات العراقية والعربية، والاطلاع على البحوث التي تناولت التعاطي الإعلامي والتغطيات الاعلامية لظاهرة الارهاب والعمليات الإرهابية في الفضائيات العربية والعراقية نجد ان المعالجة الإعلامية لظاهرة الإرهاب اتسمت بالآتي:-

- الصراعات الساخنة المحلية، والإقليمية، والدولية نقلت المحطات الفضائية العربية من مملكة الاعلام الى مملكة السياسة، ونقلت بالتالي خطابها من مملكة الاعلام الى مملكة العلاقات العامة، والدعاية السياسية، فلم تكن هذه المحطات ناقلاً أو مشاهداً بل أصبحت طرفاً وشريكاً وربما أحياناً صانعاً، وأمسى الخطاب الإعلامي ذاتي المرجع.

- تعثر معظم الفضائيات وارتباكها وربما عجزها عن تقديم تغطية إعلامية قادرة على تقديم المعالجة الإعلامية المناسبة لواقع عربي مأزوم ومزدحم بالأزمات وبظواهر إرهابية تحولت الى حياة وفلسفة كاملة، وعاجزة عن تقديم تناول إعلامي قادر على الاستجابة لعمق هاتين الظاهرتين وتعقيداتها، أو تقديم رسائل إعلامية تستطيع إشباع الحاجات الإعلامية المتعددة والمتنوعة لشرائح اجتماعية متعددة ومتنوعة.
- خضوع الإعلامى للسياسى، وبروز كادر إعلامى وبيروقراطى تقنى، وتحول بعض الفضائيات من أداة للتنوير والمعرفة الى وسيلة للتشويش وربما للتعمية فى هذا السياق من الأزمات وتساعد المد الإرهابى.
- التغطية الإعلامية التى تحظى بها الأحداث الإرهابية، والمقابلات التى تجريها القنوات التلفزيونية مع رؤساء وقادة ومسئولى الجماعات الإرهابية تقدم خدمة جلية لهم تتمثل فى الاعتراف بهم وبمطلبهم، إذ يصبحون فى مرتبة السياسيين وصناع القرار، وصناع الأخبار فى أوساط الجمهور والرأى العام، وتصبح لديهم علنية وحضور إعلامى وحضور فى أذهان وأفكار الناس وفى الرأى العام.
- غياب التغطية الإعلامية ذات الطابع التفسيري التحليلي فى معظم الأحيان، فضلاً عن التغطية ذات الطابع الاستقصائي الأمر الذى يؤدي الى بقاء المعالجة الإعلامية سطحية ولا تتميز بالتحليل والتفسير والاستقصاء، والاهتمام بمعالجة جذور الظاهرة الإرهابية وأسبابها العميقة، السياسية، والاجتماعية، والاقتصادية، والثقافية والعرقية... الخ، وهذا ما يجعل الظاهرة تبدو كأنها مجردة ومطلقة وتقع خارج حدود الزمان والمكان، والمجتمع، الأمر الذى يجعل التغطية الإعلامية أيضاً بعيدة عن الحرفية والمهنية.^(١٣)
- تتعامل الفضائيات فى معظم الأحيان مع الظاهرة الإرهابية باعتبارها حدثاً منعزلاً وليس كعملية لها سياقها، وإطارها، ومحددتها تنمو وتتطور وتنتشر فى بيئة لها خصائصها ومميزاتها، ولها إطارها الأيديولوجى، والسياسى، والاقتصادى، والثقافى.

- إن هذه الفضائيات وسائل الاعلام تعالج الحدث الإرهابي كحدث وليس كظاهرة حيث يعطي الإعلام اهتماما للعمليات الإرهابية أكثر من الاهتمام الذي يعطيه للإرهاب كظاهرة لها أسبابها، وسياستها، وانعكاسها.
- غياب التخصص في تغطية التطرف والإرهاب وعدم إيلاء هذا الأمر أهمية كافية في الوقت الذي يجب أن يكون فيه كل سلسلة حرس البوابة (من المراسل الى رئيس التحرير) على درجة من الوعي والإدراك العالي لحساسية موضوع الإرهاب وعلى قدر من الكفاءة لتغطيته.
- برغم التطور التقني في مجال الاعلام ما زال العنصر البشري أي الكادر الإعلامي هم الحلقة الأهم في العمل الإعلامي، وهذا ما يفسر الاهتمام العالمي بتأهيل كوادر إعلامية متخصصة لمواجهة بروز مجالات وظواهر جديدة بالغة الأهمية في حياة الفرد والمجتمع.
- هيمنة قيم الخضوع والمولاة وسيادة أساليب التحريض والإثارة وسيطرت طرق الخداع والتضليل، وتحولت المعالجة الاعلامية ليس فقط إلى نوع من العنف الرمزي، بل الى نوع من الإرهاب الفطري، والبصري، والقيمي، الى الحد الذي دفع احد الباحثين المهنيين العرب الى عنونة كتابه (الفضائيات العربية الطريق الى الجهل).^(١٤)
- اندفاع بعض الفضائيات الى تقديم خطاب مغلق يوفر إمكانية قراءة واحدة، حولت المحطة الى جهاز أيديولوجي يهتدي بالأيديولوجيا المهنية التي تعتمد بدورها على أيديولوجيا أخرى سياسية، أو دينية مسيطرة في المجتمعات العربية في لحظة تاريخية معينة.
- انهمكت بعض الفضائيات في تقديم سيل من الرسائل المصنعة أيديولوجيا مع وجود حركة مزدوجة للخطاب الأيديولوجي الذي تقدمه، حركة نحو الدعاية وحركة نحو الاسطورة.
- لم تعد الرسالة بشقيها المرئي والملفوظ معنية بخلق المعنى بل بتأكيد الموقف السياسي وتكريسه.

- استغلت الفضائيات التقنيات الجديدة في التصوير والمونتاج واندفعت بشكل محوم لترحيل المعنى الى الجانب البصري، لتقديم صورة مصنعة مهمتها الأساسية جعل الرسالة تبدو طبيعية وواقعية بتوظيف الإمكانيات التي وفرتها التقنيات الحديثة وامكانية التلاعب في سياق الأحداث بطرق لا يفطن لها الجمهور العادي .
- استعمال أساليب التحرير وخاصة ما يتعلق بعمليات الانتقاء، وإعادة البناء، وإضفاء الطابع الدرامي على العمليات الإرهابية.
- استعمال تقنيات بناء اللقطات والقواعد التي تحكم تجاوزها وتسلسلها ليس فقط من أجل تقديم واقع ملون أو مزيف، بل لتقديم واقع يزعم أنه بديل للواقع الواقعي محققة مقولة فيلسوف ما بعد الحداثة والمنظر الإعلامي فرانسوبوديار بأنه ليس هناك واقع خارج عن وسائل الإعلام فواقعها هو الواقع الفائق Real Hyper أي الواقع الواقعي أكثر من الواقع الحقيقي.^(١٥)

المبحث الرابع :

استراتيجية مقترحة للمعالجة الإعلامية للأعمال الإرهابية ولظاهرة الإرهاب بشكل عام. بعدما استعرضنا نظرية الأطر التي تحدد طبيعة تأطير الأحداث بشكل عام والأحداث الإرهابية بشكل خاص، واستعرضنا سمات المعالجة الإعلامية للعمليات الإرهابية في الفضائيات العربية والعراقية يثبت الباحث أدناه الخطوط الرئيسية لاستراتيجية المعالجة الإعلامية المقترحة للتعامل مع العمليات الإرهابية وظاهرة الإرهاب بمستويين:

المستوى الأول : استراتيجية المعالجة الإعلامية للعمليات الارهابية :

- ١- عدم التعامل مع الأحداث الإرهابية على أنها قصة خبرية، أو سبق إعلامي والجنوح نحو التهويل والتضخيم، وضرورة التعامل معها على أنها عدوان على أمن الدولة والمواطن.
- ٢- الرجوع الى مصادر موثوقة قبل نشر أي أخبار يتعلق بالإرهاب.

٣- الحذر من ترديد المفردات ،والكُنَى ،والأوصاف التي يستعملها الإرهابيين المقتبسة من العصور الإسلامية الأولى، والعمل على إنتاج وترديد مفردات مضادة.

٤- تحرص التنظيمات الإرهابية على إظهار جثث قتلاها بأوضاع خاصة تظهر فيه مبتسمة الوجوه لإيهام السذج أنهم ينتقلون إلى الجنة، لذا فمن الضروري إظهار صورة معاكسة لذلك.

٥- الحرص على عدم تحويل وسيلة الاعلام الى وسط ناقل لرسائل التنظيمات الإرهابية التي تحرص على بث رسالة رعب للعالم، ورسائل التطرف الديني التي تمكنه من كسب المأزومين نفسياً والمتشددين في كل أنحاء العالم.

٦- إجراء لقاءات مع المغرر بهم وكذلك مع العائدين من مواقع القتال المنتمين الى التنظيم للمساهمة بكشف زيف معتقدات وأفكار الفئة الضالة.

٧- معرفة خصائص الجمهور وتقديم رسالة إعلامية مضمونها الأمل في المستقبل وحتمية الانتصار على الإرهاب لرفع الروح المعنوية للمواطنين، يقول دورت بيتر (اعرف جمهورك) بمعنى ان تعرف من هم الذين تريد ان تصل اليهم رسائلك، وهل تستطيع الوصول اليهم بمصادرك المتاحة؟ وهل تعرف ما يكفي من معلومات عن جمهورك حتى تستطيع اختيار رسالة مؤثرة،^(١٦) فضلا عن ضرورة معرفة السمات الاجتماعية لهذا الجمهور لتحديد نوعية الرسالة الاعلامية التي يمكن ان تؤثر فيه، والتي يجب ان تتفق مع قيمه، وعاداته والمعايير التي يتبناها هذا الجمهور.^(١٧)

٨- التركيز على ما تسببه الأعمال الإرهابية من أضرار فادحة للدولة والمواطنين، وإبراز الأضرار المباشرة التي يتكبدها المواطنون جراء أعمال الإرهاب.

٩- الاعتماد على القصص الانسانية لجذب التعاطف الراسخ من المواطنين مع أجهزة الدولة في مواجهة الإرهاب.

١٠- إنتاج تقارير وأفلام وثائقية لتنفيذ الجهد الإعلامي للإرهابيين وكشف بطلان وزيف الأفكار التي يروجون لها ويبررون بها جرائمهم ضد الناس والحياة في كل مكان.

١١- الاهتمام بعرض جرائم الارهاب ضد الأقليات الدينية وضد النساء، وجرائم تدمير الأضرحة، والمساجد التاريخية، والمتاحف التاريخية، والمعالم الأثرية والكنائس والأديرة.

١٢- تنظيم حملات واسعة تشمل تغطيات إعلامية متواصلة (أخبار، تقارير، برامج حوارية، فواصل، وسبوتات) لإبراز المآسي الإنسانية والفواجع التي يخلفها الإرهاب على الناس الأبرياء، والأطفال والأمهات.

١٣- الاهتمام بحملات الدعاية المضادة لمواجهة الدعاية التي يشنها الإرهابيون لخلق حالة توازن فكري ومعلوماتي ونفسي للوقاية من دعاية مروّجي الإرهاب.^(١٨)

١٤- إدخال قوالب ومضامين جديدة للمعالجات الاعلامية لظاهرة الإرهاب خاصة في مجال الدراما،

١٥- التركيز على الخطاب الديني الإيجابي الذي يفند مزاعم الإرهابيين في الداخل والخارج، فالإرهاب يستند على مبررات واهية يشرعها رجال الفتوى في التنظيم ويروج لها السذج من كوادره، فمن المفيد جداً الاعتماد على رجال دين أقوياء الحجة يفندون حججه ومبرراته الدينية.

١٦- الثقافة الجديدة تتجه نحو الاعلام الرقمي ووسائل التواصل الاجتماعي وتتمحور حول المشاركة في صنع القرار مما يجعل من المهم جدا التوجه نحو توظيف التقنيات الحديثة في بث وصياغة رسائلنا الاعلامية ضد الإرهاب،^(١٩) فهو اعلام جديد يتميز بخصائص فريدة غاية في الأهمية كالتفاعلية، واللاتزامنية، وتقنيت الاتصال، وذوبان الحدود الجغرافية، وتجاوز الرقابة،^(٢٠) مما جعل الجمهور ينتقل من تلقي المضامين المحدودة الى المضامين المتنوعة التي يذهب اليها ولا تأتي اليه.^(٢١)

١٧- توظيف مواقع القنوات على الانترنت لبث الومضات pop-ups والسبوتات، والإعلانات المضادة للإرهاب لإمكانية وصولها الفوري لجمهور ضخم وواسع في اللحظة نفسها، فضلا عن قلة التكلفة، اذ تعد وسائط الإعلام الجديد اقل الوسائط تكلفة مقارنة بالوسائل التقليدية.^(٢٢) على ان يتناسب مضمون هذه الرسائل الإعلامية مع مستوى الجمهور المستهدف من حيث قدرته على إدراك المعلومات المتضمنة فيها وكيفية التعامل معها، وان تؤثر في الجمهور بدرجة اكثر عمقا بما يؤدي الى ثبات مضمون هذه الرسائل في ذاكرتهم وتغيير اتجاهاتهم.^(٢٣)

١٨- وضع خطة عملية لتدريب وتأهيل الإعلاميين الراغبين بالتخصص في مجال تغطية الأعمال الإرهابية واستيعاب مدى ضرورة وجدية مسألة تأهيل كوادر متخصصة في مجال الأزمات والإرهاب تكون قادرة على تقديم تغطية إعلامية مناسبة لهذين الموضوعين في الاعلام العربي عموماً، هذا بالطبع إذا ما أتيح لهذه الكوادر أن تعمل بمهنية وحرفية.

١٩- ان تأهيل كوادر إعلامية متخصصة لابد أن يقوم على أساس الاستفادة من الخبرة العالمية في هذين المجالين (الأسس، والسياسيات، والنظريات، ونتائج البحوث العلمية) والعمل المبدع والخالق لفهم خصوصية تگون الأزمات وظهورها في مجتمعاتنا العربية، وضرورة أن تقوم عملية تأهيل الكوادر المتخصصة على الدراسة العلمية المنهجية الشاملة والعميقة لموضوعي الأزمات والإرهاب يتجاوز الاكتفاء بتقديم المعلومات المدرسية الشائعة والمعروفة.

٢٠- محاولة خلق مناخ سياسي وتحقيق المصالحة المجتمعية وفق خطاب إعلامي متوازن.

٢١- بث الشعور بالأمان وتواصل الحياة عن طريق عرض مظاهر الحياة بتقنية البث المباشر من مدن العراق المختلفة ومن العاصمة بغداد، والتركيز على ازدحام المارة للنزهة في شوارع المدن، والحدائق العامة، ومدن

الألعاب، ومظاهر تبضع المواطنين وحركة الشراء القوية في المحلات والأسواق والمولات.

٢٢- نقل نشاطات شارع المتنبي الثقافية، والفنية، وعرض اكتظاظه بالزوار أيام الجُمع والعطل لإيصال رسالة غير مباشرة وذكية بتوفر الاستقرار والأمن الكافي لممارسة المواطنين حياتهم الاعتيادية بكل حرية.

٢٣- وضع استراتيجية شاملة بإمكانها ان توفر أرضية مناسبة للتنسيق والتعاون بين مختلف وسائل الإعلام العراقية والعربية لمكافحة ظاهرة الإرهاب والعمليات الارهابية.

المستوى الثاني : إستراتيجية التعامل الإعلامي مع ظاهرة الإرهاب كسياق عام :

هذا المستوى يمثل خطوط عريضة وثابتة للتعامل مع ظاهرة الارهاب والاعمال الارهابية مستوحاة من المخرجات العلمية لبحوث الاعلام ونظرياته وكالاتي:

• وحدة العملية الإعلامية :

النشاط الإعلامي لا يقتصر على الرسالة الإعلامية (الموضوع الصحفي، البرنامج الإذاعي، التلفزيوني) ليست كل شيء في العمل الإعلامي ، ولا أهم شيء وما هي إلا عنصراً واحداً من عناصره، يتكون من خمس حلقات متصلة مع بعضها البعض تسمى بعناصر العملية الاتصالية وهي: المرسل، والرسالة، والوسيلة، والجمهور، ورجع الصدى والأثر، وان العمل الإعلامي ينهار برمته اذا اعترت هذه السلسلة نقطة ضعف معينه في حلقة من حلقاتها الخمس، فيجب ان لا نصب جل اهتمامنا عليها وان لا نكتفي بأحكام صياغتها، وانما علينا مراعاة كل متطلبات عناصر وأجزاء العملية الإعلامية كي يكون لعملنا الإعلامي تأثيراً في قنوات المتلقين.

• تلبية الرسالة الإعلامية لحاجات المتلقين :

أثبتت التجارب إن الأفراد يقبلون على المواضيع التي تلبي حاجاتهم وتوقعاتهم ويدنون سمعهم لتدعيم اتجاهاتهم النفسية، أو متابعة تلك الرسائل التي تساعدهم على التكيف مع المواقف الجديدة والتخلص من القلق والحيرة والإرباك، فعلى أن نضخ معلومات يحتاجها المتلقي في تعزيز موقفه من عملية العنف مثل تعزيز قيم الإيمان لديه.

• تجنب التخويف في مخاطبة الجمهور

ثبت علمياً أن التخويف الشديد لا يحقق النتائج المرجوة في إقناع الأشخاص بقضية معينة، وإن التخويف المعتدل هو الأفضل لأن التخويف الشديد ينجم عنه رد فعل عكسي لا يساعد على الإقناع ويخلق معارضة في ذهن المتلقي ضد المصدر الإعلامي.

• اعتماد الخطاب العاطفي جنباً إلى جنب مع الخطاب المنطقي العقلاني.

عند صياغة رسائلنا الإعلامية علينا أن نؤكد على الإستمالات العاطفية (أي العبارات التي تخاطب عواطف ورغبات المتلقي) جنباً إلى جنب مع الاستمالات العقلية (وهي الحجج العقلية والمنطقية) التي نستند عليها في إقناعه، لأن العواطف والأمانى والرغبات تتحكم في تصرفات الناس أكثر مما يتحكم العقل فيها كما يقول كارل وجنيتا ما نينجر، وإن عنصر الخيال يفوق في الأهمية العنصر الواقعي في تشكيل آراء الناس.

• العبرة ليس بما يُقال بل بما يُدرك مما يُقال.

هذه حقيقة مهمة يجب الانتباه لها فليس المهم أن نجلس ونكتب ثم نبث وننشر ما نكتبه عبر وسائل الإعلام إذ أن ما يدركه الجمهور المستهدف شيئاً يسيراً جداً، لأن هناك عوامل عديدة و متشعبة تؤثر في عملية الإدراك وبالتالي تقلل من تأثير

وسائل الإعلام منها العوامل الانتقائية، والتشويش الفني والفكري، فضلا عن الجوانب النفسية والاجتماعية للجمهور، فالجمهور لا يقرأ ولا يتابع المواد التي تتقاطع مع أفكاره ورغباته المسبقة بل يهرب بعيدا عنها، ويتابع المواد التي تتوافق مع أفكاره وتوقعاته.

• خلق الجو الاتصالي الإعلامي المناسب.

خلق الجو المناسب مهم إذا أردنا أن يكون للمواضيع التي نطرقها تأثيرا لان ذلك يساعد على تقبلها، فمثلا لو أردنا التحذير من تعاطي منشطات معينة فيجب ان نتحدث عن المنشطات وأثرها السيئ على الصحة، وبكونها تدمر الخلايا، وتعطل الوظائف الحيوية لأعضاء الجسم وما شابه ذلك، حتى اذا ما خلقنا الجو العام جاءت الخطوة اللاحقة التي نذكر فيها صنفا معيننا من المنشطات التي نريد التثقيف ضدها، وكذا يكون الحال مع التطرف والإرهاب فنتحدث عن أثره السيء على الفرد والنتائج المدمرة على من يمارسه وعلى الآخرين، ثم نذكر أنواع ونماذج من هذا التطرف والارهاب مع التركيز على المتداول منه في مكان وزمان معين، وعدم الاكتفاء بإظهار مساوئ الإرهاب في رسائلنا الإعلامية وإنما الأهم من ذلك اقتراح الحلول لأن الفرد يكون واعياً لمخاطر التطرف لكنه لا يعرف السبيل للتخلص منه، فلا يكفي إرشاد الأشخاص الى ما نتطلع إليه بل يجب إنارة الطريق الموصل الى ذلك، لذا فإن اقتراح حلا عمليا بخطوات واضحة للطريقة التي تمكّن الفرد من تجنبه أكثر نفعاً وأكثر تأثيراً مع الأخذ في الاعتبار معادلة لوثر موت بان شدة الاستجابة تكون كالاتي: الفائدة المرجوة من الرسالة مقسوما على الجهد المبذول في الحصول عليها أي أن يكون الحل المقترح لا يتطلب جهدا كبيرا.

• عدم مخاطبة المتطرفين كوحدات منفصلة.

عند مخاطبة المتطرفين علينا ان لا نخاطبهم كوحدات منفصلة معزولة لان المتلقي لا يعيش منعزلا او منفردا فهو يعيش في جو من العلاقات الاجتماعية (الأسرة ، العمل ، المدرسة ، الخ) هذه العلاقات وهؤلاء الأشخاص يؤثرون في

قناعاته ومواقفه لذا علينا عندما نصوغ الرسائل الإعلامية ان نضع في حسابنا كل الأفراد المحيطين به، وان نزودهم بالحجج والبراهين التي تعينهم على إقناعه بمساوئ الإرهاب وآثاره المدمرة.

• اختيار الوسيلة الإعلامية المناسبة.

أي الأخذ في الحساب ملائمة الوسيلة الإعلامية (صحيفة ، إذاعة ، تلفزيون، انترنت) للموضوع الذي نكتبه حول الارهاب فالمطبوعات (صحف ، مجلات) ملائمة لنشر الموضوعات المعقدة والدراسات الصعبة، أما الإذاعة والتلفزيون فالموضوعات يجب ان تكون مركزة وقصيرة وتتناول اهم الحقائق التي نريد إيصالها والابتعاد عن الشرح والإطالة.

• اختيار وسائل الإعلام الأكثر مصداقية

اختيار الوسائل الإعلامية التي تتمتع بأكبر قدر من المصداقية لدى الجمهور لأن العبرة في الاتصال ليس ما يقال، وإنما من قال، ان قناعة الجمهور بمصداقية الوسيلة الإعلامية (صحف، إذاعة، تلفزيون، انترنت) ينسحب على المواد التي تعرضها، بل ان المواضيع مهما كانت جودتها فان عملية التأثر بها او عدم التأثر بها يعتمد على الوسيلة التي عرضتها فيما اذا كانت تتمتع بالمصداقية العالية أم لا، واستثمارها لنشر وبث المواد المتضمنة لقيم التسامح وتحقير العنف والعدوان.

• استثمار جاذبية مواد التسلية والترفيه

الناس يتعلمون من مواد التسلية والترفيه إضعاف مما يتعلمونه من المواد ذات الصفة التعليمية المباشرة والواضحة، وهنا علينا ان نصوغ رسائلنا الإعلامية الموجهة للجمهور المعبرة عن السخط والكراهية تجاه قيم العدوان والعنف بطريقة مسلية او فكاهية قدر الإمكان لكي تجد قبولا وبالتالي تحقيق الهدف من عملنا الإعلامي.

• استغلال الشخصيات المحبوبة

يمكن للاعلام عندما يستعين بالشخصيات المحبوبة ان يثير موجات من التأيد لقيم التعاون واثاره السخط اتجاه قيم العدوان، فالجمهور يتأثر كثيراً بالشخصيات التي يحبها و يُحبذ الاستعانة بمثل هذه الشخصيات في مواجهة قيم العنف والإرهاب.

• استثمار الدراما التلفزيونية (مشاهد تمثيلية، مسلسلات، أفلام)

تمثل الدراما التلفزيونية المواد الأكثر مشاهده والأكثر تأثيراً فالأبحاث العلمية تؤكد ان الشرائح المختلفة من جمهور المشاهدين تقبل على مشاهده المسلسلات بغض النظر عن الجنس، او السن، او المستوى العلمي لذا فان صياغة و بث المواد الموجهة للجمهور العادي او العنيف على شكل مشاهد تمثيلية سوف يحقق لها مشاهدة اكبر وربما اثر اكبر في نفوسهم.

• تعزيز السلوك الايجابي بتسليط الضوء عليه باستمرار

بخصوص الأفراد الذين لهم سوابق إرهابية وعلى هدي نظريات التعلم التي ترى ان السلوك الذي يجري تعزيزه يستمر في حين ينطفئ السلوك الذي لا يجري تعزيزه، ويكون ذلك بعرض التجارب الناجحة لبعض الإرهابيين الذين استطاعوا التخلص من أفة الإرهاب.

• المزوجة بين النشاط الإعلامي لوسائل الإعلام والاتصال المباشر وجهها

لوجه مع المتطرفين والإرهابيين.

أثبتت الأبحاث ان الإعلام لا يمكنها تغيير الاتجاهات الراسخة أو المواقف الثابتة ولكنها تمتاز بقدرتها على تعزيز الآراء والاتجاهات الموجودة أصلاً، وان تغيير الاتجاه يتطلب استكمال النشاط الإعلامي بنشاط مواجهي ميداني هو الاتصال

المباشر مع المتطرفين والإرهابيين لغرس مواقف واتجاهات جديدة لديهم ضد هذه الممارسة الضارة وعدم ترك الأمر موكولا لوسائل الإعلام فقط.

• تجنب الآثار السلبية للنشاط الإعلامي المخصص لمواجهة التطرف

والإرهاب

كثير ما يُحدث الإعلام أثراً عكسياً فيكون كالرمح الذي يرتد الى صدر صاحبه لذا علينا ان ندرس الظروف التي تساعد على نجاح تأثير الإعلام ونتجنب تأثيراته الجانبية الضارة sideEffects فقد يكون بالكشف عن أساليب الإرهاب وطرق مواجهته، أو وصف لصور الآلام التي يشعر بها الضحية دافعا لقيام عدد من الأفراد بممارسة الإرهاب، أو تكون رسائلنا الإعلامية نوع من الترويج للإرهاب لذا علينا الانتباه بشده لهذه النقاط وغيرها مثل: المبالغة، أو التضخيم، لأن لهذه الممارسات نتائج عكسية قد تنسف العملية الإعلامية برمتها.

واخيرا وبغض النظر عن مصادر الإرهاب ومنابعه يجب أن نُقر أن الإرهاب نتيجة وليس سببا، وهو أداة مرتبطة بالعنف الأيديولوجي المنظم والموجه ضد الآخر العدو بوصفه مجرماً أخلاقياً وتاريخياً غير قابل للإصلاح، لذا على الإعلاميين السعي والعمل الجاد على بناء السلم الأهلي ونبدأ لعنف والإكراه، والقبول بالآخر وبالتنوع، والتعامل السلمي والحضاري مع المختلفين، والغاء كل اشكال العنف والنبذ والتهميش من حقل السياسة، والفكر، والتربية، والتعليم، والاعلام.

الهوامش:

- 1- Nelson, T.E., Clawson, R.A, & Oxley Z.M., Media Framing of a civil liberties conflict and its on to clearance ,(American Political sciences Review) , 2017 , 567-583.
- ٢- محمود قلندر، نظريات الاتصال (الكويت: مكتبة الفلاح، ٢٠١٦) ص ١٩٣.
- ٣- المصدر نفسه، ص ٢٠٠.
- 4- Gamson, W,A, M.Braungart (Eds) Research in political sociology (Vol.3) P.P. 137- 177.
- 5- Entrant Robert M. Framing Bias: Media in the Distribution of Power Journal of Communication In (57) 2007, 163-173.
- 6- Gurevitch, M.and M.R. levey, Introduction in Mass Communication, Com. Mass year book, Vol15, 1985, PP11.
- ٧- أديب خضور، الاعلام العربي على أبواب القرن الحادي والعشرين(دمشق: منشورات أديب خضور، ٢٠٠٠) ص ٢٥.
- ٨- د.ضياء حسين الربيعي، التغطية الصحفية للأزمات (بغداد: دار الجواهري، ٢٠١٤) ص ١٦.
- ٩- د. حسني محمد نصر، نظريات الاعلام، (الإمارات: دار الكتاب الجامعي، ٢٠١٥) ص ٢٨١.
- ١٠- د.موفق شفيق، نظريات الإعلام وتطبيقاتها في دراسات الإعلام الجديد (القاهرة: دار فكر وفن، ٢٠١٣) ص ١١٠.
- ١١- د.محمد قيراط، نظرية التأطير والتعاطي مع التطرف والإرهاب، (وقائع الورشة الدولية حول الإرهاب) تونس ٧-٨ نيسان ٢٠١٥، ص ٢٥.

- ١٢- المصدر نفسه، ص ٢٣.
- ١٣- وقائع الورشة الدولية عن التعاطي الإعلامي مع ظاهرة التطرف والإرهاب، إتحاد إذاعات الدول العربية، سلسلة بحوث ودراسات إذاعية (٧٧) ٢٠١٥. ص ٢٢
- ١٤- د. أديب خضور، الفضائيات العربية والحاجة إلى التخصص في إعلام الأزمات والإرهاب، تونس، اتحاد إذاعات الدول العربية، ٢٠١٥. ص ٤٧
- ١٥- وقائع الورشة الدولية عن التعاطي الإعلامي مع ظاهرة التطرف والإرهاب، مصدر سبق ذكره ص ٤٧.
- ١٦- د.حنان احمد سويلم، الحملات الإعلامية عبر الاعلام الجديد (الرياض: مركز الدراسات الجامعية، ٢٠١٥) ص ١٣.
- ١٧- قزادري حياة، المراحل العلمية لإعداد حملة اعلامية (الجزائر: دار هومة، ٢٠٠٥) ص ١٣٦.
- ١٨- مهند العزاوي، الحملات الاعلامية فن مخاطبة الجمهور (لندن: الشرق العربي للدراسات الحضارية والإستراتيجية، ٢٠١٣) www.asharqalarabi.org.uk
- ١٩- خالد وليد محمود، شبكات التواصل الاجتماعي وديناميكية التغيير في العالم العربي (بيروت: دار مدارك، ٢٠١١) ص ١٩.
- ٢٠- سميرة شيخاني، الاعلام الجديد في عصر المعلومات، مجلة جامعة دمشق، مجلد ٢٦ (العدد الاول والثاني)، ٢٠١٠، ص ٤٤٦-٤٤٧.
- ٢١- كامل مراد، الإتصال بال جماهير والإعلام (عمان: دار المسيرة، ٢٠١١) ص ٤٢٢.
- ٢٢- عبد اللطيف العوضي، الإقناع في حملات التوعية الإعلامية (الرياض: مكتبة الملك فهد الوطنية، ١٩٩٤) ص ٢٢٦.
- ٢٣- راسم الجمال وخيرت عياد، ادارة العلاقات العامة، المدخل الإستراتيجي (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠٥) ص ٢٥٧.

المصادر:

- المصادر العربية

- ١- أديب خضور، الاعلام العربي على أبواب القرن الحادي والعشرين، دمشق، منشورات أديب خضور، ٢٠٠٠.
- ٢- أديب خضور، الفضائيات العربية والحاجة إلى التخصص في إعلام الأزمات والإرهاب، تونس، اتحاد إذاعات الدول العربية، ٢٠١٥.
- ٣- د. حسني محمد نصر، نظريات الاعلام، الإمارات، دار الكتاب الجامعي ٢٠١٥،
- ٤- د. حنان احمد سويلم، الحملات الإعلامية عبر الاعلام الجديد، الرياض، مركز الدراسات الجامعية، ٢٠١٥.
- ٥- د. ظمياء حسين الربيعي، التغطية الصحفية للأزمات، بغداد، دار الجواهري، ٢٠١٤.
- ٦- د. محمد قيراط، نظرية التأطير والتعاطي مع التطرف والإرهاب، وقائع الورشة الدولية حول الإرهاب، تونس ٧-٨ نيسان ٢٠١٥.
- ٧- د. موفق شفيق، نظريات الإعلام وتطبيقاتها في دراسات الإعلام الجديد، القاهرة، دار فكر وفن، ٢٠١٣.
- ٨- خالد وليد محمود، شبكات التواصل الاجتماعي وديناميكية التغيير في العالم العربي، بيروت، دار مدارك، ٢٠١١.
- ٩- راسم الجمال وخيرت عياد، ادارة العلاقات العامة، المدخل الإستراتيجي، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠٥.
- ١٠- سميرة شيخاني، الاعلام الجديد في عصر المعلومات، مجلة جامعة دمشق، مجلد ٢٦ (العدد الاول والثاني)، ٢٠١٠.
- ١١- عبداللطيف العوضي، الإقناع في حملات التوعية الإعلامية، الرياض، مكتبة الملك فهد الوطنية، ١٩٩٤.

- ١٢- قزادري حياة، المراحل العلمية لإعداد حملة اعلامية، الجزائر: دار هومة، ٢٠٠٥.
- ١٣- كامل مراد، الإتصال بال جماهير والإعلام، عمان، دار المسيرة ، ٢٠١١.
- ١٤- محمود قلندر، نظريات الاتصال، الكويت، مكتبة الفلاح، ٢٠١٦.
- ١٥- مهند العزاوي، الحملات الاعلامية فن مخاطبة الجمهور، لندن، الشرق العربي للدراسات الحضارية والإستراتيجية، ٢٠١٣.
www.asharqalarabi.org.uk
- ١٦- وقائع الورشة الدولية عن التعاطي الإعلامي مع ظاهرة التطرف والإرهاب، إتحاد إذاعات الدول العربية، سلسلة بحوث ودراسات إذاعية (٧٧) ٢٠١٥.
- المصادر الأجنبية:

- 17- Entrant Robert M. Framing Bias: Media in the Distribution of Power Journal of Communication In (57) 2007
- 18- Gamson, W,A, M.Braungart (Eds) Research in political sociology (Vol.3).
- 19- Gurevitch, M.and M.R. levey, Introduction in Mass Communication, Communication Mass year book, Vol15, 1985.
- 20- Nelson, T.E., Clawson, R.A, & Oxley Z.M., Media Framing of a civil liberties conflict and its on to clearance, American Political sciences Review , 2017

**الإعلام والوظيفة الاتصالية للدولة
شبكة الإعلام العراقي أنموذجا**

أ.م.د محمد رشك كاظم العيسى

ملخص البحث :

وظيفة الدولة الاتصالية تقوم على أساس واجب الدولة في تمكين المواطن على أن يحصل على حد أدنى من المعرفة بخلفيات نشاطها السياسي بحيث تسمح له المشاركة الحقيقية في كل ما يتصل بمصير المجتمع السياسي ، لذلك تحتاج مكاتب الإعلام والاتصال الحكومي في الدولة إلى قيادة تدعمها أيولوجية واضحة من جانب وإرادة قومية متماسكة وتحالفات دولية ودبلوماسية ناجحة وأداة عسكرية قادرة على القتال أو التهديد به من جانب آخر ، وبعدها الإعلام الذكي القادر على ربط جميع هذه العناصر بسياج من القوة والفاعلية في الوظيفة الاتصالية للدولة التي تقوم على:

١. ترتيب نظام القيم القومية.

٢. تدعيم مفهوم التماسك القومي.

٣. خلق الرضا القومي.

٤. الوظيفة الدعائية.

٥. الاستعداد للحرب النفسية المعاكسة.

لذلك نرى هناك تنافساً وتناغماً واضحاً في عمل شبكة الإعلام العراقي مع أهداف الوظيفة الاتصالية للدولة محاولةً منها لعكس هذه الأهداف في برامجها على مدار مساحة البث وفق منهجيه تدار مباشرةً من قبل مجلس الأمناء المشرف على عمل الشبكة للوصول إلى صناعة رسائل اتصالية تربط جميع العناصر للوظيفة الاتصالية للدولة ، لذا نامل من هذه الورقة الخروج بجملته من الأهداف اهمها :-

١. اشباع الفضول حول الوقائع السياسية العامة والقرارات المصيرية.

٢. خلق الإيهام في المشاركة بصنع القرار القومي وترسيخ القناعة بأن القرار القومي إنما جاء ليعبر عن آمال وألام رجل الشارع.

٣. تدعيم الاعجاب بالمنجزات التي حققتها الدولة والفخر بالانتماء إلى ذلك المجتمع السياسي والشعور بالاعتزاز بالمواطنة التي يحتلها ذلك الانتماء.

٤. تدعم الثقة في الذات القومي بحيث تتعدى المكان والزمان تنطلق من الماضي لتؤكد الاستمرارية وتنسحب إلى المستقبل لتعلن عن الوظيفة الحضارية.
٥. ربط الذات القومي بالأداة الحاكمة بحيث لا يظهر الحاكم وأعوانه على أنهم فئة مستقلة ولكنهم تجسيد لذلك الذات القومية حيث يتقمص الواقع السياسي كتعبير عن الارتباط الثابت الأصول والتاريخ.

Abstract

The function of the state of communication is based on the duty of the state to enable the citizen to obtain a minimum knowledge of the background of its political activity so that it allows him to participate in all matters related to the fate of the political community. Therefore, the government information and communication offices in the state need a leadership supported by a clear ideology. And a coherent national will and international alliances and successful diplomacy and military tool capable of fighting or threatening it on the other hand, and then the intelligent media capable of linking all these elements with a fence of strength and effectiveness in the communication function of the state based on:

1. Order of the national value system.
2. .Strengthening the concept of national cohesion.
3. Creating national satisfaction.
4. Propaganda function.
5. Prepare for the opposite psychological war.

So we see there is a clear competition and harmony in the work of the Iraqi media network with the objectives of the communication function of the state trying to reflect these goals in their programs throughout the broadcast space in accordance with a methodology directly managed by the Board of Trustees supervising the work of the network to reach the industry communications communication linking all elements of the

communication function of the state , So we hope this paper to come up with a number of goals, the most important of which- :

1. Satisfying curiosity about the general political facts and fateful decisions.
2. To create a sense of participation in national decision-making and to consolidate the conviction that the national decision is only to express the hopes and pains of the man on the street.
3. To reinforce the admiration of the achievements of the State and pride in belonging to that political community and a sense of pride in the citizenship that is occupied by that affiliation.
4. Support the confidence in the national self so that it transcends place and time from the past to confirm continuity and withdraw to the future to announce the civilizational function.
5. Linking the national self with the ruling apparatus so that the ruler and his supporters do not appear as an independent category, but they are the embodiment of that national self, where the political reality is epitomized as an expression of the constant attachment of origins and history.

المقدمة :

لم يكن هدفنا من هذه الدراسة سوى إبراز نواحي الضعف والنقص مع طرح التساؤلات، رغم ذلك لا يجوز لنا أن نتصور أن هذه النقائص والأخطاء قادرة على أن تهدم المنطق الدعائي المعادي أو أن تمنع قدرة الهجوم النفسي على أن يتخلل في وعائنا المعنوي دون حركة إيجابية بقصد تنفيذ استراتيجية واضحة أساسها تنظيم تعامل نفسي في بعدين: دعاية مضادة على شكل دعاية عكسية وتحصين معنوي من خلال تحقيق عملية التماسك الفكري. وإذا كان موضوع وظيفة الإعلام في أبعادها الداخلية أي تلك المرتبطة بعملية التماسك القومي يخرج من نطاق هذه الدراسة لأنه يرتبط بالوظيفة المحلية إلا أنه على العكس من ذلك فإن إمكانيات الدعاية التي تمارسها شبكة الإعلام العراقي، وبعبارة أخرى الهجوم النفسي على مجتمع العدو من خلال الحرب النفسية المتجهة إلى مجتمع الجماعات الإرهابية (داعش) أو الدعاية الثابتة التي تسعى لأصدقاء ذلك المجتمع الثابت.

تقودنا هذه المقدمة إلى التعريف بطبيعة الحركة الدعائية التي تقودها شبكة الإعلام العراقي وكيف يمكن أن تستغل هذه النقائص وامتلاكها لقدرات والابتكار والشجاعة والقوة والتنظيم والتخطيط والثقة التي تستطيع من خلالها هدم المنطق الدعائي المعادي على الرغم من أن بعضهم يراها مجرد أبعاد قابلة لأن تستغل في عملية دعاية عكسية. أهم النواحي الخطيرة التي تبرز بشكل واضح الضعف في المنطق الدعائية (الداعشية) هي المنطلقات الثلاثة^(١)

١. الكذب

٢. التناقض

٣. التالية(*)

(*) التالية: منطق دعائي تستخدمه الجماعات الإرهابية لبيان أنهم امتداد للدعوة الإسلامية ونشر

الإسلام في البلدان من خلال الجهاد.

استخدام الكذب يسمح بهدم الثقة، التناقض الداخلي يمكننا من هدم المنطق،
التالية تفودنا إلى رفض التصور لتأتي النواحي الأخر وتكتمل هذه المنطلقات
الثلاثة.

ويجب أن تكون واضحة في أذهانا حقيقة الدعاية التي تمارسها شبكة الإعلام
العراقي على أنها دعائية عكسية وهذا يفرض علينا أن نميز بين:-

أولاً: الدعاية العكسية التي تجعل هدفها الرد على تلك الدعاية (المعادية) أي إحداث
نوع الضبط لدعاية الجماعات الإرهابية بعبارة أخرى إيقاف فيضانها.

ثانياً: تعقب ذلك الفعل دعاية إيجابية تفرضها طبيعة نتائج الدعاية المضادة ومدى
قدرتها على تحقيق أهدافها أي القيام بعملية ضبط الدعاية المعادية.

أي لا يجوز لنا أن نتصور أن ما يجب علينا أن نقوم به هو دعاية في المنطق
التقليدي، أن المواجهة التي تفرضها علينا دعاية الجماعات الإرهابية هي عملية
دعاية عكسية أو هجوم مضاد ومن ثم نتبع نتائج معينة تدور وتحدد بطبيعة تلك
المواجهة من خلال^(٢) /

أ. عملية المواجهة هي عملية إحاطة وحصر بقصد منع الفيضان إلى إيقاف عملية
المد الدعائي للجماعات الإرهابية الذي استطاع أن يصل إلى الأفراد أو
المواطنين من خلال التحصين والتقوية لمنع استيعابها.

ب. البحث عن نقط الضعف والضرب عليها بشدة لإحداث نوع من التمزيق في
المنطق الدعائي المعادي كأى مواجهة غزو معين استغلال مواقع الضعف وشل
مواقع القوة.

ج. تكتيل القوى الإعلامية والدعاية والاتصالية في شبكة الإعلام العراقي لتحطيم
المنطق الدعائي مبتدئين بالأكثر ضعفاً ومتجنبين عناصر المنطق ذات القوة من
حيث الواقعية والتقبل.

د. يجب أن نفكر في تقديم المنطق الدعائي الإيجابي أو بعبارة أخرى التصور البديل
الذي يستطيع أن يحل محل المنطق الذي يتم تحطيمه لأن الدعاية المضادة
تفرض عملية إحلال أي انتزاع منطق وغرس منطق آخر يكون بناءً ومتكاملاً
أقرب إلى الشمول والواقعية.

فطالما لم نستطيع بعد إرهاب العدو فإن الصفة العامة التي يجب أن تغلب على الاستراتيجية الدعاية هي الدفاع فلا يجوز أن يتعدى الضواحي والأطراف، فلنتصور فيلاً ضخماً نريد أن نفقده التوازن – الضرب في الأقدام والأطراف وجعله يثب دائماً دون أن نمكته من الراحة ولو دقيقة واحدة من خلال التصويب من حيث لا يتوقع دون المواجهة المباشرة – هذه هي وحدها الاستراتيجية التي تسمح بالنجاح، فقط عقب ذلك وبصبر وثبات نستطيع أن ننتقل إلى مرحلة الهجوم أي حينما نفقد التوازن فقط نستطيع أن نقدم المنطق الهجومي الكلي الشامل الذي يعني إحلال منطق محل منطق آخر. أي بعبارة أخرى فإن مراحل الإعداد للدعاية العكسية تتحدد بالترتيب الآتي:

١. ضبط الدعاية المعادية.

٢. إرهاب لمنطق الخصم.

٣. هجوم في الضواحي والأطراف.

٤. إطلاق القذيفة الإيجابية.

وأخيراً سنقوم بتأصيل مفهوم ظاهرة الحرب النفسية وأساليب التعامل النفسي والحديث عن الدعاية التي من خلالها سنتعرف على منطلقات الدعاية عند الجماعات الإرهابية (داعش) والسبل الكفيلة في مواجهتها من خلال التخطيط الإعلامي ودوره في إدارة الصراع وتنفيذ وظيفة الدولة الاتصالية.

أولاً: التأصيل الفكري والبناء النظري لظاهرة الحرب النفسية :

الحرب النفسية لا تزال في حاجة إلى التأصيل النظري الذي يعبر ويفسر حقيقة الأحداث التي تعيشها الأسرة الدولية والعالم المعاصر، المفاهيم تتداخل والكليات تتشابه ولكن القدرة على التمييز بينها وإدراج كل حقيقة في موضعها المناسب بحيث يتكون من هذا الإطار الفكري تصور متكامل لهذه الظاهرة بأبعادها المختلفة وتطبيقاتها المتباينة بحيث تسمح تلك العملية من منطلقات التجريد متتابع الحلقات أن تحتضن جميع منحنيات ومتغيرات الظاهرة موضع التعامل لم يكتمل بعد. الفكر المتخصص لا يزال يخلط حتى هذه اللحظة بين الدعاية والحرب النفسية

لم يستطيع بعد أن يؤصل مفهوم الدعوة وهو لم يحاول أن يبرز حقيقة التوازن الدقيقة في عملية التعامل النفسي بين المجتمع المتقدم بصفة خاصة حيث الشخصية الفردية متكاملة واثقة من نفسها لا تعيش فراغاً أو خواءً فكرياً أو تؤمن بالترابط الحضاري بين الماضي والحاضر، ثم تصير الحاجة ماسة وأكثر إلحاحاً لعملية التنظير التي تسمح بتحقيق ثلاثة أهداف:

١. فهم ما يحيط بنا من ظواهر مختلفة للتعامل النفسي من منطلق الإدراك الواعي المؤسس على حقائق علمية وليس على انطباعات وانفعالات مؤقتة وذاتية.

٢. القدرة على التعامل الحركي مع الظاهرة والتعامل الحركي يعني التصدي وإحالة عناصر الضعف إلى عناصر القوة.

٣. الحرب النفسية أصبحت بديلاً من القتال العضوي وبهذا أصبح المواطن لم تكن لديه أي خبرة يواجه بها الحرب النفسية كقتال نفسي.

فكل قتال يجب أولاً التصدي للهجوم المعادي ويأخذ تتابعاً معيناً من جانب الطرف المهزوم، إيقاف الغزو أولاً، دفع الغزاة نحو الخلف أي التراجع ثانياً، ثم الاندفاع في غزو عكسي ثالثاً، حقائق عديدة في حاجة إلى توضيح وتنظير، رغم أيماننا بأهمية هذا التكامل علمياً وعملياً لأننا لا نزال لم نحقق بخصوصه ذلك الذي يمكن أن نسميه بنظرية الحرب النفسية، رغم ذلك فهناك مجموعة من الحقائق التي تؤصلها وتحددها أبعادها من حيث البناء النظري والدلالة العلمية، نذكر منها: (٣)

أولاً: طبيعة الحرب النفسية التي تتصف بثلاثة خصائص هي التعامل مع موقف معين وعلى أنها قتال ولكن من نوع ما وأخيراً هي في جوهرها عملية اتصالية أي هناك مرسل ومستقبل وأدوات الاتصال الجماهيري يجب أن نفهمها جميعاً.

ثانياً: التميز القاطع بين ظاهرة الحرب النفسية وأدوات الاتصال الجماهيري، الحرب النفسية هي تعامل مع موقف وهي إرادة قاتلة تتجه إلى الخصم بقصد تحطيم العنصر المعنوي وثقة في ذاته القومية، أما أدوات الاتصال الجماهيري فهي مجموعة من القنوات والمسالك والأدوات التي تسمح بالتأثير في الإدراك الفردي وتسعى إلى نقل أو خلق القناعة برأي آخر مختلف، لذلك الحرب

النفسية أكثر اتساعاً من الإعلام الجماهيري أفقياً ورأسياً ويعتبر الاتصال الجماهيري أحد الركائز في ظاهرة الحرب النفسية.
ثالثاً: توظيف الإعلام الجماهيري بطريق تجعل منه يتجه إلى الأعلام في معناه الحقيقي وهو الأخبار والتثقيف والتسلية ولكن بالطريقة التي يراها المخطط الدعائي أي الحرب الإعلامية.

إن الغموض الذي يرتبط بهذه النواحي يجعلنا نورد التعريفات منها^(٤) /

أ. الدعاية / عملية الإثارة النفسية بقصد الوصول إلى تلاعب معين في المنطق فإذا بنا إزاء استجابة ما كان يمكن أن تحدث لو لم تحدث هذه الإثارة العاطفية أي التلاعب بالمنطق.

ب. غسيل المخ / أسلوب يدور حول تحطيم الشخصية الفردية بمعنى نقل الشخصية المتكاملة أو ما في حكم المتكاملة إلى حد التمزيق العنيف بحيث يصير من الممكن التلاعب بتلك الشخصية للوصول بها لأن تصير أداة طيعة في يد المهيج أو مثير الفتن والقتل.

ج. التحويل العقائدي / صور من غسل المخ ولكنها تتجه إلى المجتمع الداخلي بقصد خلق الأصدقاء المتعصبين، أي دعوة عقائدية ولكنها لا تقتصر على الإقناع وقد تسعى إلى خلق القوى العنيفة في تعصبها المبالغ في التزامها لأي موقف لا تتضمن الصلابة مطلقاً.

د. الدعوة / عملية عناق بين عقيدة ومن هو مؤمن أو قادر أو صالح للإيمان بتلك العقيدة وهو خطاب يتجه إلى الأنصار أو من في حكمهم و غايته خلق أو تعميق علاقة الولاء في أوسع معانيه وهو الشعور بالانتماء أو الرابطة العاطفية والعقيدة والمنطقية التي تفرض نفسها بالانتماء على المواطن، كما أن الدعوة ليست الكذب وإنما الصدق وليست الحصول على التأثير وإنما خلق لأنصار.

هـ. التسميم السياسي / هي عملية غرس مفاهيم معينة لابد وأن تقود الخصم أو الصديق إلى الاقتناع بأفكار هي في حقيقتها لا تعبر عن الحقيقة ولكن من

مصلحة من يقوم بعملية التسميم أن يقنع خصمه بها فإذا بذلك الاقتناع يقوده إلى موقف معين من الضعف لا يمكن أن يؤدي إلا إلى الهلاك.

و. التظليل الإعلامي / مفهوم عام يعني الكذب والتشويه والخداع وإخفاء الحقائق للتأثير في اتجاهات الرأي العام والقيادات العسكرية من خلال تظليلها للحقائق والوقائع بأحدث فنون التسويق الدعائي والسياسي وتقنيات التعامل النفسي وباستعمال التكنولوجيا المتقدمة إعلامياً لتحقيق أهداف استراتيجية معينة.

رابعاً: مستويات التعامل النفسي عديدة يجب التمييز بينها بصورة واضحة ودقيقة، أي الفارق بين الدعائية والدعوة وكذلك يبين التسميم السياسي وعمليات غسل الدماغ.

خامساً: التمييز بين الإعلام الداخلي والإعلام الخارجي.

ولتعريف مفهوم الحرب النفسية من خلال أغلب الأدبيات الدعائية، يطالعنا مفهوم شائع مثل بالأخطاء يعكس الفهم الذي ساد الفكر السياسي عن هذه الظاهرة، إلا أننا ولمتطلبات بحثنا يجعلنا نميل إلى تعريف الدكتور فخري الدباغ الذي يقول إن الحرب النفسية ((هي الاستخدام المخطط من قبل الدولة أو مجموعة من الدول للدعاية وغيرها من الإجراءات الإعلامية التي تستهدف جماعات معادية أو محايدة أو صديقة للتأثير في آرائها وعواطفها واتجاهاتها وسلوكها بطريقة تساعد على تحقيق سياسة وأهداف تلك الدولة أو الدولة المستخدمة لها^(*))). لذلك فإن الحرب النفسية هي قتال يسعى إلى تحطيم النواحي المعنوية للأفراد بجميع الوسائل للقضاء على أي صورة من صور الثقة بالنفس التي قد تولد فيه المقاومة أو عدم الإذعان والاستسلام أي أنها تعمل على تحطيم الإرادة الفردية والثقة بالذات القومية (فقدان المواطن ثقته في المواجهة) و عملية مواجهة الحرب النفسية تتحدد في إطارين هما:^(٥)

(*) للمزيد انظر: د. فخري الدباغ، الحرب النفسية، وزارة الدفاع والفنون، سلسلة الموسوعة

الصغيرة رقم (٣٨)، بغداد، ١٩٧٩، ص ٣.

١. الحرب النفسية الوقائية: هذا النوع يعني أن الدولة تتوقع حرباً نفسية تشنها عليها دولة أخرى أو جماعات معينة لهذا تقوم بعملية إعداد مسبق لمواجهة تلك الحرب، بعبارة أخرى تقوم على التثقيف السياسي المكثف أولاً وتعميق الكراهية للعدو ثانياً انطلاقاً من مبدأ (الوقاية خير من العلاج) فهي تعني عملية التحصين الذاتي للمواطن في مواجهة الحرب النفسية المعادية.

٢. الحرب النفسية المضادة: إن لكل هجوم لا بد أن تتوقع له رد فعل يخضع لتخطيط محكم لو أريد له النجاح وهي نفسها التي يجب أن تسود عملية التخطيط للحرب النفسية المضادة وهي:

أ. تسير في حركتها الدفاعية في إطار حركة الدولة المعادية بحيث تتبع من مراحل الحرب النفسية التي تخضع لها.

ب. الهدف الأساس الذي يجب أن يسيطر على مخطط الحرب النفسية العكسية هو إيقاف الفيضان النفسي قبل الانتقال من الدفاع إلى الهجوم.

ج. الحرب النفسية المضادة لا تكتفي بإيقاف الهجوم المعادي بل تحطيم الخصم من موقعه وأن تستأصل جميع عناصر المساندة في صعيدها الداخلي.

أما عملية شن الحرب النفسية المضادة فتستند إلى مجموعة من المبادئ الأساسية /

- المرحلة الأولى وهي مرحلة الإعداد وتتضمن عملية القيام بتحصين الذاتي أي تحت مفهوم السياسة الوقائية أو الاحترازية.

- المرحلة الثانية التعامل الأولي وهو إيقاف الجميع صفاً متراصاً لا يتضمن أي ثغرة تسمح بالاختراق وفي هذه المرحلة يصل التخطيط للإعلام الداخلي والتثقيف السياسي أقصى مرحلة من حيث القوة والفاعلية.

- المرحلة الثالثة الهجوم المباشر وهنا يصبح الهجوم سافراً أو الحرب علنية وتسير باتجاهين الأول التدعيم المستمر لمفهوم التماسك القومي والثاني التحليل العلمي لاكتشاف عناصر التناقض في منطقتي الغزو النفسي.

- المرحلة الرابعة متابعة الهجوم وهي التي تعمل بمبدأ (أخذ النفس) أي المحافظة على الاندفاع في خطوات متتالية من حين لآخر.

- المرحلة الخامسة تصفية المواقف وذلك بالاستئصال ولو نفسياً لجميع المصادر المساندة للغزو النفسي والتي أثبتت خلال الفترة السابقة عمالتها أو عدم قدرتها على التماسك أو الضعف في صلابتها.

وبناءً على ما تقدم فإننا نستنتج أن نجاح الحرب النفسية من جانب الجماعات الإرهابية هو جزء من النجاح العام لتنظيم (داعش) الإرهابي في التعامل مع الوطن العربي والعالم بصورة عامة والعراق بصورة خاصة والواقع علينا أن نتذكر حدود النجاح في التعامل النفسي بما في ذلك الحرب النفسية، لا يمكنه أن يميل النجاح إلى الفشل أو يقلب الفشل إلى نجاح، إنه يقوم بالنجاح في المعركة فيضخمه أو يقلص الفشل فيمد من آثار نجاح تنظيم (داعش) الإرهابي ومن ثم يصير التساؤل الضروري هو لماذا لم تستطيع الدولة أو شبكة الإعلام العراقي حتى اليوم أن تتصدى للحرب النفسية بأي شكل من الأشكال!؟

للإجابة عن هذا التساؤل يجب معرفة الأسباب التي قادت إلى مثل هذا الواقع وهي / أولاً: طبيعة السياسة غير المتجانسة التي يسهل اختراقها ويصعب تكتيلها أو التعبير عنها بخط لإعلامي واحد متناسق وهذا واضح من تعدد الحكومات التي تعاقبت على العراق بعد عام ٢٠٠٣ ومكامن اهتمامها.

ثانياً: المصالحة الوطنية لا وجود لها مما يزيد من جعل الجسد القومي العراقي خصماً سهل المنال والاختراق وقد سبق ورأينا كيف هذا الاختراق وصل إلى أعلى مستوى حينما بدأت الأصوات تتعالى بعدم مشاركة مجاهدي الحشد الشعبي المقدس في تحرير الأراضي المغتصبة ومن جانب آخر فإن الفعاليات التي قامت بها هيئة المصالحة الوطنية لم تكن بالمستوى الذي يعزز مصالحة وطنية حقيقية.

ثالثاً: كل امكانيات الدولة تدور حول الجهود الجزئية على المستوى القطري وحتى في هذا المجال فإن موقف جهود الدولة يأخذ دائماً صورة الدفاع عن الذات ونحن سبق وذكرنا كيف أن الهجوم خير وسيلة للدفاع، الأمر الذي لم يتحقق في

أي مرحلة وفي أي تطبيق من تطبيقات التعامل النفسي من جانب شبكة الإعلام العراقي حتى اليوم.

رابعاً: اغفال الطابع العلمي الأكاديمي في إعداد الدراسات والبحوث العلمية حول الجماعات الإرهابية رداً على حملات التشويه التي تواجه العراق والمواطن العراقي بصورة خاصة.

ثانياً : الأسلوبية الدعائية :

الدعاية فن يسعى إلى تكتيل القوى العاطفية والمصالح الفردية في اتجاه واحد وأن يؤدي إلى الإقناع بفكرة أو بمبدأ ما كان يصل إليه الفرد لو ترك لمنطقه الذاتي يتطور بتلقائية دون ضغط أو توجيه، لذلك فإن الدعائية تحتاج إلى^(٦)/

١. مصدر للدعاية.
 ٢. جهود منظمة.
 ٣. القصدية أو التعمد.
 ٤. وجود جماعة مستهدفة.
 ٥. اعتماد أساليب فنية علمية.
 ٦. رموز دعائية مشحونة عاطفياً.
 ٧. اتباع الفرد المستهدف أو الجماعة المستهدفة سلوكاً ترغبه الدعائية.
- لذا فإن الفرق بين الدعائية والدعوة يقوم على أن الدعائية تقوم على أساس التلاعب بالعواطف ومن الذي يقود على الإقناع في حين أن الدعوة هي خطاب للعقل يقوم على أساس تقديم الحقيقة، الدعوة تعني الإعلان عن العقيدة وهي منظومة من المقدرات المغروسة أي هي خطاب يفترض الجدل أو النقاش ويرفض الكذب والتلاعب والتزوير، أما الدعائية تتخذ أسلوب التلاعب بالعواطف بالاتجاه إلى النواحي العاطفية أو إثارة الغرائز، لذلك فإنها تتضمن نوعاً من الكذب والتمويه و الإقناع ولو بأساليب غير أخلاقية مثل الاختلاق أو تقديم أنصاف الحقائق أو تقديمها

بصورة مشوهة بأسلوب يبدو وكأنه لا يتضمن الكذب أو الاختلاق. لذا فإن وظيفة التكتيك في العمل الدعائي يأخذ جانبيين^(٧)/

- تنظيم العلاقات الداخلية لعناصر الأسلوب الدعائي سواء كانت عناصر لا مادية تتعلق بالأساليب الدعاية الفنية من حيث كونها أساليب تتشكل من خلال التعامل اللغوي (القناة التعبيرية) أم بالأسلوب الدعائية التي يتوزعها نطاق الرموز المصورة والصوتية والحركية من خلال كونها أساليب غير لغوية تقع خارج دائرة التعبير الألسني.

- استعمال التقنيات التكنولوجية في عوامل التنفيذ ومساعدة في زيادة تأثير الرسالة الدعائية أو في مواجهة الرسائل الدعائية المضادة سواء بإقامة العراقيل أمامها أم منعها من الوصول.

وإننا هنا يجب أن نخرج إلى الأساليب النفسية الممثلة في مناهج التعامل النفسي المعروفة بالنماذج النفسية للعمل الدعائي التي تتركز عليها فلسفة الاتصال الدعائي وهي^(*)/

^(*) هنا لا بد لنا أن نميز بوضوح بين الأساليب الدعائية الفنية وبين النماذج النفسية للعمل الدعائي التي تتركز عليها فلسفة (الاتصال الدعائي ذاته) من حيث ما يزال بعضهم يصفها (أي النماذج) بالأساليب وهذا خطأ كبير، حيث إن الأسلوب الدعائي الفني يعني (مجموعة من العناصر القادرة على خلق رد فعل معين مقصود لدى المستقبل بحيث تؤدي من خلال التأثير العاطفي والمعرفي أي إقناع الجمهور المستهدف وبالتالي تحقيق أهداف الخبير الدعائي وهذه العناصر تتضمن أنظمة إقناعه تنتشر خلف نظام تعبيره في ذات الوقت أي تصبح اللغة قناة للظاهرة الأسلوبية فهي تعبر والأسلوب يحقق الأهداف الدعائية) أي أنها الأساليب الفنية التي تتصف بكونها قواعد أسلوبية تتركز على المعطيات النفسية لهذه النماذج في بعض جوانبها.

للمزيد انظر: رجا احمد البهيش، الدعائية الإيرانية في حرب الخليج، رسالة ماجستير غير منشورة، معهد البحوث والدراسات العربية، بغداد، ١٩٨٠، ص ٧.

١. فلسفة (بافلوف) من خلال نظريته المعروفة باسم (رد الفعل المقيد) التي تسود التقاليد السوفيتية سابقا ومنطقها فكرة الإغراق بجميع أدوات الاتصال الإعلامي والاتجاه نحو المجتمع الجماهيري.

٢. فلسفة (فرويد) التي ترى أن الأنسان مجموعة من العقد والنقائص وتأخذ بذلك منطقا مختلفا يركز على الانطلاق من البور الثابتة ثم توسيعها واستغلالها. لذا فإن أكثر الأفراد تعقيدا أفضلهم لنشر المفاهيم الإعلامية والدعائية (سادة هذه الفلسفة التقاليد النازية) .

٣. الفلسفة التي تنطلق من نظرية (ديوي) بتقاليدها المعروفة التي هيمنت على تقاليد الإعلام الأمريكي وأساسها أن التحكم يتم عن طريق التثقيف وتختلط في تطبيقاتها بعملية التوعية.

القاعدة الأولى في قواعد التخطيط الدعائي التمييز بين الصديق والعدو وجعل الحركة أساسها تقوية صداقة الصديق والتخفيف من عداوة العدو تمهيدا لنقله تدريجيا من العداوة إلى الحياد ومنها إلى الصداقة. وإن كان المخطط الدعائي يعتبر أن نجاحه في شل منطق العدو في ذاته نجاحا كافيا فإن هذا يفسر لماذا يجب أن تخضع هذه العملية لدراسة علمية دقيقة مسبقا على إعداد العمل الإعلامي وعلى صياغة الرسالة الاتصالية. الدولة لا تقوم بالدعاية لذاتها وإنما هي تقوم بها لتدفع ببعض الأهداف السياسية مقدما في وعي المستقبل وهكذا فإن النجاح في العمل الدعائي يتحدد إلى درجة كبيرة في نجاح مسبق بإيضاح للأهداف الأساسية للسياسة ولأبعادها نحو ميادين معينة وموضوعات محددة. لذلك هناك أساليب جديدة في منطلقات الدعاية هي ^(٨)/

١. ينظر إلى المواطن بأنه جهاز استقبال وإرسال في آن واحد، يستقبل الدعوة وينشرها في البيئة التي يعيشون فيها ليخلق قوى جاذبية للمفهوم الذي يغلف المنطق الدعائي.

٢. أسلوب (الجوقة) وتنفيذ العمل الدعائي، أي صدور في نفس اللحظة العديد من التصريحات المختلفة من حيث دلالتها المختلفة ومن حيث عناصرها ومقوماتها

ولكنها صادرة في نفس الوقت وفي نفس اللحظة بحيث يأخذ المستقبل الصوت الذي يمكن أن يصفه بأنه الصوت الصواب بالنسبة له: (the voice that is right for him)

٣. السلوك الاستفزازي صورة من صور التصرف حيث يسعى الفرد إلى افتعال حالات التأزم أو حيث يكون رد الفعل غير متناسب في نقله مع المنبه مصدر تحريك القوة نحو الحركة.

٤. لن يكون أساس الدعوة المنطق السابق الذي ترفعه شبكة الإعلام العراقي (العراق في حاجة إليك، ما أن تفعله لأجل العراق) وإنما يأخذ صيغة جديدة (أنت في حاجة إلى العراق، ما الذي تستطيع أن تفعله للعراق).

التخطيط والتنسيق ينبع من حقيقة وخصائص موقف المواجهة والقيادة المركزية التي تضع البرامج لنشاطها وتملك ميزانيات قادرة على المواجهة، هذه الاستقلالية تأتي من فهم فلسفة العمل الدعائي وعلى هذا نقترح الآتي:ـ

١. تشكيل قسم أو مديرية خاصة بالعمل الدعائي.
٢. اختيار مجلس مكون من كافة الاختصاصات العلمية التي يتطلبها العمل الدعائي (سياسي، اجتماعي، نفسي، إعلامي، اقتصادي...).
٣. وضع الخطط والبرامج والنشاطات بصورة مستقلة.
٤. تتولى الإدارة تحويل هذه الخطط والبرامج والنشاطات إلى رسائل اتصالية قادرة على الوصول إلى المواطن.
٥. حرية الحصول على المعلومة والتنسيق مع الإدارات ذات العلاقة (دفاع، خارجية، داخلية...).
٦. أهدافه الرئيسية هي / اكتساب الرأي العام المحلي، القضاء على الفرقة الداخلية لتظهر قوة واحدة متماسكة لا تنقسم، عدم اتخاذ موقف الدفاع عن القضايا بل المبادرة بالهجوم الاستفزازي المحرض، العمل بمبدء الدعوة والتعصب في الدفاع عن المبادئ.

ومن خلال متابعتنا للأساليب الدعائية التي تمارسها الجماعات الإرهابية (داعش) لا سيما ضد المواطن العراقي، فإننا نرصد مواطن الضعف في الأساليب الفنية الدعائية التي تمارسها الجماعات الإرهابية (داعش) وهي:

١. استخدام الكذب / أسلوب الكذب كمنطلق من منطلقات الدعاية لتنظيم (داعش) الإرهابي يقوم على فكرة استخدام الكذب ويعلم كل خبير دعائي أن أسوأ أنواع الفن الدعائي لأن اكتشاف الكذب وإبرزه واضحاً للجمهور المستقبل يكفي لتحطيم الثقة في مصدر اللغة الدعائية، الكذب يقصد به تشويه الحقيقة سواء باختلاف الواقعة أو إخفاء صفة عليها لا تملكها.

٢. التناقض في عناصر المنطق الدعائي لتنظيم (داعش) هذا التناقض يفترض خلفية فكرية معينة وإبراز معين لوقائع معينة مثل رفع رايات المسلمين وهي تذبج بالمسلمين ولا تقبل بالطرف الآخر، وهي عبارة عن مجتمع مركب متنوع، ممارستها لأفعال تناقض مع الشعارات التي ترفعها، تتحدث بلغة الهيمنة والسيطرة وهي عبارة عن خلايا نائمة في مناطق متفرقة.

٣. عقدة السيطرة تمثل بالنسبة للدعاية لتنظيم (داعش) المنطلق الأول في لغته الدعائية فهي تحاول أن تخلق شحنة لا شعورية من الانفعال أساسها بضرورة الإصلاح بالذات البشرية.

٤. الفصل المطلق بين الإعلام الداخلي والإعلام الخارجي يمثل إحدى المنطلقات الثابتة في الدعاية لتنظيم (داعش) الإرهابي لأن هذا التميز ينبع من الخلاف في طبيعة ووظيفة كل ما لهاتين الناحيتين من نواحٍ متعلقة بوظيفة الدولة الاتصالية في المجتمع المعاصر، والأسباب التي أدت إلى إثارة هذا الموضوع يعود إلى /

- عملية ربط بين المهاجرين وبين الأفراد التابعين في المناطق التي تسيطر عليها تنظيم (داعش) الإرهابي.

- الإخفاق فيما يتعلق بالأفراد (الموالين) في الخارج والرفض المطلق في البلدان التي ينتمون إليها وطبيعة الدعاية التي تمارس.

- سيطرة تنظيم (داعش) الإرهابي على عدة مناطق جعلها تتجه إلى الدعاية بالحركة التي تقوم على أساس تحطم الذات وتخاطبها بلغة الحرب النفسية كأسلوب لتحقيق السيطرة وبعدها تتجه إلى خلق نوع من التعاطف بعد السيطرة من خلال التعامل النفسي الذي أساسه تغليف الدعاية بالدعوة.

٥. المبالغة في رسم صورة المقاتل الذي لا يقهر، لهذا نراه في المعركة مجهزاً بأفضل الأسلحة والعدة ويسير بثبات وتنظيم وشجاعة في القتال إلى درجة الانتحار.

٦. الارتباط الزائد بين الدعاية والمؤسسات العسكرية الذي يشوه صورة تنظيم (داعش) الإرهابي فهذه الجماعات الإرهابية تقوم على أساس تقديم نموذج مثالي (للمسلم الحقيقي) من خلال تأكيدها على الشريعة الإسلامية لتجعلها لغة القوة ومنطق العنف الجماعي الإبادة الكاملة لمنطقها الحركي في حياتها اليومية (حادثة سجن بادوش في الموصل، مجزرة سبايكر، الأعداء الجماعية لعشائر الأنبار..).

٧. جعل المنطق الفكري يقوم على أساس رفض الآخر حتى مع المجتمعات الدينية المشابهة لهم وإلغاء كل الأبعاد الحضارية من خلال رفض المنظور الحضاري لجميع المجتمعات ومثال ذلك تحطيمية للآثار.

٨. تعدد أبعاد التعامل النفسي لتنظيم (داعش) الإرهابي من حيث الجمهور المتجه إليه مع جعل الخلاف في المنطق واللغة محور التميز بين مستويات ذلك التعامل النفسي.

ومن خلال ما تقدم فإننا نقترح بعض الأساليب الدعائية الفنية واستعمالها ضد الجماعات الإرهابية (داعش) وهي/

١. إطلاق التسميات / ويقصد بها قيام الخبير الدعائي بربط مفهوم معين بكلمة أو عبارة تعكس أنموذجاً للتوفيق وتثير شحنة انفعالية تقود إلى نوع من التحيز ضد من يوصف بهذه الكلمة أي إطلاق ألقاب أو نعوتاً معينة على القيادات (الداعشية) الإرهابية.

٢. الاختبار الانتقائي للوقائع / وذلك من خلال اختيار الموضوعات التي تلائم المنطق الدعائي للدولة وتتبع منه وهي في ذلك تركز على اقتطاع العبارات والجمل التي تخدم الرسالة الدعائية فيما يتعلق بالتقارير والأخبار والتصريحات الواردة من الجماعات الإرهابية (داعش) ولا سيما اقتطاع أجزاء معينة من رسائل الإرهابي (أبو بكر البغدادي).

٣. التحويل/ أي تحويل الانتباه من الموضوع الرئيس إلى موضوع آخر يشكل أهمية أكثر للمخطط الدعائي ومن هذا الاتجاه عمل الإعلام على تحويل الانتباه عن موضوع الانتصارات التي تحققت على أيدي قواتنا الأمنية في محافظة الأنبار والجزيرة وصلاح الدين والموصل إلى الحديث عن موضوع سدة الموصل والدمار الذي أصاب مدينة الرمادي وأحوال النازحين والعوائل المهجرة.

٤. الإجماع الكيفي / ويقصد به الاستعانة بأراء المختصين السياسيين والعسكريين في دعم الحجج الرئيسة للمنطق الدعائي وهنا يجب الاستعانة بعشرات الأفراد في هذا الصدد وأن لا يقتصر على أفراد محددين ومن جانب آخر يجب الاستعانة بهذه الآراء بعملية الإغراق الإعلامي.

٥. أسلوب الصمت/ ويعني تركيز الكره والعداء حول شخص واحد ألا وهو الإرهابي (أبو بكر البغدادي) باعتباره زعيم تنظيمات (داعش) الإرهابية وينطوي هذا التركيز على ميزة الفرد والجماعة في تفضيل مواجهة شخص معين على مواجهة قوة متماثلة بجماعة أو جماعات وهو من الأساليب الفرعية لأسلوب التبسيط نحو توحيد الأعداء والخصوم أو تقديم صورة عن كل فرد من أفراد (داعش) الارهابي على أنه (قذر، متعصب، كافر، جبان، منحط، سافك للدماء، سارق للثروات والممتلكات، حسب الجنس والشهوات، غبي متخلف، مخادع متوحش).

ثالثا : التخطيط للتحرك الإعلامي في إدارة الصراع :

مفهوم إدارة الصراع قديم وحديث في آن واحد كذلك فهو لا يزال في حاجة إلى الجهد التنظيري لوضع القواعد وبناء الإطار الفكري والتخطيط للتحرك

الإعلامي بدوره لا يعود من حيث أصوله التاريخية لأكثر من نصف قرن وللحديث حول التخطيط الإعلامي في إدارة الصراع يعني التقاء ثلاثة من المعرفة هي جميعها حديثة العهد بالتحليل والتأصيل:-

١. إدارة الصراع: مفهوم إدارة الصراع خلال الأعوام العشرة الأخيرة دخل مرحلة جديدة في التحليل السياسي، أي إدارة الصراع بمعنى عملية تطويع المتغيرات والقوى في نطاق التعامل الدولي قديمة ولكنها كانت تتبع من النبوغ في الممارسة والحساسية والقدرة على تلمس نواحي النقص في الخصم والكر والفر وبهذا المعنى تعودنا الحديث عما يسمى (القائد الدبلوماسي)^(٩)، قائد يمتاز بالمرونة سعادته في أن يتلاعب بالأفراد والمواقف مظهره لا يعكس باطنه ولغته لا تعبر عن أفكاره يعيد النظر واقعي وعملي لا يتردد في أن يتعامل مع عدو الأمس وأن يضحى بصديق اليوم، إن السبب الحقيقي الذي جعل الفقه السياسي يستقبل مفهوم إدارة الصراع ويؤصل في مختلف عناصره وتطبيقاته يعود إلى تلك الظاهرة التي عرفتها جميع المجتمعات المتقدمة باستقبال علماء النظرية السياسية في نطاق العمل الدبلوماسي وبصفه خاصة التخطيط لإدارة الصراع، كسينجر وبرجينسكي وهما من العلماء الذين كان لهم دور خطير في عملية صنع قواعد نظرية إدارة الصراع^(١٠).

٢. التحرك الإعلامي: التحرك الإعلامي بدوره مفهوم آخر يبدو وبصفة خاصة منذ الحرب العالمية الثانية وقد أضحى تعبيراً عن قواعد واضحة من حيث التعامل، ويجدر بنا أن نتذكر منذ البداية أن كلمة الإعلام بهذا الخصوص تشمل كل ما له صلة بالتعامل النفسي، التحرك الإعلامي أضحى اليوم علماً قائماً بذاته وهو يمتلك قواعده أي ألعبيه بل ويملك فلسفته المستقلة والتميزة تبعاً لنموذج التعامل النفسي، إن كلمة التحرك الإعلامي يقصد بها كل حالة صلة بالغزو الفكري وخلق القناعة المنطقية في الداخل والخارج بدعوى معينة، ومن ثم تحتضن مفاهيم ثلاثة في آن واحد (الإعلام، الدعاية، الحرب النفسية) إن التفرقة بين هذه المفاهيم الثلاثة تكون مستحيلة لأن الدعاية والحرب النفسية تتم من خلال الإعلام كما أن الإعلام يتم من خلال الدعاية والحرب النفسية، كذلك علينا

أن نضيف بأن هذه النماذج الثلاثة فضلاً عن نماذج التعامل النفسي^(*) كانت تمثل قوالب فكرية جامدة ومنذ الستينات بدأت تنهار الحواجز لتختلط هذه النظريات الثلاث ولتحدد كل منها نطاقاً للتعامل فالدعاية عند الجماعات الإرهابية (داعش) انتفعت بتلك الخبرات وقدمت للعالم نموذجاً للتحرك الإعلامي الناجح لم يسبق له مثيل من حيث الفاعلية والقدرة على تحقيق الأهداف هذا ما نلاحظه على الخلايا النائمة الموالية وعملياتها الإرهابية. ماهي أهداف التحرك الإعلامي أي تحرك إعلامي في أوسع معانيه وبمختلف تطبيقاته يمكن أن يسعى لواحد أو أكثر من الأهداف الآتية^(١١):

- أ. هو أداة لنقل المفاهيم وزرع المدركات.
 - ب. أداة لتشويه الأفكار ومن ثم خلق البلبلة ولتدعيم عدم الثقة بالقيادات والطبقة الحاكمة.
 - ج. أداة لخلق تطلعات طبقية الأمر الذي يقود إلى خلق تشققات في الجسد القومي.
 - د. أداة لتعطيم الثقة بالذات القومية.
- إن كلمة التحرك الإعلامي تفرض علينا مجموعة من الحقائق يجب أن تكون واضحة منذ البداية حتى يكون الموضوع مقنناً دون غموض^(١٢)/

- أ. التحرك الإعلامي يفترض التخطيط فلا يوجد تحرك إعلامي دون تخطيط.
- ب. التخطيط لا يتجه فقط للتعامل النفسي بل إلى جميع أبعاد الحركة القومية، أي يصبح الإعلام أداة من أدوات التحرك القومي مع مختلف الأجهزة والأدوات الإعلامية والاتصالية.
- ج. التخطيط الإعلامي رغم ذلك له خصائصه التي ينطلق منها التدرج والتنسيق بين التحرك الإعلامي والتحرك من منطلق الأدوات الأخرى، أي الإعلام خط الهجوم الأول وخط الدفاع الأخير لذلك الإعلام قد يسيطر في بعض الأحيان على التحرك الدبلوماسي والعسكري.

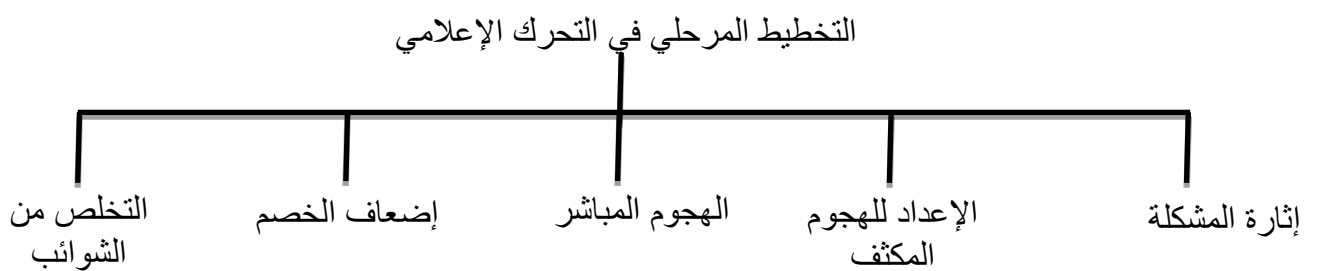
(*) فلسفة بافلوف (الإغراق) ، فلسفة فرويد (النقص)، فلسفة ديوي (النموذج الأمريكي).

د. محور التحرك الإعلامي هو أسلوب الإغراق أي استخدام جميع الأدوات الإعلامية موضع الهجوم ، والإغراق هنا يعني التكرار الملل والانغلاق الذي يقود الى عدم الثقة والاهتمام وهي امور جميعها تتعارض مع نجاح التحرك الإعلامي الجماعي.

ه. الصدق هو أساس التحرك الإعلامي، لقد أضحى الحصول على المعلومة الصادقة والحقيقية أمراً سهلاً وإذا افترضنا أن المخطط الإعلامي قد يلجأ إلى الكذب وإن حدث واكتشف أمره أن يعتذر ويبرره من منطلق يلبس ثوب الصدق.

و. التخطيط للحركة السياسية/ خلق مفهوم إدارة الصراع من جانب ومفهوم التحرك الإعلامي من جانب آخر يستتر مفهوم ثالث أكثر اتساعاً يضم و يحتضن كلا المفهومين هو ما نستطيع أن نسميه بالتخطيط للحركة السياسية لأن إدارة الصراع تتولى التعامل مع المواقف التي تختلف في خصائصها وهذه الخصائص تفسر وتحدد طبيعة التحرك الإعلامي فالأول يتجه إلى القائد و الثاني يتجه إلى الجسد القومي وعملية الربط بين هاتين يتم بعملية التخطيط للحركة السياسية.

التخطيط المرحلي أحد العناصر الأساسية التي يفرضها التحرك الإعلامي، فالتحرك الإعلامي هو معركة وكل معركة لا بد لها من قائد واحد ولا بد وأن تسيّر في تتابعها انتقالاً من مرحلة إلى مرحلة بحيث تتعدى كل مرحلة الأخرى، كل تحرك إعلامي هو نوع من الهجوم على الخصم ومحاولة تحطيم قواه حتى إذا تهيأ الموقف جاءت الضربة القاضية، الضربة التي تكون قمة التعامل، هذه المراحل نوجزها بالشكل الآتي :



أ. المرحلة الأولى إثارة المشكلة وهي تأخذ شكل التوعية أكثر من الدعاية تختلط بالثقيف المحايد الذي لا يتضمن أي إكراه واضح أو خفي وهي تدور حول أربع نقاط (تلمس الخصم من الصديق، معرفة مدى القدرة على الاختراق، اكتشاف ردود الفعل الحالية والمتوقعة).

ب. المرحلة الثانية مرحلة الإعداد للهجوم المكثف أي مرحلة إعلام الدعاية بمعنى مقدمة لمرحلة الهجوم المباشر وتأخذ فترة زمنية أطول لكونها تتعامل مع إثارة عنصر التلاعب بالمتغير العاطفي أو عنصر الشعور بالمسؤولية أو عقدة الذنب، أي خلال هذه المرحلة استخدام الحرب الإعلامية بمعنى تخزين الوقائع أو الحقائق وإطلاقها فجأة ودون مقدمات.

ج. المرحلة الثالثة الهجوم المباشر وهي أهم مرحلة وأخطرها إذ يصير إلى مفهوم الدعاية بأوسع معانيها وخصائصها وتحديد الصديق من العدو واستخدام المطرقة الإعلامية التي تسحق العدو ويجب أن تكون قصيرة المدة وقوية ومركزة ومتتابعة في تسلسل مستمر وتدفق لا يضعف في أي لحظة.

ح. المرحلة الرابعة إضعاف الخصم أي بمثابة تصفية لبعض نتائج المرحلة السابقة وتضخيم النجاحات بقصد القضاء النهائي على الخصم و في هذه المرحلة يجب الانتباه إلى مبدأ تعدد الخصوم أي اختيار أضعفهم للبدء فيه، في كل مرحلة خصم واحد من الأضعف إلى الأقوى.

خ. المرحلة الخامسة وهي بمثابة خاتمة التحرك الإعلامي حيث يكون محورها الحقيقي هو التخلص من الشوائب التي يمكن أن يكون قد أحدثها التحرك الإعلامي في المراحل السابقة.

التحرك الإعلامي أضحى اليوم يمثل خصائص الدولة المعاصرة من جانب وظيفة الدولة الاتصالية التي تسيطر على المفهوم المعاصر للدولة في جميع دوائر تعاملها ومن جانب آخر طبيعة العلاقة بين المواطن والدولة حيث موضوع التعبئة القومية والتحرك الإعلامي بهذا المعنى عنصر أساس من عناصر إدارة الصراع لأنه لا بد أن يتم التنسيق الكامل مع قيادة إدارة الصراع لتصير العلاقة بينها مرجعية على الرغم من أن الإعلام يؤدي أخطر وظائفه في التخفيف من حدة الفشل أو

التضخيم من قوة النجاح أو على الأقل عدم إقفال الباب أمام الاحتمالات جميعاً، لأن إدارة الصراع تتمركز حول ستة عناصر هي (قيادة تدعمها أيديولوجية واضحة، إرادة قومية متماسكة، تحالفات دولية، أداة عسكرية قادرة على القتال أو التهديد بها، إعلام ذكي ناجح يربط جميع هذه العناصر بسياج من القوة والفاعلية).

رابعاً :- الوظيفة الاتصالية للدولة :-

إن العملية السياسية لا يمكن تصورهما مطلقاً من دون اتصال، إن لم نقل إن الوظيفة الاتصالية التي هي جوهر العمل السياسي والتعبير الواضح عنه باعتبارها تمثل السلوكيات والأفعال التي تتعلق بتبادل الرسائل بين الفاعلين السياسيين لذا لا ريب أن يكون جوهر نظرية الاتصال هو تبادل نقل الرسائل التي لا تعني الحدث بذاته وإنما معلومات مخصوصة.

وتتصف هذه المعلومات بكونها قابلة للقياس والتحديد ومن هنا أضحت الاتصال السياسي نقل الرسائل فيما بين أجزاء النظام السياسي ثم بينه وبين النظام الاجتماعي الذي يعد بمثابة العنصر الأخير للوجود السياسي. ولكن ما الذي نعنيه بالوظيفة الاتصالية للقيادة أي في الحقيقة إن ظاهرة القيادة السياسية ليست إلا عبارة عن تعامل مع موقف يستند إلى ثلاث مسائل للعمل القيادي^(١٣)/

أ. القوة أو الضغط والإكراه

ب. الخديعة أو التحايل والمساومة.

ج. عملية الإقناع والاقتناع.

ولما كان السلطان الأول والثاني لا يبرزان ولا يلجأ إليهما القائد ولا في اللحظات الاستثنائية فإن المسلك الثالث يعد جوهر العمل القيادي والاتصال بهذا المعنى هو في حقيقته المنطق الحقيقي الذي به تحدد طبيعة الظاهرة ولكن هناك ملاحظة مهمة هي أن الاتصال في منطق العمل القيادي لا يعني ذلك المفهوم على نطاق الاتصال الاجتماعي وإنما يأخذ الاتصال القيادي (الدولة) معانٍ مختلفة ويفرض مستويات متبادلة أي خلق علاقة التفاعل والتماسك بين القيادة والمجتمع

السياسي وخلق الإقناع والاقناع في الداخل أو الوصول إلى تأثيرات محددة لهدف خارج حدود القومية بالتعاون والصراع.

إن أهداف الدولة تتمثل بالأهداف البنائية أو الوظائف الجزائية، الأولى محورها الحقيقي خلق العلاقة المعنوية والفكرية الثابتة بين الفرد والدولة والثانية حول عملية الذات وهنا تهمننا وظيفتان أساسيتان تتعلقان بأدائهما وظيفة الحرب النفسية وموقعها من وظائف الدولة هما /

١. الوظيفة الاتصالية للدولة التي تنتمي إلى الوظائف البنائية وينبع منها ويتوزع عنها خمس وظائف متداخلة هي^(١٤) /

أ. ترسيب نظام القيم الجماعية.

ب. تدعيم مفهوم التماسك القومي.

ج. خلق الرضا القومي.

د. الوظيفة الدعائية.

هـ. الاستعداد للحرب النفسية المعاكسة.

٢. الوظيفة القتالية وتتبع من حق الدولة في رفع السلاح دفاعا عن بقائها وعن حقوقها المشروعة.

وهنا يجب علينا أن نذكر أبعاد الوظيفة الاتصالية للدولة لمعرفة كيف يتمكن الإعلام من إيصال هذه الأبعاد وهي^(١٥) /

١. استقبال المعلومات سواء أكانت من البيئة الداخلية أو الخارجية التي تأخذ مفاهيم معينة هي /

أ. الحمل Load ويقصد به الرسائل أو المعلومات موضع الاستقبال كافة في لحظة معينة

ب. مقدرة التحمل Load capacity بمعنى القدرة على استقبال ومعالجة المعلومات الواردة وتتوقف هذه القدرة على عدد وأنواع وحالة القنوات الاتصالية المتاحة، كما ترتبط بعوامل عديدة منها درجة الدقة في جميع المعلومات ومدى

- التشويه الذي يطرأ على المعلومات بين لحظة استقبالها ولحظة الاستجابة لها. جميع ذلك يخلق تصوراً مشوهاً غير دقيق بخصوص القرارات.
٢. خلق الخلفية العامة لبناء إطار الحركة من خلال استدعاء الخبرة السابقة في عملية تحليل المعلومات واتخاذ قرار معين بخصوصها يتمثل في التعبير الحركي عن داخل إطار معين لأبعاد هذه الحركة.
٣. خلق التفاهم والتقارب بين عناصر المجتمع السياسي من خلال قيام الدولة بعملية التوفيق والتحكم في الصراعات المختلفة والخلافات المتعددة، أي القيام بدور ضبط العلاقات الداخلية.
٤. البحث عن أدوات الحماية الذاتية وتقديم الصورة الذاتية النقية غير المشوهة.
٥. خلق الثقة بين عناصر الجسد السياسي وإرادة للإعداد والتنظيم.
٦. المعرفة المسبقة بحدود والحركة وإمكاناتها تجعل الدولة تقوم بالموالجة بالاعتماد على القدرات الحقيقية والصالحة للتحكم بها.
٧. التكتل حول الدولة في لحظة الصراعات المصيرية أو الأخطار يؤكد استمرارية الوظيفة الاتصالية للدولة وتماسك المجتمع السياسي فيها.
- كما أن لنظم المعلومات أهميتها في عملية صنع القرار، نظم المعلومات هو تعبير عن ما يمكن أن نسميه الجهاز العصبي للدولة، والدولة هي كالجسد البشري تتكون من شرايين وأوعية يسير فيها الدم ذهاباً وإياباً هذه الأوعية هي نظم المعلومات وهذا الدم هو المعلومات التي تغذي الجسد والحياة والوجود، لذلك الإعلام الجماهيري هو ذلك القسط من المعلومات التي يبغى على الدولة أن تجعله مشاعاً بين جميع الجسد السياسي وليس العلاقة بين حاكم ومحكوم أو بين أجزاء الدولة أي الآلة الحكومية. كذلك علينا أن نميز بين نظم المعلومات وعملية الاتصال التي لا يعدو أن يكون نقل فكرة من مصدر إلى مستقبل نظم المعلومات هي أكثر اتساعاً هي عمليات نقل من مصدر إلى مستقبل ولكنها تفترض من جانب التنظيم الجماعي ومن جانب آخر إن عملية النقل هذه هي مقدمة لعمليات نقل أخرى متتابعة رغم أنها تأخذ صورة الاتصال إلا أنها تصير اتصالاً من نوع معين أساسه تشكيل الإدراك القيادي بحيث يتفق مع الواقع القائم من جانب وما يساير المصنعة في داخل

المجتمع السياسي من جانب آخر. إن نظم المعلومات هي تعبير عن إدراك المجتمعات لأسلوب معين في التعامل مع مشكلة في جوهرها منطق سياسي أساسه العلمية والفاعلية، لذلك نظم المعلومات تمتلك ثلاثة مستويات لواقع العمل السياسي في صنع القرار^(١٦) /

١. صنع السياسية أي تحديد الأهداف وبناء إطار الحركة المتعلقة بإمكانية تحقيق كل هذه الأهداف.

٢. صنع القرار أي المواجهة الفعلية للمشكلة وقد تحددت من حيث الزمان والمكان والموضوع.

٣. اختيار الإدارة حيث يجد الحاكم نفسه أمام أكثر من أداة واحدة فيتعين عليه تفضيل أداة على أخرى تبعا لإمكاناته وقدراته.

الإعلام لا يقتصر على متابعة الأحداث بل إنها تسعى للاستجابة مع المتلقي بأن تتصور تساؤلاته واستفهاماته أي تدخل في عقل المستقبل وتجيب على نواحي الفضول لديه، لأن الإعلام يعمل على شغل وقت الفراغ دون إرهاقه والإجابة على التساؤلات اليومية. كما أن لكل وسيلة أو أداة اتصالية خصائصها المنفردة في التأثير ومحدودية فاعليتها في مجال واحد، فإن ذلك لا يستدعي الحاجة إلى تكملتها أو مسانديتها بوسائل أو أدوات أخرى لإحداث التأثير المطلوب الأمر الذي يعني استخدام وسائل عديدة أو أدوات تصل كل منها إلى الفرد المستهدف بشكل يجعله يستجيب من جديد إلى الفكرة نفسها. إن العلاقة بين المرسل والرسالة والوسيلة الاتصالية والمستقبل هي علاقة ارتباط تشكل أو تحدد طبيعة العملية الاتصالية برمتها، وإذا افترضنا ثبات متغير المرسل والرسالة والمستقبل بوصفها المتغيرات التي تسيق الجسد المادي للرسالة الاتصالية، فإن الوسيلة هي التي ستحدد نجاح العملية الاتصالية أو فشلها وقدرتها على تحقيق أهداف الخبير والمخطط الإعلامي أو الدعائي أو لا. فالرسالة مهما كان محتواها أو مضمونها تظل رهينة الأداة الاتصالية وقدرتها على تجسيد (النظام الاقناعي) الذي يستتر الخبير الإعلامي من خلال الرسالة الإعلامية واكتشاف طبيعة التفاعل و الترابط بين العناصر التي تشكل

بنية العملية الاتصالية. من ثم وضع قوانينها العامة هي التي ستبين لنا بالتأكيد تأثير الوسيلة الاتصالية في المستقبل للرسالة الاتصالية فكل وسيلة بنيتها ونظامها الخاص وبالتالي فإن الرسالة التي قد تنجح عن طريق الصحافة ستفشل لو اعتمدت الراديو أو التلفزيون وإنها اختيارية ثانياً، وهذه الاختيارية ذات طابع مزدوج فمثلاً يختار الجمهور الوسيلة بعينها فإن الوسيلة تختار الجمهور الذي ترغب في الوصول إليه أيضاً، وهذا ما يجعل العلاقة بين المرسل والمستقبل (علاقة انتقائية) لا بد أن تترك أثارها على العملية الاتصالية وأهم نتائج هذه الانتقائية أنها تجعل من مستقبلي الرسالة الاتصالية ناقصي المعلومات حول الموضوعات الأهم التي تبثها وسائل الاتصال الجماهيري. وهنا نحدد بعض مظاهر الاخفاق في الإعلام العراقي بهذا الخصوص منها/

١. تناقض إعلامي لا يقتصر على عدم التجانس في المنطق بل يتعداه إلى التعارض في التصريحات الصادرة عن نفس المسؤولين في نفس اللحظة وبخصوص نفس الواقعة.
٢. عدم توائم الصلاحيات وما يفرضه الموقف السياسي.
٣. عدم قدرة الجهاز المسؤول على خلق علاقة ثابتة مع القدرات الخلاقة في الفكر المساند.
٤. الفشل في خلق خبرات متخصصة في العمل الدعائي.
٥. السطحية في العملية الإعلامية.
٦. اتخاذ موقف الدفاع دون أي مبادرة لاتخاذ موقف الهجوم.
٧. تشتت الجهود بين المؤسسات الإعلامية.
٨. عدم إعطاء العمل الدعائي والإعلامي وزنه الحقيقي.

الخاتمة :-

أهمية التعامل النفسي في العلاقة بين المواطن والدولة هو خلق التراص والتكتل حول السلطة أي خلق صور من صور التماسك الكلي لأجزاء الجسد السياسي حول القيادة كرمز وعلاقة التكتل القومي. إن المواطن لا يهتم إلا بمشاكله ولكن حينما

يصير وجوده في خطر فمن الطبيعي أن تتسع دائرة الاهتمام لتحتضن كل ما يتصل بمصدر هذا الخطر، ووصفت العلاقة بين الحاكم والمحكوم على أنها علاقة بيع وشراء حاكم يبيع النظام والاستقرار والمحكوم يشتري الأمن والطمأنينة. ولتحقيق جميع هذه العناصر (النظام، الاستقرار، الأمن، الطمأنينة) فإن شبكة الإعلام العراقي تحتاج إلى المعلومات الدقيقة وقدرة التركيز على المحاور الأساسية للمنطق الإعلامي والقدرة على الاستجابة السريعة وأن يكون هناك أرشيف ضخم متخصص، كما يجب أن تكون هناك غرفة عمليات لتحديد أهم الوقائع الجديرة بالاهتمام تضم متخصصين في كل أنواع الاهتمامات مع توفير جهاز مكثبي قادر على إعادة صياغة الأفكار وتقديمها بالأسلوب الإعلامي الناجح والمؤثر بحيث يتناغم ويتناسق مع أهداف الوظيفة الاتصالية للدولة محاولة منها لعكس هذه الأهداف في برامجها على مدار الساعة وفق منهجية تدار مباشرة من قبل مجلس الأمناء المشرف على عمل الشبكة للوصول إلى صناعة رسائل اتصالية تربط جميع العناصر للوظيفة الاتصالية للدولة ومنها /

١. إشباع الفضول حول الوقائع السياسية العامة والقرارات المصيرية.
٢. خلق الإيهام في المشاركة بصنع القرار القومي وترسيخ القناعة بأن القرار القومي إنما جاء ليعبر عن آمال وألام رجل الشارع .
٣. تدعيم الاعجاب بالمنجزات التي حققتها الدولة والفخر بالانتماء إلى المجتمع السياسي والشعور بالاعتزاز بالمواطنة التي يحتلها ذلك الانتماء
٤. تدعيم الثقة بالذات القومية بحيث تتعدى المكان والزمان لتنتقل من الماضي لتؤكد الاستمرارية وتنسحب إلى المستقبل لتعلن عن الوظيفة الحضارية
٥. ربط الذات القومية بالأداة الحاكمة بحيث لا يظهر الحاكم وأعوانه على أنهم فئة مستقلة ولكنهم تجسيد لذلك الواقع القومي بحيث يتقمص الواقع السياسي كتعبير عن الارتباط الثابت بالأصول والتاريخ .

هوامش البحث :

- ١- د. حامد ربيع ،الحرب النفسية في الوطن العربي ،دار واسط للدراسات والنشر والتوزيع ،بغداد ،١٩٨٩ ، ص ٢٢٥ .
- ٢- المصدر السابق ، ص ٢٢٦ .
- ٣- MINOR, The information war ,1970 , P.12
- ٤- د. حامد ربيع ، مقدمة في العلوم السلوكية ، دار الفكر العربي ،القاهرة ،١٩٧٢، ص ٢٧١ .
- ٥- د. حامد ربيع ،الحرب النفسية في الوطن العربي ، مصدر سبق ذكره ،ص ٢٥-٢٨ .
- ٦- د. حميدة سميسم ،الحرب النفسية (مدخل) ،دار الكتب للطباعة ، بغداد ، ٢٠٠٠ ، ص ١٠٧-١١٣ .
- ٧- د. جيهان رشدي ،الدعاية واستعمال الراديو في الحرب النفسية ،دار الفكر العربي ،القاهرة ،١٩٨٥ ، ص ٣١٩ .
- ٨- د. حامد ربيع ،الحرب النفسية في الوطن العربي ، مصدر سبق ذكره ،ص ٧٣-٩٣ .
- ٩- د. حامد ربيع ، مقدمة في العلوم السلوكية ،مصدر سبق ذكره ،ص ٣٣٩ .
- ١٠- Wallace, Foreign policy and the Political process,1971,P.25
- ١١- د. حامد ربيع ، الثقافة العربية بين الغزو الصهيوني و ارادة التكامل القومي، دار الفكر العربي ، ١٩٨٣ ، ص ٣٥ .
- ١٢- **Burdeau:Traite de sciences politiques ,Vot III ,1986,P.32**
- ١٣- د. حميدة سميسم ، نظرية الراي العام (مدخل) ،دار الشؤون الثقافية ،بغداد ، ص ١١٣ .
- ١٤- د. حامد ربيع ،مقدمة في العلوم السلوكية ،مصدر سبق ذكره ،ص ٢٣١ .

١٥- د. كمال المنوفي، نظرية النظم السياسية، وكالة المطبوعات ، الكويت
١٩٨٥، ص١٤٥ وما بعدها .

١٦- د. حامد ربيع، نظرية السياسة الخارجية، محاضرات في كلية الاقتصاد
/جامعة القاهرة عام ١٩٧٣.

الإعلام و مكافحة الإرهاب

إشكالية الدور وآليات التعزيز

أ.م.د إبراهيم حردان مطر

كلية القانون والعلوم السياسية - الجامعة

العراقية

م . محمد أحمد الزوبعي

كلية الإعلام - الجامعة العراقية

المستخلص

بالرغم من الايجابيات التي افرزها التطور الذي شهده مجال الاعلام والذي ساعد على ربط المجتمعات وتحدي المحددات بأبعادها المكانية والزمانية اصبح ذلك يشكل قيذا امام الحكومات في سياساتها التعسفية كونها اصبحت مكشوفة امام الرأي العام والمنظمات الدولية ، فضلا عن زيادة الامكانيات في انتقال وتداول المعلومات والنتائج العلمية والمعرفية وزيادة الوعي المجتمعي ، الا ان هذا التطور افرز نتائج سلبية ايضا فمساحة الحرية المطلقة التي منحتها شبكة المعلومات الدولية والوسائل المتاحة بيد الجميع دون قيود اصبحت تشكل خطورة على الدول والمجتمعات ، فالوسيلة الاعلامية التي كانت في الماضي حكرا على الدولة توجهها بما يخدم أهدافها ، لم تعد كذلك اليوم ، بل صارت كثير من الدول الحلقة الأضعف بين جهات متعددة ومختلفة المستويات والقدرات هي دون الدولة لكنها تملك من قوة التأثير الذي يهدد استقرارها . لاسيما وانها وظفت من قبل المنظمات الارهابية لتغطية نشاطاتها .ومن ثم اصبحت هناك مهمة على عاتق الدول والشعوب، والمنظمات ، من اجل كيفية اعادة توظيفه لمواجهة هذا الخطر، ان الاعلام امانة ومسؤولية ، والمؤسسات الاعلامية كالمؤسسات التربوية من حيث دورها واثرها في تشكيل المجتمعات ورسم ملامحها ، بل قد يفوق اثرها على المؤسسات التربوية ، بما تملكه من وسائل تأثير متنوعة وفاعلة تستطيع ان تخاطب بها مختلف المستويات المعرفية في اي مكان وأي وقت ، حيث كانت وسائل الاعلام التقليدية هي محور الوسائل الاتصالية التي يتم استخدامها للوصول الى الجمهور ونقل الرسائل المختلفة اليهم ، ان وسائل الاعلام الجديد اعادت تشكيل خارطة العمل الاتصالي والاعلامي في المجتمعات المعاصرة لما تحمله من خصائص كعالمية الانتشار وسرعة الوصول والتفاعل وقلة التكلفة وهذه الوسائل اصبح لها تأثير واضح على الجمهور وما شهدته المنطقة العربية من ثورات خير دليل على ذلك .

Abstract

Despite of the positive developments in the field of media, which helped to link communities and challenge the limits of their potential time and place, It has become constraint on governments in their arbitrary policies, because they are exposed to public opinion and international organizations, as well as increasing the possibilities of transmission and circulation of scientific and knowledge outcome, and increased community awareness but this development produced negative results too.

The area of absolute freedom granted by the International Information Network, and the means available to every one without restrictions have become a danger to the states and communities.

Media means which was in the past monopoly of the state orientation to serve its objectives no longer so today, but many countries have become the weakest link between multiple sides and different levels and capabilities are becoming less than the state.

But it has strong influence that threatens stabilities especially as it was employed by terrorist organizations.

To cover its activities and then there is a task on the shoulder of the states.

People and organizations in order to re-employ it to face this danger.

Media means responsibility, faithfulness and trust, the institutions of media are such as the institutions of education in terms of their role and influence in the formation of societies and the characterization of their features, but the impact on the may exceed of the educational instructions, as it possessed variovy means of effectiveness which can be addressed by different level of knowledge anywhere and anytime.

المقدمة

يعد الاعلام بوسائله المتطورة ، اقوى ادوات الاتصال العصرية التي تعين الانسان على معايشة العصر والتفاعل معه ، اذ اصبح للإعلام دور مهم في شرح القضايا وطرحها على الرأي العام . في ظل ثورة الاتصال والمعلوماتية - التي قلصت عنصري الزمان والمكان مما سهل عملية التواصل الآني بين اجزاء العالم المختلفة - اصبحت الكلمة الاولى للأعلام كونه يرتبط بقوى الدولة الشاملة من خلال التغطية الاعلامية لأوجه النشاطات التي تقوم بها كافة ، وتحصينها ضد أي غزو اعلامي او فكري معاد ، فهو يقوم بدور مهم في تنمية الوعي المجتمعي لدى المواطن واستيعابهم لما يدور محليا ودوليا ، بعرضه لمختلف القضايا التي تؤثر في مصالحهم من خلال الشرح والتحليل لها . وهو يحمل على عاتقه مهمة نقل الارث الحضاري من جيل الى اخر، فهو يمثل ساحة كبرى تلتقي فيها الشعوب على الخبر الواحد والحدث الواحد ويتعارفون على صعيد واحد رغم اختلاف اهتماماتهم وثقافتهم ، هو يمثل مرآة المجتمع الكبرى التي يتطلع فيها الجميع ليرى بعضهم بعضاً .

نظرا لهذه المهمة الخطرة ولهذا الدور الفاعل، ما عاد الاعلام في ممارساته ونشاطاته هو نتاج الصدفة ، فاغلب الدول اصبحت تضع له استراتيجيات يتبلور من خلالها الاداء وتؤطر عبرها التوجهات، انه فعلا القوة الناعمة لمخاطبة العقول وخلق العواطف ، وهو الوسيلة التي يتم توظيفها في كل زمان ومكان ، وفي اوقات السلم والحرب. انه سلاح ذو حدين : اذا احسن استخدامه وتوجيهه كان ركيزة يجد فيه افراد المجتمع ينبوع المعارف ومصدر التوجيه والتوعية ، كما انه وسيلة يمكن ان توظف من اجل احداث الخراب في نفسية الشعوب عبر ادوات الحرب النفسية ، فهو بهذا خط الهجوم الاول وخط الدفاع الاخير ، على مدى عصور طويلة مضت، كانت وسائل الاعلام التقليدية من صحف ومجلات واذاعة وتلفزيون هي محور الوسائل الاتصالية والاعلامية المجتمعية التي يتم استخدامها للوصول الى الجماهير ونقل الرسائل المختلفة اليهم ، وبالرغم من اهمية الدور الذي كانت تقوم به تلك

الوسائل الا ان وسائل الاعلام الجديد أعادت تشكيل خارطة العمل الاتصالي والاعلامي في المجتمعات المعاصرة بما تحمله من خصائص كعالمية الانتشار وسرعة الوصول والتفاعل وقلة التكلفة.

لقد برزت شبكات التواصل الاجتماعي كفاعل هام مثير للجدل في التغييرات الاساسية التي اجتاحت العالم والمنطقة العربية خصوصا ، فالشعوب بدأت تلاحظ وتبدي اهتماما بالقدرة الكامنة التي يوفرها الاختراق المتزايد لأدوات شبكات التواصل الاجتماعي في المنطقة العربية كقنوات بالغة التأثير متيحة لشعوب المنطقة فرصا في التعبير عن آرائهم وحشد وتنظيم صفوفهم للثورة من أجل التغيير او من اجل خلق رأي عام اتجاه قضية معينة ، وقد قسم البحث الى خمسة مطالب تناول المطلب الاول بعض المفاهيم (الاعلام ، الارهاب ، الرأي العام) وتضمن المطلب الثاني وسائل الاعلام ووظائفه بينما تناول المطلب الثالث تأثير الاعلام في الرأي العام وتضمن المطلب الرابع المنظمات الارهابية وتوظيف الاعلام الجديد وتناول المطلب الخامس دور الاعلام في مكافحة الارهاب .

مشكلة البحث :

على الرغم من الايجابيات التي افرزها التطور الذي شهده مجال الاعلام والذي ساعد على ربط المجتمعات وتحدي المحددات بأبعادها المكانية والزمانية واصبح يشكل قيادا امام الحكومات في سياساتها التعسفية كونها اصبحت مكشوفة امام الرأي العام والمنظمات الدولية ، فضلا عن زيادة الامكانيات في انتقال وتداول المعلومات والنتائج العلمية والمعرفية وزيادة الوعي المجتمعي ، الا ان هذا التطور أفرز نتائج سلبية ايضا فمساحة الحرية المطلقة التي منحتها شبكة المعلومات الدولية والوسائل المتاحة بيد الجميع دون قيود اصبحت تشكل خطورة على الدول والمجتمعات ، فالوسيلة الاعلامية التي كانت في الماضي حكرا على الدولة توجهها بما يخدم أهدافها ، لم تعد كذلك اليوم ، بل صارت كثير من الدول الحلقة الأضعف بين جهات متعددة ومختلفة المستويات والقدرات هي دون الدولة لكنها تملك من قوة التأثير الذي يهدد استقرارها. لاسيما وانها وظفت من قبل المنظمات الارهابية

لتغطية نشاطاتها وتجديد العناصر وخلق التعاطف معها ونشر اهدافها ، فلا يمكننا اغفال التوظيف الارهابي لوسائل الاعلام في تسويق اهدافهم والتأثير في الرأي العام ، وتتجسد مشكلة بحثنا هذا بالتساؤلات الاتية :

١. كيف يمكن الحد من هذا التوظيف السلبي لوسائل الاعلام من قبل المنظمات الارهابية ؟
٢. كيفية تحسين المجتمعات فكراً ؟ ومن خلال الاعلام ايضا ، امام الهجمات الاعلامية الهدامة والمضللة.
٣. ما هي وسائل الاعلام ؟ وما هي وظائفه؟
٤. ما دور الاعلام في مواجهة التحديات المجتمعية وخاصة تحدي الارهاب؟

فرضية البحث :

تطلق الدراسة من الفرضية الاتية : هي ان التطور الذي حصل في مجال الاعلام اضفى عليه الاستخدام المزدوج ، من حيث التوظيف الايجابي والسلبي من قبل المجتمعات والتنظيمات والدول ، كما ان الوسيلة الاكثر فاعلية وتأثير في خلق الوعي الاجتماعي وتعزيز الانتماء الوطني تكمن في توظيف الاعلام بمختلف وسائله من اجل ذلك وهذا يفرض وجود استراتيجية عمل تؤطر الاداء الاعلامي ليبعده عن فوضوية الاداء وردات الفعل الانية.

أهمية البحث :

نظرا للدور الذي يؤديه الاعلام - بما يمتلكه من قدرات ووسائل لم تعد قيد السيطرة - في التأثير الفاعل على الشعوب سلبيًا وإيجابيًا ، والتطور الذي شهده هذا المجال ، مكن اغلب الافراد في مختلف المجتمعات من توظيف مختلف الوسائل الاعلامية من اجل تحقيق اهدافهم . ان الاعلام هو الوسيلة الوحيدة المتاحة لأغلب الفئات الاجتماعية من اجل التواصل والتأثير بعيداً عن القيود ، بحكم ما يمتلكه من امكانيات قادرة على تخطي المحددات والتأثير الفاعل في المتلقي . انه القوة الفاعلة دون محددات الزمان والمكان والنوع ، خطورته تكمن في انه اصبح متاح بيد التنظيمات الارهابية والاجرامية من اجل تحقيق مآربها وبشكل بات يهدد سلامة

الدول ومجتمعاتها ، ومن ثم اصبحت هناك مهمة على عاتق الدول والشعوب، والمنظمات ، من اجل كيفية اعادة توظيفه لمواجهة هذا الخطر ، من هنا تأتي اهمية الدراسة في كونها تتناول موضوع الدور الاعلامي في مواجهة التحدي الارهابي . وكيفية تعزيز البناء الاجتماعي امام الهجمات الاعلامية المضادة .

اهداف البحث :

يسعى الباحث الى تحقيق هدف البحث على اعتباره الحلقة الاكثر اهمية في البحث العلمي ، نظرا لان البحث العلمي هو نشاط منظم وهادف فلا بد للباحث من تحديد الاهداف التي يرمي الى تحقيقها من خلال بحثه^(١).

ويسعى الباحث في ضوء المنهج والادوات والوسائل المتاحة لديه الى تحقيق عدد من الاهداف :

- ١- التعرف على وسائل الاعلام وتحديد وظائفه.
- ٢- تحديد دور الاعلام في مواجهة التحديات المجتمعية وخصوصا تحدي الارهاب .
- ٣- تعاريف ومفاهيم عامة تخص جوانب البحث.
- ٤- لفت الانتباه الى ضرورة الاهتمام بالدراسات المتخصصة في الاعلام والدور الذي تقوم به في مواجهة التحديات المجتمعية .

منهج البحث :

من اجل دراسة محاور البحث وتحليل طبيعة العلاقة بين الاعلام والمجتمعات ، وما وفره الاعلام العصري من إمكانيات للتواصل ، الامر الذي مكن مختلف الاوساط من توظيفه خدمة لأهدافها ، وكون الدراسة تتناول التأثير المتبادل بين ظاهرة الارهاب وسلوك المجتمعات في مجال مواجهتها لهذا تم توظيف المنهج التحليلي .

المطلب الاول : مدخل مفاهيمي

في محاولتنا البحث حول دور الاعلام في مكافحة الارهاب، لا بد لنا من تحديد المفاهيم التي ترد في سياق البحث ليتسنى لنا تتبع مفردات البحث ، ومعرفة طبيعة

العلاقة بين متغيرات الموضوع قيد الدراسة ، وبهذا الصدد هناك اربعة مفاهيم هي:
(الاعلام ، الارهاب ، والدور ، الرأي العام) وسنوجزها كما يأتي :

اولا : الاعلام :

الاعلام لغةً (مصدر الفعل الرباعي أعلم يُعلمُ اعلاماً وأعلمته بالأمر ابلغته اياه، وأطلعته عليه، جاء في لغة العرب، استعلم لي خبر فلان واعلمنيه حتى اعلمه، واستعلمني الخبر فأعلمته اياه)^(١).

اما الاعلام اصطلاحاً : فقد اختلف المختصون في وضع تعريف دقيق لمفهوم الاعلام ، كما اختلفت الدول حسب أنظمة الحكم فيها – في فهم الاعلام وتفسيره وفقاً لفسلفة النظام ونظراته لمختلف الشؤون السياسية والاقتصادية والاجتماعية - ولم يقتصر المعنى الاصطلاحي للإعلام على المعنى اللغوي وهو مجرد الاخبار والتبليغ بوجه سريع ، بل تجاوزه الى معنى يتناسب مع وظيفته الحديثة ، فهو تعبير عن ميول الناس واتجاهاتهم وقيمهم ، ويعرف بأنه : نشر المعلومات والابحار والافكار والآراء بين الناس على وجه يعبر عن ميولهم واتجاهاتهم وقيمهم بقصد التأثير . او انه (نقل الأخبار والمعلومات الجديدة التي تهتم الجمهور في وقت معين)^(٢).

انه (التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير من خلال نقل الأخبار بشكل سريع وموضوعي عبر وسائل الاعلام ، المقروءة والمسموعة والمرئية ، بجانب الاستفادة من قنوات التواصل الاجتماعي كالإنترنت ..)^(٤) وقد عرفه بعض المختصين بدلالة الوسيلة ، اذ عرفه (وارين وادوين) انه (عملية نقل المعلومات والافكار والتوجيهات لجمهور كبير ومتنوع ، عبر وسائل متطورة لهذا الغرض ، فالإعلام وسيلة تنقل الرسائل الاعلامية ... لجمهور كبير ومجهول الهوية ومتنوع ...) في حين عرفه البعض بدلالة الاثر الذي يحدثه ، فعرف (ولبور شران) الاعلام انه (يقوم بإحداث التغيير في المجتمع ، وهو الذي يهيئ المناخ لوحدة الأمة)

وعرفه (وليام ريفرز) بدلالة الاسلوب ،اذ عرفه انه (طرق التعبير التي تصلح للتفاعل ، اي انه شكل من اشكال التفاعل)(^٥).

وقد جاء تعريف (سمير حسين) اكثر شمولية اذ عرف الاعلام (كل اوجه النشاط الاتصالي التي تستهدف تزويد الجمهور بكافة الحقائق والاخبار الصحيحة والمعلومات السليمة عن القضايا والموضوعات ومجريات الأمور بطريقة موضوعية ودون تحريف ، بما يؤدي الى ايجاد اكبر قدر من المعرفة والوعي والادراك والاحاطة الشاملة لدى فئات جمهور المتلقين للمادة الاعلامية بكل الحقائق والمعلومات الموضوعية .. عن هذه القضايا ، بما يسهم في تنوير الرأي العام ..)(^٦)

بهذا يمكن ان نعرف الاعلام انه (نشاط اتصالي - ذو مضامين سياسية او اقتصادية او اجتماعية - موجهة الى الجمهور بقصد تزويدهم بالحقائق والافكار عن مختلف القضايا ذات الاهتمام ، وبقصد تنوير الرأي العام حولها او احداث التأثير المطلوب فيهم ، يوظف خلالها مختلف الوسائل الاتصالية ، حسب القدرة المتاحة ومستوى المتلقي للرسائل الاتصالية). بهذا تكون العملية الاتصالية اربعة مكونات مرسل ورسالة وقناة اتصالية ومستقبل .

ثانياً : الارهاب :

اصبح الارهاب وكيفية مواجهته يحظى باهتمام صناع القرار ورجال السياسة والامن والفكر في كل دول العالم نظرا لخطورة الظاهرة ، وعلى الرغم من ذلك ، الا ان المجتمع الدولي لم يتوصل الى تعريف متفق عليه لمفهوم الارهاب الدولي، نتيجة تداخل الاعتبارات القانونية والسياسية لهذه الظاهرة بشكل حد من نجاح جهود مكافحتها بشكل جماعي .

لقد تعددت محاولات تعريف الارهاب، على اعتبار أن ذلك يساعد على حل جزء من الاشكاليات العملية المرتبطة بهذه الظاهرة ، وعلى وجه التحديد ما يرتبط منها بالتنسيق بين الدول لمكافحته ، فكانت هناك محاولات كثيرة لتعريف الارهاب وتعددت هذه التعريفات بشكل ملحوظ وان كانت معظمها متفقة على بعض العناصر

، لكن الاشكالية هي انه لم يصدر تعريف متفق عليه تحت مظلة اي من مؤسسات الأمم المتحدة لضمان ان يكون هذا التعريف ملزماً لكل الدول وترجع الاسباب في ذلك الى اختلاف نظرة الدول نحو المنظمات التي تقوم بارتكاب اعمال العنف ، وايضاً اختلاف نظرتها اتجاه اهداف هذه المنظمات ، فبعض الدول تعتبر منظمات مقاومة الاحتلال منظمات ارهابية بالرغم من ان موثيق الأمم المتحدة تقر استخدام العنف لمقاومة الاحتلال ، بينما دول اخرى تعتبر هذه المنظمات واعمالها مشروعاً (i). ولعل ما يوجز هذه الاشكالية هو القول الشهير بأن (ما يراه هذا ارهاباً ، هو نضال من أجل الحرية في نظر ذاك) وفيما يتعلق بصياغة الاتفاقيات القضائية الدولية ، فان المقاربة الشائعة المعتمدة هي تفادي تعريف الارهاب ، والتركيز على الاساليب الارهابية ، فمعظم التعاريف لهذه الظاهرة تركز على ما يفعله الارهابي وليس هويته (اي مقارنة قائمة على مرتكب الفعل) او السبب الذي يجعله يفعل ما فعل اي مقارنة قائمة على الدافع (٧).

الإرهاب بأبسط معانيه هو عملية التخويف أو تهديد للأمن سواء الفردي منه أم الجماعي على نحو مقصود. فالإرهاب بالعربية لفظة يقابلها بالفرنسية Terrorisme وبالانكليزية Terrorism وكلمة Terror وحدها تعني الذعر أو الرعب بالفرنسية ومرادفها الاصطلاحي (الإرهاب)، وتستخدم بالعربية بمعنى واحد دون أن يكون ثمة ما يميز خصوصيات كل حالة على حدة كما هو الحال في الفرنسية أو غيرها. إذ يعرف معجم المصطلحات الفقهية والقانونية الإرهاب بأنه "عمل تهديدي تخريبي يقصد منه زرع الخوف والذعر في نفوس الأهالي وخلق الاضطراب وزرع الفوضى بهدف الوصول إلى غايات معينة". أما معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية فيرى أن الإرهاب (عبارة عن الطريقة التي تحاول بها جماعة منظمة أو حزب تحقيق أهدافه عن طريق استخدام العنف)^(٨). كما يُعرف الإرهاب في القاموس السياسي بأنه "محاولة لنشر الذعر والفرع لأغراض سياسية، والإرهاب وسيلة تعتمدها حكومة استبدادية لإرغام الشعب على الخضوع والاستسلام"^(٩)

ان اهم العناصر الأساسية لظاهرة الإرهاب وأبرزها: (١٠)

١- إنه عمل عنيف أو مهدد للحياة.

٢- دوافعه متعددة.

٣- آليته التخويف.

ثالثاً : مفهوم مكافحة الارهاب :

الارهاب حالة مركبة تختلط فيه العناصر الجنائية والاجرامية مع السياسية والاقتصادية والدينية، ومن ثم فإن القانون وحده لا يكفي لردعه وانما يجب ان تكون عملية التصدي له تكاملية تساهم فيها الاجهزة المعنية كافة ، سواء أكانت سياسية ام امنية ام اعلامية فضلاً عن انها تتطلب تعاوناً دولياً كونها ظاهرة عالمية. (١١)

ان مفهوم مكافحة الارهاب في هذه الدراسة ، هو: مجموعة الادوار التي تقوم بها وسائل الاعلام والاستفادة من قنوات التواصل الاجتماعي للتصدي للجرائم الارهابية ، وذلك بفضح مخططات واهداف الافراد والجماعات الارهابية وتحذير الناس من تبعات الاحداث الارهابية . وهي بهذا يمكن ان تتبلور عبر نقل الرسائل الاعلامية من اجل خلق وعي مجتمعي يزيل الادعاءات المضللة للحركات الارهابية ، وكشف مدى خطورتها فضلاً عن كشف اساليبها غير الانسانية في التعامل ومدى إجرامها بهذا الصدد.

رابعاً : الدور بدلالة الوظيفة

يعد مصطلح (الوظيفة) من المصطلحات التي تثير الجدل ، لتعدد مجالات استخدامها ، في المجالات الاجتماعية ، القانونية ، مجالات الطب والرياضيات .. . وتفهم الوظيفة كنشاط متكرر مستمر وغير ثابت ، تعدد مواقع استخدامه ، ويمكن ان يفهم بدلالة (الدور) في محيط او بيئة معينة ، طالما ان الأدوار لا تنفصل عن الوظائف وكلاهما يتضمن عملية استجابة لحاجة معينة ولتحقيق اهداف محددة. (١٢)

بهذا ان استخدام هذا المعنى – تحديد الوظائف بدلالة الدور- هو ما نقصده في هذه الدراسة . ويرتبط دور الاعلام بمجموعة مقومات هي : طبيعة الجمهور من حيث

الوعي ودرجة الاستجابة ، ونوع الوسيلة الاتصالية وقدرتها على نقل الرسالة ، وطبيعة الرسالة الموجهة من حيث مدى انسجامها ومستوى الجمهور . كذلك يختلف دور الاعلام بحسب طبيعة النظام السياسي للدولة ، كونه احدى الوسائل التي يوظفها النظام في نقل رسائله الى الرأي العام سواء أكان محلياً ام دولياً .

خامساً : الرأي العام

يعد الرأي العام من أكثر المفاهيم الشائعة الاستعمال اليوم في العلوم الاجتماعية وفي لغة السياسة على السواء ، وعلى الرغم من ذلك ، لا يوجد تعريف محدد له ، نتيجة لاختلاف وجهات النظر السياسية والاجتماعية ومدى الايمان بدور الشعوب في المشاركة السياسية .

لقد عرف (جون ستيوارت ميل) الرأي العام (بأنه ما يريده المجتمع او الجزء السائد) . وعرفه (كلوريد ج كنج) بأنه (الحكم الذي تصل اليه الجماعة في مسألة ذات اعتبار عام بعد مناقشات علنية وافية) . وعرفه (ويليام البيج) (على انه تعبير أعضاء الجماعة نتيجة تفاعلهم معاً ومناقشاتهم بشأن مسائل او مشكلات موضع اهتمامهم وعادة ما تؤدي وسائل الاعلام دوراً في هذا التفاعل) (١٣)

يمكن ان نعرف الرأي العام بأنه (الرأي السائد بين اغلبية الشعب اتجاه قضية معينة خلال مدة زمنية محددة ، تشكل هذه القضية محور اهتمامه وتمس مصالحه أو قيمه الانسانية ومن ثم تحدد سلوكه اتجاهها) ونحن هنا لا نريد ان نتوسع بهذا الموضوع بشكل يخرجنا عن نطاق الدراسة ، وان ما يهمنا هو مدى تعلق الامر بدور الاعلام في تعزيز الوعي لدى الرأي العام بخطورة الظاهرة الارهابية ، وضرورة تضافر الجهود المجتمعية من اجل التصدي له . كون ان الرأي العام هو محور العملية الاتصالية الهادفة.

المطلب الثاني : وسائل الاعلام ووظائفه

اولا : وسائل الاعلام

يقيس بعض المختصين ، تطور المجتمعات في جانب منها ، من خلال تطور وسائل الاعلام فيها ومنذ القدم استخدم الانسان الرموز والاشارات التي تعد لغة التفاهم بين المجتمعات في تلك الفترة ، وبتطور المجتمعات كانت هناك ابتكارات لوسائل مختلفة من اجل التواصل بين افرادها ، وقد شكل ابتكار الطباعة في القرن الخامس عشر اول انجاز متقدم في وسائل التواصل ، اذ انتشرت المطبوعات التي تعد وسيلة متقدمة قياسا بما قبلها ، تواصل بعدها – عبر مراحل زمنية مختلفة – العديد من الابتكارات في مجال وسائل الاتصال والاعلام .

اما المقصود بوسائل الاعلام هي : جميع الأدوات التي تستعمل في صناعة الاعلام وايصال المعلومات الى الناس بدءاً من ورق الصحيفة وانتهاء بالحاسبات والاقمار الاصطناعية ، وعموما تنقسم الى وسائل مقروءة ، ومسموعة ، ووسائل بصرية وسمعية . وفي العموم تقسم وسائل الاتصال بحسب المستوى التقني الى وسائل تقليدية ووسائل الكترونية . اذ ان الميزة الاساس بين الوسائل التقليدية والوسائل الكترونية الحديثة ، هي : ان الوسائل التقليدية هي وسائل موجهة من قبل المرسل وفي العادة هي الجهة المركزية المتمثلة في المؤسسة الاعلامية التابعة للدولة في الغالب ، في حين اتاحة وسائل الاتصال الحديثة لكل مستخدم ان يكون بمثابة جهة مرسله ويعمل بشكل مستقل وفي اي وقت يشاء ودون حواجز مكانية ، ان قوة وسائل الاعلام الجديد لا تقتصر على مجرد التفاعل التي تتيحها والتي تسمح لكل من المرسل والمستقبل بتبادل ادوار العملية الاتصالية ، ولكنها احدثت ثورة نوعية في المحتوى الاتصالي متعدد الوسائط والذي يشتمل على النصوص والصور وملفات الصوت ولقطات الفيديو .

١ - وسائل الاعلام التقليدية :

وتشمل مختلف الوسائل من الصحف المطبوعة ، التلفزيون ، الراديو .والذي تبت عبره البرامج الاذاعية . وهي في العموم لها دور مؤثر في عملية نقل الرسائل الاعلامية كونها متاحة لجميع الافراد وهي في العادة يتم التحكم بها وبما تنقله ، من قبل الجهة المالكة لها والتي ترسم سياستها الاعلامية ، والافراد في العموم هم متلقين لها دون إمكانية المشاركة او التأثير فيها.

٢ - الوسائل الالكترونية :

اذ ارتبطت وسائل الاعلام الالكترونية بمفهوم الاعلام الجديد او الاعلام الرقمي ، وهو مصطلح يضم تقنيات الاتصال والمعلومات الرقمية كافة والتي تجعل من الممكن انتاج ونشر واستهلاك وتبادل المعلومات التي نريدها في الوقت الذي نريد وبالشكل الذي نرغب فيه ، من خلال اجهزة الكترونية (وسائط) المتصلة او غير المتصلة بالانترنت والتفاعل مع المستخدمين الآخرين اينما كانوا.(١٤)

وتتجسد هذه الوسائل بالانترنت (شبكة المعلومات العالمية) والتي يتم فيها ربط مجموعة شبكات مع بعضها البعض في دول عديدة عن طريق الهاتف والاقمار الصناعية ، ولها القدرة على تبادل المعلومات بينها من خلال اجهزة كمبيوتر مركزية تسمى (أجهزة الخادم) التي تستطيع تخزين المعلومات الاساسية فيها والتحكم بالشبكة بصورة عامة . فالانترنت هي وسيلة اتصال تكنولوجية عالية الجودة واسعة الانتشار تتميز بالاستقلالية واللامركزية لها ادواتها وقواعدها وتوفر خدمات متعددة وفي شتى المجالات .وهي:(١٥)

أ- الصحافة الالكترونية : تجمع بين مفهومي الصحافة ونظام الملفات المتسلسلة

، هي منشورات الكترونية يتم قراءتها من خلال جهاز الكمبيوتر .

ب-البث التلفزيوني : يستخدم تكنولوجيا التدفق المتزامن للإشارات الصوتية

والمرئية وذلك بالاعتماد على برامج تبعا لحزمة الملفات المستخدمة في

عملية البث .

ت- اذاعة الانترنت : عبارة عن تطبيق برامج صوتية يتم استخدامها للبث عبر الشبكة اعتمادا على تكنولوجيا تدفق المعلومات لتشغيل المواد الصوتية او الفيديو .

ث- البريد الالكتروني : هو ارسال الرسائل من حاسوب الى آخر عبر الشبكة والى المستخدم في اي مكان .

ج- شبكات التواصل الاجتماعي : هي مواقع تتشكل من خلال الانترنت تتيح التواصل بين الافراد في بنية مجتمع افتراضي يجمع بين افرادها اهتمام مشترك او شبه انتماء ، ومنها الفيس بوك ، تويتر ، اليوتيوب ،.....

٣ - خصائص الاعلام الجديد

ان التطور التقني في وسائل الاتصال منح الاعلام مجموعة خصائص ، وهي: (١٦)

أ- خاصية التفاعل وما بعد التفاعلية بين المرسل والمستقبل وتبادل الادوار ، في حين كانت الوسائل التقليدية لا تتيح مثل هذه الميزة ، اذ ان الرسالة تكون باتجاه واحد من المرسل الى المستقبل فقط .

ب-تكنولوجيا الاعلام الجديد ادت الى اندماج وسائل الاعلام المختلفة والتي كانت في الماضي وسائل مستقلة لا علاقة لكل منها بالآخرى بشكل الغيت معه تلك الحدود الفاصلة بينها .

ت-ان الاعلام الجديد هو اعلام متعدد الوسائط الذي يتضمن مزيج من النصوص والصور وملفات الصوت ولقطات الفيديو ، هذا المحتوى متعدد الوسائط انتشر بشكل واسع ، عبر ما يعرف بصحافة المواطن وكان له تأثيرات اجتماعية وسياسية وتجارية.

ث-ان تكنولوجيا الاعلام الجديد جعلت من حرية الاعلام حقيقة لا مفر منها ، فشبكة الانترنت مثلا جعلت بإمكان اي شخص لديه ارتباط بها ان يصبح ناشراً وان يوصل رسالته الى جميع انحاء العالم بتكلفة بسيطة فضلا عن اتاحتها امكانية المناقشة لأي موضوع دون قيود زمانية او مكانية.

- ج- غياب التزامية : ويقصد به عدم الحاجة لوجود المرسل والمتلقي في الوقت نفسه ، اي ان امكانية الارسال والاستقبال لأي مضمون في اي وقت .
- ح- الانتشار وعالمية الوصول : ويقصد شيوعه ووصوله الى جميع شرائح المجتمع ، وعالميته من خلال تجاوزه للحدود .
- خ- خفض مستوى الاحترافية المطلوبة للمستخدمين ، اذ اصبح بإمكان الهواة اعداد المحتوى دون الحاجة الى الاحترافية والتعقيد الذي هو عليه في المؤسسات الاعلامية التقليدية وبتكلفة منخفضة ، وبذلك لم تعد هناك حاجة الى بنى تحتية على غرار ما هو موجود في وسائل الاعلام التقليدية.

ثانيا : وظائف الاعلام

للإعلام وظائف رئيسة هي : (١٧)

١ – التوجيه وتكوين المواقف والاتجاهات :

ان توجيه المجتمع يكون بشكل مباشر وغير مباشر ، عن طريق وسائل الاعلام ، وكلما كانت المادة الاعلامية ملائمة للجمهور - لغةً ومحتوىً - ازداد تأثيرها ، فلا يعقل ان تخاطب من ليس لديهم مستوى ثقافي معين بالمنطق وعلم الكلام والحجج الفكرية والفلسفية .

٢ – زيادة الثقافة والمعلومات :

التثقيف العام المخطط له ، الهادف الى التوجيه والتبشير ، خصوصا في النظم السياسية ذات التوجه العقائدي ، اذ تعد البرامج التي تهدف الى نشر الافكار التي يعتنقها النظام السلطوي، وسيلة النظام الى نشر مبادئه وافكاره، وهو بهذا يتوقف لها.

٣ – الاتصال الاجتماعي والعلاقات البينية :

يعرف الاتصال الاجتماعي عادة بالاحتكاك المتبادل بين الافراد بعضه مع بعض ، وهو نوع من التعارف الاجتماعي يتم عن طريق وسائل الاعلام التي تتولى

تعميق الصلات الاجتماعية وتنميتها ، فعندما تقدم الصحف كل يوم أخبار اجتماعية عن الافراد والجماعات والمؤسسات الاجتماعية والثقافية ، فإنها بذلك تكون صلة وصل يومية تنقل الأخبار بين جميع فئات المجتمع ومؤسساته .

٤ – الاعلان :

تقوم وسائل الاعلام بوظيفة الاعلان عن السلع والخدمات التي تهتم المواطن ، كما تقوم بدور مهم في مجالات العمل والتجارة عندما تتولى الاعلان عن وجود فرص عمل او الاعلان عن اجراء مناقصات وغيرها .

٥ – الدعاية

اما الدعاية ، فتهتم اغلب الحكومات باستخدام وسائل الاعلام في الدعاية ، ويأتي هذا الاهتمام بدافع تعريف الدول الاخرى بفلسفتها ووجهة نظرها في القضايا المحلية والدولية ، ويرافق ذلك اهتمام بما تطرحه الدول الاخرى لكي تتفادى خطر تعرض مواطنيها لدعاية مضادة تشوه افكارها وتعيق سياستها التي رسمت وفقا لأيديولوجيتها .^(١٨)

٦ – الترفيه

وهو استخدام وسائل الاعلام المختلفة من اجل تسلية الافراد ، وقد يكون لهذا الاسلوب بعد يتجاوز التسلية الى التأثير في اتجاه فلسفة مرسومة للمجتمع .^(١٩)

٧ – التنمية السياسية

اذ تتبلور من خلال البرامج الاعلامية الهادفة الى التنقيف السياسي وتبصير الجمهور بأهمية المشاركة السياسية في اطار العلاقة الوثيقة بين الاعلام والمجتمع وتحقيقا للتلاحم بين الحكام والمحكومين ، وتعميق روح الانتماء الوطني .

٨ – خلق رأي عام

وذلك بعرض الحقائق الثابتة امام الجمهور، وامداده بالمعلومات والاخبار كافة ، الصحيحة والدقيقة التي تساعد على تكوين رأي صائب حول قضايا وموضوعات

الساعة ومجريات الأمور ، من اجل زيادة المعرفة والادراك لديه بما يحقق تكاملية المعرفة حولها ، وهذا يساعد في بناء الشخصية الايجابية النشطة في التفاعل الانساني ، ويعزز المشاركة في القضايا التي تهتم المواطن والدولة عموماً بشكل يحقق الانسجام بين المجتمع وحكومته.(٢٠)

ولكي تقوم وسائل الاعلام بأداء الوظائف السابقة ، يستلزم توافر شروط منها : (٢١)

١- التعددية والتنوع : من الضروري توافر وسائل الاعلام الكافية في المجتمع بهدف نقل الآراء والتوجهات المختلفة ، فكلما زاد نطاق التعددية الاعلامية كلما زادت قدرة الاعلام في التعبير الحر عن جميع الآراء والتيارات الفكرية الموجودة في المجتمع .

٢- انعدام القيود : وتعني عدم وجود المحددات التي تقيد من الاداء لوسائل الاعلام ، او تحد من قدراتها في الحصول على المعلومات ، او التعبير عن الآراء المختلفة ، او ممارسة النقد لما تراه جديراً بالنقد والتقييم .

٣- الكفاءة والمهنية : اذ ان كفاءة الاداء لوسائل الاعلام وكوارها والمهنية التي يمتلكونها لها اثرها الفاعل في الاداء الوظيفي لوسائل الاعلام .

٤- الاستقلالية : وترتبط بمدى الحرية في الاداء الوظيفي لوسائل الاعلام بعيداً عن القيود المادية والقانونية ، وهناك مجموعة عوامل تؤثر في استقلاليتها ، هي :

أ- البيئة الاعلامية المتاحة

ب- الموارد المالية والاقتصادية

ت- القوانين المتعلقة بالمعلومات

ث- السياسات الاعلامية المعتمدة من قبل النظام السياسي

ثالثاً : شروط الاعلام الناجح

لكي يؤدي الاعلام دوره على أكمل وجه يجب ان تتوافر فيه الشروط الاتية : (٢٢)

- ١- ان يكون محايدا وموضوعيا بعيدا عن التحيز والاهواء دون التأثر بشخصية القائمين عليه ، وان ينتهج التبسيط والشرح والتوضيح للوقائع والحقائق .
- ٢- الا يكون خاضعا لأي ضغوط لكي لا يؤثر ذلك على مضمون رسائله . كأن تكون الوسيلة الاعلامية تابعة لجهة معينة .
- ٣- ان يتسم بالصدق والدقة والصراحة وعرض الحقائق والاخبار الصحيحة دون تحريف .
- ٤- التعبير الموضوعي عن عقلية الجماهير وروحها وميولها واتجاهاتها ، اذ هو اداة للتخاطب الذي يناسب المستويات العقلية على اختلافها .

المطلب الثالث : تأثير الاعلام في الرأي العام

بحكم طبيعة الوسائل الاعلامية وقدراتها ، فضلا عن تنوع وظائفها ، اصبح للأعلام دور مؤثر وفاعل في المجتمع ويحمل على عاتقه مهمة نقل وتطوير الارث الحضاري والاجتماعي من جيل الى اخر ، وهي مهمة تتناول كل جوانب الحياة اليومية . وهو سلاح ذو حدين ، فاذا أحسن استخدامه وتوجيهه كان ركيزة يجد فيه أفراد المجتمع ينبوع المعارف ومصدر التوجيه والارشاد والتوعية فيما يعن لهم من المشكلات . أما اذا اتخذ الاعلام تلك الوجة التي تعتمد على الاثارة المجردة او نشر الافكار الهدامة للمجتمعات ، فلا شك انه يمثل اداة تخريب وانحلال . وتقوم وسائل الاعلام بتحقيق ثلاث تأثيرات هي : (٢٣)

اولا : الاثار المعرفية : وتشمل اربعة عناصر :

- ١- كشف الغموض : فالغموض ناتج عن نقص المعلومات في حدث معين يترتب عليه عدم معرفة التفسير الواضح للحدث من قبل المجتمع وتكشف وسائل الاعلام من خلال ما تقدمه من تفسيرات للحدث او زيادة المعلومات في هذه الحادثة ، وهذا ما تفسره نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام، فاستخدام الافراد لوسائل الاعلام ناتج عن الوظائف المهمة التي يقوم بها (التوجيه ، التثقيف ...) والتي تقدم للأفراد مما زاد الاعتماد عليها

٢- تكوين الاتجاه : تكون وسائل الاعلام الاتجاه لدى الافراد مع عدم اغفال الدور الانتقائي للفرد في تكوين الاتجاه لديه ، وتتم هذه العملية بشكل تراكمي فهي تحتاج الى مدة طويلة لكي تظهر اثار الرسائل الاعلامية المرسله ، وهذا ما تفسره نظرية التأثير التراكمي .

٣- ترتيب الاولويات : ولهذا الاثر نظرية مستقلة تحمل الاسم نفسه ، اذ ان وسائل الاعلام تبرز قضايا وتخفي أخرى مما يشكل أهمية لدى الافراد من جراء تسليط الضوء من قبل الاعلام على قضية دون اخرى .

٤- اتساع الاهتمامات : ان وسائل الاعلام تعلم الافراد معارف لم يكونوا يدركونها من قبل مما يشكل اهمية لديهم وهذا ما تمثله نظرية (الحقنة تحت الجلد) اذ تؤثر وسائل الاعلام بشكل مباشر وسريع من خلال الرسائل الاعلامية الموجهة للأفراد فتكون الاستجابة مباشرة .

ثانيا: الاثار الوجدانية : ويقصد بها المشاعر الانسانية من عاطفة وخوف وهي

- ١- الفتور العاطفي : اذ ان التعرض لمشاهد العنف والحروب ينعكس سلبا على مشاعر الافراد اذ يصاب الفرد بالفتور العاطفي والخوف والقلق
- ٢- الدعم المعنوي: ان وسائل الاعلام عندما تقوم بأدوار اتصالية ترفع الروح المعنوية لدى الافراد نتيجة الاحساس بالاندماج في المجتمع ، والعكس عندما لا تعبر وسائل الاعلام عن ثقافتهم وانتمائهم ، مما تعكس نظرية (الغرس الثقافي)

ثالثا : الاثار السلوكية : وتتمثل في :

- ١- التنشيط : ويعني قيام الفرد بنشاط ما نتيجة التعرض لوسائل الاعلام وهي حصيلة ربط بين الاثار السابقة ، اي ربط الاثار المعرفية بالآثار الوجدانية .
- ٢- الخمول : اي العزوف عن العمل اذ ان التغطية الاعلامية لحالة معينة او قضية ما وباستمرار يولد ملل لدى المتلقي لها .

المطلب الرابع : المنظمات الارهابية وتوظيف الاعلام الجديد :

بعد ان كانت التنظيمات الارهابية تركز انشطتها في العوالم المادية وتبحث عن من يتعاطف معها في المساجد والمدارس والاحياء ، وغيرها ، وبسبب صعوبة التجنيد في تلك الاماكن وخطورته ، ومع تطور وسائل الاتصال ، واهمها الانترنت ، كأداة اعلامية متنوعة الوسائل سهلة الاستخدام ورخيصة التكلفة ، تساعد على التخفي ، وفي نفس الوقت تتيح امكانية الوصول الى المستهدفين في كل مكان . كل ذلك شجع التنظيمات الارهابية الى نقل نشاطها الى العوالم الافتراضية ، ومما اكد ذلك تصريح الرجل الاول في تنظيم القاعدة (ايمن الظواهري) حين اشارة قبل سنوات بأن (الحرب اعلامية) ليقينه ان المواجهة اصبحت عبر وسائل الاعلام . وبالطبع كان للقاعدة حضورا قويا على صفحات الانترنت ، اذ ان احد اقدم النوافذ الاعلامية الخاصة بها كان قد تم تدشينه في العام ١٩٩٩ تحت اسم شبكة (عزف الرصاص) تلى ذلك العديد من الشبكات ، منها (منتديات الفردوس الجهادية شبكة المهاجرون الاسلامية ، شبكة شموخ الاسلام ، شبكة مداد السيوف ...)^(٢٤)

فضلا عن ذلك ، تسهم بعض وسائل الاعلام بنشر الفكر الارهابي عبر بثها للأعمال والرسائل التي تتسم بعدم المنهجية والتسرع ويكون الهدف هنا دعائي وتشهيري ، وقد يغفل القائمون على وسائل الاعلام تلك الاهداف وتبث الرسالة دون دراسة ووعي بمدى خطورتها ، فيتحول الفكر الارهابي الى تجسيد واقعي فاعل ، وهنا تتجلى أهمية الاعتماد على التخطيط في السياسات الاعلامية ومراعاة تقديم مواد مضادة للأعمال الارهابية تسهم في رفع مستوى الوعي لدى الجمهور.^(٢٥)

ففي الوقت الذي تشكل فيه الاعمال الارهابية مادة اعلامية لها ، تسعى المنظمات الارهابية للوصول الى وسائل الاعلام لإيصال رسالتها ونشر فكرها وبث الرعب والخوف في نفوس خصومها ، كما ان ظهور القيادات الارهابية واجراء الحوار معهم عبر وسائل الاعلام يحقق لهم الشهرة والانتشار ، فيستمع الناس لهم ولمبرراتهم وافكارهم التي ربما تتوافق مع كثير ممن يتابعونهم فيقتنعون بما يقوله

هؤلاء الارهابيون ، لا سيما وانهم كثيراً ما يوظفون الدين لتبرير افعالهم والاقناع بأفكارهم ، مستغلين السخط الشعبي على حكوماتهم .

بهذا تبقى التغطية الاعلامية لأنشطة الجماعات الارهابية ولجهود الدول لتقويضها محل جدل كبير وتظل الجماعات الارهابية والحكومات والجمهور هي الاطراف الرئيسية في تفسير العلاقة بين الارهاب والاعلام .^(٢٦)

وبهذا الصدد يمكن ان نذكر مجموعة من الانتقادات التي توجه لوسائل الاعلام في اطار تغطيتها الاعلامية للأنشطة الارهابية ، وهي:^(٢٧)

١- تؤدي المبالغة في تغطية العمليات الارهابية الى التأكيد على قوة الجماعات والمنظمات الارهابية على ارض الواقع .

٢- يدفع سعي وسائل الاعلام الى التواصل مع القيادات الارهابية من خلال اجراء المقابلات معهم ، الى كسب المزيد من التأييد والشعبية ، حين تتاح لهم فرص عرض أفكارهم وتبرير مواقفهم

٣- تلجأ بعض وسائل الاعلام للطابع الاخباري عند تغطيتها لأحداث الارهاب على حساب التغطية ذات الطابع التحليلي والتفسيري ، مما يؤدي الى السطحية في فهم الظاهرة الارهابية وسبل التعامل معها .

٤- تقوم وسائل الاعلام – في بعض الاحيان وفي اطار تحقيق السبق الاخباري – الى متابعة الخطط الامنية لمكافحة الارهاب ، وذلك من خلال تقارير اخبارية ولقاءات مع القيادات الامنية ، مما يؤدي الى تزويد الارهابيين بمعلومات يمكن ان تساعدهم في عملياتهم الارهابية المستقبلية .

المطلب الخامس : دور الاعلام في مكافحة الارهاب

ان وسائل الاعلام قادرة على احداث التغيير المطلوب في المجتمع ، سواء أكان تغييراً في المواقف ام في المعرفة ، كونها المصدر الاساس للمعلومات والتي يبني الفرد موقفه عليها ، وتقوم عليها اتجاهات الجماعة اتجاه الاحداث الجارية سواء بالقبول ام الرفض ، وذلك نتيجة التعرض المستمر من قبل المتلقي للوسائل

الاعلامية . كما ان الاعلام عامل فاعل في عملية التنشئة الاجتماعية الى جانب الاسرة والمؤسسات التربوية .

وعلى صعيد دور الاعلام في مكافحة الارهاب ، يمكن ان يكون وفق ثلاثة مراحل هي : مرحلة قبل وقوع الجريمة الارهابية ، واثناء وقوعها ، وبعد الانتهاء من التعامل معها .

أولاً: دور وسائل الاعلام في مكافحة الجريمة الارهابية قبل وقوعها :

يكمن دور وسائل الاعلام في مكافحة الجريمة الارهابية قبل وقوعها من خلال المهام الاتية : (٢٨)

١- على القائمين على وسائل الاعلام ، التعاون مع ادارة المؤسسات الرسمية المعنية بمكافحة الارهاب من خلال :

أ- تجهيز غرفة للمحررين داخل المؤسسات الاعلامية والمؤسسات المعنية بمكافحة الارهاب بقصد جمع اخر الانباء حول العمليات الارهابية
ب- تجهيز المعلومات المرجعية للجهات الاعلامية المختصة بمتابعة النشاطات الارهابية اعلاميا ، من قبل الاجهزة المعنية بمتابعة ملف الارهاب عن كل جريمة ارهابية .

ت- التأكيد على ان الفريق الاعلامي هو جزء من فريق ادارة مكافحة الارهاب وانه متواجد في مكانه في مركز العمليات .

ث- الاعلان عن مواعيد عقد المؤتمرات الخاصة بمكافحة الارهاب من اجل اعلام المواطنين بكل جديد حول مكافحة الارهاب .

٢- السعي عبر وسائل الاعلام الى بناء الشخصية الاجتماعية التعاونية لمكافحة الارهاب بأنواعه من خلال الطرح العلمي الجاد حول خطورته .

٣- شرح مسؤوليات الجهات المعنية بمكافحة الارهاب قبل وقوعه .

٤- تعزيز ثقة الجمهور بالجهات المعنية بمكافحة الارهاب وقدرتها على القيام بواجباتها .

٥- توعية الجمهور بالنشاطات الارهابية المتوقعة والاساليب المعتمدة في نشاطاتهم

٦- تهدئة قلق الجمهور من شبح الجرائم الارهابية قبل وقوعها والرد على الشائعات التي تسبب ارباكا غير مقبول .

٧- انتاج افلام التوعية بأخطار جرائم الارهاب على أمن واستقرار الدولة والمجتمع وحث المواطنين على التعاون مع الجهات المعنية بمكافحة الارهاب .

٨- انتاج افلام توعية حول مخاطر التعصب الفكري وانعكاساته الاجتماعية .

٩- في اطار المواجهة الفكرية الالكترونية للتطرف ، بث رسائل الاعلامية عبر المواقع الالكترونية ، يتم فيها عرض الافكار الدينية الصحيحة والتي بدورها تفند العنف والتطرف كأسلوب معتمد من قبل المنظمات الارهابية .^(٢٩)

ثانياً : دور وسائل الاعلام في مكافحة الجريمة الارهابية عند وقوعها :

تعد مرحلة وقوع الجريمة الارهابية من المراحل الحرجة جداً ، لان وقوعها يتم بشكل سريع وتتداخل فيه الواجبات والاعمال ، بل وتحدث بعض الاخطاء غير المقصودة ، بحسب طبيعة الحدث وحدثه ، وهنا تؤدي وسائل الاعلام دوراً مضاعفاً وسريعاً ، اذ عليها التأكيد ان المواجهة لا تقتصر على الاجهزة الامنية، فقط ، بل يمتد الدور الى مؤسسات الدولة ذات العلاقة بمكافحة الارهاب كافة . وعليه فان وسائل الاعلام عليها مجموعة واجبات ابرزها: ^(٣٠)

١ . التنسيق مع الجهات المعنية بمكافحة الارهاب من اجل الحصول على

المعلومات الكافية للتغطية الاعلامية للحدث وبشكل يخدم الرأي العام .

٢ . حشد الرأي العام لمساندة الجهات المعنية بمكافحة الارهاب من اجل تعزيز

جهودها وتخفيف حدة الضرر .

٣ . الكشف عن زيف الشعارات التي ترفعها الجماعات الارهابية من خلال

فضح الاعمال التي قامت بها وخطورتها على سلامة المجتمع .

٤. بث الثقة في نفوس المواطنين وارشادهم لما يجب ان يفعلوه عندما يواجهون خطرا داهما وايضاح الاجراءات التي يجب اتباعها عندما يتعرضون لحادث ارهابي ، وأهمية الابلاغ عنه .

ثالثاً : دور وسائل الاعلام في مكافحة الجريمة الارهابية بعد وقوعها

تتركز مهام وسائل الاعلام في هذه المرحلة في الاتي : (٣١)

١- تقديم المعلومات الدقيقة عن اسباب الجريمة الارهابية ، وتقديم تغطية موضوعية عنها .

٢- العمل على تحقيق التعاطف الكامل مع الضحايا والمتضررين والتخفيف من معاناتهم .

٣- تنفيذ المعالجات الاعلامية السلبية من بعض الوسائل الاعلامية ، والرد على الانتقادات والادعاءات التي توجهها الى الاجهزة المعنية بمكافحة الارهاب .

٤- عرض صور المجازر والاعمال الارهابية التي تقوم بها الجماعات الارهابية كأسلوب لكشف الأعمال الاجرامية لتلك الجماعات ، ولكشف الانحراف الفكري لها . (٣٢)

٥- عرض خلفية حياة المتورطين في الاعمال الارهابية وظروفهم المعيشية قبل وبعد الانخراط في التنظيمات الارهابية ، لكي تتضح للجمهور والاجهزة المعنية الاسباب المختلفة التي كانت وراء تورطهم ، ومن ثم وضع اليد على الاسباب والنتائج بقصد الوصول الى خطط سليمة في مواجهة ومكافحة الارهاب بل والوقاية من تورط عناصر جديدة فيه . (٣٣)

٦- استخلاص العبر والدروس والنتائج من الجريمة الارهابية ، معتمدة بذلك على القيادات الامنية ، وقادة الرأي بهدف ترسيخ الافكار الراضية للنشاطات الارهابية وافكارها الهدامة من خلال ابراز صورتهم الارهابية وعمالهم التي تتنافى والقيم الانسانية .

٧- عدم تقديم تحليلات تخدم الارهابيين بذريعة الحياد او حرية التعبير فلا حياد في مواجهة الارهاب .

٨- عدم التعامل مع الاعمال الارهابية على انها قصة خبرية او سبق اعلامي ، بل يجب التعامل معها على انها عدوان على أمن الدولة والمجتمع. (٣٤)

الاستنتاجات والتوصيات :

ازاء تزايد مخاطر الارهاب وتحدياته لأمن الدول وشعوبها ، يتطلب هذا تحديد استراتيجية واضحة لمواجهة جريمة الارهاب عبر الوسائل الاعلامية المختلفة ، اذ تتضمن هذه الاستراتيجية (فهم عميق لجرائم الارهاب واسبابه ، وطرق التصدي له ، والظروف الاقتصادية والاجتماعية الخاصة به) وان التخطيط لمواجهة هذا التحدي يستوجب الاتي : (٣٥)

- ١- تبني مفهوم الأمن الشامل والمجتمعي واشراك منظمات المجتمع المدني في محاربة خطر الارهاب تطبيقا لشعار (الأمن مسؤولية الجميع)
- ٢- تشخيص جريمة الارهاب بصورة علمية وواقعية وتحديد السبل لمكافحتها .
- ٣- ان تكون هذه الخطط نابعة من الواقع الاعلامي والأمني وعدم الاعتماد على خطط وقوالب جاهزة لمكافحة جريمة الارهاب .
- ٤- توفير موارد مادية وبشرية وفنية في مجال التوعية الامنية للتعامل مع هذه الجريمة .
- ٥- التعاون مع المراكز البحثية في مجال دراسة اسباب الارهاب ومخاطرة وسبل مواجهته .
- ٦- اعداد الرسالة الاعلامية بصورة مشوقة مع استخدام الاستمالات العقلية والعاطفية كافة .
- ٧- من اجل نجاح هذه الخطط لابد من التنسيق بين الاجهزة الاعلامية والأمنية والتربوية .
- ٨- لا احد ينكر أهمية وخطورة دور وسائل الاعلام وعظم تأثيرها ايجابا وسلبا في المجتمعات ، اذ اضحت اليوم عاملا فاعلا وهاما لا يمكن اغفاله في التأثير في

مدرجات الافراد كونها مصدرا اساسيا في نقل المعلومة وتغطية الاحداث اليومية ومصدر للتثقيف الى جانب المؤسسات التربوية بل انها اشد تأثيرا بحكم خصائصها التي توفرها لكل المستويات ولمختلف اللغات ، وامكانية الوصول الى كل المجتمعات دون محددات وقيود فضلا عن اندماج كل المؤثرات الصوتية والصورية فيها وسهولة الاستخدام والتواصل ، وهذا بفعل التطور التقني الذي شهده هذا القطاع . انها القوة الناعمة لصناعة العقول التي باتت تهدد كيانات الدول وقيم الشعوب اذا ما تم توظيفها بشكل يستهدف تقويض اساس الدول وقيم مجتمعاتها .

٩- ان التطور الذي حصل في وسائل الاعلام جعلها في متناول الجميع الامر الذي مكن المنظمات والجماعات الارهابية من توظيفها في نشاطاتها الارهابية من خلال الترويج لأفكارهم من اجل كسب المزيد من العناصر وخلق المؤيدين لهم والمتعاطفين مع افكارهم ونشراً لنشاطاتهم . ومن ثم تحقيق غايتهم في كسب الموالين لهم وبث الرعب في نفوس من يعارضهم . ومن ثم كسبهم للحرب النفسية قبل الحرب الفعلية ذات البعد المادي .

١٠- يشير الواقع الى اننا بحاجة الى اعلام مستنير يعمق الوسطية بكل قيمها النبيلة ، والى أهمية دور وسائل الاعلام وأثرها في تحقيق الأمن الفكري الذي تهدده وسائل الاعلام المعادية ، مما يحتم وضع استراتيجية اعلامية مناسبة لمواجهة التطرف الديني والتصدي له . واعداد برامج اعلامية مدروسة وموجهة للتعامل مع مشكلة الارهاب ، والاهتمام بتوجيه رسائل اعلامية للأفراد والمجتمعات تعزز قيم المواطنة وتزيدهم وعياً بخطر الحركات المتطرفة التي توظف مختلف الوسائل من اجل تحقيق اهدافها غير المشروعة . ومن خلال التأكيد على قيم الاسلام الصحيحة وغير المشوهة ونبذ التطرف والغلو في الدين ، والتأكيد على ان الاسلام يحرم الارهاب بصوره المختلفة كافة . وهذا يتطلب تأهيل كوادر اعلامية قادرة على التعامل مع متطلبات العصر ومدركة لأهداف رسالتها الاعلامية ، واعداد البرامج الاعلامية التي تبث باللغات المختلفة للتعريف بالإسلام وان الارهاب ليس منه بل هو منافي لمبادئه.

الهوامش :

١. نائل عبد الحافظ العوامل ، اساليب البحث العلمي والاسس النظرية وتطبيقاتها ، عمان ، دار الجامعة الاردنية ، ١٩٩٥ ص ١٥ .
٢. سامية ابو النصر : الاعلام والعمليات النفسية في ظل الحروب المعاصرة واستراتيجية المواجهة ، دار النشر للجامعات ، القاهرة ، ٢٠١٠ ، ص ٢٠
٣. عبد الرحمن بن محمد القحطاني : دور الاعلام في مكافحة الارهاب ، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية ، ٢٠١٢ ، ص ٣
٤. سامية ابو النصر ، مصدر سبق ذكره ، ص ٢٠
٥. المصدر نفسه ، ص ٢١
٦. فؤاد علام : الارهاب اسباب انتشاره ووسائل مكافحته، في (النظام الامني في منطقة الخليج العربي - التحديات الداخلية والخارجية) مركز الامارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية ، ابو ظبي ، ٢٠٠٨ ، ص ٣٢٥
٧. رونالد كريلينستن : مكافحة الارهاب ، مركز الامارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية ، ابو ظبي ، ٢٠١١ ، ص ١٠-١١
٨. اسماعيل عبد الفتاح عبد الكافي : الارهاب ومحاربتة في العالم المعاصر ، وزارة الاعلام ، القاهرة ، بدون تاريخ ، ص ٢٠
٩. المصدر نفسه ، ص ٢٠
١٠. ينظر بحثنا الموسوم : التعاون الدولي في مكافحة الارهاب - اشكالية الواقع ، مجلة الجامعة العراقية ، العدد ١/٣٥ ، ٢٠١٦ ، ص ٥٠٦
١١. حمد حمزة : مكافحة الارهاب والتطرف واسلوب المراجعة الفكرية ، وزارة الداخلية ، جمهورية مصر العربية ، ٢٠١٢ ، ص ١١
١٢. صالح عباس الطائي : دور الاعلام في ترسيخ القيم الاخلاقية وحقوق الانسان ، مجلة دراسات سياسية ، العدد (١٢) بيت الحكمة ، بغداد ، ٢٠٠٧ ، ص ٦٢
١٣. هدى ميتكيس : الرأي العام في الوطن العربي ، معهد البحوث والدراسات العربية ، القاهرة ، ٢٠١٦ ، ص ١٠

١٤. علي عبد الفتاح كنعان : الاعلام والمجتمع ، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع ، عمان ، ٢٠١٤ ، ص ١٦٢
١٥. تيتي حنان : دور وسائل الاعلام في تفعيل قيم المواطنة لدى الرأي العام ، حالة الثورات وقيم الانتماء لدى الشعوب العربية رسالة ماجستير ، جامعة محمد خيضر ، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، ٢٠١٤ ، ص ٢٠
١٦. علي عبد الفتاح كنعان ، مصدر سبق ذكره ، ص ١٦٣
١٧. انتصار ابراهيم ، صفد حسام الساموك : الاعلام الجديد تطور الاداء والوسيلة والوظيفة ، سلسلة مكتبة الاعلام والمجتمع جامعة بغداد ، ٢٠١١ ، ص ٤٦ كذلك ، تيتي حنان ، مصدر سبق ذكره ، ص ٢٢
١٨. للمزيد عن الموضوع ، ينظر : فايز عبد الله مكيد العساف : اساليب الادارة المتقدمة للدعاية الاعلامية الدولية ، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة ، العدد ٢٩ ، ٢٠١٢ ، ص ١٧٣
١٩. علي عبد الفتاح كنعان ، مصدر سبق ذكره ، ص ٥
٢٠. سامية ابو النصر ، مصدر سبق ذكره ، ص ٢٦
٢١. عيسى عبد الباقي : وسائل الاعلام والتحول الديمقراطي في الدول العربية ، المؤتمر الاول لوسائل الاعلام في مصر ، ٢٠١٢ ، ص ١٩
٢٢. المصدر نفسه ، ص ٣٣
٢٣. تيتي حنان ، مصدر سبق ذكره ، ص ٦٩ كذلك للمزيد حول نظريات التأثير الاعلامي ينظر : عبد الحافظ عواجي صلوي نظريات التأثير الاعلامي ، ٢٠١٣ كذلك ينظر مبارك زودة : دور الاعلام الاجتماعي في صناعة الرأي العام الثورة التونسية نموذجا ، رسالة ماجستير ، جامعة الحاج لخضر - باتنة ، الجزائر ، ٢٠١٢ ، ص ٦٨
٢٤. فهد بن عبد العزيز الغفيلي : الاعلام الرقمي ادوات تواصل متنوعة ومخاطر أمنية متعددة ، وزارة الداخلية السعودية ، مديرية ادارة المعلومات والانترنت ، بدون تاريخ ، ص ٢٣
٢٥. عبد المحسن بدوي : دور برامج الاعلام في تنمية الوعي الأمني ومكافحة الارهاب (المعوقات والتحديات) ، جامعة نايف العربية للعلوم الامنية ، ٢٠٠٩ ، ص ١٢

٢٦. سامي الشريف : الاعلام والارهاب... على خط المواجهة ، Arab Media & Society (Issue 21, Spring 2016) ، ص ٤ ، ص ٧

٢٧. المصدر نفسه ، ص ١١ كذلك تحسين محمد أنيس : دور وسائل الاعلام في مكافحة ظاهرة الارهاب والتطرف (دراسة مقدمة الى المؤتمر الدولي حول دور الشريعة والقانون والاعلام في مكافحة الارهاب) جامعة الزرقاء ، الاردن ، ٢٠١٦

٢٨. عبد الرحمن بن محمد القحطاني ، مصدر سبق ذكره ، ص ٨

٢٩. محمد حمزة ، مصدر سبق ذكره ، ص ٢٥

٣٠. عبد الرحمن بن محمد القحطاني ، مصدر سبق ذكره ، ص ٩

٣١. المصدر نفسه ، ص ١٠ كذلك ، هايل ودعان الدعجة : الاعلام والارهاب (مؤتمر الارهاب في العصر الرقمي – جامعة الحسين بن طلال) عمان ، ٢٠٠٨ ، ص ٨

٣٢. احميدي بو جلطية بو علي : سياسة مكافحة الارهاب في الوطن العربي دراسة مقارنة بين الجزائر ومصر ، رسالة ماجستير كلية العلوم السياسية والاعلام ، جامعة دالي ابراهيم ، الجزائر ، ٢٠١٠ ، ص ٥٧

٣٣. احمد ابراهيم مصطفى : دور وسائل الاعلام ومؤسسات المجتمع المدني في تفعيل الشراكة المجتمعية من اجل التصدي للجريمة ، مركز الاعلام الامني ، عمان ، ٢٠٠٨ ، ص ٤

٣٤. اتحادات اذاعات الدول العربية – جامعة الدول العربية : التعاطي الاعلامي مع ظاهرة التطرف والارهاب ، وقائع الورشة الدولية ، تونس ، ٢٠١٥ ، ص ١٠

٣٥. عبد المحسن بدوي محمد ، مصدر سبق ذكره ، ص ١٦ ، كذلك ينظر وجدي حلمي عيد : دور وسائل الاعلام الحديثة في التوعية ومواجهة الازمات الأمنية ، جامعة ام القرى ، قسم الاعلام ، ٢٠١٦ ، ص ١٨ .

**استخدام الشباب الجامعي للفيس بوك
لمواجهة التطرف الديني**

**المدرس الدكتور مدين عمران التميمي
الجامعة المستنصرية- كلية الآداب - قسم
الإعلام**

المستخلص :

يعدّ الفيس بوك واحداً من أكثر مواقع التواصل الاجتماعي أهمية وانتشاراً على مستوى العالم وما أسهم في هذا الانتشار، المميزات العديدة التي وضعت في المقدمة؛ لأنها جمعت بين أغلب سمات المواقع الأخرى، ولا يمكن لأحد أن ينكر الأهمية والفوائد الكثيرة التي يقدمها الفيس بوك، وفي الوقت نفسه لا يمكن التغافل عما يمكن أن يسببه الفيس بوك من مضار وتأثيرات ولاسيما مع استغلال هذه الوسائل بشكل سلبي في نشر مظاهر العنف والإرهاب والتطرف الديني؛ لأنّ خصائص هذا الموقع تمكن مستخدميها من نشر ما يرغبون به من مضامين والتعرض الى كم كبير من الرسائل التي قد تشكل تهديداً خطيراً على المجتمع عبر الرسائل التي تدعو الى التطرف الديني بعيداً عن الرقابة.

لذا انطلقت الدراسة من تساؤل رئيس هو رصد دور الشباب الجامعي وفاعليتهم في مواجهة الترويج للأفكار المتطرفة عبر الفيس بوك، وتضمنت المشكلة تساؤلات فرعية تهدف الى تشخيص رأي الشباب الجامعي عن الأساليب المستخدمة في الفيس بوك للدعوة إلى التطرف الديني ودورهم في مواجهة هذا التطرف الديني عبر الفيس بوك، كما يهدف البحث إلى التعرف على الهدف الاساس من استخدام الشباب الجامعي للفيس بوك، وتحديد أبرز المنشورات التي يجب التركيز عليها لمواجهة التطرف الديني، والكشف عن دور الشباب في مواجهة التطرف الديني عبر الفيس بوك، ويعد هذا البحث وصفيّاً من حيث النوع، إذ استخدم الباحث المنهج المسحي والاستبانة، وتم اختيار العينة وفق اسلوب العينة العمدية، وبلغ حجم عينة البحث الميداني (١٠٠) مفردة من طلبة قسم الاعلام في كلية الآداب الجامعة المستنصرية، وقد خلص البحث إلى مجموعة من النتائج من أهمها:

١- بينت نتائج الدراسة تعود أغلب الشباب الجامعي على الاستخدام اليومي والمكثف للفيس بوك وبشكل منتظم وبنسبة بلغت (٧٤%)، وهذا يوضح

مدى أهمية هذا الموقع لهم بما يقدمه من معلومات ومضامين متنوعة واستخدامهم له بشكل منظم ومقصود.

٢- التأكيد الواضح من الشباب الجامعي على أنّ الهدف بالدرجة الأساس من استخدامهم للفيس بوك هو (التواصل مع الآخرين)، وهو ما عدّه الشباب من أهم الأهداف التي يمكن أن تتحقق عبر التعرض للفيس بوك.

٣- أبرزت النتائج ان الموضوعات الأكثر تفضيلاً لدى الشباب الجامعي عبر الفيس بوك إلى أنّ موضوعات (حب الوطن والانتماء إليه) كانت الأعلى في سلم الاهتمام على مستوى النشر، مقابل أدنى اهتمام بموضوع (الابتعاد عن التعصب).

٤- تشير نتائج الدراسة إلى أنّ غالبية الشباب الجامعي يقومون بمساعدة الآخرين بكشف الأفكار المتطرفة وبنسبة بلغت (٥٣%)، وهذا يؤكد النتيجة السابقة التي توضح شعورهم (بحب الوطن والانتماء إليه).

٥- الإشارة الواضحة من الشباب الجامعي التي كشفتها نتائج الدراسة إلى أنّ المنشورات التي يركزون عليها لمواجهة التطرف هو (التركيز على تحقيق الأمن والسلام) وبنسبة بلغت (٢٦%)، وهذا يوضح اهتمام الشباب بتحقيق الأمن والسلام والعيش بشكل سلمي وبعيدا عن التجاذبات الطائفية والدينية وعدم التفرقة بين أبناء الشعب العراقي الواحد.

٦- التأكيد الكبير والواضح من الشباب الجامعي على ضرورة أن يكون لديهم دور في عملية مواجهة التطرف الديني عبر الفيس بوك ومحاربة من يحاول الترويج للأفكار المسمومة والمتطرفة عبر تنشيط الثقافة الدينية ورفع مستوى الوعي لديهم وتنمية روح التسامح بين أفراد المجتمع ودعم القيم التي تنمي روح الولاء للوطن بعيدا عن التطرف وتعزيز حرية الرأي والتعبير وآداب الحوار ودعم الحوار مع مختلف الانتماءات وشرح أهمية قضايا حقوق المواطنة وواجباتها ومعالجة مظاهر التطرف وأفكاره بالحجة والإقناع.

Abstract:

Face book is one of the most important social networking sites in the world and contributed to this spread, the many advantages that put it in the forefront; because it brought together most features of other sites, and no one deny the importance and benefits of Facebook, and At the same time, we can not ignore what Facebook can cause, especially with the negative exploitation of these tools in spreading violence, terrorism and religious extremism. The characteristics of this site enable users to publish their content and exposure to a large number of messages that may form presents A serious community through letters calling for religious extremism away from censorship.

Therefore, the study began with a major question, which is to monitor the role of university youth and their effectiveness in the face of the promotion of extremist ideas via Facebook. The problem included secondary questions aimed at diagnosing University Youth Opinion, about the methods that are used in Facebook to advocate religious extremism and their role in confronting this extremism through Facebook. The aim of the research is to identify the main objective of the use of Facebook by university youth and identify the most prominent publications that must be focused on confronting religious extremism, and to reveal the role of youth in the face of religious extremism through Facebook. This research is descriptive in terms of gender, The researcher used the survey

method and questionnaire, was chosen the sample according to the sample purposively method, the total sample size of field research (100) Single students from the media department at the College of Arts Mustansiriya University, the research found a set of results including:

1-The results of the study showed that most of the university youth are accustomed to the daily and intensive use of Facebook on a regular basis (74%). This shows how important this site to them by providing the information and content in an organized and intended manner.

2- clear confirmation of university youth that the main purpose of using Facebook is to (communicate with others), which young people considered it the most important goals that can be achieved through exposure to Facebook.

3- The results highlighted the topics most favored by university youth through Facebook that the theme (love and belonging to the homeland) was the highest in the scale of attention at the level of publication , compared to the lowest interest in the place (to move away from intolerance).

4- The results of the study indicate that the majority of young university students are helping others to reveal extremist ideas and by (53%), and this confirms the previous result that shows their feelings (love and belonging to the homeland).

5-The clear indication of university youth revealed by the results of the study that the publications that focus on them to confront extremism is (focus on achieving security and peace) by 26%. This shows the interest of young people to achieve security and peace and to live peacefully and away from sectarian, The distinction between the Iraqi people.

6- The great emphasis of the youth on the need to have a role in the process of countering religious extremism through Facebook and the fight against those who try to promote the hateful ideas and extremism through the activation of religious culture and raise awareness and develop the spirit of tolerance among members of society and support values that develop a spirit of loyalty to the homeland away from Extremism and the promotion of freedom of opinion and expression and the ethics of dialogue and support dialogue with different affiliations and explain the importance issues of citizenship rights and duties and treating the manifestations of extremism and ideas by argument and persuasion.

• الإطار المنهجي للبحث:

أولاً : مشكلة البحث : يعدّ الفيس بوك اليوم واحداً من أكثر مواقع التواصل الاجتماعي انتشاراً في أغلب المجتمعات ولاسيما في العراق، لما يوفره من خدمات كثيرة من بينها الإطلاع على الأخبار والمعلومات المختلفة فضلاً عن اعتماده كوسيط مهم للتواصل بين أبناء المجتمع الواحد وبين المستخدمين في أماكن متباعدة ومتفرقة؛ إذ يساعدهم على التواصل وتبادل الأفكار والآراء والمعلومات والملفات والصور وأفلام الفيديو وإجراء المحادثات الفورية ناهيك عن مميزات أخرى مهمة كالتفاعلية والتشاركية والكونية.

وفي ضوء ما سبق يمكن تحديد مشكلة الدراسة في رصد دور الشباب الجامعي وفاعليتهم في مواجهة الترويج للأفكار المتطرفة، كما يمكن التعبير عن مشكلة الدراسة بمجموعة من التساؤلات تستند إلى ما يأتي:

- ١- ما مدى استخدام الشباب الجامعي للفيس بوك ومستوى التفضيل؟
- ٢- ما أهم الموضوعات التي يفضل الشباب الجامعي مناقشتها عبر الفيس بوك؟
- ٣- ما أبرز المنشورات التي يركز عليها الشباب الجامعي لمواجهة التطرف الديني؟
- ٤- ما الأساليب المستخدمة في الفيس بوك للدعوة إلى التطرف الديني؟
- ٥- ما الذي يقوم به الشباب الجامعي عبر الفيس بوك لمواجهة التطرف الديني؟

ثانياً : أهمية الدراسة : تتبع أهمية هذه الدراسة من أهمية موضوعه التطرف الديني التي تشغل مساحة عبر الفيس بوك والتي تعمل على زرع التفرقة بين أبناء الشعب الواحد، لذلك تأتي هذه الدراسة من حاجة المجتمع الى معرفة الدور الذي يضطلع به الفيس بوك للترويج للفكر المتطرف، كما تتبع أهمية هذه الدراسة عبر مساهمتها في إثراء الأدبيات بشأن ظاهرة التطرف الديني عبر الفيس بوك، كما أنه يستمد الأهمية أيضاً من تسليطه الضوء على شريحة مهمة من شرائح المجتمع، وهي الشباب الجامعي وبيان قدرة الفيس بوك في احداث التغيير الفكري لديهم، ووضع هذه النتائج أمام ذوي الاختصاص والمؤسسات العلمية والإعلامية المختلفة

من أجل العمل على مواجهة خطر التطرف الديني وإيجاد الحلول المناسبة لها والعمل على دعم الإيجابيات التي يحصل عليها الشباب من استخدامهم للفييس بوك.

ثالثاً : أهداف الدراسة : إنّ الهدف الرئيس للدراسة هو التعرف على الدور الذي يلعبه الشباب الجامعي لمواجهة التطرف الديني عبر الفييس بوك، وذلك عن طريق:

- ١- التعرف على واقع استخدام شباب الجامعي للفييس بوك.
 - ٢- الكشف عن الهدف الأساس من استخدام الشباب الجامعي للفييس بوك.
 - ٣- التعرف على دور الفييس بوك في الترويج للفكر المتطرف.
 - ٤- تحديد أبرز المنشورات التي يجب التركيز عليها لمواجهة التطرف الديني.
 - ٥- التعرف على دور الشباب في مواجهة التطرف الديني عبر الفييس بوك
- رابعاً : نوع الدراسة ومنهجها :** تعدّ هذه الدراسة من حيث النوع وصفيّاً، ويهدف إلى اكتشاف واقع الأحداث والظواهر ورصد خصائص موقف معين يغلب عليه صفة التحديد للحصول على معلومات دقيقة عن الظاهرة وتحليله وتقييمه؛ لاستخلاص النتائج بما يؤدي إلى إمكانية إصدار تعميمات بشأن الموقف أو الظاهرة التي يقوم الباحث بدراستها^(١)، كما تستخدم الدراسة منهج المسح؛ إذ يعدّ منهج المسح أنسب منهج لدراسة الموضوع الإعلامي الذي يعدّ من المناهج العلمية الملائمة للدراسات الوصفية بصفة عامة، والتي تستهدف وصف بناء جمهور وسائل الإعلام وتركيبه وأنماط سلوكه بصفة خاصة، ذلك بأنّ هذا المنهج يستهدف تسجيل الظاهرة وتحليلها في وضعها الراهن بعد جمع البيانات اللازمة والكافية عنها وعن عناصرها عبر مجموعة من الإجراءات المنظمة التي تحدد نوع البيانات ومصدرها وطرق الحصول عليها^(٢).

خامساً : مجالات الدراسة : لكل دراسة حدود معينة من حيث المجالات المكانية والزمانية، ولا يمكن لدراسة أن تسلط الضوء على مشكلة ما من دون تحديد لمجالاتها؛ لذا فإنّ مجالات الدراسة هي:

أ- **المجال المكاني:** لصعوبة تطبيق الدراسة على طلبة الجامعات العراقية جرى اختيار مدينة بغداد مجالاً جغرافياً، ثم تطبيق الدراسة على طلبة الجامعة المستنصرية.

ب- **المجال الزماني:** حدد المجال الزماني للدراسة بالمدة من (٢٠١٦/١٢/١) إلى (٢٠١٧/٢/١)، وهي المدة التي تم فيها بناء استمارة الاستبانة، وتوزيعها بين عينة الدراسة واسترجاعها.

ج- **المجال البشري:** يمثل المجال البشري طلبة قسم الإعلام في كلية الآداب الجامعة المستنصرية.

سادساً: **طرق الدراسة وأدواتها:** استخدم الباحث طرائق وأدوات بهدف جمع البيانات والمعلومات المطلوبة لغرض تحقيق أهداف الدراسة ومن بين هذه الأدوات: أ- **الاستبانة:** قام الباحث بإعداد استمارة استبانة وتوزيعها بين (١٠٠) بين طالب وطالبة.

ب- **الملاحظة:** اعتمد الباحث على هذه الطريقة في إطار متابعة الفيس بوك، فهناك موضوعات متنوعة لا يتمكن الباحث من دراستها بالمقابلة أو الاستبانة، وتدوين أبرز الملاحظات لتساعد الباحث في تحديد نوع الأسئلة في استمارة الدراسة، ومتابعة منشورات الشباب عبر الفيس بوك ضمن ما هو متاح للباحث.

سادساً: **مجتمع الدراسة وعينته:** إنّ عملية تحديد مجتمع الدراسة عملية أساسية لذلك يجب تحديده بشكل علمي وبسبب صعوبة تحديد المجتمع يتم اختيار عينة ممثلة لمجتمع الدراسة، وقد حدد الباحث مجتمع الدراسة الحالي من طلبة قسم الإعلام في كلية الآداب الجامعة المستنصرية، وتم تطبيق الدراسة على عينة عمدية من طلبة قسم الإعلام قوامها (١٠٠) مفردة؛ لأن الشباب الجامعي يعدّ من المجتمعات المتجانسة، وفيما يأتي أهم خصائص المبحوثين وسماتهم في الدراسة.

جدول (١) بحسب خصائص المبحوثين وسماتهم

المجموع	النسبة المئوية%	التكرار	البيانات	السمة
١٠٠	%٥٠	٥٠	ذكور	النوع
		٥٠	إناث	
%١٠٠				

متغير العمر	من ١٨ إلى أقل من ٢٠ عاما	٥٠	%٥٠	١٠٠	%١٠٠
		٥٠	%٥٠		
التخصص	إنساني علمي	٦٧	%٦٧	١٠٠	%١٠٠
		٣٣	%٣٣		

• الإطار النظري للبحث:

أولاً: التطرف الديني: تعدّ ظاهرة التطرف الديني من الظواهر التي شغلت الرأي العام في الآونة الأخيرة، وكثر حولها الجدل، وأصبحت مصطلحا شائعا تتداوله ألسنة الناس ووسائل الإعلام، وأخذت تستعمل في المقام الأول للدلالة على معارضة العرف الاجتماعي العام أو الشريعة القائمة باسم الإسلام، مهما بلغت درجة الاعتدال في هذه المعارضة، وتحركها عن طريق الأطر والقنوات الشرعية، بل ساد التناقض في معالجة هذه الظاهرة بصورة تدعو إلى الدهشة، وتغري بالمزيد من هذا التطرف (٣).

ويعرف التطرف الديني بأنه (الإفراط والغلو والتشدد والتزمت سواء في الفكر أو السلوك أو كليهما ومن ثم فالتطرف يمكن النظر إليه على أنه مجاوزة حد الاعتدال مع إفراط أو تفريط) (٤)، كما يعرف التطرف الديني بأنه (التطرف هو مجاوزة العدو الغلو في الدين، وهو التصلب فيه والتشدد حتى مجاوزة الحد فهو مجاوزة الاعتدال في الأمر وأطلق العلماء قديما كلمة التطرف الديني على القائل المخالف للشرع وعلى القول المخالف للشرع وعلى الفعل المخالف للشرع. فهو فهم النصوص الشرعية فهما بعيدا عن مقصود الشارع وروح الإسلام فالتطرف في الدين هو الفهم الذي يؤدي إلى إحدى النتيجتين المكروهتين، وهما الإفراط أو التفريط. والمتطرف في الدين هو المتجاوز حدوده والجافي عن أحكامه وهديه، فكل مغال في دينه متطرف فيه مجاف لوسطيته ويسر) (٥).

ثانياً: مظاهر التطرف الديني(٦):

١- إن أول مظهر من مظاهر التطرف هو التعصب للرأي تعصباً لا يعترف للآخرين برأي، وهذا يُشير إلى جمود المتعصب بحيث لا يسمح له برؤية مقاصد الشرع ولا ظروف العصر، ولا يسمح لنفسه بالحوار مع الآخرين، فالمتطرف يرى أنه وحده على الحق، وما عداه على الضلال.

٢- التشدد والغلو في الرأي، ومحاسبة الناس على الجزئيات والفروع والنوافل، كأنها فرائض، والاهتمام بها والحكم على إهمالها بالكفر والإلحاد.

٣- العنف في التعامل والخشونة في الأسلوب من دون التعامل بالحسنى والحوار والاعتراف بالرأي الآخر.

٤- يبلغ هذا التطرف مداه حين يسقط في عصمة الآخرين، ويستبيح دماءهم وأموالهم، وهم بالنسبة له متهمون بالخروج عن الدين، وتصل دائرة التطرف مداها في حكم الأقلية على الأكثرية بالكفر والإلحاد، فإن هذه الظاهرة متكررة، وليست وليدة العصر، بل وقعت في مختلف العصور وفي الديانات السماوية كلها.

٥- العزلة عن المجتمع، والعزلة تؤدي الى وظيفتين؛ الأولى: تجنب المتطرفون (المنكرات) التي تملأ جوانب المجتمع وحمائهم من أن يشاركوا في نهج الجالية؛ والوظيفة الأخرى: تكوين مجتمع خاص بهم تُطبق فيه أفكارهم ومعتقداتهم، وتتسع دائرة هذا المجتمع شيئاً فشيئاً حتى تستطيع غزو المجتمع من خارجه.

ثالثاً: استخدام الشباب الفيس بوك: يساعد استخدام الفيس بوك الشباب على الاتصال مع الآخرين وبشكل مجاني، وإقامة علاقات بين الأفراد المستخدمين وتكوين مجموعات لها الاهتمامات والميول والرغبات نفسها وإرسال الرسائل والصور والفيديوهات، فضلاً عن معرفة ما يفكر به هؤلاء الأفراد ومعرفة اهتماماتهم الاجتماعية والثقافية والسياسية، وكيف يمكنهم الاتصال ببعضهم والتفاعل فيما بينهم، وإتاحة الفرصة للمستخدمين للتعبير عن الرأي في القضايا الموجودة، ومساعدتهم على نشر المعلومات بصورة سريعة، ويمكن للمستخدم أن يضع القيود على بعض الأنشطة؛ إذ لا يستطيع أن يراها إلا الأصدقاء فقط(٧).

كما وفر الفيس بوك للشباب إمكانية تحميل الصور والفيديو، وإعادة الصداقات القديمة وزملاء الدراسة، وتبادل الآراء والأفكار والملفات فضلا عن الافادة من بعضها في أعمالهم وتجارتههم ومصالحهم الخاصة(٨).

• نتائج الدراسة الميدانية:

١- مدى استخدام المبحوثين للفيس بوك: بهدف الكشف عن مدى انتظام المبحوثين في استخدام الفيس بوك طرح التساؤل عن ذلك، وكانت إجاباتهم قد أشارت إلى النتيجة الآتية:

أ- دائماً: حاز الاستخدام الكثيف على المعدل الأعلى؛ إذ أكد (٧٤) مبحوثاً وبنسبة بلغت (٧٤%) أنهم يستخدمون الفيس بوك (دائماً) لتشكّل هذه الفئة المرتبة الأولى من مدى الاستخدام.

ب- أحياناً: حاز الاستخدام غير المنتظم على المرتبة الثانية في سلم استخدام الفيس بوك لدى الشباب؛ إذ أكد (١٩) مبحوثاً وبنسبة بلغت (١٩%) أنهم (أحياناً) ما يستخدمون الفيس بوك.

ج- نادراً: حاز الاستخدام العرضي على المرتبة الثالثة في نتائج الإجابات؛ إذ أكد (٧) مبحوثين وبنسبة بلغت (٧%) أنهم (نادراً) ما يستخدمون الفيس بوك. (انظر جدول ٢) في أدناه.

جدول (٢) للمبحوثين بحسب درجة استخدامهم للفيس بوك

مدى استخدام الفيس بوك	التكرارات	النسبة المئوية%
دائماً	٧٤	%٧٤
أحياناً	١٩	%١٩
نادراً	٧	%٧
المجموع	١٠٠	%١٠٠

٢- مستوى تفضيل الشباب للفيس بوك: لأجل التعرف على مستوى تفضيل الشباب للفيس بوك (بشكل كبير أو متوسط أو قليل)، جرى طرح التساؤل في هذا الخصوص، وكانت النتائج قد أشارت إلى الآتي:

١- أفضلها بشكل كبير: جاء تفضيل الشباب للفيس بوك بشكل (كبير) بالمرتبة الأولى؛ إذ بلغ عدد المبحوثين الذين أشاروا إلى ذلك المستوى من التفضيل (٦٩) مبحوثاً وبنسبة بلغت (٦٩%).

٢- أفضلها بشكل متوسط: أظهرت النتائج إلى أن تفضيل الشباب للفيس بوك كان (متوسطاً) من حيث الشدة؛ إذ بلغ عدد المبحوثين الذين أشاروا إلى ذلك المستوى من التفضيل (٢٣) مبحوثاً وبنسبة بلغت (٢٣%) لتحتل المرتبة الثانية.

٣- أفضلها بشكل قليل: أظهرت النتائج إلى أن تفضيل الشباب للمواقع العراقية بشكل (قليل) جاء بالمرتبة الثالثة من حيث شدة الاستخدام؛ إذ بلغ عدد المبحوثين الذين أشاروا إلى ذلك المستوى من التفضيل (٨) مبحوثين وبنسبة بلغت (٨%). (انظر جدول ٣) في أدناه.

جدول (٣) للمبحوثين بحسب تفضيلهم للفيس بوك

النسبة المئوية%	التكرارات	مستوى تفضيل الشباب للفيس بوك
٦٩%	٦٩	أفضلها بشكل كبير
٢٣%	٢٣	أفضلها بشكل متوسط
٨%	٨	أفضلها بشكل قليل
١٠٠%	١٠٠	المجموع

٣- الهدف الأساس من استخدامك للفيس بوك: لأجل التعرف على الهدف الأساس

من التعرض إلى الفيس بوك جاءت النتائج في هذا السياق على وفق ما يأتي:

أ- التواصل مع الآخرين: أظهرت النتائج ان (٤٩) من المبحوثين أكدوا أن الفيس بوك يساعدهم على (التواصل مع الآخرين) وبالدرجة الأساس وبنسبة بلغت (٤٩%) لتحتل المرتبة الأولى.

ب- الحصول على المعلومات: أشار (٢٨) من المبحوثين إلى أن الفيس بوك يساعدهم على (الحصول على المعلومات) وبنسبة بلغت (٢٨%) لتحتل المرتبة الثانية.

ج- التسلية والترفيه: أشار (١٤) مبحوثاً إلى أن الفيس بوك يساعدهم على (التسلية والترفيه) وبنسبة بلغت (١٤%) لتحتل المرتبة الثالثة.

هـ- معرفة الأحداث والأخبار: أظهرت النتائج أن (٩) مبحوثين من الشباب أشاروا إلى أن الفيس بوك يساعدهم على (معرفة الأحداث والأخبار) وبنسبة بلغت (٩%) لتحتل المرتبة الرابعة. (انظر جدول ٤) في أدناه.

جدول (٤) للمبحوثين بحسب الهدف الأساس من استخدامهم للفيس بوك

النسبة المئوية%	التكرارات	الهدف الأساس من استخدام الفيس بوك
٤٩%	٤٩	التواصل مع الآخرين
٢٨%	٢٨	الحصول على المعلومات
١٤%	١٤	التسلية والترفيه
٩%	٩	معرفة الأحداث والأخبار
١٠٠%	١٠٠	المجموع

٤- الموضوعات التي يفضل الشباب مناقشتها عبر الفيس بوك: بهدف الكشف عن الموضوعات التي يقوم الشباب بمناقشتها عبر الفيس بوك كانت النتائج المستخرجة من إجاباتهم قد أشارت إلى الآتي:

أ- الأمن: أشار إلى ذلك (٣١) مبحوثاً من الشباب وبنسبة بلغت (٣١%).

ب- الرياضية: بلغ عدد المبحوثين الذين عبروا عن ذلك (١٩) مبحوثاً وبنسبة بلغت (١٩%).

ج- التطرف الديني: بلغ عدد المبحوثين الذين أشاروا إلى ذلك (١٦) مبحوثاً وبنسبة بلغت (١٦%).

د- انتهاك حقوق الإنسان: بلغ عدد المبحوثين الذين أكدوا ذلك (١٣) مبحوثاً وبنسبة بلغت (١٣%) .

ه- القتل الطائفي: بلغ عدد المبحوثين الذين أعربوا عن ذلك (١٠) مبحوثين وبنسبة بلغت (١٠%) .

و- العنف: بلغ عدد المبحوثين الذين أشاروا إلى ذلك (٨) مبحوثين وبنسبة بلغت (٨%) .

ز- أخرى: بلغ عدد المبحوثين الذين عبروا عن ذلك (٣) مبحوثين وبنسبة بلغت (٣%) متمثلة بالموضوعات الفنية والعلمية. (انظر جدول ٥) في أدناه.

جدول (٥) للمبحوثين بحسب الموضوعات التي يفضلون مناقشتها عبر الفيس بوك

المجموعات	التكرارات	النسبة المئوية
الأمن	٣١	٣١%
الرياضية	١٩	١٩%
التطرف الديني	١٦	١٦%
انتهاك حقوق الإنسان	١٣	١٣%
القتل الطائفي	١٠	١٠%
العنف	٨	٨%
أخرى	٣	٣%
المجموع	١٠٠	١٠٠%

٥- الاشتراك في الكروبات عبر الفيس بوك: لأجل الكشف عن أبرز الكروبات التي يشترك فيها الشباب عبر الفيس بوك تم طرح التساؤل عن ذلك و كانت الإجابة على وفق ما يأتي: (انظر جدول (٦- أ) في أدناه.

أ- (نعم): بلغ عدد المبحوثين الذين لديهم اشتراك في كروبات عبر الفيس بوك (٩٥) مبحوثاً وبنسبة بلغت (٩٥%)، وكانت أبرز تلك الكروبات التي يشترك بها الشباب

هي **(الثقافية)**؛ إذ احتلت المرتبة الأولى فبلغ عدد المبحوثين الذين أشاروا إلى ذلك (٢٧) مبحوثاً وبنسبة بلغت (٢٧%)، واحتلت **(الترفيهية)** المرتبة الثانية، وبلغ عدد المبحوثين الذين أشاروا إلى ذلك (٢١) مبحوثاً وبنسبة بلغت (٢١%)، وجاءت **(الأكاديمية)** بالمرتبة الثالثة من حيث تفضيل المبحوثين في الفيس بوك؛ إذ بلغ عدد الذين أشاروا إلى ذلك اليوم (١٧) مبحوثاً وبنسبة بلغت (١٧%) في حين احتلت **(الرياضية)** المرتبة الرابعة، وبلغ عدد المبحوثين الذين أشاروا إلى ذلك (١٣) مبحوثين وبنسبة بلغت (١٣%) بينما احتلت **(التعليمية)** المرتبة الخامسة، وبلغ عدد المبحوثين الذين أشاروا إلى ذلك (٩) مبحوثين وبنسبة بلغت (٩%) في حين جاءت **(الإعلامية)** بالمرتبة السادسة، وبلغ عدد المبحوثين الذين أشاروا إلى ذلك (٥) مبحوثين وبنسبة بلغت (٥%) بينما احتلت **(الشبابية)** المرتبة السابعة، وبلغ عدد المبحوثين الذين أشاروا إلى ذلك (٣) مبحوثين وبنسبة بلغت (٣%). (انظر جدول ٦- ب) في أدناه.

ب- (لا): بلغ عدد المبحوثين الذين اجابوا بأنهم لا يشتركون بالكروبات عبر الفيس بوك (٥) مبحوثين وبنسبة بلغت (٥%).

جدول (٦- أ) للمبحوثين بحسب الموضوعات التي يفضلون مناقشتها عبر الفيس بوك

الاشترك بالكروبات	التكرارات	النسبة المئوية
نعم	٩٥	%٥٩
لا	٥	%٥
المجموع	١٠٠	%١٠٠

جدول (٦- ب) للمبحوثين بحسب الكروبات التي يشتركون فيها عبر الفيس بوك

المجموعات	التكرارات	النسبة المئوية
الثقافية	٢٧	%٢٧
الترفيهية	٢١	%٢١

الأكاديمية	١٧	%١٧
الرياضية	١٣	%١٣
التعليمية	٩	%٩
الإعلامية	٥	%٥
الشبابية	٣	%٣
المجموع	٩٥	%١٠٠

٦- الموضوعات التي يقوم الشباب بنشرها عبر الفيس بوك لمواجهة التطرف

الديني*: يفضل الشباب نشر بعض الموضوعات بشكل أكبر من دون سواها، ويعود الدافع وراء ذلك إلى أسباب عديدة، وعند طرح التساؤل في هذا الخصوص كانت نتائج الإجابات على النحو الآتي:

أ- حب الوطن والانتماء: جاءت بالمرتبة الأولى من حيث تفضيل الشباب في النشر عبر الفيس بوك؛ إذ أكد ذلك (٨٩) مبحوثاً وبنسبة بلغت (٢٣,١%).

ب- الوسطية والاعتدال: حازت على المرتبة الثانية من حيث تفضيل الشباب في النشر عبر الفيس بوك؛ إذ أكد ذلك (٧١) مبحوثاً وبنسبة بلغت (١٨,٤%).

ج- سلبيات التطرف الديني أو المذهبي: احتلت موضوعة (سلبيات التطرف الديني أو المذهبي) التي ينشرها الشباب عبر الفيس بوك المرتبة الثالثة؛ إذ أكد ذلك (٦٦) مبحوثاً وبنسبة بلغت (١٧,١%).

د- حكم وأقوال تشجع على التسامح والمحبة: حازت على المرتبة الرابعة؛ إذ أكد ذلك (٥٧) مبحوثاً وبنسبة بلغت (١٤,٨%)، وكانت من بين أبرز الموضوعات التي ينشرها الشباب عبر الفيس بوك.

هـ- الدعوة إلى التعايش السلمي: احتلت المرتبة الخامسة؛ إذ أكد ذلك (٥١) مبحوثاً وبنسبة بلغت (١٣,٢%).

(*) يحق للمبحوث اختيار أكثر من خيار .

و- احترام آراء الآخرين: حازت على المرتبة السادسة؛ إذ أكد ذلك (٣٣) مبحوثاً وبنسبة بلغت (٨,٥%).

ز- الابتعاد عن التعصب: حصلت على المرتبة السابعة؛ إذ أكد ذلك (١٩) مبحوثاً وبنسبة بلغت (٤,٩%). (انظر جدول ٧) في أدناه.

جدول (٧) للمبحوثين بحسب الموضوعات التي يقومون بنشرها عبر الفيس بوك

النسبة المئوية	التكرارات	المجموعات
٢٣,١%	٨٩	حب الوطن والالتزام اليه
١٨,٤%	٧١	الوسطية والاعتدال
١٧,١%	٦٦	سلبيات التطرف الديني او المذهبي
١٤,٨%	٥٧	حكم وأقوال تشجع على التسامح والمحبة
١٣,٢%	٥١	الدعوة الى التعايش السلمي
٨,٥%	٣٣	احترام آراء الآخرين
٤,٩%	١٩	الابتعاد عن التعصب
١٠٠%	٣٨٦	المجموع

٧- مدى مساعدة الآخرين بكشف الأفكار التي تدعو إلى التطرف: بهدف الكشف

عن موقف الشباب في مساعدة الآخرين بكشف الأفكار التي تدعو إلى التطرف

جرى التساؤل في هذا الخصوص، وكانت النتائج قد أشارت إلى الآتي:

أ- دائماً: بلغ عدد المبحوثين الذين أكدوا ذلك (٥٣) مبحوثاً وبنسبة بلغت (٥٣%) لتشكل هذه الفئة المرتبة الأولى من مدى مساعدة الشباب للآخرين بكشف الأفكار التي تدعو إلى التطرف الديني بشكل مستمر.

ب- أحياناً: احتلت مساعدة الشباب للآخرين بكشف الأفكار التي تدعو إلى التطرف الديني بصورة غير منتظمة على المرتبة الثانية؛ إذ عبر عن ذلك (٣١) مبحوثاً وبنسبة بلغت (٣١%).

ج- لا أقوم بذلك: جاءت عدم مساعدة الشباب للآخرين بكشف الأفكار التي تدعو إلى التطرف الديني بالمرتبة الثالثة؛ إذ أكد ذلك (١٦) مبحوثاً وبنسبة بلغت (١٦%).

د- نادراً: حازت هذه الفئة على المرتبة الرابعة في نتائج الإجابات؛ إذ أكد (٣) مبحوثين وبنسبة بلغت (٣%) أنهم (نادراً) ما يقومون بمساعدة الشباب للآخرين بكشف الأفكار التي تدعو إلى التطرف الديني. (انظر جدول ٨) في أدناه.

جدول (٨) للمبحوثين بحسب درجة مساعدتهم للآخرين في كشف الأفكار المتطرفة

النسبة المئوية %	التكرارات	مدى مساعدة الآخرين بكشف الأفكار المتطرفة
٥٣%	٥٣	دائماً
٣١%	٣١	أحياناً
٦١%	١٦	لا أقوم بذلك
٣%	٣	نادراً
١٠٠%	١٠٠	المجموع

٨- تأثير الفيس بوك على الشباب عبر ما يقدم من أفكار متطرفة: بهدف الكشف عن التأثير السلبي للفيس بوك على الشباب عبر ما يقدم من أفكار متطرفة جرى طرح التساؤل عن تلك السلبيات، وكانت الإجابات المستخرجة قد أشارت إلى ما يأتي:

أ- سلبي الى حد ما: بلغ عدد المبحوثين الذين أكدوا ذلك (٤٩) مبحوثاً وبنسبة بلغت (٤٩%) لتشكل هذه الفئة المرتبة الأولى.

ب- سلبي الى حد كبير: احتلت هذه الفئة المرتبة الثانية؛ إذ عبر عن ذلك (٣٦) مبحوثاً وبنسبة بلغت (٣٦%).

ج- لا يؤثر سلباً: جاءت لا يؤثر سلباً بالمرتبة الثالثة؛ إذ أكد ذلك (١٥) مبحوثاً وبنسبة بلغت (١٥%). (انظر جدول ٩) في أدناه.

جدول (٩) للمبحوثين بحسب تأثير الفيس بوك عليهم عبر ما يقدم من أفكار متطرفة

النسبة المئوية%	التكرارات	تأثير الفيس بوك عليهم عبر ما يقدم من أفكار متطرفة
٤٩%	٤٩	سلبي الى حد ما
٣٦%	٣٦	سلبي الى حد كبير
١٥%	١٥	لا يؤثر سلباً
١٠٠%	١٠٠	المجموع

٩- التعريف بالدين الإسلامي وإظهار اعتداله ووسطيته: بهدف الكشف عن دور الشباب في إظهار الاعتدال والوسطية بالدين الإسلامي جرى طرح التساؤل عن ذلك، وكانت إجاباتهم قد أشارت إلى النتائج الآتية:

- أ- دائماً: بلغ عدد المبحوثين الذين أكدوا ذلك (٨٧) مبحوثاً وبنسبة بلغت (٨٧%).
 ب- أحياناً: عبر عن ذلك (٩) مبحوثين وبنسبة بلغت (٩%).
 ج- نادراً: أكد ذلك (٤) مبحوثين وبنسبة بلغت (٤%). (انظر جدول ١٠) في أدناه.
 جدول (١٠) للمبحوثين بحسب دورهم في إظهار الوسطية و الاعتدال في الدين

الإسلامي

النسبة المئوية%	التكرارات	مدى إظهار الوسطية والاعتدال بالدين الإسلامي
٨٧%	٨٧	دائماً
٩%	٩	أحياناً
٤%	٤	نادراً
٠	٠	لا أقوم بذلك
١٠٠%	١٠٠	المجموع

١٠- المنشورات التي يجب التركيز عليها لمواجهة التطرف الديني: بهدف الكشف عن المنشورات التي يركز عليها الشباب لمواجهة التطرف الديني جرى طرح التساؤل عن ذلك، وكانت إجاباتهم قد أشارت إلى النتائج الآتية:

أ- التركيز على تحقيق الأمن والسلام: جاءت بالمرتبة الأولى من حيث تركيز الشباب في النشر عبر الفيس بوك؛ إذ أكد ذلك (٢٦) مبحوثاً وبنسبة بلغت (٢٦%).
ب- إشعار الشباب بأهمية الوسطية في الدين: حازت على المرتبة الثانية من حيث تركيز الشباب في النشر عبر الفيس إذ أكد ذلك (٢٣) مبحوثاً وبنسبة بلغت (٢٣%).

ج- أهمية منطوق الحوار بين الأديان المختلفة: احتلت موضوعة (أهمية منطوق الحوار بين الأديان المختلفة) التي يركز عليها الشباب عبر الفيس بوك المرتبة الثالثة؛ إذ أكد ذلك (٢٠) مبحوثاً وبنسبة بلغت (٢٠%).

د- ترسيخ انتماء الشباب للوطن: حازت على المرتبة الرابعة؛ إذ أكد ذلك (١٨) مبحوثاً وبنسبة بلغت (١٨%)، وكانت من بين أبرز الموضوعات التي يركز عليها الشباب عبر الفيس بوك.

هـ- التواصل مع الآخرين بالحوار والقبول بالتعددية الفكرية: احتلت المرتبة الخامسة، إذ أكد ذلك (١٣) مبحوثاً وبنسبة بلغت (١٣%). (انظر جدول ١١) أدناه.

جدول (١١) للمبحوثين بحسب المنشورات التي يركزون عليها لمواجهة التطرف

المنشورات	التكرارات	النسبة المئوية%
التركيز على تحقيق الأمن والسلام	٢٦	٢٦%
اشعار الشباب بأهمية الوسطية في الدين	٢٣	٢٣%
أهمية منطوق الحوار بين الأديان المختلفة	٢٠	٢٠%
ترسيخ انتماء الشباب للوطن	١٨	١٨%
التواصل مع الآخرين بالحوار والقبول بالتعددية الفكرية	١٣	١٣%
المجموع	١٠٠	١٠٠%

١١- أهم الأساليب المستخدمة في الفيس بوك للدعوة إلى التطرف الديني: لأجل التعرف على أهم الأساليب المستخدمة في الفيس بوك للدعوة إلى التطرف الديني، جاءت النتائج في هذا السياق على وفق ما يأتي:

أ- المنشورات: أظهرت النتائج أن (٣٩) مبحوثاً أكدوا أن (المنشورات) من أهم الأساليب المستخدمة عبر الفيس بوك للدعوة إلى التطرف وبنسبة بلغت (٣٩%) لتحل المرتبة الأولى.

ب- الفيديوهات: أشار (٣١) مبحوثاً إلى أن (الفيديوهات) عبر الفيس بوك من ضمن الأساليب المستخدمة وبنسبة بلغت (٣١%) لتحل المرتبة الثانية.

ج- الصور: أشار (١٧) مبحوثاً إلى أن (الصور) عبر الفيس بوك من الأساليب التي تساعد على الدعوة إلى التطرف وبنسبة بلغت (١٧%) لتحل المرتبة الثالثة.

هـ- مقاطع صوتية: أظهرت النتائج أن (٨) مبحوثين أشاروا إلى أن (المقاطع الصوتية) تساعد على الدعوة إلى التطرف وبنسبة بلغت (٨%) لتحل المرتبة الرابعة.

و- روابط لمواقع متطرفة: أشار (٥) مبحوثين إلى أن نشر (روابط لمواقع متطرفة) عبر الفيس بوك من الأساليب التي تساعد على الدعوة إلى التطرف وبنسبة بلغت (٥%) لتحل المرتبة. (انظر جدول ١٢) في أدناه.

جدول (١٢) للمبحوثين بحسب الأساليب المستخدمة في الفيس بوك للدعوة إلى

التطرف الديني

النسبة المئوية %	التكرارات	الأساليب المستخدمة للدعوة إلى التطرف الديني
٣٩%	٣٩	المنشورات
٣١%	٣١	الفيديوهات
١٧%	١٧	الصور
٨%	٨	مقاطع صوتية
٥%	٥	روابط لمواقع متطرفة
١٠٠%	١٠٠	المجموع

- ١٢- مايقوم به الشباب حينما يقوم شخص بنشر ما يمس معتقدهم أو مذهبهم: للتعرف على مايقوم به الشباب عبر الفيس بوك في حال نشر موضوع يمس معتقدهم او مذهبهم جرى طرح التساؤل عن ذلك، وكانت النتائج وفق الآتي:
- أ- اقوم بالحوار معه: بلغ عدد المبحوثين الذين أكدوا ذلك (٤٢) مبحوثاً وبنسبة بلغت (٤٢%).
- ب- اقناعه بالابتعاد عن تلك الأفكار: عبر عن ذلك (٣٥) مبحوثاً وبنسبة بلغت (٣٥%).
- ج- الرد بالمثل: أكد ذلك (١٨) مبحوثاً وبنسبة بلغت (١٨%).
- د- السب والشتم: بلغ عدد المبحوثين الذين أكدوا ذلك (٥) مبحوثين وبنسبة بلغت (٥%). (انظر جدول ١٣) في أدناه.
- جدول (١٣) للمبحوثين بحسب ما يقومون به في حال نشر موضوع يمس معتقدهم أو مذهبهم

النسبة المئوية%	التكرارات	ما يقوم به الشباب عبر الفيس بوك في حال نشر موضوع يمس معتقدهم أو مذهبهم
%٤٢	٤٢	أقوم بالحوار معه
%٣٥	٣٥	اقناعه بالابتعاد عن تلك الأفكار
%١٨	١٨	الرد بالمثل
%٥	٥	السب والشتم
%١٠٠	١٠٠	المجموع

- ١٣- المشاركة بحملات ضد التطرف الديني: للتعرف على مدى مشاركة الشباب بالحملات التي تدعو إلى الوقوف بوجه التطرف الديني، وعند طرح التساؤل في هذا الخصوص كانت نتائج الإجابات على النحو الآتي:

أ- أشارك وبشكل فعال: جاءت بالمرتبة الأولى من حيث مشاركة الشباب في الوقوف بوجه التطرف الديني عبر الفيس بوك؛ إذ أكد ذلك (٧٤) مبحوثاً وبنسبة بلغت (٧٤%).

ب- أحيانا ما أقوم بالمشاركة: حازت على المرتبة الثانية من حيث مشاركة الشباب للوقوف بوجه التطرف الديني تركيز الشباب في النشر عبر الفيس بوك؛ إذ أكد ذلك (٢٢) مبحوثاً وبنسبة بلغت (٢٢%).

ج- لا أقوم بالمشاركة: جاءت بالمرتبة الثالثة؛ إذ أكد ذلك (٤) مبحوثين وبنسبة بلغت (٤%). (انظر جدول ١٤ في أدناه).

جدول (١٤) للمبحوثين بحسب مشاركتهم بالحملات التي تدعو إلى الوقوف بوجه التطرف الديني

النسبة المئوية%	التكرارات	المشاركة بالحملات التي تدعو إلى الوقوف بوجه التطرف الديني
٧٤%	٧٤	أشارك وبشكل فعال
٢٢%	٢٢	أحيانا أقوم بالمشاركة
٤%	٤	لا أقوم بالمشاركة
١٠٠%	١٠٠	المجموع

١٤- الأطراف التي يحب الشباب النقاش معهم بشأن قضايا التطرف الديني: بهدف الكشف عن الأطراف التي يحب الشباب النقاش معهم بشأن قضايا التطرف الديني، جرى طرح التساؤل عن ذلك أو كانت نتائج الإجابات على النحو الآتي:

أ- زملاء الدراسة: بلغ عدد المبحوثين الذين أكدوا ذلك (٣٩) مبحوثاً وبنسبة بلغت (٣٩%).

ب- مع الذين يعارضون أفكاري: عبر عن ذلك (٣٣) مبحوثاً وبنسبة بلغت (٣٣%).

ج- مع أساتذتي: أكد ذلك (١٢) مبحوثاً وبنسبة بلغت (١٢%).

د- خبراء ومتخصصون: بلغ عدد المبحوثين الذين أكدوا ذلك (٩) مبحوثين وبنسبة بلغت (٩٥%).

هـ- مع أفراد الأسرة: بلغ عدد المبحوثين الذين أكدوا ذلك (٧) مبحوثين وبنسبة بلغت (٧%). (انظر جدول ١٥) في أدناه.

جدول (١٥) للمبحوثين بحسب الأطراف التي يحبون النقاش معهم بشأن القضايا المتطرفة الديني

النسبة المئوية %	التكرارات	الأطراف التي يحب الشباب النقاش معهم بشأن قضايا التطرف الديني
٣٩%	٣٩	زملاء الدراسة
٣٣%	٣٣	مع الذين يعارضون أفكارهم
١٢%	١٢	مع أساتذتي
٩%	٩	خبراء ومتخصصون
٧%	٧	مع أفراد الأسرة
١٠٠%	١٠٠	المجموع

١٥- التقييم لموقف الشباب عبر نشر الأفكار المتطرفة: بهدف الكشف عن تقييم الشباب لما ينشر من أفكار عبر الفيس بوك، جرى طرح التساؤل عن ذلك أو كانت نتائج الإجابات على النحو الآتي:

أ- إيجابي الى حد ما: بلغ عدد المبحوثين الذين أكدوا ذلك (٥٣) مبحوثاً وبنسبة بلغت (٥٣%).

ب- سلبي جداً: عبر عن ذلك (٢١) مبحوثاً وبنسبة بلغت (٢١%).

ج- سلبي الى حد ما: أكد ذلك (١٥) مبحوثاً وبنسبة بلغت (١٥%).

د- إيجابي جداً: عبر عن ذلك (١١) مبحوثاً وبنسبة بلغت (١١%). (انظر جدول ١٦) أدناه.

جدول (١٦) للمبحوثين بحسب تقييمهم للأفكار المنشورة عبر الفيس بوك

النسبة المئوية%	التكرارات	تقييم الشباب للأفكار المنشورة عبر الفيس بوك
٥٣%	٥٣	إيجابي الى حد ما
٢١%	٢١	سلبي جداً
١٥%	١٥	سلبي الى حد ما
١١%	١١	إيجابي جداً
١٠٠%	١٠٠	المجموع

١٦- دور الشباب الجامعي لمواجهة التطرف الديني: بهدف التعرف على دور الشباب الجامعي لمواجهة التطرف جرى طرح التساؤل عن ذلك، وكانت النتائج على وفق ما يأتي:

أ- الوقوف مع ما ينشر من موضوعات تدعو إلى مواجهة التطرف الديني: أجاب الشباب عن أهمية الوقوف مع ما ينشر من موضوعات تدعو إلى مواجهة التطرف الديني، وكانت النتائج على وفق ما يأتي:

١- (موافق): وافق (٨٩) مبحوثاً من الشباب ونسبتهم (٨٩%) من مجموع الإجابات عن الفكرة.

٢- (محايد): لم يشر (٨) مبحوثين من الشباب ونسبتهم (٨%) من مجموع الإجابات إلى موافقتهم أو معارضتهم للفكرة المطروحة.

٣- (معارض): عارض (٣) مبحوثين من الشباب ونسبتهم (٣%) من مجموع الإجابات عن الفكرة المطروحة.

ب- دعم المنشورات التي تركز على المحبة والمساواة: أجاب الشباب عن فكرة (دعم المنشورات التي تركز على المحبة والمساواة)، وكانت النتائج على وفق ما يأتي:

١- (موافق): أشار إلى ذلك الموقف (٨٧) مبحوثاً من الشباب وبنسبة مئوية شكلت (٨٧%).

٢- (محايد): أشار إلى ذلك الخيار (١٠) مبحوثين من الشباب وبنسبة مئوية شكلت (١٠%).

٣- (معارض): بلغ عدد المبحوثين الذين عبروا عن ذلك الموقف (٣) مبحوثين من الشباب وبنسبة مئوية شكلت (٣%).

ج- عدم نشر ما يؤدي إلى التضليل في الأفكار الدينية وبت روح اليأس: أجاب الشباب عن فكرة أن (عدم نشر ما يؤدي إلى التضليل في الأفكار الدينية وبت روح اليأس)، وكانت النتائج على وفق ما يأتي:

١- (موافق): وافق على ذلك (٨١) مبحوثاً من الشباب وبنسبة مئوية بلغت (٨١%) من مجموع الإجابات عن الفكرة.

٢- (محايد): لم يشر (١٨) مبحوثاً من الشباب وبنسبة مئوية بلغت (١٨%) إلى معارضتهم أو موافقتهم للفكرة المطروحة.

٣- (معارض): عارض مبحوث واحد من الشباب وبنسبة مئوية بلغت (١%) الفكرة.

د- السعي إلى تشكيل مجموعات تدعو إلى مواجهة الأفكار المتطرفة: أجاب الشباب عن فكرة (السعي إلى تشكيل مجموعات تدعو إلى مواجهة الأفكار المتطرفة)، وكانت النتائج على وفق ما يأتي:

١- (موافق): أشار إلى ذلك الموقف (٩٣) مبحوثاً من الشباب وبنسبة بلغت (٩٣%).

٢- (محايد): أشار إلى ذلك الخيار (٧) مبحوثين من الشباب وبنسبة بلغت (٧%).

٣- (معارض): لم يعارض ذلك الخيار أي مبحوث من الشباب.

هـ- دعم الحوار مع مختلف الانتماءات وشرح الكثير وتفسيره عن قضايا حقوق المواطنة وواجباتها: أجاب الشباب عن فكرة أن (دعم الحوار مع مختلف الانتماءات وشرح الكثير وتفسيره عن قضايا حقوق والمواطنة وواجباتها)، وكانت النتائج على وفق ما يأتي:

١- (موافق): وافق (٧٤) مبحوثاً من الشباب وبنسبة مئوية شكلت (٧٤%) على الفكرة.

٢- **(محايد):** لم يشر (٢٠) مبحوثاً من الشباب وبنسبة مئوية شكلت (٢٠%) على موافقتهم أو معارضتهم الفكرة.

٣- **معارض:** عارض (٦) مبحوثين من الشباب وبنسبة مئوية شكلت (٦%) للفكرة المطروحة.

و- **الالتزام بالمسؤولية الأخلاقية عبر توحيد الصف الوطني لمحاربة التطرف:** أجاب الشباب عن فكرة (الالتزام بالمسؤولية الأخلاقية عبر توحيد الصف الوطني لمحاربة التطرف)، وكانت النتائج على وفق ما يأتي:

١- **(موافق):** وافق (٩١) مبحوثاً من الشباب وبنسبة مئوية بلغت (٩١%) على الفكرة.

٢- **(محايد):** لم يشر (٩) مبحوثين من الشباب وبنسبة مئوية شكلت (٩%) إلى موافقتهم أو معارضتهم للفكرة المطروحة.

٣- **(معارض):** لم يعارض ذلك الخيار أي مبحوث من الشباب.

ز- **دعم قيم التسامح والتعايش السلمي بين الأديان المختلفة:** أجاب الشباب عن فكرة (دعم قيم التسامح والتعايش السلمي بين الأديان المختلفة)، وكانت النتائج على وفق ما يأتي:

١- **(موافق):** أشار إلى ذلك الخيار (٦١) مبحوثاً من الشباب وبنسبة شكلت (٦١%).

٢- **(محايد):** لم يشر (٢٧) مبحوثاً من الشباب وبنسبة شكلت (٢٧%) إلى موافقتهم أو معارضتهم للفكرة المطروحة.

٣- **(معارض):** أشار إلى ذلك الخيار (١٢) مبحوثاً من الشباب وبنسبة شكلت (١٢%) من مجموع الإجابات.

ح- **نشر موضوعات جادة تسهم في إفادة الشباب منها:** أجاب الشباب عن فكرة (نشر موضوعات جادة تسهم في إفادة الشباب منها)، وكانت النتائج على وفق ما يأتي:

١- **(محايد):** لم يشر (٥١) مبحوثاً من الشباب وبنسبة مئوية بلغت (٥١%) من مجموع الإجابات إلى موافقتهم أو معارضتهم الفكرة.

٢- (موافق): وافق (٣٣) مبحوثاً من الشباب وبنسبة مئوية بلغت (٣٣%) على الفكرة.

٣- (معارض): عارض (١٦) مبحوثاً من الشباب ونسبتهم (١٦%) من مجموع الإجابات عن الفكرة المطروحة.

ط- دعم القيم التي تنمي روح الولاء للوطن بعيداً عن التطرف: أجاب الشباب عن فكرة أن (دعم القيم التي تنمي روح الولاء للوطن بعيداً عن التطرف)، وكانت النتائج على وفق ما يأتي:

١- (موافق): وافق (٧١) مبحوثاً من الشباب ونسبتهم (٧١%) من إجمالي المبحوثين على الفكرة.

٢- (محايد): لم يشر (٢٠) مبحوثاً من الشباب ونسبتهم (٢٠%) من إجمالي المبحوثين على موافقتهم أو معارضتهم الفكرة.

٣- (معارض): عارض (٩) مبحوثين من الشباب ونسبتهم (٩%) من إجمالي المبحوثين على الفكرة.

ي- توحيد الخطاب الديني لمواجهة الأفكار المتطرفة: أجاب الشباب عن فكرة أن (توحيد الخطاب الديني لمواجهة الأفكار المتطرفة)، وكانت النتائج على وفق ما يأتي:

١- (موافق): وافق (٤٧) مبحوثاً من الشباب ونسبتهم (٤٧%) من إجمالي الإجابات على تلك الفكرة.

٢- (معارض): عارض (٢٨) مبحوثاً من الشباب ونسبتهم (٢٨%) من إجمالي الإجابات الفكرة المطروحة.

٣- (محايد): لم يشر (٢٥) مبحوثاً من الشباب ونسبتهم (٢٥%) من إجمالي الإجابات الى موافقتهم أو معارضتهم للفكرة المطروحة. (انظر جدول ١٧) في أدناه.

جدول (١٧) للمبحوثين بحسب عملهم عبر الفيس بوك لمواجهة التطرف الديني

المجموع		معارض		محايد		موافق		الموضوعات
%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	
%١٠٠	١٠٠	%٣	٣	%٨	٨	%٨٩	٨٩	١- الوقوف مع ما ينشر من موضوعات تدعو الى مواجهة التطرف الديني
%١٠٠	١٠٠	%٣	٣	%١٠	١٠	%٨٧	٨٧	٢- دعم المنشورات التي تركز على المحبة والمساواة.
%١٠٠	١٠٠	%١	١	%١٨	١٨	%٨١	٨١	٣- عدم نشر ما يؤدي الى التضليل في الأفكار الدينية وبث روح اليأس.
%١٠٠	١٠٠	%٠	٠	%٧	٧	%٩٣	٩٣	٤- السعي الى تشكيل مجموعات تدعو الى مواجهة الأفكار المتطرفة.
%١٠٠	١٠٠	%٦	٦	%٢٠	٢٠	%٧٤	٧٤	٥- دعم الحوار مع مختلف الانتماءات وشرح الكثير وتفسيره عن قضايا حقوق المواطنة وواجباتها.

٩١	%٩١	٩	%٩	٠	%٠	١٠٠	%١٠٠	٦- الالتزام بالمسؤولية الأخلاقية عبر توحيد الصف الوطني لمحاربة التطرف.
٦١	%٦١	٢٧	%٢٧	١٢	%١٢	١٠٠	%١٠٠	٧- دعم قيم التسامح والتعايش السلمي بين الأديان المختلفة.
٣٣	%٣٣	٥١	%٥١	١٦	%١٦	١٠٠	%١٠٠	٨- نشر موضوعات جادة تسهم في إفادة الشباب منها.
٧١	%٧١	٢٠	%٢٠	٩	%٩	١٠٠	%١٠٠	٩- دعم القيم التي تنمي روح الولاء للوطن بعيدا عن التطرف.
٤٧	%٤٧	٢٥	%٢٥	٢٨	%٢٨	١٠٠	%١٠٠	١٠- توحيد الخطاب الديني لمواجهة الأفكار المتطرفة

• قراءة في أهم النتائج:

١- بينت نتائج الدراسة تعود أغلب الشباب الجامعي على الاستخدام اليومي والمكثف للفيس بوك وبشكل منظم وبنسبة بلغت (٧٤%)، وهذا يوضح مدى أهمية هذه المواقع لهم بما تقدمه من معلومات ومضامين متنوعة واستخدامهم لها بشكل منظم ومقصود.

٢- التفضيل الواضح من غالبية الشباب الجامعي على استخدام الفيس بوك وبنسبة بلغت (٦٩%)، مما يشير الى أهمية الفيس بوك ووظيفته في حياتهم.

٣- التأكيد الواضح من الشباب الجامعي على أن الهدف بالدرجة الأساس من استخدامهم للفيس بوك هو **(التواصل مع الآخرين)**، وهو ما عدّه الشباب من أهم الأهداف التي يمكن أن تتحقق عبر استخدام للفيس بوك.

٤- بشأن الموضوعات الأكثر تفضيلاً لدى الشباب الجامعي أبرزت النتائج إلى أن موضوع **(الأمن)** كان الأعلى في سلم الاهتمام على مستوى النشر والتعليق والإعجاب من المبحوثين، وهو ما قد يرتبط بخصوصية التوقيت الذي وزعت فيه الاستمارة بين جمهور الشباب، مقابل أدنى اهتمام بموضوع **(العنف او الاقتصاد)**.

٥- أبرزت النتائج بشأن الموضوعات الأكثر تفضيلاً لدى الشباب الجامعي عبر الفيس بوك إلى أن موضوع **(حب الوطن والانتماء اليه)** كان الأعلى في سلم الاهتمام على مستوى النشر من المبحوثين، مقابل أدنى اهتمام بموضوعة **(الابتعاد عن التعصب)**.

٦- تشير نتائج الدراسة الى أن غالبية الشباب الجامعي يقومون بمساعدة الآخرين بكشف الأفكار المتطرفة وبنسبة بلغت (٥٣%)، وهذا يؤكد النتيجة السابقة التي توضح شعورهم **(بحب الوطن والانتماء إليه)**.

٧-بشأن الدور السلبي للفيس بوك على الشباب عبر الأفكار المطروحة أبرزت النتائج إلى أن الفيس بوك كان تأثيره **(سلبي الى حد ما)** وبنسبة بلغت (٤٩%)، وهذا يوضح الى أن الفيس بوك له الأثر السلبي عليهم عبر ما يطرح من أفكار متطرفة.

٨- التأكيد الكبير من الشباب الجامعي على أهمية إظهار الوسطية والاعتدال في الدين الإسلامي وبنسبة بلغت (٨٧%)، وهذه النسبة العالية توضح الإحساس الكبير لدى الشباب بالمسؤولية بضرورة محاربة الأفكار المتطرفة عبر الفيس بوك.

٩- الإشارة الواضحة من الشباب الجامعي التي كشفتها نتائج الدراسة إلى أن المنشورات التي يركزون عليها لمواجهة التطرف هو **(التركيز على تحقيق الأمن والسلام)** وبنسبة بلغت (٢٦%)، وهذا يوضح اهتمام الشباب بتحقيق الأمن والسلام والعيش بشكل سلمي وبعيدا عن التجاذبات الطائفية والدينية وعدم التفرقة بين أبناء الشعب العراقي الواحد.

١٠- التأكيد الكبير والواضح من الشباب الجامع على ضرورة أن يكون لديهم دور في عملية مواجهة التطرف الديني عبر الفيس بوك ومحاربة من يحاول الترويج للأفكار المسومة والمتطرفة عبر تنشيط الثقافة الدينية ورفع مستوى الوعي لديهم وتنمية روح التسامح بين أفراد المجتمع ودعم القيم التي تنمي روح الولاء للوطن بعيدا عن التطرف وتعزيز حرية الرأي والتعبير وآداب الحوار ودعم الحوار مع مختلف الانتماءات وشرح أهمية قضايا حقوق المواطنة وواجباتها ومعالجة مظاهر التطرف وأفكاره بالحجة والإقناع.

• مصادر البحث:

- (١) سمير محمد حسين ، دراسات في مناهج البحث العلمي : بحوث الاعلام، ط٢ ، القاهرة، عالم الكتاب ، ١٩٩٥ ص١٣ .
- (٢) محمد عبد الحميد، دراسات الجمهور في بحوث الإعلام، القاهرة، عالم الكتب، ١٩٩٣، ص١٣٢ .
- (٣) صلاح الصاوي، التطرف الديني الراي الاخر، الأفاق الدولية للإعلام، ١٩٩٣، ص٣ .
- (٤) أحمد جمعة حسانين، دور التربية في علاج مشكلة التطرف بين الشباب، مجلة كلية التربية، جامعة أسيوط، المجلد الثامن، العدد الاول، ١٩٩٢، ص٣٣٩ .
- (٥) محمد بن عبد الرزاق ، التطرف في الدين "دراسة شرعية"، بحث مقدم للمؤتمر العالمي عن موقف الاسلام من الارهاب ، ٢٠٠٤م، ص٣-٤ .
- (٦) المرصد العربي للتطرف والارهاب، مفهوم التطرف. متاح على الموقع الالكتروني http://arabobservatory.com/?page_id=1963 بتاريخ ٢٠١٧/١/٣ .
- (٧) نرمين زكريا خضر، نرمين زكريا خضر، الآثار النفسية والاجتماعية لاستخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية دراسة على مستخدمي موقع Facebook، المؤتمر العلمي الأول (الأسرة والإعلام وتحديات العصر)، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة، للفترة من ١٥-١٧ فبراير ٢٠٠٩، ص٩٣٧ .
- (٨) محمد السيد حلاوة ورجاء علي عبد العاطي، العلاقات الاجتماعية للشباب بين درشة الانترنت والفييس بوك، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية للنشر والتوزيع، ٢٠١١، ص١١٤ .

المحور الثالث :

**الإعلام ودوره في تعزيز
التعايش السلمي**

**معايير تقويم أداء وسائل الإعلام
العراقي في تعزيز التعايش السلمي: بناء
نموذج أكاديمي**

Evaluate the performance of the means of
the Iraqi media in the promotion of
peaceful coexistence: constructing a model
academic standards

د. محمد وليد صالح

كلية الآداب / جامعة بغداد

تمهيد :

إن اعتماد استراتيجية لدعم الإنتاج البرامجي لتشكيل صورة التعايش السلمي وثقافة التسامح، يعد جانب مهم بهدف تقديم خطاب إعلامي يسهم في تسويق فكرة السلام والوئام بين الأديان وثقافتها للنهوض بواقع المجتمع، فضلاً عن الإنفتاح على العالم للإفادة من المعارف الإنسانية وتفاعلها للمحافظة على الهوية الوطنية، واستثمار وسائل الاتصال الإلكترونية التفاعلية ولاسيما مواقع التواصل الاجتماعي في التعبير عن خصائص المجتمع الذاتية ومحاربة العنف والتطرف والإرهاب، ولاسيما أثر وسائل الإعلام في تعزيز مفهوم المواطنة أو تهديده يتحدد بطبيعة النظام السياسي، فوجود نظام حكم ديمقراطي يذعن لمطالب الحرية يعد أحد الضمانات القانونية للحقوق جميعها، ومن هنا تأتي أهمية البحث في تقديم المراحل الإجرائية والمستقاة بعد بيان أهمية الأنموذج الوظيفي وأهدافه في البحث.

Evaluate the performance of the means of the Iraqi media in the promotion of peaceful coexistence: constructing a model academic standards

Abstract

The significance of the research topic in for questioning the following: -

- How can the media and messages to increase the culture of peaceful coexistence and social cohesion?
- What forms of media discourse-oriented content to promote the spirit of citizenship and to promote tolerance?
- How effective public relations program planning and practice to address violence and terrorism?

The research aims to adopt a strategy to support the production program for shaping the image of peaceful coexistence and a culture of tolerance, and provide informative discourse contributes to the marketing of the idea of peace and harmony among religions and cultures for the advancement of society, as well as openness to the world to take advantage of human knowledge and interaction to preserve the national identity, and investment and electronic means of communication interactive, especially social networking sites to express their own community characteristics and the fight against violence, extremism and terrorism.

The impact of the media in promoting the concept of citizenship or its threat is determined by the nature of the political system, the existence of a democratic system of government to comply with the demands of freedom is a legal guarantees for the rights of all, hence the importance of research.

We offer the most important stages of the procedural obtained after the statement of the importance of functional model and objectives in the search according to the following:-

- production program for the promotion of peaceful coexistence in the means of the Iraqi media planning and public relations support programs in media organizations in order to build a mental image of the face of adverse effects faced by their work.
- The importance of digital media education in the concept of citizenship and implanting, in order to educate individuals and composition of their abilities and skills to be able to optimize the use of the means of communication and positive participation to provide general topics.
- adopt a professional code of conduct regulating the work of existing bodies to communicate and provide media freedom as an individual's right to access to and participation which helps to launch queens intellectual and cultural creativity and thus adjust the control and reduction of prevention authority.

المبحث الأول: منهجية البحث

The first Study: Systematic for Research

مشكلة البحث Problem Research

تبدأ مشكلة البحث من شمولها على التساؤلات الآتية:-

التساؤل الأول:- كيف يمكن لوسائل الإعلام ان تزيد فرص التعايش السلمي والتماسك الإجتماعي؟

التساؤل الثاني:- ما تأثير عمل وسائل الإعلام لدعم الهوية الوطنية والمحافظة عليها؟

التساؤل الثالث:- ما إشكالات محتوى الخطاب الإعلامي الموجه لتعزيز روح المواطنة واشاعة التسامح؟

التساؤل الرابع:- ما فاعلية برامج العلاقات العامة وممارستها لمواجهة العنف والإرهاب؟

التساؤل الخامس:- كيف يمكن تسويق برامج وسائل الإعلام للمجتمع؟

وفي هذا المجال لا يمكن لحكومة ما أن تبني سياسة جيدة من غير تسويقها.. لأن تنفيذ هذه السياسة يعتمد على تسويقها إعلامياً وهو من الموضوعات المهمة في العلاقات العامة بالنسبة للدولة، بوصف التسويق السياسي والإعلامي عملية لتبادل الأفكار والموضوعات بين أفراد المجتمع^(١).

أهمية البحث Importance Research

أشار الباحثون في مجال الاتصال الجماهيري إلى انه عندما تختار الوسيلة لابد أن تضع قضايا معينة في الإهتمام العام للجمهور، فإن الجمهور يمكن ان يبدأ في الاتصال حول هذه القضايا ويصبح واعياً بها، فضلا عن دور وسائل الإعلام في

نشر مفهوم التعايش السلمي والتسامح والوئام بين الأديان في ظل ثقافة الديمقراطية وحقوق الإنسان والحريات العامة الذي يعد إحدى ركائز البناء الاجتماعي^(٢).

ويبدأ البحث من فكرة نظرية الحتمية القيمية في الإعلام التي تتعلق بأخلاقيات الممارسة الإعلامية وضبط سلوكها عن طريق معيار المسؤولية الفردية والمراقبة الاجتماعية، وحرية الصحافة. وتعنى دراسة الوسائل المعرفة بكيفية التعامل مع كل وسيلة وصناعة خطابها، وإنتاج محتوى ملائم لطبيعة كل وسيلة، فضلاً عن الإلتزام بالمطلوبات الخاصة بكل وسيلة، ومحاولة إستمالة جمهورها^(٣).

ان دور وسائل الإعلام في تعزيز مفهوم المواطنة أو تهديده يتحدد بطبيعة النظام السياسي، فوجود نظام حكم ديمقراطي يذعن لمطالب الحرية يعد أحد الضمانات القانونية لجميع الحقوق المرتبطة بالمواطنة، ومن هنا تأتي أهمية البحث.

هدف البحث Target Research

ان هدف البحث ينطلق من محور أساس وهو يشتمل على تنظيم السلوك الإعلامي الفردي والمؤسساتي وضبط الممارسة المهنية للصحفي والمؤسسة، واعتماد ستراتيجية وطنية لعمل وسائل الإعلام للمحافظة على الهوية الوطنية وتوافر خطاب إعلامي يسهم في تسويق الحضارة العراقية وتأريخها بوصفها مسؤولية اجتماعية وأخلاقية، عن طريق اندماج هذه الوسائل في نظام اتصال جماهيري متطور داعم للتعبير عن الخصائص الذاتية للمجتمع وترسيخ مفهوم صورة التعايش السلمي والتسامح والوئام بين الأديان، وتخطيط برامج العلاقات العامة وممارستها لمواجهة العنف والإرهاب، فضلاً عن الإنفتاح على العالم للإفادة من المعارف الإنسانية وتفاعلها عبر الإعلام لأنه جزء من الثقافة بقدر ما هو مؤثر فيها.

المبحث الثاني: المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام

The second Study: The social responsibility of the Mass Media

وكثيراً ما يمارس على نطاق واسع من جانب وسائل الإعلام العراقية، يمكن ان يكون له أثر مزعج على تفكير المجتمع وهدوئه، فيشعر الناس بعدم الإرتياح أو بأنهم مهددون بحالة الفوضى وان الخطر يحدق بهم، وفي مثل هذا الجو الاتصالي قد يستجيب الجمهور للرسائل الإعلامية باحدى الطريقتين، فأما أن يتوقعوا ويمحوا من عقولهم أكبر قدر ممكن من العالم الخارجي وبذلك يغتربون عن بيئتهم، أو يستجيبوا بإنفعال وتهور غافلين عن الأسباب الحقيقية لمشكلات المجتمع ومصادر غضبهم واحباطهم، وبذلك فإن الإعلام والطريقة التي يستخدم فيها اصبح يؤثر على الهوية الوطنية.

لوحظ في العراق بعد عام ٢٠٠٣ ما يسمى بـ (إعلام الأزمات) بعد ان تطورت بحوث الاتصال والإعلام والعلاقات العامة، التي ركزت على دور الاتصال في التحذير من الأزمات والكوارث وإحتواء الآثار السلبية للأزمات، وتوفير البيانات والمعلومات للجمهور، فضلا عن وضع قواعد أسس إرشادية للتغطية الإعلامية للأزمات والكوارث بحيث لا تؤدي إلى الذعر أو اتخاذ مواقف وردود أفعال سلبية، فضلا عن تطوير قدرة المنظمات الإعلامية على إنتاج الرسائل الإعلامية ونشرها بسرعة وبطريقة واضحة ومؤثرة، للحيلولة دون ظهور وانتشار الشائعات^(٤).

فالجهد الاتصالية والإدارية المخططة والمنظمة التي تهدف الى بناء وتدعيم التفاهم المتبادل، بين المؤسسة وجمهورها بنوعيه الداخلي والخارجي، وإقامة تفاعل مشترك بين أفراد أو جماعات أو مؤسسات وحتى دول مع نظيراتها، بأعتماد أساليب العلاقات العامة في المجالات الإجتماعية والاقتصادية والسياسية والدولية شتى، التي تركز على حسن الأداء ومهارة العاملين في ذات المجال، فضلا عن استعمال وسائل الاتصال الجماهيري لتوجيه الرسائل الإعلامية، التي تساهم في تحسين صورة المؤسسة لدى جمهورها ومعرفة ردود أفعاله إزائها بأعتماد عملية

الاتصال ذي الاتجاهين، وبالتالي تتحول إلى الاتصال التفاعلي وخاصة الإلكتروني في تقديمها وعرضها، لكي تكون أكثر إقناعاً وقدرة على تحقيق مزيداً من التطور في المجتمع.

ففي العالم الإجتماعي والثقافي كل شيء يعد إعلاماً.. وبداية من الإعلام – البسيط- مثل إلقاء الخطب والكتابة والطباعة وانتهاءً إلى الإعلام الواسع الأكثر تعقيداً مثل الراديو والتلفزيون والصحافة والإنترنت، يمكننا رؤية وإدراك العالم وموقعنا فيه عن طريق عمليات التوسط. ويعد هذا في بعض الحالات مسألة عادية تماماً، ولكي يمكننا إدراك العملية بشكل أكثر إكتمالاً ولتوضيح ما هو ضمني، فنحن في حاجة إلى تقدير طبيعة الوساطة عن طريق ما نحدده بالنسبة للعالم وما يحدده العالم لنا (٥).

إن وسائل الاتصال الجماهيري سواء أكانت المقروءة أم المسموعة أم المرئية، تعد صناعات وإستثمارات إعلامية قائمة بذاتها، وتعد جزءاً مهماً من هيكل مؤسساتنا الحكومية وغير الحكومية وخاصة المؤسسة التعليمية، ولذلك ينبغي أن تأخذ تلك الوسائل بعداً جديداً يختلف عن البعد التقليدي الذي درجت عليه فتصبح أدواتاً للتواصل الإجتماعي، وفي هذا المجال تأتي أهمية مواقع التواصل الإجتماعي الإلكتروني التفاعلية مثل فيسبوك وتويتر ويوتيوب وماي سبيس، فضلاً عن دورها في نقل المعلومات التي تنساب من المصدر إلى المتلقي ثم تبادل الأدوار بينهما فيصبح المتلقي مصدراً، وبالتالي تتحول إلى تفاعل في عرض وتقديم الأفكار والآراء والمشكلات والخبرات والتجارب، لكي تكون أكثر إقناعاً وقدرة على تحقيق مزيد من التطور في المجتمع.

أدى ظهور وسائل الاتصال الحديثة وفي مقدمتها الإنترنت، بما تمتلكه هذه الوسائل من أدوات تفاعلية، أصبح للمتلقي القدرة على المشاركة الفاعلة في العملية الاتصالية، اذ يسعى للحصول على المعلومات وأختيار المناسب منها، وتبادل الرسائل مع المرسل بعد ما كان دوره هو مجرد تلقي المعلومات فقط، فضلاً عن التمييز بين المرسل والمتلقي في ظل استعمال وسائل الاتصال الإلكتروني التفاعلية

اصبح أمراً صعباً، ومقابل ذلك فإن وسائل الإعلام التقليدية ليس لديها القدرة التكنولوجية الكبيرة التي تتيح الفرصة لمشاركة الجمهور وتبادل الرسائل الإعلامية ومضامينها (٦).

بينما تعمل تقانات المعلومات ووسائل الاتصال في إدراك ان شبكة المعلومات الدولية سمحت للأفراد من جميع انحاء العالم للإرتباط بشبكة تفاعلات كونية، إذ ان الخصائص المتأصلة في هذه المنظومة هي الطبيعة المنتشرة واللامركزية وغير المنتظمة، وبالطبع كانت هناك دائماً محاولات للتحكم والتمركز والتنظيم في مجال الإنترنت، ولكنها فشلت في زمن قبضة قوية لتطويق العالم الرقمي الممتد، نظراً لأن الشبكة قد صممت عن عمد لسلوك طرق جانبية لتجنب مبدأ التحكم المركزي، وان المنظومة الحكومية باعتمادها على الأشكال المنطقية مثل القانون ليست مجهزة ببساطة للتعامل مع التحديات التكنولوجية التي فرضتها تقانات المعلومات ووسائل الاتصال (٧).

فإن صحفيي المواقع الإلكترونية أغلبهم لا يعيرون إهتماماً للقيم والأعراف والأدبيات المهنية للعمل الصحفي، ربما يعود ذلك إلى جهلهم بها أو أنهم لم يحصلوا على مؤهل علمي في أكاديميات العمل الإعلامي.. فتارة يميلون إلى الحديث عن أخلاقيات مهنة الصحافة وآدابها وأخرى يتحدثون عن حرية الرأي والتعبير، وقد تقتضي الأخلاقيات الصحفية أن يكون الصحفي مراقباً ومحللاً في آن واحد. وإذ تختلف منظومة الاتصال الإلكتروني عن (المنظومة المرئية)، وتحقق مجالاً شبكياً يتحول فيه الفرد بإستمرار ما بين موقعي الإرسال والتلقي، وتنصهر في داخله العوالم الفردية، وتمثل شبكة المعلومات الدولية فضاءً جماعياً يشترك المستعملون في إنتاجه، وهو إنموذج تواصلية جديد لا يتعلق بعملية بث مركزية، ولكن يتفاعل داخل حالة ما، يسهم كل فرد (مرسل، متلقي) في إكتشافها بطريقته أو تغييرها أو الحفاظ عليها كما هي، لقد أحدثت الإنترنت بوصفه العنصر الرئيس في هذه المنظومة، تغييرات بنوية في خريطة الإعلام بشكل عام، وفسح المجال -على وفق ذلك- بقيام تعددية إعلامية إفتراضية (٨).

ويلاحظ ان الأزمة المالية في المدة الأخيرة في البلد على قد أثرت على تمويل المؤسسات الإعلامية وادارتها، مما تسبب في تراجع عمل اغلب وسائل الإعلام المحلية وبالتالي يأتي هنا أهمية تامين مصادر تمويل متنوعة سواء أكانت من داخل البلد أم خارجه بهدف استمرار اداء العمل الإعلامي وهذا قد يتسبب في احيان كثيرة على نقل خطاب ذات ايدولوجيا معينة، صادر على وفق مصدر التمويل بمعنى تقارب الإعلام مع السياسة وهذه الحالة يواجه فيها الإعلام الحر صعوبات في اطار نظرية المسؤولية الاجتماعية لتسويق رسالة إعلامية هادفة للمجتمع.

المبحث الثالث: جدلية التعايش السلمي والهوية الوطنية

The third Study: Dialectic of peaceful coexistence and national identity

وتعد أهمية الإعراف سمة أساسية ومدخلاً إجتماعياً لمعالجة مشكلات الأقليات ألا وهي سمة الاختلاف وقبول الآخر كشريك وكذلك نحتاج إلى رؤية سياسية تقف على مفاهيم حيوية تتكفل النظر إلى تلك المشكلة ومن هذه المفاهيم (التعددية AS sumptuous، التسامح Tolerance، الإعراف بالآخر In Recognition of the other، تجاوز عقدة التاريخ Encroachment of Historical Knot، التعايش السلمي Peaceful coexistence) (٩).

وتعد التنمية البشرية والأمن البشري أحد النتائج الرئيسة للعهد الدولي مع العراق، وستكون بمثابة معيار لتقويم مدى فعالية العملية بأكملها، ويتسم هذا المجال بأهمية خاصة من حيث استعادة ثقة الشعب العراقي بقدرة الدولة على حمايته وتلبية احتياجاته، وتعويضه عن المشقة المرتبطة بالإصلاحات في المجالات الأخرى، وتهدف التنمية البشرية إلى حماية المواطنين وتحسين رفاهيتهم وإنتاجيتهم وتعبئة رأس المال البشري، باعتباره عنصراً أساسياً في سبيل تحقيق التنمية المستدامة والإستقرار الإجتماعي. ويضمن الإستثمار في رأس المال البشري تنمية مستدامة لمستقبل العراق، كما ان ضمان عدم التمييز في الحصول على الخدمات الأساسية

والحقوق والحريات، يساعد في التوصل إلى توافق في الآراء بإعادة توجيه تخصيص الموارد باتجاه التنمية والمشاركة وتحقيق الإستقرار الإجتماعي^(١٠).

ان دور وسائل الاتصال الجماهيري في بناء صور ثقافة حقوق الإنسان والديمقراطية والحريات العامة يعد إحدى ركائز البناء الإجتماعي، الأكثر تأثيراً في الرأي العام بوصفه ضماناً سياسياً لممارسته والإسهام في تشكيله، وتؤدي الصحافة والإذاعة والتلفزيون دوراً مهماً في هذا المجال، بوساطة المراقبة للسلطتين التشريعية والتنفيذية ونقدها وعرض الآراء والمقترحات المتعلقة بحقوق الإنسان في المجتمع، فضلاً عن تغلغلها داخل المجتمع ووصولها إلى مؤسساته كافة، ويعنى هذا الجانب في جهازها الإعلامي بالمسؤولية الإجتماعية والتوازن أكثر مما يعنى بالتحول أو التغيير، بوصفه أكثر الجوانب وضوحاً، ويتوجب التركيز على النظام الإعلامي وعلاقته بالمجتمع، إذ يتطلب النظر إلى تلك الوسائل كجزء من النظام الإجتماعي.

وفي هذا السياق تعد دراسة التجربة اليابانية محاولة لتوظيف هذه التجربة العلمية للأفكار والرؤى التي ربما تقدم حلاً عملياً للواقع العراقي، بعد أن نجح اليابانيون فعلاً في تجاوز آثار الهزيمة أمام الغزو الأجنبي، والتي عانى وما زال يعاني منها العراقيون على مدى تاريخهم وواقعهم المعاصر.. فالبحث عن الدولة والهوية في العراق واليابان في التاريخ الحديث والمعاصر يوضح إشكالية العلاقة بين الدولة والهوية التي كانت عنصراً مشتركاً في التجربتين العراقية واليابانية، وإلى أي مدى استطاعت الدولة في العراق واليابان ترسيخ هوية وطنية؟ ومتى بدأ تشكيلها في البلدين؟ وهل كانت الهوية جزءاً من تجربة التحديث للدولة؟ وكيف تعاطت النخب العراقية واليابانية مع الهوية؟ وهل هناك حدود فاصلة بين الهوية، الأمة، النزعة القومية؟

وموضوع الدولة وعلاقتها بالهوية الوطنية وكيف يمكن أن يكون دورها إيجابي في تعميق الهوية الجماعية **Collective Identity**، ذا أهمية كبيرة بالنسبة لتجربة العراق في الوقت الحاضر، وأن أحد المفاتيح لبناء الدولة العراقية المدنية

الحديثة، هو الإتفاق على مبدأ الهوية الجماعية لخدمة المشروع التحديثي في البلد الذي عانى كثيراً في تاريخه الحديث والمعاصر، وكان الإضطراب في ترسيخ مفهوم موحد للهوية أحد عوامل عدم الإستقرار فيه (١١).

ويشكل مفهوم الهوية الإجتماعية Social Identity عنصراً ديناميكياً ضمن بنية أوسع هي مفهوم الفرد عن ذاته، والذي يتضمن بدوره عنصر آخر هو مفهوم الهوية الفردية Individualism Identity محدداً بإدراك الفرد لخصائصه الشخصية المميزة التي تجعل منه كائناً متفرداً لا يشبه غيره. فالهوية الإجتماعية هي وعي Conscious الفرد بانتمائه إلى جماعة تاريخية توفر له إطاراً وظيفياً لإشباع حاجته إلى الأمن النفسي، وإطاراً مرجعياً لصياغة منظومة قيمية- ثقافية، تنظم ادراكاته للعالم وتفاعلاته معه وتقويماته له، وإطاراً نزوعياً للسعي نحو إنجاز أهداف جماعية مشتركة، دون أن يتعارض ذلك مع أهدافه الفردية الخاصة، فالهوية الإجتماعية بهذا المعنى هي نتاج للتجارب المشتركة ونمط الحياة المشتركة بين أفراد تلك الجماعة التاريخية (١٢).

أن الدولة في العراق بداية تأسيسها عام ١٩٢١ كانت عامل ضعف لتنمية الهوية العراقية الناشئة وتطويرها، فتأثير الإستعمار البريطاني والعثماني وطبيعة النخبة الحاكمة حينذاك، فضلاً عن انعكاس السياسات غير الواضحة تجاه المجتمع العراقي المتنوع، أدى ذلك إلى تطور مفهومي للهوية (العراقوية) و (العروبية)، اللذان كانا سبباً أساساً للإنقسامات السياسية وعدم الإستقرار المجتمعي منذ العهد العثماني وحتى الوقت الحاضر، وكان ذلك إشكالية حقيقية أضعفت الولاء لهوية وطنية جماعية واضحة. أما في اليابان فالمسألة مختلفة إذ أصبحت الهوية اليابانية عموماً هوية جامعة لأبناء الشعب، على الرغم من عدم خلو المجتمع الياباني من مشكلات الهوية العرقية بشكل خاص، وهي إحدى تركبات الماضي الإستعماري لليابان ولاسيما الأقليتين الكورية والصينية (١٣).

ويمكن للنخبة العراقية أن تفيد من تجربة اليابان في ترسيخ هوية واضحة، وهذا من شأنه أن يكون مساهمة علمية وأكاديمية لفهم مشكلات الواقع العراقي بالدراسة

العملية الدقيقة لتجربة الشعب الياباني، وقد أثبتت تجربتي الشعبين أن الإتجاه نحو هوية الدولة المتطرفة أدى إلى اضطراب المجتمعين، وقادهما إلى التسرع والتطرف في اتخاذ القرارات المصيرية، إلا أن اليابان استطاعت أن تتخلص من هذه الإشكالية بعد الحرب العالمية الثانية ببناء الدولة الحديثة وترسيخ هوية الشعب الياباني الواضحة، وكذلك العراقيون يستطيعون بطموحهم وجهودهم المخلصة أن يستنبطوا من دروس التجربة اليابانية ويرسخوا هويتهم الوطنية الجمعية التي تجمع كل الشعب العراقي ومكوناته.

فالقضية الأكثر إلحاحاً التي تواجه المجتمع العراقي اليوم وتمثل إشكالية حقيقية، هي كيفية دراسة هذه الظاهرة وتحليلها وفهم المتغيرات المؤثرة فيها وكيف يمكن بلورة ثقافة وطنية تدرج فيها كل الثقافات الفرعية، لذا ينبغي النظر إلى ما يمكن أن تقدمه ثقافة الأجيال الجديدة من تصورات متفاعلة وما يمكن أن تتمخض عنها من حلول عملية وتطبيقية، تنقل المجتمع من المحلية التي تتحرك بها الأثنية إلى مجال أوسع تكون الهوية الوطنية هي الوعاء الذي يستوعب الكل، فضلاً عن الانتقال من الديمقراطية الشكلية إلى المشاركة الإيجابية للإنسان، سيقود إلى فرص أوسع في صنع الحياة وصنع حرية الثقافة، إذ أصبحت ركائز ذلك واضحة في رسم معالم التغيير الثقافي القادم في المجتمعات، ويكون المجتمع المدني عامل تفاعل بين الأثنيات في بناء المؤسسات الدستورية ومخرجاً سليماً في حل مشكلاتها في العراق^(١٤).

إذ تؤثر الثقافة المجتمعية تأثيراً كبيراً على أساليب إدارة المنظمات وعلى سلوكها التنظيمي، وعلى مجمل عملياتها ومخرجاتها وتفاعلاتها، وتؤثر بالتالي على وظائفها الاتصالية وعلى علاقاتها العامة. وتتأثر الثقافة المجتمعية لدولة ما بدرجة تطورها التكنولوجي والاقتصادي، وبهيكلها الاجتماعي وبأيدولوجيتها (القيم، العادات، التقاليد، الأخلاقيات) السائدة والمتوارثة، وبالروابط التي تربط أبناء هذا المجتمع ببعضهم البعض، وتؤثر الثقافة المجتمعية على ثقافات المنظمات في المجتمع، ولكنها تتميز عنها، فالمنظمات التي تنتمي إلى ثقافة مجتمعية واحدة يكون

لكل منها شخصية وثقافة متميزة عن الأخرى^(١٥). والثقافة نظاماً متكاملًا من السلوك الإجتماعي المدعم بالأفكار والقيم، وبقدر توازن الأفكار يكون توازن السلوك الإنساني، فهي لا تنتقل عن طريق الوراثة البيولوجية إنما هي صفة مكتسبة عن طريق الاتصال، وانتقالها بين جيل وآخر أو بين المجتمعات يمنحها صفة التواصل والإستمرارية، سواء أكانت بطريقة تلقائية أم إغرائية أم إلزامية، وتحدد المصادر العلمية أن أبرز عناصر الثقافة هي (القيم، الإتجاهات، الأعراف والتقاليد، اللغة، النظم الإجتماعية، السلوكيات الاجتماعية، التكنولوجيا).

وفي إطار توضيح تلك العناصر بشكل مختصر، فالقيم تعني العلاقة بين الفرد وما محيط به من موضوعات يرى أن لها قيمة، إذ تؤدي الإتجاهات دوراً رئيساً في توجيه إستجابات الفرد نحو الأفكار التي يؤمن بها، والأعراف والتقاليد التي يكتسبها الفرد في المجتمع الذي يعيش فيه، وتعد اللغة من أهم وسائل الاتصال بين المجتمعات، وقد تتحكم الأنظمة الإجتماعية في سلوك الفرد تلقائياً دون الحاجة إلى التفكير ضمن السلوكيات الإجتماعية، فيما تعبر التكنولوجيا عن كيفية استعمال مجتمع ما للإكتشافات والإختراعات العلمية المتطورة بالشكل الإيجابي، الذي تستطيع عن طريقه تقديم خدمة علمية من أجل تطويرها تقنياً ومعلوماتياً.

فالمشاركة تعبير عن إشتراك المواطنين في التفكير والتعبير والعمل من أجل المجتمع، وهي أسلوب في الحياة، لذا تبدو وكأنها من مركبات الثقافة مثلما تبدو الثقافة ذات بعد إجتماعي، أي أن تتوفر للناس على المستويات المختلفة في كل مجتمع، لذا فإن من بين ما يحتاج إليه عالمنا اليوم هو سيادتها، وترتبط المشاركة بأي من صور التغيير، كالتغيير الإجتماعي أو التنمية أو التحديث أو الإرتقاء أو النهضة، ذلك أن مجمل العمليات تتطلب فعاليات إشتراك الفرد بصورة مباشرة أو غير مباشرة في الحياة الإجتماعية الواعية^(١٦). فالمشاركة السياسية هي تعبير عن قناعة وإيمان الفرد بأنه جزء من النسق السياسي، وهي لا تنفصل عن الوعي السياسي نتيجة التنشئة السياسية ولا تنفصل عن الثقافة السياسية للمجتمع، التي تنمي روح المشاركة السياسية وتحمل المسؤولية، فضلاً عن أنها ليست فعلاً مادياً فقط بل

قيم وعواطف وشعور بالإنتماء والإرادة في التعبير، وإحساس من المشارك بأنه جزء من المجتمع وأن المشاركة حق من حقوقه السياسية. إضافة لذلك تعد مدخلاً مهماً لفهم التوترات التي تعرض لها النسيج الاجتماعي والسياسي العراقي منذ عام ٢٠٠٣ لغاية الآن، ليس فقط لكونها عامل مهم من عوامل بناء الهوية الوطنية المشتركة، التي لا يمكن أن تتحقق من دون شعور جميع المكونات بأنها تشارك وبصورة فعلية في صياغة السياسات التي تحقق تطلعاتها، وكذلك يشكل الإقصاء السياسي واحداً من أهم الأسباب التي تهيئ بنية تحتية لثقافة التمييز والتهميش الذي تعاني منه الأقليات على المستوى الاجتماعي والثقافي (١٧).

ان إلقاء الضوء على البنية التحتية لثقافة التمييز ورسم خريطة طريق للعلاج بوساطة التأكيد على أربعة محاور أساسية تشمل على مكافحة ثقافة التمييز عن طريق تشريع قانون خاص بذلك، وضمان حقوق الأقليات وحرّياتها بالتشريع القانوني لهذا الغرض، فضلاً عن التأكيد على أهمية بناء مناهج تربوية وتعليمية مناسبة لمجتمع متعدد الأديان ومتنوع الطوائف (ثقافة المناهج الدراسية)، وكذلك تأكيد دور مؤسسات المجتمع المدني لحماية الأقليات ودعم نشاطها (١٨).

إذ تحرص أغلب الدول على ان تسرّع حركة التغيير الجذري في محاولة لردم الفجوة الاتصالية والتكنولوجية الحاصلة مع العالم المتقدم، وعلى كل حال فإن التغيير الثقافي يعد من أهم الظواهر التي واجهتها الإنسانية، إذ يعني تحرير شخصية الإنسان من الثقافة التقليدية والجمود الفكري، كما تزداد أهمية الإعلام والاتصال في تشذيب العناصر الثقافية المتخلفة، وبناء عناصر جديدة ومواجهة ما يعرف بالغزو الفكري. فضلاً عن فهم النمو في وسائل إعلام الأقليات على مستويين: كاستجابة سياسية من جانب الأقليات لتهميشها واستبعادها من المشاركة المتكافئة في المجتمع، والصناعات الإعلامية المسيطرة وكحيز أو مساحة للتفاوض على الهوية، ويتصل الإثنان بسياسة تمثيل الجماعات العرقية والدينية، التي تركز على إنتاج أشكال متنوعة للإعلام -والتمثيل- تتحدى الأفكار المتبلورة للأقليات بدلاً

من التصدي للهموم والإهتمامات المتصلة بالتحيز والصورة الذهنية الإيجابية والسلبية والوصول إلى المؤسسات الإعلامية^(١٩).

كما تمر عملية إقناع الجمهور برسالة معينة بمراحل طويلة معقدة تمثل تحدياً لمخطط البرنامج الاتصالي، وقد أوضح باحثون أن أحد اسباب فشل البرامج الاتصالية هو إفتراض أن الجمهور يتلقى الرسائل بطريقة اوتوماتيكية، ويهتم بها ويستجيب لها، وعلى اعتبار أن إقناع المتلقي برسالة معينة هو الهدف الأساسي لعملية الاتصال في العلاقات العامة، فإن الجزء التالي يتناول الكيفية التي يعالج بها المتلقي رسالة ما بعد إستقبالها، وكيف يستجيب لهذه الرسالة^(٢٠).

فالتسويق الإعلامي والسياسي الذي يعد عملية متكاملة من العناصر والإستراتيجية التي تهدف إلى تحقيق المصلحة المتبادلة، وبناء علاقات إستراتيجية بين المؤسسات السياسية والسوق السياسي، إذ تتضمن هذه العملية تخطيط وتنفيذ مجموعة من البرامج السياسية لتحقيق أهداف السوق السياسي، ويتم التخطيط لهذه البرامج وتنفيذها بناءً على نتائج بحوث مستفيضة للسوق السياسي.. ويتشكل مزيج التسويق السياسي من أربعة عناصر هي: المؤسسات السياسية، المنتج السياسي، السوق السياسي، وسائل الاتصال^(٢١). إن القواعد الجديدة مهمة للعلاقات العامة مثلما هي مهمة التسويق، وأن المواقع الإلكترونية تفرض التقاء التسويق مع العلاقات العامة، بشكل لم يكن موجوداً خارج نطاق الإنترنت، عندما يتصفح المشتري موقعاً ما بحثاً عن شيء، المحتوى هو المحتوى بكل أشكاله وصيغته، وفي عالم المواقع الإلكترونية المحتوى يقود للفعل^(٢٢).

وما دامت عملية الاتصال تستلزم إعتقاد طرائق واساليب كانت في أساسها نتائج بحوث علمية أو استخدام متواتر ثبتت سلامته، لذا فإن تنظيم النشاط الاتصالي في جميع جوانبه لم يعد مجرد قدرة على الكتابة أو الإلقاء بل هو عملية إجتماعية ونفسية لها مقوماتها وأسسها، وهذه المقومات تنظم لتشكيل علم اتصال، وأي مبادرة تقوم على الإجتهد والإرتجال أو تمارس بعيداً عن منظور علم الاتصال تعد مجازفة، وقد شهدت بلدان كثيرة وفي مراحل دقيقة إخفاقات كبيرة في نشاطها

الاتصالي بسبب جنوحها عن منظور العلم، لذا يترتب دوماً أن يكون النشاط الاتصالي نتيجة لتخطيط وتقويم علمي، بما في ذلك مسألة استخدام اللغة وترميز الرسائل^(٢٣).

ويمكن لوسائل الإعلام أن تزيد فرص التماسك الاجتماعي Social Integrity عن طريق تحدي القيم المسيطرة، فهناك إنتقادات إجتماعية كثيرة تزعم أن وسائل الإعلام تساعد طبقات الصفوة في التدريب على ممارسة السلطة، وترى هذه الإنتقادات ان وسائل الإعلام تساعد في تثبيت الأوضاع القائمة، وترسيخ أوضاع الفقراء وعديمي السلطة، وعلى سبيل المثال نادراً ما تقول وسائل الإعلام أن البناء الإجتماعي في هذه الدولة غير متكافئ وينبغي أن يتغير، ما عدا حالة المرشح السياسي أو الحزب الذي يجعل من ذلك قضيته للحملة الإنتخابية، او في حالة وجود بطالة أو تدهور اقتصادي^(٢٤).

ويمكن توصيف العلاقة بين النظام السياسي والإعلام عموماً بأنها علاقة تأثير متبادل، إذ يؤثر النظام السياسي في وسائل الإعلام عن طريق آليات متعددة، كما تؤثر وسائل الإعلام في النظام السياسي عن طريق آليات متعددة، ويختلف حجم التأثير الذي يتبادله الطرفان وذلك وفق طبيعة العلاقة بينهما من مجتمع إلى مجتمع آخر، ودرجة الديمقراطية التي يتمتع بها المجتمع، ودرجة الحرية السياسية التي ينعم بها الإعلام في معالجة قضايا المجتمع، ودرجة إستجابة النظام السياسي لملاحظات الإعلام على التنفيذ في واقع الحياة^(٢٥).

ان دور الإعلام في تعزيز مفهوم المواطنة أو تهديده يتحدد بطبيعة النظام السياسي، فوجود نظام حكم ديمقراطي يذعن لمطالب الحرية يعد أحد الضمانات القانونية لجميع الحقوق المرتبطة بالمواطنة، فحين يكون النظام السياسي ديمقراطي وتسعى مؤسساته إلى تلبية مطالب أفراد المجتمع وإعطائهم حقوقهم دون تمييز، فإن وسائل الاتصال يمكنها تهيئة المناخ لتدعيم المواطنة كمبدأ بما يتضمنه من حقوق وواجبات، أما إذا كان النظام السياسي تسعى مؤسساته إلى خدمة أفراد بعينهم، وتضع المصالح الخاصة أمام المصالح العامة، فإن دور وسائل الاتصال إزاءها

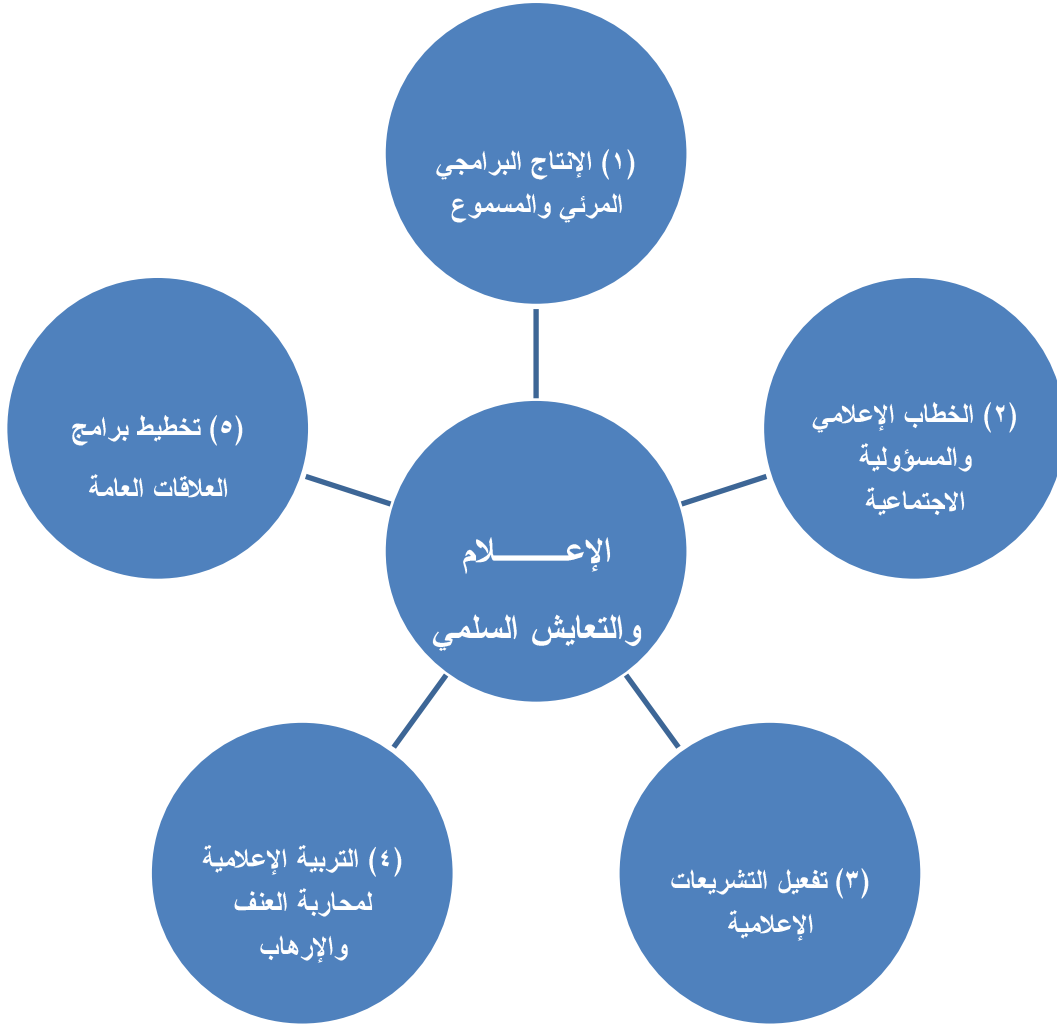
يكون سلبي، إذ يعمق الهوة بين النظام والمواطنين ويحثهم على اللامبالاة الإجتماعية والسلبية السياسية، مما يشكل خطر وتهديد لمبدأ المواطنة^(٢٦).

وإلى جانب ما يمثله كقوة مهمة وفعالة ومؤثرة في المجتمع، فإن وسائل الإعلام تتمتع بقدرة وطاقة كبيرة على الإقناع سواء بشكل واضح وصريح أو بشكل خفي ومستتر، إلى درجة يمكنها أن تدخل كثيراً من التعديلات على حياتنا وأفكارنا. لذلك بات الإعلام ووسائله يحظى بإهتمام العاملين في السياسة، الاقتصاد، الإجتماع، التربية، الأنثروبولوجيا، والمعنيين بالفلكلور والثقافة والتراث، بل الأكثر منها تحول في نظرهم إلى مستودع للذاكرة الإجتماعية ومخزونها المعرفي الثقافي.

ومن ثم فإنه أصبح محتوى التصور الإجتماعي بأبعاده ومعطياته المتباينة، وإذا تتبعنا التصورات الإجتماعية وعلاقتها بالاتصال، نجد أن العلاقات هذه تتسم بالجدلية والحوار المتواصل ويصعب الفصل بين بناء التصورات الإجتماعية وعمليات الاتصال^(٢٧). فضلا عن أهمية موضوع الذاكرة السياسية الوطنية المستتبثة التي تنبثها الدولة تمثل خط المشروع الوطني الجماهيري لبناء عقد اجتماعي سياسي، للأقليات والإثنيات العراقية كافة، والذي تكون فيه العدالة Justice السياسية، الإجتماعية، الاقتصادية، حجر الزاوية للقضاء على العنف والإقصاء والتهميش السياسي من ناحية، وبتث ثقافة التعددية في مفاصل المجتمع من ناحية أخرى -بعيداً عن رسمنة التاريخ لجانب السلطة- من أجل تحقيق مجتمع مدني يستند الى الحقوق والواجبات والذي لا يمكن تحقيقه من دون وجود دولة حديثة قوامها الرئيس الدستور العادل^(٢٨).

بناء إنموذج أكاديمي

constructing a model academic standards



أهمية الإنموذج:

تقديم معايير للمساعدة في تقويم أداء وسائل الإعلام العراقي ودعم برامجها وفعاليتها، وكذلك اجراء الدراسات والبحوث لاستطلاع رأي الجمهور ومعرفة تأثير البرامج وتقويمها، لتنظيم السلوك الإعلامي الفردي والمؤسستي .

أهداف الإنموذج :

- ١- تقويم الدورة البرمجية للوسائل المرئية والمسموعة والاهتمام بتدريب العاملين في مجال إعداد وتقديم البرامج لزيادة خبراتهم ومهاراتهم وتطوير تحصيلهم العلمي.
- ٢- الاهتمام بزيادة أوقات بث البرامج التي تعمل على تعزيز التعايش السلمي واشاعة روح المواطنة لخدمة المجتمع.
- ٣- اعتماد مبدأ توازن التغطية الإعلامية للنشاطات سواء أكانت سياسية أم اجتماعية أم اقتصادية، لمختلف وسائل الإعلام المستقلة وغير المسقلة.
- ٤- التأكيد على المزج بين الوظيفتين الرقابية لرصد الظواهر والعلاجية لايجاد رأي عام ايجابي في المجتمع.

المراحل الإجرائية للأنموذج الوظيفي

ونقدم هنا أهم المراحل الإجرائية المستقاة من الإنموذج الوظيفي للبحث على وفق الآتي:-

- دعم الإنتاج البرمجي المرئي والمسموع لتعزيز التعايش السلمي والهوية الوطنية في وسائل الإعلام العراقي، والاهتمام بتخطيط برامج العلاقات العامة في المؤسسات الإعلامية لبناء صورة ذهنية لمواجهة التأثيرات المعاكسة التي تواجه عملها، عن طريق تقديم المعلومات والحقائق بوصفها جزء مهم وضروري لأي برنامج إعلامي ناجح.
- صياغة خطاب إعلامي عراقي يعتمد على فلسفة المسؤولية الاجتماعية في التسويق لفكرة وثقافة المحبة والسلام للنهوض بواقع المجتمع، وتعزيز التسامح ونبذ العنصرية كوسائل لتحقيق الأمن الاجتماعي،

ومواجهة أزمة الخطاب الإعلامي قادر على الموازنة بين احترام حرية التعبير وحق الجمهور في الاطلاع على المعلومات.

- التأكيد على المسؤولية الأخلاقية للإعلام بوصفها واجب وقيمة مهنية لتنظيم عمل الهيئات القائمة بالاتصال، وتفعيل التشريعات القانونية ومواثيق الشرف المهنية للحد من الترويج للتطرف والعنف والارهاب وتوفير الحرية الإعلامية بوصفها حق الفرد في الانتفاع والمشاركة الأمر الذي يساعد على اطلاق مأكات الإبداع الفكري والثقافي.
- أهمية التربية الإعلامية الرقمية بهدف توعية الأفراد وتكوين قدراتهم ومهاراتهم ليتمكنوا من الاستعمال الأمثل لوسائل الاتصال الإلكترونية التفاعلية، واستثمار المشاركة الايجابية بطرح الموضوعات العامة على وفق مفهوم المواطنة وترسيخه، فضلاً عن زيادة دور المؤسسات غير الحكومية والأكاديميين والشباب في مواجهة التطرف والعنف.

مصادر البحث وهوامشه Sources & Margins

١. راسم محمد الجمال، خيرت معوض عياد، التسويق السياسي والإعلام: الإصلاح السياسي في مصر (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠٥) ص٢٣.
٢. محمود يوسف، العلاقات العامّة في الشركات المحولة الى نظام الخصخصة (القاهرة: مكتبة فيروز المعادي، ١٩٩٩) ص٨٧.
٣. المصدر نفسه، ص٨٠.
٤. محمد شومان، الإعلام والأزمات: مدخل نظري وممارسات عملية ط٢ (القاهرة: دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع، ٢٠٠٦) ص٢٠.
٥. روبرت حسن، الإعلام والسياسة ومجتمع الشبكات، ترجمة بسمة ياسين (القاهرة: مجموعة النيل العربية، ٢٠١٠) ص٦٨.
٦. شريف درويش اللبان، الصحافة الإلكترونية: دراسات في التفاعلية وتصميم المواقع ط/٢ (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠٧) ص٦٦.
٧. جوست فان لوون، تكنولوجيا الإعلام: رؤى نقدية، ترجمة شويكار زكي (القاهرة: مجموعة النيل العربية، ٢٠٠٩) ص١٥٧.
٨. إنتصار إبراهيم عبدالرزاق، صفد حسام الساموك، الإعلام الجديد: تطور الأداء والوسيلة والوظيفة (جامعة بغداد: الدار الجامعية للطباعة والنشر والترجمة، ٢٠١١) ص٢٥.
٩. متعب مناف جاسم، رؤية مستقبلية (ملخصات بحوث المؤتمر العلمي السنوي الثاني لقسم الدراسات الإجتماعية/ بيت الحكمة، بغداد ٢٠١١ ايلول/ سبتمبر ٢٩).
١٠. العهد الدولي مع العراق ٢٠٠٦ هو مبادرة اطلقتها حكومة العراق تهدف إلى اقامة شراكة جديدة مع المجتمع الدولي، من اجل وضع اطار عمل لتحقيق الرؤية الوطنية للعراق تهدف الى:-

- تحقيق تطلعات الشعب العراقي الرامية الى ترسيخ دعائم قيام دولة فيدرالية ديمقراطية موحدة يسودها الأمن والاستقرار ويتمتع جميع مواطنيها بحقوق وواجبات متساوية.
- ارساء دعائم اقتصاد ينعم بالازدهار عن طريق قاعدة انتاج متنوعة قادرة على توفير متطلبات التنمية المستدامة وفقاً لعوامل السوق ومنفتح على العالم ومندمج معه والاقتصاديات الاخرى في المنطقة ودول الجوار.
- جعل العراق عضواً فعالاً في المنظمات الدولية والاقليمية وقادراً على تقديم المساعدات للبلدان الفقيرة والمحتاجة.
- تنشيط دور القطاع الخاص في النشاط الاقتصادي اضافة الى دور الحكومة في تنظيم هذا النشاط وحمايته من آثار التقلبات الخارجية.
- حماية الفئات الضعيفة والفقراء من الحرمان والجوع وتوفير معايير ملائمة من الخدمات الاجتماعية العامة للمواطنين العراقيين.
- ١١. مجموعة من الباحثين، يقظة الهوية العراقية: كتاب ميزوبوتاميا، اعداد سليم مطر (بيروت: دار الكلمة الحرة، ٢٠١٠) ص ٣٨.
- ١٢. فارس كمال نظمي، مقالات ودراسات في الشخصية العراقية ط/٢ (بيروت: دار ومكتبة البصائر، ٢٠١٠) ص ٨٤.
- ١٣. العراق واليابان في التأريخ الحديث: التقليد والحداثة، تحرير وتقديم كيكو ساكاي، محمود عبدالواحد محمود (بغداد: مؤسسة مصر مرتضى للكتاب العراقي، ٢٠١٠) ص ٩٦.
- ١٤. عبدالواحد مشعل، الإثنيات والهوية الوطنية العراقية في عصر اجيال الانترنت (ملخصات بحوث المؤتمر العلمي السنوي الثاني لقسم الدراسات الاجتماعية/ بيت الحكمة، بغداد ٢٠١١ ايلول/ سبتمبر ٢٩).
- ١٥. راسم محمد الجمال، العلاقات العامة الدولية والاتصال بين الثقافات (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠٩) ص ٨٠.
- ١٦. هادي نعمان الهيتي، إشكالية المستقبل في الوعي العربي (بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، ٢٠٠٣) ص ١٤٥.

١٧. أسماء جميل رشيد، حقوق الأقليات: نحو بناء دور فاعل للأقليات في العراق (ملخصات بحوث المؤتمر العلمي السنوي الثاني لقسم الدراسات الإجتماعية/ بيت الحكمة، بغداد ٢٠١١ ايلول/ سبتمبر ٢٩).
١٨. سعد سلوم، الأقليات الدينية في العراق: التحديات وسبل الحماية اللازمة (ملخصات بحوث المؤتمر العلمي السنوي الثاني لقسم الدراسات الإجتماعية/ بيت الحكمة، بغداد ٢٠١١ ايلول/ سبتمبر ٢٩).
١٩. اولجا جوديس بيلي، وآخرون، فهم الإعلام البديل، ترجمة علا احمد إصلاح (القاهرة: مجموعة النيل العربية، ٢٠٠٩) ص ١٣٦.
٢٠. راسم محمد الجمال، خيرت معوض عياد، إدارة العلاقات العامة المدخل الإستراتيجي ط/٢ (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠٨) ص ١٢٣.
٢١. راسم محمد الجمال، وخيرت معوض عياد، التسويق السياسي والإعلام، مصدر سبق ذكره، ص ٤١.
٢٢. ديفيد ميرمان سكوت، القواعد الجديدة للتسويق والعلاقات العامة، ترجمة ديب القيس (بيروت: دار الكتاب العربي، ٢٠٠٩) ص ٣٥.
٢٣. هادي نعمان الهيتي، في فلسفة اللغة والإعلام (القاهرة: الدار الثقافية للنشر، ٢٠٠٧) ص ٣٧.
٢٤. حسن عماد مكاوي، نظريات الإعلام (القاهرة: الدار العربية للنشر والتوزيع، ٢٠٠٩) ص ٦٠.
٢٥. عادل عبدالغفار، الإعلام والمشاركة السياسية للمرأة: رؤية تحليلية واستشرافية (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠٩) ص ١١٦.
٢٦. ثريا البدوي، الإعلام والإصلاح السياسي في مصر: دراسة مسحية وفنومولوجية مقارنة بين الجمهور والنخبة (بحث مشارك في المؤتمر العلمي الحادي عشر للبحوث الإعلامية، كلية الإعلام/ جامعة القاهرة ٢٠٠٤) ص ٩.

٢٧. حميد جاعد محسن، الحملات الإعلامية، التطور والمفهوم (بحث منشور في مجلة الباحث الإعلامي، كلية الإعلام/ جامعة بغداد، العدد الأول ٢٠٠٥) ص ٦٦.
٢٨. جعفر نجم نصر وآخرون، الذاكرة المستنبتة: نحو بناء ذاكرة وطنية للأقليات والإثنيات العراقية (ملخصات بحوث المؤتمر العلمي السنوي الثاني لقسم الدراسات الإجتماعية/ بيت الحكمة، بغداد ٢٠١١ ايلول/ سبتمبر ٢٩).

اهمية الاعلام في بناء السلم الاهلي

(الواقع والطموح)

أ.م.د. عمر جمعة عمران م.م. هدى هادي محمود

كلية العلوم السياسية / جامعة بغداد

كلية الاعلام / الجامعة العراقية

الملخص :

ان عملية بناء السلم تشكل مفهوم جديد بالرغم من كونه يحمل جذوره الخاصة المرتبطة بنظريات الصراع والتعاون والتكامل ، الا ان تلك العملية اكتسبت معنى حديث وجوهري منذ نهاية الحرب الباردة، إذ تنامت الدراسات المرتبطة بالمفهوم فامتزجت بالخبرات العملية التي بدأت تقدمها منظمة الامم المتحدة ووكالاتها المتخصصة لتكون مقدمة لعدد من الارشادات والمعايير لإنهاء أو تسوية النزاعات وفق منظور اوسع من حالة ايقاف العنف لتتضمن جوانب اخرى مجتمعية لمعالجة وبشكل دائم الاسباب الكامنة وراء عجز وتدهور الدول ومنع دورات العنف من التجدد وفق مبادئ واليات وبنى متعددة الابعاد ومتداخلة الوظائف ومتكاملة الابعاد والأهداف وعلى المستويات كافة.

ومما لا شك فيه ان الاعلام كمفهوم عام وشامل قد اخذ في الوقت الحالي يلعب دوراً مؤثراً في توجهات الافراد واتجاهاتهم وصياغة اغلب مواقفهم وسلوكهم الفردي والجمعي ، اضافة الى الدور الاساس لوسائل الاعلام المتنوعة في ربط التفاعل بين المحيط العام او النسق العام وبين المضمون الاجتماعي والسياسي للمجتمعات من خلال تقنياته المعاصرة ، اذ اصبح الاعلام لغة العصر ومن خلال تطور ادواته ووسائله اصبحت الاستجابة لامتلاك مقوماته وعناصره ومواكبة تطورات اطر مرجعية يمكن الارتكاز عليها في تناول القضايا والإشكاليات المعاصرة وترسيخ وحدة مجموعات او انتاج معارف وتعزيز قيم واشاعة ثقافة معينة في الادراكات المجتمعية.

THE IMPORTANCE OF MEDIA IN BUILDING CIVIL PEACE

(REALITY & AMBITION)

O.M.D. OMAR JUMA IMRAN

M.M.HUDA MAHMOUD HADI

FACULTY OF POLITICAL SCIENCE

FACULTY OF INFORMATION

BAGHDAD UNIVERSITY

IRAQI UNIVERSITY

THE PEACE-BUILDING PROCESS CONSTITUTES A NEW CONCEPT IN SPITE OF BEING HOLDS OWN ROOTS ASSOCIATED WITH THEORIES OF CONFLICT AND COOPERATION AND INTEGRATION, BUT THAT PROCESS HAS GAINED THE MEANING OF MODERN AND SUBSTANTIALLY SINCE THE END OF THE COLD WAR, WITH RELATED STUDIES HAS GROWN CONCEPT VAMETZJT PROCESS EXPERTISE, WHICH BEGAN FROM THE UNITED NATIONS AND ITS SPECIALIZED AGENCIES TO BE SUBMITTED FOR A NUMBER OF GUIDELINES AND STANDARDS TO END OR SETTLE DISPUTES IN ACCORDANCE WITH THE WIDER STATE OF STOPPING VIOLENCE PERSPECTIVE TO INCLUDE OTHER ASPECTS OF THE COMMUNITY TO ADDRESS AND PERMANENTLY REASONS BEHIND THE DEFICIT AND THE DETERIORATION OF NATIONS AND PREVENT THE CYCLES OF VIOLENCE OF REGENERATION ACCORDING TO THE PRINCIPLES AND MECHANICS AND BUILT A MULTI-DIMENSIONAL AND OVERLAPPING FUNCTIONS AND INTEGRATED DIMENSIONAL TARGETS ON ALL LEVELS.

THERE IS NO DOUBT THAT THE MEDIA AS A GENERAL CONCEPT AND OVERALL HAD TAKEN AT THE MOMENT PLAYS AN INFLUENTIAL ROLE IN THE ORIENTATION OF INDIVIDUALS AND THEIR ATTITUDES AND DRAFTING MOST OF THE POSITIONS OF INDIVIDUAL AND COLLECTIVE AND BEHAVIOR,

IN ADDITION TO THE ROLE OF THE FOUNDATION TO THE MEDIA VARIED IN LINKING THE INTERACTION BETWEEN THE PUBLIC SPHERE OR THE GENERAL LAYOUT AND THE SOCIAL AND POLITICAL CONTENT OF THE COMMUNITIES THROUGH CONTEMPORARY TECHNIQUES, AS IT HAS BECOME A MEDIA AGE THE LANGUAGE AND THROUGH THE DEVELOPMENT OF ITS TOOLS AND METHODS HAVE BECOME RESPONSIVE TO OWN EFFERVESCENCE, ELEMENTS AND KEEP UP WITH DEVELOPMENTS OF THE FRAMES OF REFERENCE CAN PIVOT IN ADDRESSING ISSUES AND CONTEMPORARY PROBLEMS AND CONSOLIDATE THE UNITY OF GROUPS OR KNOWLEDGE PRODUCTION AND ENHANCE THE VALUES AND PROMOTE A PARTICULAR CULTURE IN COMMUNITY PERCEPTIONS.

لما كانت الحرب تنشأ في عقول الناس ففي عقولهم أيضاً يجب ان تبني معادل السلام" من مقدمة ميثاق اليونسكو

المقدمة:

شكلت نهاية الحرب الباردة بداية تسعينيات القرن الماضي انهيار التوازنات التي كانت قائمة في اطار التحالفات الدولية مما افرز مجموعة تحولات على صعيد السياسات العالمية، أدت إلى حدوث تغييرات على عدة مستويات في القضايا الدولية والمفاهيم نتيجة للتحولات التي صاحبت انتهاء تلك الحقبة في العلاقات الدولية وبنية خارطة الجيوستراتيجية للعالم ورافق هذا التحول تنامي ظاهرة العولمة التي بزغ معها جملة تحديات معقدة مست طبيعة ودور ووظائف الدولة ومؤسساتها التقليدية على الصعيد الداخلي والخارجي. ولعل أهم مخرجاتها تمثل بتنامي النزاعات الداخلية القائمة على مبدأ الهوية وبروز تحدي التدخل الدولي للأغراض الانسانية والحماية الدولية وتنامي تأثير المؤسسات المالية العالمية وبروز التهديدات المجتمعية بسبب افرازات موجات الانتقال الديمقراطي وما صاحبها من تبديل للهيكل والبنى السياسية والاقتصادية والتي سادت في مجموعة الدول ذات القدرات المحدودة التي لم تستطع انجاز او ترصين بناءها الوطني ، وفي سياق تلك الافرازات اصبحت هذه الدول تعاني من عجز حقيقي في فاعلية وأداء وظيفتها التقليدية من منظور السياسات الدولية ، والسبب يكمن في عجز هذه الدول من انجاز انموذج وظيفي مثالي داخل المجتمع وكذلك عجز في بناء مؤسسي يجرّد الدولة من الصراع على السلطة والموارد ويحولها الى هيكل عام يقدم الخدمات لكل المجتمع ، لذلك اصبحت عملية بناء السلم تأخذ منحنيات عدة وقواعد واستراتيجيات مخطط لها على المستوى الداخلي والدولي وتمس الاطراف والمؤسسات المحلية والدولية كافة ، وذلك للحاجة في تهيئة شروطه وظروفه المجتمعية الضرورية لان الهدف الاساس لبناء السلم الاهلي هو تلبية الاحتياجات الانسانية ، ولذلك اصبح مفهوم بناء السلم متسقاً للرؤية الجديدة التي اخذت الامم المتحدة تقدمها للسلم والأمن الدوليين والية جديدة تعالج البيئات المتناقضة القابلة لاشعال دوامة النزاعات.

أهمية البحث :

ومما لا شك فيه ان الاعلام كمفهوم عام وشامل قد اخذ في الوقت الحالي يلعب دوراً مؤثراً في توجهات الافراد واتجاهاتهم وصياغة اغلب مواقفهم وسلوكهم الفردي والجمعي ، اضافة الى الدور الاساس لوسائل الاعلام المتنوعة في ربط التفاعل بين المحيط العام او النسق العام وبين المضمون الاجتماعي والسياسي للمجتمعات من خلال تقنياته المعاصرة ، اذ اصبح الاعلام لغة العصر ومن خلال تطور ادواته ووسائله اصبحت الاستجابة لامتلاك مقوماته وعناصره ومواكبة تطوراتها اطر مرجعية يمكن الارتكاز عليها في تناول القضايا والإشكاليات المعاصرة وترسيخ وحدة مجموعات او انتاج معارف وتعزيز قيم واشاعة ثقافة معينة في الادراكات المجتمعية .

ومن هنا تكتسب هذه الدراسة اهميتها لطبيعة الموضوع الذي تعالجه مرتكزة على وجود ترابط وعلاقة بين دور وسائل الاعلام واسس ومرتكزات بناء السلم الاهلي ، من خلال تفعيل دور ووسائل وأدوات وتقنيات الاعلام بمختلف توجهاتها في نقل ثقافة السلام وغيرها من الأنساق والبناءات الاجتماعية وقادرة على حل ومواجهة احدى اهم ازمان كثير من المجتمعات اليوم، كما يمثل الإعلام عنصراً مؤثراً في حياة المجتمعات باعتباره الناشر، والمروج الأساس لثقافة تدرس سلوكيات معينة ، ويسهم بفاعلية في عملية تشكيل الوعي الاجتماعي للأفراد إلى جانب الأسرة والمؤسسات التعليمية والمؤسسات المدنية ، وفي السنوات الأخيرة اكتسبت وسائل الإعلام، باختلافها، أبعاداً جديدة زادت من قوة تأثيره على الأفراد والجماعات عن طريق التفاعل والتأثير الإنساني المتبادل، أضف إلى ذلك أن الإعلام باعتباره مؤسسة اجتماعية هامة في المجتمعات البشرية قد تكون لها القدرة على المساهمة في دعم ركائز ترتبط بعملية بناء السلم الاهلي من خلال المساهمة على ادارة العملية باتجاه يتعلق بجعلها اسلوب ومنهج حياة المجتمع وادارة الدولة للمجتمع.

مشكلة البحث :

انحصرت مشكلة البحث في التعرف على اهمية وسائل الاعلام في بناء السلم الاهلي لكون الاعلام اضحى له دور مميز استناداً الى ازمان السلم الاهلي باعتباره الضمان الاكثر فعالية في صيانة الاستقلال الوطني وحمائته ، وبناء المواطنة وتعزيز ثقافة السلم الاهلي.

فرضية البحث:

واستناداً الى ماتقدم تحاول هذه الدراسة اثبات فرضية الترابط او الدور الفعال والمؤثر الذي تمارسه ادوات ووسائل وتقنيات الاعلام المعاصرة في تحقيق عملية بناء السلم الاهلي ومنع تفاقم النزاعات الداخلية ودورات العنف في المجتمعات العاجزة ،اضافة الى بيان مستويات واليات هذا الدور وفق العناصر الاساسية لتوجهات وخطط الدول ونظمها السياسية.

هيكلية البحث :

قسمت الدراسة الى مقدمة وثلاثة مباحث تناول المبحث الأول الاعلام والسلم الاهلي ،من خلال تسليط الضوء على مفهوم السلم الاهلي والاعلام (الوظائف والاهداف) ، في حين تصدى المبحث الثاني إلى الاعلام في بناء السلم والتعايش الاهلي من خلال التطرق الى دور الاعلام في تعزيز ثقافة الديمقراطية واليات الاعلام في بناء وتعزيز السلم الاهلي ، اما المبحث الثالث فخصص لدراسة رؤية تقييمية لاهمية الاعلام في بناء السلم الاهلي، ثم الخاتمة وقائمة المصادر .

المبحث الاول

الاعلام والسلم الاهلي

مما لا شك فيه إن التطورات التكنولوجية المعاصرة دفعت باتجاه ظهور إعلام متخصص يستطيع أن يساهم في تقديم معالجات نوعية للمجتمع تتميز بمستوى من الجدية و العمق و الشمولية ، وبتنوع وظائف وسائل الإعلام وانتقالها من اهتماماتها الكلاسيكية إلى المعالجة والتاثير في الأوضاع المجتمعية فقد اصبحت من ضروريات الحياة، فهي بمثابة حلقة وصل بين كل مؤسسات ومكونات البناء الاجتماعي اذ يشمل الإعلام جميع أوجه النشاط الاتصالية التي تعمل على تزويد الافراد بجميع الحقائق والمعلومات المعرفية، باعتبار أن الاتصال هو قوة محركة للمجتمع ويؤدي إلى حركة المجتمع حركة تفاعلية مؤثرة ومتأثرة، فالاتصال عملية اجتماعية، وتجري في بيئة معينة، تؤثر فيها وتتأثر بها، وهناك تفاعل بين الاتصال والمجتمع. لذلك فان علاقة الإعلام بالسلم الاهلي لا تنطلق من فراغ وإنما تعتمد على مبادئ أساسية مرتبطة قبل كل شيء بالإطار المهني الذي يشكل المحتوى الإنساني والأخلاقي، وهو ما يشكل بيئة أساسية لإمكانات إحداث تحول جذري في عملية ارساء السلم لاهلي.

المطلب الاول : مفهوم السلم الاهلي

اضحى مفهوم السلم الاهلي محط اهتمام الكثير من الباحثين والدارسين في الشؤون السياسية وتعاليت الدعوات لاسيما في زمن الازمات والخلافات ، اذ يتطلب على الصعيد المجتمعي الوطني، نبذ العنف والإكراه، والقبول بالتنوع، والتعامل السلمي والحضاري مع الاخرين^(١).

١) رشيد عمارة ، النخب السياسية ودورها في السلم الاهلي، مجلة سكول العلوم السياسية، العدد ٥١، ٢٠١٠، ص ١٧.

لقد ادركت الدول والشعوب ان مفتاح النجاح يكمن في بناء السلم الاهلي المجتمعي لكسب ثقة الافراد وبناء المؤسسات القادرة على انجاز تلك العملية، لذلك ثمة اهتمام متزايد أخذ يتصاعد لقضايا بناء السلام وتسوية النزاعات والصراعات الاهلية منذ زوال عهد الحرب الباردة وتسارع خطى العولمة التي رافقتها جملة من التداعيات والتحديات التي اخذت تطرح نفسها على الدول بأشكال مختلفة ونطاقات ووظائفها مجالها الداخلي والخارجي.

جاء مضمون السلم الاهلي والمجتمعي في ميثاق الامم المتحدة الذي نص على ((نحن شعوب الامم المتحدة ، وقد آلينا عل انفسنا ان ننقذ الاجيال المقبلة من ويلات الحرب ... وأن نؤكد من جديد ايماننا بالحقوق الاساسية للانسان وبكرامة الفرد وقدره وفي سبيل الغايات اعترزنا ان ناخذ انفسنا بالتسامح وان نعيش معاً في سلام وحسن جوار))^(١). وإن تنمية الرابطة الوطنية ، يتطلب جهوداً حثيثة صوب صياغة الواقع الوطني بعيداً عن العصبية، وإلغاء كل أشكال العنف والنبذ والتهميش من حقل السياسة والفكر والاجتماع، وهناك علاقة طردية بين مفهوم الاستقرار السياسي والاجتماعي ومفهوم السلم الاهلي.. فالسلم الاهلي الوطني، هو الذي يجذر مفهوم الاستقرار السياسي، كما أن طريق الاستقرار يمر عبر إرساء دعائم السلم الأهلي^(٢).

فمصطلح السلم يتضمن مستويات مختلفة ولا يقتصر على مستوى واحد ولعل من ابرزها^(٣):

١ (موقع الامم المتحدة ، ميثاق الامم المتحدة والنظام الاساسي لمحكمة العدل الدولية ، متاح في شبكة المعلومات الدولية الانترنت على الموقع الالكتروني : <http://www.un.org/ar/>

٢ (حازم القصورى ، التحزب وقرار السياسيات في المنظمات في الاحزاب والمنظمات اليسارية والديمقراطية ، متاح في شبكة المعلومات والانترنت على الموقع الالكتروني

<http://www.ahewar.org/debat/show.art.asp?aid=344910>

٣ (رشيد عمارة ، النخب السياسية ودورها في السلم الاهلي، مصدر سبق ذكره، ص ١٩ .

- المستوى السياسي الذي يعنى الحد من الصراع والعمل على احتوائه والحكم في ادارته بما يفتح قنوات للاتصال والتعامل الذي يقتضيه ضرورات الحياة.
- المستوى الاقتصادي الذي يرمز الى علاقات التعاون بين الحزمت والشعوب.
- المستوى الديني والثقافي والحضاري الذي يعنى باحترام التعددية الثقافية والحضارية .

وبناءً على ذلك يكون السلم مبني على قبول وقناعة كافة الاطراف في المجتمع ، والقدرة على الصمود والتطور وهذا مرتبط بمفاهيم التسامح ومبادئ حقوق وحريات الانسان ومبادئ العدل والمساواة ، على ان تكون هذه المفاهيم على مستوى الافراد والجماعات وبما يضمن الاقرار بحق الاخرين في التمتع بحقوقهم وحرياتهم وان يبتعدوا قدر الامكان عن مفاهيم الاقلية واشعار الاخرين بالتهميش والغبن او اشعار الاخرين بالخوف على هويتهم ووجودهم^(١).

من خلال ذلك يتضح بان السلم الاهلي هو طريقة او منهج للعيش المشترك الطوعي وليس الاكراهي بين الفئات الاجتماعية المختلفة على اساس الضمانات المتبادلة التي تعزز الثقة والرغبة في تحقيق حياة افضل دون الخوف على الخصوصية .

المطلب الثاني : الاعلام (الوظائف والأهداف)

ساهم تطور وسائل الاعلام والاتصال بفضل التقدم العلمي والتكنولوجي المعاصر في ممارسة دورًا جوهريًا واثارة اهتمام الجمهور بالقضايا والمشكلات المطروحة ، حيث تعد وسائل الإعلام مصدرًا رئيسًا يلجأ إليه الجمهور في استقاء معلوماته عن كافة القضايا السياسية ، والثقافية ، والاجتماعية بسبب فاعليته الاجتماعية وانتشاره الواسع فالإعلام بقدرته على الحراك ومخاطبة القسم الأعظم من التكوين المجتمعي ، يمتلك الإمكانية على التأثير الذي لا يأخذ صورة مباشرة وإنما يقوم بتشكيل الوعي الاجتماعي بصورة غير مباشرة، كما ويسهم بفاعلية في

(١) المصدر نفسه ، ص ٣٣.

عملية تشكيل الوعي الاجتماعي للأفراد إلى جانب الأسرة والمؤسسات التعليمية والمؤسسات المدنية ، بل إنه في كثير من دول العالم أحد منتجي الثقافة عن طريقه التفاعل والتأثير الإنساني المتبادل، وفي السنوات الأخيرة اكتسبت وسائل الإعلام، باختلافها، أبعادًا جديدة زادت من قوة تأثيره على الأفراد والجماعات في المجتمع، من خلال ارتباط الإعلام بالبيئة السياسية والاقتصادية، والاجتماعية ، والثقافية، وترى نظرية الإعلام التتموي أن وسائل الإعلام في أي نسق اجتماعي تعد بمثابة المؤشر والعامل الرئيس، أو الوكيل للتغيير فيه، وهكذا فإنه من المتوقع من وسائل الإعلام تغيير اتجاهات الناس وتعليمهم التوحد، أو الحراك النفسي المهم والضروري لعملية التغيير الاجتماعي^(١)، لقد غدت وسائل الإعلام تمتلك من القوة والحرية ما يؤهلها، لكي تلعب دورًا بارزًا في رسم السياسات المحلية، والإقليمية والدولية، كما أصبحت وسائل الإعلام جزءًا من العملية السياسية تؤثر وتتأثر بها، إذ تؤدي وسائل الإعلام دور بالغ الأهمية و الخطورة في تكوين الراي العام وفي تشكيله، وفي تعبئة الجماعات وحشدها حول أفكار وأراء واتجاهات معينة.

وتعرف وسائل الإعلام وظيفيا بوصفها أدوات لتوصيل المعلومات إلى المجتمع وهي تنقسم بدورها إلى وسائل سمعية وبصرية ومقروءة^(٢).

اذ يعد الإعلام من أكثر أدوات التغيير قوة وتأثيرا لما له من سلطة على أفراد المجتمع بشرائحهم المختلفة، مع توجيه مشاعرهم وأحاسيسهم نحو قضايا نفسية واجتماعية تتصل مباشرة بالتحديات التي تجابه بلدانهم ومجتمعاتهم، فالإعلام ليس مجرد إعطاء معلومات ومعارف وإنما المقصود هو عملية تغيير اتجاهات وتحريك الجماعات للعمل في اتجاه معين لتحقيق الأهداف المرجوة، وبعبارة أخرى فإن وسائل الإعلام تبلور صورة المستقبل، صورة قادرة على دفع الإنسان لعمل ما

١ (محمود علم الدين، في تعقيب ورقة حسن حامد، الاختراق في مجال الأخبار والمعلومات ندوة، الاختراق الإعلامي للوطن العربي، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، ١٩٩٩، ص ١٠٩ .

٢) محمد منير حجاب، وسائل الاتصال، القاهرة ، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2008 ، ص3 .

يجب أن يعمل، وقادرة على تغيير البنية المعرفية للمجتمع. لقد ارتكزت أساليب التحليل الوظيفي للإعلام والاتصال على دراسة طبيعته ودوره وكيفية تأثيره في المجتمع والأفراد على السواء، وكانت هذه الدراسات تستهدف إبراز كيفية تأثير المجتمع كنظام في الدور الذي تؤديه وسائل الإعلام والاتصال وأساليبهما الموجهة. وغالباً ما تطرح وظائف الإعلام على نحو جزئي في حين يتسع دورها طبقاً للوظائف التي تؤديها أو تستطيع تأديتها فميدان الإعلام والاتصال بالغ التعقيد يتفاعل من خلال إشارات تحمل دلالات، ورموز وتحمل مضامين، في سياقات اجتماعية، فإذا كان الاتصال ظاهرة مجتمعية عامة بين الكائنات، فإن الإعلام أسلوب من أساليب تلك الظاهرة (١).

أولاً : الوظائف الرئيسية للإعلام هي: (٢)

١. التوجيه وتكوين المواقف و الاتجاهات :إن توجيه المجتمع يمارس بشكل مباشر و غير مباشر على السواء عن طريق وسائل الإعلام المنتشرة ،وكلما كانت المادة الإعلامية ملائمة ازداد تأثيرها سواء كان بالمنطق وعلم الكلام والحجج الفكرية و الفلسفية .

٢. زيادة الثقافة و المعلومات :التثقيف العام هدفه هو زيادة ادراكات الفرد بواسطة وسائل الإعلام وليس بالطرق والوسائل الأكاديمية التعليمية، و التثقيف العام يحدث في الإطار الاجتماعي للفرد سواء كان ذلك بشكل عفوي وعارض أو بشكل مخطط ومبرمج ومقصود.والتوجيه العفوي هو مواجهة

(١) محمد خليل الرفاعي ، دور الإعلام في العصر الرقمي في تشكيل قيم الأسرة العربية ، مجلة جامعة دمشق-المجلد- 27 العدد الأول+الثاني 2011 ، ص ٧٠٥ .

(٢) نيتي حنان، دور وسائل الإعلام في تفعيل قيم المواطنة لدى الراي العام، حالة الثورات وقيم الإنتماء لدى الشعوب العربية، رسالة ماجستير ، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة محمد خيضر بسكرة ، ٢٠١٤ ، ص ٢٢ .

دائمة من جانب وسائل الإعلام للفرد، بشكل معلومات وأفكار وصور و
أراء. أما التثقيف المخطط فهو حصيلة لوظيفية التوجيه .

٣. الاتصال الاجتماعي والعلاقات البينية : يعرف الاتصال الاجتماعي عادة
بالاحتكاك المتبادل بين الأفراد بعضهم مع بعض، هذا الاحتكاك هو نوع من
التعارف الاجتماعي يتم عن طريق وسائل الإعلام التي تتولى تعميق
الصلات الاجتماعية و تنميتها، فعندما تقدم كل يوم أخبار اجتماعية عن
الأفراد و الجماعات أو المؤسسات الاجتماعية و الثقافية فإنها بذلك تكون
صلة وصل يومية بين جميع فئات المجتمع.

٤. الإعلان والدعاية :تقوم وسائل الإعلام بوظيفة الإعلان عن كل ما يهم
المواطنين والترويج لبعض القضايا الحساسة والمهمة ذات الاهتمام المشترك
وبذلك فان الإعلام يلعب دورًا نشطًا في تشكيل مكونات وادراكات المجتمع
والقيام بخدمات متعددة ووظائف للرأي العام .ونلاحظ الدور البارز للإعلام في لعبه
دورًا وسيطًا بين المجتمع والنظام السياسي بل وبين قطاعات مختلفة داخل المجتمع .
كما يلعب دورًا واضحًا في التعبئة والدعم السياسي للحكومات وبعض القضايا
الحساسة مثل السلم الاهلي والتعايش المجتمعي. وتسهم وسائل الإعلام في زيادة
الوعي واتجاهاته السياسية للأفراد وإطلاعهم وتعريفهم بالقضايا السياسية المثارة
من خلال ادواتها وبرامجها ، حيث أصبحت من المصادر الرئيسية والمهمة في
تنمية الوعي السياسي للأفراد ، وهو الدرجة التي يصل إليها الفرد في فهم كافة
المعلومات عن بلاده بصفته مواطنًا صالحًا يقوم بواجباته السياسية على وجه
صحيح، ويمثل كذلك معرفة الأحداث السياسية خارج مجتمع الفرد، وتسهم وسائل
الإعلام في الالتفاف التكتف المجتمعي حول مواجهة مشكلات سياسية بعينها وتخلق

مناخاً إعلامياً تثار فيه المعالجات وتفادي المعوقات من خلال تكوين رأي عام صائب لحل المشكلات السياسية^(١).

ثانياً : اهداف الاعلام :

ان اهداف الاعلام تختلف بحسب نظريات الاعلام المعاصرة من مدرسة لآخرى ، رغم وجود قواسم مشتركة في الاهداف بين الجميع ، اذ تحرص وسائل الاعلام الحكومية بمختلف انواعها على ان تعلن اهدافها الاعلامية ونشرها كميثاق للعمل الاعلامي تلزم نفسها امام الجهات الحكومية وتلتزم اتجاه المتلقي (الفرد) ، الى جانب بعض الضوابط القانونية من خلال الدستور والقوانين التي تسن لهذا الغرض ، ومنها :

- الالتزام بالموضوعية والامانة واحترام كرامة الشعوب وسيادتها .
 - الالتزام بالصدق فيما يبثه الاعلام من بيانات ومعلومات واخبار .
 - السعي للوصول الى الحقيقة واعلانها بشكل لا غموض ولا ارتياب من صحته.
 - تقديم وجهات النظر والآراء المعلنة دون محاباة او انحياز لاي منها .
- اما الاهداف غير المعلنة ، فهي تعلن لغرض الدعاية والاعلان فقط ، ولا اصل لها ولا حقيقة تدل عليها ، وقد تعمل وسائل الاعلام الى حجب الحقيقة او عدم اظهارها كاملة محاولة في التضليل والتعتيم الاعلام عن الجرائم ، ومنها ما يلجى الى تحريف الحقائق من خلال نقل وتمير الاخبار الكاذبة والملفقة التي يبثها بعض الاعلاميين من قتل الابرياء وتفجير الاسواق من دون صحة مصدر الخبر ، وقد تبين دورها الخطير في توجيه العقل وترويضه والتجاوز على المقدسات والاديان اسم حرية الرأي ، وقد يكون الاعلام اعلاماً سياسياً موجه يهدف الى تسيير وتحشيد

(١) ناصر علي مهدي ، موسى عبدالرحيم حلس ، دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب الفلسطيني (دراسة ميدانية على عينه من طلاب كلية الآداب جامعة الأزهر) ، مجلة جامعة الأزهر بغزة ، سلسلة العلوم الإنسانية 2010 ، المجلد 12 ، العدد 2 ، ص ١٤٦ .

الرأي العام الداعم لسياسة وافكار ونمط حياة جهة معينة ، وبذلك يكون اعلام موجه بمحطاته المرئية ولمسموعة والمقروءة وعالم الانترنت لتدمير جيل كامل ، ويذكر وكسراسيو (مدير عام مكتب البيت الابيض للاتصالات) ؛ " نحن نخوض حرباً مع الافكار بقدر نفسه الذي نخوض فيه الحرب على الارهاب " (١).

اذ تتمثل أهمية الإعلام، ودوره في المجتمع، في الآثار التي تحدث في منظومة القيم، وأنماط التفكير، وأساليب الحياة، بسبب التعرض للرسائل الإعلامية، التي تعرضها وسائل الإعلام، الحديث عن دور وسائل الإعلام في المجتمع، يتم التعبير عنه أحياناً.. بغير (مفهوم التأثير)، فهناك حديث عن (وظائف) تقوم بها وسائل الإعلام، والحديث عنها.. بوصفها تأثيرات، تبقى مسألة نسبية، تحكمها معايير قيمية، ونظم ثقافية؛ لذلك لا بد من الاعتراف، أن هناك جدلاً طويلاً، بين العاملين في حقل الاتصال الجماهيري، الإعلام، حول حجم وكيفية تأثير الرسائل الإعلامية في الجمهور.

إن وسائل الإعلام تعتبر من المصادر الأساسية للمعلومة، والتي يبني عليها الفرد مواقفه، وتقوم عليها اتجاهات الجماعات حيال الأحداث الجارية، سواء بالقبول أو الرفض، حيث تتولى وسائل الإعلام الدور الملموس في تشكيل موقف الجمهور المتلقي من القضايا المطروحة على الساحة المحلية والدولية، ولا يتوقف تغيير الاتجاه والموقف على القضايا العامة أو الأحداث المثارة، بل يمتد إلى القيم وأنماط السلوك، فقد يحدث أن يتقبل المجتمع قيماً كانت مرفوضة قبل أن تحملها الرسالة الإعلامية، أو يرفض قيماً كانت سائدة ومقبولة مستبدلاً بها قيماً جديدة (٢).

١) اهداف الاعلام المسلم ، سلسلة تدريبية نحو ترشيد الاعلام واداء اعلام متميز ، الحلقة الثامنة ، منشور على شبكة المعلومات (الانترنت) على الموقع الالكتروني :

<https://azelin.files.wordpress.com>

٢) الاعلام الجديد ، انواعه، خصائصه، والتحديات المجتمعية، بحث منشور على شبكة المعلومات الدولية على الموقع الالكتروني : <http://www.alukah.net/publications>

ومن هنا فان وسائل الاعلام تكون مرآة للشعب تعمل على تثقيفه وتصحيح مفاهيمه وتعزز مفهوم السلم الاهلي من خلال دمج وتوحيد وصيانة الحريات وابرار الاهداف المساهمة في اجبار الحكام على احترام الشرعية والمطالبة بالحقوق المدنية.

المبحث الثاني

الاعلام وبناء السلم والتعايش السلمي

يرتبط مفهوم السلم الاهلي بمصطلح التعايش السلمي الذي يعني البديل عن العلاقة العدائية بين الدول ذات النظم الاجتماعية المختلفة وما ينتج عنها من صراعات ونزاعات مدمرة. فالتعايش هو إتفاق ضمني بين مجموعتين أو حزبين أو دولتين على عدم اللجوء إلى العنف لتسوية الخلافات بينهما، فالطرفين المتعايشين يظلان حذرين حتى لو كانوا معادين لبعضهم البعض لكنهم يقبلون الاختلافات الايديولوجية ولا تؤدي لاندلاع العنف. وهو عيش مشترك بين اقوام يختلفون مذهبياً أو دينياً، أو بين دول ذات مبادئ مختلفة. ومن أهم مظاهر الدولة المدنية تعزيز قيم التعايش والسلم الأهلي وإدماجها في منظومة الثقافة، بل وفي المنهج التعليمي والخطاب الديني، حتى يتم إكساب المجتمعات فكراً جديداً حول أسلوب الحياة ضمن تعدد وتنوع الجماعات واختلاف مشاربها وهويّاتها، وأعتبر هذا التعدد والتنوع مصدر ثراء للمجتمع وللحضارات ومن هنا يكون دور الوسيلة الاعلامية الفعال في ضمان مفهوم السلم الأهلي والتعايش السلمي بين افراد المجتمع الواحد ، وتعميق هذا المفهوم يتضمّن الحفاظ على سلام دائم يرفض كل أشكال الاقتتال أو الدعوة إليه، ويرفض حتمية التصادم مع الآخر المختلف في الثقافة والدين والمذهب، كما يرفض تحويل مفهوم الحق بالاختلاف الايديولوجية من خلال ما تقدمه المؤسسة الاعلامية بما ينسجم ومصالحة المجتمع السياسي والاجتماعي القائم .

المطلب الاول : دور الاعلام في تعزيز ثقافة الديمقراطية

ان الثقافة الديمقراطية ترتبط ارتباطاً وثيقاً بوسائل الاعلام باعتبار الاعلام المحرك الاساسي لترسيخ المفاهيم الديمقراطية وتنميتها وتطور مفاهيمها . الديمقراطية تعني تنظيمياً تكاملياً منبثقاً من الشعب ومعبراً عن طموحات الجماهير ومجسداً لارادته واحترام كامل لمعادلة الحقوق والواجبات ويرتبط ذلك في حق القبول الذي تطلبه السلطة مع واجب الخدمة العامة التي تؤديها ، وبدون ذلك كله يفقد النظام الديمقراطي معناه ويتحول الى تراض صريح بين ارادات حرة الى سيطرة مبنية على الاكراه او المراوغة او التزوير ويصبح انذاك تسلطاً وتعسفاً وجوراً وتفقد السلطة شرعيتها وحققها في القيادة او المسائلة ،وتصبح الديمقراطية انذاك مجرد واجه للفوضى السياسية^(١).

ومن هنا اصبح دور الاعلام في اي بلد ينال الجزء الاكبر في الحد من التجاوزات على الحريات العامة والديمقراطية والابتعاد عن المسار الدستوري من خلال ممارسة الضغط الاعلامي وكشف العيوب للرأي العام واللجوء الى اسلوب التنوير والتوعية بحقوق الافراد^(٢).

من جهة اخرى يمكن لوسائل الاعلام في المحافظة على المشاركة الديمقراطية وتشجيعها في استعمال قنوات الاتصال لتفعيل الممارسة الديمقراطية فترة الحملات الانتخابية وتوظيف المواقع الالكترونية اشكالا جديدة للانخراط الجماهيري في السياسة بحيث يسمح بالتوجيه الذاتي والعفوي والسهولة التي وفرتها القنوات الاتصالية من وفرة المعلومات وقصر المسافة والزمن^(٣).

١ (الاعلام وتشكيل الرأي العام وصناعة القيم ، مجموعة مؤلفين ، سلسلة كتب المستقبل العربي، مركز الدراسات الوحدة العربية، العدد : ٦٩، تحرير وتقديم : عبد الاله يلقزيز ، ٢٠٠٦، ص٢٥٩.

٢ (المصدر نفسه، ص٣٦١.

٣ (الاعلام وتشكيل الرأي العام وصناعة القيم ، مصدر سبق ذكره، ص٣٦١.

اذ ان اللجوء الى التعبئة والتي تعد اداة مهمة في زيادة وعي الافراد وتوسيع افقهم ، وفي هذا المجال يمكن الاشارة الى الدور الذي قامت به مصر من ادوات الاتصال المتنقلة في الانتخابات البرلمانية والرئاسية لعام ٢٠٠٥ فقد استخدمت الهواتف النقالة من اجل تعبئة وتقوية المجموعات المهمشة في لحظة سياسية مهمة اذ حركت من زيادة البدائل في التحركات المتاحة للافراد وقوى المعارضة ومنظمات المجتمع المدني (١).

ويبرز دور الاعلام في تقوية اواصر الديمقراطية في التعايش السلمي من خلال غلق قنوات العنف المدمر وذلك تعزيز المسؤولية الوطنية ومحاربة التفاوت الصارخ في مستويات المعيشية وانماط الاستغلال بحيث يمكن اعادة بناء روح التضامن الوطني والاجتماعي وتحقيق الاندماج الاجتماعي (٢).

كما وتقوم وسائل الاعلام في توجيه الرأي العام سلمياً في اسئصال جذور العنف وتخليص المجتمع من شوائب الانحراف الاجتماعي بوضع برامج مناسبة بتوعية المواطن بحاله من الحقوق وما عليه من واجبات وفي الوقت ذاته يتجه الاعلام نحو مواطن الضعف والسلبيات السائدة في المجتمع ومحاربتها في وسائل الاعلام ، ونشر الوعي بين المواطنين وتعزيز احساسهم بضرورة المشاركة الفعلة في حفظ السيادة والامن والالتزام بقيم واعراف المجتمع (٣)، وهكذا فان لوسائل الاعلام دوراً كبيراً في تحقيق السلم والتعايش السلمي من خلال ما تعرضه في الوسائل المسموعة ام المرئية ام المكتوبة بالتححر المعرفي الرفض للتفاضل والتمييز المذهبي والقومي، وهنا لا يغيب عنا سلوك وسياسة لحكومة واعطاء الحرية والدور الفعال للوسيلة الاعلامية من خلال توجيه كافة البرامج الثقافية

(١) المصدر نفسه ، ص ٣٦١.

(٢) عبد الجبار احمد عبدالله، العالم الثالث بين الوطنية والديمقراطية، مصدر سبق ذكره، ص ١٤٣-١٤٤.

(٣) سليمان داود الصباح ، السبل لكفيلة بتوثيق العلاقة بين الاعلام والامن ، جامعة نايف العربية للعلوم الامنية ، الرياض ، ١٩٨٨، ص ٩٤.

والمعرفية والسياسية التي تكفل حقوق المواطنة وصيانة الحريات بكل اشكالها
لارساء دعائم التعايش وترسيخ جوانبه^(١).

لذا نرى ان التطور الديمقراطي في الانظمة الغربية ارتقى الى منح الاعلام موقع
السلطة الاولى بينما لم ينل الاعلام اغلب الدول النامية حتى مفهوم السلطة الرابعة من
خلال :^(٢).

١. تعامل مع وسائل الاعلام كسلطة شرعية تمثل الرأي العام ورأي المواطنين بعض
النظر عن الانتماءات الحزبية والعقائدية .
٢. تنظيم قطاع الاعلام على اساس قاعدة ممارسة السلطة في المفهوم الديمقراطي هي
احترام معادلة الحقوق والواجبات .
٣. مساهمة الاعلام في الدفاع عن الحقوق والتنمية .
٤. حماية الحرية والتنوع للاعلامي .
٥. اعطاء دور حقيقي للاعلام في بناء المواطنة ونشر ثقافة السلم الاجتماعي.

المطلب الثاني : اليات الاعلام في بناء وتعزيز السلم الاهلي

اولاً - الاليات السياسية والدستورية : تعد الاليات السياسية والدستورية المرتكز
الاول في مشروع بناء الوحدة الوطنية الصلبة وتطوير مستوى الانسجام والاندماج
الاجتماعي ، والاجتماع الوطني الصلب لا يبني على قاعدة محاربة حقيقة التعدد بكل
مستوياتها الموجودة في المجتمع ، فكل المجتمعات تحتضن تعدديات ، وتبنى الأوطان
دائماً على احترام هذه التعدديات^(٣).

١ (حسن الصفار ، التنوع والتعايش ، الفرقان للنشر والطباعة ، النجف ، ط٤ ، ٢٠٠٥ ، ص١٠٨ .

٢ (الاعلام وتشكيل الرأي العام وصناعة القيم ، مصدر سبق ذكره ، ص٣٧٠ .

٣ (ثامر عباس ، الوعي الديمقراطي ، مؤسسة العارف للمطبوعات ، بيروت ، ٢٠١٠ ، ص٢٥ .

وتكمن وظائف الإعلام بمختلف وسائله في تعريف المواطنين من خلال الآليات السياسية والدستورية بالقضايا الأكثر أهمية بالنسبة للمجتمع، كما تعمل على عرض مختلف الأفكار والتحاوور حولها وتكوين وجهات نظر متقاربة، إضافة إلى أداء دور مهم في عمليتي الرقابة والمساءلة للحكومات، بما يساعد المواطن على أداء دوره في مشاركة السلطة في اتخاذ القرار، ان المشاركة السياسية للأفراد تكون من خلال وسيلة يستطيع الأفراد التعبير عن رأيهم وافكارهم فيما يتعلق بالسلطة وكيفية ممارستها من خلال وسائل الاعلام الحديثة التي فسحت المجال لجميع افراد المجتمع في التعبير عن رأيهم بكل حرية وكانت الوسيلة الفعالة للتعبير عن تقييمهم لعمل الحكام من خلال الاحتجاجات الالكترونية وقدرتهم على الاحتجاج ورفض تصرفات الحكومة التي لا تلبى طموحات الافراد واصبحت اداة من ادوات المشاركة السياسية بحيث اصبح اسلوب العفوية والتلقائية للاحتجاج عبر الوسائل الاعلامية الى اسلوب منظم ومدروس واصبح الغرض منه هو التقويم والتغيير بحيث يحقق المصلحة العامة لا المنافع الشخصية ولا يسبب اضراراً اكبر فيوقع فتنة^(١).

ثانياً- الآليات الاقتصادية: ان الاعلام جهة محايدة يجب ان لا يؤثر فيه توجهات الادارة والملاك ، لا سيما ان الاعلام مشروع اقتصادي غير فعال فهو مرتفع التكاليف بالغ المخاطرة بطيء الربحية ، لا يقدم عليه الا صاحب هدف غير اقتصادي وغالباً وان كان اقتصادياً فهو مشروع يخدم مشاريع اقتصادية اخرى وليس لذاته^(٢).

كما ان الاعلام المؤثر هو الذي يفهم عقلية الجمهور ويخاطبهم بطريقة غير مباشرة ، اعلام يدرك الرسالة ويوصلها احياناً بلسان من يعارضها ، لذا فلا بد من توظيف الإعلام توظيفاً سليماً بحيث يكون إعلام حي صاحب مبدأ ويتكلم بلسان الناس ويعبر عن ضمير الشعب كما لا بد أن يكون مرآة اجتماعية صادقة، فمن طبيعة البشر الخلاف والاختلاف ولا يمكن للاعلام تجاوز هذه الطبيعة فنقد الاشخاص والهيئات

١) اهداف الاعلام المسلم ، سلسلة تدريبية نحو ترشيد واداء الاعلام مميز ، مصدر سبق ذكره ، ص ٢.

٢) دور الاعلام في وحدة الامة ، المؤتمر العلمي : العمل الاسلامي بين الاتفاق والافتراق ، جامعة الخرطوم، للفترة ٢٣-٢٥ في ١٠/٧/٢٠٠٤.

والاحزاب والدول جزء من الاعلام لاينفك عنه ، ولكن هنالك شرط تجعل النقد في
الخلاف مؤازراً للوحدة (١).

ثالثاً- الاليات الاجتماعية : تؤدي وسائل الاعلام ادواراً بعيدة المدى وتترك اثارها في
جوانب الحياة الاجتماعية فكثير من المعالجات الاعلامية خاصة التعامل مع الازمات
والكوارث التي تؤثر سلباً وإيجاباً في تفاعلات الازمات الاجتماعية في محاولة لتحديد
وتخفيف من انتشارها وبصفة عامة تقوم وسائل الاعلام كثير من المعالجات الاعلامية
كانتشار ثقافة التهديد والارهاب والجهات التي تقف وراءه وكيفية الهيمنة على
التفاعلات الاجتماعية التي يمكن ان ينتج منها(٢).

من جانب اخر هنالك من يرى ان وسائل الاعلام لها اهمية في خلق راي عام
وطني يساعد الحكومة الديمقراطية على القيام بدورها وزيادة ترابط اجزاء المجتمع
وتفعيل المعايير الاجتماعية ومحاسبة الخارجين عن طريق الفضح الاعلامي
للسلوكيات الشخصية والى جانب ذلك تعمل وسائل الاعلام على التنشئة الاجتماعية اي
تعلم الافراد المهارات والقيم والمعتقدات وبهذا تعمل وسائل الاعلام سلطة رقابية
وتنموية وتوجيهية للمجتمع من خلال عدة وظائف (٣) :

١ . خلق المثل الاجتماعية وتقديم النماذج الايجابية للمجتمع وخاصة في الامور
الثقافة والفنون والسياسة .

٢ . تحقيق التواصل المجتمعي من خلال التعبير عن الثقافة السائدة ودعم القيم
الشائعة . التعبئة وتمثل في المساهمة في الحملات الاجتماعية وبصفة عامة في
الازمات السياسية والاقتصادية والحروب .

(١) دور الاعلام في وحدة الامة ،مصدر سبق ذكره،ص٢١ .

(٢) الاعلام ودوره في الوفاء في مجتمع بحاجات الشباب في مجتمع متغير ، محمد عز الدين بطروخة، جامعة نايف
العربية للعلوم الامنية، الرياض، ١٩٨٧، ص٩٢ .

(٣) المصدر نفسه ، ص٩٧ .

ولابد الاشارة الى عامل اخر مهم من عوامل التنشئة الاجتماعية الذي يساهم في عملية الاصلاح والتغيير المجتمعي الا وهو التعليم ولا يمكن اغفال عملية الاصلاح التعليمي في المجال الاعلامي لما له دور فعال ومميز في هذا المجال بالتشجيع والابداع والدعوة عن طريق وسائل الاعلام المختلفة الى تغيير في بنية المجتمع الاجتماعية التقليدية وبناء مجتمع واع مثقف (١).

وهكذا فان السلم الاهلي لا يتحقق الا من خلال نظام اجتماعي متكامل ومتطور وله من الوعي والادراك ما يؤهله ان يكون في طليعة المجتمعات المتقدمة الى وحدة الشعب بكل انتمائه ، فالاعلام له المجال الاوسع في ارساء دعائم السلم الاهلي وترسيخ جوانبه لبناء مجتمع متأخي من خلال البرامج والتوعية السياسية التي تكفل حقوق المواطنة وصيانة الحريات بكل اشكاله ونبذ التنازع والصراعات الانتمائية المتنوعة باستخدام الحجة والبرهان وتحكيم الراي العام لا على الاقصاء والنفي، بل الولاء للامة والمجتمع والوطن وبالتالي فان المصلحة العامة تقتضي الاعلاء من شأن الثقافة والمعرفة واستيعاب الجميع بتنوعاتهم واختلافاتهم الاجتماعية والفكرية (٢).

المبحث الثالث

رؤية تقويمية لدور الاعلام في بناء السلم الاهلي

ان تقديم رؤية باداء ودور وسائل الاعلام في مجال تعزيز او بناء السلم الاهلي من خلال زيادة الوعي السياسي والاجتماعي والاقتصادي والاهتمام بالقضايا المجتمعية التي ينبغي التركيز عليها لابد من وضع الاستراتيجيات والسياسات والخطط والبرامج في مجال الإعلام لتحقيق أهداف الدولة والمجتمع من حيث أمن

١ (اهداف الاعلام المسلم ، سلسلة تدريبية نحو ترشيد واداء الاعلام مميز ، مصدر سبق ذكره ، ص ١١ .

٢ (عبد السلام البغدادي ، السلم الوطني(المدني) ، بيت الحكمة ، بغداد ، ٢٠١١ ، ص ٨٢ .

المواطن ومعايشه، ووحدة الدولة وسلامة أراضيها وذلك من خلال التركيز على اتباع النهج العلمي المبني على اسس التخطيط الاستراتيجي:

١. الدعوة لنشر ثقافة السلام والوحدة الوطنية.
٢. استقطاب الجماهير لتتوحد حول الهدف الوطني لتنمية الشعور للانتماء للوطن.
٣. تحصين الجبهة الداخلية ضد الإشاعة المغرضة والتشكيك، والفكر الهدام والانحراف.
٤. التصدي الواعي للإعلام المضاد، والغزو الثقافي المستهدف للهوية والقيم الوطنية.
٥. إعلاء القيم الفاضلة والسامية ومحاربة الأدوار الاجتماعية التي تعوق عملية بناء السلم والتعايش وتشجيع السلوك المنتج.
٦. تبسيط الحقائق العلمية والمعرفة والمعطيات التقنية ومواكبة التطور العلمي والحضاري دون مساس بالتقاليد المرعية والقيم الاجتماعية.
٧. تطوير بنية إعلامية قوية للتعبير عن قيم المجتمع ومعتقداته بكل شرائحه وتعزيز قيم الوحدة.
٨. اعتماد المسؤولية الاجتماعية كموجه للسياسة الإعلامية والتسامي عن العصبية وتقوية الانتماء الوطني، واحترام الأعراف والتقاليد المتعارفة.

ومن هذا المجال لابد للأعلام بكل وسائله وادواته دعم تلك الخطط او الاستراتيجيات التي تقدم من قبل الحكومات او المنظمات الدولية لدعم عمليات السلام ونبيذ العنف وتعزيز التعايش اذ يسمى اعلام السلام للدور الذي يقوم به الاعلام في تشجيع ودعم تلك المبادرات وتسليط الضوء على الجوانب الايجابية وتسليط الحوار حولها من دون اداء مواقف مسبقة للاتفاق او الرفض بشأنها او

تركيزها على فئة أو شريحة معينة ، وانما التركيز عليها لتكون جزء من ثقافة لعملية السلام ودعم مجالاتها صورة شفافة ومحايدة تفاديا لاي مواقف سلبية^(١).

المطلب الاول : الدور الايجابي للأعلام

ان الاعلام اصبح وسيلة مهمة في تأهيل وبناء السلم الاهلي من خلال الوسائل التربوية والتعليمية والاذخارية ، وهذه الاهمية ذات مقدرة الى ايجاد جو تنموي فعال ووسيلة تربوية وتوظيف -الاعلام- لحرية الرأي والتعبير للبلدان والثقافات المحلية تحت شعار حرية التعبير^(٢).

ان محاولة التوجيه والتنبيه على خلق جو من التعارف وتبادل المعارف من خلال علاقته العضوية بالمجتمع ، اذ يمكن للاعلام ان يخترق التناقضات والصراعات التي توجد في المجتمع والابتعاد عن الخطاب الايدلوجي والسماح لانتاج واعادة التربية الثقافية والمعرفية للمجتمع^(٣).

والاعلام في صورته الايجابية تكون اهدافه اهمها^(٤):

- ١ . المساهمة في تثقيف وتوعية المواطنين .
- ٢ . الكشف عن الفساد .
- ٣ . يقوم بدور الرقيب او الحارس فيما يتعلق بحرية التعبير وحرصها على ان يكون هذا الحق ملكية خاصة لكل مواطن .
- ٤ . خلق المثل الاجتماعية وذلك بتقديم النموذج الايجابي في كافة مجالات الحياة.

(١) يوهان غالتونك، جاك لينش ، التغطية الاعلامية للنزاعات التوجهات الجديدة لاعلام السلام ،تعريب رشيد زياتي ، مؤسسة قرطبة وشبكة ترانساد ، ٢٠١٠ ، ص ٥٢ .

(٢) الاعلام وتشكيل الرأي العام وصناعة القيم ، مصدر سبق ذكره، ص٥٩.

(٣) المصدر نفسه ، ص ٩٠.

(٤) علي عبد الفتاح كنعان، الاعلام والمجتمع ، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع ، عمان، الاردن ، ٢٠١٤ ، ص١٧-١٨.

٥. الحرية والمساواة واحترام القوانين وغيرها من الادوار التي يجب ان تتضمن رسائل الوسائل الاعلامية المختلفة .

٦. الحفاظ على استقلالية وسائل الاعلام بعدم وجود هيمنة او سيطرة عليها الا من الشعب .

٧. تبني انماط فكرية واجتماعية واقتصادية وسياسية تحظى بموافقة شعبية هامة لتطوير وتغيير الانماط السائدة في المجتمع مما يرفع مستوى البلاد للتطور في المجالات المختلفة.

ويمكن القول ان الاعلام هو قطاع استراتيجي يمثل السيادة ، ومن اهم الادوات التي تستخدم في بناء السلم الاهلي في الدولة عموماً.

المطلب الثاني : الدور السلبي للأعلام :

ان الاعلام قد ينحرف عن الهدف الاسمي الذي اسس من اجله وهو خدمة وتلبية رغبات وحاجات المتلقي سواءً سياسياً ام اقتصادياً ام اجتماعياً وتحول الاعلام الى حالة التهريج السياسي المزيدة باعتباره حرفة يكتسب منها المال ، بل تجاوز ذلك لتدخل في مآهات عالم الاستخبارات والتجسس والتحول الى اداة طيعة في خدمة الاغراض الاستعمارية عبر التدخل في شؤون الدول والمجتمعات لبحث الفوضى السياسية والتمل الاجتماعي بالتشكيك والتحريض^(١).

ان العمل الاخباري والاعلامي بات مهدداً في ظل التوجهات الجديدة في صناعة الاعلام والاتصال ، وايضاً على مستوى اخلاقيات المهنة الاعلامية وتخطي حدود المهنة وهذا ما يحد في العديد من وسائل الاعلام التي تتسابق الى نقل الاحداث من دون ان تتأكد من مصدرها والبعض منها اتجه الى تغطية الصراعات السياسية والاقتصادية في الدولة الواحدة والتي تصب في خانة الصراعات على السلطة وتراجع عن الاعلام الموجه الذي يمس المنفعة المرتبطة بالاحداث، واصبح مرتكزاً

(١) عبد الرزاق محمد، الاعلام العربي(ضغوطات الحاضر وتحديات المستقبل) ، عمان ، دار المسيرة، ٢٠١١، ص١٠٧

جزء كبير منه على الذوق الفردي للاعلام اكثر مما هو على حاجات الجمهور وبهذا اصبح الكلام الى رجال السياسة واستضافة الرؤساء او السياسيين والابتعاد عن المشاكل والظروف الحرجة التي تعيشها مجتمعاتهم من عزلة وتهميش وبتث الاعلام المتعارض مع قيم ومفاهيم البيئة والخطط التنموية الاجتماعية والاحتياجات الوطنية (١).

لابد الاعتراف بان وسائل الاعلام ووسائل الاتصال قد ساهمت في توسيع هامش الحرية التي تتمتع به افراد المجتمع فقد اثر على قيم وعادات المجتمع عبر البث عن طريق الاقمار الاصطناعية او الهواتف النقالة والرسائل الصوتية والابتعاد عن اخلاقيات العمل الاعلامي الذي يؤسس في الغالب على اعتبارات المحافظة على امن الدولة والحفاظ على الاداب العامة والوحدة الوطنية (٢).

وفي ظل العولمة المتزايدة وتساعد فرض الاحتكاك مع الاخر تخاطر وسائل الاعلام اجيالاً منتجة حاجات المجتمع الثقافية والتي ترتبط في اغلب الاحيان تاويل العقل والتوظيف الى الجذب الاعلامي مسبباً في انتاج الصراعات خارج عالم الاعلام في طريقة متعمدة في التقديم والطرح الى الجمهور بوصفها حدثاً يستدعي الانتباه (٣).

وما يتعلق بالانشطة الارهابية قد تستعمل وسائل الاعلام كوسيلة لدعم الارهاب والتطرف والدعوة الى الكراهية ودعم الاعمال الارهابية والمشاركة في الجهاد العسكري مما يسمح للافراد بانخراطهم وتعبئتهم (٤).

(١) المصدر نفسه ، ص ١٠٩ .

(٢) الاعلام وتشكيل الرأي العام وصناعة القيم ، مصدر سبق ذكره ، ص ١٥٩ .

(٣) الاعلام ودوره في الوفاء في مجتمع بحاجات الشباب في مجتمع متغير ، مصدر سبق ذكره ، ص ٩٢ .

(٤) المصدر نفسه ، ص ٨٩ .

الخاتمة :

يستخلص من كل ما تقدم ان اهمية دور وسائل الاعلام المتنوعة في تعزيز وبناء السلم الاهلي المجتمعي لا يتم الا من خلال اهمية احترام المواطنين للاعلام من خلال دوره في نقل المعرفة بخلقية وصدقية والاهتمام بشؤون الناس بشجاعة واستقامة ، والمساهمة في الحفاظ على حرية الفكر والنظام العام من خلال وضع شرعه للاعلام وازفاء صورة مشرقة من عمل وسائل الاعلام وتعاونها على الخير العام والسلم ودعمها للحياة المشتركة والتواصل المجتمعي .

ان اضعاف مصداقية الاعلام والتخلص من الشوائب التي تسيء اليوم الى دور الاعلام قد يتحول نتيجة ذلك الى وسيلة من وسائل التعنبة والتعبية والعنف ، والحاجة الى اضعاف صورة نوعية على احترام الاعلام لشرعه سلوك مهني ، يترتب ذلك على العاملين في الوسائل الاعلامية التدقيق في الاخبار وعدم الاستعجال في نقل الخبر رغم المنافسة الشديدة ويجب ان يخضع الاعلام لشروط الدقة والتدقيق والامانة في نقل الخبر واصول نقله ، ففي الاعلام مهنية وتقنية وصدق واطلاع الناس على الحقائق لا خداعهم .

ان الاعلام والسلم الاهلي هما وجهان لعملة واحدة من دونهما لا تتوفر الحرية والحقوق المحمية في اطار القوانين ، فالمسؤولية الاعلامية هي من صلب العمل المهني يهدف اولا الى حماية الحريات ووضع حرية التعبير في اطارها التطبيقي وحماية المجتمع من حجب بعض المواقف في اطار حماية المجتمع من مخاطر التحريض على الانقسام وتهديد سلامة البلد نتيجة الخطابات السياسية المحرصة للعنف والتمييز الطائفي وتوظيف الاعلام في المساهمة في الدفاع عن الحقوق والتنمية وبناء المواطنة ونشر ثقافة السلام الاجتماعي وحماية الحرية والتنوع والامانة والصدق لمختلف الوسائل الاعلامية مما يحقق تماسك مجتمعي والتركيز على عملية تلاحم مجتمعي، وهذا يتطلب برامج يمكن تنفيذها من خلال المؤسسة الاعلامية .

المصادر :

١. سليمان داود الصباح ، السبل لكفيلة بتوثيق العلاقة بين الاعلام والامن ، جامعة نايف العربية للعلوم الامنية ، الرياض ، ١٩٨٨ .
٢. عبد الجبار احمد عبدالله، العالم الثالث بين الوطنية والديمقراطية، بغداد ، ط١، ٢٠٠٧ .
٣. الاعلام وتشكيل الرأي العام وصناعة القيم ، مجموعة مؤلفين ، سلسلة كتب المستقبل العربي، مركز الدراسات الوحدة العربية، العدد : ٦٩، تحرير وتقديم : عبد الاله يلفزيز ، ٢٠٠٦ ، ص٢٥٩ .
٤. الاعلام ودوره في الوفاء في مجتمع بحاجات الشباب في مجتمع متغير ، محمد عز الدين بطروخة، جامعة نايف العربية للعلوم الامنية، الرياض، ١٩٨٧ .
٥. تيتي حنان، دور وسائل الإعلام في تفعيل قيم المواطنة لدى الراي العام، حالة الثورات وقيم الإنتماء لدى الشعوب العربية، رسالة ماجستير ، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة محمد خيضر بسكرة ، ٢٠١٤ .
٦. ثامر عباس، الوعي الديمقراطي، مؤسسة العارف للمطبوعات، بيروت ، ط١، ٢٠١٠ .
٧. حسن الصفار ، التنوع والتعايش ، الفرقان للنشر والطباعة ، النجف ، ط٤، ٢٠٠٥ .
٨. دور الاعلام في وحدة الامة ، المؤتمر العلمي : العمل الاسلامي بين الاتفاق والافتراق ، جامعة الخرطوم، للفترة ٢٣-٢٥ في ١٠/٧/٢٠٠٤ .
٩. رشيد عمارة ، النخب السياسية ودورها في السلم الاهلي، مجلة سكول العلوم السياسية، العدد ٥١، ٢٠١٠ .
١٠. عبد الرزاق محمد، الاعلام العربي (ضغوطات الحاضر وتحديات المستقبل) ، عمان ، دار المسيرة، ٢٠١١ .

١١. عبد السلام البغدادي ، السلم الوطني(المدني) ، بيت الحكمة ، بغداد ، ط١ ، ٢٠١١.
١٢. علي عبد الفتاح كنعان، الاعلام والمجتمع ، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع ، عمان، الاردن ، الطبعة الاولى ، ٢٠١٤.
١٣. محمد خليل الرفاعي ، دور الإعلام في العصر الرقمي في تشكيل قيم الأسرة العربية ، مجلة جامعة دمشق-المجلد- 27 العدد الأول والثاني 2011.
١٤. محمد منير حجاب، وسائل الاتصال، القاهرة ، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2008 .
١٥. محمود علم الدين، في تعقيب ورقة حسن حامد، الاختراق في مجال الأخبار والمعلومات ندوة، الاختراق الإعلامي للوطن العربي، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم ، ط2، ١٩٩٩.
١٦. ناصر علي مهدي ،موسى عبدالرحيم حلس ، دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب الفلسطيني (دراسة ميدانية على عينه من طلاب كلية الآداب جامعة الأزهر) ، مجلة جامعة الأزهر بغزة، سلسلة العلوم الإنسانية 2010 ، المجلد 12 ، العدد2 .
١٧. يوهان غالتونك، جاك لينش ، التغطية الاعلامية للنزاعات التوجهات الجديدة لاعلام السلام ،تعريب رشيد زياني ، مؤسسة قرطبة وشبكة ترانساد ، ط١ ، ٢٠١٠ .
١٨. موقع الامم المتحدة ، ميثاق الامم المتحدة والنظام الاساسي لمحكمة العدل الدولية ، متاح في شبكة المعلومات الدولية الانترنت على الموقع الالكتروني : <http://www.un.org/ar/>
١٩. حازم القصورى ، التحزب وقرار السياسيات في المنظمات في الاحزاب والمنظمات اليسارية والديمقراطية ، متاح في شبكة المعلومات والانترنت على الموقع الالكتروني

<http://www.ahewar.org/debat/show.art.asp?aid=3449>

1

٢٠. اهداف الاعلام المسلم ، سلسلة تدريبيه نحو ترشيد الاعلام واداء اعلام متميز ، الحلقة الثامنة ، منشور على شبكة المعلومات (الانترنت) على الموقع الإلكتروني :

<https://azelin.files.wordpress.com>

٢١. الاعلام الجديد ، انواعه ، خصائصه ، والتحديات المجتمعية ، بحث منشور على شبكة المعلومات الدولية على الموقع الإلكتروني :
<http://www.alukah.net/publications>

مسؤولية الإعلام

في

ترسيخ قيم التعايش السلمي في المجتمع

الباحث

ا.م.د. عبد الرحمن ابراهيم حمد الغنطوسي

كلية التربية – الجامعة العراقية

الباحث

السيد احمد محمد علي المشهداني

كلية التربية – الجامعة العراقية

بسم الله الرحمن الرحيم

ملخص البحث :

الحمد لله الذي خلق الإنسان، علمه البيان، وجمله بالبنان والجنان، وزينه بمنطق اللسان، والصلاة والسلام التامان الأكمالان على سيدنا محمد الذي أوتي جوامع الكلم والتبيان، وعلى آله وصحبه الذين قاموا بنشر دينه، وسلكوا سبيله في التبليغ والإعلام ، وبعد:

فأمتنا الإسلامية تواجه صراعاً خفياً ومعاناً لم يسبق له مثيل، مخططات تستهدف أصولها ومبادئها، ومكر بالليل والنهار لتذويبها ، وسلخها من دينها، وطمس هويتها، عمل دؤوب لقلب الحقائق، وتمييع المفاهيم، وإغراق المجتمعات المسلمة بشتى صنوف الشهوات والشبهات، حتى غدا أمر الأمة ملتبساً، وحالها في التيه والغواية مرتكساً، ونشأ جيل لا يعرف سوى اسم الإسلام ورسم القرآن، ولا علاقة لهم بشعائره وشرائعه.

وقد مرت قرون اعتمدت فيها قوى الظلام الماكرة ، والأمم المستكبرة ، على تفوقها العلمي ، وقوتها العسكرية في إخضاع الشعوب، وربط مقدراتها بمصالحها رباط العبد الذليل على باب سيده، غير أن كل هذه القوة والجبروت كانت غالباً ما تحدث يقظة هائلة في وجدان المسلمين تزيدهم قوة في المواجهة وقدرة على تحقيق الانتصار والتحرر.

ومن هنا تغيرت مخططات أعداء الأمة فعمدوا إلى تمزيق وحدتها، ببث روح الفرقة، وإثارة النزاعات العرقية والمذهبية، سلاحهم الأكبر الذي يستخدم في هذا الصراع المحموم هو وسائل الإعلام المختلفة مرئية ومسموعة ومقروءة . وعبر هذه الوسائل ينهال على المسلمين كم رهيب من صور الفساد العقدي والانحراف الخلقي، الذي باتت تضح منه أمة الإسلام، وتصطلي بنااره، خاصة وأن كثيراً من القائمين على هذه الوسائل هم من أبناء الأمة الذين تنكبوا الطريق وتتكروا لأمتهم ودينهم، ورضوا بأن يكونوا أداة طيعة لأعداء الأمة ومخططاتهم الخبيثة.

وتكمن مشكلة البحث أن وسائل الإعلام تحكمها توجهات مالكيها ومذاهبهم السياسية والاقتصادية والأخلاقية وتبعيتهم وغير ذلك ؛ مما أربك ذلك الصف الوطني ، ومزق النسيج المجتمعي ، وأحدث البلابل والفتن ، بل سقط الرموز الوطنية ، ورفع الروبيضة ، ويأتي هذا البحث لتحقيق عدة أهداف منها:

- العمل على تأصيل وسائل إعلام هادفة ورشيده تحمل القيم السامية ، والأهداف النبيلة ، تجمع ولا تفرّق ، تبني ولا تهدم ، والتأسيس لها من مفاهيم دستور الأمة الخالد المحفوظ من التبديل والنقصان {لَا يَأْتِيهِ الْبَاطِلُ مِنْ بَيْنِ يَدَيْهِ وَلَا مِنْ خَلْفِهِ تَنْزِيلٌ مِنْ حَكِيمٍ حَمِيدٍ} (١).

- تصويب ورعاية المسيرة الإعلامية الإسلامية التي نتمنى لها التقدم والترقي حتى يعم بها النفع وينتشر بها الخير ، والدعوة الى استخراج وبيان صور الإعلام الإسلامي في القرآن الكريم .

- تقديم الدعم لإخواننا الإعلاميين الطامحين لخدمة الإسلام والمسلمين ، والذين يحملون هم الدعوة الى الله تعالى على وفق المنهج الوسطي المعتدل .

- زيادة اللحمة الوطنية ، واشاعة روح المحبة والوئام والسلام.

ويأتي البحث ليجيب على عدة أسئلة منها:

- هل تخضع المؤسسات الإعلامية لتوجهات معينة محددة، سياسياً، واقتصادياً، واجتماعياً، وفكرياً، أو غير ذلك من الرؤى والإملاءات التي تُفرضُ على وسائل الإعلام؟

- ما هو دور الإعلام في اشاعة روح التعايش السلمي والأمن المجتمعي؟.

- هل من الضروري صناعة وتأصيل الإعلام الرشيد؟

- ما هو مفهوم التعايش السلمي؟.

- هل ان الإعلام قوة حضارية كبيرة؟.

واعتمد البحث على المنهج الاستقرائي ، واقتضت طبيعة البحث الى تقسيمه على مقدمة وثلاثة مباحث وخاتمة وقائمة باهم المصادر والمراجع ، وعلى النحو الآتي :

^١ سورة فصلت / الآية ٤٢ .

المبحث الأول : تعريف الإعلام وبيان نشأته وتطوره ووسائله ، وفيه
ثلاثة مطالب :

المطلب الاول : تعريف الإعلام لغة واصطلاحا

المطلب الثاني : نشأة الإعلام وتطوره

المطلب الثالث: وسائل الإعلام

المبحث الثاني : الإعلام الرشيد صناعة حضارية وسبيل للسلام والوئام.

المطلب الاول : التوجهات الحاكمة للإعلام المعاصر.

المطلب الثاني : تأصيل وتفعيل دور وسائل الإعلام الرشيدة

المبحث الثالث: دور الإعلام في تحقيق التعايش السلمي والأمن

المجتمعي

المطلب الاول : مفهوم التعايش السلمي.

المطلب الثاني : رسالة الإعلام ودوره في تحقيق التعايش السلمي

والأمن المجتمعي

والحمد لله تعالى أولا وآخرا ومنه التوفيق والسداد .

Abstract:

Praise be to Allah and peace and blessings be upon our Prophet Muhammad and his family and companions, and after:

Our Islamic nation is facing a hidden and unprecedented conflict, schemes that aim at its origins and principles, and a day and night to defame them, to blur their identity, to work hard to overthrow the facts, to dilute concepts and to drown Muslim societies in all kinds of desires and suspicions. The arrogant nations relied on their scientific superiority and their power to subjugate peoples and link their capabilities to their interests. They tried to tear apart their unity by spreading the spirit of division and stirring up ethnic and sectarian conflicts. Their biggest weapon used in this heated struggle is the various media. This is how terrible it is from the images of sectarian corruption and the moral deviation that the nation of Islam has become embroiled in, and that it is surrounded by its fire, especially since many of those who are based on these methods are members of the nation who deny their nation and their religion and wish to be a tool for the enemies of the nation and their malicious schemes. And Media's owners are governed by trends of political, economic, moral, and their doctrines and their subordination and other; thus confounded that national grade, and tore the social fabric, and the latest Albulabl and tribulations, comes research to achieve several goals, including:

- Work on rooting media purposeful and rational carrying lofty values and noble goals, gathered and Atafreq, build rather than

destroy, and its foundation of the concepts of the Constitution of the nation immortal saved from the switch and decreases.

- Correction and sponsorship of the march of the Islamic media to serve the benefit and spread good.
- Support for media professionals aspiring to serve Islam and Muslims according to the moderate approach.
- Increasing the national unity, and spreading the spirit of love and peace.

The research comes to answer several questions including:

- Are media institutions subject to certain orientations politically, economically and socially, and intellectually? What is the role of the media in promoting a spirit of peaceful coexistence and community security?

What is the concept of peaceful coexistence? The nature of the research divided it into an introduction and three topics. The first topic dealt with the definition of the media and the statement of its origin, development and means, and it has three demands: First requirement: Definition of the media language and terminology The second requirement: the emergence of the media and its development Third requirement: Media The second topic deals with the rational media industry and a path to peace and harmony, and there are two demands: the first demand: the ruling trends of contemporary media. The second issue: rooting and activating the role of the media and the third topic: the role of media in achieving peaceful coexistence and social security, including two demands: the first requirement:

the concept of peaceful coexistence. The second requirement: the message of the media and its role in achieving peaceful coexistence and social security and then the conclusion and the list of sources, and thank God first and foremost, and from the reconciliation and payment.

المبحث الأول : تعريف الإعلام وبيان نشأته وتطوره ووسائله، وفيه ثلاثة مطالب:

المطلب الاول : تعريف الإعلام لغة واصطلاحاً.

أولاً: الإعلام لغةً .

أصل الإعلام من مادة عِلْم، قال في اللسان: والعِلْمُ نقيضُ الجهلِ عِلْمٌ عِلْمًا وَعِلْمٌ هُوَ نَفْسُهُ وَرَجُلٌ عَالِمٌ وَعَلِيمٌ مِنْ قَوْمٍ عُلَمَاءَ ... وَعِلْمٌ وَعِلْمٌ إِذَا بَالِغَتْ فِي وَصْفِهِ بِالْعِلْمِ أَيْ عَالِمٌ جِدًّا وَهَاءٌ لِلْمَبَالِغَةِ ... وَعَلِمْتُ الشَّيْءَ أَعْلَمُهُ عِلْمًا عَرَفْتُهُ قَالَ ابْنُ بَرِيٍّ: وَقَوْلٌ: عِلْمٌ وَفَقَهُ أَيْ تَعَلَّمَ وَتَفَقَّهُ وَعِلْمٌ وَفَقَهُ أَيْ سَادَ الْعُلَمَاءَ وَالْفُقَهَاءَ ... وَعِلْمٌ بِالشَّيْءِ شَعَرَ يَقَالُ: مَا عَلِمْتُ بِخَبْرٍ قَدُومِهِ أَيْ مَا شَعَرْتُ وَيَقَالُ: اسْتَعْلِمَ لِي خَبْرَ فُلَانٍ وَأَعْلَمْنِيهِ حَتَّى أَعْلَمَهُ وَاسْتَعْلَمَنِي الْخَبْرَ فَأَعْلَمْتُهُ إِيَّاهُ وَعِلْمَ الْأَمْرِ وَتَعَلَّمَهُ أَنْقَنَهُ ... وَيَجُوزُ أَنْ تَقُولَ: عَلِمْتُ الشَّيْءَ بِمَعْنَى عَرَفْتُهُ وَخَبَرْتَهُ وَعِلْمَ الرَّجُلِ خَبَرَهُ وَأَحَبُّ أَنْ يَعْلَمَهُ أَيْ يَخْبُرَهُ وَفِي التَّنْزِيلِ {وَأَخْرَيْنَ مِنْ دُونِهِمْ لَا تَعْلَمُونَهُمْ اللَّهُ يَعْلَمُهُمْ} (١).

وأعلم فلاناً الخبر: أخبره به.. و(العلم) إدراك الشيء على ما هو به.. وقيل: العلم يقال لإدراك الكلي والمركب، والمعرفة تقال لإدراك الجزئي أو البسيط (٢).

ومن هنا يقال: عرفت الله سبحانه دون علمته ويطلق العلم على مجموع مسائل وأصول كلية تجمعها جهة واحدة كعلم الكلام و علم النحو (٣).

مما تقدم يتضح لنا أن خلاصة المعنى اللغوي: أن الإعلام دائر حول الإخبار والتعريف ونقل المعلومات إلى الآخرين عن طريق الكلمة أو غيرها.

ثانياً: الإعلام اصطلاحاً :

للإعلام تعريفات عديدة، مختلفة باختلاف التصورات والأفكار، منها الدقيق القريب، ومنها غير الدقيق البعيد، ونستعرض بعضاً من هذه التعريفات :

^١ لسان العرب: ابن منظور، دارالمعارف- مصر، باب العين مع اللام والميم: ٤ / ٣٠٨٣
السلم على المنطق : العلامة الخضري ، مباحث الالفاظ -ص ١١ بتصرف ،^٢
^٣ المعجم الوسيط: باب العين مع اللام والميم. ٢ / ٦٢٤ .

١- عرفه الدكتور إبراهيم إمام على أنه: "تزويد الناس بالأخبار الصحيحة، والمعلومات السليمة، والحقائق الثابتة التي تساعدهم على تكوين رأي صائب في واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشكلات، بحيث يعبر هذا الرأي تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجماهير واتجاهاتهم وميولهم" (١). فهو تعريف بقضايا العصر وبمشاكله، وكيفية معالجة هذه القضايا في ضوء النظريات والمبادئ التي اعتمدت لدى كل نظام أو دولة من خلال وسائل الإعلام المتاحة داخليا وخارجيا، وبالأساليب المشروعة أيضا لدى كل نظام وكل دولة.

٢- تعريف الدكتور سيد الشنقيطي -: كل قول أو فعل قصد به حمل حقائق أو مشاعر أو عواطف أو أفكار أو تجارب قولية أو سلوكية شخصية أو جماعية إلى فرد أو جماعة أو جمهور بغية التأثير، سواء أكان الحمل مباشراً بواسطة وسيلة اصطلح على أنها وسيلة إعلام قديماً أو حديثاً (٢).

٣- تعريف العالم الألماني "أوتوجروت" للإعلام بأنه: هو التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير ولروحها وميولها واتجاهاتها في الوقت نفسه (٣).
ويقال عن هذا التعريف إنه بيان لما ينبغي أن يكون عليه الإعلام، ولكن واقع الإعلام قد يقوم على تزويد الناس بأكبر قدر من المعلومات الصحيحة، أو الحقائق الواضحة، (٤) فيعتمد على التنوير والتثقيف ونشر الأخبار والمعلومات الصادقة التي تنساب إلى عقول الناس، وترفع من مستواهم، وتنشر تعاونهم من أجل المصلحة العامة، وحينئذ يخاطب العقول لا الغرائز أو هكذا يجب أن يكون.
والخلاصة أن الإعلام عملية اتصال يراد من ورائها بناء معارف المتلقين، أو الميل بهم نحو أهداف محددة، وتتوقف عملية الاتصال صلاحاً وفساداً، حقاً وباطلاً،

١ الإعلام الإسلامي: د. إبراهيم الإمام، ط١ القاهرة، مكتبة الأنجلو المصرية ١٩٨٠، ص ٢٧.
٢ مفاهيم إعلامية من القرآن الكريم: دراسة تحليلية لنصوص من كتاب الله. د سيد محمد ساداتي الشنقيطي، الرياض: دار عالم الكتب ١٩٨٦، ص ١٧ - ١٨.
٣ الإعلام والدعاية، د. عبد اللطيف حمزة، ص ٧٦.
٤ المصدر نفسه، ص ٧٥.

هدى وضلالاً، بحسب نوعية ما يتم إرساله من المعلومات، والقالب الذي تصاغ فيه الرسالة، وعلى هذا النحو يستطيع المرء الحكم على وسائل الإعلام والتمييز بينها.

المطلب الثاني : نشأة الإعلام وتطوره :

نشأ الإعلام منذ ظهرت الحاجة إلى نقل المعلومات وتبادلها، أي مع بدء الحياة الاجتماعية للإنسان (١)، فالإعلام حاجة بشرية لاغنى عنها، ويمكن لنا أن نتلمس بداياته مع البدايات الأولى للخلق حين خلق الله سبحانه آدم - عليه السلام - وعلمه الأسماء كلها وأمره أن ينبئ الملائكة بأسمائهم قال الله تعالى {وَعَلَّمَ آدَمَ الْأَسْمَاءَ كُلَّهَا ثُمَّ عَرَضَهُمْ عَلَى الْمَلَائِكَةِ فَقَالَ أَنْبِئُونِي بِأَسْمَاءِ هَؤُلَاءِ إِنْ كُنْتُمْ صَادِقِينَ* قَالُوا سُبْحَانَكَ لَا عِلْمَ لَنَا إِلَّا مَا عَلَّمْتَنَا إِنَّكَ أَنْتَ الْعَلِيمُ الْحَكِيمُ* قَالَ يَا آدَمُ أَنْبِئْهُمْ بِأَسْمَائِهِمْ فَلَمَّا أَنْبَأَهُمْ بِأَسْمَائِهِمْ قَالَ أَلَمْ أَقُلْ لَكُمْ إِنِّي أَعْلَمُ غَيْبَ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ وَأَعْلَمُ مَا تُبْدُونَ وَمَا كُنْتُمْ تَكْتُمُونَ } (٢). فهذه الآيات يستفاد منها أن الإنسان عرف الإعلام من أول وهلة في الحياة، وكان يمارسه بطرق فطرية ألهمه الله تعالى بها وعلمه إياها.

ومنذ بدايات وجود الانسان، ظهرت طرق التعبير متتابعة عن التصورات والأفكار، وكيفية الإخبار عن كل ما يحيط بالإنسان من أحوال ومتغيرات، فحين لا تسعف الإنسان اللغة في التعبير عن مراده يستخدم الحركات والأصوات مثل: الإشارة، وإشعال النار، ودق الطبول وغير ذلك من الأمور البدائية التي لا يزال بعضها مستخدماً إلى عصرنا هذا (٣).

كما يسهل علينا ملاحظة البعد الاجتماعي في حياة الإنسان، الذي خلق ليتعارف ويتعاطى مع البشر من حوله، ويأنس بهم ويتشوق إلى معرفة أخبارهم، والاطلاع على أحوالهم وقد أشار الله تعالى إلى ذلك بقوله سبحانه {يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَى وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتْقَاكُمْ إِنَّ

١ مدخل إلى علم الصحافة: د. فاروق أبو زيد، عالم الكتب - مصر - ١٩٨٦، ص ١٤.

٢ البقرة / الآيات (٣١ - ٣٣).

٣ الإعلام الإسلامي في مواجهة الإعلام المعاصر: أستاذ عبد الله قاسم الوشلي، ص ١٦. بتصرف

اللَّهُ عَلِيمٌ خَبِيرٌ} (١). فخلقهم - سبحانه وتعالى- ليتعارفوا ويتواصلوا لا ليتفاخروا ويتقاطعوا.

ولقد تنوعت سبل الاتصال بالآخرين وإبلاغ الأخبار بتنوع الثقافات والحضارات وتوقفت طرق الإعلام على مدى الرقي الحضاري والازدهار المعرفي.

ولو عدنا إلى الحضارات الإنسانية القديمة، وما وصل إلينا من آثارهم الباقية، سنجد أنهم استخدموا الإعلام في علاقاتهم وفي تسيير شؤونهم وفي توثيق مناحي حياتهم، فقد تبادل الناس المعلومات في البداية مشافهة. ونقل العدّاؤون الرسائل الشفوية لمسافات بعيدة. واستخدم الناس قرع الطبول وإشارات الدخان وإشعال النار للاتصال بالآخرين. ثم استحدث السومريون الكتابة بالصور في نحو عام ٣٥٠٠ ق.م. ثم اخترعت الكتابة لتصبح وسيلة الاتصال، وتضع حدًا لعصر ما قبل التاريخ؛ إذ بالكتابة بدأت حقبة التاريخ المكتوب. وأتقن البابليون وقدماء المصريين فنون الإعلام فكتبوا على أوراق البردي، ونقشوا على جدران معابدهم. وفي العصر الروماني تمثل الإعلام في الخطابة والملاحم والمناقشات، وفي الجزيرة العربية اتخذ الإعلام مظاهر عديدة مثل المنتديات والأسواق وحلبات السباق. وكانت دار الندوة في مكة المكرمة المقر الإعلامي لقريش. وأبقى الإسلام على القصيدة الشعرية وفن الخطابة إلا أن القرآن الكريم والأحاديث النبوية كانت وسيلته الإعلامية الأولى. وازدهرت مهنة الناسخين والمترجمين في العصر العباسي الأول. وفرضت الحروب، في العصور الوسطى الأوروبية، على الحكام استخدام وسائل الإعلام المتاحة كالخطابة وتبادل المعلومات لتحقيق النصر (٢).

وقد ذهب بعض العلماء (٣) والباحثين إلى قياس تطور حياة البشر من خلال تطور وسائل وأدوات الاعلام، فقسموا تاريخ البشرية لمراحل تبعاً لمراحل تطور

^١ سورة الحجرات / الآية ١٣.

^٢ الأسس العلمية لنظريات الإعلام. د جيهان رشتي ص ١٣

^٣ ماكلوهان، مارشال (١٩١١: ١٩٨٠م). أستاذ وكاتب كندي أحدثت نظرياته في وسائل الاتصال الجماهيري جدلاً كبيراً، فهو يرى أن أجهزة الاتصال الإلكترونية - خاصة التلفاز - تُسيطر على حياة الشعوب، وتؤثر على أفكارها ومؤسستها. قام ماكلوهان بتحليل التأثيرات التي

وسائل الاعلام، وهو ما يطلق عليه (التفسير الاعلامي للتاريخ)، وهو التفسير الذي يقسم التطور الاجتماعي للبشرية على ضوء تطور وسائل الاعلام، وهذه المراحل كالتالي:

- المرحلة السمعية في التاريخ (النفخ في الأبواق والمنادين).
- المرحلة الخطية (النقش والرسم على جدران المقابر والمعابد والقصور والكتابة المنسوخة على الجلود أو الورق).
- المرحلة الطباعية (الصحف).
- المرحلة الالكترونية (الراديو والتلفزيون والفيديو واستخدامات الكمبيوتر والأقمار الاصطناعية في الاعلام) (١).

فعلى مر الزمن تطور الإعلام، وتطورت وسائله وأساليبه وأدواته وأصبح واقعاً لا يمكن لبني البشر أن يتخلوا عنه، بل وأصبح الإعلام هو المحرك الأساسي للرأي العام والمرآة العاكسة للأحداث. وكانت وسائل الإعلام المكتوبة ولاسيما الصحافة إلى عهد قريب هي المسيطر الأساسي على اهتمام الجماهير، وساعد إنشاء الخدمات البريدية على سرعة وصول الصحف إلى المشتركين، وكذلك سرعة وصول الأخبار من مختلف الأماكن إلى البلد الذي تصدر فيه الصحيفة. ومع قيام الثورة الصناعية مطلع القرن العشرين، كان الإعلام أكبر المستفيدين منها، بإيجاد وسائل إعلامية أكثر سرعة من الوسائل الإعلامية التقليدية المتوفرة لديهم. وبدأ عصر التكنولوجيا الإعلامية التي أحدثت نقلة واسعة وسريعة في مفهوم وأهمية الإعلام، وغيرت في نمط أدواته، حتى صار الإعلام اليوم جزءاً مهماً من نشاطنا وحياتنا اليومية، وصار المواطنون أكثر ارتباطاً بوسائل الإعلام التي صارت تتفنن في نقل الأخبار والمعلومات ومتابعتها.

ثم جاء اختراع الراديو الذي كان وما زال وسيلة مهمة من وسائل الإعلام والاتصال، وانتشرت في أصقاع العالم الإذاعات التي سارعت الدول إلى إنشائها

تحدثها وسائل الإعلام في الناس والمجتمع من خلال مؤلفاته مثل العروس الميكانيكية (١٩٥١)،
مجرّة جوتنبرج (١٩٥٢)؛ فهم وسائل الاتصال (١٩٦٤)؛ الإعلام هو الرسالة (١٩٦٧)؛
الحرب والسلام في القرية العالمية.

^١ مدخل إلى علم الصحافة. ص ٤٣: ٤٥. بتصرف

بعد أن تيقنت أهميتها خاصة بعد الدور الكبير الذي لعبته في الحرب العالمية الأولى والثانية وبالأخص الإذاعات الموجهة، وأصبح الراديو منافساً كبيراً للصحافة لكنه لم يقض على وجودها بل زاد من أهميتها. وفي منتصف القرن الماضي كانت الثورة الصناعية في أوج قمتها، وقد أثمرت أخطر اختراع في وقتها وهو التلفزيون والذي أدى بشكل مباشر إلى تغيير الكثير من المفاهيم والأسس الاجتماعية في حياتنا أكثر من وسائل الإعلام المختلفة .. وظل العالم مبهوراً بهذه الشاشة الصغيرة المرئية .. ولا يزال .. وتطور التلفاز وتعددت أغراضه ووسائله، ومع ثورة الأقمار الاصطناعية انتقلت فكرة التلفزيون من مجرد شاشة محلية إلى محطات وقنوات فضائية يتابعها ملايين البشر وتنقل الأخبار والأحداث أولاً بأول للمتلقي من موقع الحدث.

ولم تقف تكنولوجيا الإعلام عند هذا الحد، بل تخطته بمراحل كثيرة .. وكان الإعلام دائماً من أكثر المستفيدين من تطور عقل بني البشر ... ومع ظهور الانترنت أصبح الإعلام بلا منازع أهم وأخطر صناعة تسعى دول العالم جميعها لامتلاكها.

المطلب الثالث: وسائل الإعلام

أولاً : تعريف الوسائل لغةً واصطلاحاً:

هي جمع وسيلة، والوسيلة ما يتقرب به إلى غيره، ويقال: توسل إليه بوسيلة إذا تقرب إليه بعمل (١) . وعندما يطلق هذا اللفظ اليوم ينصرف الذهن مباشرة إلى وسائل الإعلام الجماهيرية (الصحافة، الإذاعة، .. إلخ) ولكن الوسيلة في الاصطلاح الإعلامي أعم من هذا التخصيص كثيراً، فكل أداة لنقل المعنى إلى الناس هي في الحقيقة وسيلة إعلام، أو هي القناة التي يعبر منها المعنى إلى الناس، وهي في أساسها الكلمة أو القول" (٢).

^١ مختار الصحاح باب الواو مع السين واللام. ص ٦٣٦. مكتبة لبنان. / المعجم الوسيط. باب الواو مع السين واللام ١٠٣٢ / ٢

^٢ الأسس الفكرية للإعلام: د سيد محمد ساداتي الشنقيطي، ط الأولى. دار الحضارة للنشر والتوزيع، ص ٣٩ - ٤٠ .

ثانيا : أنواع وسائل الإعلام:

١- وسائل إعلام مطبوعة مثل :

- صحف.
- مجلات.
- كتب.
- دوريات، ونشرات ومطويات.

٢- وسائل إعلام سمعية:

- إذاعات.
- تسجيلات صوتية. وغيرها من الوسائل التي تعتمد على الصوت وحده.

٣- وسائل إعلام مسموعة ومرئية:

- التلفاز.
- السينما.
- المسرح
- الإنترنت: وسيلة إعلام مطبوعة، مرئية، ومسموعة

ثالثا : أهمية وسائل الإعلام :

تتمتع وسائل الإعلام أو الاتصال الجماهيري بعامة، المسموعة والمرئية والمكتوبة، بأهمية خاصة في جميع أنحاء العالم، لما لها من تأثير مباشر وفوري على الجمهور في كافة المجالات والميادين. وكثيرا ما يطلق على وسائل الإعلام المختلفة عبارة " السلطة الرابعة " بعد السلطات التنفيذية والتشريعية والقضائية وذلك كناية عن دورها المميز في المجتمع. ولكل وسيلة من وسائل الإعلام مميزات تختلف عن الأخرى حسب النوع أو الشكل: فالصحف والمجلات تمتاز بميزة لا يمكن لوسائل الإعلام الأخرى أن تتمتع بها وهذه الميزة تتمثل في إمكانية الاحتفاظ بالصحيفة أو المجلة أو النشرة لدى الإنسان العادي لفترة زمنية أطول (١).

^١ وسائل الاتصال نشأتها وتطورها. د محمد منير حجاب، ط الأولى. دار الفجر للنشر والتوزيع ٢٠٠٨، ص٥٩؛ الأسس العلمية لنظريات الإعلام. د جيهان رشتي ص ٢٤٠ - ٢٤٢

والإعلام الإذاعي (المسموع) له تأثير ووقع على الأذن، وتتميز الخدمة الإذاعية بكونها يمكنها الوصول إلى المستمع المفترض بأقصر فترة زمنية محددة بكلفة أقل للفرد والجماعة على السواء (١).

أما الإعلام المرئي والمسموع (التلفزيون)، يجتذب العين والأذن في الوقت نفسه، وتعود زيادة قوة التأثير في الإعلام المرئي إلى كونه ينقل الصوت والصورة المرافقة له وكأن المشاهد يرى ما يحدث عن قرب. فالفضائيات تخترق الحدود الطبيعية والجغرافية دون رقيب سياسي أو عسكري (٢).

رابعاً : وظائف وسائل الإعلام :

لوسائل الإعلام ست وظائف رئيسة هي:

١- إخبارية :

تنقل الأحداث والقضايا المهمة، وتتابع تطوراتها وانعكاساتها على المجتمع، ويكاد المضمون الإخباري يشكل النسبة الرئيسية السائدة اليوم في وسائل الإعلام التي يفترض أن تقوم بتغطية تلك الأحداث بحيادية ودقة ومصداقية، لكي تحظى باحترام الجمهور.

٢- اجتماعية :

تهتم بالمجتمع وما يحيط به من ظواهر وأحداث وتنمية العلاقات البينية التي تتولى تعميق الصلات الاجتماعية وتوثيقها، فعندما تقدم الصحف كل يوم أخباراً اجتماعية عن الأفراد أو الجماعات أو المؤسسات

الاجتماعية والثقافية فإنها بذلك تكون همزة وصل يومية تنقل أخبار الأفرح والأحزان، وليست هذه الصفحات بصفحات عابرة وغير مهمة في الصحف، بل إنها وسيلة للاتصال الاجتماعي اليومي بين جميع فئات الجماهير.

٣ - تربية ثقافية :

١ - المصدر نفسه ، ص ١٧٨ - ١٧٩؛ الأسس العلمية لنظريات الإعلام. د جيهان رشتي ،ص ٢٤٣

٢ المصدر نفسه، ص ٢٣١؛ الأسس العلمية لنظريات الإعلام. د جيهان رشتي ،ص ٢٤٤

تتضمن تعلم مهارات جديدة وزيادة الثقافة والمعلومات فالتثقيف العام هدفه زيادة ثقافة الفرد بواسطة وسائل الإعلام وليس بالطرق والوسائل الأكاديمية التعليمية، والتثقيف العام يحدث في الإطار الاجتماعي للفرد وسواء أكان ذلك بشكل عفوي وعارض أو بشكل مخطط ومبرمج ومقصود.

٤- ترفيحية ترويجية :

تساعد الفرد على الاستمتاع بوقته، وتوفير سبل التسلية وقضاء أوقات الفراغ، وفي الحالتين تأخذ وسائل الإعلام في اعتبارها مبدأ واضحاً وهو أن برامج الترفيه والتسلية ضرورية لراحة الجمهور ولجذبه إليها؛ وحتى في مجال الترفيه هناك برامج وأبواب ترفيه موجهة، يمكن عن طريقها الدعوة إلى بعض المواقف، ودعم بعض الاتجاهات، وهذا يتطلب بالطبع أساليب مناسبة من جانب وسائل الإعلام.

٥- تسويقية :

تشتمل على الإعلان والدعاية فتقوم وسائل الإعلام بوظيفة الاعلان عن السلع الجديدة التي تهتم المواطنين، كما تقوم بدور هام في حقول العمل والتجارة، وتستطيع وسائل الإعلام على تنوعها من صحافة وتلفزيون وأحيانا إذاعة أن تقوم بمهمة التعريف بما هو جديد وتقديمه إلى الجمهور وعرض فوائده وأسعاره وحسناته بشكل عام ..

٦- إقناعية توجيهية :

تهدف إلى تكوين المواقف والاتجاهات والسلوك، أو تأكيدها وتعزيزها خشية أن تؤثر عليها مستجدات طارئة أو حملات إعلامية أخرى مضادة، وكلما كانت المادة الإعلامية ملائمة للجمهور لغة ومحتوى، ازداد تأثيرها، وحققت المراد منها (١).

بعد استعراض وظائف وسائل الإعلام، يتضح لنا الدور الكبير الذي تلعبه تلك الوسائل، في شتى مناحي الحياة، من تعليم وتربية، وتوجيه وإقناع، وتنمية وتسويق، وتثقيف وترفيه، واتصال اجتماعي يعمق الصلات ويوثقها بين أفراد المجتمع.

^١ وسائل الاتصال نشأتها وتطورها. د محمد منير حجاب. ص: ٩ - ١٢، الأسس العلمية لنظريات الإعلام. د جيهان رشتي ص ٣٣٢ - ٣٤٠. بتصريف من المصدرين

المبحث الثاني : الإعلام الرشيد صناعة حضارية وسبيل للسلام والوئام.

المطلب الاول : التوجهات الحاكمة للإعلام المعاصر.

على الرغم من الاختلاف الكبير الذي انقسم إليه الجمهور حول مصداقية وسائل الإعلام يبقى الإعلام أهم وسيلة يتعامل معها البشر ولا يستطيعون الخلاص من تأثيرها ، فالإعلام ركيزة أساسية وقوة حضارية كبيرة ، وقد تبوأ الإعلام مكانة خطيرة في عصرنا الحاضر، وتنافست في مجالاته الدول، فسارعوا إلى تشييد صروحه، وتوفير كوادره المدربة، وتسخير قدراتهم المادية لدعم المؤسسات الإعلامية التي تخدم أهدافهم المعلنة منها والخفية، ذلك أنهم بوسائل الإعلام يغزون الأمم، يذوبون هوياتها، ويسيطرون على العقول ويتلاعبون بالقيم، يوجهون ويؤيدون السياسات التي توافق مخططاتهم وتحقق مصالحهم، وتمادوا في هذا تماديا عظيماً، حتى غلب على الإعلام صبغة كئيبة، ومناهج منحرفة، وأساليب ملتوية، تروج للشرور والآثام، تنكر المعروف، وتحثي بالمنكر، وتنتشر الإباحية والفساد. وعلى هذا الطريق المُستَغْرِبِ سارت وسائل الإعلام، ففرخت فراخاً من أبواق الضلالة وأعلام الغواية؛ التي حصدت شعوبنا الإسلامية من جرائها الضعف والهوان والتمزق ، بسبب التعلق بالشهوات ونشر الشبهات، فكم من شعوب خلعت تعاليم الإسلام، وتحولت إلى مسخ بين الخلق فلا دنيا أقاموا ولا ديناً أبقوا. ومن هنا وجب علينا معرفة التوجهات الحاكمة للإعلام المعاصر (النظريات الإعلامية). والحديث عن التوجهات الحاكمة للإعلام أو استخدام تعبير نظريات الإعلام في مجمله انعكاس للحديث عن أيديولوجيات (١) ومعتقدات اجتماعية واقتصادية، وترتبط النظريات بالسياسات الإعلامية في المجتمع، من حيث مدى التحكم في الوسيلة من الناحية السياسية، وفرص الرقابة عليها وعلى المضمون الذي ينشر أو يذاع من خلالها، فهل تسيطر عليها الحكومة أم لها مطلق الحرية أم تحددها بعض القوانين. فنظريات الإعلام هي: خلاصة نتائج الباحثين والدارسين للاتصال

^١ الأيديولوجيا: هي رؤية فكرية للحياة بكل تفاصيلها، وأبعادها، نابعة من مصادر فكر الأمة التي يمارس فيها الإعلام، بها توزن الأفكار والآراء، وتزكى العواطف والمشاعر، ومن خلالها تعرض الأحداث بتفسيراتها وتحليلاتها. الأسس الفكرية للإعلام (أيديولوجيا الإعلام). ص ٩،

الإنساني بالجماهير بهدف تفسير ظاهرة الاتصال والإعلام ومحاولة التحكم فيها والتنبؤ بتطبيقاتها وأثرها في المجتمع، وهي أربع نظريات أساسية (١):

١. نظرية السلطة:

وترى أن الشعب غير جدير بتحمل المسؤولية، وأن السلطة ملك للحاكم أو من يقوم مقامه، وأنه ينبغي أن تظل وسائل الإعلام خاضعة للسلطة الحاكمة. ومن الأفكار الهامة في هذه النظرية أن الشخص الذي يعمل في الصحافة أو وسائل الإعلام الجماهيرية، يعمل بها كامتياز منحه إياه الزعيم الوطني ويتعين أن يكون ملتزماً أمام الحكومة والزعامة الوطنية.

٢. نظرية الحرية:

وترى هذه النظرية أن الفرد يجب أن يكون حراً في نشر ما يعتقد أنه صحيح عبر وسائل الإعلام، وترفض هذه النظرية الرقابة أو مصادرة الفكر. ومن أهداف نظرية الحرية تحقيق أكبر قدر من الربح المادي من خلال الإعلان والترفيه والدعاية، لكن الهدف الأساسي لوجودها هو مراقبة الحكومة وأنشطتها المختلفة، كما أنه لا يمكن بأي حال من الأحوال أن تمتلك الحكومة وسائل الإعلام؛ وتتميز هذه النظرية أن وسائل الإعلام وسيلة تراقب أعمال وممارسات أصحاب النفوذ والقوة في المجتمع، وتدعو هذه النظرية إلى فتح المجال لتداول المعلومات بين الناس بدون قيود من خلال جمع ونشر وإذاعة هذه المعلومات عبر وسائل الإعلام كحق مشروع للجميع.

٣. نظرية المسؤولية الاجتماعية:

تقوم هذه النظرية على ممارسة العملية الإعلامية بحرية قائمة على المسؤولية الاجتماعية، ويرى أصحاب هذه النظرية أن الحرية حق وواجب ومسؤولية في نفس الوقت، ومن هنا يجب أن تقبل وسائل الإعلام القيام بالتزامات معينة تجاه المجتمع، وأن التدخل في شؤون وسائل الإعلام يمكن أن يكون مبرراً تحقيقاً للمصلحة العامة؛ أضف إلى ذلك أن الإعلاميين في وسائل الاتصال يجب أن يكونوا مسؤولين أمام

^١ مدخل إلى علم الصحافة. ص ٩٧-١١١. بتصرف

المجتمع بالإضافة إلى مسؤولياتهم أمام مؤسساتهم الإعلامية. وتهدف هذه النظرية إلى الإعلام والترفيه الحصول على الربح إلى جانب الأهداف الاجتماعية الأخرى.

٤. النظرية الاشتراكية:

إن الأفكار الرئيسة لهذه النظرية يمكن إيجازها في أن الطبقة العاملة هي التي تمتلك السلطة في أي مجتمع اشتراكي، ولا بد أن تسيطر على وسائل الإنتاج الفكري التي يشكل الإعلام الجزء الأكبر منها. وفي هذه النظرية تخضع وسائل الإعلام للرقابة الصارمة، وتقدم رؤية كاملة للمجتمع والعالم طبقاً للمبادئ الشيوعية. والحزب الشيوعي هو الذي يحق له امتلاك وإدارة وسائل الإعلام من أجل تطويعها لخدمة الشيوعية والاشتراكية. ومما سبق نخلص إلى أنه ليس من وسيلة إعلامية تعمل من فراغ بلا هدف، أو منهج؛ فكل منهج وغايات، فكرية كانت أو مادية، دينية كانت أو دنيوية، ربحية كانت أو غير ربحية، و من هنا نطرح سؤالاً مهماً: أين دور إعلامنا العربي والإسلامي من ذلك كله؟ وماهي منطلقاته؟ وما أهدافه؟ وما وسائله؟ .

المطلب الثاني : تأصيل وتفصيل دور وسائل الإعلام الرشيدة.

نتيجة للتأثير الهائل للإعلام في عصرنا الحاضر ، والانحراف الكبير في بوصلة كثير من وسائل الإعلام ، وظهور العديد من وسائل الإعلام وانتشارها، والتنافس الشديد بينها على كسب جمهور المتلقين ، ظهرت الحاجة الماسة لتأصيل وسائل إعلام عربية وإسلامية رشيدة ، ووضع الأطر الشرعية لعملها وربطها بإحكام بمقاصد الشريعة من الكتاب والسنة. وفي خضم هذه الظلمات المدلهمة، والمخاض العسير الذي تمر به هذه الأمة، لا بد من بزوغ نجم إعلام جديد، إعلام رضي بالله سبحانه رباً، وبالإسلام ديناً، وبمحمد عليه الصلاة والسلام نبياً، وبشريعته دستوراً، يروم إصلاح الخلل، وسد النقص، وترشيد مسيرة الأمة، وإعادة الوعي لأفرادها، من خلال إظهار محاسن دين الإسلام، ورد المجتمعات إلى الصراط المستقيم، والخلق القويم ، ويعتمد في هذا السبيل على كتاب رب العالمين، وهو الحجة والدليل، وسنة سيد المرسلين عليه أتم الصلاة والتسليم، ورغم كل الجهود العظيمة المبذولة؛ يبقى هذا المجال الجسيم ميداناً مفتوحاً، محتاجاً إلى تكاتف

جهود الأمة، لدعمه وعونه، مع السعي لتأصيله وربطه الرباط القوي بالعروة الوثقى وحبل الله المتين، وفيه الهدى والنور والبيان لمنطلقاته وغاياته وصوره وأساليبه.

ومما تميّز به الإعلام القرآني أن له خصائص تفرّد بها عن غيره من سائر اتجاهات الإعلام الأخرى، منها : أنه رباني، وأنه يعتمد الحقائق مصدراً وحيداً، والمصدقية، والبرهنة العقلية للإقناع، والانحياز التام لمكارم الأخلاق، والتفاعلية الإيجابية مع الأحداث، وكامل العدالة والإنصاف، وهي ما يعبر عنها الآن بالشفافية الكاملة والموضوعية التامة، وتنوع وسائله ، ومنها: تنوع الخطاب، والقصص، وضرب الأمثال، والتكرار، والجدال، والحوار مع المخالفين، والترغيب والترهيب.

كما وتنوعت صور الإعلام في القرآن الكريم الى عدة صور منها : الإعلام العقدي، والسياسي، والعسكري، والاقتصادي، والاجتماعي، والثقافي، ولكل نوع حقيقته، وأهدافه ، وخصائصه، وأساليبه ، والصور المتنوعة له (١).

وقد ظهرت مؤسسات إعلامية تتخذ الإسلام مرجعاً لها، تعمل على وفق ضوابطه، وتلتزم بأحكامه، وفرح المسلمون الصادقون بها، وتأمّلوا فيها الخير، وانتظروا منها بيان حقائق الإسلام وصفاء عقيدته ونقاء شعائره ومثانة شريعته وصلاحيته لكل زمان ومكان. ولقد تنادى المخلصون من أبناء الأمة بضرورة دعم هذا الكيان الإعلامي الإسلامي، إيماناً منهم بخطورة وسائل الإعلام، ومسيب الحاجة إليها، حفاظاً على الهوية، وصيانة للمجتمعات المسلمة من الأفكار المنحرفة والهجمات الحاقدة على دين الأمة عقيدة وشريعة ، وهذه أهم النقاط التي يجب اعتمادها لتحقيق ذلك :

أولاً: لوسائل الإعلام الأثر الكبير في إيجاد الرأي العام الذي هو أساس الإعلام ، فههدف الإعلام الأول إيجاد الرأي العام أو توجيهه نحو قضية ما أو وجهة نظر

^١ ينظر : صور الإعلام الإسلامي في القرآن الكريم - دراسة في التفسير الموضوعي: عاطف إبراهيم المتولي رفاعي ، إشراف فضيلة الدكتور: حاتم محمد منصور مزروعة، رسالة ماجستير، قسم التفسير وعلوم القرآن، كلية العلوم الإسلامية، جامعة المدينة العالمية (ماليزيا) ، عام النشر: ١٤٣٢ هـ - ٢٠١١، المقدمة بتصرف

مطلوبة وتأثير الإعلام في الرأي العام راجع إلى اتصاله المباشر بال جماهير على اختلاف طبقاتهم ومستوياتهم الثقافية، ورجل الإعلام الناجح هو الذي يعرف نفسية الجماهير ورغباتهم ويحاول توجيهها لمصالح فكرته ومؤسسته ، ودخول وسائل الإعلام كل بيت بغير استئذان، وعرضها للفكرة بوسائل الإقناع المختلفة في أوقات النهار المختلفة يجعل لها التأثير البالغ على عقول الجماهير وإيجاد الرأي العام في الأمة. ومن هنا كانت خطورة أجهزة الإعلام وأهميتها البالغة إيجاباً أو سلباً، ومن هنا كان على العلماء في البلاد الإسلامية واجب كبير في توجيه هذه الأجهزة والسيطرة عليها حتى تكون معبرة عن عقيدة الأمة وحضارتها، داعية إليها بالحكمة والموعظة الحسنة، وهذا يقتضي أن تكون لهذه الأجهزة رسالة وفلسفة واضحة تلتقي مع رسالة أجهزة التوجيه الأخرى في المجتمع وهي: المسجد والمدرسة والصحافة والكتاب، حتى لا تتناقض هذه الأجهزة ولا يهدم جهاز ما بينيه الآخر، ولا تحدث الصراع والتمزق في نفوس أبناء الأمة. كما يقتضي حسن اختيار العاملين في هذه الأجهزة كفاية وديناً وخلقاً ليكون رجال الإعلام القدوة الحسنة لما يدعون إليه الناس بسيرتهم وخلقهم، ولتكون دعوتهم مؤثرة فاعلة في الجماهير. إن انفصال رجل الإعلام عن قيم الإسلام وأخلاقه بسيرته وسلوكه جريمة كبرى في أي بلد إسلامي تجعل من اللص (محافظةً على بيت المال) . (والمجرم) مسؤولاً عن حفظ الأمن!! كما تقيم الهوة السحيقة بين أجهزة الإعلام وثقة الناس بها. ومن هنا كان من أعظم الواجبات التي يجاهد لتحقيقها العلماء إنقاذ أجهزة الإعلام من التوجيه الفاسد المنحرف في البلاد الإسلامية. والقيام بمسؤولياتهم في توجيه الأمة من خلالها بلغة العصر وأسلوبه وكفايته (١).

ثانياً : من أهم وظائف الرأي العام في المجتمع الإسلامي رفع الروح المعنوية عند الجماهير التي تكونه، لأن وحدة الجماعة المسلمة على رأي واحد من شأنه أن

^١ الرأي العام في المجتمع الإسلامي: إبراهيم زيد الكيلاني، الجامعة الإسلامية بالمدينة المنورة الطبعة: السنة السادسة عشرة، العدد الواحد والستون، محرم- صفر - ربيع الأول ١٤٠٤هـ/ ١٩٨٤م، (٢٥٠-٢٤٩/١).

يبرز قوة هذه الجماعة وتعاونها، ويعطيها الزاد والقوة على تحقيق أهدافها مهما بلغت التكاليف.

ثالثا : ومن المهم أيضا إشراك الجمهور في العملية الاتصالية والحوار المفتوح: وهذا الأسلوب الحوارى في الإعلام له أثره الفعال في تحقيق الإقناع والإقتناع ، وهذا ما تؤكدته الدراسات الاتصالية، حيث تعد من مؤهلات الإقناع بالرسالة الإعلامية إشراك الجمهور المتلقي في العمل الإعلامى (١) . كما أن الدراسات الإعلامية تؤكد أيضا على احترام إرادة الإنسان وحرية الاتصالية، والحوار، والمناقشة (٢) . فالإعلام إنما يكون للناس وليس للقائم بالاتصال، فإذا كان الناس لا يستمعون للقائم بالاتصال، وإذا كان لا يقرأ رسائله إلا هو فالسكوت له أفضل من صرخة في واد. ومن أهم عوامل الإقناع في الاتصال القدرة على بث الثقة في الجمهور وهذا يعني ثقة القائم بالاتصال بما عنده، وبقيمه، وأهدافه، وغاياته السامية، وثقة الناس في صدقه، وأمانته، وعدله، وهذه الدلالة تؤكد على أهم مؤهلات القائم بالاتصال ، والقدرة كذلك على إحكام الاتصال ، وهذا يعني تنظيم طرح حقائق ومضامين الاتصال، إذ إن لكل حقيقة في الإسلام حدا لا ينبغي أن تتجاوزه، والمساواة بينها في الطرح الإعلامى من أهم أسباب الاضطراب في عملية الاتصال، وإحكام الاتصال غاية الحكمة لذلك عرف ابن القيم الجوزية الحكمة بقوله: هي " أن يعطى كل شيء حقه، ولا تعديه حده، ولا تعجله عن وقته، ولا تؤخره عنه.. ثم يقول: وهذا حكم عام لجميع الأسباب مع مسيبتها شرعا وقدرًا ، فإضاعتها تعطيل للحكمة بمنزلة إضاعة البذر وسقي الأرض، وتعدي الحق كسقيها فوق حاجتها، بحيث يغرق البذر والزرع ويفسد، ويعجلها عن وقتها كحصاده قبل

^١ ينظر: الاتصال وبحوث التأثير - دراسات الاتصال الجماهيري: د. حمدي حسن أبو العينين ، (القاهرة: كويك حمادة للطباعة، ١٩٩٣م) ص: ٤١ .؛ المدخل في الاتصال الجماهيري: د. عصام سليمان موسى، ط / ١، (أربد: مكتبة الكتاني، ١٩٨٦م) ص: ١٤٨ ؛ الحق في الاتصال تقرير عن الوضع الحالى: ديز موند فيشر ، ترجمة: محمد فتحي، (باريس: مكتب مطبوعات اليونسكو، ١٩٨٢م) ص: ٣.

^٢ ينظر : الحرية الإعلامية في ضوء الإسلام، (الرياض: عالم الكتب، ١٤١٢هـ) ص: ٥٥؛ وظيفة الإخبار في سورة الأنعام: د. سيد محمد الساداتى، (الرياض: عالم الكتب، ١٤١٠هـ) ، ص: ٣٥٢.

إدراكه كماله " (١) والحكمة إذا فعل ما ينبغي على الوجه الذي ينبغي في الوقت الذي ينبغي.

رابعاً : كما يجب ربط الطرح الإعلامي بمسلمات الأمة ، وذلك لأن الإطار المرجعي يقوم بتمرير المعلومات والمعارف المقبولة بناء على أساس المخزون المعرفي الذي تكون نتيجة العوامل الثقافية المؤثرة على شخصية الإنسان، بالإضافة إلى قيم المرء الدينية وتقاليده الاجتماعية، ولذلك فإنه ينبغي على القائم بالاتصال مراعاة الرواسب الفكرية والاجتماعية (٢) التي تكون الإطار المرجعي، حتى يقرر الإطار المرجعي قبول هذه المعلومات، ومن ثم تمثلها واختزانها، لتكون نظاماً معرفياً، يحكم مواقفه وسلوكه (٣) . وقد جاءت دلالة الطرح الإعلامي بالمسلمات العقلية والفكرية والاجتماعية عندما بدأ الرسول صلى الله عليه وسلم خطبة الصفا بقوله: " يا صباحاه "، وهذا الهاتف له دلالة في مجتمع القبائل والعشائر التي يغير بعضها على بعض لأتفه الأسباب، هذه الكلمة تعني: الجيش صبحكم أو مساكم ، " يا بني فلان، يا بني فلان " يدعو العشائر القرشية بأحب الأسماء إليها، وبما تعارفوا عليه في مجتمعهم، ليثير فيهم النخوة والحمية، ثم يوجه لهم الخطاب والطرح الإعلامي من خلال مسلمة في أدمغتهم، وحتى يلزمهم بالحجة العقلية بدأ بسؤالهم: «أرأيتم لو أخبرتكم أن خيلاً تخرج بسفح هذا الجبل أكنتم مصدقي؟» قالوا: ما جربنا عليك كذبا. قال: " فإنني نذير لكم بين يدي عذاب شديد "«(٤) فما تفوه أحد بكلمة إلا من سبقت عليه الشقاوة في الدنيا والآخرة أبو لهب عليه لعائن الله.

^١ مدارج السالكين : ابن قيم الجوزية، (القاهرة: دار الحديث، دت) ، ج ٢ص: ٤٩٩ .
^٢ ينظر: الرواسب الفكرية والاجتماعية عند الداعية وأثرها على دعوته ، الدكتور زيد بن عبد الكريم الزيد، ، مجلة جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، العدد: ١٢ ، ص ٢٠-٤٦ ، ١٤١٥هـ، ص: ١٩-٥٤ .
^٣ ينظر: المدخل في الاتصال الجماهيري: الدكتور عصام سليمان موسى، ، ط / ١ ، أربد، الأردن، مكتبة الكتاني، (١٩٨٦م) ص: ٥٩-٦٠ .
^٤ الجامع المسند الصحيح المختصر من أمور رسول الله صلى الله عليه وسلم وسننه وأيامه = صحيح البخاري: محمد بن إسماعيل أبو عبد الله البخاري الجعفي ، المحقق: محمد زهير بن ناصر الناصر ، دار طوق النجاة، الطبعة: الأولى، ١٤٢٢هـ، (١١١/٦) برقم (٤٧٧٠) ؛ المسند الصحيح المختصر بنقل العدل عن العدل إلى

خامسا : ومن أساليب الإعلام التكرار والملاحقة ، هذه الدلالة تساعد العمل الإعلامي على الانتشار بين الجماهير، ويعد من أجدى الأساليب الإعلامية، وأكثرها فاعلية في تغيير اتجاهات الرأي العام (١) إذا أتقنه القائم بالاتصال، وأخذ في اعتباره الأوقات التي يتم فيها التكرار، والوسائل الإعلامية الملائمة، والظروف المرتبطة بها، والسوابق الإعلامية، والتأثير الممكن حدوثه. وتزداد أهمية هذا الأسلوب في الإعلام الإسلامي؛ لأنه احتفى به القرآن الكريم احتفاء عظيمًا، لما له من الأثر النفسي في تثبيت المعنى وتقريره، حتى يصبح عقيدة راسخة. يقول صاحب تفسير الكشاف عند تعليقه على أسلوب التكرار وبيان أثره في النفس الإنسانية عند تفسير قول الله تعالى: {اللَّهُ نَزَّلَ أَحْسَنَ الْحَدِيثِ كِتَابًا مُتَشَابِهًا مَثَانِيَ تَقْشَعِرُّ مِنْهُ جُلُودَ الَّذِينَ يَخْشَوْنَ رَبَّهُمْ} (٢) (مثنائي) بيان لكونه متشابهًا؛ لأن القصص المكررة لا تكون إلا متشابهة والمثنائي جمع مثنى، مررد ومكرر لما ثنى من قصصه وأنبأه في أحكامه وأوامره ونواهيته ووعده ووعيده ومواعظه ثم قال فإن قلت: ما فائدة التثنية التكرير؟ قلت: النفوس أنفر شيء عن حديث الوعظ والنصيحة فما لم يكرر عليها عودا على بدء لم يرسخ فيها ولم يعمل عمله ومن ثم كانت عادة الرسول صلى الله عليه وسلم أن يكرر عليهم ما كان يعظ به وينصح (٣)

سادسا : ومن المهم معرفة المسؤولية الإعلامية ودرجاتها: هذه الدلالة يؤكد لها الانتقال من الإنذار العام إلى إنذار عشيرة الرسول صلى الله عليه وسلم وذوي قرباه وكان من الممكن الاكتفاء بعموم الأمر الأول في قول الله تعالى: {فَأَصْدَعْ بِمَا تُؤْمَرُ

رسول الله صلى الله عليه وسلم: مسلم بن الحجاج أبو الحسن القشيري النيسابوري، المحقق: محمد فؤاد عبد

الباقي، دار إحياء التراث العربي - بيروت، (١٩٣/١) برقم (٢٠٨).

^١ ينظر: الرأي العام والإعلام والحرب النفسية، د. عبد الحميد حجازي، ط / ١، (القاهرة: دار الرأي العام للصحافة والنشر، ١٩٨٧م) ص: ٢١٢؛ وظيفة الإخبار في سورة الأنعام: د. سيد محمد الساداتي الشنقيطي، مصدر سابق، ص: ٣٥٣؛ وسائل الاتصال الجماهيري في الإسلام: أسامة يوسف شهاب، (الزرقاء: دار المعرفة، ١٤٠٢هـ) ص: ١٠٣. دور التكتيك في الإعلام الدولي: محمد علي العويني، (القاهرة: عالم الكتب، ١٩٧٩م) ص: ١٩.

^٢ الزمر / الآية ٢٣ .

^٣ تفسير الكشاف: الزمخشري، جار الله الزمخشري: القاهرة، مصطفى البياي الحلبي، ١٣٩٢-١٩٧٢م، ج ٣ ص: ٢٩٥.

وَأَعْرِضْ عَنِ الْمُشْرِكِينَ} (١) فما الحكمة من خصوصية الأمر بإنذار العشيرة؟ الحقيقة أن في هذا الانتقال إلماحا إلى درجات المسؤولية التي تقع على عاتق رجل الاتصال في الإعلام الإسلامي ، فأدنى درجات المسؤولية هي المسؤولية الشخصية ، وإن رجل الاتصال الحر لا بد أن يكون على علم بما يقدمه من معلومات وأفكار حتى يستطيع أن يؤثر في الناس ، أما الدرجة الثانية من درجات المسؤولية هي مسؤولية الإنسان تجاه أهله وعشيرته الذين يلوذون به للقيام بحق هذه المسؤولية، ورجل الإعلام الإسلامي يدعو أهله وعشيرته الأقربين بدعوة الرسول الذي بعث إليه، فهو يبلغ عنه ويدعو بدعوته وينطق بلسانه، وكما أنه لا يجوز للنبي أو الرسول أن يقعد عن تبليغ الناس ما أوحى إليه، فكذا لا يجوز لرجال الإعلام الإسلامي والدعاة المخلصين أن يقعدوا عن إنذار قومهم ، بل يجب إقناعهم بالإسلام وحملهم عليه وإلزامهم به. أما الدرجة الثالثة فهي مسؤولية رجل الاتصال الإسلامي في مسؤولية رجل الاتصال في الإسلام تجاه الإنسانية بهدف إنقاذ أكبر عدد ممكن من البشرية من النار، رحمة بهم ووفاء بالأمانة وأداء لواجب البلاغ المبين، وهذه المسؤولية كان يضطلع بها الرسول صلى الله عليه وسلم انطلاقاً من قول الله تعالى: {وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا كَافَّةً لِّلنَّاسِ بَشِيرًا وَنَذِيرًا وَلَٰكِنَّ أَكْثَرَ النَّاسِ لَا يَعْلَمُونَ} (٢) وقال الله تعالى: {وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا رَحْمَةً لِّلْعَالَمِينَ} (٣). وانطلاقاً من هذه المسؤولية فإن وسائل الإعلام في المجتمع المسلم ينبغي أن تحسن الخطاب الإعلامي لأمة الدعوة فتصمم برامج على أسس علمية دقيقة تقنع الناس وتكفل الاستجابة لها وذلك عندما تراعي خصائص المجتمعات التي توجه لها الرسالة وخلفياتها الفكرية والاجتماعية.

سابعاً : المكاشفة والمصارحة في الطرح الإعلامي ، فالمكاشفة بالحقائق من مبادئ الإعلام الإسلامي؛ لأن الإعلام الذي ينطلق من هدي النبي صلى الله عليه وسلم لا يبالي فيما يدعو إليه وفي طريق تعامله مع الناس بالمصلحة الآنية ولا المكاسب السياسية المرحلية، ولا يهتم بتحقيق أغراض وأعراض دنيوية طارئة،

^١ الحجر / الآية ٩٤ .

^٢ سبأ / الآية ٢٨ .

^٣ الانبياء / الآية ١٠٧ .

فيتنازل وينادي بنصف الحقيقة ويوافق على إجراء أي تسوية أو تأييد مشروط؛ لأنه الإعلام الهادف إلى نشر عقيدة التوحيد الملتمزم بالأوامر والنواهي الموصول بها، لا يقول إلا الحق ولا يهدف إلا إلى إظهار دين الحق في الأرض. من أجل ذلك كله تميز الإعلام الإسلامي في عهود الحضارة الإسلامية الزاهرة بالوضوح والصراحة والواقعية دون مراعاة لمصلحة فرد أو فئة من الناس؛ لأن مصير المجتمع الذي يبنيه الإعلام الإسلامي لا تقررته حماية فرد أو فئة مهما عظم شأنها، كل ذلك بفضل القاعدة الأساس التي ينطلق منها وهي عقيدة الإيمان بالله الواحد الأحد التي حررت الإنسان من أنواع العبودية لغير الله وجاذبية الأعراف الجاهلية^(١).

ثامنا : أسلوب حسن العرض وفن الصياغة ، وحسن إختيار الألفاظ والأوضاع لتأدية الغرض، سواء بالنسبة للألفاظ المفردة باعتبارها اللبانات التي تصاغ منها الجمل، أو طريقة تركيب الجمل وصياغة العبارة، فقد كان النبي صلى الله عليه وسلم يتخير أشرف المواد وأمسها رحما بالمعنى المراد، ويضع كل لفظ في موضعه الذي هو أحق به. وأسلوب العرض الجيد لا تخفى أهميته على المنظرين للفلسفة الإعلامية والعاملين في حقل الإعلام، كما أن هناك بعضا من رجال الاتصال والدعاة إلى الله أهملوا قضية أسلوب الصياغة وطرحوه جانبا، وانطلقوا يقدمون ما يحفظون من نصوص للناس، فأخفق الاتصال بالناس، ونفروا الناس بأسلوبهم السيئ، وخالفوا هدي النبي صلى الله عليه وسلم في استخدام بلاغة القول وفن صياغة الرسالة الاتصالية لإقناع الناس بمبادئ الإسلام وقيمه^(٢).

تاسعا : إن التعدد في المخلوقات وتنوعها سنة الله في الكون وناموسه الثابت، فطبيعة الوجود في الكون أساسها التنوع والتعدد. والإنسانية خلقها الله على وفق هذه السنة الكونية، فاختلف البشر إلى أجناس مختلفة وطبائع شتى، وكل من تجاهل وتجاوز أو رفض هذه السنة الماضية لله في خلقه، فقد ناقض الفطرة وأنكر

^١ الجوانب الإعلامية في خطب الرسول صلى الله عليه وسلم: سعيد بن علي ثابت، وزارة الشؤون الإسلامية والأوقاف والدعوة والإرشاد - المملكة العربية السعودية، ط١، ١٤١٧هـ (٢٣-٢٥) بتصرف.

^٢ المصدر نفسه، ص(٢٤-٢٥) بتصرف.

المحسوس" (١). واختلاف البشر في شرائعهم هو أيضاً واقع بمشيئة الله تعالى الكونية ومرتبطة بحكمته، يقول الله: {لكل جعلنا منكم شرعة ومنهاجاً ولو شاء الله لجعلكم أمة واحدة ولكن ليبلوكم فيما آتاكم فاستبقوا الخيرات إلى الله مرجعكم جميعاً} (٢). قال ابن كثير: "هذا إخبار عن الأمم المختلفة الأديان باعتبار ما بعث الله به رسله الكرام من الشرائع المختلفة في الأحكام المتفقة في التوحيد" (٣).

وقال تعالى: {ولو شاء ربك لجعل الناس أمة واحدة ولا يزالون مختلفين - إلا من رحم ربك ولذلك خلقهم} (٤). قال ابن حزم: "وقد نص تعالى على أن الاختلاف ليس من عنده، ومعنى ذلك أنه تعالى لم يرض به [شرعاً]، وإنما أراده تعالى إرادة كون، كما أراده الكفر وسائر المعاصي" (٥)، أي إرادة كونية، إذ لا يقع شيء إلا بعلم الله وقدرته ومشيئته، فلن يعصى الله قهراً. وقال ابن كثير في شرح قول الله: {ولا يزالون مختلفين - إلا من رحم ربك}: "أي: ولا يزال الخلف بين الناس في أديانهم واعتقادات ملهم ونحلهم ومذاهبهم وآرائهم .. قال الحسن البصري: الناس مختلفون على أديان شتى إلا من رحم ربك، فمن رحم ربك غير مختلف" (٦). ولما كان الاختلاف والتعدد آية من آيات الله، فإن الذي يسعى لإلغاء هذا التعدد كلية، فإنما يروم محالاً ويطلب ممتنعاً، لذا كان لا بد من الاعتراف بالاختلاف .

المبحث الثالث: دور الإعلام في تحقيق التعايش السلمي والأمن المجتمعي

المطلب الأول : مفهوم التعايش السلمي.

من المهم معرفته ، بل إن الواقع أثبتته ، أن البلاد لا يصلحها غير الأمن والسكون؛ ولا يعرف فضائل الأمن ويدركها غير من اكتوى بنار الفوضى

^١ التعايش مع غير المسلمين في المجتمع المسلم: منقذ بن محمود السقار: رابطة العالم الإسلامي - مكة المكرمة، الطبعة: الأولى، ١٤٢٧ هـ - ٢٠٠٦ م، (٨/١).

^٢ المائدة / الآية ٤٨ .

^٣ تفسير القرآن العظيم: ابن كثير ، (٢ / ٦٧).

^٤ هود / الايتان ١١٨ - ١١٩ .

^٥ الإحكام في أصول الأحكام : أبو محمد علي بن أحمد بن سعيد بن حزم الأندلسي القرطبي

الظاهري، المحقق: الشيخ أحمد محمد شاكر، دار الآفاق الجديدة، بيروت، (٢ / ٦٤).

^٦ تفسير القرآن العظيم (٢ / ٤٦٦).

والرعب. ومع الأسف أننا نرى كثيراً من الشعوب تصاب بفقدان الذاكرة وتنسى
نعمة الأمن، فلا تستيقظ عليها إلا بعد أن تدمر ذاتها وتظل متحسرة على ما جنت
يهاها بعد فوات الأوان!.

إن التعايش السلمي من المبادئ والقيم النابعة من أصول العقيدة الإسلامية،
لإرساء قواعد الحياة على أسس متينة في عالم تتنازعها الأهواء والمطامع، وتشن
فيه المبادئ الملحدة والمنحرفة حرباً شرسة ضد التراث الحضاري الإسلامي بقيمه
السامية، لتشيويه منظومته النبيلة، ومحاولة الطعن فيها، بيد أن هذا التراث الخالد
حمل بين جنباته صوراً مشرقة للجانب الاجتماعي والإنساني في المجتمعات
الإسلامية ومن خالطها وتعايش معها من الأديان والطوائف الأخرى، وكان هدفه
الأسمي هو تحقيق الأمن المجتمعي والتعايش السلمي. ولقد كان التعايش والتضامن
المجتمعي هو السر فيما حققته الأمة الإسلامية من مجد وسؤدد، يوم كانت متمسكة
بدينها حق التمسك، أخذت بتعاليمه حق الأخذ. وما يجب إقراره هنا إن من أهم
وظائف الإعلام تنوير العقول وتهذيب النفوس في ضوء تعاليم الإسلام، وتعميم
الثقافة الإسلامية وترسيخ قواعدها وجعلها ثقافة حضرية تقيس على أسس
ثابتة من القيم الإسلامية، لينضح لنا الفهم الحقيقي للإعلام على أنه قوة حضارية
تتفاعل مع سائر القوى السياسية والاقتصادية والثقافية الأخرى، وعلى هذه القوة
الحضارية أن تسبك كلماتها بلطيف العبارات، وسحر البيان، وقوة الدلالة
والبراهين، لتنظم عقد الثقافة الإسلامية النبيلة على جيد الأمة، وتحسين الصورة
الذهنية للإسلام عند بقية الأمم وتبين للناس أن إحدى معجزات الإسلام الكبرى في
قوة التضامن والتلاحم والتعايش السلمي، عندما وحد بين قلوب القبائل المتنافرة، ثم
بين الأقطار والشعوب المتباينة، وأصبح التضامن المجتمعي والتعايش السلمي من
أهم سمات الحياة الإسلامية وليست رابطة الأرض أو مكان الإقامة أو الولادة كما
هو الحال في الفكر الغربي، لأن مفهوم الأمة في الإسلام يقوم على الاشتراك في
وجهة عامة، فقد أشار القرآن الكريم إلى المسلمين على أنهم أمة واحدة، فلم يفرق
بين شعب وشعب، ولم يخص بلداً أو قبيلة أو فئة بالأمر بالوحدة والتعايش، بل كان
خطابه عاماً شاملاً يضم كل من آمن بالرسالة المحمدية وتبع هديها وطريقها. قال

تعالى: {إِنَّ هَذِهِ أُمَّتُكُمْ أُمَّةً وَاحِدَةً وَأَنَا رَبُّكُمْ فَاعْبُدُونِ} (١) وقال تعالى: {كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ} (٢) وقال تعالى: {إِنَّمَا الْمُؤْمِنُونَ إِخْوَةٌ} (٣) وقال عز من قائل: {وَاعْتَصِمُوا بِحَبْلِ اللَّهِ جَمِيعًا وَلَا تَفَرَّقُوا وَاذْكُرُوا نِعْمَتَ اللَّهِ عَلَيْكُمْ إِذْ كُنْتُمْ أَعْدَاءً فَأَلَّفَ بَيْنَ قُلُوبِكُمْ فَأَصْبَحْتُمْ بِنِعْمَتِهِ إِخْوَانًا} (٤). ويشير القرآن الكريم إلى إعجاز الوحدة الإسلامية وعظمة ما تعنيه في مدلولها فيقول تعالى: {هُوَ الَّذِي آيَّدَكَ بِنَصْرِهِ وَبِالْمُؤْمِنِينَ وَاللَّفَ بَيْنَ قُلُوبِهِمْ لَوْ أَنْفَقْتَ مَا فِي الْأَرْضِ جَمِيعًا مَا أَلْفَتَ بَيْنَ قُلُوبِهِمْ وَلَكِنَّ اللَّهَ أَلَّفَ بَيْنَهُمْ} (٥). فالأمر الإلهي بالتآخي والتعايش والتضامن فرض جوهرى في صلب العقيدة الإسلامية، والأخوة هي إحدى النعم الكبرى التي من الله بها على عباده المسلمين، وقد برأ الله تعالى رسوله الكريم من العاملين على تفرقة كلمة المسلمين وهدم وحدتهم، واشاعة البغضاء والتناحر بينهم فيقول جل جلاله: {إِنَّ الَّذِينَ فَرَّقُوا دِينَهُمْ وَكَانُوا شِيْعًا لَسْتَ مِنْهُمْ فِي شَيْءٍ} (٦). ويؤكد الرسول الكريم صلى الله عليه وسلم على أهمية الأخوة الإسلامية والتضامن بين المسلمين، والتعايش بروح الألفة والمحبة، ولا يدع فرصة مواتية إلا وعبر عن أهميتها فيقول صلى الله عليه وسلم: "مثل المؤمنين في توادهم وتراحمهم كمثل الجسد الواحد، إذا اشتكى منه عضو تداعى له سائر الأعضاء بالسهر والحمى" (٧). وقال صلى الله عليه وسلم "المؤمن للمؤمن كالبنيان يشد بعضه بعضاً" (٨). لقد كان الرسول الكريم صلى الله عليه وسلم يحث على الإخاء الإسلامي على مستوى الأفراد والجماعات فأوصى بالموودة بين أفراد الأسرة الواحدة وبين الإخوان والجيران، وهكذا تلتئم خلايا المجتمع التئاماً متدرجاً حتى يتم بناء الأمة الإسلامية بأسرها على أسس من

^١ سورة الأنبياء / الآية (٩٢).

^٢ سورة آل عمران / الآية (١١٠).

^٣ سورة الحجرات / الآية (١٠).

^٤ سورة آل عمران / الآية (١٠٣).

^٥ سورة الانفال / الآية (٦٢).

^٦ سورة الانعام / الآية (١٥٩).

^٧ مسند الإمام أحمد بن حنبل: أبو عبد الله أحمد بن محمد بن حنبل الشيباني، المحقق: شعيب الأرنؤوط - عادل مرشد، وآخرون، (٣٠/٣٢٣) برقم (١٨٣٧٢). مؤسسة الرسالة، ط١، ١٤٢١ هـ - ٢٠٠١ م

^٨ مسند الإمام أحمد بن حنبل، (٣٢/٣٩٩) برقم (١٩٦٢٤).

المحبة والود والإخاء والتضامن. فالتعايش والتآلف الإسلامي فرض من فروض الإسلام على الأمة أن تنهض به، وهو ليس مجرد عمل سياسي أو شعاراً مؤقتاً وإنما هو جزء لا يتجزأ من جوهر الدعوة الإسلامية، ولا يستقيم للمسلمين عمل ولا حال إلا إذا تحققت أركان الوحدة والتآلف بينهم.

واجب الدولة أن تحقق الوحدة والتآلف والتضامن بين أفراد شعبها وصولاً للتعايش السلمي البناء، وأن تسعى إلى تثبيت أصولها وحمايتها من التصدع، ولا ينبغي أن يسعى إقليم أو قومية أو دولة لتحقيق مصالحها على حساب الوحدة الإسلامية، إذ أن هذه الآفة هي التي حركت مطامع الدول الأجنبية في المسلمين وشجعنتها على الانفراد بكل قطر على حدة.

ولقد دبر أعداء المسلمين شتى الخطط التآمرية على الأقطار الإسلامية ولجأوا إلى مختلف الطرق والأساليب من أجل إضعاف كلمتهم ووحدتهم، ووضع العقبات والعوائق للحيلولة دون اتصال المسلمين ببعضهم لتحقيق تضامنهم. وقد كان الإعلام من أهم الأسلحة المستخدمة لبت روح الفرقة والانقسام بين المسلمين، إذ أن أعداء الإسلام يعلمون تماماً أنهم ما كانوا ليحققوا ما حققوه لو أن الصف الإسلامي كان موحداً و متماسكاً وقويّاً^(١).

المطلب الثاني : رسالة الإعلام ودوره في تحقيق التعايش السلمي والأمن المجتمعي

إن تحقيق هذا المطلب العظيم يقع على عاتق مؤسساتنا التربوية والإعلامية، وهذه المؤسسات إن عملت بمهنية عالية فستكون بلا شك قادرة ومؤهلة للقيام بهذا الواجب الوطني الكبير، فلدينا سياسة تعليمية محكمة ورثناها عبر تاريخ طويل من الخبرة والدراية ، ولدينا سياسة إعلامية هادفة ورجال إعلام أكفاء صقلتهم التجارب ، وأكسبتهم المهارة العالية، فيجب إعطائهم الفرصة والدعم، وتشجيع السياسة التعليمية والإعلامية المرسومة لإعداد مواطن صالح بل إنسان صالح إيجابي ومن

^١ دور الإعلام في التضامن الإسلامي: إبراهيم إمام، الجامعة الإسلامية بالمدينة المنورة، ط- السنة السادسة عشرة، العدد الواحد والستون محرم- صفر- ربيع الأول ١٤٠٤هـ/ ١٩٨٤م، (١/٢٦١ - ٢٦٢) بتصرف.

إيجابياته الفعالة وقوفه في طريق الشر، وأنه لا يسمح للشر أن يعبر من جانبه لأي مخلوق ، والحق الذي يقال إن من أهم وظائف الإعلام تنوير العقول وتهذيب النفوس في ضوء تعاليم الاسلام .

أولا : العمل على إيجاد إنسان سوي الخلق ، نقي السريرة ، يراقب الله تعالى في الصغيرة والكبيرة ، وفي السر والعلانية.. إنسان يحس بالله ويعلم أن الله يراقبه وهو يعمل.. فلا يعمل بغير إخلاص ولا يعمل شيئا يقصد به الشر، لا يعمل شيئا دون تفكير، لا يعمل شيئا مستهترا ولا مستهينا بالعواقب، ولا يعمل شيئا لغير وجه الله.. إنسان يعلم أن الله يراقبه وهو يفكر.. فانه مطلع على أفكاره فلا يفكر في الشر ولا يتمناه للناس، وإنما يفكر فيما ينفع الناس ، ويفكر في أن يعمل صالحا حتى يصبح الخير له عادة متصلة نابعة من أعماق النفس.. إنسان تشع التقوى في وجهه، ويتصف في حركاته وفي حديثه بالهدوء والوداعة والحياء.

إنسان يقف في وجه الشهوات بقوة ولو أحس بلذتها في أعصابه.. يقف في وجه القيم الزائفة والمبادئ المنحرفة بحزم، لأنه يملك القيم والمبادئ الحقيقية المستمدة من منهج الله، فلا تزلزله قيم ومبادئ زائفة من صنع البشر.. إنسان يحب الخير للآخرين، ويحس نحوهم بالرحمة ولو كان لا يعرفهم ولا تربطه بهم رابطة أو صحبة، لأنه إنساني النزعة تعمل طاقته للنفع وليصيب النفع أكبر عدد من الناس.. إنسان متوازن، تلمح الاعتدال في سلوكه وفكره وفي شعوره، متوازن لأن طاقته كلها تعمل وتأخذ نصيبها من الحياة، متوازن من أن يقع في متاع الأرض ويفرق من عالم المادة، متوازن لا يستطيعه خبر يسمعه حتى يتثبت ويتبين. عابد لله على المفهوم الشامل للعبادة، الذي يشمل كل الحياة، إنسان يعرف ربه ويدين له بالطاعة ويقف عند حدوده.. إنسان يحس بمراقبة الله الدائمة له في كل تصرف، ولكل فكرة وكل شعور ولكل هاجسة فيه.. إنسان يدرك واجباته تجاه مجتمعه فهو أمين وفي صادق مع الناس جميعا لا يغش، ولا يغدر، ولا يخون، متصف بالحياء، متسامح حلِيم، يجتنب السباب والفحش وبذيء الكلام، لا يتدخل فيما لا يعنيه، ولا يرمي أحدا بفسق أو كفر بغير حق، إذا أُوْتِمِن على سر حفظه ولم يفشه، بعيد عن الغيبة والنميمة بين الناس، يتجنب قول الزور وسوء الظن، متواضع لا يسخر من

أحد، يحترم الكبير ويرحم الصغير، يعمل على نفع الآخرين، ودفع الضرر عنهم، يسعى للصالح بين إخوانه المواطنين، ويدعو إلى ربه بالحكمة والموعظة الحسنة، يأمر بالمعروف وينهى عن المنكر، يدل الناس على الخير، يحب التيسير ويجتنب التعسير في الأمور كلها، عادل في حكمه، لا ينافق ولا يرأى مستقيم لا ينحرف، يحب معالي الأمور، يؤثر على نفسه ما استطاع إلى ذلك سبيلا، ويرى اليد العليا خيرا من اليد السفلى، يخضع عاداته كلها لمقاييس الإسلام، ويتأدب بأدبه في طعامه وشرابه، ويمتنع عن المحرمات ويتمتع بالطيبات. فهذه بعض الصفات والمزايا والخصائص التي يفترض توافرها في المواطن العراقي ، وعلى الإعلام أن يسعى بكل ما أوتي من قوة وتقنيات لتحقيق هذه الأهداف على وفق متطلبات واتجاهات العصر ومقتضياته.

ثانيا : الدعوة الى التزام جانب الوسطية والاعتدال والابتعاد عن الإفراط والتفريط في الدين من أهم الضمانات اللازمة لاستمرار نعمة الأمن والاستقرار في بلادنا، وكما هو معلوم فإن الوسطية والاعتدال خاصة من أبرز خصائص الإسلام، وهي وسام شرف الأمة الإسلامية، ومن أبرز مميزات الوسطية، الأمان ولذا، يُقال الوسطية تمثل منطقة الأمان والبعد عن الخطر، فالأطراف عادة تتعرض للخطر والفساد، بخلاف الوسط فهو محمي ومحروس بما حوله، كما أن من أهم مميزات الوسطية في الإسلام كون الوسطية دليل القوة، فالوسط مركز القوة، ألا ترى أن الشباب الذي يمثل مرحلة القوة والحيوية وسط بين ضعف الطفولة، وضعف الشيخوخة، والشمس وسط النهار أقوى منها في أول النهار وآخره. قال تعالى: {وَكَذَلِكَ جَعَلْنَاكُمْ أُمَّةً وَسَطًا لِتَكُونُوا شُهَدَاءَ عَلَى النَّاسِ وَيَكُونَ الرَّسُولُ عَلَيْكُمْ شَهِيدًا} (١) وبهذه الآية الكريمة حدد الحق تبارك وتعالى هوية هذه الأمة، ومكانتها بين الأمم، لا إفراط ولا تفريط، لا إهمال ولا تطرف، لا تكاسل ولا غلو، بل اعتدال في كل شأن من شؤون الأمة. ولقد نهى الله سبحانه وتعالى في كتابه العزيز وعلى لسان رسوله - صلى الله عليه وسلم - عن الغلو في الدين لحكم متعددة من أهمها أن الإسلام دين توحيد واجتماع، والغلو في الدين سبب رئيسي من أسباب الاختلاف

^١ البقرة / الآية ١٤٣ .

والتفرق والتمزق بين أفراد المجتمع الإسلامي، قال تعالى: {إِنَّ الَّذِينَ فَرَّقُوا دِينَهُمْ وَكَانُوا شِيَعًا لَسْتَ مِنْهُمْ فِي شَيْءٍ} (١) وقال تعالى: {وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُشْرِكِينَ - مِنَ الَّذِينَ فَرَّقُوا دِينَهُمْ وَكَانُوا شِيَعًا كُلُّ حِزْبٍ بِمَا لَدَيْهِمْ فَرِحُونَ} (٢) .

كما أن الغلو في الدين فيه مشقة وهو يتعارض مع تعاليم الإسلام الداعية إلى اليسر ورفع الحرج فيسر الإسلام والتيسير خاصة من خصائصه التي اختلف بها عما سواه من الأديان والمشقة والحرج ليسا من مقاصد الشرع أما اليسر والتيسير فهما من مقاصده، وتقرير هذا من القرآن والسنة، قال الله تعالى: {وَمَا جَعَلْ عَلَيْكُمْ فِي الدِّينِ مِنْ حَرَجٍ} (٣) ، وقال تعالى: {يُرِيدُ اللَّهُ بِكُمُ الْيُسْرَ وَلَا يُرِيدُ بِكُمُ الْعُسْرَ} [البقرة: ١٨٥] (٤) ، ويقول صلى الله عليه وسلم: «إن الله لم يبعثني معنتا ولا متعنتا ولكن بعثني معلما ميسرا» (٥) وقال صلى الله عليه وسلم: «يَسْرًا وَلَا تُعَسِّرًا، وَبَشْرًا وَلَا تُنْفِرًا، وَتَطَوَّعًا وَلَا تَخْتِلِفًا» (٦) .

ولقد امتن الله على عباده برفع الحرج عن المكلف، وأن الله سبحانه وتعالى حبب إلى عباده الإيمان بتيسيره وتسهيله، وكره إليهم الغلو والتشدد والتنطع؛ لأن في الغلو والتطرف في الدين عيوباً وآفات أساسية تصاحبه وتلازمه منها:

١. أن الغلو منفر، لا تحتمله طبيعة البشر العادية ولا تصبر عليه.
٢. أنه قصير العمر. . . فالإنسان - إلا مَنْ وفقه الله - ملول فيسأم ويدع العمل حتى القليل منه، أو يأخذ طريقاً آخر على عكس الطريق الذي كان عليه، أي ينتقل من الإفراط إلى التفريط ومن التشدد إلى التسيب.
٣. أن الغلو في الدين لا يخلو من جور على حقوق أخرى يجب أن تُراعى وواجبات أن تؤدي، وما أصدق ما قال بعض الحكماء: ما رأيت إسرافاً إلا

١ الانعام / الآية ١٥٩ .

٢ الروم / الايتان ٣١ - ٣٢ .

٣ الحج / ٧٨ .

٤ البقرة / ١٨٥ .

٥ اخرجه مسلم ، (١١٠٤/٢) برقم (١٤٧٨) .

٦ اخرجه البخاري ، (٦٥/٤) ، برقم (٣٠٣٨) .

وجانبه حق مضيع^(١). والخلاصة مما تقدم نستطيع القول : أن الإسلام دين الوسطية والاعتدال لا يقر الإفراط والتفريط في الدين؛ لأنهما خروج عن تعاليمه، فالشريعة الإسلامية شريعة يسر وسماحة تامة وبعد عن التكلف والتعمق وكل ما يورد المسلم شكاً في دينه وشريعته وحرماً نابعا عن هذا التعمق والتنطع المؤدي إلى الوسوسة والضيق، فشريعة الله ميسرة وطريق تحصيل الثواب والأجر لا يكون بالقصد إلى المشاق، وتحمل الصعب من الأمور، ولكن بالإخلاص في الامتثال والافتداء بنبي الرحمة عليه أفضل الصلاة وأزكى التسليم ، وأن الأمن والاستقرار في أي مجتمع مقرون أشد الاقتران بأخذ هذا المجتمع بمبدأ الوسطية والاعتدال وابتعاده عن الغلو في الدين أو التفريط فيه فما من مجتمع فشا فيه الغلو أو التفريط في أمور الدين، إلا وتعكر الأمن فيه وتزعزعت دعائمه وأصبح الناس فيه غير آمنين على دينهم وأنفسهم وأموالهم. . . فلنأخذ بمبدأ الوسطية والاعتدال في شئون حياتنا لننعم بنعمة الأمن والاستقرار والتقدم والرخاء .

ثالثا : قيام العلماء والمتقنين بواجبهم في ملء الفراغ الذهني لدى بعض الشباب بما يعود عليهم وعلى مجتمعهم بالخير ، فيوجد لدى نسبة غير قليلة من الشباب فراغ ذهني خطير ناتج من وجود هوة عميقة بين العلماء والمتقنين من جهة، وبين بعض الشباب من جهة أخرى، وإن كثيرا من الشباب الذين اتسمت تصرفاتهم بالغلو والتطرف لم يتلقوا العلم من أهله وشيوخه المختصين بمعرفته، وإنما تلقوه من مصادر غير مصادره ، ولم يكن لهم مرشدا يأخذ بأيديهم ، ويفسر لهم الغوامض والمصطلحات ويرد الفروع إلى أصولها ، قال الشاطبي - رحمه الله - : " إن أول الابتداع والاختلاف المذموم في الدين المؤدي إلى تفرق الأمة شيعة، وجعل بأسها بينها شديدا أن يعتقد الإنسان من نفسه أو فيه أنه من أهل العلم والاجتهاد في الدين، وهو لم يبلغ تلك الدرجة فيعمل على ذلك ويعد رأيه رأيا

^١ الصحوة الإسلامية بين الجحود والتطرف: د. يوسف القرضاوي ، القاهرة- دار الصحوة، ١٤١٢ هـ، ص ٣٢ - ٣٦.

وخلافه خلافاً . . (١) وقد نبّه الحديث الصحيح الذي رواه عبد الله بن عمر - رضي الله عنهما - على خطورة هذا الأمر، وفيه أن رسول الله - صلى الله عليه وسلم - قال: « إِنَّ اللَّهَ لَا يَقْبِضُ الْعِلْمَ أَنْزَاعًا مِّنَ النَّاسِ، وَلَكِنْ يَقْبِضُ الْعُلَمَاءَ بِعِلْمِهِمْ، حَتَّى إِذَا لَمْ يَبْقَ عَالِمٌ، اتَّخَذَ النَّاسُ رُؤَسَاءَ جُهَّالًا، فَسُئِلُوا، فَأَفْتَوْا بِغَيْرِ عِلْمٍ، فَضَلُّوا وَأَضَلُّوا » (٢).

لقد كان من نتائج فراغ أذهان بعض الشباب أن كان لأصحاب المذاهب المشبوهة دور في استغلال الأذهان الفارغة وحشوها بمعتقداتهم الضالة وانحرافاتهم الضارة، والذهن الإنساني أشبه بالوعاء الفارغ إذا لم تملأه بالخير امتلاً بالشر . . والتوعية الدينية والفكرية مناهة بالعلماء والمتقنين من أصحاب الفكر الواعي، الذين يستطيعون أن يُبصِّروا الشباب ويحموهم من التخبُّط في وحل الدعوات الهدامة والوقوع في قبضة العصابات المجرمة، ومعلوم أن الإسلام دين واضح المنهج نقي الفكر صافي المورد، دين يحارب الخرافة كما يحارب العنف، دين يبني ولا يهدم، دين يجمع ولا يفرق يرفع ولا يخفض، من اتبعه فقد اهتدى ومن أعرض عنه ضل سواء السبيل. إن من واجب العلماء العاملين احتضان الشباب ومد جسور المحبة بما يقضي على الفجوة القائمة بين كثير من الشباب وبعض العلماء، والتقارب سوف يؤدي بلا شك لإفساح المجال أمام الشباب، لاستيعاب أحكام الدين على أسس صحيحة دون مزيد يدعو للغلو ولا نقص يدعو للتهاون حتى لا يكون الشباب فريسة سهلة لأدعياء العلم المزور، الذين يتربصون بهم فيتحولون في أيديهم إلى ما يشبه الأداة اللينة، التي يكيفونها كيف شاءوا، ويضع في أيديهم آلة مبرمجة حسب مخططاتهم، فالعالم الذي يتعامل الشباب معه في إطار خاص، فهو أشبه بالطبيب الذي يقدم الدواء، وبجرعات محددة فإذا أخذها المريض بحسب مقاديرها وأوقاتها

^١ الاعتصام: إبراهيم بن موسى بن محمد اللخمي الغرناطي الشهير بالشاطبي، تحقيق: سليم بن عيد الهلالي، دار ابن عفان، السعودية، ط١، ١٤١٢هـ - ١٩٩٢م، (٦٧٩/٢).

^٢ الإحسان في تقريب صحيح ابن حبان: محمد بن حبان بن أحمد بن حبان، أبو حاتم، الدارمي، البستي، تحقيق: شعيب الأرنؤوط، مؤسسة الرسالة، بيروت، ط١، ١٤٠٨هـ - ١٩٨٨م، (١١٤/١٥) برقم (٦٧١٩).

كانت شفاء له بإذن الله، وإن التهمها في جرعة واحدة تعرض للهلاك، ويجب تحصينهم من مظاهر الغزو الفكري الذي يقوم على إثارة الشبهات والجدل حول القرآن والسنة وأحكام الإسلام وتشريعاته، ودس الأفكار الفاسدة وإغراء الجهلة وضعاف النفوس على اعتناقها، وكذلك اختلاق الأكاذيب على الإسلام وتاريخ المسلمين وتشويه غايات الفتح الإسلامي ومقابلة بعض أحكام الإسلام بالاستهزاء والسخرية، ووصف التمسك به بالرجعية والتعصب والجمود ونحو ذلك من عبارات مسمومة، ثم التحريض على علماء الدين وتقديم الجهلة المنحرفين إلى مراكز الصدارة ليعطوا صورة مشوهة عن التطبيق الإسلامي، كذلك بث النظريات الإلحادية في مختلف المجالات الاعتقادية والعلمية مما يتعلق بأحكام العبادات المحضة والمعاملات.

والتحذير من خطتهم كالتفريغ والملء والتي تتلخص في ثلاثة عناصر هي أخطر ما عرف الكون من عوامل هدم مقومات أمة ذات مجد عظيم، والتفريغ أو ما يسمى عملية غسل الدماغ هو تفريغ فكر الأجيال الناشئة وقلوبهم ونفوسهم من محتوياتها ذات الجذور العقلية والعاطفية والوجدانية وانتزاع آثارها ثم الملء، أي ملء الفراغ بالمعتقدات الفكرية المسمومة ويأتي ذلك تسخير طوابير الجيش الجديد في هدم مقومات الأمة وعقائدها، ولا بد من الصبر على تعليم الشباب وإفهامهم حتى يمكن حفظهم من الضياع بالعمل على تنقية عقولهم من السموم التي قد يصبها رؤساء العصابات الإجرامية في أذهانهم، وتطهير أفكارهم من جميع المؤثرات الخارجية التي تستهدف جرهم إلى مستنقع الجريمة وإغراقهم في أحوالها وتحويلهم إلى سلوك الغالين، فيجنحون إلى التشدد الذي يخرجهم من دائرة الوسطية التي أمر بها الإسلام إلى تكفير المسلمين في ظل تأثير نفسيات مضطربة وقيم مهتزة ومفاهيم ذات انعكاس سيئ مما يسفر عن الانحدار نحو التعصب الأعمى والتشدد المقيت^(١).

رابعاً : الدعوة إلى التماسك والتعاون على البر والتقوى بين المواطنين والابتعاد عن النزاع والتمزق والانقسام بينهم، فإن سلاح الأمم في بناء مجدها،

^١ مقال لمعالي الأستاذ عبد العزيز بن عبد الله السالم، صحيفة الرياض، العدد ١٢١٨ وتاريخ ١٩ / ١ / ١٤١٧، بتصرف.

وإثبات وجودها، وتثبيت دعائم الأمن والاستقرار بها، وتحقيق أهدافها الحاضرة والمستقبلية، هو سلاح الائتلاف والاتحاد والتعاون والوفاق، وترك النزاع والتمزق والانقسام والتناحر جانبا، فكلما سادت هذه الفضائل بين أفراد المجتمع حكما ومحكومين ساد الحب والتقدير والثقة المتبادلة، والتضامن والوحدة والألفة والمحبة والتعاطف والتراحم، وإذا فقدت هذه الفضائل والقيم الإسلامية السامية ساد التمزق والانحلال والاضطراب والشك والقلق والقنوط واليأس شؤون الأمة وشلّ حركتها وحول سعادتها شقاء وأمنها خوفاً، وقد أمر الله جل شأنه بالتمسك والاعتصام بحبله وبالتعاون على الخير وأوصى به وحذر من الفرقة والتمزق، وأثنى على وحدة الأمة وندد باختلافها قال تعالى: {وَاعْتَصِمُوا بِحَبْلِ اللَّهِ جَمِيعًا وَلَا تَفَرَّقُوا} (١) ، وقال تعالى: {وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ} (٢) . وقد حث رسول الله - صلى الله عليه وسلم - على تعاون المؤمنين على الخير، ودعا إلى الاتحاد والتضامن بين أفراد المجتمع ونبه على ضرورة التزام واجب الأخوة، وحذر من كل شيء يمس هذه الفضائل ويسبب التمزق والتنازع والانقسام والتمرد ، بقوله : «مثل المؤمنين في توادهم وتراحمهم وتعاطفهم مثل الجسد، إذا اشتكى منه عضو تداعى له سائر الجسد بالسهر والحمى» (٣) ، ويقول صلى الله عليه وسلم: «المسلم أخو المسلم لا يظلمه ولا يخذله ولا يحقره بحسب امرئ من الشر أن يحقر أخاه المسلم، كل المسلم على المسلم حرام دمه وماله وعرضه» (٤) ، ويقول - صلى الله عليه وسلم: «المؤمن للمؤمن كالبنيان يشد بعضه بعضا» (٥) .

فالمواطنون الصالحون في نظر الإسلام شأنهم التعاون على البر والتقوى والتناصر والتكاتف على مصالحهم الخاصة والعامة، أما التفرقة والتخاذل والتمزق والانقسام والتناحر، فإن الإسلام يحاربها؛ لأنها من عوامل انهيار الأمم، وبقدر ما بين المواطنين حكما ومحكومين في الدولة من حسن صلوات وتوثيق علاقات، تكون

^١ ال عمران / الآية ١٠٣ .

^٢ المائدة / الآية ١٠٢ .

^٣ أخرجه مسلم، (١٩٩٩/٤) برقم (٢٥٨٦).

^٤ أخرجه مسلم، (١٩٨٦/٤) برقم (٢٥٦٤) .

^٥ مسند الشهاب: أبو عبد الله محمد بن سلامة بن جعفر ، تحقيق: حمدي بن عبد المجيد السلفي ، مؤسسة الرسالة - بيروت ، الطبعة: الثانية، ١٤٠٧ - ١٩٨٦، (١١٢/١).

قوتهم، واستقرار أمنهم وثبات ملكهم وقيامه خالدا وإن كثرت الزلازل والمحن، وتوالت العواصف، وإن كان التخاذل والتدابير والتقاطع والعصيان وتبديل عُرى الإخاء وانصراف كل إلى نفسه وشهوته كان الضعف والانحلال والفشل والجور والتمزق وعدم استقرار الأمن.

خامسا : تعميق الانتماء الوطني لدى المواطن العراقي بشكل عام والشباب بشكل خاص أصبح من أهم المتطلبات اللازمة للمحافظة على نعمة الأمن والاستقرار التي نعيشها، والواقع أن الانتماء الوطني هو صمام الأمان بإذن الله ضد كل ما من شأنه تعكير نعمة الأمن والاستقرار في بلادنا ، ويتوجب على المؤسسات التربوية والإعلامية أن تسعى لتحقيق الأهداف التالية في برامجها التربوية والإعلامية:

- ١ . تأكيد الولاء لله سبحانه وتعالى ورسوله صلى الله عليه وسلم.
- ٢ . تعريف المواطن بأهمية بلده ومكانته وإمكانياته وتاريخه. . . ليكون محل افتخار واعتزاز له.
- ٣ . بيان مفهوم الوطنية من منظور إسلامي، وبيان معنى الكرامة الوطنية، وما تقرضه على المواطن.
- ٤ . تعريف المواطن بمتطلبات المواطنة الصالحة في ضوء تعاليم الإسلام.
- ٥ . غرس طاعة ولي الأمر وحب النظام واحترامه في نفوس المواطنين وتنميته لما في ذلك من خير لهم ومجتمعهم.
- ٦ . تعريف المواطنين بخصائص المجتمع الذي يعيشون فيه ومميزاته، وأن من أبرز خصائص مجتمعهم الاعتدال والتوازن والوسطية والتراحم والتواد والتعاون على البر والتقوى.
- ٧ . تعريف المواطن أن من أهم واجباته المساهمة بقدر الاستطاعة في سد النواذ التي تهب منها ريح البغضاء والخصومة والفرقة بين أفراد المجتمع.
- ٨ . تنمية المهارات لدى المواطن ليستطيع التمييز بين الحقائق والإشاعات والتحقق من صحة المعلومات.
- ٩ . تعريف المواطن بوظيفة الأجهزة الحكومية وما يجب عليه نحو دعم هذه الأجهزة ومساعدتها.
- ١٠ . تنمية الاعتزاز بالانتماء إلى الأمة العربية والإسلامية والافتتاع بأهمية الارتباط بالعالم الخارجي.

سادسا : المحافظة على هوية مجتمعنا وحمايته من انتشار الأخلاق الذميمة فيه وهذا المطلب من أهم الضمانات اللازمة لاستمرار نعمة الأمن والاستقرار في بلادنا، فإنما الأمم الأخلاق ما بقيت. . . وبناء الأمة يقوم على أخلاقها، والمجتمع الذي تسوده الأخلاق الإسلامية الفاضلة حري بالنمو والبقاء وحري بأن يكون لخير أمة أخرجت للناس ، والتغافل أو التقاعس عن ذلك سبب لتفتت الوحدة الاجتماعية، وإثارة الفتن والخلافات .

سابعا : التحذير من الإفساد الاجتماعي الذي يتضمن كل خطة ترى حل التماسك وفك الروابط الاجتماعية بين أفراد الأمة الواحدة حتى لا تكون شخصيه موحدة قوية تقف تجاه الغزاة. وعادة تلتقي الأمم على وحدة اعتقادية حول النفس والكون والحياة وسر الوجود والغاية من خلق الإنسان وعلى وحدة فكرية مع وحدة منهاج البحث والوحدة السلوكية النظرية والتطبيقية والوحدة العاطفية. وتماسك الأمة المسلمة تماسك من نوع خاص في قوته، ومع ذلك فالاستعمار الفكري لا يبيأس من محاولة فك هذا التماسك لينفرط عقد الجماعة ويتناثر ويحقق الغزو هدفه.

ثامنا : التحذير من الإفساد الخلقى والسلوكي ، فمحاولة إفساد أخلاق الشعوب والهبوط من قمة الكمال الإنساني إلى حضيض الرذيلة، ويتخذ الإفساد طرقا كالعيبث بالمفاهيم والحقائق الخلقية، وحشد النظريات الفلسفية الأخلاقية المنحرفة عن الشرائع الإلهية ومنها تمجيد اللذة الفردية وغيرها، والاستغراق الطويل في الانحراف السلوكي من الوسائل الممهدة لتقبل الكفر والانتقال إليه. ويستخدم الاستعمار الفكري للإفساد السلوكي عناصر النساء والخمر والمادية البحتة، وأنماط المعيشة التي تعتمد على الرفاهية والمتعة واللذة وعدم المبالاة إلا بما يمتص طاقات الفكر والجسد من متعة ولذة (١).

^١ ينظر : متطلبات المحافظة على نعمة الأمن والاستقرار : سليمان بن عبد الرحمن الحقييل ، الطبعة الأولى، ١٤١٨ هـ - ١٩٩٧ م (بتصرف .

الخاتمة :

خرج البحث بخاتمة تضمنت الآتي :

- ١- أن الإعلام بحاجة للضوابط التي تحكم وترشد العملية الإعلامية.
- ٢- أن محاكاة أساليب القرآن المختلفة والمتنوعة لها أعمق الأثر في الجمهور المتلقي للرسالة الإعلامية.
- ٣- أن الواجب يفرض على وسائل الإعلام الإسلامي مواجهة أساليب الأعداء في التضليل والتشويه، ومنعه من تحقيق أهدافه.
- ٤- لابد من تأصيل وصناعة الإعلام الرشيد .

المصادر والمراجع :

- ١- الاتصال وبحوث التأثير - دراسات الاتصال الجماهيري: د. حمدي حسن أبو العينين (القاهرة: كويك حمادة للطباعة، ١٩٩٣م).
- ٢- الأسس العلمية لنظريات الإعلام. د جيهان رشتي.
- ٣- الأسس الفكرية للإعلام: د سيد محمد ساداتي الشنقيطي ، ط الأولى. دار الحضارة للنشر والتوزيع.
- ٤- الإعلام الإسلامي: د. إبراهيم الإمام، ط١ القاهرة، مكتبة الأنجلو المصرية ١٩٨٠ .
- ٥- الإعلام الإسلامي في مواجهة الإعلام المعاصر: أستاذ عبد الله قاسم الوشلي.
- ٦- الإعلام والدعاية، د. عبد اللطيف حمزة .
- ٧- التعايش مع غير المسلمين في المجتمع المسلم: منقذ بن محمود السقار: رابطة العالم الإسلامي - مكة المكرمة، الطبعة: الأولى، ١٤٢٧ هـ - ٢٠٠٦ م.
- ٨- تفسير القرآن العظيم : أبو الفداء إسماعيل بن عمر بن كثير، المحقق: محمد حسين شمس الدين، دار الكتب العلمية- بيروت ، الطبعة: الأولى - ١٤١٩ هـ.
- ٩- تفسير الكشاف : جار الله الزمخشري (القاهرة، مصطفى البابي الحلبي، ١٣٩٢-١٩٧٢م).

- ١٠- الجوانب الإعلامية في خطب الرسول صلى الله عليه وسلم: سعيد بن علي ثابت، وزارة الشؤون الإسلامية والأوقاف والدعوة والإرشاد - المملكة العربية السعودية، الطبعة: الأولى، ١٤١٧هـ.
- ١١- الحرية الإعلامية في ضوء الإسلام، (الرياض: عالم الكتب، ١٤١٢هـ).
- ١٢- الحق في الاتصال تقرير عن الوضع الحالي: ر ديز موند فيشر، ترجمة: محمد فتحي، (باريس: مكتب مطبوعات اليونسكو، ١٩٨٢م).
- ١٣- دور الإعلام في التضامن الإسلامي: إبراهيم إمام، الجامعة الإسلامية بالمدينة المنورة، ط- السنة السادسة عشرة، العدد الواحد والستون محرم- صفر- ربيع الأول ١٤٠٤هـ/١٩٨٤م.
- ١٤- دور التكتيك في الإعلام الدولي: محمد علي العويني، (القاهرة: عالم الكتب، ١٩٧٩م).
- ١٥- الرأي العام في المجتمع الإسلامي: إبراهيم زيد الكيلاني، الجامعة الإسلامية بالمدينة المنورة الطبعة: السنة السادسة عشرة، العدد الواحد والستون، محرم- صفر - ربيع الأول ١٤٠٤هـ/١٩٨٤م.
- ١٦- الرأي العام والإعلام والحرب النفسية: د. عبد الحميد حجازي، ط / ١، (القاهرة: دار الرأي العام للصحافة والنشر، ١٩٨٧م).
- ١٧- الرواسب الفكرية والاجتماعية عند الداعية وأثرها على دعوته: الدكتور زيد بن عبد الكريم الزيد، (مجلة جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، العدد: ١٢، ص ٢٠-٤٦، ١٤١٥هـ).
- ١٨- السلم على المنطق: العلامة الخضري
- ١٩- الصحة الإسلامية بين الجحود والتطرف: د. يوسف القرضاوي، القاهرة- دار الصحة، ١٤١٢هـ،
- ٢٠- صور الإعلام الإسلامي في القرآن الكريم - دراسة في التفسير الموضوعي: عاطف إبراهيم المتولي رفاعي، إشراف فضيلة الدكتور: حاتم محمد منصور

- مزروعة، رسالة ماجستير، قسم التفسير وعلوم القرآن، كلية العلوم الإسلامية،
جامعة المدينة العالمية (ماليزيا)، عام النشر: ١٤٣٢ هـ
- ٢١- لسان العرب: ابن منظور، دار المعارف- مصر.
- ٢٢- متطلبات المحافظة على نعمة الأمن والاستقرار : سليمان بن عبد الرحمن
الحقيل ، الطبعة الأولى، ١٤١٨ هـ - ١٩٩٧ م).
- ٢٣- مختار الصحاح باب الواو مع السين واللام. ص ٦٣٦. مكتبة لبنان.
- ٢٤- مدارج السالكين في منازل اياك نعبد واياك نستعين: ابن قيم الجوزية،
(القاهرة: دار الحديث، دت)
- ٢٥- مدخل إلى علم الصحافة: د. فاروق أبو زيد، ص ١٤. الناشر: عالم الكتب -
مصر - ١٩٨٦
- ٢٦- المدخل في الاتصال الجماهيري: د. عصام سليمان موسى ، ط / ١، (أربد:
مكتبة الكتاني، ١٩٨٦ م) .
- ٢٧- المعجم الوسيط
- ٢٨- مفاهيم إعلامية من القرآن الكريم: دراسة تحليلية لنصوص من كتاب الله. د
سيد محمد ساداتي.
- ٢٩- مقال لمعالي الأستاذ عبد العزيز بن عبد الله السالم، صحيفة الرياض، العدد
١٢١٨ وتاريخ ١٩ / ١ / ١٤١٧.
- ٣٠- وسائل الاتصال الجماهيري في الإسلام: أسامة يوسف شهاب (الزرقاء: دار
المعرفة، ١٤٠٢ هـ)
- ٣١- وسائل الاتصال نشأتها وتطورها. د محمد منير حجاب ، ط الأولى. دار
الفجر للنشر والتوزيع ٢٠٠٨.
- ٣٢- وظيفة الإخبار في سورة الأنعام: د. سيد محمد الساداتي الشنقيطي،(الرياض:
عالم الكتب، ١٤١٠ هـ) .

الفضائيات العراقية ودورها في تعزيز

روح المواطنة في العراق

د. محمد شاكر محمود الشمري

كلية الاعلام - جامعة ذي قار

ملخص البحث :

يشهد العراق ومنذ دخول القوات الأمريكية المحتلة الى أراضيه وإحتلال بغداد في ٢٠٠٣\٤\٩ إلى الآن الكثير من التحولات والتقلبات وعلى كافة الأصعدة والمستويات حيث لم يهنا حال الشعب العراقي منذ ذلك الحين ولم يحصل على أبسط حقوقه من الأمن والأمان رغم ديمقراطية ينادي بها ساسة البلاد وحاكميه وميزانيات إنفجارية ناطحت ميزانيات دول كبرى ، فقد حاول المحتل وأذنابه ومن يساعدهم من دول شرقية وغربية على زرع فتنة طائفية تحرق البلاد والعباد ، وقد عجزوا عن تحقيق ذلك لوجود مؤسسات دينية ورجال دين وشخصيات وطنية أصيلة على اختلاف طوائفهم وقفوا بالضد من تلك المحاولات الخبيثة وأجهضوا على طول الخط كل الخطط والمؤامرات التي تستهدف النيل من وحدة أبناء المجتمع العراقي ومن روحهم الوطنية وقيمهم ومشاركاتهم العظيمة ، بالرغم من أنهم إستطاعوا أن يؤسسوا طائفية سياسية مقبنة زعزعت أمن الوطن والمواطن العراقي ومحاوله إشاعة الاقتتال الطائفي بين مكونات الشعب وطمس هويته الوطنية وقيمه الإنسانية والإسلامية النبيلة لاهية بذلك عن حقوق المواطن وأمنه وأمانه وعيشه الكريم ومستندة الى التشدد والتطرف واللائسانية والضياع لخدمة مصالحها والحفاظ على مكتسباتها.

ويحاول البحث التعرف على الدور الذي يمكن أن تلعبه القنوات التلفزيونية الفضائية العراقية في تعزيز روح المواطنة وتدعيم القيم الوطنية النبيلة وفاعلية تلك القنوات في تعريف أبناء الشعب العراقي بحقوقهم وواجباتهم إنطلاقاً من هدفها الأساس وهو خدمة المجتمع في كل نواحي الحياة من خلال المعلومات المتنوعة التي تبثها على مدار الساعة وكونها جهة رقابية على كل ما يحصل في البلاد مستندة بذلك الى موقعها ونفوذها فهي السلطة الرابعة وعليها تقع مسؤولية كبيرة لخدمة الوطن والمواطن في شتى مجالات الحياة.

ويرغب الباحث من خلال بحثه الى التعرف على طبيعة الدور الذي تلعبه القنوات التلفزيونية الفضائية العراقية في اشاعة وتعزيز روح المواطنة والدعوة الى

الوحدة والانسجام والمحبة بين أبناء الشعب العراقي ، ومدى إسهام تلك القنوات في تعريف المواطن العراقي بحقوقه وواجباته وهل استطاعت هذه القنوات من أن تكون راعية وساندة لصوت المؤسسة الدينية في العراق على إعتبار أن العراق بلد مسلم وأفراده يتبعون مرجعيات وتعاليم وتشريعات دينية في أغلب تفاصيل حياتهم .

ويهدف البحث الى التعرف على إمكانية عمل القنوات التلفزيونية الفضائية العراقية على بث روح المواطنة والتعايش السلمي وإشاعة روح المحبة والألفة بين أبناء الشعب الواحد ، وكذلك يهدف البحث الى معرفة أهم الأساليب والبرامج والمؤسسات التي من شأنها أن تعزز الشعور بأهمية الوطن والتفاعل الإيجابي بين مكوناته والمساواة بين افراده .

وقد إعتد الباحث في إجراءاته العملية على أسلوب المقابلة والإستبيان ، وكانت المقابلات مع علماء الدين وطلبة العلوم الدينية في المراحل الدراسية المتقدمة .

ومن خلال ماورد في هذه المقابلات من معلومات ثرية وأجوبة على الأسئلة التي وجهت الى المقابلين ، خلص الباحث الى الشروع بصياغة استمارة استبيان مكونة من عدة محاور : محور التعرض ، ومحور دور القنوات الفضائية في تعزيز روح المواطنة ومحور العلاقة بين تلك القنوات والمؤسسة الدينية في العراق . وقد كانت عينة البحث (عينة قصدية) .

أما مجتمع البحث فهو طلبة العلوم الدينية في المراحل الدراسية المتقدمة للمدارس الدينية من الطائفتين الكبيرتين في العراق الطائفة السنية والطائفة الشيعية ، واختار الباحث مدينة بغداد تحديداً لما مر بها من ويلات ومصائب على إثر ماتعرضنا اليه في مقدمة الملخص من مؤامرات وتواطئات سياسية مقبلة ضد الإنسانية والإسلامية وأخلاق الشعب العراقي .

وتم إختيار مدرسة دينية من كل طائفة ، فأختيرت مدرسة الإمام الخالسي في مدينة الكاظمية كأنموذج من الطائفة الشيعية والمجمع الفقهي العراقي في مدينة الأعظمية كأنموذج من الطائفة السنية .

وتوصل الباحث الى مجموعة من النتائج منها : أهمية القنوات التلفزيونية الفضائية العراقية في تعزيز روح المواطنة وإشاعة المودة والتسامح بين أبناء الشعب العراقي بالإعتماد على المؤسسة الدينية والتواصل معها .

١- أهمية المؤسسة الدينية كجهة تشريعية وإصلاحية وتوعوية في تعريف المواطنين بكل مامن شأنه تعزيز القيم الإنسانية والإسلامية والوطنية النبيلة وتعزيز قيم التسامح والمحبة وتعريف أبناء الشعب العراقي بحقوقهم وواجباتهم تجاه الوطن .

٢- هنالك ضعف في أداء القنوات التلفزيونية الفضائية العراقية في إنتاج برامج متنوعة تعمل على رص الصف الوطني وتعريف المشاهدين بأهمية المؤسسة الدينية في ذلك وإستعراض أهم الشخصيات الوطنية والدينية التي ساهمت في الدفاع عن العراق والسعي الى وحدته وسلامة أبنائه في مختلف مراحل التاريخ وخصوصاً في أزمنة الإحتلال للعراق ..

Research Summary

The Iraqi satellite TV channels and its turn to support the spirit of nationality in Iraq

.....

Iraq was facing since the entry of United States occupation forces to its territory and occupation of Baghdad on 9/4/2003

until now a lot of transformations and changings at all levels where the situation of Iraqi peoples was not relieved since that time and they didn't get their rights of peace and safe , The occupier and his followers and those who helped them from Eastern and Western countries tried to cultivate a sectarian strife that was burning the country and the people. They failed to achieve this because religious institutions and religious persons and national persons despite of the differences in their sects they stand against these malicious attempts and aborted along the time line all the plans

Plans and conspiracies aimed at undermining the unity of the Iraqi society, their national spirit, values and their great participants.

Despite the fact that they were able to establish a political sectarian abhorred the security of the homeland and the Iraqi citizen as well as try to spread sectarian strife between the components of the people to obliterate his national identity, his noble human, Islamic values then the rights of the citizen and his security, his life and dignity based on extremism, inhumanity and loss. All of these just to serve their interests and maintain their gains

The research attempts to identify the role that Iraqi satellite TV channels can play in enhancing the spirit of citizenship and strengthening the noble national values and the effectiveness of these channels in informing the Iraqi people of their rights and duties. Based on its basic objective is to serve the community in all aspects of life through the various information that is broadcast around the clock and being a control body on

مقدمة البحث :

يشهد العراق ومنذ دخول القوات الأمريكية المحتلة الى أراضيه وإحتلال بغداد في ٢٠٠٣/٤/١٩ إلى الآن الكثير من التحولات والتقلبات وعلى كافة الأصعدة والمستويات حيث لم يهنا حال الشعب العراقي منذ ذلك الحين ولم يحصل على أبسط حقوقه من الأمن والأمان رغم ديمقراطية ينادي بها ساسة البلاد وحاكميه وميزانيات إنفجارية ناطحت ميزانيات دول كبرى ، فقد حاول المحتل وأذنبه ومن يساعدهم من دول شرقية وغربية على زرع فتنة طائفية تحرق البلاد والعباد ، وقد عجزوا عن تحقيق ذلك لوجود مؤسسات دينية ورجال دين وشخصيات وطنية أصيلة على إختلاف طوائفهم وقفوا بالضد من تلك المحاولات الخبيثة وأجهضوا على طول الخط كل الخطط والمؤامرات التي تستهدف النيل من وحدة أبناء المجتمع العراقي ومن روحهم الوطنية وقيمهم ومشتركاتهم العظيمة ، على الرغم من أنهم إستطاعوا أن يؤسسوا طائفية سياسية مقبلة زعزعت أمن الوطن والمواطن العراقي ومحاوله إشاعة الاقتتال الطائفي بين مكونات الشعب وطمس هويته الوطنية وقيمه الإنسانية والإسلامية النبيلة لاهية بذلك عن حقوق المواطن وأمنه وأمانه وعيشه الكريم ومستندة الى التشدد والتطرف واللاإنسانية والضياع لخدمة مصالحها والحفاظ على مكتسباتها .

وبما أن القنوات التلفزيونية الفضائية في العصر الحالي إستحوذت على إهتمام الجماهير أينما حلت ، وأيما كان المستوى التعليمي والثقافي والاجتماعي والاقتصادي لتلك الجماهير لما لها من تأثير كبير على مستوى الأفراد والجماعات والمجتمعات ، بل وأصبحت أداة تساند القوة السياسية والاجتماعية والإقتصادية والإيديولوجية والعسكرية في الدول الحديثة.

لأجل ذلك جاء البحث للتعرف على الدور الذي يمكن أن تلعبه القنوات التلفزيونية الفضائية العراقية في تعزيز روح المواطنة وتدعيم القيم الوطنية النبيلة وفاعلية تلك القنوات في تعريف أبناء الشعب العراقي بحقوقهم وواجباتهم إنطلاقا

من هدفها الأساس وهو خدمة المجتمع في كل نواحي الحياة من خلال المعلومات المتنوعة التي تبثها على مدار الساعة هذا من جهة ، ومن جهة أخرى كونها جهة رقابية على كل ما يحصل في البلاد مستندة بذلك الى موقعها ونفوذها ، فهي السلطة الرابعة وعليها تقع مسؤولية كبيرة لخدمة الوطن والمواطن في شتى مجالات الحياة.

ويرغب الباحث من خلال بحثه الى التعرف على طبيعة الدور الذي تلعبه القنوات التلفزيونية الفضائية العراقية في إشاعة وتعزيز روح المواطنة والدعوة الى الوحدة والانسجام والمحبة بين أبناء الشعب العراقي ، ومدى إسهام تلك القنوات في تعريف المواطن العراقي بحقوقه وواجباته وهل إستطاعت هذه القنوات من أن تكون راعية وساندة لصوت المؤسسة الدينية في العراق على إعتبار أن العراق بلد مسلم وأفراده يتبعون مرجعيات وتعاليم وتشريعات دينية في أغلب تفاصيل حياتهم .

ويهدف البحث الى التعرف على طبيعة العلاقة بين القنوات التلفزيونية الفضائية العراقية والمؤسسة الدينية في العراق ، وتحديد إمكانية القنوات التلفزيونية الفضائية العراقية في إشاعة روح التسامح ونبذ الخلافات بين أفراد الشعب العراقي وكذلك تعريفهم بقيمهم الوطنية النبيلة وتاريخهم المشرف والمحافظة على استقرار العراق وأمنه .

وقد إعتد الباحث في إجراءاته العملية على أسلوب المقابلة والإستبيان ، وكانت المقابلات مع علماء دين وطلبة علوم دينية في المراحل الدراسية الدينية المتقدمة .

ومن خلال ماورد في هذه المقابلات من معلومات ثرية وأجوبة على الأسئلة التي وجهت الى المقابلين ، خلص الباحث الى صياغة استمارة استبيان مكونة من عدة محاور ، محور التعرض ومحور دور القنوات التلفزيونية الفضائية العراقية في تعزيز روح المواطنة ومحور العلاقة بين تلك القنوات والمؤسسة الدينية في العراق ، وقد كانت عينة البحث (عينة قصدية) ، أما مجتمع البحث فهو طلبة العلوم الدينية للمراحل المتقدمة في المدارس الدينية من الطائفتين الكبيرتين في العراق

الطائفة السنية والطائفة الشيعية ، واختار الباحث مدينة بغداد تحديداً لما مر بها من
ويلات ومصائب على إثر ماتعرضنا اليه في مقدمة الملخص من مؤامرات
وتواطئات سياسية مقبنة ضد الإنسانية والإسلامية وأخلاق الشعب العراقي ، وتم
إختيار مدرسة دينية من كل طائفة ، فأختيرت مدرسة الإمام الخالصي في مدينة
الكاظمية كأنموذج من الطائفة الشيعية والمجمع الفقهي العراقي في مدينة الأعظمية
كأنموذج من الطائفة السنية .

وتضمن البحث أربعة مباحث ، أولهما منهجية البحث وثانيهما مفهوم المواطنة
وثالثهما دور القنوات التلفزيونية الفضائية العراقية وعلاقتها بالمواطنة ورابعهما
الإجراءات العملية للبحث .

المبحث الأول :- منهجية البحث

أولاً- مشكلة البحث :

تنطلق مشكلة البحث من أن العراق ومنذ إحتلاله من قبل القوات الأمريكية
وحلفائها في ٩ | ٤ | ٢٠٠٣ وتعاقب الحكومات لإدارة نظامه السياسي في فترة
الاحتلال وما بعدها والى الآن لم يذق طعم الأمن والاستقرار ، بل تعاقبت على
أبناء شعبه خطط ومؤامرات عديدة من الشرق والغرب لتفتيت لحمته الوطنية وزرع
الفتنة الطائفية بين مكوناته على الرغم من عدم نجاحهم في أي منها .

ويسعى الباحث من خلال بحثه إلى طرح مشكلة البحث من خلال التساؤل
الرئيس الآتي :-

ما طبيعة الدور الذي تقوم به القنوات التلفزيونية الفضائية العراقية في تعزيز
روح المواطنة في العراق ، ومن خلال التساؤل الرئيس يمكن وضع مجموعة من
الاسئلة الفرعية المبينة في أدناه :-

١- ما الدور الذي تقوم به القنوات التلفزيونية الفضائية العراقية في تعزيز روح
المواطنة لدى طلبة العلوم الدينية .

٢- ما طبيعة العلاقة بين القنوات التلفزيونية الفضائية العراقية وطلبة العلوم الدينية وتأثير هذه العلاقة في تعزيز روح المواطنة في العراق .

ثانياً- أهمية البحث :

١- يعتبر البحث فرصة لتقييم دور القنوات التلفزيونية الفضائية العراقية في تعزيز الروح الوطنية لدى طلبة العلوم الدينية باعتبارهم أحد قادة الرأي الأساسيين فمنهم تنطلق الدعوة إلى الدين والقيم الدينية والتعاليم السماوية ومنهم تأخذ الناس الفتوى في إدارة شؤون حياتهم الدينية والاجتماعية وحتى السياسية والاقتصادية ، بل وسلوكهم وتعاملهم اليومي فيما بينهم ، والدين الإسلامي هو قانون الحياة ودستور البشرية وهو المنظم لشؤون العباد والبلاد قبل كل شيء.

٢- يسعى البحث إلى تقييم طبيعة العلاقة بين القنوات التلفزيونية الفضائية العراقية وطلبة العلوم الدينية ومدى اعتماد احدهما على الآخر ، باعتبار أن القنوات التلفزيونية إحدى وسائل السلطة الرابعة في العراق وطلبة العلوم الدينية هم قادة الرأي في المجتمع ولهم تأثير عالي وسطوة كبيرة على أبناء الشعب العراقي المسلم.

٣- تعريف القائمين على القنوات التلفزيونية الفضائية العراقية بأهمية الاتصال والتواصل مع المؤسسة الدينية وتخصيص بعض البرامج لمخرجات تلك المؤسسة ، وكذلك تخصيص برامج متنوعة لتعزيز الروح الوطنية والتعريف بالحقوق والواجبات اتجاه الوطن .

ثالثاً- أهداف البحث :

لابد للبحث العلمي من أهداف يسعى إلى تحقيقها ويمكن إجمال أهداف هذا البحث بالآتي :-

١- التعرف على طبيعة العلاقة بين القنوات التلفزيونية الفضائية العراقية والمؤسسة الدينية في العراق .

- ٢- تحديد إمكانية القنوات التلفزيونية الفضائية العراقية في إشاعة روح التسامح ونبذ الخلافات بين أفراد الشعب العراقي وتعريفهم بقيمهم الوطنية النبيلة وتاريخهم المشرف والمحافظة على استقرار العراق وأمنه .
- ٣- تحديد رأي المؤسسة الدينية في العراق بدور القنوات التلفزيونية الفضائية العراقية في تعزيز روح المواطنة في العراق والحفاظ على أمنه واستقراره.

رابعاً : طرق وأدوات البحث :

١- المقابلة :

أجرى الباحث عدداً من المقابلات مع علماء الدين في مدرسة الشيخ الخالصي والمجمع الفقهي العراقي لكبار العلماء للدعوة والإفتاء ، ومن أهم اللقاءات التي اعتمد عليها الباحث في الحصول على بعض المعلومات المهمة لإتمام البحث كان مع آية الله الشيخ جواد الخالصي عن المدرسة الخالصية وفضيلة الشيخ الدكتور عبد الستار عبد الجبار عن المجمع الفقهي العراقي .

مدرسة الشيخ الخالصي الكبير (تعريف) .

تأسست مدرسة الخالصي الكبير عام ١٩١١ على يد الشيخ محمد مهدي الخالصي الكبير احد مراجع الشيعة في العراق ، وهو أبرز قادة ثورة العشرين في الجهاد ضد الاحتلال البريطاني للعراق آنذاك ، وسميت أيضاً بالمدرسة الزهراء اشتقاقاً وتيمناً بالأزهر الشريف في مصر ولقبت بالمدرسة كونها تحوي بعدين ، البعد الحوزوي الديني والبعد الأكاديمي فهي تدرس العلوم الشرعية بالإضافة إلى العلوم الأخرى من الكيمياء والفيزياء والرياضيات والفلك والهندسة .

وبعد العام ٢٠٠٣ كان مشروع المدرسة الخالصية قائم على أساس الوحدة الإسلامية والوحدة الوطنية تطبيقاً للأمر الإلهي وكما ورد في الآية الكريمة :

" إِنَّ هَذِهِ أُمَّتُكُمْ أُمَّةً وَاحِدَةً وَأَنَا رَبُّكُمْ فَاعْبُدُونِ " الأنبياء ٩٢

وشعار المدرسة الإسلامي الوطني " الأمة المتحدة لاتقهر والأمة المتفرقة تهزم وتفرق بسهولة " وترفض المدرسة التدخل الخارجي في شؤون العراق من أي جهة كانت شرقية أو غربية .

وكان الشيخ الخالصي وجماعته دائم التواصل مع جامع الإمام أبي حنيفة النعمان ويصلي بعض الجمع في جامع الفضل الكبير في منطقة الفضل وكانت المدرسة محطة للقاء الكثير من العلماء كالشيخ الالوسي والشيخ نجم الدين الواعظ وغيرهم .

وفي عام ٢٠٠٤ شهدت مدينة الكاظمية المقدسة تظاهرات حاشدة بعد صلاة الجمعة متوجهة إلى مدينة الأعظمية وإلى جامع الإمام أبي حنيفة النعمان تحديداً حيث استقبل أهالي الأعظمية إخوانهم من مدينة الكاظمية بشعار تاريخي " اخوان سنة وشيعة هذا الوطن منبوعة " ، كان ذلك على اثر تأسيس مجلس الحكم في العراق على أسس طائفية وكان السيد ميناكس اليوسفي رئيس الحزب الديمقراطي المسيحي وجماعته من ضمن المشاركين في التظاهرة ، وكان على رأس المستقبليين فضيلة الشيخ الدكتور احمد الكبيسي وفضيلة الشيخ الدكتور احمد حسن الطه كبير المجمع الفقهي العراقي وغيرهم كثير وأعلن في ذلك اليوم تأسيس "تجمع علماء العراق" حيث كان أول مشروع لضرب الطائفية في العراق .

وعند وفاة الدكتور أحمد الوائلي في ١٤ / ٧ / ٢٠٠٥ أقيمت صلاة موحدة في جامع الإمام أبي حنيفة النعمان وتأسس في العام نفسه "المؤتمر التأسيسي الوطني العراقي" الذي ضم كل من الشيخ جواد الخالصي والشيخ احمد الكبيسي والشيخ محمد الالوسي والشيخ حارث الضاري والشيخ علي عبد العزيز إمام جمعة حلبجة ورئيس الحركة الإسلامية في كردستان ، والسيد احمد البغدادي والسيد مقتدى الصدر والشيخ قاسم الطائي وممثل عن السيد السيستاني والسيد عبد الرضا الجزائري رئيس التيار القومي العربي وأمين عام حزب الإصلاح الديمقراطي المسيحي ، واختير الشيخ الخالصي أميناً عاماً للمؤتمر لدورات عديدة وهذا المؤتمر أسس للرد على المشروع الطائفي في العراق.

المجمع الفقهي العراقي (تعريف)

بعد سقوط الدولة العثمانية كان هنالك منصب ديني في العراق يعين بإرادة ملكية وكان الشيخ قاسم المفتي آخر مفتي في العراق قبل حكومة نوري السعيد ، وبعد تولي حكومة نوري السعيد رئاسة الوزراء في العراق وتحديداً عام ١٩٥٥ قام بترشيح الشيخ امجد الزهاوي لهذا المنصب رغم علمه المسبق بعد موافقة الشيخ لأنه لم يكن يريد المنصب أصلاً.

بقي المنصب فارغاً إلى أن توفي الشيخ الزهاوي عام ١٩٦٩ ثم الغي واقعياً في فترة حكم حزب البعث لعدم وجود تأييد له لا في الحكومات السابقة لحزب البعث ولا في فترته .

وبالرغم من وجود "رابطة علماء الدين" الا أن البعثيين لا يؤيدون الرموز الدينية من تلك الرابطة والتي كانت في حينها أهم مؤسسة دينية للدعوة والافتاء ، وتم الاكتفاء بمجموعة أخرى لا تمت للرابطة بصلة لغرض التصدي لمنصب الافتاء.

ثم برز الصراع بعد عام ٢٠٠٣ لغرض إيجاد واجهة دينية تمثل الطائفة السنية في العراق حيث تأسست هيئة علماء المسلمين في العام ٢٠٠٣ والتي خرج أعضاءها من العراق بعد ذلك وتم تشكيل تيار آخر سمي (بمجلس علماء المسلمين) في العام ٢٠٠٧ لكنهم لم يستطيعوا سد الفراغ بسبب الصراع الطائفي (السياسي) في العام ٢٠٠٦ - ٢٠٠٧ ، لأن أغلب علماء المجلس في حينها كانوا خارج العراق.

بقيت الحاجة قائمة وملحة إلى أن تم تأسيس المجمع الفقهي العراقي في العام ٢٠١٢ ومن كل الأطراف السنية في العراق بانتخاب هيئة بلا رئيس ، وقد نجح المجمع في عمله من أجل خدمة البلاد والعباد وفتح حوارات عديدة مع كل أطراف الشعب العراقي وكانت حوارات ايجابية ومثمرة ، وللمجمع حضور في الساحة

العراقية وكان الموقف الصحيح هو الفيصل بتأييد المجمع من عدمه دون النظر إلى صاحب الموقف من أي جهة أو طائفة أو قومية ما.

وللمجمع نشاطات كبيرة في مجال الإغاثة الإنسانية والقضاء الشرعي والاستفتاء ، وله مجموعة علماء وفقهاء في كل من بغداد وسامراء واربيل والسليمانية والفلوجة ، أما عدد التدريسيين في مدرسة المجمع فهم ٣٥ تدريسي وطلاب المراحل المتقدمة الذين حصلوا على إجازة العلوم الشرعية ١١٨ طالب .

٢- الاستبانة :

خلص الباحث إلى صياغة استمارة استبيان مكونة من خمس وعشرون سؤالاً موزعة على ثلاثة محاور :

المحور الأول : التعرض للقنوات التلفزيونية الفضائية العراقية .

المحور الثاني : دور القنوات التلفزيونية الفضائية العراقية في تعزيز روح المواطنة في العراق.

المحور الثالث : علاقة القنوات التلفزيونية الفضائية العراقية بالمؤسسة الدينية في العراق .

خامساً : مجتمع البحث وعينته :

مجتمع البحث في هذه الدراسة هم طلبة العلوم الدينية في العراق ، وقد اختار الباحث مدرسة الشيخ الخالصي الكبير (المدرسة الزهراء) في مدينة الكاظمية كأنموذج عن الطائفة الشيعية والمجمع الفقهي العراقي لكبار العلماء للدعوة والإفتاء في مدينة الاعظمية كأنموذج عن الطائفة السنية .

أما عينة البحث فكانت العينة القصدية .

سادساً : حدود ومجالات البحث :

المجال الزمني : استغرق الباحث في بناء استمارة الاستبيان وتوزيعها على مجتمع البحث وجمعها وتفريقها حوالي شهرين ابتداءً من ١٠ / ١ / ٢٠١٧ ولغاية ١١ / ٣ / ٢٠١٧ .

المجال المكاني : تمت إجراءات الدراسة داخل مدرسة الشيخ الخالصي الكبير والمجمع الفقهي العراقي في مدينة بغداد.

المجال البشري : قام الباحث بتوزيع استمارة استبيان على مجتمع البحث البالغ ٢١٨ طالباً دينياً موزعين في مدرسة الشيخ الخالصي ١٠٠ طالب وفي المجمع الفقهي العراقي ١١٨ طالب وقد حصل الباحث على ١٠٥ استمارة بما يقرب من ٤٨% من مجتمع البحث الكلي .

سابعاً : نوع البحث ومنهجه :

هذا البحث من البحوث الوصفية التي تقوم على وصف الظواهر العلمية وما يحيط بها واستعمل الباحث المنهج المسحي لغرض وصف وتحليل ومعرفة طبيعة الدور الذي تقوم به القنوات التلفزيونية الفضائية العراقية في تعزيز روح المواطنة في العراق .

المبحث الثاني :- مفهوم المواطنة

في ظل التحولات والأحداث التي يشهدها العراق منذ دخول القوات المحتلة إلى أراضيه واحتلال بغداد في ١٩ / ٤ / ٢٠٠٣ الى الان وتردي الوضع الأمني في أغلب المحافظات العراقية وبروز الطائفية السياسية المقيتة التي عملت على زعزعة الأمن في العراق وحاولت إشاعة وترسيخ روح الاقتتال الطائفي بين المكونات المذهبية والدينية في الوطن الواحد حاولت ولازالت تحاول الطائفية السياسية ذات الأذرع العالمية والإقليمية والمحلية النفعية إلى استخدام أبشع الأساليب والسبل للوصول إلى غايتها في زرع الفتنة الطائفية بين الأخوة في الدين وطمس هويتهم الوطنية تلك

الهوية البعيدة الأثر والمستندة إلى مجمل الحضارات الإنسانية التي أشرقت في بلاد النهرين ومنها على وجه الخصوص الحضارة الإسلامية ذات التأثير الكبير على معتقدات واتجاهات وتصورات أبناء البلد المسلم .

وما ذلك إلا من أجل تنفيذ مخططات عالمية وإقليمية غربية وشرقية على مقدرات ومشاركات الشعب العراقي ، ورغم وجود بعض الساذجين الذين لا يفقهون من الدين والإنسانية إلا قوة السلاح والذين أصبحوا أداة بيد قتلة الإنسانية والتعايش السلمي بين أبناء البلد إلا أن الأعم الأغلب من العراقيين مواطنون أصلاء شرفاء معتدلون لا يميلون إلى التشدد والتعصب بل يميلون إلى التسامح وثقافة الحوار ، وبالفعل في كل حادثة وفعل ممنهج لتفعيل الطائفية وقتل الإنسانية وعلى مدار مدار من السنين الطوال من ٢٠٠٣ إلى الان أثبت أبناء الشعب العراقي أنهم أبناء بلد واحد متماسكون متحابون ويحملون مشتركات أساسية مبنية على روح المواطنة الصالحة لخدمة دينهم ووطنهم وشعبهم ، والمواطنة الصالحة تعني المشاركة في الوطن ، فهي المشاركة في بناءه وحفظ أراضيه والمحافظة على ثرواته الاقتصادية كانت ام علمية ام ثقافية والمحافظة على أمنه واستقراره وتدعيم اركان الدولة ولا تعني اكيذاً المشاركة في تقاسم منافعه ومقدراته كما يحصل في عراق اليوم .

وأصبحت المواطنة في العصر الحديث أحد مرتكزات الديمقراطية وأعمدها الأساسية ولا يمكن أن يخلو أي دستور او أية قوانين لدولة من الدول من دون الإشارة والتأكيد على مبدأ المواطنة وحقوق وواجبات المواطن وصيانتها والحفاظ عليها ، حيث غير مفهوم المواطنة الحديثة في ظل الأسس الديمقراطية تلك الصورة القديمة للمواطن والتي عاشها تحت ظل الأنظمة السياسية المستبدة فحرية المعتقد وحرية التعبير عن الرأي من المبادئ الأساسية للدول الديمقراطية الحديثة .

ويقع على عاتق المؤسسات الإعلامية الوطنية دور كبير ومؤثر في تعزيز وتدعيم قيم المواطنة بمختلف مظاهرها من خلال مضامينها المتنوعة ، والتي تعمق أبعاد المواطنة وتزيد من تماسك المجتمع الواحد وتكافله من باب المسؤولية الاجتماعية الملقاة على عاتقها كمبدأ أساس من مبادئ عملها ، ويمكن للقنوات

التلفزيونية الفضائية العراقية من خلال برامجها المتنوعة من غرس مكارم الأخلاق والتسامح والاعتدال الفكري والتعايش السلمي والعمل على تدعيم القيم الوطنية في المجتمع لأجل نهوضه وسلمه ورقيه الأخلاقي والعلمي حيث أشارت الآية الكريمة إلى ذلك بقوله تعالى :

((يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا ۗ إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتْقَاكُمْ ۗ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ)) . (١)

إن المواطنة في مفهومها العام هي إحساس الفرد بالانتماء إلى المجموعة وتقاسم شعورها ، ففي حالة الاغتراب تعني المواطنة الحنين إلى الوطن والإحساس بمعاناة أبنائه ، وتذكر الفرد بعاداته وتقاليده وسلوكيات أفراد المجتمع في وطنه ، وبذلك يمكن القول أنها علاقة الفرد بالوطن من حيث الأرض والمساحة الجغرافية والتاريخية والسياسية والاجتماعية ، فهي تتضمن مجموعة القيم التي تحدد علاقة الفرد بمجتمعه والالتزام بالعقد الاجتماعي الذي يربط بين المواطنين المتساوين في الحقوق والواجبات . (٢)

ولتتأثر المواطنة في الزمن الحالي بالثقافات الداخلية فقط بل أنها تجاوزت إلى الثقافات الخارجية ، نتيجة للانفتاح الثقافي والحضاري بين الدول ، الأمر الذي خلق نوعاً من التداخل بين تطبيقات مفهوم المواطنة بين الجميع ، كالحرية والانتماء للوطن والولاء له وإشاعة العدل والمساواة بين أبناء الوطن الواحد . (٣)

-
- (١) القرآن الكريم ، سورة الحجرات ، الآية ١٣ .
(٢) الغريب زاهر اسماعيل ، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز قيم المواطنة وتشكيل الرأي العام لدى منتسبي الجامعات ، بحث منشور على شبكة الانترنت ، repository.nauss.edu.sa/handle ، ص ٣
(٣) عثمان بن صالح العامر ، أثر الانفتاح الثقافي على مفهوم المواطنة لدى الشباب السعودي ، دراسة استكشافية ، وزارة التربية والتعليم ، السعودية ، ٢٠٠٥ ، ص ٨٢ .

وتتميز المجتمعات الإسلامية والعربية بصفة تميزها عن المجتمعات الأخرى ، وهي الإسلام هذا الدين الذي يدعوا إلى صهر كافة القيم والمعتقدات الثقافية ضمن بوتقة واحدة ، بل وأصبحت مفاهيم المواطنة والتربية الصالحة وخدمة المجتمع والأمن الوطني والاجتماعي تدور في فلكه، فأسهمت تعاليم هذا الدين في تنشئة الفرد على الأخلاق الحميدة وصقل شخصيته بما يتناسب المفاهيم الإنسانية ، لذلك فإن المجتمعات الإسلامية تعنتي بالتربية الروحية للفرد والتأكيد على مراقبة الذات الإلهية لما يصنع ذلك الفرد .^(١)

المبحث الثالث : القنوات الفضائية التلفزيونية العراقية وعلاقتها بالمواطنة :

وبما أن الإعلام يقع على عاتقه ربط الإنسان بمجتمعه فلا يمكن إهمال دوره في التأثير على الأفراد والجماعات ، فقد أكدت بعض الدراسات الحديثة أن من يواظب على متابعة الأخبار والأحداث عن طريق وسائل الإعلام هو الذي يشارك في الحياة الاجتماعية ، ومن لا يهتم بها تقل صلته بالمجتمع ، لذلك من الواجب القيام بدور مهم من قبل الفضائيات العراقية بتخصيص حيز أوسع لرسائل المشاهدين ووقت أطول لآرائهم ضمن برامجها المتنوعة والتصدي المستمر لحالات الفساد والدعوة لمكافحته.^(٢) ، حيث تؤكد نظرية الاعتماد المتبادل بين الجمهور ووسائل الإعلام والمجتمع على وجود ثلاثة أنواع من التأثيرات لوسائل الإعلام:^(٣)

١- التأثيرات المعرفية : كإزالة الغموض وزيادة نظم المعتقدات والقيم والسلوكيات وترتيب الأولويات .

(١) سارة صالح عيادة الخمشي ، دور التربية الاسرية في حماية الابناء من الارهاب ، المؤتمر العالمي عن موقف الاسلام من الارهاب ، جامعة الامام محمد بن سعود الاسلامية ، السعودية ، ٢٠٠٤ ، ص ٧٨ .

(٢) سناء الجبور ، الإعلام الاجتماعي ، عمان- الاردن ، دار اسامة للنشر والتوزيع ، ٢٠١٠ ، ص ١٩١-١٩٢ .

(٣) سامي محسن ختاتنة واحمد عبد اللطيف ابو سعد ، علم النفس الإعلامي ، عمان - الاردن ، دار المسيرة للنشر والتوزيع ، ٢٠١٠ ، ص ٩٧ .

٢- التأثيرات الوجدانية : كالحساسية للعنف والمخاوف والاعتراب

٣- التأثيرات السلوكية : وهي نتاج التأثيرات المعرفية والوجدانية ، كالفعل أو

فقدان الرغبة في الفعل

فالإعلام على تنوع وسائله ومؤسساته يعتبر المنبر الجماهيري الأكبر في التعبير عن آراء المواطن وعرض مشاكله وهمومه الاجتماعية ، وأصبحت وسائل الإعلام في ظل السماوات المفتوحة والتدفق الحر للمعلومات من أهم أدوات تبادل الخبرات والثقافات بين الأفراد في مختلف أرجاء المعمورة ، بل إن وسائل الإعلام في الدول المتحضرة أصبحت تؤدي دوراً واضحاً يفوق دور الأحزاب السياسية والنظم المتنوعة ، وبذلك لا يمكن تحديد مفهوم المواطنة في حدود الوطن الصغير ، بل أنها تشمل العلاقات الإنسانية في أرض الله الواسعة علاقات قائمة على أساس الحقوق والواجبات ، وعلى الرغم من انها تنطلق من الوطن الواحد لكنها تتسع وتتجاوز لتشمل المنظور الإنساني والإسلامي والعربي ، ولعل ذلك يأتي مقارباً لمفهوم المواطنة من المنظور الإسلامي والعربي الذي لازال حليماً يراود الكثيرون.^(١)

ومن خلال ذلك يرى الباحث أن على القنوات الفضائية أن تقوم بمهمة تعريف المواطن العراقي بهذا المفهوم الأشمل للمواطنة والذي يستند إلى التعاليم السماوية والقيم العربية الأصيلة .

حيث حدد العالم كاتز في العام ١٩٨٤ أربع وظائف أساسية يمكن أن تخدم فيها وسائل الإعلام الفرد وتؤثر في سلوكه وهي :-^(٢)

١- وظيفة المنفعة : إن توجه الفرد إلى وسيلة معينة يتحدد في ضوء النفع العائد عليه من هذه الوسيلة .

(١) عطا درويش، التربية المدنية والمجتمع الفلسطيني، غزة - فلسطين، جمعية وطن ، ٢٠٠٣ ، ص ٤٣ .

(٢) هيثم هادي الهيبي ، الإعلام السياسي والاعباري في الفضائيات ، عمان - الاردن ، دار أسامة للنشر والتوزيع ، ٢٠١٠ ، ص ١٢٨ .

٢- وظيفة الدفاع عن الذات : هذه الوظيفة تعكس رأي الفرد في الدفاع عن الصورة التي شكلها عن نفسه ورفض ماعداها .

٣- وظيفة التعبير عن القيم : كلما دعمت وسائل الإعلام القيم السائدة والتقاليد الأصيلة في المجتمع كلما شعر الفرد بالرضا عن هذه الوسائل والقبول بها ، وهذا ما يفسر لنا قدرة وسائل الإعلام على دعم القيم السائدة والتقاليد الأصيلة والمشاركات بين أبناء المجتمع الواحد .

٤- الوظيفة المعرفية : وتعني حاجة الفرد إلى المعرفة والمعلومات في مختلف مجالات الحياة والتي تساعده على إدراك الأشياء وفهمها .

وبذلك يمكن القول أن التلفزيون أصبح مدرسة الشعب المفتوحة ليلاً ونهاراً عبر وفرة المعلومات والمعارف المتنوعة التي يقدمها والتي تسهم في تعزيز القيم السائدة في المجتمع وإضافة قيم جديدة له فأصبح بذلك المربي للمجتمع بكل فئاته وعلى مختلف المستويات .^(١)

فالولايات المتحدة الأمريكية إستخدمت وسيلة التلفزيون دون الوسائل الإعلامية الأخرى لإذابة المجموعات المهاجرة اليها والتي تختلف أكيدا في عاداتها وقيمها وسلوكها الاجتماعي حيث عمل التلفزيون على صهر هذه الجماعات داخل النسق الاجتماعي الأمريكي ، ولم يحصل التلفزيون على هذه الثقة العالية من إحدى أهم المجتمعات المدنية المتطورة لولا قدرته التأثيرية الكبيرة ، الأمر الذي أوجد ولاء تلك المجموعات المهاجرة إلى مجتمعتها الجديد .^(٢)

(١) علي الشعبي ، دور وسائل الإعلام بين التثقيف والترفيه ، ابو ظبي - الامارات ، مركز الامارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية ، ٢٠٠٦ ، ص ١٦٥ .

(٢) سعيد مبارك آل زغير ، التلفزيون والتغير الاجتماعي ، دار الهلال للطباعة والنشر ، بيروت- لبنان ، ٢٠٠٨ ، ص ٥٧ .

((لقد أصبح التلفزيون في مناطق كثيرة من العالم الوسيلة الصحفية المهيمنة التي يستخدمها المشاهدون بشكل روتيني كمصدر موثوق للمعلومات العامة ، وتعتبر البرامج الإخبارية الرئيسية في خطط المحطات والشبكات التلفزيونية بارجة الأدميرال " سفينة القيادة " من مجمل الإنتاج التلفزيوني فهي توضح هوية القناة وتزينها قوة وتلعب دوراً إستراتيجياً في جذب الجمهور لمشاهدة البرامج الأخرى ، كما تعتبر الأخبار التلفزيونية الطريق الأكثر أهمية الذي يتم من خلاله وغيره التأثير مباشرة على الحياة العامة)) .^(١)

ويمكن للقنوات التلفزيونية الفضائية العراقية من إثارة الوعي بالأمن الوطني والاجتماعي وتسليط الضوء على كل ما من شأنه تعزيز الأمن أو الممارسات المناقضة له ، فدور التلفزيون في هذا المجال لا ينفصل عن المسجد والمدرسة ومنظمات المجتمع المدني وغير ذلك من المؤثرات التي تسهم في بناء شخصية الفرد والتأثير فيها وتحقيق العيش في أمن وإستقرار وتقديم منظومة أخلاقية متماسكة والالتزام بالانتماء للوطن والدفاع عن الهوية الوطنية ، ولاغريب أن يكون لنا ذلك^(٢) ، فقد أشارت الآية الكريمة إلى ذلك بقوله تعالى :

((كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَتُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ ۗ وَلَوْ آمَنَ أَهْلُ الْكِتَابِ لَكَانَ خَيْرًا لَهُمْ ۚ مِّنْهُمْ الْمُؤْمِنُونَ وَأَكْثَرُهُمُ الْفَاسِقُونَ))^(٣)

بمعنى أن الامة الإسلامية هي أمة القيم والتقاليد الأصيلة وأمة التعاليم السماوية التي تربي الإنسان وتصلق شخصيته ، هذه التعاليم التي تفسرها لنا المؤسسة الدينية

(١) جون كورنر ، التلفزيون والمجتمع ، ترجمة اديب خضور ، دمشق ، سوريا ، المكتبة الاعلامية ، ١٩٩٩ ، ص ٧٠ .
(٢) سليم عبد النبي ، الاعلام التلفزيوني ، عمان - الاردن ، دار اسامة للنشر والتوزيع ، ٢٠١٠ ، ص ٥٣-٥٤ .
(٣) القرآن الكريم ، سورة آل عمران ، الآية ١١٠ .

التي تعتبر أحد المحددات الرئيسة للرأي العام وثقافة المجتمع والتي يمكن أن تعتمد عليها القنوات الفضائية من خلال ما يتضمنه الدين من قيم وتعاليم وأسس أخلاقية وأوامر ونواه ، فضلا عن الجوانب الروحية والوجدانية التي يشبعها في الفرد ، فالدين يمارس رقابة على ممارسات وسلوكيات الأفراد والجماعات في نواحي الحياة الاجتماعية بما ينظمه من عبادات ومعاملات وعقائد وأخلاق تستمد قوتها من التشريع الإلهي ، وبذلك فإن الجماعات تستند في إطلاق أحكامها وآرائها في القضايا والمشكلات والأزمات بناء على القيم الدينية باعتبارها المعيار الرئيس لتلك الجماعات والأفراد في كل ما يواجهها من مسائل سياسية أو اجتماعية أو اقتصادية أو أمنية .^(١)

ويجب على برامج التلفزيون أن تؤكد على مسألة الأمن الوطني والاجتماعي الذي يشمل كل جوانب حياة الإنسان كالاكتفاء الاقتصادي والاستقرار العام للمواطن وتوفير الخدمات الأساسية له ، وتكون فعالية هذه البرامج من خلال التأكيد على الآتي :-^(٢)

١. تعزيز الانتماء الوطني والتماسك بين أفراد المجتمع .
 ٢. بناء منظومة أخلاقية مستندة إلى إقامة خطاب موحد لأبناء الوطن .
 ٣. إستقرار الحياة الاقتصادية .
- فالأمن الوطني والأمن الاجتماعي يتداخلان ويتفاعلان معاً في علاقة قوية لا انفصام لها ، إن الأمن يعني السلام وعدم الشعور بالتهديد الداخلي والخارجي ويمكن أن يكون التخلف الاقتصادي والفساد والانقسامات الطائفية من عوامل التهديد الداخلي ، واستخدام القوة العسكرية والعمل الدعائي والحرب النفسية من عوامل

(١) عبد الكريم علي الديبسي ، الرأي العام ، عوامل تكوينية وطرق قياسه ، عمان - الاردن ، دار المسيرة للنشر والتوزيع ، ٢٠١١ ، ص ١٣٨ - ١٣٩ .

(٢) عمر خالد المسفري ، الاتصال الجماهيري والاعلام الامني ، عمان - الاردن ، دار اسامة للنشر والتوزيع ، ٢٠١٣ ، ص ١٠٧ .

التهديد الخارجي ، ومن احد مقومات الأمن الوطني والاجتماعي هو وجود قيم إنسانية ومبادئ راسخة في العلاقات الاجتماعية أي وجود ثقافة مجتمعية خالية من التهديد . (١)

ويقع على عاتق النظام السياسي توفير الأمن الوطني والاجتماعي لأفراد المجتمع ، فالأمن هو الذي يوفر الاستقرار والرفاهية لهم ، وبذلك يتطلب منهم أن يكونوا على قدر المسؤولية في التعاطف فيما بينهم واحترام العقائد الدينية للجميع كل ذلك ينعكس بصورة ايجابية على انتشار الاستقرار السياسي وتحقيق الأمن الوطني الاقتصادي والاجتماعي وفاعلية دور منظمات المجتمع المدني وقدرتها على النهوض بمسؤوليتها تجاه المجتمع. (٢)

وكذلك فان الانسجام السياسي والاجتماعي للدولة ، والابتعاد عن الولاءات الضيقة وتعزيز الشعور بالولاء والانتماء للوطن وتجرد النظام السياسي من التحيز لجهة ما على حساب باقي جهات المجتمع هو الذي يحقق مفهوم الوحدة الوطنية بأبهى صورته . (٣)

ومن الأمور المهمة في تحقيق الوحدة الوطنية في العراق هو تجرد مؤسسات النظام السياسي العراقي من الانحياز لأي هوية فرعية على حساب الهويات الأخرى داخل حدود العراق ، فالتزام النظام السياسي بحقوق المواطنة لجميع أفراد المجتمع دون تمييز سوف يحقق ولاء الأفراد جميعاً إلى دولتهم وارتباطهم بها ، وبالتالي تصبح مقاومة السلطة السياسية غير ممكنة في إطار التمتع بحقوق المواطنة القائمة على المساواة . (٤)

-
- (١) سليم عبد النبي ، الاعلام التلفزيوني ، مصدر سابق ، ص ٤٤- ٤٥ .
(٢) مصطفى العوجي ، الامن الاجتماعي ، مقوماته - تقنياته - ارتباطه بالتربية المدنية ، بيروت - لبنان ، مؤسسة نوفل للطباعة والنشر ، ١٩٨٣ ، ص ، ٧٨ .
(٣) عبير سهام ، جدلية العلاقة بين الديمقراطية وتداول السلطة ، بغداد - العراق ، مجلة دراسات سياسية ، العدد ١٦ ، دارالحكمة ، ٢٠١٠ ، ص ١٨ .
(٤) عبير سهام ، جدلية العلاقة بين الديمقراطية وتداول السلطة ، مصدر سابق ، ص ١٨ .

وإستنتجت دراسة حديثة أن هناك تأثير كبير للقنوات التلفزيونية الفضائية على المجتمع وعلى جميع المستويات ، من خلال هذا العدد الهائل منها وأثرها من الاعلام العالمي وقدرتها على نقل الأخبار والوقائع والمعلومات والأحداث وبصورة فورية وقت حدوثها والتأثير الكبير لها في جميع مفاصل الحياة سواء كان هذا التأثير ايجابياً أم سلبياً بالرغم من أن الدراسة أكدت على وجود تأثير إيجابي لتقنيات الإعلام الحديثة متمثلة بالقنوات التلفزيونية الفضائية في تنمية قيم المواطنة الصالحة عند الطلبة الجامعيين ، ومن الممكن الإستفادة منها في عمليات الارتقاء بالمجتمع وتطويره. (١)

وعلى القنوات التلفزيونية الفضائية العراقية أن تنتبه جيداً إلى الفضائيات التي باتت تغلف السم الزعاف بالعسل الشهد لنشر أفكار منحرفة وإيديولوجيات متنوعة هدفها محاربة القيم النبيلة في المجتمع العراقي وزرع بذور التفسخ والانحلال وإشاعة روح الاقتتال والتباغض بين مكونات الشعب الواحد وإبعاده عن هويته الوطنية ومبادئه السامية. (٢)

وفي هذه المرحلة يجب على القائمين على القنوات التلفزيونية الفضائية العراقية تبني رسالة إعلامية إقناعية من خلال إستخدام أسلوب التكرار، فتكرار مضمون الرسالة الإعلامية الإقناعية سيكون في الغالب عاملاً مساعداً في تغيير سلوك الأفراد ، ذلك ما أشارت إليه بحوث الاتصال المتعلقة بتبني اتجاهات جديدة ، ويمكن ذلك عن طريق استخدام استعمالات تتعلق بالإنتماء للوطن والاهتمام بقضاياها وتعزيز روح المواطنة لدى أبنائه. (٣)

(١) موفق عبد العزيز الحسناوي وانتصار عباس الحسناوي ، فاعلية تقنيات الإعلام الحديثة في تنمية قيم المواطنة الصالحة عند الطلبة ، كلية الإعلام ، جامعة بغداد ، مجلة الباحث الإعلامي ، العدد ٣١ ، ٢٠١٦ ، ص ١٤٤ .

(٢) سليم عبد النبي ، الاعلام التلفزيوني ، مصدر سابق ، ص ٣٩ .

(٣) سامي محسن خاتنتة واحمد عبد اللطيف ابوسعد ، علم النفس الإعلامي ، مصدر سابق ، ص ٦٨ - ٦٩ .

وكذلك يمكن إستخدام أسلوب التكرار في المضامين الإعلامية من خلال استعمال عوامل الجذب والمشاركة الفاعلة ، وعرض النماذج الإنسانية ذات الكفاءة المميزة في مختلف شؤون الحياة . (٢)

ويستنتج الباحث مما سبق أن التلفزيون يؤثر كثيراً في المجتمع من خلال مجموعة من النقاط الآتية :-

- ١- يعزز القيم والإتجاهات والتقاليد السائدة في المجتمع .
- ٢- ينقل التلفزيون العادات والسلوكيات المتنوعة عن المجتمعات الأخرى مما يؤدي إلى إمكانية التأثير بها .
- ٣- قدرته على حل المشكلات ومعالجة الأزمات التي تعصف بالمجتمع من خلال تسليط الضوء عليها ومناقشتها وتقديم المعلومات المتوفرة عنها وإيجاد الحلول المناسبة لها.

فالتلفزيون لم يقتصر دوره في السنوات الأخيرة على مجرد تقديم الأخبار والمعلومات ، إنما امتد عمله الى أبعد من ذلك من خلال تحديد أولويات إهتمامات الجماهير وتحديد المشكلات الاجتماعية وإيجاد الحلول ووضع البدائل ، وبذلك فإنه يحقق التأثير الكبير في إدراك الفرد لإحتياجاته ومتطلباته والكيفية التي يتم بها تحقيق تلك الإحتياجات والمتطلبات ويستطيع عبر إعادة ترتيب إهتمامات الجماهير وقضاياهم المهمة من تغيير إتجاهاتهم وميولاتهم نحو المواضيع التي تهمهم ، لأنه حينما يتناول المعلومة و يضعها أمام المشاهد فإنه يأخذ دوراً متميزاً من أدوار الفرد اتجاه تلك المعلومة فيما يخص التفكير بها وتحليلها ومناقشتها وتقويمها ، أي يقدم تلك المعلومة جاهزة أمام المتلقي (٢).

(١) خليل عبد الرحمن المعاينة ، علم النفس الاجتماعي ، عمان - الاردن ، دار الفكر للنشر والتوزيع ، ٢٠١٠ ، ط ٣ ، ص ٨٠ .

(٢) محمد خليل الرفاعي ، دور الاعلام في العصر الرقمي في تشكيل الاسرة ، دمشق ، مجلة جامعة ، المجلد ٢٧ ، العدد الاول والثاني ، ٢٠١١ ، ص ٧٣١ .

المبحث الرابع :- وصف استجابات عينة الدراسة حول دور الفضائيات العراقية في تعزيز روح المواطنة لدى أبناء الشعب العراقي

يتضمن هذا المبحث ما يأتي :-

أ- إجراءات البحث :

لدراسة أي ظاهرة أو مشكلة يتطلب من الباحث وصفا شاملاً ودقيقاً لها وذلك لإعطاء صورة واضحة عن العلاقات المسببة لها ، والدراسة الحالية تهدف الى التعرف على دور الفضائيات العراقية في تعزيز قيم المواطنة في العراق ، ومدى تأثير تلك الفضائيات على المؤسسة الدينية العراقية وقد تضمنت الإجراءات العلمية للبحث على ما يلي :-

١- صياغة فقرات المقياس :

إستعمل الباحث أحد أنواع المقاييس الشائعة في دراسة الظواهر وهو مقياس ليكرت ومن خلال القراءات التي قام بها الباحث للنتائج الفكرية الخاص بموضوع البحث وملاحظة البرامج التلفزيونية المتعلقة بالموضوع خلص الباحث الى صياغة إستمارة المحكمين والمكونة من محورين لكل محور عدد من الفقرات ، وزعها الباحث على سبعة محكمين وبعد إعادتها منهم وإجراء التعديلات المقترحة من قبلهم تم صياغة استمارة الاستبيان النهائية والتي وزعت على مجتمع البحث .

٢- صدق الاستمارة (باستخدام الصدق الظاهري)

الصدق الظاهري للاختبار يتم تقويمه عبر التوافق بين تقديرات المحكمين، وقد عرض الباحث فقرات استمارة الاستبيان على سبعة محكمين، وفي ضوء آراء المحكمين تم استخراج النسبة المئوية لمعرفة الفقرات التي حققت صدقاً ظاهرياً، أي نسبة إتفاق ٨٠% وقد حصلت جميع فقرات الاستمارة أكثر من هذه النسبة مما يعني حصول جميع الفقرات على صدقاً ظاهرياً وبذلك تكون إستمارة الاستبيان جاهزة للتوزيع.

٣- عينة البحث :

تم اختيار طلبة العلوم الدينية في العراق كمجتمع للبحث ، وأختيرت عينة البحث من مدرستين معروفتين هي المدرسة الخالصية (المدرسة الزهراء) في مدينة الكاظمية كأنموذج عن الطائفة الشيعية ومدرسة المجمع الفقهي العراقي لكبار العلماء للدعوة والافتاء في مدينة الاعظمية كأنموذج عن الطائفة السنية ويكمن سبب اختيار هاتين المدرستين هو وجودهما في محافظة بغداد تحديداً حيث لاقت هذه المدينة الويلات والمصائب ومظاهر العنف الدامية باسم الطائفية ، وكذلك فإنهما معروفتين باعتدالهما وتقاربهما على جميع المستويات وأيضاً لأهمية رأي المؤسسة الدينية لما يعرض من خلال الفضائيات العراقية فيما يخص موضوعة التعايش السلمي وتعزيز الروح الوطنية لدى ابناء الشعب العراقي وكذلك من الامور المهمة لأختيار مدرستين مهمتين من مدارس العلوم الدينية في العراق هو الأهمية البالغة والتأثير الكبير للمؤسسة الدينية في العراق على ابناء الشعب العراقي وفي جميع نواحي الحياة ومستوياتها لاعتبارات أن العراق بلد مسلم وأبناءه يلتزمون على الدوام برأي هذه المؤسسة وتعاليمها وفتاواها .

ب- عرضاً إحصائياً لنتائج الدراسة التطبيقية مع تحليل وتفسير لتلك النتائج،

وقد حددت الدراسة مستوى الإجابات وفق المقاييس الآتية :-

١. الوسط الحسابي : هو من المقاييس الإحصائية الأكثر شيوعاً في الدراسات

الإعلامية والاجتماعية لسهولة وفائدته ودقته العالية ، وإستعمل الباحث إحدى

أنواعه وهو (حساب المتوسط من تكرار الدرجات) والذي يساوي مجموع

نواتج ضرب تكرار كل درجة في قيمتها مقسوماً على مجموع التكرارات ،

والغرض منه قياس ميل عينة البحث على فقرات المقياس .

٢. إستخراج درجات الإتجاه : ويتم عبر الخطوات الآتية :

أ- تحديد إجابة كل فقرة من خلال أربع مستويات (دائماً ، أحياناً ، نادراً ، ابداً

(فتكون الدرجات بذلك من ٤ - ١ .

ب- النسبة المئوية ويتم ذلك من خلال حساب تكرار كل فقرة .

ولأن مقياس الدراسة هو مقياس ليكرت الرباعي فإن هناك أربع فئات تنتمي لها المتوسطات الحسابية ، وتحدد الفئة عبر إيجاد طول المدى والذي يساوي أعلى قيمة في المقياس منقوصاً منه أقل قيمة ($4-1=3$) ثم قسمة طول المدى على عدد فئات المقياس ($3/4=0.75$). وتكون المتوسطات الحسابية لمقياس ليكرت الرباعي كما يأتي :

(1 - 1.74) ميلاً ضعيفاً لأفراد عينة البحث .

(1.74 - 2.49) ميلاً معتدلاً لأفراد عينة البحث .

(2.49 - 2.5) ميلاً عالياً لأفراد عينة البحث .

(2.5 - 3.25) ميلاً عالياً جداً لأفراد عينة البحث .

علماء إن الوسط الفرضي يساوي مجموع أرقام المقياس مقسماً على عدد أرقام المقياس
 $2.5 = (4/1+2+3+4)$.

وقد وزعت إستمارة المقياس على ثلاث محاور تضمن المحور الأول " التعرض للقنوات التلفزيونية الفضائية في العراق " خمس فقرات ، أما المحور الثاني " دور القنوات التلفزيونية العراقية في تعزيز روح المواطنة لدى أبناء الشعب العراقي " فقد تضمن اربع عشرة فقرة ، أما المحور الثالث " علاقة القنوات التلفزيونية الفضائية العراقية بالمؤسسة الدينية في العراق " فإنه إشتمل على ست فقرات ، وفيما يأتي توضيح لنتائج التحليل الإحصائي للمحاور الثلاث .

المحور الاول : التعرض للقنوات التلفزيونية العراقية

كلا	نعم	العبارة	
١٦	٨٩	ت	١- هل تشاهد القنوات التلفزيونية الفضائية العراقية باستمرار ؟
١٥.٢٤	٨٤.٧٦	%	

الجدول رقم (١)

يلاحظ في الجدول رقم (١) أن مايقرب من ٨٥% من عينة البحث تشاهد القنوات التلفزيونية الفضائية العراقية باستمرار وحوالي ١٥% منها مشاهدتها متقطعة .

العبارة	أقل من ساعة	٢-١ ساعة	٣-٢ ساعة	أكثر من ٣ ساعة
٢-كم هي عدد الساعات التي تشاهد فيها القنوات التلفزيونية الفضائية العراقية يومياً ؟	٤	٥٥	٣٤	١٢
%	٣.٨	٥٢.٤	٣٢.٤	١١.٤

الجدول رقم (٢)

أما الجدول رقم (٢) فنلاحظ فيه أن المشاهدة من ٢-١ ساعة حصلت على المرتبة الاولى بنسبة مئوية أكثر من ٥٢% ومن ٣-٢ ساعة حصلت على المرتبة الثانية بنسبة مئوية أكثر من ٣٢% وأكثر من ثلاث ساعات بنسبة مئوية أكثر من ١١% وأقل من ساعة بنسبة مئوية ٣,٨% وبذلك فإن المشاهدة للقنوات التلفزيونية الفضائية العراقية من قبل أفراد عينة البحث من ١-٣ بلغت مايقرب من ٨٥% من عينة البحث.

العبارة	١٠-٧ صباحاً	١-١٠ ظهراً	٤-١ عصرًا	٧-٤ مساءً	١٠-٧ ليلاً	١-١٠ ليلاً
٣-ماهي الأوقات المفضلة لديك لمشاهدة البرامج التلفزيونية المتنوعة ؟	٣	١٥	٣	٦	٦٦	١٨
%	٢.٨٥	١٤.٢٨	٢.٨٥	٥.٧١	٦٢.٨٥	١٧.١٤

الجدول رقم (٣)

وفي الجدول رقم (٣) حصلت فترة المشاهدة من ٧ - ١٠ ليلا على مايقرب من ٦٣% مما يعني انها الفترة المفضلة للمشاهدة من قبل أفراد عينة البحث ، والباقي موزع على الفترات الأخرى .

العبارة	دينية	سياسية	اجتماعية	اقتصادية	الفساد في أجهزة الدولة
٤-ماهي أكثر أنواع البرامج التي تقوم بمتابعتها عبر القنوات التلفزيونية الفضائية العراقية ؟	٣٦	٥١	٢٧	٦	٣٩
%	٣٤.٢٨	٤٨.٥٧	٢٥.٧١	٥.٧١٤	٣٧.١٤

الجدول رقم (٤)

والجدول رقم (٤) يوضح لنا نوعية البرامج التي تهتم عينة البحث بمشاهدتها فحصلت البرامج السياسية على أكثر من ٤٨% والفساد في أجهزة الدولة أكثر من ٣٧% والدينية أكثر من ٣٤% والاجتماعية مايقرب من ٢٦% والاقتصادية مايقرب من ٦% مما يعني أن اغلب المشاهدات تركزت على البرامج السياسية والدينية والفساد في أجهزة الدولة .

العبارة	نعم	كلا
٥-هل ترى أن فترات بث البرامج التي تدعوا الى حب الوطن وتعزيز الروح الوطنية في القنوات التلفزيونية الفضائية هي فترات مناسبة للمشاهدة ؟	٤٥	٦٦
%	٤٢.٨٥	٦٢.٨٥

الجدول رقم (٥)

نلاحظ في الجدول رقم (٥) أن نسبة مايقرب من ٦٣% من عينة البحث ترى أن فترات بث البرامج الوطنية غير مناسبة بينما أكثر من ٤٢% من العينة ترى انها فترات بث مناسبة .

المحور الثاني : دور القنوات التلفزيونية العراقية في تعزيز روح المواطنة لدى أبناء الشعب العراقي .

الرتبة	الوسط الحسابي	ابدا	نادرا	احيانا	دائما	العبارة
٥	٢.٦٧	١٢	٢٤	٥٥	١٤	٦-هل ترى أن القنوات التلفزيونية الفضائية العراقية تؤكد باستمرار على ضرورة الوحدة الوطنية والتماسك بين أبناء الشعب العراقي ؟ %
		١١.٤	٢٢.٨	٥٢.٤	١٣.٣	
٦	٢.٦٥	١٨	٢٤	٣٩	٢٤	٧-هل ترى أن الخطاب الإعلامي عبر القنوات التلفزيونية الفضائية العراقية يبتعد كثيراً عن الطائفية ويقترب كثيراً من الوحدة الوطنية ؟ %
		١٧.١	٢٢.٨	٣٧.١	٢٢.٨	
٦	٢.٦٥	١٥	٢٤	٤٨	١٨	٨-برأيك هل تسهم القنوات التلفزيونية الفضائية العراقية في إشاعة روح التسامح والمحبة والمساواة بين أبناء الشعب العراقي ؟ %
مكرر		١٤.٣	٢٢.٨	٤٥.٧	١٧.١	
٩	٢.٤٨	١٨	٣٣	٣٩	١٥	٩-برأيك هل تسهم القنوات التلفزيونية الفضائية العراقية في تعريف مشاهديها بالقيم الوطنية النبيلة وبحقوقهم وواجباتهم اتجاه الوطن ؟ %
		١٧.١	٣١.٤	٣٧.١	١٤.٣	
١١	٢.٢٥	٣٣	٢٧	٣٠	١٥	١٠-هل ترى أن القنوات التلفزيونية الفضائية العراقية تسعى باستمرار على استقرار الوطن ومصالحه وتحمل مسؤولياتها تجاهه ؟ %
		٣١.٤	٢٥.٧	٢٨.٦	١٤.١	
١٠	٢.٤٧	١٨	٣٥	٣٦	١٦	١١-برأيك هل تقدم القنوات التلفزيونية الفضائية العراقية في برامجها وبإخلاص كل مامن شأنه الحفاظ على أمن وإستقرار العراق وشعبه ؟ %
		١٧.١	٣٣.٣	٣٤.٣	١٥.٢	
١	٣.٢٥	١٢	٣	٣٦	٥٤	١٢-هل ترى أن هنالك ضعف في أداء القنوات التلفزيونية الفضائية العراقية اتجاه القضايا الوطنية والشعور بالمسؤولية الإجتماعية اتجاه الوطن سببه تبعية أغلب هذه القنوات الى كتل وأحزاب سياسية وأجندات خارجية ؟ %
		١١.٤	٢.٨	٣٤.٣	٥١.٤	
١٢	١.٩٧	٤٢	٢٧	٢١	١٢	١٣-برأيك هل تقدم القنوات التلفزيونية الفضائية العراقية مصلحة الشعب والوطن على مصالح الأحزاب والكتل السياسية ؟ %
		٤٠	٢٥.٧	٢٠	١١.٤	

٨	٢.٥٧	١٥	٣٣	٣٩	١٨	ت	١٤-هل إستطاعت القنوات التلفزيونية الفضائية العراقية تعريف أبناء الشعب العراقي بمصطلح الفتنة الطائفية وخطورته والتحذير منه بالشكل المطلوب ؟
		١٤.١	٣١.٤	٣٧.١	١٧.١	%	
٣	٢.٧٨	١٢	٤٢	٤٨	١٣	ت	١٦-هل تستعرض القنوات التلفزيونية الفضائية العراقية من خلال برامجها المتنوعة أهم الرموز الوطنية في العراق وتعرف المشاهدين بسيرة وتاريخ تلك الرموز؟
		١١.٤	٤٠	٤٥.٧	١٢.٤	%	
٤	٢.٧٧	١٨	٢١	٣٣	٣٣	ت	١٧-هل ترى أن تركيز القنوات التلفزيونية الفضائية العراقية على الصراعات بين الكتل والاحزاب السياسية يضعف شعور المواطنين بالوحدة الوطنية والمساواة والمحبة بين أبناء الشعب العراقي؟
		١٧.١	٢٠	٣١.٤	٣١.٤	%	
٢	٢.٩٧	٦	٢٧	٣٦	٣٦	ت	١٨-هل ترى أن هنالك ضعف واضح في أداء القنوات التلفزيونية في إنتاج برامج تعمل على تهدئة الشارع العراقي أثناء الأزمات السياسية والاجتماعية ؟
		٥.٧	٢٥.٧	٣٤.٣	٣٤.٣	%	
٧	٢.٦٢	١٨	٣٠	٣٠	٢٧	ت	١٩-برأيك هل عملت القنوات التلفزيونية الفضائية العراقية على تعريف المواطن العراقي بأن ما يحدث على الساحة العراقية من صراعات ، هي صراعات سياسية على السلطة والمغانم وليست صراعات دينية أو فتنة طائفية ؟
		١٧.١	٢٨.٦	٢٨.٦	٢٥.٧	%	

الجدول رقم (٦)

في الجدول رقم (٦) حصلت الفقرة رقم (١٢) على المرتبة الاولى بوسط حسابي بلغ (٣,٢٥) مما يعني ميلاً عالياً جداً لأفراد عينة البحث على هذه الفقرة ، الأمر الذي يشير الى أن القنوات التلفزيونية الفضائية تعاني من ضعف في أدائها تجاه القضايا الوطنية والشعور بالمسؤولية الاجتماعية بسبب أن أغلب هذه القنوات هي تابعة أما لأحزاب سياسية أو أجنادات خارجية .

أما الفقرة (١٨) فقد حصلت المرتبة الثانية بوسط حسابي بلغ (٢,٩٧) والذي يشير إلى ميل عالٍ لأفراد العينة على هذه الفقرة ، مما يؤكد على وجود ضعف من قبل القنوات الفضائية على إنتاج برامج تعمل على تهدئة الشارع العراقي أثناء الأزمات السياسية والاجتماعية .

وحصلت الفقرة (١٦) على المرتبة الثالثة بوسط حسابي بلغ (٢,٧٨) الذي يشير إلى ميل عال لأفراد العينة على هذه الفقرة ، مما يؤكد أن القنوات الفضائية لديها تقصير واضح في عدم استضافة الرموز الوطنية في العراق والتعريف بمسيرتها .

والفقرة (١٧) حصلت على المرتبة الرابعة بوسط حسابي بلغ (٢,٧٧) والذي يشير إلى ميل عال لأفراد العينة على هذه الفقرة ، والتي تؤكد على أن القنوات الفضائية تتسبب بضعف شعور أفراد العينة بالوحدة الوطنية والمساواة والمحبة بين أفراد المجتمع نتيجة لتركيزها على الصراعات بين الكتل والأحزاب السياسية .

أما الفقرة رقم (٦) فقد حصلت على المرتبة الخامسة بوسط حسابي (٢,٦٧) والذي يشير إلى ميل عال لأفراد عينة البحث على هذه الفقرة ، والذي يؤكد على أن القنوات الفضائية تسعى من خلال برامجها على تماسك أفراد المجتمع والدعوة إلى الوحدة الوطنية.

وحصلت الفقرتين (٨,٧) على المرتبة السادسة بوسط حسابي بلغ (٢,٦٧) الذي يشير إلى ميل عال لأفراد العينة على هاتين الفقرتين واللذان تؤكدان على أن الفضائيات العراقية تبتعد بشكل مقبول عن الخطاب الطائفي وتدعوا إلى الوحدة الوطنية وإشاعة روح المحبة والتسامح بين أفراد المجتمع .

والفقرة (١٩) حصلت على المرتبة السابعة بوسط حسابي بلغ (٢,٦٢) الذي يشير إلى ميل عال لأفراد وعينة البحث على هذه الفقرة الأمر الذي يوضح إن القنوات الفضائية تعمل على تعريف المشاهدين بأن الصراعات التي تحدث في العراق هي صراعات سياسية على السلطة وليست صراعات طائفية .

وحصلت الفقرة (١٤) على المرتبة الثامنة بوسط حسابي بلغ (٢.٥٧) الذي يشير إلى ميل عال لا فراد عينة البحث على هذه الفقرة مما يدل على أن القنوات الفضائية تسهم في تعريف مشاهديها بمصطلح الفتنة الطائفية وتحذر من خطورته .

أما الفقرة (٩) فقد حصلت على المرتبة التاسعة بوسط حسابي بلغ (٢,٤٨) والذي يشير الي ميل معتدل لأفراد العينة على هذه الفقرة الأمر الذي يؤكد أن القنوات الفضائية تسهم بشكل بسيط أو ضعيف في تعريف مشاهديها بالقيم النبيلة وبحقوقهم وواجباتهم اتجاه الوطن .

والفقرة (١١) حصلت على المرتبة العاشرة بوسط حسابي بلغ (٢,٤٧) الذي يشير إلى ميل معتدل لأفراد العينة على هذه الفترة والتي تؤكد على أن القنوات الفضائية تسهم بشكل بسيط من خلال برامجها على استقرار الوطن وأمنه وأمانه .

أما الفقرة (١٠) فقد حصلت على المرتبة الحادية عشر بوسط حسابي بلغ ٢٥، الذي يشير إلى ميل معتدل لأفراد العينة على هذه الفقرة والذي يشير إلى ضعف القنوات الفضائية في تحمل مسؤوليتها الوطنية والحفاظ على استقرار الوطن .

وحصلت الفقرة (١٣) على المرتبة الثامنة عشر بوسط حسابي بلغ ١,٩٧ والذي يشير إلى ميل معتدل لأفراد العينة على هذه الفقرة مما يؤكد على أن القنوات الفضائية تقدم مصلحة الأفراد والكتل السياسية على مصلحة الوطن والمواطن بسبب تبعية اغلب تلك القنوات إلى أحزاب وكتل وشخصيات سياسية متنوعة .

أما الفقرة (١٥) والتي تستفهم نوع الصراعات التي تحدث في العراق بين الحين والآخر فقد بينت العينة الآتي :

الصراعات السياسية : حصلت على ٨٦ تكراراً بنسبة مئوية بلغت ما يقرب من ٨٢% .

الصراعات المذهبية : حصلت على ١٠ تكرار بنسبة مئوية أكثر من ٩% .

الصراعات الأخرى : حصلت على ٦ تكرار بنسبة مئوية مايقرب من ٦% .

الصراعات الدينية : حصلت على ٣ تكرار بنسبة مئوية مايقرب من ٣% .

ومن خلال إجابات عينة الدراسة يتبين إن الصراعات التي تحدث في العراق هي صراعات سياسية على السلطة والمغانم .

المحور الثالث : علاقة القنوات التلفزيونية الفضائية العراقية بالمؤسسة الدينية في

العراق

الرتبة	الوسط الحسابي	ابدا	نادرا	احيانا	دائما	العبارة
٢	٢.٥٤	٢٤	٢٤	٣٣	٢٤	٢٠- هل ترى أن التركيز على البرامج الدينية في القنوات التلفزيونية الفضائية العراقية يساهم بشكل كبير في تعزيز روح المواطنة ؟ %
		٢٢.٨	٢٢.٨	٣١.٤	٢٢.٨	
٤	٢.٤	٢٤	٢١	٥٤	٦	٢١- هل كانت البرامج الوثائقية التلفزيونية عن الشخصيات الدينية في العراق والتي ساهمت في تعزيز الصف الوطني والدعوة الى الوحدة الوطنية والدفاع عن الوطن في أزمنة الاحتلال المتعاقبة على العراق هي بالمستوى الذي يؤكد للفرد العراقي الأهمية الحقيقية للمؤسسة الدينية في التماسك والتوحد والدفاع عن الوطن ؟ %
		٢٢.٨	٢٠	٥١.٤	٥.٧	
٣	٢.٤٥	٢٤	٣٠	٤٢	١٢	٢٢- في أثناء الازمات التي تعصف بالبلاد بين الفينة والاخرى ، هل ترى أن القنوات التلفزيونية الفضائية العراقية تستضيف شخصيات دينية مرموقة ومؤثرة إجتماعياً تعمل على تهدئة الشارع العراقي ؟ %
		٢٢.٨	٢٨.٦	٤٠	١١.٤	
٥	٢.٢٨	٢٤	٣٦	٣٦	٩	٢٣- هل ترى أن القنوات التلفزيونية الفضائية العراقية تستضيف باستمرار شخصيات دينية مشهود لها بالوطنية والاعتدال والدعوة الى التوحد ؟ %
		٢٢.٨	٣٤.٣	٣٤.٣	٨.٦	
١	٣.٠٥	١٠	١٥	٣٩	٤١	٢٤- برأيك هل أن نقل خطب صلوات الجمعة في العراق عبر القنوات التلفزيونية الفضائية العراقية من الأمور المهمة التي تعزز روح المواطنة وإشاعة المحبة والود بين أبناء الشعب العراقي ؟ %
		٩.٥	١٤.٣	٣٧.١	٣٩	
٦	٢.٠٤	٣٣	٣٧	٣٢	٣	٢٥- هل تهتم القنوات التلفزيونية الفضائية العراقية بالمؤتمرات والحوارات والندوات التي تقيمها المؤسسات الدينية والتي تدعوا الى إشاعة روح المحبة والمساواة وتعزيز روح المواطنة والدفاع عن الوطن ؟ %
		٣١.٤	٣٥.٢	٣٠.٥	٢.٨	

الجدول رقم (٧)

يوضح الجدول رقم (٧) إن الفقرة (٢٤) حصلت على المرتبة الاولى بوسط

حسابي بلغ (٣,٠٥) والذي يعني ميل عال لأفراد عينة البحث على هذه الفقرة الامر

الذي يؤكد ضرورة أن تهتم القنوات الفضائية بنقل صلوات الجمعة باستمرار لإشاعة روح المواطنة والمحبة والود بين بين أفراد المجتمع .

وحصلت الفقرة رقم (٢٠) على المرتبة الثانية بوسط حسابي بلغ (٢,٥٤) الذي يشير إلى ميل عال لأفراد العينة على هذه الفقرة التي تؤكد أن للبرامج الدينية في القنوات الفضائية أهميتها في تعزيز روح المواطنة .

أما الفقرة (٢٢) فقد حصلت على المرتبة الثالثة بوسط حسابي بلغ (٢.٤٥) مما يعني ميلاً معتدلاً على هذه الفقرة الأمر الذي يشير إلى تقصير الفضائيات العراقية في إستضافة شخصيات دينية مرموقة ومؤثرة إجتماعياً تعمل على تهدئة الشارع العراقي أثناء الأزمات .

والفقرة (٢١) حصلت على المرتبة الرابعة بوسط حسابي بلغ (٢.٤) الذي يشير إلى ميل معتدل لأفراد العينة على هذه الفقرات بمعنى أن البرامج الوثائقية في الفضائيات العراقية عن الشخصيات الدينية التي أسهمت في تعزيز الصف الوطني والدفاع عن الوطن خلال الفترات المتعاقبة لأزمة الإحتلال للعراق هي ليست بالمستوى المطلوب الذي يعطي إشارة وتوضيح لأفراد المجتمع بأهمية المؤسسة الدينية في العراق في الوحدة والتماسك الوطني وتعزيز الروح الوطنية .

وحصلت الفقرة (٢٣) على المرتبة الخامسة بوسط حسابي بلغ (٢.٢٨) والذي يشير إلى ميل معتدل لأفراد العينة مما يعني تقصير الفضائيات العراقية في الإستضافة المستمرة لشخصيات دينية مشهود لها بالإعتدال والوطنية والدعوة إلى التوحد .

أما الفقرة (٢٥) فإنها حصلت على المرتبة السادسة بوسط حسابي بلغ ٢,٠٤ والذي يشير إلى ميل معتدل لأفراد العينة على هذه الفقرة والذي يؤشر بعدم إهتمام القنوات التلفزيونية الفضائية العراقية بالشكل المطلوب منها في تغطية ونقل ومناقشة المؤتمرات والحوارات التي تقيمها المؤسسات الدينية بالشكل المطلوب منها .

توصل الباحث من خلال دراسته إلى مجموعة من النتائج أهمها :

- ١- الأوقات المفضلة لبث برامج تدعوا إلى الوحدة الوطنية وتعزيز روح المواطنة هي من الساعة السابعة إلى العاشرة ليلاً وكذلك من العاشرة إلى الواحدة ليلاً لحصولهما على نسبة ٨٠% من عينة البحث .
- ٢- ضعف الإنتاج البرامجي الخاص بالبرامج الوطنية من قبل القنوات التلفزيونية الفضائية العراقية وضعف شعورها بالمسؤولية الاجتماعية اتجاه قضاياها الوطنية بسبب تبعية أغلب تلك القنوات إلى أحزاب أو شخصيات سياسية أو تمثيلها لأجندات خارجية .
- ٣- ضعف الفضائيات العراقية خلال فترة الأزمات السياسية والاجتماعية في إنتاج برامج تعمل على تهدئة الشارع العراقي .
- ٤- تركيز الفضائيات العراقية على الصراعات بين الأحزاب والكتل والشخصيات السياسية ومصالحهم أكثر من تركيزها على قضايا الوحدة الوطنية والمساواة والمحبة بين أفراد المجتمع .
- ٥- تسعى الفضائيات العراقية بشكل مقبول من خلال برامجها على تماسك المجتمع والدعوة إلى الوطنية والإبتعاد عن الخطاب الطائفي .
- ٦- تسهم الفضائيات العراقية بشكل مقبول في تعريف مشاهديها بأن الصراعات التي تدور في فلك العراق هي صراعات سياسية من أجل السلطة والمصالح وتحذر مشاهديها بخطورة الفتنة الطائفة بشكل مقبول .
- ٧- تسهم الفضائيات العراقية بشكل ضعيف في تعزيز القيم الوطنية النبيلة وحقوق وواجبات المواطنة .
- ٨- تسهم الفضائيات العراقية بشكل ضعيف في إنتاج برامج تعمل على إستقرار الوطن وأمنه وأمانه.
- ٩- أكد أفراد العينة أن الأعم الأغلب من الصراعات التي تحدث في العراق بين فترة وأخرى هي صراعات سياسية على السلطة والمغانم .

١٠- ضعف التغطيات الإعلامية من قبل الفضائيات العراقية للمؤتمرات والحوارات والمهرجانات التي تقيمها المؤسسات الدينية والتي تسهم بشكل فاعل في تعزيز روح المواطنة والمحافظة على وحدة العراق .

١١- تقصير الفضائيات العراقية في إستضافة الرموز الدينية العراقية المعروفة باعتدالها والرموز والشخصيات الوطنية في العراق والذين أسهموا وباستمرار على تعزيز الصف الوطني والحفاظ على وحدة العراق والدفاع عن أراضيه .

١٢- ضعف الإنتاج البرامجي الوثائقي عن الشخصيات والرموز الدينية العراقية التي أسهمت في الدفاع عن العراق ووحدته وتعزيز الصف الوطني خلال فترات الاحتلال المتعاقبة على العراق مما يعني ضعف التعريف بأهمية المؤسسة الدينية في التماسك الوطني وتدعيم روح المواطنة .

هنالك بعض التوصيات التي ينبغي أن تأخذ بها القنوات التلفزيونية الفضائية العراقية ومنها:

١- ضرورة إهتمام تلك القنوات بإعداد خطط لإنتاج برامج متنوعة تعمل على الآتي :-

أ- تعزيز الشعور بالمواطنة وتعريف أفراد المجتمع بحقوقهم وواجباتهم والمحافظة على إستقرار الوطن وأمنه وأمانه .

ب- تهدئة الشارع العراقي أثناء الأزمات الاجتماعية والسياسية من خلال إستضافة شخصيات ورموز دينية مؤثرة ومشهود لها بالوطنية والاعتدال.

ت- التركيز على قضايا الوحدة الوطنية والاهتمام بحقوق ومطالب أفراد المجتمع والإبتعاد بقدر معقول عن الصراعات بين الأحزاب والكتل السياسية .

٢- ضرورة تأكيد الفضائيات العراقية على التغطيات المستمرة للمؤتمرات والحوارات والمهرجانات التي تقيمها المؤسسات الدينية العراقية المتنوعة

وذلك لإسهامها الفاعل في تعزيز روح المواطنة والتعايش السلمي بين أبناء المجتمع .

٣- ضرورة إهتمام الفضائيات العراقية بالأفلام الوثائقية عن الشخصيات والرموز الدينية العراقية التي أسهمت في الدفاع عن العراق وهويته الوطنية والإسلامية وتعزيز قيمه الوطنية النبيلة خلال فترات الإحتلال المتعاقبة على العراق والحكومات المستبدة التي توالى على حكمه بالاعتماد على المؤسسات الدينية العراقية والمختصين في تاريخ العراق الحديث .

٤- ضرورة تحمل الفضائيات العراقية مسؤوليتها الاجتماعية اتجاه القضايا الوطنية بغض النظر عن تبعيتها ، إنطلاقاً من وظيفتها الأساس وهي خدمة المجتمع وليس خدمة الأحزاب والكتل والشخصيات السياسية لأن ذلك يكسبها هويتها الوطنية وثقة أفراد المجتمع بالمعلومات التي تقدمها .

قائمة المراجع المصادر :

- ١- القرآن الكريم .
- ٢- جون كورنر ، التلفزيون والمجتمع ، ترجمة اديب خضور ، دمشق ، سوريا ، المكتبة الاعلامية ، ١٩٩٩ .
- ٣- خليل عبد الرحمن المعاينة ، علم النفس الاجتماعي ، عمان - الاردن ، دار الفكر للنشر والتوزيع ، ٢٠١٠ ، ط ٣ .
- ٤- سارة صالح عيادة الخمشي ، دور التربية الاسرية في حماية الابناء من الارهاب ، السعودية ، جامعة الامام محمد بن سعود الاسلامية ، المؤتمر العالمي عن موقف الاسلام من الارهاب ، ٢٠٠٤ .
- ٥- سامي محسن ختاتنة واحمد عبد اللطيف ابو سعد ، علم النفس الإعلامي ، عمان - الاردن ، دار المسيرة للنشر والتوزيع ، ٢٠١٠ .
- ٦- سعيد مبارك آل زغير ، التلفزيون والتغير الاجتماعي ، دار الهلال للطباعة والنشر ، بيروت- لبنان ، ٢٠٠٨ .
- ٧- سليم عبد النبي ، الاعلام التلفزيوني ، عمان - الاردن ، دار اسامة للنشر والتوزيع ، ٢٠١٠ ، ص ٥٣-٥٤ .
- ٨- سناء الجبور ، الإعلام الاجتماعي ، عمان- الاردن ، دار اسامة للنشر والتوزيع ، ٢٠١٠ .
- ٩- عبد الكريم علي الديبسي ، الرأي العام ، عوامل تكوينية وطرق قياسه ، عمان - الاردن ، دار المسيرة للنشر والتوزيع ، ٢٠١١ .
- ١٠- عبير سهام ، جدلية العلاقة بين الديمقراطية وتداول السلطة ، بغداد - العراق ، مجلة دراسات سياسية ، العدد ١٦ ، دار الحكمة ، ٢٠١٠ .
- ١١- عثمان بن صالح العامر ، أثر الانفتاح الثقافي على مفهوم المواطنة لدى الشباب السعودي ، دراسة استكشافية ، السعودية ، وزارة التربية والتعليم ، ٢٠٠٥ .

- ١٢- عطا درويش ، التربية المدنية والمجتمع الفلسطيني ، غزة - فلسطين
، جمعية وطن ، ٢٠٠٣ .
- ١٣- علي الشعبي ، دور وسائل الإعلام بين التثقيف والترفيه ، ابو ظبي -
الامارات ، مركز الامارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية ، ٢٠٠٦ .
- ١٤- عمر خالد المسفري ، الاتصال الجماهيري والاعلام الامني ، عمان
- الاردن ، دار اسامة للنشر والتوزيع ، ٢٠١٣ .
- ١٥- الغريب زاهر اسماعيل ، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز
قيم المواطنة وتشكيل الراي العام لدى منتسبي الجامعات ، بحث منشور على
شبكة الانترنت ، repository.nauss.edu.sa/handle .
- ١٦- محمد خليل الرفاعي ، دور الاعلام في العصر الرقمي في تشكيل
الاسرة ، دمشق ، مجلة جامعة ، المجلد ٢٧ ، العدد الاول والثاني ، ٢٠١١ .
- ١٧- مصطفى العوجي ، الامن الاجتماعي ، مقوماته - تقنياته - ارتباطه
بالتربية المدنية ، بيروت - لبنان ، مؤسسة نوفل للطباعة والنشر ، ١٩٨٣ .
- ١٨- موفق عبد العزيز الحسناوي وانتصار عباس الحسناوي ، فاعلية
تقنيات الإعلام الحديثة في تنمية قيم المواطنة الصالحة عند الطلبة ، كلية
الإعلام ، جامعة بغداد ، مجلة الباحث الإعلامي ، العدد ٣١ ، ٢٠١٦ .
- ١٩- هيثم هادي الهيتي ، الإعلام السياسي والاعباري في الفضائيات ،
عمان - الاردن ، دار أسامه للنشر والتوزيع ، ٢٠١٠ .

المحور الرابع :

**المسؤولية الاجتماعية
للمؤسسات الإعلامية عبر
الاتصال الرقمي**

التغطية الاعلامية لعمليات تحرير الموصل في

صفحات مواقع التواصل الاجتماعي

دراسة تحليلية لصفحة قناة العراقية للمدة من

(٢٠١٦ / ١١ / ١) لغاية (٢٠١٧ / ٢ / ١)

أ.م.د يسرى خالد ابراهيم أ.م.د فاطمة عبد الكاظم

الجامعة العراقية / كلية الاعلام جامعة بغداد / كلية الاعلام

Coverage Media of the Operations of the Liberation of
Mosul on the Pages of Social Media Sites

An analytical study of the AL- Iraqi channel page for the
period (1/11/2016) until (2/2017)(

Asst.Prof.Yousra Khaled Ibra

Asst. Prof. Fatima bdel Kadhim

A AL-Iraqia University \ Faculty of media
Baghdad University \ Faculty of Information

المستخلص

شغلت عمليات تحرير الموصل اهتمام الرأي العام واحتلت مساحات زمنية واسعة في الفضائيات المحلية والعربية والدولية فضلا عن مواقع التواصل الاجتماعي والتي اسهمت في تغيير مضامين واشكال الاعلام التقليدي وصارت من مصادر الجمهور الرئيسية وعامل اساسي في تشكيل اتجاهاتهم وتصوراتهم عن مختلف القضايا ، لذا لجأت العديد من القنوات الفضائية الى انشاء صفحاتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي لاسيما " الفيس بوك " لبث المعلومات ونشر الرؤى والتعبير عن الايدلوجيات وصار الجمهور مشاركا بل متفاعلا الى حد كبير مع مضامين ما ينشر في تلك الصفحات .

وان بحثنا يسلط الضوء على التغطية الاعلامية لمعارك تحرير الموصل في صفحة قناة العراقية الفضائية على الفيس بوك لمعرفة حجم ومؤشرات تلك التغطية ، وابرز الموضوعات التي يتم التركيز عليها لتغطية احداث المعارك اثناء مدة البحث التي شهدت انطلاق العمليات العسكرية في الموصل عن طريق تحليل مضمون المواد المنشورة في صفحة قناة العراقية ، وتبين ان الاعلان عن تحرير المناطق في الموصل قد تصدرت التغطية الاعلامية لتلك الاحداث ، فضلا عن الاشتباكات المستمرة لقواتنا الامنية مع تنظيم داعش ، كما دلت التغطية الاعلامية على الجوانب الانسانية المصاحبة لسير العمليات العسكرية والتي تجلت بالتلاحم بين القوات العسكرية والمدنيين في المناطق المحررة ، ووعي الجماهير بمخاطر الارهاب وابرزت حجم التضحيات التي تقدمها القوات الامنية والحشد الشعبي وحجم المخاطر التي يتعرض لها المراسلين ، وكانت الاخبار والتقارير في مقدمة الفنون الصحفية التي استندت عليها التغطية الاعلامية واعتمدت على مصادر مختلفة في استقاء معلوماتها على العمليات الجارية في الموصل .

Abstract

The Mosul liberation operations took the interest of public opinion and covered much time in local, Arab and international satellite channels as well as social media sites which contributed to changing the contents and forms of traditional media and became main sources of the public and a basic factor in shaping their attitudes and perceptions on various issues. so, many satellite channels have created their pages through social networking sites, especially Facebook, to broadcast information, publish visions and express ideologies, and the public become a participant, and very interactive with the contents of what is published on those pages.

The research highlighted on the media coverage of the battles of Mosul Liberation in the AL_Iraqia channel on Facebook to find out the size and indicators of that coverage, and the topics focus on the coverage of the battles during the period of research that saw the launch of military operations in Mosul by analyzing the content of the articles published in the page of al-Iraqia channel

The announcement of the liberation of the areas in Mosul has topped the media coverage of these events, as well as the clashes of our forces with the ISIS, and the media coverage focused on the humanitarian aspects associated with the military operations, which manifested in the cohesion between the military forces and civilians in liberated areas, And public awareness of the dangers of terrorism and highlighted the size of the sacrifices made by the forces and the popular crowd and the size of the risks faced by reporters, and the news and reports in the top of the Journalism arts based on the media coverage and relied on various sources of the information on the constant operations in Mosul

المقدمة :

شكّلت التغطية الاعلامية لعمليات تحرير الموصل اهمية كبيرة واحتلت مساحات واسعة ضمن اولويات الشبكات الاعلامية المحلية والعربية والعالمية لما لهذه المدينة من اهمية استراتيجية وتاريخية وثقافية وعلمية وادبية والتي تعرضت لأقسى انواع الهجمات الارهابية في تاريخ البشرية فقد حوربت بأرثها الفكري والثقافي والانساني اذ حاولت تلك العصابات الارهابية ازالة هذا الارث والقضاء عليه طيلة مدة احتلالها لهذه المدينة لكن في مثل هذه الحالات عندما تتعرض مدن لعمليات ارهابية فأن الحكومات تستنفر كل ما لديها من طاقات وجهود تقنية وامكانيات بشرية وقدرات اعلامية لمحاصرة الخطر والضغط عليه وتحديد تحركاته فكان من نتائجها توحيد التوجهات للمؤسسات السياسية والامنية والاعلامية وتنشيط برامج التغطية الاعلامية الاستثنائية لتتكامل مع الجهود الرسمية في تقديم المعلومات للرأي العام .

فمنذ بدء عمليات التحرير اخذت العديد من الشبكات الاعلامية من فضائيات وصحف واذاعات ومواقع الكترونية صحفية واذاعية وتلفزيونية تتسابق وتترقب تطور الاحداث كل حسب توجهاته الفكرية والسياسة الاعلامية التي يعمل لصالحها.

وتعد شبكة الاعلام العراقي (الشبه رسمية) احد اهم هذه الشبكات التي حرصت على متابعة عمليات التحرير خطوة خطوة لذا عملت على توظيف كافة الامكانيات الاعلامية المتوفرة لديها وتسخيرها لهذه التغطية .

الفصل الاول : منهجية البحث :

اولا : اهمية البحث :

تختلف عوامل وظروف واساليب التغطيات الاخبارية على وفق طبيعة الاحداث والظروف المحيطة بها لذلك اتخذ الموضوع أهميته من جانبين هما :

(١) الاهمية الموضوعية (العلمية) - وتبرز طبيعة تدفق المعلومات ونشرها في المواقع الالكترونية للقنوات الفضائية المحلية والعالمية وصفحات مواقع التواصل الاجتماعي ولكل موقع رؤيته واسلوبه في العرض واسلوب التقديم وتغطية جوانب معينة واهمال اخرى لذلك فالدراسة العلمية بأسلوب موضوعي لقضية التغطية الاخبارية وبالتحديد في موقع (الفيس بوك لقناة) العراقية شبه رسمية هذا يعطي مؤشرات عن مدى الاستخدام الموضوعي للمعلومات واسلوب توظيفها لخدمة عمليات التحرير من جانب واسلوب تأطير الاحداث بصورة موضوعية من جانب اخر .

(٢) الاهمية الاجتماعية - فتظهر في اهمية موضوع تحرير الموصل كونه لم يعد قضية محلية بل تحول الى قضية عالمية تتداولها الفضائيات العربية والاجنبية وتترقب تطور الاحداث ويشارك خبراء اجانب في عمليات التخطيط الاستراتيجي لمهمة التحرير فهي تشكل رهانات للمجتمع الدولي في تحقيق التحرير واعادة النازحين الى ديارهم.

ثانيا : مشكلة البحث :

تتعلق مشكلة البحث من تساؤل رئيس هو : " ما طبيعة التغطية الاعلامية لعمليات تحرير الموصل وابرز ما يميزها؟

ويتفرع الى التساؤلات الاتية :

١. ما خصائص التغطية الاعلامية لعمليات التحرير وما ابرز الجوانب التي تركز عليها ؟
٢. ما العوامل التي تؤثر في التغطية لعمليات تحرير الموصل ؟
٣. الموضوعية والتوازن علاقة ترابط كيف يمكن تحقيقها في التغطية الاعلامية ؟
٤. متى تكون التغطية الاعلامية ذات طابع سلمي ويمكن ان نطلق عليها صفة الاعلام السلمي ؟
٥. ما ابرز الفنون الصحفية المستخدمة في التغطية وطبيعة الاخبار الواردة في التغطية وانواع التقارير الاخبارية ؟
٦. كيفية توظيف الصورة في التغطية الاخبارية لعمليات التحرير؟
٧. ابرز المصادر المعتمدة في التغطية ؟

ثالثا : اهداف البحث :

يهدف البحث الى تحقيق الاتي :

١. تعرف المضامين التي قدمتها صفحة قناة العراقية في موقع الفيس بوك اثناء تغطيتها الاعلامية لمعارك تحرير الموصل .
٢. الكشف عن اهم الجوانب التي تركز عليها عمليات التغطية الاعلامية .
٣. معرفة الفنون الصحفية المستخدمة في التغطية الاعلامية لمعارك تحرير الموصل .
٤. معرفة المصادر والجهات التي استندت اليها قناة العراقية في استقاء معلوماتها عن العمليات العسكرية في الموصل .

رابعا : منهج البحث :

يعد هذا البحث من البحوث الوصفية الذي يعتمد تحليل المضمون طريقة في الوصول الى مؤشرات تجيب عن التساؤلات المطروحة لتحقيق اهداف البحث اذ يعرف تحليل المضمون انه (تصنيف المادة المكتوبة او المسموعة او المرئية تحت

فئات معينة على وفق معايير محددة بما يكشف خصائص هذه المادة من حيث الشكل والمحتوى^١

خامسا : مجتمع البحث وعينته :

يمثل مجتمع البحث هو كل ما يعبر عن تغطية لاحداث التحرير في الموصل ،اما عينة البحث فهي عينة عشوائية منتظمة ، وتم تحديدها بشهر صناعي باختيار عشرة ايام من كل شهر خلال المدة الممتدة من (٢٠١٦\١١\١١) ولغاية (٢٠١٧\٢\١١) وهذا هو اطار العينة اذ يعرف اطار العينة انه (عبارة عن تصنيف لكل المصادر الاعلامية التي تحقق اهداف البحث وتتخذ اساسا للتعميم وتساعد في جدولتها على شكل مجموعات يتم اختيار وحدات العينة او مفرداتها منها)^٢

سادسا : ادوات البحث :

تم اعتماد نوعين من الأدوات البحثية بشكل أساسي لإتمام البحث وهي :

(١) الملاحظة : اذ تعد اداة اساسية في البحوث العلمية الانسانية فمن خلالها يتمكن الباحث من تحديد العنوان وصياغة التساؤلات وكتابة الاهداف وتعرف الملاحظة بأنها (تمثل جزءا جوهريا من المنهج العلمي الذي يجمع بين استخدام العقل والحواس لأنها لا تقتصر على مجرد التسجيل السلبي للوقائع او المتغيرات وانما تتعدى ذلك الى التدخل الايجابي العقلي)^٣ فكان للملاحظة دور مهم بمساعدة الباحث في مراقبة الاحداث وتسجيلها وتحديد عينة البحث .

(٢) استمارة التحليل : من خلال الملاحظة التي ساعدت على تحديد العينة ومن ثم استخراج الفئات الرئيسية والفرعية وتحديد وحدة التحليل ومن ثم تصميم استمارة التحليل وفقها.

(١)بركات عبد العزيز ،مناهج البحث الاعلامي ،القاهرة ،دار الكتاب الحديث ،٢٠١٢ ،ص٢٥٧

(٢)محمد عبد الحميد ،تحليل المحتوى في بحوث الاعلام ،القاهرة ،عالم الكتب ،٢٠١٠ ،ص٩٦

(٣)سمير محمد حسين ،بحوث الاعلام ،القاهرة ،عالم الكتب ،٢٠٠٦ ،ص١٨٢

سابعاً : حدود البحث :

— الحدود الزمانية : وتمثل المجال الزمني للبحث بمدة ثلاثة اشهر من (٢٠١٦\١١\١١) ولغاية (٢٠١٧\٢\١١) وشهدت هذه المدة بدء انطلاق العمليات العسكرية لتحرير الموصل من سيطرة داعش .

— الحدود المكانية : وتحدد المجال المكاني للبحث بصفحة قناة العراقية في الفيس بوك

— الحدود الموضوعية : شملت موضوع التغطية الإخبارية لعمليات تحرير الموصل

ثامناً : قياس الثبات للتحليل :

تم اعتماد طريقة القياس من خلال اعادة التحليل من قبل الباحثين (اعادة التحليل من قبل باحث اخر) وتم التوصل الى نتيجة الثبات بواسطة تطبيق معادلة هولستي وكانت النتيجة (٨٠،٠) وبطبيقها على معادلة بيرسون يعطي نسبة ثبات عالٍ قيمته (٨٣%)

الفصل الثاني : التغطية الاعلامية المفهوم والقواعد

اولاً- المفهوم والعناصر :

يشكل موضوع التغطية الإعلامية أهمية تتوزع على جانبيين الاول فيما يخص المؤسسة الإعلامية او الموقع الإعلامي (اي منتج الرسالة) والثاني يخص الجمهور (اي مستلم الرسالة) وهنا لا بد من تحديد المقصود بالتغطية الإعلامية أي

^{*} ان كلمة تغطية بالمفهوم الاعلامي تتعارض مع المفهوم اللغوي لان المفهوم اللغوي لكلمة غطي يعني ستره وكذلك كلمة cover معناها غطاء في الانكليزية وفي عام ١٩١٢ ظهرت كلمة coverage وتعني تغطية اعلامية وفي عام ١٩١٥ ظهرت كلمة cover girl أي فتاة غلاف وفي عام ١٩٤٨ ظهرت كلمة cover story وتعني موضوع الغلاف وهي المادة المرتبطة بصورة الغلاف فالتغطية الاعلامية لا علاقة لها بالمعنى القاموسي بينما المعنى الاعلامي يهدف الى الكشف عن الخبر والتعريف عنه ونشره على الجمهور للمزيد من المعلومات انظر (مقاله للكاتب :محمد عبد الجبار الشبوط الموقع الالكتروني لجريدة الصباح (www.alsabaah.iq\Articleshow.aspx?id=8410)

الكتابة عن حدث او إذاعتها ونشره بهدف توصيل المعلومة الى الجمهور فالتغطية الإعلامية هي العمليات التي يحصل عن طريقها المحرر الصحفي على معلومات عن تفاصيل وتطورات حدث معين او واقعة او تصريح ما او بمعنى اخر يجيب عن كل الأسئلة التي قد تخطر في ذهن القارئ او المشاهد او المستمع في شأن الواقعة او الحدث او التصريح ثم يقيم هذه المعلومات ويقوم بتحريرها بشكل صحفي مناسب والتغطية هي عبارة عن (تقرير إخباري لشيء حدث لتوه وتعد من أكثر أنواع الكتابة الإخبارية شيوعاً) ^١ وتختلف أساليب ومعايير التغطية في كل وسيلة وقناة إعلامية بناء على السياسة الإعلامية المعتمدة والنظريات السياسية السائدة فهي تختلف بين الدول الرأسمالية والليبرالية والإسلامية والأنظمة ذات الفكر الشمولي فلكل نظام سياسي اتجاهات وأفكار معتمدة تنعكس على أسلوب التغطية لإخبار وطريقة عرض المعلومات والسياسة التحريرية .

وهناك مهمتان أساسيتان في التغطية الإعلامية بالوسائل الالكترونية أحدهما جمع المعلومات والأخرى تنظيمها وتركيبها بقالب منطقي مناسب ،^٢ وقد شهدت عمليات تصوير الحروب خلال القرن الماضي تطورات كثيرة بفعل تقنيات التغطية وما قدمه تطور تكنولوجيا الاتصال من خدمات اعلامية للاعلام الالكتروني لذا فقد شهدت تطورات كبيرة مع منتصف القرن العشرين ومطلع القرن الحادي والعشرين اذ زاد الاعتماد على تكنولوجيا الاتصال وتطورت عمليات التغطية التلفزيونية للأحداث الساخنة لتسهم في تعزيز الخبر بعد الصورة انعكاساً صادقاً ومعبراً عن الأحداث فظهرت أسطورة (حرب غرف المعيشة) التي جسدتها التغطية الإعلامية الأمريكية لحرب فيتنام في نهاية ستينات وأوائل سبعينات القرن الماضي .^٣

^١ بتول عبد العزيز ، قواعد التغطية الاخبارية، بغداد ،مركز اضواء ،٢٠١٤ ،ص١٦
^٢ كارولين ديانا لويس ،التغطية الاخبارية للتلفزيون ،ترجمة :محمود شكري ،مراجعة :سعد لبيب ،القاهرة ،المكتبة الاكاديمية ،١٩٩٣ ،ص٩٣
^٣ وقائع مؤتمر فلادلفيا الثاني عشر ،ثقافة الصورة ،عمان ،دار المجدلوي ،١٠٣٠-١١١١-٢٠٠٧ ،ص١٨٨

وهناك عدة صفات يجب أن تتميز بها التغطية الإخبارية منها:^١

١. التأكد من صحة المعلومات الواردة في الخبر من خلال تتبع مصدره والوقوف على حيثياته والجهات الفاعلة به
٢. سياسة الوسيلة الإعلامية قد يمنع نشر او إذاعة خبر ما عندما يتعارض مع السياسة الإعلامية للمؤسسة
٣. الدقة في نقل الحقائق دون حذف لان حذف اي معلومة قد يخل بسياقات الخبر او يغير من معناه وقد يأتي مخالفا للحقيقة
٤. الموضوعية اي نقل الحقائق والوقائع كما هي ومن ابرز الأمثلة على ذلك (في دراسة أجراها ج. رأي حول الرأي العام واهتمامات وسائل الإعلام وحاول فيها إيضاح العلاقة بين التغطية الإخبارية وإدراك الجمهور لأهمية هذه القضايا وكذلك العلاقة بين محتوى وسائل الإعلام والواقع في ضوء الأهمية الحقيقية لقضايا معينة توصل الى ان تغطية وسائل الإعلام لم تكن متماثلة الى حد كبير مع القضايا واستنتج من خلال دراسته ان التغطية الإخبارية في وسائل الإعلام لم تعط صورة حقيقية عما حدث في الولايات المتحدة أثناء الستينيات وذكر ان الأخبار التي يصدقها العديد من الناس بما فيهم صناع السياسة ينظرون إليها على إنها مصادر موثوق فيها واتضح من خلال ما أشارت إليه نتائج الدراسة إنها ليست كذلك)^٢

وتشير العديد من الدراسات الى أهمية الموضوعية في نقل المعلومات وتداولها في وسائل الاعلام فضلا عن ذلك فهناك عدد من العناصر يجب توفرها بالرسالة الى جانب الموضوعية .

(١)بتول عبد العزيز ،مصدر سابق ،ص١٧

(٢)طارق الخلفي ،سياسات الاعلام والمجتمع ،بيروت ،دار النهضة ،٢٠١٠ ،ص ٤١

ثانيا : العلاقة بين الموضوعية والتوازن في التغطية الاعلامية :^١

*اولا\ الموضوعية :ويقصد بها نقل الوقائع كما هي الى الجمهور دون معالجات او اضافات وتتمحور التغطية حول كل ماله صلة بالافعال المرتكبة :من فعل ماذا وبحق من وكيف ولماذا واين ومتى ويمكننا ان نعكس هذا الحدث ونختصره في جملة فمعنى الموضوعية هي القدرة على نقل حدث بسهولة ودقة على نحو قابل لاعادة الانتاج مما يمكن صحفيين اخرين من تغطية نفس الحدث على نفس الشكل بمعنى ان الحدث ليس مجرد وهم شخصي

مثال\ تقدم شخص (أ) بخطة سلام لحل مشكلات الشرق الاوسط وبالصيغة نفسها تقابلها الجملة القائلة قام شخص (ب) بإطلاق النار في مسجد فكلا الجملتين تشير الى احداث واقعية احداها تضمن فعل لفظي والاخر فعل مادي وكلاهما يندرج ضمن مجال الاتصال لكن الجملة الاولى تتحدث عن فعل السلام والاخرى عن العنف .

من هذا المثال يتضح لنا ان الموضوعية ليست هي المشكلة بل عامل الانتقاء هو الاساس وعملية الانتقاء هي التي تخضع لصناعة السلام وممارسة السلام في غمرة العنف ولكن هنالك سؤال يطرح نفسه وهو انه ليست كل الوقائع قابلة للتغطية الإعلامية وليس كل ما يتم تغطيته يخضع للفرز .

*ثانيا\ التوازن –احدى الصيغ الممكنة لتحقيق التوازن هي :^٢

١ . الاهتمام بجميع الاطراف وهذا امر يصعب تحقيقه لذا على الصحفي دراسة الموقف بجميع ابعاده لاتخاذ القرار المناسب اي توسيع نطاق التغطية لتشمل التركيز على ساحة النزاع برمتها .

٢ . التوازن معناه الاهتمام بعامة الناس بحيث يحظون القدر نفسه من الاهتمام الذي يحظى به النخب

(١)يوهان غالونغ ،جاك لينش ،التغطية الاعلامية للنزاعات –التوجهات الجديدة لاعلام السلام ،تعريب :رشيد زباني شريف ،قرطبة ،مؤسسة قرطبة وشبكة كرانساند بالاشتراك مع معهد الهوفار ،٢٠١٠ ،ص٦٤
(٢)يوهان غالونغ ،مصدر سابق ،ص٦٦-٦٨

٣. التوازن معناه الاهتمام بجميع مراحل الصراع قبل واثناء وبعد بدء اعمال العنف او من لحظة الاندلاع الى وقف اطلاق النار

وباختصار فان التوازن والموضوعية وجهان لعملة واحدة فهما عمليتنا متلازمتان في التغطية الإعلامية

ثالثاً|التغطية الاعلامية الاستقصائية^١ - في هذا المستوى تتدخل التغطية الاستقصائية حيث ينظر اليها من هذا المنطلق كعنصر من عناصر اعلام السلام لان التغطية بحد ذاتها تعد عملا استقصائيا يميظ اللثام عن السلاسل السببية وراء فعل الانسان ،فهي تكشف عن ملابسات الاحداث وتتبع المعلومات وتجمع خيوطها لتتسج منها شبكة الحدث النهائي وكما ان الحقيقة لاتعرف الحدود الاقليمية او الطبقية فالامر كذلك بالنسبة للعمل الاستقصائي .

رابعاً|التغطية الاعلامية الاخلاقية^٢ -والذي يهم هنا هو اخلاقيات النتائج وليس اخلاقيات النوايا والمقاصد او بعبارة اخرى الاهتمام بالنتائج الواقعية الموضوعية المترتبة عن اسلوب التغطية الاعلامية وليس على ما هو مقصود من وراء ذلك (مثال : اذا تمت تغطية افعال (هم)-مقترفي الافعال اذ لا تعد اعمال عنف فحسب بل المحركة لها ايضا يعود الى الطابع الشرير في هذه الجهة وافتقارها الى الاهداف العقلانية الموضوعية النتيجة تكون من جانب الضحية السعي الى الانتقام ومن اطراف ثالثة المشاركة في معاقبة الاشرار وتقديمهم للعدالة - اما من جانب الاعلام فمهمتها التأكيد من ان العدالة اخذت مجراها)ومن هذا المنطلق فأنا نتعامل مع نوعين من انواع التغطية الاعلامية فبينما يقوم اعلام الحرب بتغطية حادثة الطلقة النارية معتبرا ان حديث السلام لاصلة له وعديم الجدوى ينقل اعلام السلام اخبار الحدثين على حد سواء هذا فضلا عن الآثار المترتبة عن طلقة الرصاص والمفجوعين من كلا الطرفين فمسألة اختيار نمط التغطية تعد قضية اخلاقية يتم اتخاذ القرار بشأنها بناء على نتائج الافعال المترتبة عنها .

(١)المصدر نفسه ،ص ٦٩

(٢)المصدر نفسه ،ص ٧٠-٧١

خامساً| التغطية الاعلامية الجيدة^١ -تم استخدام عبارتي (التقصي) و(معرفة السياق) وهي من العناصر الاساسية في التغطية فعلية تقصي الحقائق وكشف ملابسات الاحداث يجعل عملية اتخاذ التدابير اكثر عقلانية وموضوعية ومتوازنة .

وهناك عدة انواع من التغطية الاخبارية وهي كالاتي^٢:

اولا اتغطية من حيث اتجاه المضمون:وتكون على عدة انواع هي - تغطية محايدة (يقدم من خلالها الصحفي قصصا موضوعية خالية من العنصر الذاتي والتحيز من خلال عرض الحقائق كما هي)،وتغطية تفسيرية (وفيها يقوم الصحفي بتفسير الخبر اعتماد على الحقائق والمعلومات التي حصل عليها وهي لاتخلو من الذاتية)،وتغطية متحيزة او ملونة(وفيها يركز الصحفي على جانب معين من الخبر وقد يحذف بعض الوقائع او يببالغ في بعضها او يشوه بعض الحقائق باضافة عنصر الذاتية)

ثانيا|تغطية على وفق توقيت حدوث الخبر :تغطية تمهيدية (وهي تهتم بالحصول على تفاصيل ومعلومات متعلقة بالحدث)تغطية تقريرية او تسجيلية (وهي تتم بعد وقوع الحدث)

وقد حدد ماكويل المعايير الاساسية لوسائل الاعلام التي ينبغي ان تلتزم بها في التغطية الاعلامية وهي^٣:

١. الالتزام بالمعايير المهنية عند تغطية الاحداث والتحقق من المعلومات مثل (الدقة ،الموضوعية ،التوازن)

٢. تجنب ما يمكن ان يؤدي الى الجريمة والعنف والفوضى الاجتماعية او توجيه اهانات للاقليات

(١)المصدر نفسه، ص ٧٤

(٢) محمد سلمان الحتو ، مناهج كتابة الأخبار الاعلامية وتحريرها ، عمان ، دار اسامة للنشر والتوزيع ، ٢٠١٢، ص١٨٧-١٨٨

(٣) عرفات مفتاح معيوف ،معايير التغطية الاخبارية في القنوات التلفزيونية ،طرابلس ،مجلة البلقاء للبحوث والدراسات ،المجلد (١٧) ،العدد(١) ، ٢٠١٤، ص١٨٢-١٨٣

٣. الالتزام بتعدد المصادر وتنوع الآراء والالتزام بحق الرد والتنوع في المضمون بما يتيح فرصة الاختيار وتجعل الفرد قادراً على تكوين آرائه واتخاذ قراراته بناء على معلومات كافية ووجهات نظر متنوعة
٤. اهتمام الوسيلة بالعمل ومنع التشويه والتحريف وزيادة الالتزام بالموضوعية والعدالة في تغطية النزاعات العرقية

أما أهم المعايير التي تحكم الأداء المهني وهي متداخلة بطبيعتها مع المعايير الأخرى:^١

١. معايير مهنية تحكم أداء حراس البوابة
٢. معايير الوسيلة الإعلامية وموثوقيتها الداخلية سواء كانت مكتوبة أو غير مكتوبة
٣. معايير مهنية تضعها الهيئات الصحفية المستقلة لتنظيم عمل وسائل الإعلام المختلفة مثل الجمعيات النقابات الصحف وغيرها
٤. معايير مهنية تتعلق بالتغطية الإخبارية في إطار من الصدق والأمانة سعياً وراء تقديم الحقيقة كاملة

ورغم كل ما ذكر فإننا نقول إن الإعلاميين والمحررين الذين يقومون بعمليات التغطية الإعلامية هم في النهاية بشر يحملون بداخلهم حزمة من القيم والمعايير الأخلاقية التي تؤثر بشكل أو بآخر بأسلوب عملهم ومواطن التركيز عند صياغة الأخبار أو نقلها مباشرة إلى الجمهور .

وفي إطار مفهوم التغطية الإعلامية لأخبار بوصفها تشمل عملية جمع المادة الإعلامية وتقويمها وتحريرها فإن التغطية تمر بعدة مراحل هي:^{٢*}

١. المرحلة الأولى: الحصول على المادة الإخبارية
٢. المرحلة الثانية: تقويم المادة الإخبارية

(١) المصدر نفسه، ص ١٨٤
(محمد سلمان الحتو، مصدر سابق، ص ٢١٩٠
* (للمزيد من المعلومات ينظر (محمد سلمان الحتو، مناهج كتابة الأخبار الإعلامية وتحريرها)

٣. المرحلة الثالثة: تحرير المادة الاخبارية

٤. المرحلة الرابعة: مراجعة المادة الاخبارية

لكن في تغطية الاحداث الساخنة مثل عمليات تحرير الموصل فان هكذا انواع من التغطية تخضع كذلك لمعايير فنية وتكنيكية في الاخراج لذا فان التغطية المرئية لاحداث الساخنة يجب ان تتوفر فيها الشروط الاتية^١:

١. اللقطة التأسيسية – التغطية الميدانية في اي تقرير يجب ان تحتوي على لقطة تأسيسية وهي لقطة واضحة ثابتة للمكان الرئيس للحدث وهي تعين المشاهد بأن يجعل الموقع الرئيس مألوفاً له وتساعد على فهم العلاقة بين المواقع المختلفة وادراك حجم الحدث

٢. اللقطة القريبة جداً (كلوز أب) - تعطي هذه اللقطة اشارة للمشاهد لانها تجسم

الحدث وتهوله مثال ذلك تصوير مشهد انفجار ومن ثم الحريق الناتج عنه

٣. لقطات الربط (الكات واي) - وتستخدم لتكثيف الحدث كما تستخدم للأجسام المتحركة

٤. تفاصيل تحدد موقع الخبر – باستخدام بعض اللقطات القريبة تساعد في

تعريف المستمع بالموقع

٥. لقطة الاستعراض الشامل السياق

الاعلام الاجتماعي واعلام السلم في ضوء التغطية الاعلامية لعمليات التحرير على

مواقع التواصل الاجتماعي :

مع ظهور الجيل الثالث من الانترنت وتطور تقنيات الاتصال عبر مواقع التواصل الاجتماعي اخذت القنوات الفضائية تتسابق على تأسيس مواقع الكترونية تعد منفذا لها على الانترنت ولتحقق التفاعل مع جمهورها وتزخر هذه المواقع بالاخبار والتعليقات والفديوات المأخوذة من القناة التلفزيونية نفسها و احيانا تنشر على الموقع دون عرضها على شاشات التلفزة (ويستخدم البث التلفزيوني عبر الانترنت

(١)سليم عبد النبي، الاعلام التلفزيوني، عمان، دار اسامة، ٢٠١٠، ص١٤٥-١٤٦-١٤٧

تكنولوجيا التدفق المتزامن للإشارات الصوتية والمرئية لتظهر على شكل بث حي يمكن مشاهدته بأستخدام عدة برامج تبعا لحزمة الملفات المستخدمة في عملية البث^١ فضلا عن ذلك فانها تتلقى مساهمات الجمهور وتعليقاته على الموقع وهي احدى اهم الخدمات التفاعلية التي وفرها الانترنت في اطار الاعلام الاجتماعي والذي يعرف انه (عبارة عن شبكات بها اعضاء من مختلف دول العالم تهدف الى ربطهم ببعضهم والتعارف فيما بينهم على وفق الاهتمامات والتخصصات)^٢ وهنا يظهر دور اعلام السلم واضحا من خلال تحديد كيفية عرض عمليات التحرير على هذه المواقع ومواطن التركيز أي بؤرة الاهتمام لذا فمن اهم عناصر التغطية الناجحة هو اولا توسيع التغطية لتشمل وجهات النظر المختلفة وعرضها بشكل متوازن بهدف توحيد صفوف الشعب مع هدف واحد وهو التحرير والقضاء على الارهاب وذلك من خلال ابراز الجوانب الايجابية والمواقف الانسانية لافراد الحشد الشعبي وتعاونهم مع الحشد العشائري وقطعات الجيش العراقي في سبيل انقاذ المنكوبين من ابناء المحافظة وتوفير اماكن امنية لهم وتسليط الضوء على المواقف الانسانية بموضوعية وتوازن والتركيز على الحقائق لخلق حالة التعايش السلمي بين ابناء الوطن الواحد .

^١(حسن شكر المهداوي ،صحافة الانترنت ادراسة تحليلية للصحف الالكترونية المرتبطة بالفضائيات الاخبارية العربية نت انموذجا ،رسالة ماجستير ،كلية الاداب والتربية الاكاديمية العربية المفتوحة في الدنمارك ،٢٠٠٧، ص٩٢

^{*} ويتم تغذية محطة ألتقاط البث الخاصة بالإشارات الصوتية والمرئية التي تكوّن مجتمعة الملف المراد بثه . ويقلص حجم الملفات بعد الالتقاط وتحويل إلى هيئة العرض ، وترسل هذه الملفات عبر اتصال شبكة رقمية إلى أحد ملقمات الانترنت المحلية والمزودة بتسهيلات تدفق البث الفوري .[60]” ويقول بهاء عيسى “مع كل التقدم الحاصل في شبكة الانترنت إلا أن البث التلفزيوني في الشبكة لم يصل الى النضج التكنولوجي الذي يضعه في خانة الاعتمادية ، حيث أن تنزيل الصورة يأخذ زمتا طويلا وهي نفسها مازالت ضعيفة في مستواها الفني الذي ينبغي أن تكون عليه .[61]” وتشبه مواقع بعض الشبكات التلفزيونية المواقع الإعلامية والمعلوماتية الكاملة حيث يتم من خلالها تقديم المواد الإخبارية والمعلومات التي يوفرها التلفزيون ، مثال ذلك شبكة سي إن إن . CABLE NEWS NETWORK كما أستفاد البث التلفزيوني عبر الانترنت من كافة المواد الفلمية التي لايمكن عرضها على شبكات التلفزيون الرسمية او المملوكة لجهة معينة سواء تلك التي ترتبط بعمليات عسكرية كما حدث في العراق ودول اخرى في العالم أو الجرائم التي يصورها هواة عرضيا أو حتى التي تصور من خلال كاميرا اجهزة الهاتف المحمول. (المصدر نفسه)

^٢ (علي عبد الفتاح ،الاعلام الاجتماعي ،عمان ،دار اليازوري ،٢٠١٤، ص١٦٤

الفصل الثالث \ الاطار الميداني للبحث :

١. مضامين التغطية الاعلامية لعمليات تحرير الموصل في صفحة قناة

العراقية في الفيس بوك

يتضح من تحليل مضامين الرسائل الاتصالية اثناء التغطية الاعلامية لعمليات تحرير الموصل عبر مواقع التواصل الاجتماعي ، انها توزعت على عشر فئات رئيسية اذ تصدرت فئة الاعلان عن تحرير المناطق اعلى المراتب في سلم المضامين الاخرى والتي شكلت نسبة (١٦%) وبواقع (٢٤) تكرار من مجموع المضامين البالغة (١٥٠) موضوع .

وجاءت فئة اشتباكات القوات العراقية مع داعش بالمرتبة الثانية وشكلت نسبة (١٤,٦٦%) وبواقع (٢٢) موضوع ، فيما احتلت فئة تقدم القوات الامنية وتطهير المناطق المحررة من العبوات المرتبة الثالثة والتي بلغ عددها (١٢) موضوع شكلت نسبة (٨%) من مجموع المضامين ، اما فئة التلاحم بين القوات الامنية والمدنيين فقد جاءت بالمرتبة الرابعة بواقع (١١) تكرار وبنسبة (٧,٣٣%) ، وقد احتلت فئات (مهنية القوات الامنية وقدرتها على تحرير الموصل ، تكييد داعش خسائر فادحة بالمعدات والارواح ، تقييم العمليات والخطط العسكرية لمحاربة الارهاب) معا المرتبة الخامسة وبواقع (٦) تكرارات وبنسبة (٤%) ، وجاءت فئات الموضوعات (انسانية الحشد الشعبي ، التضامن الدولي مع عمليات تحرير الموصل ، معنويات المقاتلين في جبهات القتال) بالمرتبة السادسة والتي شكلت نسبة (٣,٣٣%) بعدد تكرارات بلغ (٥) مضامين لكل فئة منها ، في حين جاءت فئات (دعم الاستقرار في المناطق المحررة ، اصابة المراسلين اثناء تغطية احداث الموصل ، قصف جوي للطيران العراقي بالمرتبة السابعة وبواقع (٤) تكرارات والتي شكلت نسبة (٢,٦٦%) من مجموع المضامين التي في التغطية الاعلامية لعمليات الموصل ، في حين جاءت فئة الموضوعات (توجيه التهاني للقوات الامنية بعيد الجيش ، عودة المهجرين الى ديارهم وتضحيات الحشد الشعبي و المصالحة الوطنية) بالمرتبة الثامنة وشكلت نسبة (٢%)، واشتملت المرتبة التاسعة على

عشرة فئات معا هي (الحفاظ على اثار العراق ، هدم داعش المراقدين الدينية ، اعادة الاعمار في المناطق المحررة ، الرد عن تقارير المنظمات الدولية ، الرد على وسائل الاعلام المغرضة ، ارسال المؤن الغذائية الى القوات الامنية والحشد الشعبي ، صد هجمات داعش ، التنسيق بين القوات الامنية والشرطة الاتحادية والحشد لتطهير الموصل ، احتفالات الحشد باعياد راس السنة في الموصل ، تجوال القادة الامنيين في المناطق المحررة) والتي وردت بصفحة قناة العراقية بواقع (٢) تكرارين، شكلت نسبة (١,٣٣%) من مجموع الموضوعات . واخيرا جاءت (فئات دور فتوى المرجعية في تحرير الموصل ، غارات امريكية خاطئة للطيران الامريكي في الموصل ، استعراض جهاز مكافحة الارهاب بعد تحرير المناطق في الموصل و احياء صلاة الجمعة في الموصل) بالمرتبة العاشرة والاخيرة والتي احتلت نسبة (٠,٦٦%) فقط من مجموع الموضوعات التي ظهرت في التحليل.

جدول (١) يبين موضوعات التغطية الاعلامية لمعارك تحرير الموصل

ت	الموضوعات	التكرار	النسبة	الفئة
١	الاعلان عن تحرير المناطق	٢٤	١٦	الاولى
٢	اشتباكات القوات العراقية مع داعش	٢٢	١٤,٦٦	الثانية
٣	تقدم القوات الامنية وتطهير المناطق المحررة من العبوات	١٢	٨	الثالثة
٤	التلاحم بين القوات الامنية والمدنيين	١١	٧,٣٣	الرابعة
٥	مهنية القوات الامنية وقدرتها على تحرير الموصل	٦	٤	الخامسة
٦	تكبيد داعش خسائر فادحة بالمعدات والارواح	٦	٤	الخامسة
٧	تقييم العمليات والخطط العسكرية لمحاربة الارهاب	٦	٤	الخامسة
٨	انسانية الحشد الشعبي	٥	٣,٣٣	السادسة
٩	التضامن الدولي مع عمليات تحرير الموصل	٥	٣,٣٣	السادسة
١٠	معنويات المقاتلين في جبهات القتال	٥	٣,٣٣	السادسة
١١	دعم الاستقرار في المناطق المحررة	٤	٢,٦٦	السابعة

١٢	اصابة المراسلين اثناء تغطية احداث الموصل	٤	٢,٦٦	السابعة
١٣	قصف جوي للطيران العراقي	٤	٢,٦٦	السابعة
١٤	توجيه التهاني للقوات الامنية بعيد الجيش	٣	٢	الثامنة
١٥	عودة المهجرين الى ديارهم	٣	٢	الثامنة
١٦	تضحيات الحشد الشعبي	٣	٢	الثامنة
١٧	المصالحة الوطنية	٣	٢	الثامنة
١٨	الحفاظ على اثار العراق	٢	١,٣٣	التاسعة
١٩	هدم داعش المراقد الدينية	٢	١,٣٣	التاسعة
٢٠	اعادة الاعمار في المناطق المحررة	٢	١,٣٣	التاسعة
٢١	الرد عن تقارير المنظمات الدولية	٢	١,٣٣	التاسعة
٢٢	الرد على وسائل الاعلام المغرضة	٢	١,٣٣	التاسعة
٢٣	ارسال المؤن الغذائية الى القوات الامنية والحشد الشعبي	٢	١,٣٣	التاسعة
٢٤	صد هجمات داعش	٢	١,٣٣	التاسعة
٢٥	التنسيق بين القوات الامنية والشرطة الاتحادية والحشد لتطهير الموصل	٢	١,٣٣	التاسعة
٢٦	احتفالات الحشد باعياد راس السنة في الموصل	٢	١,٣٣	التاسعة
٢٧	تجوال القادة الامنيين في المناطق المحررة	٢	١,٣٣	التاسعة
٢٨	دور فتوى المرجعية في تحرير الموصل	١	٠,٦٦	العاشرة
٢٩	غارات امريكية خاطئة للطيران الامريكي في الموصل	١	٠,٦٦	العاشرة
٣٠	استعراض جهاز مكافحة الارهاب بعد تحرير المناطق في الموصل	١	٠,٦٦	العاشرة
٣١	احياء صلاة الجمعة في الموصل	١	٠,٦٦	العاشرة
	المجموع	١٥٠	١٠٠	

٢. الفنون المستخدمة في التغطية الاعلامية لعمليات تحرير الموصل في

صفحة قناة العراقية في الفيس بوك

بينت نتائج الدراسة التحليلية ان التغطية الاعلامية لعمليات تحرير الموصل وظفت العديد من الفنون الاتصالية بهدف تعريف الجمهور باحداث تغطية الموصل وايصال المعلومات اليه ، وقد انقسمت هذه الفنون الصحفية على اربعة فئات رئيسية كان في مقدمتها " الاخبار " وشكلت هذه الفئة نسبة (٥٦,٨٦%) من مجموع الفنون الاتصالية البالغة (١٠٢) وبواقع (٥٨) خبر ، وجاءت فئة التقارير بالمرتبة

الثانية ضمن الفنون الصحفية بواقع (٣٩) تقرير شكلت نسبة (٣٨,٢٣%) من مجموع الفنون الاتصالية ، فيما احتلت المؤتمرات الصحفية المرتبة الثالثة وبواقع (٤) مؤتمرات ظهرت في مدة الدراسة وبنسبة (٣,٩٢%)، في حين احتلت المقابلات المرتبة الرابعة والاطيرة عن طريق مقابلة واحدة وظفت اثناء التغطية الاعلامية لمعارك تحرير الموصل والتي شكلت نسبة (٠,٩٨%) فقط من مجموع الفنون الاتصالية . انظر الجدول (٢)

جدول (٢) يبين الفنون المستخدمة في التغطية الاعلامية لعمليات تحرير الموصل

الفنون	التكرار	النسبة	الفئة
الاخبار	٥٨	٥٦,٨٦	الاولى
التقارير	٣٩	٣٨,٢٣	الثانية
المؤتمرات الصحفية	٤	٣,٩٢	الثالثة
المقابلات	١	٠,٩٨	الرابعة
المجموع	١٠٢	١٠٠	

— وقد اشتملت فئة الاخبار التي استخدمت في التغطية الاعلامية لعمليات تحرير الموصل فنتين فرعيتين هما :

أ . طبيعة الاخبار الواردة في التغطية الاعلامية لعمليات تحرير الموصل

تضمنت الاخبار التي استخدمت في التغطية الاعلامية لعمليات تحرير الموصل الخبر المجرد بالمرتبة الاولى بدون الاستشهاد بالتصريحات من الجهات ذات العلاقة بالموضوع ولم تتضمن اية بيانات صحفية والتي جاءت بتكرار بلغ (٣٨) وبنسبة

(٦٥,٥١%) من مجموع الاخبار التي وظفت في التغطية الاعلامية والبالغ عددها (٥٨) خبر ، في حين جاءت الاخبار المدعومة بتصريحات بالمرتبة الثانية بتكرار بلغ (١٢) من مجموع الاخبار وكانت نسبتها (٢٠,٦٥%) ، فيما جاءت الاخبار التي احتوت على بيانات صحفية بالمرتبة الثالثة والاطيرة والتي شكلت نسبة (١٣,٧٩%) من مجموع الاخبار الكلي . انظر الجدول (٣)

جدول (٣) طبيعة الاخبار الواردة في التغطية الاعلامية لعمليات تحرير الموصل

٦٥,٥١	٣٨	خبر مجرد
٢٠,٦٨	١٢	تصريح
١٣,٧٩	٨	بيان
١٠٠	٥٨	المجموع

ب . المعادلات الصورية التي وظفت في الاخبار اثناء التغطية الاعلامية لعمليات تحرير الموصل

ويتضح من تحليل الاخبار الواردة في صفحة قناة العراقية اثناء تغطية المعارك العسكرية في الموصل انها وظفت عدد من المؤثرات الصورية ، اذ كانت معظم تلك الاخبار مدعومة بصور والتي شكلت نسبة (٧٥,٨٦ %) بواقع (٤٤) خبر من مجموع الاخبار البالغ عددها (٥٨) خبر ، في كانت (٨) بدون صورة وشكلت نسبة (١٣,٧٩%) وجاءت تلك الاخبار بالمرتبة الثانية ، في حين كانت الاخبار المصحوبة بفيديو بالمرتبة الثالثة وشكلت نسبة (٦,٨٩ %) بواقع (٤) اخبار ، وجاءت الاخبار المدعومة بانفوغرافيك المرتبة الاخيرة بواقع خبرين فقط شكلا نسبة (٣,٤٤ %) انظر الجدول (٤)

جدول (٤) يبين المعادلات الصورية التي وظفت في الاخبار اثناء التغطية

الاعلامية لعمليات تحرير الموصل

المؤثرات الصورية	التكرار	النسبة	الفئة
صورة	٤٤	٧٥,٨٦	الاولى
بدون صورة	٨	١٣,٧٩	الثانية
فيديو	٤	٦,٨٩	الثالثة
انفوغرافيك	٢	٣,٤٤	الرابعة
المجموع	٥٨	١٠٠	

- وقد اشتملت فئة التقارير التي ظهرت في التغطية الاعلامية لعمليات تحرير الموصل فئتين فرعيتين

توزعت على النحو الآتي :-

أ . انواع التقارير الواردة في التغطية الاعلامية لعمليات تحرير الموصل تبين من تحليل التقارير التي ظهرت في مدة الدراسة والتي غطت احداث ومعارك الموصل تقارب الاعتماد على التقارير الحية والمسجلة اثناء التغطية الاعلامية اذ احتلت التقارير المسجلة المرتبة الاولى بتكرار بلغ (٢٠) والتي شكلت نسبة (٥١,٢٨ %) من مجموع التقارير البالغ عددها (٣٩) تقرير ، فيما احتلت التقارير الحية المرتبة الثانية بفارق بسيط اذ بلغت (١٩) والتي شكلت نسبة (٤٨,٧١) . انظر جدول (٥) .

التقارير جدول (٥) يبين انواع الواردة في التغطية الاعلامية لعمليات تحرير الموصل

نوع التقرير	التكرار	النسبة	الفئة
تقرير مسجل	٢٠	٥١,٢٨	الاولى
تقرير حي	١٩	٤٨,٧١	الثانية
المجموع	٣٩	١٠٠	

ب. المؤثرات المصاحبة للتقارير الاخبارية في التغطية الاعلامية لعمليات تحرير الموصل

احتلت التقارير التي وظفت الفيديو فقط عن طريق عرض لقطات من ارض المعركة واصوات الجنود دون ادخال مؤثرات اخرى كالموسيقى والاغاني المرتبة الاولى وبلغت (٣١) تقرير شكلت نسبتها (٧٩,٤٨ %) من مجموع التقارير التي ظهرت في صفحة قناة العراقية والبالغ عددها (٣٩) تقرير غطت احداث الموصل اثناء مدة الدراسة ، فيما جاءت التقارير المصحوبة بمؤثرات صوتية الى جانب اللقطات والمشاهد من ارض المعركة بالمرتبة الثانية وبلغ عددها (٨) تقارير والتي شكلت نسبة (٢٠,٥١ %) . انظر الجدول (٦)

جدول (٦) المؤثرات المصاحبة للتقارير الاخبارية في التغطية الاعلامية لعمليات

تحرير الموصل

المؤثرات	التكرار	النسبة	المرتبة
فيديو	٣١	٧٩,٤٨	الاولى
فيديو مع مؤثرات صوتية	٨	٢٠,٥١	الثانية
المجموع	٣٩	١٠٠	

٣. مصادر التغطية " الاسناد " التي وردت في المضامين الاتصالية لعمليات

تحرير الموصل في صفحة قناة العراقية في الفيس بوك

بينت نتائج تحليل مضمون المواد المنشورة على صفحة قناة العراقية الفضائية خلال مدة البحث انها اعتمدت على عدة مصادر في استقاء معلوماتها على العمليات العسكرية الجارية في الموصل لتحريرها من سيطرة داعش ، اذ كانت هيئة الحشد الشعبي في مقدمة تلك المصادر التي اعتمدت عليها في تغطيتها لتلك العمليات وقد احتلت نسبة (٣٧,٥%) وبتكرار بلغ (٢٤) ، فيما جاءت. وجاء جهاز مكافحة الارهاب بالمرتبة الثانية وبتكرار بلغ (١٣) والذي شكل نسبة (٢٠,٣١%) ، وجاءت قيادة العمليات المشتركة بالمرتبة الثالثة وقد احتلت نسبة (١٧,١٨%) وبتكرار بلغ (١١) ، فيما احتل مكتب رئيس الوزراء المرتبة الرابعة ضمن المصادر التي اعتمدتها قناة العراقية في تغطيتها الاعلامية وبتكرار بلغ (٦) والتي شكلت نسبة (٩,٣٧%) ، وجاءت وزارة الدفاع العراقية وجريدة الصباح في نفس المرتبة فقد احتلتا المرتبة الخامسة وشكلتا نسبة (٤,٦٨%) لكل منهما من مجموع المصادر ، في حين جاء اعلام الشرطة الاتحادية بالمرتبة السابعة بواقع تكرارين وشكل (٣,١٢%) ، واخيرا شكلت الاعتماد على صحيفة " الواشنطن تايمز " ووزارة الخارجية الروسية المرتبة الاخيرة التي ظهرت في التغطية الاعلامية كاحد مصادر المعلومات بواقع تكرار واحد فقط الذي شكل نسبة (١,٥٦%) لكل منهما. انظر الجدول (٧) .

جدول (٧) مصادر التغطية " الاسناد " التي وردت في المضامين الاتصالية

لعمليات تحرير الموصل

المرتبة	النسبة	التكرار	المصادر
الاولى	٣٧,٥	٢٤	هيئة الحشد الشعبي
الثانية	٢٠,٣١	١٣	جهاز مكافحة الارهاب
الثالثة	١٧,١٨	١١	خلية الاعلام الحربي / قيادة العمليات المشتركة
الرابعة	٩,٣٧	٦	مكتب رئيس الوزراء
الخامسة	٤,٦٨	٣	وزارة الدفاع
الخامسة	٤,٦٨	٣	جريدة الصباح
السادسة	٣,١٢	٢	اعلام الشرطة الاتحادية
السابعة	١,٥٦	١	صحيفة امريكية " واشنطن تايمز "
السابعة	١,٥٦	١	وزارة الخارجية الروسية
	١٠٠	٦٤	المجموع

نتائج البحث :

١. اتضح من من تحليل مضامين الرسائل الاتصالية اثناء التغطية الاعلامية لعمليات تحرير الموصل انها تضمنت العديد من المضامين التي تغطي مجمل العمليات العسكرية وقد تصدرت الاعلان عن تحرير المناطق في الموصل التغطية الاعلامية لتلك الاحداث ، فضلا عن الاشتباكات المستمرة لقواتنا الامنية مع تنظيم داعش والتي ظهرت بوضوح في التقارير الاخبارية التي عرضتها قناة العراقية في صفحتها على الفيس بوك اعقبها تقدم القوات الامنية وتطهير المناطق المحررة من سيطرة داعش .
٢. دلت التغطية الاعلامية لعمليات الموصل على الجوانب الانسانية المصاحبة لسير العمليات العسكرية والتي تجلت بالتلاحم بين القوات العسكرية والمدنيين في المناطق المحررة ، ووعي الجماهير بمخاطر الارهاب واحتفالاتهم اثناء استقبال الجنود بالهتافات المؤيدة لتحريرهم ، فضلا عن المشاهد التي اظهرت انسانية الحشد في التعامل مع الناس وتسليم الامانات الى اهلها والحفاظ على الاثار التي وجدت اثناء تحرير المدن .

٣. اظهرت نتائج التحليل التضحيات الكبيرة التي تقدمها القوات الامنية والحشد الشعبي في الدفاع عن ارض العراق وحجم المخاطر التي يتعرض لها المراسلون الحربيون وهم ينقلون صور المعارك في الخطوط الامامية لاطلاع العالم على سير العمليات العسكرية .
٤. اشتملت التغطية الاعلامية لمعارك تحرير الموصل الرد على تقارير بعض المنظمات الدولية من اساءة معاملة المدنيين في الموصل ، وكذلك مزاعم وسائل الاعلام المغرضة التي نشرت معلومات بشأن احداث الموصل .
٥. اشادة الامم المتحدة والمجتمع الدولي بالقوات العراقية، وتضامنها مع عمليات تحرير الموصل وجاهزية القوات العراقية المشتركة وقدرتها الى اعادة الاستقرار في مناطق الموصل .
٦. بينت نتائج الدراسة التحليلية ان التغطية الاعلامية لعمليات تحرير الموصل وظفت العديد من الفنون الاتصالية بهدف تعريف الجمهور باحداث تغطية الموصل وايصال المعلومات اليه، كان في مقدمتها الاخبار التي كانت مع ضمها مدعومة بالصور ثم التقارير في حين كان الاعتماد على المؤتمرات الصحفية والمقابلات بشكل قليل جدا .
٧. تقارب الاعتماد على التقارير الحية والمسجلة اثناء التغطية الاعلامية لمعارك الموصل لى الرغم من تصدر التقارير المسجلة بقية التقارير ،وكانت اغلبها مشاهد من ارض المعركة واصوات الجنود دون ادخال مؤثرات اخرى كالموسيقى والاغاني.
٨. اعتمدت صفحة قناة العراقية الفضائية في الفيس بوك على عدة مصادر في استقاء معلوماتها على العمليات العسكرية الجارية في الموصل لتحريرها من سيطرة داعش ، كان في مقدمتها هيئة الحشد الشعبي فضلا عن قيادة العمليات المشتركة وجهاز مكافحة الارهاب ومكتب رئيس الوزراء.

مصادر البحث :

١. بركات عبد العزيز، مناهج البحث الاعلامي، القاهرة، دار الكتاب الحديث ٢٠١٢،
٢. بتول عبد العزيز، قواعد التغطية الاخبارية، بغداد، مركز اضواء، ٢٠١٤
٣. حسن شكر المهداوي، صحافة الانترنت، دراسة تحليلية للصحف الالكترونية المرتبطة بالفضائيات الاخبارية (العربية نت انموذجا)، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاداب والتربية، الاكاديمية العربية المفتوحة في الدنمارك ٢٠٠٧،
٤. سليم عبد النبي، الاعلام التلفزيوني، عمان، دار اسامة، ٢٠١٠
٥. سمير محمد حسين، بحوث الاعلام، القاهرة، عالم الكتب، ٢٠٠٦
٦. طارق الخلفي، سياسات الاعلام والمجتمع، بيروت، دار النهضة، ٢٠١٠
٧. عرفات مفتاح معيوف، معايير التغطية الاخبارية في القنوات التلفزيونية، طرابلس، مجلة البلقاء للبحوث والدراسات، المجلد (١٧)، العدد (١) ٢٠١٤،
٨. علي عبد الفتاح، الاعلام الاجتماعي، عمان، دار اليازوري، ٢٠١٤
٩. كارولين ديانا لويس، التغطية الاخبارية التلفزيونية، ت: محمود شكري، مراجعة: سعد لبيب، القاهرة، المكتبة الاكاديمية، ١٩٩٣
١٠. محمد سلمان الحتو، مناهج كتابة الاخبار الاعلامية وتحريرها، عمان، دار اسامة، ٢٠١١
١١. محمد عبد الحميد، تحليل المحتوى في بحوث الاعلام، القاهرة، عالم الكتب، ٢٠١٠
١٢. وقائع مؤتمر فلادلفيا الثاني عشر، ثقافة الصورة، عمان، دار المجدلاوي، ٢٠٠٧/١١/١١ - ١٠/٣٠ - ٢٠٠٧

١٣. يوهان غالوتغ ،جاك لينش ،التغطية الاعلامية للنزاعات التوجهات
الجديدة لاعلام السلام ،تعريب :رشيد زياتي ،قرطبة ،مؤسسة قرطبة –
وشبكة كرانسان بالاشترك مع معهد الهوفار ،٢٠١٠

١٤. www.alsabaah.iqlarticeshow.aspx.idsuio الموقع
الالكتروني في جريدة الصباح ٢٠١٦\١٠\١١

المسؤولية الاجتماعية للإعلام في السنة

النبوية

- مدخل نظري -

***الدكتور عبد الهادي محمود الزبيدي**

جامعة بغداد / كلية العلوم الإسلامية

ملخص البحث :

تداخلت في خضم العمل الإعلامي مسؤوليات الأطراف في العملية الإعلامية عن الرسالة الإعلامية وتبادلت بينها المهام، ولكون السنة النبوية تمثل المصدر الثاني في الشريعة الإسلامية تستدعي وضع أحكامها وتصوراتها على رأس أي عمل ومنها العمل الإعلامي، قوله -عليه الصلاة والسلام- : (كلكم راع وكلكم مسئول عن رعيته فالإمام الذي على الناس راع وهو مسئول عن رعيته والرجل راع على أهل بيته وهو مسئول عن رعيته والمرأة راعية على أهل بيت زوجها وهي مسئولة عنهم وعبد الرجل راع على مال سيده وهو مسئول عنه إلا فكلكم راع وكلكم مسئول عن رعيته).

ويمكن إيجاز اركان مسؤوليته الإعلامية - عليه الصلاة والسلام- إزاء المجتمع: بالنظر الى عملية تشكيل مجتمع متفاعل مع الإعلام تقع ضمن مسؤولية المجتمع نفسه، أي على الجمهور وقادة الرأي الدعوة لمجتمع رقيب ورديف للعمل الإعلامي، يمتاز: بالإخلاص والتقوى والصبر والصدق، وإحياء فريضة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، وتنمية المواهب الإعلامية. ومن نتائج البحث: يربط رسول الله-صلى الله عليه وسلم- بين العمل الإعلامي وبين تقوى الله تعالى، فما يتحقق من الإصلاح في العمل الإعلامي لا يتحقق في غيره، وأهمية الكلمة كونها أداة الإعلام الأولى ترتبط بتقوى من يطلقها ونيتها في نشر الدعوة وخدمة الدين. ونوصي: ضرورة تأسيس كليات وأقسام علمية لدراسة وتدريس الإعلام الاسلامي، خاصة بعد أن أكدت الدراسات أصالة وتميز المنهج الإعلامي في القرآن والسنة النبوية.

The importance of this research is related to how enormous and serious the subject is , after the responsibilities of the parties in the media process have overlapped and exchanged tasks among them .

Since the Sunnah represents the second source in Islamic law, it is necessary to put its judgments and perceptions at the head of any work, including the media work, as his saying - peace be upon him : " Every one of you is a shepherd and is responsible for his folks " .

It is possible to summarize the pillars of his (pbuh) media responsibility towards society: as looking for the forming of an interactive society with the media, it is within the responsibility of the society itself, the public and decision makers to call up for a vigilant and equivalent society for the media work. Distinguished with devotion , piety , patience , sincerity , the Propagation of Virtue and the Prevention of Vice , and the development of media talents. The results of the research: The Messenger of Allah - peace be upon him - connects between the media work and the piety of God, that which is achieved by the media is not achieved by other , and the importance of the word being the first media tool is linked to the piety of the one who launch it and his intention to spread the call and serve the religion . And We recommend the establishment of colleges and scientific departments to study and teach Islamic mediaEspecially after the studies confirmed the uniqueness of the media curriculum in the Koran and Sunnah .

المقدمة :

لم يعد خافياً على أحد، الأهمية الكبيرة التي تشغلها وسائل الإعلام في حياتنا، فلا يستغني عنها أحد ولا يخلو منها ميدان حياة، لما توفره للفرد والمجتمع من خدمات في نطاق الخبر وتسويق المعلومة وترويج الأفكار، كذلك أثر وسائل الإعلام الواضح في تشكيل الاتجاهات والقيم وتغيير القنوات لدى الجمهور، حين تجنح الرسالة الاعلامية الى ذلك، خاصة مع التطور الهائل والمتلاحق في هذه الوسائل على نطاق الآليات المستخدمة والمعلومات المتاحة والنتائج المتحققة.

ومثل هذه الجوانب وغيرها الكثير، تدفع أي باحث أو مهتم بشؤون الإعلام إلى سبر أغوار الفضاء الإعلامي، عملاً أو بحثاً تطبيقياً أو تنظيراً، وهو يدرك تمام الإدراك انه يخلق في فضاء مهم وواسع جداً، لكونه يمس حياة الناس جميعاً.

كما إن سنة نبينا محمد (صلى الله عليه وسلم) بما جاءت به من نور وهداية وأخلاق، ومن أحكام خالدة ليس للبشر أفضل منها منهج حياة، تغري أي باحث لأن ينهل من كنوزها ويكشف عن بعض عطاياها للناس جميعاً، وفي أي زمان ومكان، ومن رباط المسؤولية العامة ثم الاعلامية وهي تجمع العمل الاعلامي بالسنة النبوية، ولدت فكرة هذا البحث، عسى أن تتحقق فيه الأهداف المرجوة ورسم تقريبي عن اهتمام السنة النبوية الشريفة بالإعلام ومسؤوليته.

أولاً : أهمية البحث:

ترتبط أهمية هذا البحث بضخامة الموضوع وخطورته، بعد أن تداخلت في خضم العمل الإعلامي مسؤوليات الأطراف في العملية الاتصالية عن الرسالة الإعلامية وتبادلت بينها التهم وتداخلت الأدوار، قبل أن تحاول مواثيق الشرف الإعلامية وأخلاقياتها، وتشريعات المنظمات الدولية، تنظيم مهنة الإعلام وتحديد المسؤوليات، وبعد أن دخلت وسائل الإعلام مع الحكومات والشركات الكبرى وسواهما في صراع معلن لإثبات الذات وتأكيد الهوية، فلا يمكن النظر إلى مثل هذا الصراع إلا من زاوية الأهمية الفائقة.

ومن المهم كذلك إزاحة الستار عن نظرة السنة النبوية الشريفة في موضوع التكليف الإلهي للإنسان بواجبه ومسؤوليته، ولكون هذه السنة تمثل المصدر الثاني في الشريعة الإسلامية تستدعي وضع أحكامها وتصوراتها على رأس أي عمل ومنها العمل الإعلامي، وبذلك يكون الإنسان مسؤولاً فعلاً عن أفكاره وعقيدته وعمله كما أراد الباري عز وجل: ((أَفَحَسِبْتُمْ أَنَّمَا خَلَقْنَاكُمْ عَبَثًا وَأَنَّكُمْ إِلَيْنَا لَا تُرْجَعُونَ / سورة المؤمنون، آية: ١١٥)) ومن هنا: إذا اتحدت الأهميتان معاً، وقفنا على موضوع حيوي جدير بالبحث والدراسة.

ثانياً : مشكلة البحث:

يمكن أن نختصرها في هذه الأسئلة:

- ١/ ما معنى المسؤولية الإعلامية في اصطلاح الشريعة الإسلامية ؟
- ٢/ هل هناك شروط خاصة حددتها السنة النبوية المطهرة للقائم بمسؤولية الإعلام ، وما صور هذه المسؤولية في السنة النبوية ؟
- ٣/ كيف دافعت السنة النبوية الشريفة عن مضامين القيم الاجتماعية والأمر بالمعروف في منهج إعلامي مسؤولٍ ومعتبر؟

ثالثاً : أهداف البحث:

- ١/ الوقوف على مفهوم المسؤولية الاعلامية في السنة النبوية.
- ٢/ الكشف عن شروط القائم بالاتصال في السنة النبوية.
- ٣/ بيان صور دفاع السنة النبوية عن مضامين القيم الاجتماعية.

رابعاً : منهج البحث وخطته :

بعد إطلاع الباحث على أمهات كتب السنة النبوية وأبرز ما كتب عنه – عليه الصلاة والسلام – ثم مراجعة الكتب الاعلامية في مجال أخلاقيات المهنة،

وتشريعاتها، انتظم البحث في المنهج الوصفي وما تفرع منه في سياق تحليلي للنصوص والمرويات التاريخية، ثم تمت دراسة أبرز مؤلفات أخلاقيات مهنة الاعلام وتشريعاتها، للوصول الى النتائج المبتغاة منه، وقد اقتضت خطة البحث تقسيمه إلى مبحثين، الأول بعنوان: مفهوم المسؤولية في السنة النبوية، وتناول الثاني موضوع: صور مسؤولية الإعلام الاجتماعية في سنته -عليه الصلاة والسلام-، في كل مبحث منهما ثلاث مطالب لإلقاء الضوء على ما يريد البحث إثباته، عسى أن نقدم فائدة في مجال تشريعات الإعلام ، وأن نكون من الذين شرفهم الله تعالى بخدمة سنة نبيه -عليه الصلاة والسلام-.

المبحث الأول: مفهوم المسؤولية في السنة النبوية

المطلب الأول: مفهوم المسؤولية لغة واصطلاحاً

أولاً) المسؤولية لغة: لم ترد هذه الكلمة في المعاجم القديمة، بهذا الاشتقاق ، بل وردت في الحديثة منها كمصدر صناعي من سأل، وسأل في اللغة يحمل معنى استعطاء الشيء ، ويقال : تساءل القوم أي سأل بعضهم بعضاً .^(١) والمسؤولية تعني: كون الإنسان مسئولاً عن فعله مؤاخذاً به ، ومادة سأل في العربية تفيد في الاستعمال العام في الاستفسار عن مجهول ، ومنه قوله تعالى: ((وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي تَسَاءَلُونَ بِهِ وَالْأَرْحَامَ إِنَّ اللَّهَ كَانَ عَلَّيْكُمْ رَقِيبًا/سورة النساء، من الآية: (١))) ومعناها: (تطلبون حقوقكم به).^(٢)

وقد تفيد معنى وراء الاستفسار كالتحويل والتهديد وكالتعريم والعقوبة ، ومنه قوله تعالى: ((فَوَرَبِّكَ لَنَسْأَلَنَّهُمْ أَجْمَعِينَ ، عَمَّا كَانُوا يَعْمَلُونَ/سورة الحجر: الآيتان ٩٢ - ٩٣)) وتفيد معنى التبعة يقال : أنا بريء من مسؤولية هذا العمل أي تبعته

(١) ينظر: محمد بن منظور، لسان العرب، القاهرة، مطبعة بولاق، ١٩٨٩، (١٣ / ٣٣٨).

(٢) مرتضى الزبيدي، تاج العروس، القاهرة، المطبعة الخيرية، ١٩٨٩، (٧ / ٣٦٥).

والمسؤول من رجال الدولة : المنوط به عمل تقع عليه تبعته ، وبين صاحب المعجم الوسيط : إنها لفظة محدثة .^(١)

وقال تعالى: ((كَانَ عَلَى رَبِّكَ وَعْدًا مَسْئُولًا/سورة الفرقان : الآية ١٦)) ويعني: وعدا مسؤولا انجازه ، تقول الملائكة : ربنا أنجز لنا وعدك ،^(٢) وقد تأتي بمعنى طلب الإحسان والمعروف، قال تعالى: ((وَفِي أَمْوَالِهِمْ حَقٌّ لِّلسَّائِلِ وَالْمَحْرُومِ /سورة الذاريات / الآية ١٩)).

واسم الفاعل من سأل: سائل ، واسم المفعول مسؤول

وبشكل عام فهي: (وضع من يمكن أن يسأل عن أمر ما صدر عنه)^(٣). ومن ذلك قوله تعالى: ((وَقِفُّهُمْ إِنَّهُمْ مَسْئُولُونَ/سورة الصافات: الآية ٢٤)) التي للعلماء فيها أقوال :

كما وردت كلمة المسؤولية في الحديث الشريف بصيغ مختلفة لم تخرج عن معناها القرآني، كقوله – عليه الصلاة والسلام – فيما يرويه ابن عمر – رضي الله عنه - : (كلكم راع وكلكم مسؤول عن رعيته ، فالإمام راع وهو مسؤول عن رعيته ، والرجل راع وهو مسؤول عن رعيته ، والمرأة راعية في بيت زوجها وهي مسؤولة عن رعيته ، والخادم راع في بيت سيده وهو مسؤول عن رعيته ، فكلكم راع ومسؤول عن رعيته)^(٤).

ويتضح من هذا العرض لمعنى (المسؤولية) في اللغة إنها كلمة محدثة تدل على أصلها (وهو مطالبة المرء بتحمل تبعه فعله)^(٥) وفي محاولة لفهم المسؤولية

(١) ينظر: المعجم الوسيط، إعدام مجمع اللغة العربية ، بيروت، (١ / ٤١٢) .

(٢) ينظر: ابن منظور، لسان العرب، (١٣ / ٣٣٩).

(٣) المعجم الفلسفي، مجمع اللغة العربية، القاهرة، بيروت، عالم الكتب ، ١٩٧٨ . ص ١٨١ .

(٤) أخرجه البخاري، (٥ / ١٩٨٨) برقم: ٤٨٩٢ .

(٥) د. محمد المرزوقي ، مسؤولية المرء عن الضرر الناتج عن تقصيره، الشبكة العربية للنشر ، بيروت ، ٢٠٠٩ ، ص ١٩ .

كما في واقع الحياة نظر إليها إنها: كون الفرد مكلفا بأن يقوم ببعض الأشياء وبأن يقدم عنها حسابا إلى زيد من الناس^(١).

ثانياً) المسؤولية في الاصطلاح: المسؤولية في الشريعة الإسلامية ثنائية الجانب، بمعنى: أن المجتمع أفرادا وسلطة يجدون أنفسهم في النظام الإسلامي أمام مسؤوليتين اثنتين:

أولاً: كل مسلم سواء كان فردا عاديا أم كان ضمن السلطات الحاكمة ، مسؤول عن تنفيذ القانون الإسلامي ، على نفسه أولا ، وحمل غيره على تنفيذ القانون الإسلامي .

ثانياً: ليس لأحد في الدولة بالصيغة الإسلامية أن ينفذ ما عليه من القانون الإسلامي ثم يهمل أمر الآخرين بعد ذلك في تنفيذهم أو عدم تنفيذهم للقانون الإسلامي ، بل هو مسؤول عن حمل غيره على هذا التنفيذ^(٢).

وقد عرّف بعض أهل العلم من المعاصرين المسؤولية من زوايا مختلفة منها: (إقرار المرء بما يصدر عنه من أفعال ، واستعداده العقلي و النفسي لتحمل ما يترتب عليها من نتائج)^(٣) وحددها آخر بأنها: (علاقة سلوك الشخص بقيمه، و قد تتضمن نوع القيم التي يلتزم بها الشخص)^(٤) وكذلك هي: (الالتزام بأداء مهام وواجبات معينة في التنظيم الاجتماعي تسهم في تحقيق أهداف ذلك التنظيم) .^٥

(١) ينظر: د. محمد عبد الله دراز ، دستور الأخلاق في القرآن ، مؤسسة الرسالة، ٢٠٠٥، ط ١١، ص ١٣٩.

(٢) ينظر: د. منير البياتي ، حقوق الإنسان بين الشريعة والقانون، قطر، ٢٠٠٢، ص ١٢٤.

(٣) د. عبد الرحمن بدوي ، الأخلاق النظرية ، القاهرة ، ١٩٧٥، ص ٢٢٣ .

(٤) فؤاد أبو حطب، بحوث تقنين الاختبارات النفسية ، القاهرة ، ١٩٧٧، ص ١١٩.

(٥) محمد علي محمد، علم الاجتماع التنظيمي، القاهرة، ١٩٨٦، ص ٤١٤.

وهي من زاوية أخرى: (الاستعداد الفطري الذي جبل عليه الله تعالى عليه الإنسان ليصلح للقيام برعاية ما كلفه به من أمور تتعلق بدينه ، فان وفى ما عليه من الرعاية جعل له الثواب ، وان كان غير ذلك جعل له العقاب)^(١).

وينظر عبد الله دراز للمسؤولية على أنها : (استعداد فطري للمقدرة على أن يلزم الإنسان نفسه وان يعني بالتزاماته بجهده الشخصي)^(٢).

المطلب الثاني : مفهوم المسؤولية في السنة النبوية

يمكن النظر إلى معنى وموقع المسؤولية في سنته – عليه الصلاة والسلام- من خلال شمول المسؤولية لكل فئات المجتمع ومن خلال خطورة الكلمة ومن خلال الضرر الذي قد يحدثه الإعلام في الجمهور، وكما يلي :

أ- قوله – عليه الصلاة والسلام- : (كلكم راع وكلكم مسؤول عن رعيته فالإمام الذي على الناس راع وهو مسئول عن رعيته والرجل راعٍ على أهل بيته وهو مسؤول عن رعيته والمرأة راعية على أهل بيت زوجها وهي مسؤولة عنهم وعبد الرجل راعٍ على مال سيده وهو مسؤول عنه إلا فكلكم راعٍ وكلكم مسؤول عن رعيته)^(٣).

قال ابن حجر في شرحه للحديث : (والراعي هو الحافظ المؤمن الملتزم صلاح ما أؤتمن على حفظه، فهو مطلوب بالعدل فيه والقيام بمصالحه، قال الخطابي: اشتركوا أي الإمام والرجل ومن ذكر في التسمية أي في الوصف بالراعي ومعانيهم مختلفة ، فرعاية الإمام الأعظم حياطة الشريعة بإقامة الحدود والعدل في الحكم، ورعاية الرجل أهله سياسته لأمرهم وإيصالهم لهم حقوقهم ، ورعاية المرأة تدبير أمر البيت والأولاد والخدم والنصيحة للزوج في كل ذلك ، ورعاية الخادم

(١) محمد إبراهيم الشافعي ، المسؤولية والجزاء في القرآن الكريم ، القاهرة ، مطبعة السنة المحمدية ، ١٩٨٢ ، ص ٣٣ .

(٢) د. محمد عبد الله دراز ، دستور الأخلاق في القرآن ، مصدر سابق ، ص ٣٥ .
(٣) أخرجه البخاري، (٥/ ١٩٨٨) برقم: ٤٨٩٢ .

حفظ ما تحت يده والقيام بما يجيب عليه من خدمته) إلى أن قال: (وأستدل به على أن المكلف يؤخذ بالتقصير في أمر من هو في حكمه)^(١). وعلق الإمام النووي على الحديث بقوله: (الراعي هو الحافظ المؤمن الملتزم صلاح ما قام عليه ، وهو تحت نظره ، ففيه أن كل من كان تحته نظره شيء فهو مطالب بالعدل فيه والقيام بمصالحه في دينه ودنياه ومتعلقاته)^(٢).

والحديث مشهور وهو من الأصول المعتمدة في بيان أحكام الشريعة الغراء في كل شؤون الحياة ، لإيضاحه موقع الفرد من المسؤولية عما يرى ويفعل، بما لم يخرج عن معاني : إن الإنسان مكلف ومسؤول عن عمله في الدنيا والآخرة.

ب- قوله – عليه الصلاة والسلام -: (إن الرجل ليتكلم بالكلمة ما يتبين فيها ، يزل بها في النار أبعد ما بين المشرق والمغرب)^(٣).

قال الإمام النووي: (معناه : لا يتدبرها – أي الكلمة • ويفكر في قبحهم ، ولا يخاف ما يترتب عليها وهذا كالكلمة عند السلطان وغيره من الولاة وكالكلمة تقذف أو معناه: كالكلمة التي يترتب عليها إضرار مسلم ونحو ذلك. وهذا كله حث على حفظ اللسان ، وينبغي لمن أراد النطق بكلمة أو كلام أن يتدبره في نفسه قبل نطقه ، فإن ظهرت مصلحته تكلم ، وإلا أمسك)^(٤).

وذكر ابن حجر في تعليقه على الحديث: ينبغي للمرء أن لا يزهّد في قليل من الخير أن يأتيه ولا في قليل من الشر أن يجتنبه ، فإنه لا يعلم الحسنه التي يرحمه الله بها ولا السيئة التي يسخط عليه بها . وقال ابن الجوزي في معنى الحديث: (إن تحصيل الجنة سهل بتصحيح القصد وفعل الطاعة ، والنار كذلك بموافقة الهوى وفعل المعصية)^(٥).

(١) ينظر: ابن حجر ، فتح الباري ، (١٥٣/٢٠).

(٢) النووي ، شرح النووي على صحيح مسلم ، باب فضيلة الإمام العدل ، (٣٠٠/٦).

(٣) صحيح مسلم ، باب التكلم بالكلمة يهوي بها، (٣٧٣/٩) برقم ٢٩٨٨.

(٤) النووي ، شرح النووي على مسلم، (٣٧٣/٩).

(٥) ابن حجر ، فتح الباري ، (٣١٩/١٨).

ويوضح الحديث الشريف إن الإنسان محاسب على كل ما يقوله، وهو بالتالي ينطبق تماماً على كل ما تنبئه وسائل الإعلام، والدلالة واضحة في بيان مسؤولية الكلمة وتبعاتها: (وليس بعجيب أن يكون للكلمة - مسموعة أو مقروءة - هذا الشأن العظيم فيما يقع للناس من خير أو شر، فالكلمة الطيبة قد تصلح مجتمعاً بأسره وقد تقيم دولة بكل أسباب مقوماتها، والكلمة الخبيثة قد تفسد مجتمعاً كاملاً، وقد تهوي بأمة إلى مهاوي الضياع والهلاك) (١).

ج - حديثه - عليه الصلاة والسلام - : (لا ضرر ولا ضرار) (٢) والذي يُعد قاعدة بُنيت عليها الكثير من الأحكام، والذي يمنع ابتداءً إحداث ضرر أو أذى بالآخرين من قول أو عمل، ويوجب كذلك إيقاع العقوبة على من قصر في أداء مسؤوليته.

قال ابن حجر: (إن الضرر إلحاق مفسدة بالغير مطلقاً ، والضرار إلحاق مفسدة بالغير على وجه المقابلة) (٣) وقال الشوكاني ، تعليقاً على الحديث: (فيه دليل على تحريم الضرار على أية صفة كان ، من بين فرق بين الجار وغيره ، فلا يجوز في صورة من الصور إلا بدليل يخص به العموم ، فعليك بمطالبة من جوز المضارة في بعض الصور بالدليل، فأن جاء به قبلته وإلا ضربت بهذا الحديث وجهه ، فإنه، قاعدة من قواعد الدين ، تشهد له كليات وجزيئات) (٤).

وأكد الشاطبي على ضمان الضرر بقوله: وهذا من الشرائع العامة التي لا تتم مصالح الأمة إلا بها ، فلو لم يضمنوا جنایاتهم لأتلف بعضهم أموال بعض، وأدعى الخطأ وعدم القصد، وهذا بخلاف أحكام الإثم والعقوبات ، فإنها تابعة للمخالفة وكسب العبد ومعصيته. (٥)

(د. رشدي أبو زيد، مسؤولية الإعلام الإسلامي في ظل النظام العالمي الجديد، القاهرة، دار الفكر العربي، ١٩٩٩، ص ٥٦.

(١) رواه ابن ماجة في سننه (٢ / ٧٨٤)، برقم (٢٣٤٠) قال الطبراني في الأوسط: رجاله ثقات (٣٠٧/١).

(٢) ابن حجر، فتح الباري شرح صحيح البخاري، (٢٣٧/١).

(٣) الشوكاني ، نيل الأوطار ، (٥ / ٣٨٧).

(٤) ينظر: الشاطبي، الموافقات، تعليق: عبد الوهاب دراز، بيروت، ١٩٧٥، (٩ / ٣).

المطلب الثالث : أركان المسؤولية الإعلامية في السنة النبوية

ينظر للمسؤولية الإعلامية في جانبها الاجتماعي على إنها: مجموعة الوظائف التي يجب أن يلتزم الإعلاميون بتأديتها إمام المجتمع في مختلف مجالاته السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية، يتوافر في معالجتها لموادها قيم مهنية كالدقة والموضوعية والتوازن والشمول، شريطة أن يتوافر للإعلام حرية حقيقية تجعله مسؤولاً أمام القانون والرأي العام، وهذا يعني أن وجود صحافة مسؤولة يعني وجود صحافة تعمل لخدمة المجتمع وعدم إيقاع الضرر به، فالصحفي مسؤول عن دقة المعلومات التي يقدمها للقارئ وعن عدم التسبب في الأذى لأفراد المجتمع،^(١) والمسؤولية عند الإعلاميين: هي أهلية الإعلامي أو المؤسسة الإعلامية في تحمل تبعه نشاطهم الإعلامي.^(٢) وفي جانبها الشمولي يرى الباحث إن المسؤولية الإعلامية في الشريعة الإسلامية يمكن النظر إليها إلى إنها: مجموعة القيم والأخلاقيات التي يلزم الإنسان بها نفسه إلزاماً فطرياً بالخلق ومكتسباً بالمهنية لرعاية حق الجمهور في المعرفة الصادقة والهادفة المستندة إلى مفاهيم وأحكام الشريعة الإسلامية ويكون مسئولاً عنها في الدنيا والآخرة.

وتتجسد أركان هذه المسؤولية في سنة الرسول – عليه الصلاة والسلام- إذ علم أمته مبدأ المسؤولية الإعلامية ، فقد أمره الله تعالى بتبليغ رسالة ربه للناس جميعاً ، وأن يحاج المكذبين والكفار ويخاطب عقولهم انطلاقاً من أدائه لمسؤوليته التي لها أسس وضوابط ، حددها له الله تعالى، وأوجب عليه أن يعتمد في اتصاله بالناس على الحكمة والموعظة الحسنة، وأن يجادل الناس بالتي هي أحسن، وأن لا يسب الذين يدعون من دون الله، وأن يقول للناس حسناً، هذه الحدود لحرية القول والمسؤولية الإعلامية علمها الرسول -صلى الله عليه وسلم- صحابته وحملهم إياها كما علمهم الصلاة.

(١) ينظر: د. محمد حسام الدين، المسؤولية الاجتماعية للصحافة، مصدر سابق، ص ٩٨.

(٢) ينظر: د. طه الزبيدي، معجم مصطلحات الدعوة والإعلام، عمان، ١٠١٠، ص ٢١٩.

وهذه المسؤولية الإعلامية لها أثرها في حياة الناس ، فهي بلا شك تعود على الأفراد والأمم بالنفع العام ، وتؤدي إلى الإخاء والحب والاحترام والتعاون بين الأفراد والهيئات داخل المجتمع الإسلامي وخارجه ، وتجمع كلمة أولي الأمر على الحق ، وتقضي على النعرات الشخصية والطائفية ، وهذا كله ينقص النظام الإعلامي العالمي اليوم، فالمسؤولية الإعلامية في الإسلام حصن لحماية الأخلاق والآداب والنظام من الاعتداء ، واحترام لكل حق، بل هي ذات الوقت حماية للإعلامي نفسه إذا التزم بها وعمل بقواعدها وضوابطها^(١)، كما إن هناك نوع من الأسس القانونية يجب النظر إليها باهتمام عند مناقشة مفهوم المسؤولية الإعلامية، وفي جميع الأحوال فإن الإعلامي الإسلامي ملتزم بالحفاظ على دينه فلا يجوز له شرعا أن يعمل بأي أمر يخالف أوامر ربه، أو يدفعه لارتكاب المعاصي والآثام، حتى إن كان ذلك بنص قانوني: لقوله-عليه الصلاة والسلام-:(على المرء السمع والطاعة فيما أحب أو كره، إلا أن يؤمر بمعصية، فإن أمر بمعصية فلا سمع ولا طاعة)^(٢).

ففي مجال خطاب البشرية كافة بالدعوة إلى الله تعالى وان هذا الدين إنما هو إبلاغ وإعلام للبشرية كافة، قال -عليه الصلاة والسلام- : (أعطيت خمسا لم يعطهن أحد من الأنبياء قبلي : نصرت بالرعب مسيرة شهر وجعلت لي الأرض مسجدا وطهورا ، فأيا رجل من أمتي أدركته الصلاة فليصل وأحلت لي الغنائم ، ولم تحل لأحد قبلي، وأعطيت الشفاعة ، وكان النبي يبعث إلى قومه ، وبعثت إلى الناس عامة)^٣.

كما أن خطابه -عليه الصلاة والسلام- للناس تميز بالحكمة والموعظة الحسنة والقول اللطيف الحسن، وهذا ما هو مطلوب فعلا من وسائل الإعلام، فقال: عن ثوبان - رضي الله عنه - قال: قال رسول الله - عليه الصلاة والسلام- : (إن الله

(١) سعيد بن علي ثابت، الجوانب الإعلامية في خطب الرسول-صلى الله عليه وسلم-،الرياض،١٤١٧ هجرية، ص ١٠١.

(٢) أخرجه البخاري (١٣٢ / ١٩) برقم: ٦٧٢٥ .

(٣) مسند الإمام أحمد (٢٥/١٢ - ٢٦) رقم (٧٠٦٨) وقال: إسناده صحيح.

زَوَى لِي الْأَرْضَ فَرَأَيْتُ مَشَارِقَهَا وَمَغَارِبَهَا، وَإِنْ أُمَّتِي سَيَبْلُغُ مَلْكُهَا مَا زُوِيَ لِي مِنْهَا، وَأُعْطِيتُ الْكَنْزَيْنِ الْأَحْمَرَ وَالْأَبْيَضَ، وَإِنِّي سَأَلْتُ رَبِّي لِأُمَّتِي أَنْ لَا يُهْلِكَهَا بِسُنَّةٍ عَامَةٍ، وَأَنْ لَا يُسَلِّطَ عَلَيْهِمْ عَدُوًّا مِنْ سِوَى أَنْفُسِهِمْ فَيَسْتَبِيحُ بِيضَتَهُمْ، وَإِنَّ رَبِّي قَالَ: يَا مُحَمَّدُ إِنِّي إِذَا قَضَيْتُ قَضَاءً فَإِنَّهُ لَا يُرَدُّ، وَإِنِّي أُعْطِيتُكَ لِأُمَّتِكَ أَنْ لَا أَهْلِكَهُمْ بِسُنَّةٍ عَامَةٍ، وَأَنْ لَا أُسَلِّطَ عَلَيْهِمْ عَدُوًّا مِنْ سِوَى أَنْفُسِهِمْ يَسْتَبِيحُ بِيضَتَهُمْ وَلَوْ اجْتَمَعَ عَلَيْهِمْ مَنْ بَأَقْطَارِهَا حَتَّى يَكُونَ بَعْضُهُمْ يُهْلِكُ بَعْضًا، وَيَسْبِي بَعْضُهُمْ بَعْضًا^(١). وبشكل عام يمكن لنا إيجاز اركان مسؤوليته الإعلامية – عليه الصلاة والسلام- إزاء المجتمع الإعلامية بالنقاط الآتية:

١/ على المجتمع أن يدرك الغرض الصحيح من حرية الإعلام، وان له الحق في المحاسبة إذا استغلت هذه الحرية بشكل سيئ^(٢)، قال معاذ رضي الله عنه- لرسول الله – عليه الصلاة والسلام - : (وهل نؤاخذ بما تكلمت به ألسنتنا؟ قال : فضرب رسول الله صلى الله عليه وسلم فخذ معاذ ثم قال :يا معاذ ثكلتك أمك وهل يكب الناس على مناخرهم في جهنم إلا ما نطقت به ألسنتهم فمن كان يؤمن بالله واليوم والآخر فليقل خيراً أو يسكت عن شر، قولوا خيراً تغنموا واسكتوا عن شر تسلموا).^(٣)

٢/ عملية تشكيل مجتمع متفاعل مع الإعلام تقع ضمن مسؤولية المجتمع نفسه، أي على الجمهور وقادة الرأي الدعوة لمجتمع رقيب ورديف للعمل الإعلامي، يمتاز بالإخلاص والتقوى والصبر والصدق، وإحياء فريضة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، وتنمية المواهب الإعلامية.^(٤)

(١) أخرجه مسلم، برقم (٢٨٨٩).

(٢) د. عبد اللطيف حمزة، أزمة الضمير الصحفي، القاهرة، ١٩٦٠ ص ٥٥.

(٣) البخاري، سلسلة الاحاديث الصحيحة، برقم (٤١٣).

(٤) ينظر: د. محمد فريد عزت، دراسات في فن التحرير الصحفي في ضوء معالم قرآنية، السعودية، ١٣١٧ هـ، ص ٤٠٧.

٣/ إن المسؤولية الإعلامية في المجتمع الإسلامي ينبغي أن تكون حصناً لحماية الأخلاق والآداب والنظام العام من الاعتداء ولهذا لا يمكن للمجتمع التغافل عن هذه الحقيقة. (١)

المبحث الثاني: مسؤولية الإعلام الاجتماعية في سنته - عليه الصلاة والسلام-

المطلب الأول: الدفاع عن القيم الاجتماعية

تعرف القيم بانها: (الأحكام التي يصدرها الفرد بالترفضيل أو عدم التفضيل للموضوعات أو الأشياء وذلك في ضوء تقييمه أو تقديره لهذه الموضوعات أو الأشياء وتتم هذه العملية عن طريق التفاعل بين الفرد بمعارفه وخبراته وبين مختلف الإطار الحضاري الذي يعيش فيه ويكتسب عن طريقة هذه الخبرات والمعارف)^(٢). وقد أكدت السنة النبوية الشريفة على مسؤولية الإعلام في الحفاظ على القيم الاجتماعية والدفاع عنها في هذه النقاط:^(٣)

١/ ضرورة أن تقوم الوسائل الإعلامية بالوقوف للانحراف بالمرصاد وتقديم المضمون الإعلامي الهادف وتأصيل السلوك القويم في نفوس الجماهير مع الحاجة الملحة لأن تقوم وسائل الإعلام بمقاومة ذوي السلوك المنحرف وعدم التستر على الفساد والمفسدين، قال- عليه الصلاة والسلام- (إنما هلك من كان قبلكم إنهم كانوا يقيمون الحد على الوضيع ويتركون الشريف والذي نفس محمد بيده لو ان فاطمة بنت محمد سرقت لقطعت يدها)^(٤)

٢/ يرى رسول الله - عليه الصلاة والسلام- ترك المسلم الإدلاء برأيه، فيما يرى أنه الحق، امرأ محتقراً، فقد روي عن النبي - عليه الصلاة والسلام- أنه

(١) سعيد بن علي ثابت، الجوانب الإعلامية في خطب الرسول-ص-، الرياض، وزارة الأوقاف، ص ١٠٣.

(٢) د. عبد اللطيف خليفة، ارتقاء القيم- دراسة نفسية-، القاهرة، ١٩٩٢، ص ٥٩.

(٣) ينظر: د. جباره عطية جباره، علم اجتماع الإعلام، مصر، دار الوفاء، ٢٠٠١، ص ١٣٥.

(٤) أخرجه البخاري، كتاب الحدود، باب (١٢/١١) برقم (٤٣٠٤).

قال: ((لا يحقرن أحدكم نفسه، قالوا يا رسول الله، وكيف يحقر أحدنا نفسه، قال يرى أنه عليه مقالاً ثم لا يقول به، فيقول الله عز وجل يوم القيامة، ما منعك أن تقول في كذا وكذا، فيقول: خشية الناس، فيقول فايأي كنت أحق أن تخشى))^(١)، وعن أبي ذر رضي الله عنه قال: (أوصاني خليلي-صلى الله عليه وسلم- بخصال من الخير؛ أوصاني أن لا أخاف في الله لومة لائم، وأوصاني أن أقول الحق وإن كان مرأاً)^(٢)، فوسائل الإعلام يمكن لها أن تقوم بدور مساعد لتثبيت القيم فإن عليها توضيح الحقوق والواجبات والالتزامات والمسؤوليات التي يتعين على الأفراد والجماعات في المجتمع أن يعوها ويدركوها جيداً، وإذا ما قاموا بها تحقق الأمن والاستقرار وعمت السكينة وفرض العدل نفسه باتفاق المجتمع على سيادته، وبدفع متواصل لذلك من قبل وسائل الإعلام.

١٣ من خلال السنة النبوية الشريفة ندرك وجوب أن لا يكتفي الإعلامي المصلح في كل زمان بالحرص على المخاطبين فقط، بل لا بد من الرحمة بهم، تأسيساً بالرسول- عليه الصلاة والسلام- والله سبحانه وتعالى أعلم بما أودع في قلبه من حسن الخلق والرحمة؛ ليكون مسموعاً ومطاعاً، يقول الله تعالى: ((لقد جاءكم رسول من أنفسكم عزيز عليه ما عنتم حريص عليكم بالمؤمنين رءوف رحيم / سورة التوبة، آية ١٢٨))، ويقول -عليه الصلاة والسلام-: (ترى المؤمنين في تراحمهم وتوادهم وتعاطفهم كمثل الجسد إذا اشتكى عضواً تداعى له سائر جسده بالسهر والحمى)^(٣).

١٤ من مسؤوليات وسائل الإعلام الاجتماعية الحفاظ على الهوية المحلية للقيم في المجتمعات الإسلامية، ولهذا ينبغي ألا تتضمن وسائل الإعلام ما من شأنه الترويج لسلوكيات غريبة تناقض القيم في النظام الاجتماعي الإسلامي وتزرع الفرقة بين

^(١)رواه المنذري، الترغيب والترهيب، (٢٣١/٣) وقال: رواه ثقات.

^(٢) رواه المنذري في الترغيب والترهيب، وصححه الألباني، برقم (٢٣٢٠).

^(٣) البخاري، كتاب الادب، برقم ٥٦٦٥.

المجتمع الواحد : لقوله- عليه الصلاة والسلام:- (من أتاكم وأمركم جميع على رجل واحد يريد أن يشق عصاكم أو يفرق جماعتكم فاقتلوه).(١)

المطلب الثاني : الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر في الإعلام

١/ اتخذ رسول الله -صلى الله عليه وسلم- من الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، منهج حياة لتحقيق الإصلاح الشامل في المجتمع، فقال -عليه الصلاة والسلام- : (من رأى منكم منكراً فليغيره بيده فإن لم يستطع فبلسانه فإن لم يستطع فقلبه وذلك اضعف الإيمان). (٢) مصداقاً لقوله تعالى: ((ولتكن منكم امة يدعون إلى الخير ويأمرون بالمعروف وينهون عن المنكر وأولئك هم المفلحون/ سورة آل عمران-١٠٤)). والتي يقول ابن كثير في تفسيرها: المقصود منها أن تكون فرقة من هذه الأمة متصدية لهذا الشأن، وان كان واجبا على كل فرد من الأمة بحسب قدرته.(٣)

يربط رسول الله -صلى الله عليه وسلم- بين العمل الإعلامي وبين تقوى الله تعالى، فما يتحقق من الإصلاح في العمل الإعلامي لا يتحقق في غيره، وأهمية الكلمة كونها أداة الإعلام الأولى ترتبط بتقوى من يطلقها ونيته في نشر الدعوة وخدمة الدين، لذلك قال -عليه الصلاة والسلام-: (أن العبد ليتكلم بالكلمة من رضوان الله لا يلقي لها بالاً يرفعه الله بها درجات وأن العبد ليتكلم بالكلمة من سخط الله لا يلقي لها بالاً يهوي بها في جهنم). (٤)

٢/ من متطلبات الأمر بالمعروف تحقق العدالة في المجتمع الواحد على أساس التقوى والعمل الصالح في الإعلام وغيره من ميادين الحياة، قال -عليه الصلاة والسلام-: (ليس منّا من دعا إلى عصبية، وليس منّا من قاتل على عصبية، وليس

(١) صحيح مسلم، كتاب الامارة، باب حكم من فرق امر المسلمين، رقم (١٨٥٢).

(٢) رواه مسلم في كتاب الإيمان ، (١/ ٦٩).

(٣) ابن كثير ، تفسير القرآن العظيم (١/ ٣٣٠).

(٤) أخرجه البخاري (٨/ ١٢٥).

منا من مات على عصبية^(١) والناس في سنة الرسول محمد - عليه الصلاة والسلام - متساوون كأسنان المشط ولا فضل لعربي على أعجمي إلا بالتقوى، وأصحاب الملل الأخرى محترمون في سنته، كما في حديثه - عليه الصلاة والسلام - : (من آذى ذميا فقد آذاني ، ومن آذاني فقد آذى الله).^(٢)

٣/ حذر رسول الله - عليه الصلاة والسلام - من عاقبة ترك الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، في حديثه: (والذي نفسي بيده لتأمرن بالمعروف ولتنهون عن المنكر أو ليوشكن الله أن يبعث عليكم عقابا منه ثم تدعونه فلا يستجاب لكم).^(٣) ويمكن أن يكون هذا الحديث منهج عمل لكل من يعمل في الإعلام عبر صفات عدة أهمها:^(٤)

أن يكون رقيقا لطيفا رحيفا بمن يأمره وينهاه، وان يتحلى بالإخلاص والصبر والتواضع، ولا بد من معرفة أحوال وظروف من يأمرهم وينهاهم، والقوة الصالحة التي يتم خلالها كسر الحواجز بين الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر وبين الناس ، وكذلك ضرورة اتساع الصدر لقبول الخلاف فيما يجوز الخلاف فيه.

المطلب الثالث : أخلاقيات الإعلام في خدمة المجتمع :

ينظر إلى أخلاقيات الإعلام بأنها: مجموعة مبادئ تنظم علاقة العاملين في مجال الإعلام وتكون ملزمة لهم، وهي مجموعة النظم الضابطة يلتزم بها العاملون في هذا المجال من الناحية السلوكية والأخلاقية في ممارستهم للعمل، وترتبط السنة النبوية الشريفة هذه الأخلاقيات بالمجتمع ربطا محكما من أجل الحفاظ على سلامته وكما يلي:

(١) أخرجه ابو داود في سننه، برقم(٥١٢١) من حديث جبير بن مطعم.
(٢) رواه الطبراني في الاوسط، وينظر : الفتح الكبير (٣/ ٤٤٤).
(٣) أخرجه الترمذي، (٤ / ٤٦٨) برقم (٢١٦٩) وقال: حديث حسن .
(٤) ينظر: سليمان بن عبد الرحمن العقيل، الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر في ضوء الكتاب والسنة، الرياض، ١٩٩٦، ط٤، ص١٣٠ وما بعدها.
(٥) د. كرم شلبي، معجم المصطلحات الإعلامية، بيروت، ٢٠٠٢، ص ١٥٩.

١١ / أن لا يتخذ الناس حقهم في الاتصال والتعامل مع الإعلام ذريعة لأذى الآخرين والإضرار بهم، ويجسد ذلك حديثه -عليه الصلاة والسلام-: (لا ضرر ولا ضرار) (١) جاء في شرح العناية: (قوله صلى الله عليه وسلم - : لا ضرر ولا ضرار في الإسلام ، أي لا ابتداء ولا جزاء ، يعني متعدياً عن مقدار حقه في الاقتصاص ، لأن الضرر بمعنى المضارة ، وهو أن تضر من ضرك) ٢، ومن الضرر الذي يحدثه الإعلام الثثرة والاستعلاء والتشدد بغير الحق: فعن جابر رضي الله عنهما: أن رسول الله -صلى الله عليه وسلم- قال : (إن من أحبكم إلي وأقربكم مني مجلساً يوم القيامة أحاسنكم أخلاقاً وإن أبغضكم إلي وأبعدكم مني يوم القيامة الثرثارون والمتشدقون والمتفيهقون ، قالوا يا رسول الله قد علمنا : الثرثارون والمتشدقون ، فما المتفيهقون ؟ قال : المتكبرون) ٣.

١٢ / يربط رسول الله- عليه الصلاة والسلام - بين العمل الإعلامي وبين تقوى الله تعالى، فما يتحقق من الإصلاح في العمل الإعلامي لا يتحقق في غيره، وأهمية الكلمة كونها أداة الإعلام الأولى ترتبط بتقوى من يطلقها ونيتها في نشر الدعوة وخدمة الدين، في حديثه:(أن العبد ليتكلم بالكلمة من رضوان الله لا يلقي لها بالاً يرفعه الله بها درجات وأن العبد ليتكلم بالكلمة من سخط الله لا يلقي لها بالاً يهوي بها في جهنم)(٤)

وقال -عليه الصلاة والسلام-:(من كان يؤمن بالله واليوم الآخر فليقل خيراً أو ليصمت)(٥) وتؤكد سنته -عليه الصلاة والسلام-مسؤولية الإعلامي عن رسالته الإعلامية ومسؤولية كل فرد عن وجوده في الحياة، قال - صلى الله عليه وسلم -:(

(١) رواه ابن ماجة في سننه، (٤٤/ ٢).

(٢) أكمل الدين البابرني، العناية في شرح الهداية ، القاهرة ، (٣٠٦/ ١٠)

(٣) رواه الترمذي (٣٨٥ /٢) برقم(٢٠١٨).

(٤) أخرجه البخاري (١٢٥ /٨).

(٥) ابن رجب الحنبلي، جامع العلوم والحكم، مؤسسة الرسالة، ٢٠٠١، ج١، ص ٣٣٢.

لا تزول قدما عبد يوم القيامة حتى يسأل عن أربع : عن شبابه فيم أبلاه ، وعن عمره فيم أفناه ، وعن ماله من أين أكتسبه وفيم أنفقه ، وعن علمه ماذا عمل به)^١.

١٣/ يتحقق في السنة النبوية الشريفة تنمية الشعور بالمسؤولية لدى الإعلامي وحثه على الدقة في عمله، انطلاقاً من قوله تعالى: ((ما يلفظ من قول إلا لديه رقيب عتيد/سورة ق:آية١٨)) فينبغي على وسائل الإعلام الإحجام عن نشر الموضوعات إلا بعد التثبت من صحتها ونسبتها إلى قائلها، قال رسول الله- عليه الصلاة والسلام- : (كفى بالمرء كذباً أن يحدث بكل ما سمع).^(٢)

وكذلك الامتناع عن نشر المواضيع التي تمس أعراض الناس أو التي تشيع الفاحشة ، وترك الفضول الإعلامي بعدم نشر معلومات عن حياة الإنسان الخاصة إلا بإذنه، قال -عليه الصلاة والسلام - : (من حسن إسلام المرء تركه ما لا يعنيه).^(٣)

*نتائج البحث :

١/ المسؤولية في الشريعة الإسلامية ثنائية الجانب، فالمجتمع أفراداً وسلطة يجدون أنفسهم في النظام الإسلامي أمام مسؤوليتين: أولاً: كل مسلم سواء كان فرداً عادياً أم كان ضمن السلطات الحاكمة ، مسؤول عن تنفيذ القانون الإسلامي ، على نفسه أولاً ، وحمل غيره على تنفيذ القانون الإسلامي ، ثانياً: ليس لأحد في الدولة بالصيغة الإسلامية أن ينفذ ما عليه من القانون الإسلامي ثم يهمل أمر الآخرين بعد ذلك في تنفيذهم أو عدم تنفيذهم للقانون الإسلامي ، بل هو مسؤول عن حمل غيره على هذا التنفيذ.

٢/ تتجسد أركان المسؤولية الإعلامية في سنة الرسول -صلى الله عليه وسلم- في محاجته المكذبين والكفار ومخاطبة عقولهم انطلاقاً من أدائه لمسؤوليته التي لها أسس وضوابط، واعتمد في اتصاله بالناس على الحكمة والموعظة الحسنة، وكذلك

(١) رواه أبو داود في سننه،(٤/٤١٧)، كتاب صفة القيامة والرقائق والورع ، وقال حديث حسن صحيح.

(٢) شرح مسلم للنووي (١/٧٥) باب النهي عن الحديث بكل ما سمع.

(٣) الترمذي، سنن الترمذي،(٤/٥٨٨) .

مخاطبة الناس بالتي هي أحسن، وأن لا يسب الذين يدعون من دون الله، وأن يقول للناس حسناً.

١٣/ يربط رسول الله-صلى الله عليه وسلم- بين العمل الإعلامي وبين تقوى الله تعالى، فما يتحقق من الإصلاح في العمل الإعلامي لا يتحقق في غيره، وأهمية الكلمة كونها أداة الإعلام الأولى ترتبط بتقوى من يطلقها ونيتها في نشر الدعوة وخدمة الدين.

التوصيات :

١/ ضرورة تأسيس كليات وأقسام علمية لدراسة وتدريس الإعلام الاسلامي، خاصة بعد أن أكدت الدراسات أصالة وتميز المنهج الإعلامي في القرآن والسنة النبوية.

٢/ نوصي بإضافة مادة الإعلام الإسلامي الى مفردات مواد الإعلام المتخصص في كليات الاعلام وأقسامه، لكونه يحمل الكثير من مواصفات هذا الاعلام.

*أهم المصادر بعد القرآن الكريم :

- *ابن رجب الحنبلي، جامع العلوم والحكم، مؤسسة الرسالة، ٢٠٠١.
- *ابن كثير ، تفسير القرآن العظيم، ابن كثير، بيروت، دار الكتاب العربي.
- *الشاطبي، الموافقات، تعليق: عبد الوهاب دراز، بيروت، ١٩٧٥.
- *رشدي أبو زيد، مسؤولية الإعلام الإسلامي في ظل النظام العالمي الجديد، القاهرة، ١٩٩٩.
- *سعيد بن علي ثابت، الجوانب الإعلامية في خطب الرسول-صلى الله عليه وسلم-، الرياض، ١٤١٧هـ. *عبد اللطيف حمزة، أزمة الضمير الصحفي، القاهرة، ١٩٦٠.
- *سليمان بن عبد الرحمن العقيل، الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر في ضوء الكتاب والسنة، الرياض، ١٩٩٦، ط٤.
- *سنن أبي داود ، القاهرة ، مطبعة السعادة ، ط٢ ، ١٩٥٠.
- *صحيح البخاري، دار ابن الهيثم ، القاهرة، ط١، ٢٠٠٤.
- *صحيح مسلم، تحقيق: محمد فؤاد عبد الباقي، دار إحياء التراث، بيروت، بدون تاريخ.
- *طه الزبيدي ،معجم مصطلحات الدعوة والإعلام، عمان، ١٠١٠.
- *محمد إبراهيم الشافعي ، المسؤولية والجزاء في القرآن الكريم ، القاهرة ، ١٩٨٢.
- *محمد المرزوقي ، مسؤولية المرء عن الضرر الناتج عن تقصيره، بيروت ، ٢٠٠٩.
- *محمد بن منظور، لسان العرب، القاهرة ، مطبعة بولاق، ١٩٨٩.
- *محمد حسام الدين، المسؤولية الاجتماعية للصحافة، مصر، ٢٠٠٥.
- *محمد عبد الله دراز ، دستور الأخلاق في القرآن ،مؤسسة الرسالة، ٢٠٠٥، ط١١.
- *محمد فريد عزت، دراسات في فن التحرير الصحفي في ضوء معالم قرآنية، الرياض، ١٣١٧هـ.
- *مرتضى الزبيدي، تاج العروس، القاهرة، المطبعة الخيرية، ١٩٨٩.
- *منير البياتي ،حقوق الإنسان بين الشريعة والقانون، قطر، ٢٠٠٢.

**تفعيل العلاقات العامة الحكومية لبرامج
المسؤولية الاجتماعية عبر الاتصال الالكتروني
" رؤية تحليلية "**

إعداد:

هبة فريد عبد الحميد محرم^١

جامعة عين شمس ، القاهرة، مصر

Hebamoharram2@gmail.com

^١باحثة ماجستير ، قسم الإجتماع، شعبة الإعلام، كلية البنات للآداب والعلوم والتربية، جامعة عين شمس.

Abstract

CSR is a big issue has been discussed in recent studies, and gets a great part of the academic interest in all fields. However, little studies tried to investigate its programs and strategies on the Internet. For so; some Foreign studies recommended studying **CSR** initiatives through E- Communication tools. According to this; this current Paper is trying to investigate: **a)** The use of E-Communication tools in the public sector by Public Relations Practitioners to disseminate **CSR** initiatives, **b)** The common used strategies and Communications' type used inside the content of **CSR** initiatives, and finally **c)** Defining the definition of **CSR** on Face book Pages of Public Sector and its targeted audience. Using a content analysis of the Official Face book Page of Two Ministries;" **Awkaf Ministry** and **Ministry of Information and Communication Technology**", during a period of a week for analysis, this paper finds out that there is a lack of implementation of Dialogic communication and the Two-way Communication. Two Pages of sample also used **CSR** strategy, besides using **Propaganda** strategy (**76%**), and **Communication** strategy (**66.67%**). Findings also referred to targeting **entire public** of **Awkaf Ministry** page **CSR** initiatives, and the whole sample of pages, commonly targeted **Youth** of their **CSR** initiatives also and making use of Multi-media in offering **CSR** initiatives unless Video. Furthermore researches are in need in the same area of field.

ملخص

تناولت العديد من الدراسات الحديثة قضية المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات، وحازت على اهتمام العديد من الأكاديميين في كل المجالات. وبرغم ذلك، تقل الدراسات التي تناولت مبادرات المسؤولية الاجتماعية واستراتيجياتها على الإنترنت؛ ولذلك فقد أوصت بعض الدراسات الأجنبية بدراسة مبادرات المسؤولية الاجتماعية باستخدام أدوات الاتصال الإلكتروني. وانطلاقاً من ذلك، تحاول الورقة البحثية الحالية معرفة: (أ) استخدامات ممارسي العلاقات العامة في القطاع العام لأدوات الاتصال الإلكتروني في نشر مبادرات المسؤولية الاجتماعية، (ب) وتحديد الاستراتيجيات الأكثر استخداماً ونمط الاتصال الأكثر اتِّباعاً في المحتوى الخاص بمبادرات المسؤولية الاجتماعية، (ج) وتحديد مفهوم المسؤولية الاجتماعية في صفحات الجهات المختارة كعينة للبحث على الفيس بوك، وتحديد الجمهور المستهدف من هذه المبادرات. باستخدام أداة تحليل المضمون؛ لتحليل محتوى صفحتي وزارتي " الأوقاف والاتصالات وتكنولوجيا المعلومات " الرسميتين، خلال فترة زمنية استغرقت أسبوعاً كاملاً، هي الفترة من ١-٧ ديسمبر ٢٠١٦، توصلت الباحثة خلالها إلى قصور الصفحتين في تطبيق مبادئ الاتصال الحوارية، والاتصال الثنائي الاتجاه، وكذلك الاعتماد على استراتيجية المسؤولية الاجتماعية في عرض برامجها بجانب الاعتماد على استراتيجيات أخرى مثل: " الاستراتيجية الدعائية؛ الدعاية للمؤسسة بنسبة (٧٦%)، الاستراتيجية الاتصالية؛ الإعلام بنسبة (٦٦.٦٧%)"، إضافة إلى ذلك توظيف الوسائط المتعددة المختلفة ما عدا الفيديو. كما أشارت النتائج إلى توجه برامج المسؤولية الاجتماعية لجمهور العاملين في وزارة الأوقاف وبالنسبة للصفحتين إجمالاً اتفقتا على توجيه برامجهما أيضاً لجمهور الشباب من راغبي العمل وتطوير مهاراتهم. ولا زالت هناك الحاجة لمزيد من البحوث في نفس الاتجاه.

المقدمة :

تتغير المجتمعات كل يوم، وتتلاحق التغيرات لتؤثر على جميع مناحي الحياة في المجتمع؛ وهذا بدوره يضع مسؤوليات أكبر على المؤسسات الحكومية والاجتماعية الفاعلة في المجتمع بصفة عامة. وتعتبر المسؤولية الاجتماعية من أبرز المواضيع التي تم تداولها مؤخراً، وتم تناولها بشكل كثيف في المعالجات البحثية والأكاديمية أيضاً، على المستوى المحلي والعالمي. وتعد المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات بكافة أشكالها زخماً استراتيجياً تحاول هذه المؤسسات تطبيقه بطرق وأساليب وأدوات خاصة بها وتتوافق مع طبيعة وظروف المجتمع الذي تتوجه لجمهوره بها، وكذلك طبيعة ونشاط المؤسسة في هذا المجتمع، ولكن تختلف درجة تبني أنشطة المسؤولية الاجتماعية من مؤسسة إلى أخرى وتختلف أيضاً طبيعة مضمون مبادراتها التي تتبناها. وتتطلب أنشطة المسؤولية الاجتماعية نوعاً مُمَيَّزاً من الاهتمام والبحث والتخطيط حتى تكون أكثر تفاعلية وأكثر إنتاجية؛ بحيث يبدو أثر العائد الإنتاجي لها ناجحاً على كل من المؤسسة وجمهور برنامج المسؤولية الاجتماعية المطلوب تنفيذه.

وقد دعت عدد من العوامل والظروف إلى نشأة المسؤولية الاجتماعية كمفهوم وكمصطلح نظري يتم دراسته وبحثه، وطورت المنظمات ممارسات جديدة وتم وضع نهج للتواصل والعلاقات العامة ورعاية التبرعات والأنشطة الخيرية منذ عام ١٩٢٠م، وبعد حدوث الأزمة الاقتصادية العالمية عام ١٩٢٩م، أصبحت المسؤولية الاجتماعية تتحقق من خلال التدخل الحكومي القسري لتحقيق الأهداف الاقتصادية للدولة^١. ونتيجة لتعاظم قوة الرأي العام، وانتشار الديمقراطية، وازدياد ثقافة الجمهور، وتزايد تدخل الدول في مختلف مجالات الحياة السياسية الاقتصادية والاجتماعية وغيرها، مما تطلب اتصال الدولة ومؤسساتها بجمهورها، والانتفاع الأمثل من جهود إدارات العلاقات العامة من أجل تبني جمهورها للخطط التي

^١ مقدم وهيبة، "تقييم مدى استجابة منظمات الأعمال في الجزائر للمسؤولية الاجتماعية دراسة تطبيقية على عينة من مؤسسات الغرب الجزائرية"، رسالة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلم التسيير، جامعة وهران، الجزائر، ٢٠١٣، ص ٦٨.

تضعها، والقرارات التي تتخذها المؤسسة الحكومية لضمان رعاية مصالح الجمهور وسلامة بيئته والتعرف على مشكلاته وتطلعاته، لذا فنجاح تلك الخطط يقتضي تأييدها من قبل الجمهور، وهذا لا يتم إلا عن طريق وجود علاقات عامة حكومية تقوم بشرحها لهم، وتهيأة الرأي العام لقبولها^١. وهذا بدوره يوضح أهمية العلاقات العامة ودورها في نهضة الجمهور للتفاعل مع برامج المسؤولية الاجتماعية الخاصة بمؤسسة ما.

وتهدف العلاقات العامة في المؤسسة إلى رفع الكفاية الإنتاجية بتوفير العامل المادي والمعنوي، وزيادة الفوائد التي تعود على اصحاب الشركات وعمالها ومستهلكي منتجاتها والجماعات التي تعمل فيها، كما أنها تهدف لإقامة علاقات ودية مع المساهمين، كما تهتم بإنشاء صلات طيبة مع المستهلكين وبينهم وبين المؤسسة وتنمية الشعور بالمسؤولية الاجتماعية والقومية لدى المواطنين ومساعدتهم على تحمل المسؤولية في رسم السياسة العامة للمنظمة وحل مشاكلها^٢، بجانب استخدام الأساليب المتطورة العلمية في مجال العلاقات العامة وتطبيقها؛ مثل: عمل استقصاءات واتباع أسلوب المعاينة لاستقراء آراء جمهور المنشأة وتطبيق بحوث الرأي العام^٣. وقد أصبح لزاماً على المؤسسات مواكبة التطور التكنولوجي والتقنيات الحديثة، وضرورة استغلال فرص انتشار وذيوع استخدام مواقع الإعلام الاجتماعي والتواصل الشبكي، وتوظيفها لخدمة أهدافها ولتفعيل العملية الاتصالية بينها وبين الجمهور. وهناك تداخل بين الباحثين في التفريق بين التسويق المرتبط بالمسؤولية الاجتماعية وبين التسويق الاجتماعي وبين التسويق الخيري، وهو ما من شأنه أن

^١ عقيل فاضل جواد الزبيدي، "أساليب ممارسة نشاط العلاقات العامة في الأمانة العامة لمجلس الوزراء العراقي"، رسالة ماجستير، قسم العلاقات العامة، كلية الإعلام، جامعة بغداد، العراق، ٢٠١٤، ص ٤٣.

^٢ معاذ أحمد عصفور، "العلاقات العامة: النشأة- التعريف- المفهوم"، دار المنهل للنشر والتوزيع، ٢٠١٤، ص ٤٦، ٤٥.

^٣ معاذ أحمد عصفور، "نفس المرجع السابق"، ص ٤٧.

يُحدِث ارتباكاً بين الممارسين في التمييز والتفرقة بين التسويق الاجتماعي والاعلان الاجتماعي والعلاقات العامة والاعلام^١.

وانطلاقاً مما سبق، تدرس الورقة البحثية الحالية كيفية تفعيل مبادرات المسؤولية الاجتماعية عبر صفحات بعض الوزارات المصرية، وتحاول تحديد أنماط الاتصال المتبعة واستراتيجيات التواصل المستخدمة في عرض هذه المبادرات. كما تحاول الورقة التطرق لمفهوم المسؤولية الاجتماعية الذي تتبناه هذه الصفحات والتعرف على نمط الجمهور المستهدف من برامج المسؤولية الاجتماعية المطروحة. وتركز الورقة الحالية على استخدام الصفحات الرسمية لوزارتي " الأوقاف والاتصالات وتكنولوجيا المعلومات" لصفحتيهما على الفيسبوك، كأحد اكبر مواقع التواصل.

من التراث النظري:

تحاول الباحثة في هذه الجزئية من الدراسة إلقاء الضوء على بعض ما ورد في التراث النظري السابق حول: (نشأة المسؤولية الاجتماعية، ومفهومها، وأهميتها بالنسبة للمنظمات، والعلاقة بين المسؤولية الاجتماعية وبين تقييم أداء المنظمة، وكذلك ارتباط العلاقات العامة بأنشطة المسؤولية الاجتماعية ودور العلاقات العامة في تفعيل هذه الأنشطة باستخدام أدوات الإعلام الجديد والاتصال عبر الإنترنت). كما تعرضت الباحثة بإيجاز شديد لاستراتيجيات التعامل مع المسؤولية الاجتماعية، وبعضاً من مجالات تطبيقها في المؤسسات، ثم انتقلت بعد ذلك إلى عرض مختصر لمبادئ نظرية الاتصال الحوارية.

كما سبقت الإشارة إليه؛ فإن هناك عدداً من العوامل والظروف التي أدت إلى نشأة المسؤولية الاجتماعية كمفهوم وكمصطلح نظري يتم دراسته وبحثه، ومن أبرزها: "الأزمات الاقتصادية التي شهدها العالم في أوائل القرن العشرين،

^١سامي السيد عبد العزيز مصطفى، " من الصابونة إلى الرئيس.. التسويق الاجتماعي والسياسي: منطلقات نظرية وتطبيقات محلية وعالمية"، مجموعة دار نهضة مصر للنشر والتوزيع، ط ١، ٢٠١٢، ص ٢٧.

خصوصاً ندرة الموارد وانخفاض الأجور، وضغوط العمل السيئة، وضغوط النقابات^١. وفي مجال التسويق، وبظهور المفهوم الشامل له عام ١٩٧٠م والذي يرى ضرورة التركيز على رفاهية المستهلك والمجتمع على المدى القصير والطويل، وتحقيق أهداف المنظمة التي توجد لخدمة أسواقها و جماهيرها، وتستمد كيانها من السوق- ظهرت مع هذا المفهوم مرحلة التوجه نحو المسؤولية الاجتماعية للمنظمات والمطالبة بتبني القطاعات الربحية وغير الربحية للمسؤولية الاجتماعية في عملية التسويق بحيث يتم الدمج بين رغبات المستهلك، وأرباح المشروع، ورفاهية المجتمع، وكذلك تسويق منتجات غير ملموسة مثل الأفكار والخدمات الاجتماعية^٢.

وفي مجال الإعلام، وضع سيبرت Siebert وزملاؤه تصوراتهم عن النظريات الأربع للصحافة، منها نظرية المسؤولية الاجتماعية، والتي يؤكد من خلالها على وظائف الاتصال والإعلام في المجتمعات الحديثة، ... وتركز المسؤولية الاجتماعية في الإعلام على (٣) أبعاد أساسية^٣:

- **على مستوى الوظائف:** أن وسائل الإعلام وفق النظرية، تقوم بوظيفة سياسية، وتعليمية، وثقافية.

- **على مستوى الأداء الإعلامي:** "أن وسائل الإعلام وفق النظرية، تُفرض عليها معايير أخلاقية، ومعايير خاصة بالوسيلة الإعلامية ومواثيقها الأخلاقية والمهنية.. ومطالب بحماية الآداب العامة.. وهذا يرتبط بحدود المسؤولية الاجتماعية للإعلامي وإحساسه المهني.."

- **على مستوى السلوكيات:** "وتتمثل في منظومة القيم المهنية التي تحكم سلوكيات الإعلاميين في أداء وظائفهم".

^١مقدم وهيبية، "نفس المرجع السابق"، ص٦٧.

^٢ياسر بن على الشهري، "التسويق الاجتماعي- دراسة نظرية لأحدث نماذج تسويق القيم والأفكار"، المركز الدولي للأبحاث والدراسات (مداد)، ط١، جدة، ١٤٣٣هـ..

^٣فتحي حسين عامر، "المسؤولية الأخلاقية والقانونية للصحفي"، دار العربي للنشر والتوزيع، ٢٠١٤، ص١٨-١٩.

إن اللجوء إلى هذا المنهج الاجتماعي النقدي، وهو كافي بالضرورة، وتأكيده من خلال الدراسات، إذ ينطلق خاصة من تحليل قضايا الإعلام المختلفة، وموقفه من قضايا المجتمع الأكثر حيوية، لتحديد درجة مسؤليته الاجتماعية تجاه الفرد والجماعة والثقافة، أمر حتمي تفرضه الظروف البحثية لوضع نظرية للاتصال الجماهيري تنطلق من واقع الظروف الاجتماعية التي تمر بها الدول العربية ومصر خاصة، حتى يمكن الوقوف على أهم السلبيات التي تعرقل قيام نظام متوازن لوسائل الإعلام والثقافة.. نظام قائم على الديمقراطية الفكرية والتوعية الشاملة، لتكوين رأي عام فاعل يشارك في خوض المعركة الفكرية والثقافية خاصة في عصر العولمة، هذه المهام والأدوار هي التي تترجم المقصود بالمسؤولية الاجتماعية والثقافية والتنمية للإعلام الجماهيري، خاصة بعد التطور الهائل في تكنولوجيا المعلومات وتحكمها في مجالات عديدة تمس القيم والهوية القومية¹. ومن ثم، ننتقل إلى عرض موجز لما يقصد بالمسؤولية الاجتماعية.

اقترح بعض الباحثين تحويل مصطلح "المسؤولية الاجتماعية" إلى مصطلح "الاستجابة الاجتماعية"؛ حيث يعد الأول إلزاماً على المؤسسات، أما الثاني فيمثل وجود دافع أو حافز أمام رأس المال لتحمل مسؤليته، وقد جاء هذا الاقتراح نتيجة لعدم وضوح مفهوم المسؤولية الاجتماعية²، فقد تعددت التعريفات الخاصة بالمسؤولية الاجتماعية، ويرى أحدهم بأنها: "التزام الشركة تجاه المجتمع الذي تعمل فيه، وذلك عن طريق المساهمة بمجموعة كبيرة من الأنشطة الاجتماعية والسلوك الأخلاقي، الذي يرتبط بقضايا التلوث البيئي والبطالة والتضخم، ومحاربة الفقر وتحسين الخدمات الصحية وخلق فرص عمل، وحل مشكلة الإسكان

¹ نسمة البطريق، "المسؤولية الاجتماعية للإعلام تجاه قضايا العائد على التعليم"، ورقة مقدمة إلى مؤتمر قضية التعليم في مصر - العائد الاقتصادي والاجتماعي، في الفترة ٢٣-٢٤ فبراير ٢٠٠٨، القاهرة، ص ١١.
² أمجد محمد أبو النصر، "المسؤولية الاجتماعية للشركات والمنظمات: المواصفة القياسية ISO 26000"، دار المنهل للنشر والتوزيع، ٢٠١٥، ص ١٥.

والمواصلات وغيرها، وتنشأ المسؤولية الاجتماعية في هذا الجانب من قيام منظمات الأعمال بتنفيذ واجباتها تجاه المجتمع^١.

وترى دراسة "مقدم وهيبة" أن المسؤولية الاجتماعية هي: "الإلتزام الأخلاقي والتصرف المسئول تجاه مجموعة من الأطراف وهم أصحاب المصلحة، ومن أهم الأطراف المستفيدة من برامجها نجد كلاً من المجتمع والبيئة، وهذا يعكس أن مفهوم المسؤولية الاجتماعية جاء ليعزز دور ومكانة المنظمات في المجتمع ليس فقط ككيان اقتصادي، وإنما ككيان اجتماعي يسهم في حل مشكلات المجتمع والحفاظ على البيئة التي يعمل في إطارها"^٢. والمسؤولية الاجتماعية هي منطوق ممارسة تسعى من خلاله الشركة لإحداث توازن بين النمو الإقتصادي لها وبين التنمية البيئية والاجتماعية المستدامة في نطاق محيطها، والشركة التي تمارس هذا المفهوم بدرجة كبيرة، تعتبر من الشركات التي تسير على النهج القانوني والتشريعي؛ لكي تكتسب صورة إيجابية عنها في المجتمعات المحلية وأن يكون لها أثر واضح في البيئة المحيطة^٣. كما تُعرّف بأنها: "إلتزام القطاع الإقتصادي بالمساهمة في التنمية الإقتصادية المستدامة، والعمل مع الموظفين وعائلاتهم والنطاق المحلي والمجتمع ككل على تحسين نوعية الحياة"^٤.

ويمكن تحديد مفهوم مبسط للمسؤولية الاجتماعية ليشير إلى أنها التفاعل الحواري الذي يقود إلى ما يسمى بالشفافية **Transparency**، والاعتبارية أو تحمل مسؤولية القرارات **Accountability** والإلزامية **Compliance**؛ ما

^١بوبكر محمد الحسن، " دور المسؤولية الاجتماعية في تحسين أداء المنظمة: دراسة حالة لمؤسسة نفضال وحدة- باتنة"، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم علوم التسيير، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خضير، بسكرة، الجزائر، ٢٠١٣، ص ٩.

^٢مقدم وهيبة، "سياسات وبرامج المسؤولية الاجتماعية تجاه الموارد البشرية في منظمات الأعمال (دراسة حالة ثلاث شركات)"، بحث مقدم للملتقى الدولي الخامس حول رأس المال الفكري في منظمات الأعمال العربية في ظل الاقتصادات الحديثة، الفترة ١٣-١٤ ديسمبر، ٢٠١١، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الشلف، الجزائر، ص ٥.

^٣Nicolas Ragodoo, "Mandatory CSR", In: "Encyclopedia of Corporate Social Responsibility", Springer-Verlag Berlin Heidelberg, 1st Edition, 2013, P1625.

^٤Huriye Toker, "Media CSR Forum", In: "Encyclopedia of Corporate Social Responsibility", Springer-Verlag Berlin Heidelberg, 1st Edition, 2013, P1643.

يعني بأن هناك ما هو أبعد من إخبار الآخرين بأنك جيد، لتحصل على رخصة لمزاولة أعمالك، والحوار مع الجهات المعنية ليس وسيلة في حد ذاته للتواصل، بل هو وسيلة لفهم كيفية إحداث التوازن بين السياق الاقتصادي والاجتماعي، ووسيلة للاستكشاف مدى قدرة الاقتصاد على إضافة قيم للبيئة الطبيعية والاجتماعية^١.

ويُقصد بالمسؤولية الاجتماعية لدى العاملين تنمية القيم الذاتية الداخلية التي تتصل بالولاء والانتماء ويقظة الضمير تجاه فعاليات العمل، أي كل ما له علاقة بالمفاهيم والقيم الأخلاقية للفرد التي يجب أن يلتزم بها للنهوض بالمؤسسة ربحياً ومادياً وثقافياً^٢. وتقوم العلاقات العامة على فلسفة واضحة هي احترام رأي الجماهير والإيمان بأهمية هذا الرأي بعد إتاحة الفرصة لتبصير الجماهير وتنويرها، كما أنها تساعد الجماهير على تحمل المسؤولية الاجتماعية بأسلوب يتميز بالتخطيط السليم^٣.

بينما تعرف **المسؤولية الاجتماعية للعلاقات العامة** بأنها السياسات والأنشطة والبرامج التي تقوم بها الشركة من خلال دائرة العلاقات العامة أو من ينوب عنهم نحو الجمهور الخارجي العام ممثلاً في المجتمع أو أي شريحة من شرائحه^٤. وهناك تداخل بين الباحثين في التفريق بين التسويق المرتبط بالمسؤولية الاجتماعية وبين التسويق الاجتماعي وبين التسويق الخيري، وهو ما من شأنه أن يُحدث ارتباكاً بين الممارسين في التمييز والتفرقة بين التسويق الاجتماعي والاعلان الاجتماعي

'Jan Jonker, Marco de Witte, and Michel van Pijkeren," CSR Upside Down: The Need for Up-Front Knowledge Development", **Chapter 42, in:** Management Models for Corporate social Responsibility", **Springer-Verlag Berlin Heidelberg, 1st Edition, 2006,P347.**

أسهاد عادل القيسى، حسام موفق صبري، "التجديد الأني لدراسة الإعلام العملي والاستغناء التدريجي عن النظري والتحول من التعليم إلى التدريب"، بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي الثاني حول مستقبل الإعلام التقليدي والجديد في ظل التحولات التقنية والاجتماعية والثقافية في الوطن العربي"، الفترة ١٣-١٤ ديسمبر، ٢٠١٦، عمان، الأردن، ص ١٠.

أحمد جلال جمال، " التسويق السياحي وترويج الخدمات السياحية"، دارالمنهل للنشر والتوزيع، ٢٠١٦، ص ١٣٦.

فارس نبيل عجيلات، " المسؤولية الاجتماعية في العلاقات العامة في شركات الاتصالات الأردنية (دراسة حالة: شركة الاتصالات الأردنية)"، رسالة ماجستير، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، ٢٠١١/٢٠١٢، ص ١٨.

والعلاقات العامة والاعلام^١. إن المسؤولية الاجتماعية للشركات والمؤسسات، تتعدد مفاهيمها وتختلف من شركة لأخرى ومن مؤسسة لأخرى، وتختلف درجات تبني العلاقات العامة في مؤسسات القطاع العام والخاص لهذا المفهوم؛ ولهذا تحاول الورقة البحثية الحالية الوقوف على مفهوم المسؤولية الاجتماعية، كما يظهر عبر محتوى صفحتي وزارتي الأوقاف والاتصالات الرسميتين على الفيسبوك.

وبعد استعراض المفاهيم الخاصة بالمسؤولية الاجتماعية، تستعرض الباحثة بعض ماورد في دراسات التراث النظري لأهميتها في المؤسسات والمنظمات؛ حيث تذكر دراسة أجنبية أن: "المسؤولية الاجتماعية كقيمة تتبناها منظمة ما- تساعد في توقع سلوك المنظمات وتحديد مستقبلها، كما أن المنظمة تصبح مسؤولة إجتماعياً إذا ما تبنت القيم التي يتبناها الجمهور، وتصبح غير مسؤولة إجتماعياً إذا ما خرجت عن نطاق ذلك؛ فقد كشفت نتائج الدراسة أن نسبة تبني الشركات- عينة الدراسة- لمبدأ المسؤولية **Responsibility** تصل إلى (١٦%)، من ضمن مجموعة من القيم التي قيست من خلال تحليل مضمون (٢٥) موقعاً إلكترونياً لعينة من الشركات الربحية ال (٥٠٠) الأعلى ترتيباً، حسب تصنيف مجلة فورتن (٢٠١٠)^٢. وقد أصبح من أهداف المنظمات المتميزة الذكية أن تحقق مايلي، كأهداف رئيسية لها: "الربحية – النمو- البقاء والاستمرار- المسؤولية الاجتماعية"^٣. فحتى المؤسسات الرياضية والشركات الراحية لها لا تستطيع أن تتجاهل المسؤولية الاجتماعية لها، خصوصاً وأن الحافز المبدئي لها هو تحقيق الربح الصافي عن كل نشاط، وفي الوقت نفسه يكون المدراء الرياضيون بمثابة قناة فاعلة تشجع مدراء الفرق الصغيرة على تبني مبدأ ضرورة إبقاء المؤسسة قوية مادياً لتحقيق استمراريتها في

^١سامي السيد عبد العزيز مصطفى، " مرجع سابق"، ص٢٧.

^٢John Brummette, Lynn M. Zoch& Randy Taylor, "Stating Organizational Values As An Approach to Obtaining Strategic Legitimacy: An Examination of Corporate Use of Organizational Values on Fortune 500 Web Sites", **A Paper presented to 14th International Public relations Research Conference, Titled:"Pushing the Envelope in Public Relations Theory and Research and Advancing Practice"**, Holiday Inn, Miami University, Coral Gables, Florida, March 9 – March 12, 2011, P130.

^٣مدحت محمد أبو النصر، " مرجع سابق"، ص٢١.

المجتمع، وبالتالي لا يمكنها إغفال الشفّين التشريعي والأخلاقي والعوامل الإنسانية لفكرة المسؤولية الاجتماعية^١.

وهناك عدد من الأسس لضمان نجاح المؤسسة في تبنيها لمشاريع المسؤولية الاجتماعية؛ فإذا كانت المنشأة في بداية أدائها للمسؤولية الاجتماعية، فمن الأفضل أن^٢:

١. تبدأ بالمسائل الصغيرة أو التي يمكنها أدائها بذاتها مثل تدريب الموظفين والرعاية الاجتماعية لهم أو التفاعل مع أنشطة الحفاظ على البيئة.
٢. ألا تتخذ منظمات الأعمال قيامها بالمسؤولية الاجتماعية كوسيلة من وسائل الدعاية أو المظهر الخارجي.
٣. أنه من الضروري وضع أولويات لقضايا المسؤولية الاجتماعية دون ضرورة القيام بها دفعة واحدة، مع الأخذ في الأولويات بأكثر الأعمال صلة بأهداف المنظمة .
٤. أن يكون توجه المنظمة لأداء المسؤولية الاجتماعية نابعاً من قيم أخلاقية راسخة تبني عليها الاستراتيجيات والخطط والأهداف .
٥. الأخذ بالإستمرارية في تنفيذ مشاريع المسؤولية الاجتماعية وفقاً لقدرات المنشأة مع العمل على تنمية هذه المشاريع لتصبح على المدى الآجل كيانات كبرى.

إن الشركات التي تنوي التفاعل وممارسة أعمالها بتضمين أنشطة المسؤولية الاجتماعية بطرق طبيعية تسعى إلى الحصول على نتائج لجهودها تلك، والاستثمار في مجال تفعيل أنشطة وبرامج المسؤولية الاجتماعية باستمالة نطاق واسع من

^١ Maria Hopwood, Paul Kitchin & James Skinner, "Sport Public Relations and Communication", Elsevier Ltd., 1st Edition, 2010, P83.

^٢ أحمد سامي عدلي إبراهيم القاضي، " المسؤولية الاجتماعية للبنوك العاملة في مصر كشرركات مساهمة مصرية (مجالاتها - تأثيرها على الأداء) دراسة ميدانية مقارنة لعينة من فروع البنوك العامة والخاصة العاملة بمحافظة أسيوط"، بحث مقدم إلى مركز المديرين المصري، في إطار: المسابقة البحثية لعام ٢٠١٠ حول موضوع: المسؤولية الاجتماعية للشركات، ٢٠١٠، ص ١٨ .

جمهور هذه الأنشطة والبرامج¹؛ فالالتزام بتنفيذ نموذج لمسئولية الشركات الاجتماعية، بدلاً من اعتباره كلفة إضافية، يعني استثماراً مع نتائج ممتازة في تحفيز الموظفين وزيادة ثقة العملاء وتحسين سمعة الشركة، وموضعها في السوق والمجتمع؛ فهو استثمار مربح جداً². وتزى بعض الحكومات أهمية تبني المسؤولية الاجتماعية **CSR** وكيف أنها أصبحت أكثر انتشاراً، وأن الإقتصاديات المسؤولة ذات أولوية بالنسبة للحكومات؛ لدورها في تحقيق التنمية المرجوة، والنمو الإقتصادي المتوازن، وكذلك بناء مجتمع قوي وأكثر عدالة³. وقد اقترح **John Elkington** أن الشركات تحتاج لتطوير أنشطة المسؤولية الاجتماعية وإعطاء تقارير عنها، وأن تشمل عنصر اجتماعي (الناس) ومبادرات إيكولوجية (تربط بين الأشخاص وبيئاتهم)؛ لتتوازي المسؤوليات المنوطة مع العوائد المالية والربحية المنتظرة⁴.

و تشير إحدى **فرضيات مضمون** المسؤولية الاجتماعية للمنظمات إلى أن خطط و برامج التنمية وجهود الاصلاح والتطوير في كافة انظمة المجتمع والتي تقوم بها الحكومة من المال العام تنعكس إيجاباً ويكون لها مردود داعم لأهداف المنظمة في الأجل القصير والطويل، ومن ثم يجب أن تتحمل المنظمات قدر مناسب من عبء وتكلفة برامج الإصلاح والتطوير، كما أن الصورة الذهنية الايجابية القوية عن المنظمة لدى البيئة والمجتمع لها مردود اقتصادي وينظم ربحية المنظمة

¹Rian Beise- Zee, "Cause- Related Marketing", " **In:**" Encyclopedia of Corporate Social Responsibility", **Springer- Verlag Berlin Heidelberg, 2013, P322.**

²لويس أرنباري، " أسلوب الحدث إغا ماستر"، الناشر: **Publicaciones De La Universidad De Deusto**، ترجمة: نزيه نادر، ٢٠١٤، ص ٣٠.

³Stephen Vertigans, " Corporate Social Responsibility in the United Kingdom", **Part 1 in:** "Corporate Social Responsibility in Europe United in Sustainable Diversity", **Springer International Publishing Switzerland, 2015, P48.**

⁴Joep Cornelissen, "Corporate Communications in Theoretical Perspective: Stakeholders, Identity and Reputation", **Chapter 3 in:** "Corporate Communication: Theory and Practice", **SAGE Publications Ltd, 1st Edition, 2004, P65.**

وبناء عليه تكون المنظمة مدينة لبيئتها من خلال مساهمتها في تنمية موارد المجتمع او البيئة وتحقيق اهدافها وحماية مصالحها^١.

وفيما يخص نتائج البحوث بشأن العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية والأداء فإنها متناقضة رغم أن أغلبها يشير الى وجود ارتباط إيجابي بين المتغيرين^٢، ولقد اعتنقت أغلب قطاعات الأعمال المسؤولية الاجتماعية بحماس؛ لأن ذلك يضمن لها تغطية صحفية جيدة ويبعث الطمأنينة على الجمهور، وقد لا يتم إصدار تشريعات او لوائح في منطقة ما تُهم العامة إذا ما أعلنت شركة ما التزامها بفضيلة اجتماعية معينة أما لو تصرفت شركة ما بشكل سيء في أمر ما أو أساءت في حقوق إنسان ما في الخارج عن عمد، فهذا يؤدي إلى عدم اكرات الجمهور بشأن وضع لوائح اكثر فاعلية^٣. ويمكن أن تصبح معايير الوفاء بالمسؤولية الاجتماعية من المعطيات الأساسية لجميع التقييمات الخاصة ببرامج الأداء وشهادات الجودة والجوائز التي تخضع لها أي مؤسسة خاصة، مما يوجب على المؤسسات أن تضع المسؤولية الاجتماعية ضمن استراتيجياتها^٤.

وتشير دراسة أخرى في تعريفها للأداء، إلى أنه عبارة عن الأنشطة والمهام التي يزاولها الموظف في المنظمة والنتائج الفعلية التي يحققها في مجال عمله

^١ حمزة دال، صابرينه عايب، " واقع وأهمية تطبيق مقاربة المسؤولية الاجتماعية في البنوك التجارية دراسة الحالة: عينة من البنوك العاملة بالجزائر"، رسالة ماجستير، قسم تمويل صيرفي، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة العربي التبسي، الجزائر، ٢٠١٦، ص ٢٢.

^٢ طاهر محسن الغالبي، صالح مهدي العامري، "المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال وشفافية نظام المعلومات : دراسة تطبيقية لعينة من المصارف التجارية الأردنية"، ورقة مقدمة للمؤتمر العربي الثاني في الإدارة القيادة الابداعية في مواجهة التحديات المعاصرة للإدارة العربية، ٦ - ٨ / نوفمبر، ٢٠٠١، القاهرة، جمهورية مصر العربية، ص ٢١٥.

^٣ مدحت محمد منصور، " مرجع سابق"، ص ٢٠٠.

^٤ أحمد السيد طه كردي، " إدارة الصورة الذهنية للمنظمات في إطار واقع المسؤولية الاجتماعية " دراسة ميدانية على عينة من شركات الادوية المصرية"، مقترح مقدم إلى قسم إدارة الأعمال، كلية التجارة، جامعة بنها، ٢٠١١، ص ١٨.

بنجاح؛ لتحقيق أهداف المنظمة بكفاءة وفعالية وفقاً للموارد المتاحة والانظمة الإدارية والقواعد والإجراءات والطرق المحددة للعمل^١.

وتزامناً، تشير إحدى الدراسات إلى **الاتصال الإلكتروني** على أنه نظام يستخدم كآليات تقوم بإرسال أو إعادة إرسال واستقبال الرسائل الاتصالية من خلال الكمبيوتر أو الإنترنت، ويأخذ عدة أشكال سواء كانت مترامنة مع مثيلتها في الواقع أم لا، ولكنها تتمثل في: اتصال نصي/لفظي فقط أو اتصال وسائط متعددة^٢.

وتعتبر شبكات الويب العالمية التطبيق الأحدث في تاريخ شبكة الإنترنت والأعمق تأثيراً في مسار تطورها؛ حيث مثلت هذه الشبكة نقلة تكنولوجية غيرت بشكل جذري ونهائي من الصورة المعتادة لشبكة الإنترنت، كما سهلت عملية الاتصال التفاعلي الإنساني التبادلي عبر أجهزة الكمبيوتر، مما غير من الصورة التقليدية لعملية الاتصال؛ فهذه الشبكة العنكبوتية هي المسئول الأول عن تحويل شبكة الإنترنت من مجرد شبكة لنقل البيانات والمعلومات من الهيئات العلمية والأكاديمية والمؤسسات العسكرية إلى وسيلة اتصال وإعلام جماهيرية تتخطى قدراتها وإمكانياتها وتقنياتها كافة الوسائل الأخرى مجتمعة^٣. فهل يمكن أن تكشف لنا البحوث المستقبلية عن العلاقة بين استخدام الصفحات الحكومية على الفيسبوك له في عرض برامج المسؤولية الاجتماعية على أداء هذه المؤسسات واتجاهات الجمهور نحو أداء هذه الصفحات، وآثار التفاعل بين المؤسسات وجماهيرها بشأن برامج المسؤولية الاجتماعية على الجمهور والمؤسسة على السواء؟

^١ هدى بن محمد، عبد النور موساوي، " أثر استخدام نظم المعلومات على أداء المؤسسات الاقتصادية: دراسة تطبيقية على شركات التأمين الجزائرية"، دراسة مقدمة للمؤتمر الثاني بكلية الأعمال جامعة الأردن، بعنوان: " القضايا الملحة للاقتصاديات الناشئة في بيئة الأعمال الحديثة"، في الفترة ١٤-١٥ ابريل، ٢٠٠٩، ص ٩.

^٢ Mats Engsbo & Maqsood Sandhu, " Emerging E-Communication Technologies and Their Usage in Project-Based Organizations", *Journal of Management, Vol2, No.4, winter 2007, P291.*

^٣ عبد القادر بن شهاب، " العوامل على استخدام الإنترنت في مجال العلاقات العامة بالجمهورية اليمنية: دراسة ميدانية مقارنة للقطاعات الحكومي والخاص"، رسالة ماجستير، جامعة أسيوط، كلية الاداب، قسم الإعلام، ٢٠١٢، ص ٤٩.

وقد أجريت دراسة أجنبية هدفت لمعرفة مدى تبني الشركات البولندية التي صنفتها قائمة "Warsaw Stock Exchange" لبرامج المسؤولية الاجتماعية وكيفية ممارستها، بناءً على دراسة حالة لهذه الشركات، اعتمدت على المنهج الوصفي، ركزت على سياسات كل شركة والبرامج التي تتبناها، متضمنة مؤشر المسؤولية الاجتماعية المعروف بـ "RESPECT Index"؛ وكذلك لتحديد الاختلافات الرئيسية بين كل مجموعة من المجموعات المحددة بعينة الدراسة طبقاً لمبادرات المسؤولية الاجتماعية ودرجة التفاعل مع الجهات المعنية حوارياً، ولتَعَقُّب التغيرات التي طرأت على سياسة تبني المسؤولية الاجتماعية خلال الفترة ٢٠٠٧-٢٠١١. وقد توصلت الدراسة إلى أن: (الشركات البولندية المدرجة في القائمة تفهم قيمة المسؤولية الاجتماعية ومردودها على سمعتها وأدائها- حتى تلك التي لم تُدرَج في قائمة مؤشر الـ RESPECT - تتواصل في تنفيذها لتلك البرامج بغرض الامداد بالمعلومات ونشر التقارير على مواقعها الإلكترونية، وأن الشركات المدرجة في قائمة مؤشر RESPECT تسعى إلى إحداث تكامل بين مفهوم المسؤولية الاجتماعية وبين المهمة الرئيسية للشركة وبين أهدافها واستراتيجياتها وتعليماتها التنظيمية والاتصالية المشتركة مع الجهات المعنية، وأنها تتبنى استراتيجية اتصال متوازنة في تنفيذ برامجها^١.

وقد هدفت دراسة أخرى لمعرفة كيفية استخدام بعض شركات التقنيات لمواقع الإعلام الاجتماعي في عرض برامجها للمسؤولية الاجتماعية ونتائج التفاعل مع الجمهور عبر تلك المواقع، وطُبِّقت الدراسة على عينة قوامها (٣) مدونات تابعة لـ (٣) شركات ، وهم: "Google - Intel- Hewelett Packard" ؛ ليتم تحليل مضمونها طبقاً للاعتبارات المفاهيمية التي صاغها "Chen" عام 2009- والتي يستعرض فيها إطاراً تطبيقياً يكشف عن مواقف ومسؤولية الشركات التي تظهر عبر الشبكات الغير رسمية والتي يقوم بإنشائها مهتمين من مستخدمي مواقع الإعلام

¹Maria Aluchna, " Corporate Social Responsibility in Poland: From The Perspectives of Listed Companies", Part 3 in: " Corporate Social Responsibility in Europe United in Sustainable Diversity", Springer International Publishing Switzerland", 2015, P285.

الاجتماعي . وبمحاولة تلك الدراسة لمعرفة كيفية تنفيذ المنظمات لاتصالات المسؤولية الاجتماعية عبر منصات الاعلام الاجتماعي وأثر ذلك في تغيير طريقة تفاعل المنظمة مع الجهات المعنية- توصلت لعدد من النتائج أهمها أن " الانتقال من مرحلة الاتفاق على إدماج تطبيقات الويب ٠.٢ في عرض برامج المسؤولية الاجتماعية إلى مرحلة تنشيط هذه التطبيقات- من شأنه أن يجعل المسؤولية الاجتماعية وظيفة إدارية أكثر استراتيجية، يتم من خلالها إشراك الجهات المعنية في صناعة القرار المتعلق بتلك البرامج، مع الأخذ في الاعتبار إختلاف خصائص جمهور كل منصة إلكترونية عن الأخرى وفيما يلائمه دون الأخرى؛ فالويكي يمكن تفعيله بصورة أكبر مع الموظفين، والمدونات أفضل للصحفيين ، ومواقع الاعلام الاجتماعي تناسب باقي المستخدمين والأعضاء، وهم ممن يبحثون عن مناقشات إلكترونية افتراضية يتفاعلون بشأنها. كما أشارت الدراسة أيضاً إلى أنه لا يكفي توفر النية الحسنة للمؤسسة في عملية التفاعل مع الجهات المعنية، ولكن الأمر يرتبط بمتطلبات الجهات المعنية المتغيرة والمتغيرة باستمرار". بينما تحاول الدراسة الحالية معرفة كيفية تفاعل العلاقات العامة في الجهات الحكومية- متمثلة في وزارتي الأوقاف والاتصالات- مع الجمهور والجهات المعنية إلكترونياً عبر صفحاتها الرسمية على الفيسبوك عند عرضها لبرامج المسؤولية الاجتماعية.

وترتبط العلاقات العامة بالمسؤولية الاجتماعية ارتباطاً وثيقاً؛ فمن حيث رؤية المتخصصين لأهدافها، فهي تعمل على مساعدة المواطنين على التكيف الاجتماعي مع الجماعة تبعاً لحاجاتها ومطالبها، وكذلك إقامة مبادئ تحترم الكيان الإنساني والإقناع والتبصير والإفهام بدلاً من أساليب الإرهاب والترهيب^١، كما أنها تسعى لنشر الأمجاد القومية والأحداث التاريخية، بجانب: " تنمية الوعي بقيمة وأهمية العلاقات العامة، ونشر مفهوما ومبادئها ومثلها"^٢. وتقترح إحدى الدراسات - انطلاقاً من المادة (٢٢) في اللائحة التنظيمية لوزارة التعليم العالي والبحث العلمي

^١ مرضي علي الشمري، " مدخل إلى دراسة العلاقات العامة والإعلان "، دار المنهل للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، ٢٠١٦. ص ٢٣.

^٢ مرضي علي الشمري، "مرجع سابق"، ص ٢٤.

اليمنية- تفعيل خطة للعلاقات العامة تُسمّى بإستراتيجية التيسير، تقوم من خلالها المؤسسة بتسهيل اشتراك الجمهور وتفاعله في صنع سياساتها، وتحرص في الوقت نفسه على تنفيذ برامج المسؤولية الاجتماعية^١، وغالباً تتوجه هذه الإستراتيجية إلى الجمهور المدرك، والنشط^٢؛ فالعلاقات العامة تعمل على غرس ودعم المسؤولية الاجتماعية بين الجماهير، مما يساعد المجتمع والتنظيمات على التغلب على العقبات التي تحول دون التنمية واستقرار المجتمع، بجانب أنها تحقق خدمات إنسانية منوعة بما يعود بالنفع عليهم ويكفل لهم تحقيق الرعاية الاجتماعية والعدالة التامة ويهييء أسباب الحياة الكريمة للعاملين بالهيئات^٣. ويعد ما سبق من أهداف استراتيجية التنمية التي تسعى إلى التركيز على الحصول على الخيارات الاقتصادية التي تؤثر بدورها ليس فقط في عوائد المؤسسة، وإنما في الجهات المعنية التي اهتمت بشكل مباشر أو غير مباشر بالمشاركة فيها مع المؤسسة^٤. ومن أحد وظائف العلاقات العامة في المؤسسة: تشجيعها على خدمة المجتمع، وتعزيز الفهم بان العامل الاول للعلاقات العامة هو الشخص نفسه ومدى قربه منها ومن برامجها^٥.

كما تدعم النظريات العلمية فكرة أن الإعلام في الشركات والمؤسسات يجب أن يكون أكثر حيوية وتفاعلية في المساعدة على حل المشكلات الاجتماعية، بما تشمله من اعتبارات بيئية، وتعتبر نظرية المسؤولية الاجتماعية طريقة إيجابية لنقد نماذج حصر اهتمامات الجمهور المعروفة والتقليدية، كما أن مدخل المسؤولية الاجتماعية يتخذ مسلكاً مختلفاً عن النظرة التقليدية للمداخل التي تعبر عن الجمهور لعدم وجود طرف ثالث، مثل: تدخل الدولة أو سلطات مستقلة، لتقرر ما هو جيد للناس وكيفية التوافق مع الاهتمامات الاجتماعية، ولكنه كمدخل ينظر أيضاً إلى صناعة المدراء لقراراتهم (كألية ذاتية) لها أسس مرجعية؛ فالمسؤولية الاجتماعية

^١منال هادي، "الاتصال الداخلي في المؤسسات ودوره في تحقيق أهدافها: وزارة التعليم العالي والبحث العلمي اليمنية مثلاً"، رسالة ماجستير، معهد الصحافة والأخبار، جامعة منوبة، تونس، ٢٠١٠، ص ١٨.

^٢مرضى على الشمري، "مرجع سابق"، ص ١٨.

^٣Catalina Sitnikov&Claudiu Bocean, " Relationships between Corporate Social Responsibility and Strategic Planning", **Chapter 6 in:** "Stages of Corporate Social Responsibility from Ideas to Impacts", Springer International Publishing Switzerland, 1st Edition, 2017, P122.

^٤مرضى على الشمري، "مرجع سابق"، ص ٢٥.

ليست شماعة الأخطاء التي تبدو آثارها في السوق الحرة أو حتى في أروقة الحكومات، فلا يجب التقليل من قيمتها، ولا من التناقضات التي تظهر عند تطبيق المنظمات لاستراتيجياتها، ولا يجب تجاهل نقد الحركات الاجتماعية والسياسية والأكاديمية لها¹.

إن نجاح الإعلام في تهيئة المناخ المناسب للتنمية، إنما يتوقف على قدرته في توفير متطلبات أخرى بالبيئة المحيطة، ومن أهمها: إيجاد بنية أساسية تكنولوجية تساعد على تحقيق التنمية الاجتماعية والاقتصادية وتكفل السيادة الوطنية، وتحديد أهداف استراتيجية تعتمد على مقومات أساسية². ويعيب الإعلام الجديد عدداً من السلبيات، من أهمها: ضعف الوعي واختراق الهوية الثقافية للأفراد، وعدم الثقة بالأخبار والمواد الموجودة وسلبية المتلقين، وترويج قيم ومعتقدات غريبة وانتشارها في المجتمعات ونشر المعلومات الخاطئة والشائعات³. وتشير الدراسات التطبيقية إلى أن التقارب الاجتماعي **Social Disclosure** استخدمته الشركات كمحاولات لتحسين الصورة الذهنية، بدلاً من إمداد الجهات المعنية بمعلومات مفيدة، وبالتالي تحدد الشركات ما يجب إدراجه لتحسين صورتها النمطية، وتصير التقارير أحادية الجانب، ما يعني تعرُّض طرف آخر في عملية الاتصال للظلم، وهم جمهورها المستهدف من الجهات المعنية؛ لأنهم يتعرضون فقط للمعلومات التي تصيغها الشركات وتختارها، والذي يكون في الغالب إيجابياً ويدعو للسرور⁴.

¹George Tsurvakas, "Corporate Social Responsibility and Media Management: A Necessary Symbiosis", **Chapter 8 of Part2 in:** "Managing Media Firms and Industries: What's So Special about Media Management?", **SpringerInternational Publishing A.G, 2016, P152.**

²هنادي رشدي سلطان، " البعد الاقتصادي للسياسة الاعلامية: دراسة تطبيقية"، المكتب العربي للمعارف، ٢٠١٥، ص ٦٥-٦٦.

³هنادي رشدي سلطان، " مرجع سابق"، ص ٥٨.

⁴ Zeti Azreen Ahmad, "Communicating CSR in the Digital Age: An Exploratory Study of A CSR Award Winning Company in Malaysia", **Journal of Education and Social Sciences, June 2016, PP253-254.**

ويشير **Grunig**¹ إلى أن الإعلام الرقمي **Digital Media** قد قدّم أدوات ووسائل تُسهّل على ممارسي العلاقات العامة تطبيق مبادئ الممارسة الاتصالية الرقمية، فقط لو أن الممارسين أخذوا ذلك في إعتبارهم. وتعتبر شبكات التواصل الإجتماعي أحد أدوات هذا الإعلام الرقمي، فقد ساعد الإنترنت ممثلي خدمة العملاء في أن يكون لهم تأثير وفعالية أكبر، وساعد ممارسي العلاقات العامة في أن يكونوا على إتصال دائم بالجمهور المستهدف؛ فهُم يستخدمون الفيسبوك وتويتر لإطلاع عملائهم على أحدث الأنشطة والخدمات. ووفقاً لدراسة كاميرون، فإن عدد قليل من ممارسي العلاقات العامة يُطبّقون أدوات التكنولوجيا بالصورة المطلوبة في القطاع العام، بينما العدد المتبقي من عينة الممارسين في تلك الدراسة: يُطبّقونها في القطاع الخاص².

وتحدد استراتيجية الاتصال المستخدمة كيفية التعامل مع الجمهور المستهدف؛ حيث أن استراتيجية الاتصال سواء أحادية الجانب أو الثنائية الاتجاه تختارها المؤسسة لإعلام الجهات المعنية برؤيتها حول " المسؤولية الاجتماعية"، وكذلك الخطوات الواجب اتخاذها في هذا الصدد، أو أنها تحاول استدعاء ردود فعل الجهات المعنية حول قضايا معينة أو برامج المسؤولية الاجتماعية التي تنتهجها، كما أن مستوى تبني المؤسسة لأهمية التفاعل والاندماج في فرص للحوار مع الجهات المعنية بشكل منظم يساعد في بناء علاقة قوية على أساس المنفعة المتبادلة بين المؤسسة والجهات المعنية³. وتمثل عملية مشاركة المؤسسات الأيرلندية في تنفيذ برامج المسؤولية الاجتماعية مصدراً للتمويل، وفرصة لتعميق وتقوية وجودها في المجتمع الأيرلندي؛ إذ تحاول شركة الكحوليات **MEAS** أن تدعم عدداً من حملاتها للتنبية لأهمية تقنين شُرْب صغار السن للكحوليات وأن يكون بكميات

¹James E. Grunig," Paradigms of global public relations in an age of digitalization", **PRism 6(2), 2009, P16.**

²Badreya Jenaibi,"Comparing thr Roles of PR Practitioners in the Public and Private Sectore in the UAE", **Journal of Global Media, Arabian Edition, Vol.3,No1-2 ,2013, P64.**

³Oyvind Ihlen," Communicating with Stakeholders", **In:** " Encyclopedia of Corporate Social Responsibility", **Springer- Verlag Berlin Heidelberg, 2013, P395-396.**

معقولة عبر مواقعها الإلكترونية ووسائل الإعلام المختلفة¹. ولهذا؛ تحاول الورقة البحثية الحالية الوقوف على استخدام العلاقات العامة لأنماط الاتصال واستراتيجياته المختلفة عبر صفحتي وزارتي الأوقاف والاتصالات على الفيسبوك في تنشيط برامج المسؤولية الاجتماعية الخاصة بها.

بعد أن قامت الباحثة بعرض جزء من التراث النظري حول ارتباط العلاقات العامة بالمسؤولية الاجتماعية، تتطرق في هذه الجزئية إلى استراتيجيات التعامل مع المسؤولية الاجتماعية ومجالات تطبيقها، والتي ترد على النحو التالي:

تذكر دراسة أجنبية أنه يمكن استخدام استراتيجيات التسويق الاتصالية المعروفة لأغراض المسؤولية الاجتماعية، وتتمثل هذه الاستراتيجيات في²:

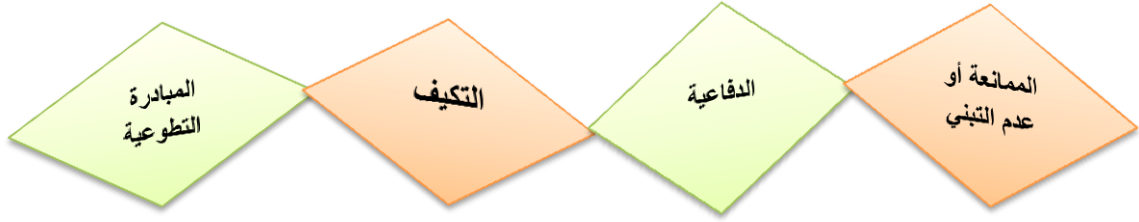
- استراتيجية الجذب **Pull**: وتركز على المستهلك النهائي، وتهدف إلى جذب الانتباه.
- استراتيجية الدفع **Push**: وتستهدف التأثير في أعضاء فاعلين في قنوات الاتصال المستخدمة للتسويق باعتبارهم حلقة الوصل بين المنظمة والمستهلك.
- استراتيجية التعريف **Profile**: وتستهدف التأثير في تصورات المستهلك والجهات المعنية حول المنظمة؛ بحيث يتم تطوير الرؤى والتصورات الإيجابية نحوها.

وتشير دراسة "مقدم وهيبة" إلى أن الأداء الاجتماعي للمنظمة يتمحور حول أربعة مواقف أو استراتيجيات¹، تتمثل كما يلي في الشكل التالي:

¹Anne Burke, "Corporate Social Responsibility in Ireland: A Snapshot", **Part 1 in: "Corporate Social Responsibility in Europe United in Sustainable Diversity", Springer International Publishing Switzerland, 2015, P26.**

²Khosro S. Jahdi, "Marketing Communication and CSR", **In: "Encyclopedia of Corporate Social Responsibility", Springer-Verlag Berlin Heidelberg, 1st Edition, 2013, P1638.**

شكل رقم (١):



ويُشار في دراسة أخرى إلى وجود ثلاث استراتيجيات تخدم العملية الاتصالية باستخدام المسؤولية الاجتماعية، وهم^٢:

- استراتيجية معلومات الجهات المعنية
- استراتيجية استجابة الجهات المعنية
- استراتيجية التفاعل مع الجهات المعنية

وتتعدد مجالات تطبيق المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات: ففي الشركات على سبيل المثال، تتمثل مجالات المسؤولية الاجتماعية في قيام الشركات بتطبيق أنشطة اجتماعية للعاملين؛ لتوفير خدمات تساعد في تحسين مستوى معيشتهم، منها: "توفير برامج تدريبية وأمن صناعي ونظام للحوافز والرعاية الصحية ووسائل انتقال مناسبة وغير ذلك"، كما أنها تطبق أنشطة خاصة لضمان جودة التعامل مع العملاء والمستهلكين، منها: "مصادقية الإعلان عن المنتجات والخدمات، وتوفير خدمة ما بعد البيع ومعلومات صلاحية المنتج، والرد على شكاوى العملاء، وضمان الشفافية والنزاهة وتوفير فواتير البيع"، كما أنها تطبق أنشطة خاصة تجاه المجتمع تتمثل في: الخدمات التي تقدم النفع العام لأفراد المجتمع والمشاركة مع الحكومة في تقديم تلك الأنشطة بغرض القضاء على المشكلات الاجتماعية، مما يسهم في خلق مناخ جاذب للاستثمار ويوفر الاستقرار الاجتماعي لفئات الشعب، ومن أهم هذه الأنشطة: "التبرعات للمؤسسات الخيرية والحكومية لتوفير احتياجات الأهالي والعاملين المحتاجين والأعضاء، وتزويد المحتاجين من أفراد المجتمع بالطعام والمواد اللازمة في المناسبات الدينية، مثل شهر رمضان، وليلة القدر والأعياد

مقدم وهيبة، "مرجع سابق"، ص ٨ - ٩.

² Zeti Azreen Ahmad, "Op. Cit.", P252.

الأخرى، والاستثمار في مجال التعليم كإقامة معاهد تعليمية وفنية، والمساهمة في إقامة مختبرات علمية في بعض الجامعات، والمساهمة في إقامة مستشفيات للأمراض الخطيرة والمتوطنة، وأيضاً المساهمة في مجالات ثقافية، توفير أنشطة رياضية وبيئية، مساعدة أفراد المجتمع في حالة الكوارث الطبيعية والاجتماعية وتمويل الخدمات الاجتماعية والإنفاق على أنشطة البنية الأساسية¹. ومن جهة مجالات التطبيق، تقوم الدراسة الحالية بتحديد ما من خلال محتوى صفحتي الوزارتين، ومنه تنطلق إلى تحديد مفهوم المسؤولية الاجتماعية الذي تتبناه.

ومن حيث أهمية واستخدام وتفعيل مبادئ الاتصال الحوارية في مبادرات المسؤولية الاجتماعية، نجد أن النظرية التي أسسها كل من (Kent & Taylor)، والتي قاموا بتطويرها في عام ٢٠٠٣م، ثم عام ٢٠٠٨، تلخصت في المبادئ الخاصة بطرق إقامة اتصال فعال بين المنظمة وجمهورها، قائم على أساس الحوار المتبادل ويتضمن العناصر والأساسيات اللازمة لذلك، وهذه المبادئ هي كما يلي^٢:

– **قواعد الإحتفاظ بالزوار Rule of conversation of visitors**، وهو ما يوجب على مصممي الموقع ألا يجعلوا الزوار يتيهون في أرجائه، ولا يثيرون ضجرهم بكثرة الإعلانات والرعاة **Sponsored** في الموقع، أو يقومون بتنظيم وجودها في الموقع؛ بحيث لا ينشغل الزائر عن الموقع بعد ضغطه على روابط الإعلانات .

– **سهولة الدخول و التعامل مع الموقع Ease of interface**، وهو ما يشير إلى ضرورة عدم وجود روابط عشوائية أو بلا فائدة للمستخدم وتقليل الأشكال الجرافيكية الزائدة عن المطلوب وتوفير خدمة البحث النصي، وترتيب المحتويات في جداول منظمة.

^١فؤاد محمد عيسى، " المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص في مصر: دراسة حالة تطبيقية لقياس وتقييم المسؤولية الاجتماعية للشركات"، دراسة غير منشورة، وزارة التجارة والصناعة، مصر، (بدون تاريخ؛ ب د)، ص ١٦-٢١.

^٢Kent & Taylor, "Building Dialogic Relationship through the World Wide Web", *Public Relations Review*, 24(3), 1998, P327-329.

– **مدى الإستفادة من المعلومات المُقدمة Usefulness of information** ، بمعنى ضرورة أن تتضمن تلك المواقع ما يهم الجمهور في مختلف المجالات والإعتبرات ، لخدمة أهداف المنظمة ، ولجذب هذا الجمهور وتحسين العلاقة المتبادلة. وفي هذا الإطار يشير نموذج **J. Arther Heise** إلى أن هناك عدد من العوامل التي تؤثر في الشفافية، ومنها: " الممارسات الإتصالية، ومدى إدراك المؤسسة لأهمية الشفافية، ومدى توفر الموارد اللازمة لتنفيذها"، وقد أشار العديد من الممارسين إلى ضرورة اتخاذ قرار حول كم المعلومات المراد نشرها للجمهور، حيث أن هناك تخوفاً من نشر معلومات كثيرة، ومن الأفضل المشاركة في نقاشات تتم عبر الرسائل الإلكترونية؛ ليتبين مدى دعم المنظمة لقيمة الشفافية التي تتطلب في نفس الوقت مصادر محددة كصفحة ويب تتولى الرد على الاستفسارات والطلبات الواردة، وتتطلب أيضاً توفر الوقت الإضافي اللازم لذلك وأشخاص مؤهلين وتوفر الأموال اللازمة¹.

– **إنشاء حلقات للنقاش وتبادل الحوار Dialogic of feedback loop**؛ وهو ما يوجب على المنظمة تدريب أعضائها على كيفية الإتصال بالجمهور إلكترونياً، للرد على إستفساراته وأي إعتبرات أخرى محتملة، وأيضاً من خلال التدريب على مهارات الإتصال.

– **تعاقب الزيارات المتكررة Generation of return visits**؛ من خلال ضرورة تحديث معلومات الموقع باستمرار، ووجود قضايا وموضوعات متنوعة، ووجود خبراء يجيبون على إستفسارات الزوار. ويجب على من يتولون إدارة صفحات مواقع الإعلام الاجتماعي تحديد كيفية جعل الأدوات المتنوعة تخدم أهداف المنظمة وتعلم قواعد جديدة وتعلم كيفية

¹Jennalane O. Hawes, Brad Rawlins & Ken Plowman, " Transparency and City Government Communication", **Proceedings of 14th International Public Relations Research Conference, Titled: "Pushing the Envelope in Public Relations Theory and Research and Advancing Practice"**, Holiday Inn University, Miami, Coral Gables, Florida March 9 – March 12, 2011, P280.

استمرار تحديث المواقع المستخدمة وفهم القضايا التشريعية المرتبطة بالأدوات والطرق المستخدمة ولا بد عليهم متابعة ما يتم بعد إرسال الرسائل وتقديم استشارات استراتيجية تضع في الاعتبار سمعة المنظمة وأقسامها¹.

وتؤكد نتائج دراسة **Richard D. Waters** أنّ أفضل ممارسة للعلاقات العامة هو²:

- أن تجعل إيجاد المعلومات سهلاً؛ لأن النظرية الحوارية تؤكد على ضرورة تسهيل استخدام جدول المحتويات، وأثارت جدلاً واسعاً مفاده أن زوّار الموقع ليس عليهم أن يتتبعوا الروابط العشوائية لاكتشاف المعلومات، أمّا بالنسبة للعلاقة بين المتبرع ومن يتم التبرع له **Grantor- Grantee** فيجب توفير معلومات عن كيفية تقديم الدعم والتبرعات بإبرازها ووضعها في شكل مميز في الصفحة.
- الإمداد بمعلومات مفصّلة وواضحة؛ لأن النظرية الحوارية تؤكد على أهمية البحث في العلاقات العامة التنظيمية، وضرورة أن تكون المعلومات المكتسبة منها كافية وذات جودة عالية وقيمة للزوار، ولتساعد في بناء علاقة بينهم وبين الموقع. وبحسب **(Kent & Taylor)**³ تقوم المنظمة بتحسين علاقاتها مع الجمهور، من خلال الحوار الذي يتم تطبيقه في ظل مناخ يقوم على التبادلية **Mutuality**، التناسب في

¹Bey-Ling Sha, John Forde & Melissa LaBorde, "Pushing the Envelope on Media Tools: Identifying Non-Users, Users, and Media Tribes in Public Relations Practice", *Proceeding of the 14th International Public Relations Research Conference: "Pushing the Envelope in Public Relations Theory and Research and Advancing Practice"*, hold in: Holiday Inn, University of Miami, Coral Gables, Florida, March 9 – March 12, 2011, P758-759.

² Richard D. Waters, "Public Relations in the Non-Profit Sector", Chapter 10 in: "Building Mutually Beneficial Relationships: Recommended Best Practices for Online Grant Making Procedures", Routledge, 1st Edition, 2014, P163.

³M. Kent & M. Taylor, "Toward A Dialogic Theory of Public Relations", *Public Relations Review*, Vol.28, 2002, PP24-25.

العلاقة **Propinquity**، المخاطرة **Risk**، التعاطف **Empathy**،
الإلزامية من الطرفين **Commitment**.

مشكلة البحث:

تحدد مشكلة البحث في اختلاف طرق تطبيق وتحديد استراتيجيات المبادرات الخاصة ببرامج المسؤولية الاجتماعية وتنفيذها من مؤسسة لأخرى، وكذلك اختلاف عناصر فهم ومعرفة ماهية المسؤولية الاجتماعية بين المؤسسات؛ ولهذا يحاول البحث تسليط الضوء على هذين العنصرين من خلال تساولين:

- ١- ما مفهوم المسؤولية الاجتماعية لدى المؤسسات عينة البحث والذي يظهر عبر صفحاتهم على الفيسبوك؟
- ٢- كيف تستخدم تلك المؤسسات صفحاتها على الفيسبوك في تفعيل برامج المسؤولية الاجتماعية الخاصة بها؟

أهداف البحث:

يهدف البحث الحالي إلى التوصل إلى:

- معرفة مفهوم المسؤولية الاجتماعية بالنسبة للمؤسسات الحكومية كما يظهر من صفحاتها على الفيسبوك عبر برامجها المطروحة .
- معرفة كيفية تفعيل برامج المسؤولية الاجتماعية عبر صفحات المؤسسات المختارة على الفيسبوك.
- معرفة الاستراتيجيات التي استخدمتها المؤسسات عند تفعيل برامج المسؤولية الاجتماعية عبر الفيسبوك.
- التوصل إلى تحديد الجمهور المستهدف من برامج المسؤولية الاجتماعية.

أهمية البحث :

تتضح أهمية البحث الحالي من أهمية تفعيل الموضوع الذي يناقشه على أرض الواقع؛ نظراً لأهمية وحتمية تنفيذه: كواجب اجتماعي وإنساني ووطني أولاً؛ خاصة في ظل الظروف الاقتصادية والاجتماعية والسياسية التي تعاني منها دول الشرق الأوسط عامة ومصر خاصة، وكواجب مهني ثانياً حسب ما تفرضه توجهات المؤسسة وأهدافها الإنسانية والإمكانات المتاحة والظروف والضغوط التي تتعرض لها.

أما من الناحية النظرية، فإن البحث يحاول تسليط الضوء على مفهوم حديث نسبياً وهو مفهوم المسؤولية الاجتماعية، وكذلك يربط بينه وبين الجانب التطبيقي له عبر مواقع التواصل الاجتماعي والإعلام الجديد بما يفرضه من تحديات جديدة.

المنهجية:

ركزت الباحثة على دراسة مدى تبنى صفحتي وزارتي "الأوقاف والشئون الدينية، والاتصالات وتكنولوجيا المعلومات" على موقع الفيسبوك لبرامج المسؤولية الاجتماعية خلال الفترة ١ ديسمبر ٢٠١٦ وحتى ٧ ديسمبر ٢٠١٦. ويعتبر البحث من الدراسات الوصفية التي تهتم بوصف ظاهرة معينة خلال فترة زمنية محددة.

مجتمع البحث والعينة:

يركز البحث الحالي على معرفة مفهوم وكيفية تطبيق برامج المسؤولية الاجتماعية عبر الصفحات الرسمية الناطقة باللغة العربية للمؤسسات الحكومية على الفيسبوك. وقد ركزت الباحثة على صفحتي وزارتي: "الأوقاف والشئون الدينية، والاتصالات وتكنولوجيا المعلومات"، وهي عينة عمدية . وقد خصت الباحثة هاتان الصفحتان بالبحث والتحليل نظراً للآتي:

- تعتبر وزارة الأوقاف من الوزارات المهمة بالشأن الديني في المجتمع، وخدمة أعمال الوقف والأعمال الخيرية لما لها مردود إيجابي على صورة الدين الإسلامي في النهاية.
- اهتمام وزارة الأوقاف بمحاربة التطرف والإرهاب كمسئولية اجتماعية وسياسية تجاه المجتمع، وكمسئولية دينية تفرضها الاتجاهات الدينية القويمة ولما له من مردود إيجابي في المساهمة في إحلال الأمن المجتمعي والاستقرار، مما يؤثر في النهاية على سير الواقع الاقتصادي للمؤسسات وبالتالي على اقتصاد المجتمع ككل .
- تهتم وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات ببرامج المسئولية الاجتماعية- كما تذكر عبر موقعها الإلكتروني، كما هو مبين بالشكل:

شكل رقم (٢)

استمع

يعيش العالم اليوم ثورة حقيقية في مجال الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات ولم يعد بإمكان أي دولة تتطلع إلى الإنجاز والتطور، بهدف تحقيق التنمية المستدامة على كافة الأصعدة، أن تحقق ذلك دون أن يكون هذا القطاع أحد ركائزها الأساسية.

وقد بدأت وزارة الاتصالات عملها منذ عام 1999، لتطوير قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الوطني. وتسعى الوزارة جاهدة لتحقيق الاقتصاد الرقمي من خلال استخدام أدوات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لتوفير الرخاء والحرية والعدالة الاجتماعية للجميع. وتتمثل مهمتها في تمكين تطوير مجتمع قائم على المعرفة، واقتصاد رقمي قوي يعتمد على النفاذ المتصف إلى المعرفة بأسعار معقولة، والتمتع بالحقوق الرقمية، إلى جانب تطوير صناعه تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الوطنية السافسية والإبداعية.

وتتملك مصر الجديدة اقتصاداً تنافسياً ومتوازن ومتنوع، يعتمد على الابتكار والمعرفة وقائم على العدالة والنزاهة الاجتماعية والمشاركة. ومن مميزاته أنه يمتلك نظام تعاوني متوازن ومتنوع، يستثمر في براءة المكان والقدرة البشرية لأنباتها وذلك لتحقيق التنمية المستدامة وتحسين نوعية حياة المصريين.

وتشمل استراتيجية التنمية المستدامة ثلاثة أبعاد منها البعد الاقتصادي الذي يسلط الضوء على التنمية الاقتصادية والشعافية وكفاءة المؤسسات الحكومية والطاقة والمعرفة. أما البعد الاجتماعي فسلط الضوء على التعليم والتدريب والصحة والثقافة والعدالة الاجتماعية؛ بينما يركز البعد السني على مجال السنة والتنمية الحضرية.

وتدعم استراتيجية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات 2030 تطوير قطاع الاتصالات إقليمياً ودولياً من خلال تصميم مدارات جديدة مثل تصميم وتصنيع الإلكترونيات وبناء القدرات لتحقيق أفض قدر من مساهمات قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في النمو الاقتصادي للبلد.

شكل (٢) يوضح استراتيجية مصر ٢٠٣٠ في الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات، ويتضح في الشكل مضمون استراتيجية المسئولية الاجتماعية.

أدوات جمع البيانات :

اعتمدت الباحثة على أداة تحليل المضمون في جمع البيانات الخاصة بالدراسة الحالية، وذلك بتحليل محتوى المنشورات المقدمة خلال الفترة ١-٧ ديسمبر ٢٠١٦؛ لاستيضاح مفهوم كل من الصفحتين للمسئولية الاجتماعية، ولمعرفة الفرق بين تفعيل العلاقات العامة بالوزارتين لبرامج المسئولية الاجتماعية عبر صفحتيهما

على الفيسبوك، والوقوف على نوعية الاستراتيجيات المستخدمة بجانب برامج المسؤولية الاجتماعية ونمط الاتصال المتبع في التواصل مع الجمهور المستهدف.

وقد قامت الباحثة بتصميم استمارة تحليل المضمون لتشتمل على عدد من فئات الشكل بلغ عددها (٦) فئات؛ تضمنت (العناصر الخاصة بكل وزارة، إمكانات الاتصال، وحجم المنشور، ونوع اللغة المستعملة، ونوع الوسائط المتعددة المستخدمة والفنون الاتصالية المستخدمة)، بينما تضمنت فئات المضمون (٥) فئات؛ تضمنت (طبيعة مضمون المنشور، الهدف من المنشور، الاستراتيجيات المستخدمة، النموذج الاتصالي المتبع، استمالات الإقناع المستخدمة)، ما يعني بأن عدد الفئات الرئيسية (١١) فئة، بجانب إجمالي عدد الفئات الفرعية لكل فئة؛ حيث يشير كل من (Kent & Taylor) إلى أهمية توفر عناصر الجذب من جهة التصميم وأيضاً من الناحية التقنية في محتوى الموقع الإلكتروني للمنظمة والذي يساعد بدوره على بناء علاقة قوية مع الموقع الخاص بالمنظمة من جهة الجمهور، وكذلك ضرورة إقامة حلقات حوارية **Dialogic Loop** مع المستخدمين باستخدام الاتصال الثنائي الاتجاه، فالإتصال الحوارية يعرفه كل منهما بأنه: "آية مفاوضات جارية لتبادل الأفكار والآراء"^١. وانطلاقاً من ذلك، تحاول هذه الورقة معرفة مدى تبني صفحتي الوزارتين لهذا المبدأ الاتصالي في التواصل مع الجمهور المستهدف من برامج المسؤولية الاجتماعية التي تنشرها على صفحاتها على الفيسبوك.

مناقشة النتائج :

تستعرض الباحثة في هذا البند نتائج تحليل مضمون صفحتي وزارتي "الأوقاف والشئون الدينية والاتصالات وتكنولوجيا المعلومات"، بعد تحكيم الاستمارة^٢؛ حيث بلغ عدد منشورات صفحة وزارة الأوقاف (١٤) منشوراً، خلال

¹Kent& Taylor," Building Dialogic Relationship through the World Wide Web", **Public Relations Review**, 24(3), 1998, P323; 325; 326.

² - تفضل بتحكيم استمارة تحليل المضمون كل من :

الفترة الزمنية للتحليل والتي بلغت أسبوعاً واحداً، بينما وصل عدد منشورات صفحة وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات (١٠) منشورات فقط، كما هو موضح بالجدول التالي:

جدول رقم (١):

م	الفترة الزمنية	اسم الصفحة	الصفحة الرسمية لوزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات		الصفحة الرسمية لوزارة الأوقاف		المجموع الكلي	
			ك	%	ك	%	ك	%
١	اليوم الأول : "٢٠١٦/١٢/١"	٤	٤٠%	٢	١٤.٢٨٥٧%	٦	٢٥%	
٢	اليوم الثاني : "٢٠١٦/١٢/٢"	-	-	٤	٢٨.٥٧%	٤	١٦.٦٧%	
٣	اليوم الثالث : "٢٠١٦/١٢/٣"	-	-	٢	١٤.٢٨٥٧%	٢	٨.٣٣%	
٤	اليوم الرابع : "٢٠١٦/١٢/٤"	٤	٤٠%	١	٧.١٤٣%	٥	٢٠.٨٣%	
٥	اليوم الخامس : "٢٠١٦/١٢/٥"	٢	٢٠%	٤	٢٨.٥٧%	٦	٢٥%	
٦	اليوم السادس : "٢٠١٦/١٢/٦"	-	-	-	-	-	-	
٧	اليوم السابع : "٢٠١٦/١٢/٧"	-	-	١	٧.١٤٣%	١	٤.١٧%	
	المجموع	١٠	١٠٠%	١٤	٩٩.٩٩%	٢٤	١٠٠%	

- العناصر المرئية الخاصة بكل وزارة:

جدول رقم (٢):

وزارة الاتصالات		وزارة الأوقاف		اسم الصفحة	العناصر الخاصة بكل وزارة
متوفر	غير متوفر	متوفر	غير متوفر		
✓	-	✓	-	شعار الوزارة	
✓	-	✓	-	رمز الوزارة	
✓	-	✓	-	عنوان البريد الإلكتروني لها	
✓	-	✓	-	الموقع الإلكتروني	
✓	-	-	-	روابط صفحات الوزارة على شبكات التواصل الأخرى	
✓	-	✓	-	وصف الوزارة في أيقونة "حول"	
✓	-	✓	-	الإعجابات بالصفحة الرسمية للوزارة	
-	-	-	-	تطبيقات/ صور متحركة	
✓	-	-	✓	خريطة الوصول	

- د/ ابتسام اسماعيل: عميد كلية الآداب والفلسفة، ورئيس قسم الإعلام سابقاً، جامعة السليمانية، العراق
- د/ سامية قدرى ونيس: أستاذ علم الاجتماع والتنمية، قسم الاجتماع، كلية البنات للآداب والعلوم والتربية، جامعة عين شمس، مصر
- د/ شيماء عز الدين: مدرس دكتور بشعبة العلاقات العامة والإعلان، بقسم الإعلام، بكلية الآداب، جامعة عين شمس، مصر
- د/ زينة سعد نوشي: مدرس دكتور، بشعبة الصحافة والتلفزيون، بقسم الإعلام، كلية صدر العراق، العراق

تحاول الباحثة من خلال الجدول السابق استعراض نتائج التحليل الخاصة بمعرفة مدى تبني الصفحتين للعناصر الخاصة الرئيسية والتي تميز كل وزارة عن الأخرى، فهذه العناصر تدل عن سياسة وكيان كل وزارة وأهدافها من إنشاء الصفحة الخاصة بها وزمن الإنشاء الذي يعبر عن بداية اهتمام كل وزارة بتبني صفحة خاصة بها على مواقع التواصل الاجتماعي عامة، والفيسبوك خاصة، وكذلك تشير هذه العناصر إلى نوع الخدمات التي تقدمها، والقصص الإخبارية ومواد الفيديو التي تفضلها عن الأخرى وكذلك الصفحات التي حازت على إعجابها عن الأخرى¹. وقد اكتفت الباحثة بتحليل النتائج الخاصة بالعناصر المبينة بالجدول.

وكما هو مبين بالجدول يتضح بأن كلا الوزارتين قد اعتمدت وجود شعاراً خاصاً بها ورمزاً يعبر عن كيان كل وزارة الخاص بها، كذلك تعتمد الوزارتان عدداً من العناصر الأخرى مثل: "وجود عنوان الموقع الإلكتروني والبريد الإلكتروني الخاص بهما"، ومن حيث وجود روابط لكل وزارة على مواقع التواصل الأخرى؛ لم تهتم صفحتي وزارة الأوقاف والاتصالات بإبراز مدى وجود صفحات لها على "تويتر والشبكات الأخرى غير الفيسبوك"، حتى وإن بدا ذلك واضحاً على موقعهما الإلكتروني؛ وهذا يشير إلى تقصير الوزارتين في تبني مبدأ (Kent & Taylor) الخاص ب: "تشجيع الزوار على تكرار الزيارة"²، حيث أن هناك جمهور يهتم بمتابعة مواقع الشبكات الاجتماعية ولا يهتم بمتابعة المواقع الأخرى على الويب، كذلك يتضح على كل صفحة عدد الجمهور المعجب بهما: "Likes".

كما لاحظت الباحثة وجود منحى خاص بعدد الإعجابات خلال الأسبوع الواحد لكل صفحة، وهو يقيس عدد الجمهور الذي عبر عن إعجابه بالصفحة في أول يوم من آخر أسبوع حتى اللحظة وحتى آخر يوم من نفس الأسبوع³. وهذا بدوره يبين محاولة الوزارتين تطبيق مبدأ (Kent & Taylor) أيضاً الخاص ب:

¹ يمكن زيارة الصفحة الرسمية الخاصة بكل وزارة على الفيسبوك للإطلاع على المزيد من هذه العناصر:
- وزارة الأوقاف: <https://m.facebook.com/AwkafOnline/> ، وزارة الاتصالات:

<https://m.facebook.com/MCITEgypt/>

² Kent & Taylor, "Op.Cit.", P329.

³ للمزيد يمكن الإطلاع على صفحتي الوزارتين الرسميتين على الفيسبوك.

الاحتفاظ بزوار الموقع و تشجيعه على تكرار الزيارة"؛ رغم ما يشوب ذلك من التقصير.

- إمكانية الاتصال :

يشير الجدول أدناه إلى مدى توفر وسائل وقنوات اتصال بكل وزارة، ومدى اهتمام كل وزارة بتطبيق مبدأ الاتصال التفاعلي الذي يميز شبكة الويب عموماً وشبكات التواصل الاجتماعي خاصة، ويتضح من الجدول فوارق وتفاوت في هذا؛ حيث اهتمت وزارة الاوقاف بتوفر عناصر، مثل: "أرقام الهواتف والبريد الإلكتروني"، ووفرت للمستخدم خدمة إمكانية تقديم الشكاوى وعرض الاستفسارات إلكترونياً، وكذلك أتاحت لهم طلب بيانات غير متوفرة بالصفحة عن الوزارة، إلا أن الوزارة لم تهتم بالرد على تعليقات المستخدمين للصفحة بصورة مباشرة باستخدام: "آلية الردود"، وهو ما يعني قلة اهتمام الوزارة بالاستخدام المتكامل لوسائل الإتصال بالجمهور التقليدية والحديثة والوصول إلى فئة عريضة من الجمهور التي تتبنى الرأي المُعبّر عنه؛ حيث أن اهتمام الوزارة بالرد على تعليقات أفراد الجمهور بصورة مستمرة، وتعيين المسؤولين عن ذلك، يزيد من قوة العلاقة بين المتابعين والوزارة، ويساعد في إضفاء جو من التقدير المتبادل، ويزيد من الأثر والاتجاه الإيجابي لدى أفراد الجمهور عن الوزارة، كما أنه أحد أهم مبادئ الإتصال الحوارية التي يؤكد عليها كل من (Kent & Taylor)، وهو مبدأ "DialogicLoop": إنشاء حلقات حوارية¹، وهو بعكس ما انتهجته وزارة الاتصالات حيث اهتمت بالرد على التعليقات، كما هو بالشكل أدناه (٣)؛ وبالتالي، تهتم وزارة الاتصالات بالرد على الاستفسارات والشكاوى عبر صفحاتها، رغم قلة التفاعل، وقصورها في توظيف آليات التفاعل كما يجب.

¹Kent& Taylor, "Op.Cit.", P327.

شكل رقم (٣):



وإجمالاً، فإن هذا البند يؤكد على نتيجة مفادها: قصور صفحتي الوزارتين في تطبيق آليات الحوار، وتفعيلها بالشكل المطلوب، وهذا يتفق مع ما أشار إليه كل من (Sheila M.& Michael Kent) بأن كثير من المنظمات لا زالت لا توظف الحوار بفعالية ولا تستجيب لاهتمامات واحتياجات جماهيرها¹.

جدول رقم (٤):

م	إمكانات الاتصال	وزارة الأوقاف		وزارة الاتصالات	
		متوفر	غير متوفر	متوفر	غير متوفر
١	أرقام هواتف الوزارة	✓			
٢	البريد الإلكتروني للوزارة	✓			
٣	تقديم مقترحات ومعلومات			✓	
٤	تقديم الشكاوى والاستفسارات			✓	
٥	إمكانية طلب بيانات غير متوفرة على الصفحة			✓	
٦	الرد على تعليقات المستخدمين			✓	

– اللغة المستخدمة:

تعتبر اللغة أساساً من أساسات التواصل، وجسراً من جسور التفاعل مع الجمهور المستهدف. وتفترض الدراسات الإتصالية ضرورة وصول الرسالة الاتصالية بلغة يفهمها الجمهور المستهدف؛ بحيث لا يسبب له تلقي الرسالة أي نوع من الغموض

¹Sheila M. McAllister-Spooner&Michael L. Kent," Dialogic Public Relations and Resource Dependency: New Jersey Community Colleges as Models for Web Site Effectiveness", *Atlantic Journal of Communication*, Vol. 17, 2009, P221.

أو التداخل في معاني الرسالة الاتصالية. وتتحدد اللغة المستخدمة في عملية الاتصال طبقاً لطبيعة الجمهور والجغرافيا وطبقاً لأهداف القائم بالاتصال، وقد أشار إلى ذلك أحد البحوث التي أجريت فيما يسمى البيداغوجيا- التي اعتبرتها الباحثة على أنها: "الإجراءات المعرفية لإيصال المعلومة والتأثير في السلوك من خلال دراسة إمكانيات المتلقي وخلق المؤثرات للتحكم في ردود أفعاله وتوجيهها، وبالتالي قيادة رأي عام مجتمعي يخدم أهداف القائم بالاتصال"¹؛ فاللغة أحد أساسيات وعناصر هذا المصطلح، ويؤدي ممارس العلاقات العامة وظيفته في هذه الحالة باستخدام اللغة بصورها المختلفة- سواء منطوقة أو مكتوبة- وباستخدام الرموز والحقائق والمعارف المتاحة وتوظيف آثارها، كما يجب عليهم الإشارة إلى أهمية الخطاب وجودته، وأن خطاب الممارس الذي يوجهه للطرفين لا يمكن تهميشه أو تجاهله، كما يحدث في أغلب المنظمات². وقد توصلت نتائج التحليل في هذا البند إلى البيانات المشار إليها في الجدول التالي:

جدول رقم (٥):

م	نوع اللغة المستعملة	وزارة الأوقاف		وزارة الإتصالات		المجموع	
		ك	%	ك	%	ك	%
١	العربية	١٤	%١٠٠	٥	%٥٠	١٩	%٧٩.١٧
٢	الإنجليزية	-	-	٥	%٥٠	٥	%٢٠.٨٣
٣	الفرانكوآراب	-	-	-	-	-	-
٤	الفرانكوإنجليش	-	-	-	-	-	-
	المجموع	١٤	%١٠٠	١٠	%١٠٠	٢٤	%١٠٠

يظهر في الجدول استخدام صفحة وزارة الاوقاف للغة العربية بنسبة (١٠٠%)، وهو ما لا يعني أن الوزارة أهملت التواصل مع الجمهور العالمي باللغات الأخرى؛ حيث يظهر ذلك من خلال موقع الوزارة على الإنترنت، والذي يشير إلى روابط لصفحاتها على الفيسبوك التي تقدم مضمونها بلغات أخرى دون

¹سهاد القيسي، "بيداغوجيا الخطاب العراقي ومهنية الإعلام"، بحث مقدم إلى المؤتمر الدولي الخامس للغة العربية، الفترة من ٤-٧ مايو ٢٠١٦، الإمارات العربية المتحدة، ص ٧.

²Derina R. Holtzhausen, "Postmodern Approaches and Practice: Public Relations as Activism", 1st Edition, Routledge, 2012, P65.

العربية^١. بينما نجد ان وزارة الاتصالات تقدمت لجمهور صفحاتها بعرض المحتوى الواحد لها باللغتين العربية والإنجليزية مناصفة، كما يظهر في الجدول بنسبة (٥٠%) لكل فئة.

- مدى استخدام الوسائط المتعددة:

حاولت الباحثة معرفة مدى تفعيل صفحتي الوزارتين لبرامج المسؤولية الاجتماعية والأخبار المرتبطة بها مُدَعَمَةً بالوسائط المتعددة من عدمه. وقد قامت الباحثة باستعراض محتوى صفحة وزارة الأوقاف من الأخبار والمقالات عبر موقعها الإلكتروني؛ لأنها كانت تقوم بعرض المحتوى على صفحة الفيسبوك مستخدمة "نص قصير" بنسبة (٣٤.١٥%) "يعبر عن "عنوان المحتوى" ومرفق معه "الرابط الشعبي" الذي يشير إليه على الموقع بنسبة (٣٤.١٥%)، بينما كانت وزارة الاتصالات تقوم بعرض "نص قصير" من المحتوى العام بنسبة (٣٠.٣%) مُدَعَمَةً بـ"روابط إلكترونية" بنسبة (٣٠.٣%) لتشير إلى تفاصيل أكثر على الموقع الإلكتروني، وكذلك تفعيل تقنية "الهاشتاج" في كل محتوى تعرضه^٢.

جدول رقم (٦):

م	نوع الوسائط	وزارة الأوقاف		وزارة الاتصالات	
		ك	%	ك	%
١	نص	١٤	٣٤.١٥%	١٠	٣٠.٣%
٢	صور	١٣	٣١.٧%	٣	٩.٠٩%
٣	روابط تشعبية	١٤	٣٤.١٥%	١٠	٣٠.٣%
٤	فيديو	-	-	-	-
٥	هاشتاج	-	-	١٠	٣٠.٣%
	المجموع	٤١	١٠٠%	٣٣	٩٩.٩٩%

ويتبين من خلال الجدول تفوق وزارة الأوقاف في توظيف بعض تقنيات الوسائط المتعددة في عرض المحتوى الذي يعبر عن برامج المسؤولية الاجتماعية

^١ يمكن الاطلاع على موقع الوزارة على شبكة الإنترنت من خلال الرابط: www.AwkafOnline.com كما هو واضح فإن الباحثة اكتفت بتحليل صفحة الوزارة الناطقة باللغة العربية.
^٢ اكتفت الباحثة هنا أيضاً بتحليل محتوى وزارة الاتصالات على الفيسبوك ولم ترجع إلى الموقع الإلكتروني إلا قليلاً حسب احتياجات الدراسة.

دون وسائط أخرى؛ حيث لم تستخدم كلا الوزارتين تقنية عرض مبادرات المسؤولية الاجتماعية باستخدام الفيديو في الفترة المحددة للتحليل.

- نوع نمط الصور المستخدمة:

سعت الباحثة إلى تحديد نوع نمط الصور المستخدم في عرض المحتوى الخاص بالمسؤولية الاجتماعية لكل من الوزارتين، وذلك لمعرفة مدى رغبة كل صفحة لكل وزارة التأكيد على أهمية المحتوى ورغبتها في جذب انتباه المستخدم له، وقد كانت نتائج التحليل في هذه الفئة كما هي بالجدول التالي:

جدول رقم (٧):

م	نوع نمط الصورة	وزارة الأوقاف		وزارة الإتصالات(١٠٪)		المجموع	
		ك	٪	ك	٪	ك	٪
١	صورة أحادية	٩	٦٩.٢٣٪	٣	٣٠٪	١٢	٧٥٪
٢	ألبوم صور	٤	٣٠.٧٧٪	-	-	٤	٢٥٪
	المجموع	١٣	١٠٠٪	٣	٣٠٪	١٦	١٠٠٪

يتبين من الجدول السابق استخدام الصفحتين لنمط: "الصور الأحادية" بنسبة "٧٥٪"، واستخدام أسلوب العرض ب"ألبوم الصور" بنسبة "٢٥٪".

- نوع محتوى الصور المستخدمة:

اعتمدت صفحتا الوزارتين على الصور في عرض برامج المسؤولية الاجتماعية خلال فترة التحليل الزمنية، وتعد الصور أحد أدوات الجذب والإقناع، وأحياناً تكون الصور بمثابة المتكلم الصامت؛ فقد تحكي القصة أو الرسالة الاتصالية المراد توصيلها دون إغراق الرسالة بالكلمات والرموز والدلائل؛ فهي تعتبر همزة الوصل بين الحدث وبين الواقع^١. وقد بينت نتائج تحليل هذه الفئة ما يلي:

¹Tanyoung Kim, Hwajung Hong & Brian Magerko, " Designing for Persuasion: Toward Ambient Eco-Visualization for Awareness", *Proceedings of the 5th International Conference "PERSUASIVE 2012", Copenhagen, Denmark, June 2010, Springer-Verlag Berlin Heidelberg, P114.*

جدول رقم (٨)

م	نوع محتوى الصورة	وزارة الأوقاف		وزارة الاتصالات		المجموع	
		ك	%	ك	%	ك	%
١	موضوعية	٨	٦١.٥٤%	١	٣٣.٣٣%	٩	٥٦.٢٥%
٢	توضيحية	٥	٣٨.٤٦%	٢	٦٦.٦٧%	٧	٤٣.٧٥%
٣	الاثنان معاً	-	-	-	-	-	-
	المجموع	١٣	١٠٠%	٣	١٠٠%	١٦	١٠٠%

حيث يشير الجدول أعلاه إلى تفوق وزارة الأوقاف في الاعتماد على الصور الموضوعية بنسب (٦١.٥٤%)، مقابل اعتماد وزارة الاتصالات عليها بنسبة (٣٣.٣٣%)، في حين تفوقت وزارة الاتصالات في الاعتماد على الصور التوضيحية بنسبة (٦٦.٦٧%)، مقابل اعتماد وزارة الأوقاف عليها بنسبة (٣٨.٤٦%)، وبالتالي تؤكد نتائج الجدول ارتفاع نسبة اعتماد الوزارتين على الصور الموضوعية في عرض برامج المسؤولية الاجتماعية بنسبة (٥٦.٢٥%) مقابل اعتمادهما على الصور التوضيحية بنسبة (٤٣.٧٥%)، وهو ما يؤكد اهتمام كل وزارة بالإقناع من خلال عرض صور الأشخاص الذين يتبنون اتجاهات المسؤولية الاجتماعية لديها.

- الفنون الاتصالية المستخدمة:

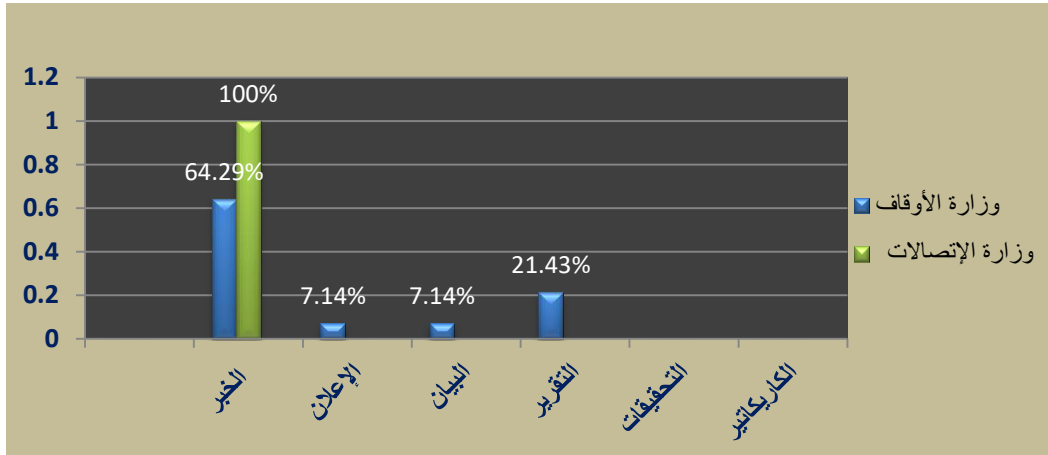
إن التواصل مع الجمهور المستهدف الذي يتسم بالتنوع في سماته الديمجرافية ومستوياته الاجتماعية يقتضي عرض الرسالة الاتصالية في أكثر من قالب فني، وذلك حتى تكون الرسالة أكثر ملائمة للموضوع الذي تطرحه وبالتالي أكثر تأثيراً في الجمهور، كما أن الاعتماد على قالب فني معين من الممكن أن يشير إلى ارتباط ذلك بالاعتماد على استراتيجية معينة. وقد توصلت الورقة الحالية إلى نتائج متباينة تبين تفاوت الاعتماد على القوالب الفنية المتنوعة في عرض مضامين المسؤولية الاجتماعية بالنسبة للوزارتين، كما هو مبين بالجدول التالي:

جدول رقم (٩):

م	نوع نمط الصورة	وزارة الأوقاف		وزارة الإتصالات		المجموع	
		ك	%	ك	%	ك	%
١	الخبر	٩	٦٤.٢٩%	١٠	١٠٠%	١٩	٧٩.١٦%
٢	الإعلان	١	٧.١٤%	-	-	١	٤.١٧%
٣	البيان	١	٧.١٤%	-	-	١	٤.١٧%
٤	التقرير	٣	٢١.٤٣%	-	-	٣	١٢.٥%
٥	التحقيقات	-	-	-	-	-	-
٦	الكاركاتير	-	-	-	-	-	-
	المجموع	١٤	١٠٠%	١٠	١٠٠%	٢٤	١٠٠%

يتضح من الجدول اعتماد وزارة الأوقاف على "الخبر" كقالب فني بنسبة أعلى من اعتمادها على الفنون الأخرى في عرض مضامين المسؤولية الاجتماعية خلال فترة التحليل الزمنية للدراسة؛ حيث كانت نسبته (٦٤.٢٩%)، تلتها نسبة الاعتماد على التقارير، والتي بلغت (٢١.٤٣%) والتي كان أغلبها يشير إلى رد معالي الوزير على الشكاوى التي ترد للوزارة عبر موقعها الإلكتروني، وكذلك تقارير حول خطب الجمعة التي تركز على الأمن والسلم الاجتماعي، بينما نجد في وزارة الاتصالات اعتمادها على "الخبر" بنسبة تصل إلى (١٠٠%) ، أي أن الوزارتين استخدمت "الخبر" كقالب فني في التعبير عن رسالتها الاتصالية وطرحها إلى الجمهور بنسبة (٧٩.١٦%)، وهو ما قد يؤكد اهتمامها باستراتيجية الإعلام في التواصل مع الجمهور على صفحتي كل منهم كما سيظهر في العرض التالي لبقية نتائج الدراسة. ويوضح الشكل البياني التالي رقم (٢) نسب استعمال كل صفحة على حدة للقوالب الفنية في عرض مضامين المسؤولية الاجتماعية على صفحاتها:

شكل رقم (٤):



ثانياً: فئات تحليل المضمون (ماذا قيل)؟:

يعتبر تحليل المضمون من الأدوات البحثية التي تهدف لوصف محتوى ظاهرة معينة خلال فترة زمنية محددة. وهو طريقة موضوعية ومنظمة تصف بشكل كمي منظم ودقيق شكل ومحتوى المواد المكتوبة أو المسموعة لأي مجتمع أو شخص ما^١.

وكما سبقت الإشارة إليه، فإن الباحثة تسعى إلى معرفة محتوى صفحتي الوزارتين خلال الفترة ١-٧ ديسمبر ٢٠١٦ للوقوف على مدى تفعيلها لبرامج المسؤولية الاجتماعية عبر صفحتيهما الرسمية على الفيسبوك، باستخدام آليات التواصل الحديثة، وقد قسمت الباحثة هذه الفئة إلى عدد من الفئات الفرعية، اشتملت على: (طبيعة مضمون المحتوى المنشور، الهدف من عرض المحتوى، الاستراتيجيات الاتصالية المستخدمة، النماذج الاتصالية الأكثر توظيفاً، استمالات الإقناع المستخدمة)، وقد كانت نتائج كل فئة متباينة كما سيظهر في العرض التالي لنتائجها.

^١ على معمر عبد المؤمن، " مناهج البحث في العلوم الاجتماعية: الأساسيات والتقنيات والأساليب"، المجموعة العربية للتدريب والنشر، ط ١، ٢٠٠٨، ص ٢٩٧.

- طبيعة مضمون المحتوى المنشور:

تحاول الباحثة في هذا البند معرفة " ماذا نشرت صفحة كل وزارة على الفيسبوك؟"، وبشكل غير مباشر فهو يحدد مدى ارتباط ذلك بمضامين المسؤولية الاجتماعية المنشورة عبر كل صفحة . وقد استخلصت عدداً من النتائج كانت كما هي مبينة بالجدول التالي:

جدول رقم (١٠):

م	نوع المضمون	وزارة الأوقاف		وزارة الاتصالات		المجموع	
		ك	%	ك	%	ك	%
١	إخباري	١٤	٤٨.٢٨%	١٠	٥٢.٦٣%	٢٤	٥٠%
٢	توظيفي	٧	٢٤.١٤%	٢	١٠.٥٣%	٩	١٨.٧٥%
٣	تنقيفي	٣	١٠.٣٤%	٢	١٠.٥٣%	٥	١٠.٤٢%
٤	إجتماعي	٥	١٧.٢٤%	٢	١٠.٥٣%	٧	١٤.٥٨%
٥	مهني	-	-	٣	١٧.٦٤%	٣	٦.٢٥%
٦	أخرى	-	-	-	-	-	-
	المجموع	٢٩	١٠٠%	١٩	١٠٠%	٤٨	١٠٠%

يظهر في الجدول اهتمام صفحتي الوزارتين بالمحتوى الإخباري بنسبة (٥٠%)، وهي أعلى نسبة من بين الأنواع الأخرى، وهو ما يؤكد نتائج الجدول السابق من حيث اعتماد صفحتي الوزارتين على " الخبر" كقالب فني في عرض محتوياتها، والذي جاءت نسبته في الجدول الخاص به (٩) : (٧٩.١٦%). أما من حيث المحتوى التوظيفي فقد كانت نسبته (١٨.٧٥%) في المرتبة الثانية؛ ما يعني اهتمام كل وزارة بجانب العمل وشعورها بمسئوليتها الاجتماعية تجاه فئة الشباب وتجاه العمال؛ حيث غلبت على الأخبار الخاصة بالتوظيف في صفحة وزارة الأوقاف اهتمامها بعرض ما يتعلق بها من حيث توفير فرص عمل لتعويض نقص العمالة أو الإعلان عن حدوث تعيينات جديدة وتغيرات في الهيكلية الداخلية لها أو الاعلان عن مسابقات لتنمية الحالة المادية للعاملين لديها، وقد كانت نسبة اهتمام صفحة وزارة الأوقاف بعرض الأخبار الخاصة بالتوظيف تبلغ (٢٤.١٤%)، بينما ركزت الصفحة الخاصة بوزارة الاتصالات على عرض أخبار تتعلق بالمنح والدورات التدريبية، وجاءت نسبة المحتوى المرتبط بذلك (١٠.٥٣%). ومن حيث

الجانب التثقيفي اهتمت وزارة الأوقاف بعرض معالجات وإجراءات من جانبها لقضية التطرف والارهاب الديني والفكري وكذلك الإعلان عن إصداراتها المتعلقة بالقضية، وجاءت نسبة المحتوى الخاص بذلك (١٠.٣٤%)، بينما كانت صفحة وزارة الاتصالات تركز على الاعلان عن ورش عمل ومنتديات ولقاءات ثقافية في الجوانب الأكثر تخصصاً في مجال تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات بنسبة بلغت (١٠.٥٣%). ومن حيث المحتوى المتضمن للجوانب الاجتماعية، فقد حاز على اهتمام وزارة الأوقاف بنسبة (١٧.٢٤%) ليركز على شعور الوزارة بالمسؤولية تجاه العاملين لديها، وقيامها بالرد على الشكاوى الواردة على موقع الوزير الشخصي، بينما ركزت وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات عبر صفحتها على مسؤوليتها الاجتماعية تجاه سوق العمل من حيث الاعلان عن المنح والدورات اللازمة لتطوير القدرات وتأهيل الشباب المتخصص لسوق العمل، بنسبة (١٠.٥٣%)؛ ليحتل بذلك المضمون الاجتماعي مرتبته الثالثة (١٤.٥٨%) بعد المضمون الإخباري في المرتبة الأولى (٥٠%)، والمضمون التوظيفي (١٨.٧٥%)؛ فيما ترى الباحثة ارتباط هذه الجوانب ببعضها البعض وخدمتها للمضمون الخاص بالمسؤولية الاجتماعية بشكل أو بآخر، وهو ما يفرض إجراء مزيد من البحوث المستقبلية في نفس الاتجاه.

وإجمالاً تتلخص نتائج هذا البند في اهتمام صفحتي الوزارتين بالجانب الاجتماعي بدرجة أقل نسبياً من اهتمامها بالجانب الإخباري والتوظيفي، رغم سعيها لتوظيف هذه الجوانب مجتمعة لخدمة المضمون الخاص بالمسؤولية الاجتماعية بطريق غير مباشر، ومحاولة الاستفادة منه في ذلك، إلا أن هذا يحتاج إلى مزيد من التركيز على المحتوى الاجتماعي في عرض مضامينهما على صفحتيهما الرسمية على شبكة الفيسبوك.

– الهدف من المحتوى :

تحاول الباحثة في هذا البند معرفة " لماذا قامت صفحة كل وزارة بنشر محتوى معين على الفيسبوك خلال الفترة المحددة للتحليل؟"، وبشكل غير مباشر فهو يحدد مدى ارتباط ذلك الهدف بمضامين المسؤولية الاجتماعية المنشورة عبر كل صفحة. وقد توصل إلى البيانات التي يشير إليها الجدول التالي:

جدول رقم (١١):

م	اسم الصفحة	وزارة الاوقاف		وزارة الاتصالات		المجموع	
		ك	%	ك	%	ك	%
١	كسب الرأي العام وتدعيمه	٩	%١٣.٦٣	-	-	٩	%١٠.٩٧
٢	معالجة أزمات وقضايا تمس الرأي العام	١٢	%١٨.١٨	٤	%٢٥	١٦	%١٩.٥١
٣	حشد الرأي العام	١	%١.٥٢	-	-	١	%١.٢٢
٤	التواصل مع الجمهور المستهدف	١٣	%١٩.٧	٤	%٢٥	١٧	%٢٠.٧٣
٥	التعريف بالإنجازات والجهود المبذولة	٢	%٣.٠٣	٨	%٥٠	١٠	%١٢.٢
٦	عرض خدمات عامة ومعلومات مرتبطة	٩	%١٣.٦٣	-	-	٩	%١٠.٩٧
٧	الرد على الشائعات والانتقادات	٣	%٤.٥٥	-	-	٣	%٣.٦٦
٨	تحسين الصورة الذهنية	٤	%٦.٠٦	-	-	٤	%٤.٨٨
٩	إقناع الجمهور بالقيام بسلوكيات معينة	٨	%١٢.١٢	-	-	٨	%٩.٧٦
١٠	توعية الجمهور	١	%١.٥٢	-	-	١	%١.٢٢
١١	أخرى	٤	%٦.٠٦	-	-	٤	%٤.٨٨
الإجمالي		٦٦	%١٠٠	١٦	%١٠٠	٨٢	%١٠٠

وكما يظهر في الجدول فإن الصفحة الخاصة بوزارة الأوقاف هدفت من محتوياتها المعروضة على صفحتها- هدفت إلى (التواصل مع الجمهور المستهدف) إلكترونياً بنسبة بلغت (١٩.٧%)، وكان أكثر فئات الجمهور التي ركزت عليها هي فئة " الجمهور الداخلي" من العاملين بالوزارة والهيئات التابعة لها، بينما قل تركيزها على فئة الجمهور الخارجي، والذي تبنت في تواصلها معه

من خلال التركيز على قضية التطرف، بينما كانت نسبة اهتمام صفحة وزارة الاتصالات في التواصل مع الجمهور المستهدف تصل إلى (٢٥%) وهي نسبة أقل من استهدافها لـ " عرض الانجازات والجهود المبذولة" والتي بلغت (٥٠%)؛ إذ لم تركز صفحة الوزارة على جمهور معين في معظم أخبارها، بل ركزت في معالجتها لأزمات العمل على التوجه لجمهور العاملين وفئة الشباب لمعالجة أزمة تأهيل الكوادر اللازمة، وجاءت نسبة ذلك (٢٥%)، في حين أن صفحة وزارة الأوقاف ركزت في معالجتها على تناول قضايا العاملين لديها وقضية التطرف بنسبة (١٨.١٨%)، ساعيةً إلى كسب الرأي العام في عرضها لتلك القضايا، بجانب عرضها لخدمات التوظيف والاعلان عن كل ما يتعلق به، وتلقي الشكاوي والاستفسارات والرد عليها إلكترونياً بنسبة (١٣.٦٣%)، وإقناع الجمهور باتخاذ اللازم حيال كل خدمة معروضة بنسبة (١٢.١٢%)؛ وهو ما يؤكد على اعتماد صفحة وزارة الأوقاف على بعض مبادئ الاتصال الحواري- وإن كانت نسبتها قليلة- في التواصل مع الجمهور عبر صفحتها على الفيسبوك.

تستخلص الباحثة من هذا البند: أن صفحة وزارة الأوقاف هدفت إلى التواصل مع الجمهور المستهدف الذين يمثل غالبيتهم الجمهور الداخلي للوزارة، بينما هدفت صفحة وزارة الاتصالات إلى عرض الإنجازات والتعريف بالجهود المبذولة، وفي المجمل يكون ترتيب الأهداف التي سعت إليها صفحتي الوزارتين من المحتويات الخاصة بالمسؤولية الاجتماعية خلال فترة التحليل ١-٧ ديسمبر ٢٠١٦، كالآتي: (التواصل مع الجمهور المستهدف، معالجة أزمات وقضايا تمس الرأي العام، عرض الإنجازات والجهود المبذولة، وكسب الرأي العام وتدعيمه، وعرض خدمات ومعلومات مرتبطة بها).

- الاستراتيجية المستخدمة في عرض محتوى المسؤولية الاجتماعية خلال الفترة ١-٧ ديسمبر ٢٠١٦:

تسعى الورقة الحالية إلى معرفة الاستراتيجيات التي استخدمتها العلاقات العامة في كل وزارة لعرض المحتوى الاتصالي الخاص بالمسؤولية الاجتماعية خلال الفترة الزمنية للتحليل ١-٧ ديسمبر ٢٠١٦. وقد قامت الباحثة في إطار ذلك بتحديد عدد من الفئات الفرعية تخدم هذا الغرض، كانت كما في النموذج التالي:

<ul style="list-style-type: none"> - الإعلام - الإقناع - الحوار - الإجماع 	<ul style="list-style-type: none"> • الاتصالية 	الاستراتيجية المستخدمة	صفحة وزارة الأوقاف صفحة وزارة الاتصالات
<ul style="list-style-type: none"> - الدعاية للمؤسسة - الدعاية للقياديين 	<ul style="list-style-type: none"> • الدعائية 		
<ul style="list-style-type: none"> - المشاركة - التركيز 	<ul style="list-style-type: none"> • التخطيطية 		
<ul style="list-style-type: none"> - حل المشكلة - الغائية - الإستمالة - التأثير 	<ul style="list-style-type: none"> • المنطقية 		
<ul style="list-style-type: none"> - المشاركة - تقليل التوتر - التعبير 	<ul style="list-style-type: none"> • الوجدانية 		
<ul style="list-style-type: none"> • المسؤولية الاجتماعية 			

نموذج (١) يوضح فئات التحليل الخاصة بالاستراتيجية المستخدمة والتي اعتمدت عليها الباحثة في هذه الدراسة حيث تشير فئة المسؤولية الاجتماعية إلى الدور الإجمالي الذي تهتم صفحة كل وزارة بعرضه والتفاعل بشأنه؛ لضمان وصوله للمستخدمين، بينما تشير فئة الاستراتيجية الوجدانية إلى مدى اهتمام صفحة كل وزارة بمحاولة مشاركة المواطنين وتخفيف العبء عنهم بتفعيلها لتلك المبادرات، كما أن الباحثة حاولت معرفة مدى توظيف الاستراتيجيات المنطقية لإقناع الجمهور بتبني الضروريات اللازمة الخاصة بكل مبادرة، في حين كانت الاستراتيجية الاتصالية لتوصيل تلك المبادرات كما يجب للجمهور المستهدف المُستحق لها.

- الاستراتيجية الاتصالية:

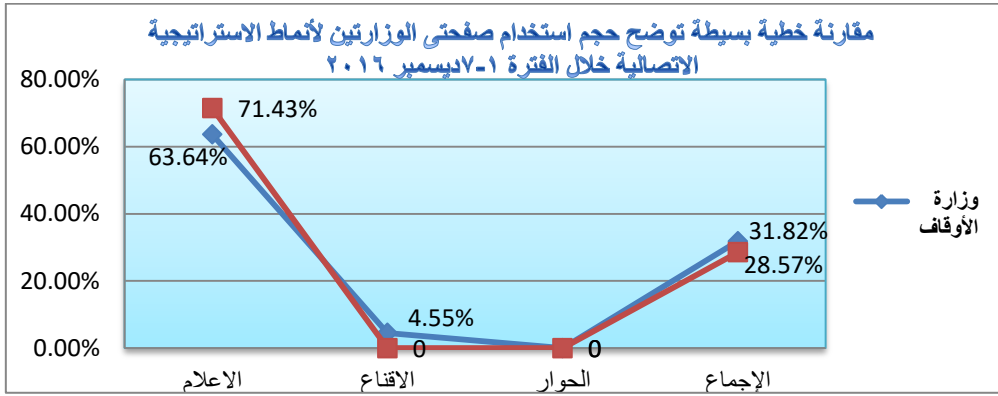
توصلت الباحثة من خلال تحليل مضمون هذه الفئة إلى عدد من النتائج، كانت كما يلي:

جدول رقم (١٢):

المجموع		وزارة الاتصالات		وزارة الأوقاف		اسم الصفحة
%	ك	%	ك	%	ك	
٦٦.٦٦%	٢٤	٧١.٤٣%	١٠	٦٣.٦٤%	١٤	الإعلام
٢.٧%	١	-	-	٤.٥٥%	١	الإقناع
-	-	-	-	-	-	الحوار
٣٠.٥٥%	١١	٢٨.٥٧%	٤	٣١.٨١%	٧	الإجماع
١٠٠%	٣٦	١٠٠%	١٤	١٠٠%	٢٢	المجموع

تهتم صفحة وزارة الأوقاف باستخدام الاستراتيجية الاتصالية عن طريق توظيف آلية الإعلام بنسبة (٦٣.٦٤%) تقريباً، وهي أعلى نسبة مقارنة بآليات أخرى، مثل: "الإقناع" والتي بلغت نسبتها (٤.٥٧%) تقريباً، وكذلك "الإجماع" بنسبة (٣١.٨١%) وكانت تستخدمه في جعل الجمهور يتفق مع سياسة الوزارة في محاربتها للفكر المتطرف والإرهاب الديني والاجتماعي، وكذلك في جعل الجمهور يتبنى اتجاهات إيجابية نحو جهود الوزارة فيما يتعلق بالتوظيف وحيثياته، وإقناع الجمهور باتخاذ ما هو لازم حيال المتطلبات والشروط التي كانت تُرفقها بأخبار التوظيف. في المقابل، نجد أن صفحة وزارة الاتصالات وظفت آلية "الإعلام" بنسبة أعلى تصل إلى (٧١.٤٣%) تقريباً، بجانب اهتمامها بتوظيف آلية "الإجماع" بنسبة (٢٨.٥٧%)، وكان استخدامه ينصب على جعل الجمهور المهتم بالمنح والدورات التدريبية يتجه نحو اتخاذ اللازم للاستفادة منها؛ وهو ما يشير - في المجلد - إلى اهتمام الوزارتين بتوظيف الاستراتيجية الاتصالية في خدمة مضامين ومحتوى المسؤولية الاجتماعية عبر صفحتيهما الرسمية على الفيسبوك، مستخدمتين في ذلك آليات "الإعلام والإجماع" لخدمة أهدافهما التواصلية؛ حيث كانت نسبة توظيفهما لآلية "الإعلام" تبلغ (٦٦.٦٦%)، بينما بلغت نسبة توظيف آلية "الإجماع" (٣٠.٥٥%).

شكل رقم (٥):



وكما يتضح من الجدول والشكل السابقين؛ فإن الوزارتين أهملتا عنصر "الحوار" ولم توظفه بالصورة المطلوبة؛ حيث لم تكن تهتم صفحة وزارة الأوقاف حتى بالرد على تعليقات المستخدمين- سواء كانت سلبية أو إيجابية- ولكن صفحة وزارة الاتصالات كانت تقوم بالرد على الاستفسارات والتعليقات بشكل ما عبر صفحتها رغم قلة التفاعل بصورة عامة، وهو ما يتضح في الشكل السابق رقم (٣)¹.

وتستخلص الباحثة من نتائج الجدول السابق: سعي وزارتي الأوقاف والاتصالات إلى استخدام الاستراتيجية الاتصالية في خدمة مضامين ومحتوى المسؤولية الاجتماعية؛ بتوظيف آليات الإعلام والإجماع، مع ضعف تمثيلهما لآليات الحوار الفعّال عبر صفحتيهما الرسمية على الفيسبوك بدرجة تصل حد الانعدام.

- الاستراتيجية الدعائية:

تعتبر الدعاية أحد ادوات العلاقات العامة في الإقناع. وتسعى العلاقات العامة من خلال الدعاية إلى بناء أرضية تمتزج فيها العلاقة بين المؤسسة والجمهور على أساس قوي تتم من خلاله عملية اتصال ذات عائد ومنفعة متبادلة بين المؤسسة والجمهور. فالدعاية تهدف إلى زيادة توعية العميل ونشاطاته، وخلق وتنمية والمحافظة على الشعور الإيجابي لدى الجماهير تجاه المنظمة، أو مواجهة الأفكار

¹ سبق ذكره في صفحة (٢٣) في نفس هذا البحث.

والانطباعات السلبية التي يمكن أن يواجهها¹. ويعتبر القيام بعمل مبادرات خاصة بالمسؤولية الاجتماعية في وقت يتكون فيه لدى الجمهور انطباعات سلبية وصورة ذهنية سيئة عن المؤسسة- يعتبر ذلك من أهم أسباب فشل تلك المبادرات في أن تؤتي ثمارها على أرض الواقع. وبالتالي ترتبط نتائج مبادرات المسؤولية الاجتماعية ارتباطاً وثيقاً بصورة المؤسسة وقياديتها لدى الجمهور. ويعتبر من أهم أهداف العلاقات العامة في المؤسسة هو تحسين الصورة الذهنية لها؛ لبناء علاقة إيجابية مع الجمهور²؛ ولهذا حاولت الدراسة الحالية معرفة أنسب الاستراتيجيات الدعائية للعلاقات العامة التي استخدمتها الصفحتان لتخدم مضمون المسؤولية الاجتماعية المطروح عبر الفيسبوك. وقد انقسمت هذه الفئة إلى فئتين فرعيتين: "الدعاية للمؤسسة، والدعاية للقياديين"، كما هو مبين بالجدول التالي:

جدول رقم (١٣):

المجموع		صفحة وزارة الاتصالات		صفحة وزارة الأوقاف		اسم الصفحة
%	ك	%	ك	%	ك	الاستراتيجية الدعائية
٧٦%	١٩	٨٣.٣٣%	١٠	٦٩.٢٣%	٩	الدعاية للمؤسسة
٢٤%	٦	١٦.٦٧%	٢	٣٠.٧٧%	٤	الدعاية للقياديين
١٠٠%	٢٥	١٠٠%	١٢	١٠٠%	١٣	الإجمالي

كما هو مبين بالجدول السابق يتضح ارتفاع نسبة اعتماد صفحتي الوزارتين على آلية "الدعاية للمؤسسة" بنسبة (٧٦%) مقابل آلية "الدعاية للقياديين" بنسبة (٢٤%)، وهو ما يؤكد اهتمام كل صفحة بتحسين الصورة الذهنية وبالذعاية للمؤسسة ككل، وليس القيادة فقط؛ بعرض الإنجازات الخاصة بها، خصوصاً في ظل الانتقادات الشعبية التي تُوجّه للحكومات العربية على صفحات مواقع

¹أحمد يوسف دودين، "إدارة التسويق المعاصر مبادئ- نظريات- استراتيجيات"، الأكاديميون للنشر والتوزيع، ط١، ٢٠١١، عمان، الأردن، ص ٩٥.

²James E. Grunig, " Replacing Images, Reputations, and Other Figments of the Mind with Substantive Relationships", Chapter 2 in: " Global Stakeholder Relationships Governance: An Infrastructure", 1st Edition, Palgrave Macmillan UK, 2014, P60.

التواصل، ولكي تقنع الجمهور بشكل غير مباشر أن تلك المبادرات ليست من أجل القيادة الخاصة بالمؤسسة ، ولكنها في صالح المؤسسة ككل والجمهور معاً. ورغم هذا فإنه تقل نسبة استخدام صفحة وزارة الأوقاف لآلية "الدعاية للمؤسسة" (٦٩.٢٣%)، عنها في صفحة وزارة الاتصالات (٨٣.٣٣%)، والتي كانت تعتمد على آلية "الإعلام" في عرض مضامين المسؤولية الاجتماعية الخاصة بها الموجهة لفئة الشباب والعاملين في المجال- ما يؤكد اتباع صفحة وزارة الاتصالات لهذه الآلية في استخدامها لاستراتيجيات العلاقات العامة الدعائية عند التعامل مع محتوى المسؤولية الاجتماعية على صفحاتها على الفيسبوك. وهو ما يؤكد نتائج الجدول السابق رقم (١١) الخاص بعرض الأهداف التي هدفت إليها صفحة كل وزارة من عرض محتوياتها، والذي كان يشير إلى اهتمام صفحة وزارة الاتصالات بعرض الجهود المبذولة والإنجازات بنسبة بلغت (٥٠%) كأعلى نسبة من بين الفئات الفرعية الأخرى.

- الاستراتيجية التخطيطية:

إن القيام بعملية التخطيط يستلزم دراسة الواقع والإمكانات المتاحة وآليات العمل، والتخطيط وظيفة أساسية من وظائف العلاقات العامة تستخدمه جيداً للوصول لأهدافها وأهداف المؤسسة ككل. ويرى البعض ضرورة أن تهتم المؤسسة بعملية التخطيط والاستثمار في مجال المسؤولية الاجتماعية كجزء من عملية التخطيط الكلية التي تعتمد على أنشطتها، وهو ما يساهم في عملية تقييم المنافع التي تقدمها برامج المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة والمجتمع ككل^١. وتحاول الدراسة الحالية معرفة مدى استخدام العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية عينة الدراسة لاستراتيجية التخطيط في عرض محتوى المسؤولية الاجتماعية الخاص بها. وقد ركزت الدراسة على فئتين فرعيتين في هذا الصدد، هما: "المشاركة والتركيز"، وكانت نتائج كل فئة كما هي مبينة بالجدول التالي:

جدول رقم (١٤):

¹Catalina Sitnikov and Claudiu Bocean, "Op.Cit.", P124.

المجموع		صفحة وزارة الاتصالات		صفحة وزارة الأوقاف		اسم الصفحة الاستراتيجية التخطيطية
		%	ك	%	ك	
%٤٠	١٤	%١٦.٦٧	٢	%٥٢.١٧	١٢	المشاركة
%٦٠	٢١	%٨٣.٣٣	١٠	%٤٧.٨٣	١١	التركيز
%١٠٠	٣٥	%١٠٠	١٢	%١٠٠	٢٣	الإجمالي

تشير نتائج الجدول السابق إلى ارتفاع نسبة الاعتماد على آلية " التركيز " بنسبة (٦٠%) في الوزارتين؛ ما يفيد بأن الوزارتين لم تسعيا لاستعراض تفاصيل بشأن الاخبار والمحتوى الخاص بمبادرات المسؤولية الاجتماعية على الفيسبوك بصفة عامة، لكن على وجه التخصيص: كانت تقل نسبة اعتماد صفحة وزارة الاوقاف على هذه الآلية (٤٧.٨٣%) مقارنة بصفحة وزارة الاتصالات (٨٣.٣٣%)؛ ما يؤكد على اهتمام صفحة وزارة الاوقاف بتوظيف عامل اجتماعي وديني باعتبار أنها تهتم بالشئون الدينية، وهو مشاركة المجتمع في قضاياها؛ حيث بلغت نسبة اعتمادها على آلية "المشاركة" (٥٢.١٧%).

تستخلص الباحثة من هذا البند: ارتفاع نسبة اعتماد صفحة وزارة الأوقاف على آلية "المشاركة"، في مقابل ضعف اعتماد صفحة وزارة الاتصالات عليها، في حين ترتفع نسبة اعتماد الوزارتين على آلية "التركيز" (٦٠%) حتى لا يشعر المتابع لهما على الفيسبوك بالملل، ولكي يستعين بالموقع الإلكتروني الخاص بهما وسبل الاتصال الأخرى المتاحة في التعرف على التفاصيل غير المذكورة.

- الاستراتيجية المنطقية:

يعتبر المنطق أحد أذرع الإقناع. وتستخدم العلاقات العامة الإقناع في الوصول لأهداف المؤسسة. ولكي تستطيع المؤسسة إقناع جماهيرها بتبني مبادرات المسؤولية الاجتماعية المطروحة على صفحاتها الإلكترونية، تقوم بعمل خطط إقناعية تستهدف من خلالها الوصول إلى فئة عريضة من الجمهور، وتوظيف آليات الإقناع المختلفة، واستمالاته المتنوعة، كما سيتم الإشارة إلى ذلك بالتفصيل

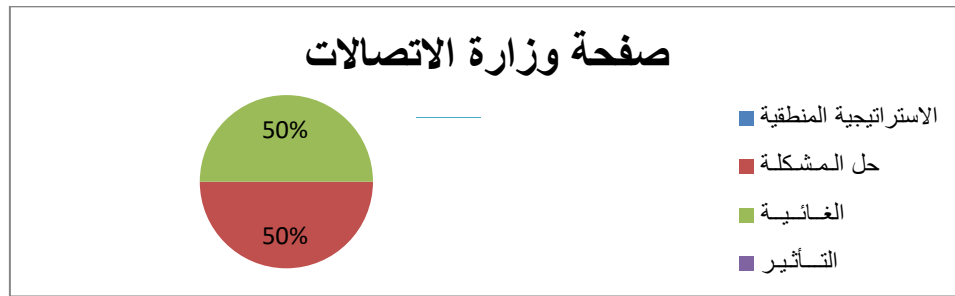
في العرض التالي للنتائج. وفي هذه الفئة، ركزت الباحثة على تحليل مدى تبني صفحتي الوزارتين لآليات وعناصر الاستراتيجية المنطقية، والتي انقسمت إلى: "حل المشكلة ، الغائية، الإستمالة، التأثير".

جدول رقم (١٥) :

المجموع		صفحة وزارة الاتصالات		صفحة وزارة الأوقاف		اسم الصفحة
%	ك	%	ك	%	ك	الاستراتيجية المنطقية
٢٩.٤١%	١٠	٥٠%	٢	٢٦.٦٧%	٨	حل المشكلة
٣٨.٢%	١٣	٥٠%	٢	٣٦.٦٧%	١١	الغائية
٥.٨٨%	٢	-	-	٦.٦٦%	٢	التأثير
٢٦.٤٧%	٩	-	-	٣٠%	٩	الإستمالة
٩٩.٩٦%	٣٤	١٠٠%	٤	١٠٠%	٣٠	الإجمالي

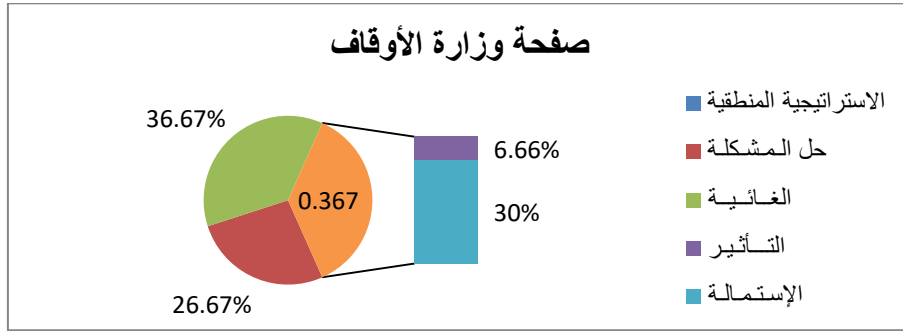
يتضح من نتائج الجدول السابق ارتفاع نسبة اعتماد صفحة وزارة الأوقاف على آليتي " التأثير والإستمالة" مقابل عدم استخدام صفحة وزارة الاتصالات لهما، بينما ترتفع نسبة اعتماد صفحة وزارة الاتصالات على آليتي " حل المشكلة، والغائية" بنسب متساوية، مقابل انخفاض نسبة اعتماد وزارة الأوقاف عليهما.

شكل رقم (٦) يوضح مدى استخدام صفحة وزارة الاتصالات لآليات الاستراتيجية المنطقية.



بينما نجد أن استخدام صفحة وزارة الأوقاف على آلية " الغائية" يتركز عليها بنسبة (٣٦.٦٧%) كأعلى نسبة من بين الآليات الأخرى، وذلك لتركيزها على تحقيق الهدف الذي تنشده من حلها للمشكلة أو الموقف الذي تستعرضه في قضايا المسؤولية الاجتماعية المطروحة عبر محتويات صفحاتها، والوصول إلى النتائج المرجوة المشتركة بينها وبين الجمهور.

شكل رقم (٧) يوضح توزيع صفحة وزارة الأوقاف لآليات الاستراتيجية
المنطقية.



وفي المجلد- ترتفع نسبة اعتماد الوزارتين على آلية "الغائية"، بنسبة (٣٨.٢%)، يليها في ذلك الاعتماد على آلية "حل المشكلة" بنسبة (٢٩.٤١%)، وذلك في توظيفهما للاستراتيجية المنطقية لخدمة عرضها لمحتواها الخاص بالمسؤولية الاجتماعية.

- الاستراتيجية الوجدانية:

تأتي بيانات هذه الفئة كما يتضح من الجدول التالي:

جدول رقم (١٦):

المجموع		صفحة وزارة الاتصالات		صفحة وزارة الأوقاف		اسم الصفحة
%	ك	%	ك	%	ك	الاستراتيجية الوجدانية
٣٣.٣٣%	١٢	-	-	٤٦.١٥%	١٢	المشاركة
٨.٣٣%	٣	-	-	١١.٥٤%	٣	تقليل التوتر
٥٨.٣٣%	٢١	١٠٠%	١٠	٤٢.٣١%	١١	التعبير
٩٩.٩٩%	٣٦	١٠٠%	١٠	١٠٠%	٢٦	الإجمالي

تشير بيانات الجدول أعلاه على اكتفاء صفحة وزارة الاتصالات بالاعتماد على آلية "التعبير" بنسبة (١٠٠%) عند توظيفها لعناصر وآليات الاستراتيجية الوجدانية في عرض مضمون المسؤولية الاجتماعية الخاص بها، وهو ما يؤكد بيانات الجدول السابق رقم (١١) الخاص بالهدف من المحتوى، والذي توصل إلى اهتمام المؤسسة بالتعبير عن إنجازاتها وجهودها المبذولة. نجد كذلك في نتائج هذا الجدول، اهتمام وزارة الأوقاف بالعناصر المطروحة للاستراتيجية الوجدانية -

بعكس صفحة وزارة الاتصالات، كما سبقت الإشارة لذلك – ويؤكد هذا على اهتمام صفحة وزارة الأوقاف بتوظيف هذه الاستراتيجية بالشكل الصحيح في خدمة مضامين المسؤولية الاجتماعية. وفي المجمل، نجد أن آلية "التعبير" حازت على اهتمام صفحتي الوزارتين بنسبة (٥٨.٣٣%)، يليها في ذلك آلية "المشاركة" (٣٨.٣٣%)، وتأتي في النهاية آلية "تقليل التوتر" بنسبة (٨.٣٣%).

- استراتيجية المسؤولية الاجتماعية:

تسعى هذه الورقة البحثية الحالية إلى معرفة حجم توظيف صفحتي الوزارتين لاستراتيجية المسؤولية الاجتماعية في المضمون الخاص بها.

جدول رقم (١٧):

م	اسم الصفحة	عدد منشورات المسؤولية الاجتماعية	
		ك	%
١	صفحة وزارة الأوقاف	١٢	٧٥%
٢	صفحة وزارة الاتصالات	٤	٢٥%
	المجموع	١٦	١٠٠%

ويتضح من الجدول اهتمام صفحة وزارة الأوقاف بتوظيف استراتيجية المسؤولية الاجتماعية بجانب الاستراتيجيات الأخرى- كالإتصالية والدعائية والتخطيطية والمنطقية والوجدانية- وذلك بنسبة أعلى من درجة توظيف صفحة وزارة الاتصالات لها؛ حيث بلغت نسبتها في صفحة وزارة الأوقاف (٧٥%)، بينما بلغت نسبتها في صفحة وزارة الاتصالات (٢٥%).

- النموذج الاتصالي المتبع:

تتساءل الدراسة الحالية عن ماهية نمط الاتصال الأكثر استخداماً من قبل صفحتي الوزارتين في عرض المحتوى الخاص بالمسؤولية الاجتماعية. ورغم أهمية تفعيل الحوار في عملية الاتصال، إلا أن (Grunig, 2009) أشار إلى

¹James E. Grunig," Paradigms of global public relations in an age of digitalization", *PRism* 6(2), 2009, P2-3.

وجود أربعة نماذج اتصالية تستخدمها أي منظمة في التواصل مع الجمهور. ويؤكد Grunig كذلك على أهمية تفعيل الاتصال الثنائي الاتجاه **Two- Way Symmetrical Communication**؛ فهل تقوم صفحتي الوزارتين بتوظيف هذا النوع من الاتصال في عرضهما لمحتوى المسؤولية الاجتماعية؟

وتأتي إجابة هذا التساؤل في بيانات الجدول التالي:

جدول رقم (١٨):

م	اسم الصفحة نوع نمط الاتصال	صفحة وزارة الأوقاف		صفحة وزارة الاتصالات		المجموع
		ك	%	ك	%	
١	أحادي الاتجاه	٤	٥٠%	٨	٨٠%	١٢ ٦٦.٦٧%
أ	الوكالة الصحفية	٢		٨		
ب	المعلومات العامة	٢		-		
٢	ثنائي الاتجاه	٤	٥٠%	٢	٢٠%	٦ ٣٣.٣٣%
ج	تماثلي	٤		٢		
د	لا تماثلي	-		-		
	الإجمالي	٨	١٠٠%	١٠	١٠٠%	١٨ ١٠٠%

يتضح من الجدول السابق توظيف صفحتي الوزارتين لنمط الاتصال الأحادي الاتجاه بصورة تغلب على طابع المضمون الخاص بالمسؤولية الاجتماعية خلال فترة التحليل الزمنية، وقد جاء هذا بنسبة بلغت (٦٦.٦٧%)، بينما جاءت نسبة توظيف النمط الاتصالي الثنائي الاتجاه- التماثلي على وجه التحديد- (٣٣.٣٣%)؛ وهذا يشير على ضعف تمثيل الاتصال الثنائي في مبادرات المسؤولية الاجتماعية التي تطرحها صفحتي الوزارتين على الفيسبوك، وهذا يدعم النتائج الخاصة بالجدول رقم (١) حول العناصر المرئية للوزارة، والذي أشارت نتائجه إلى قصور صفحتي الوزارتين في توظيف مبادئ الاتصال الحوارية.

وإجمالاً، تؤكد النتائج ضعف توظيف نموذج الاتصال الثنائي الاتجاه على صفحتي الوزارتين، بجانب ضعف تمثيل مبادئ الاتصال الحوارية في عرض برامج المسؤولية الاجتماعية.

- استمالات الإقناع:

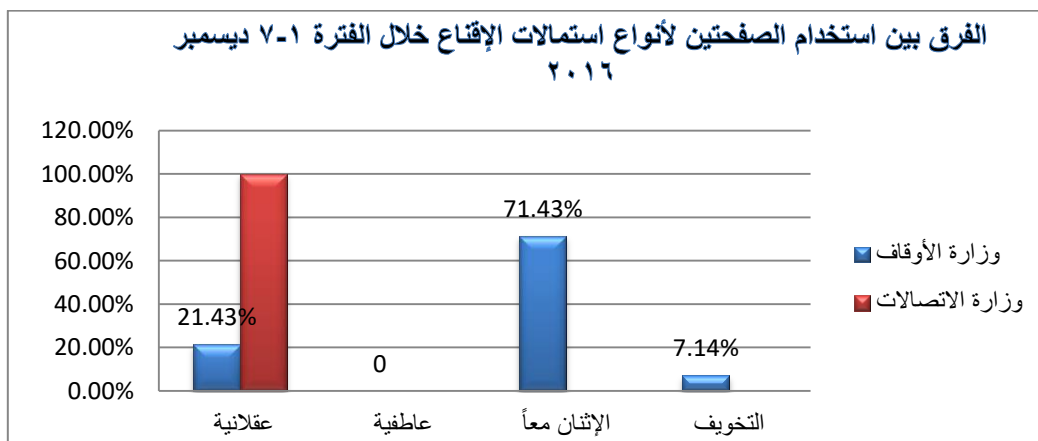
في هذا البند، حاولت الباحثة معرفة أكثر استمالات الإقناع استخداماً في عرض محتوى المسؤولية الاجتماعية عبر صفحة وزارتي الأوقاف والاتصالات على الفيسبوك. وقد كانت نتائج هذه الفئة كما يتضح من بيانات الجدول التالي:

جدول رقم (١٩):

وزارة الاتصالات		وزارة الأوقاف		اسم الصفحة
%	ك	%	ك	
١٠٠%	١٠	٢١.٤٣%	٣	عقلانية
-	-	-	-	عاطفية
-	-	٧١.٤٣%	١٠	الإثنان معاً
-	-	٧.١٤%	١	التخويف
١٠٠%	١٠	١٠٠%	١٤	المجموع

يتضح من الجدول السابق اعتماد صفحة وزارة الأوقاف على الاستمالات العقلانية والعاطفية معاً بنسبة (٧١.٤٣%)، وهي أعلى نسبة؛ مما يؤكد اهتمام الوزارة بالوصول إلى الجماهير المستهدفة بكل الطرق المتاحة لإقناعها باستخدام ما تتيحه برامج المسؤولية الاجتماعية لهم من خدمات، حسب طبيعة القضية الخاصة بالمسؤولية الاجتماعية التي تطرحها على الفيسبوك، بينما اعتمدت صفحة وزارة الاتصالات فقط على الاستمالات العقلانية، وهذا بحكم توجيهها لفئة الشباب والمتخصصين في مجال الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات.

شكل رقم (٨):



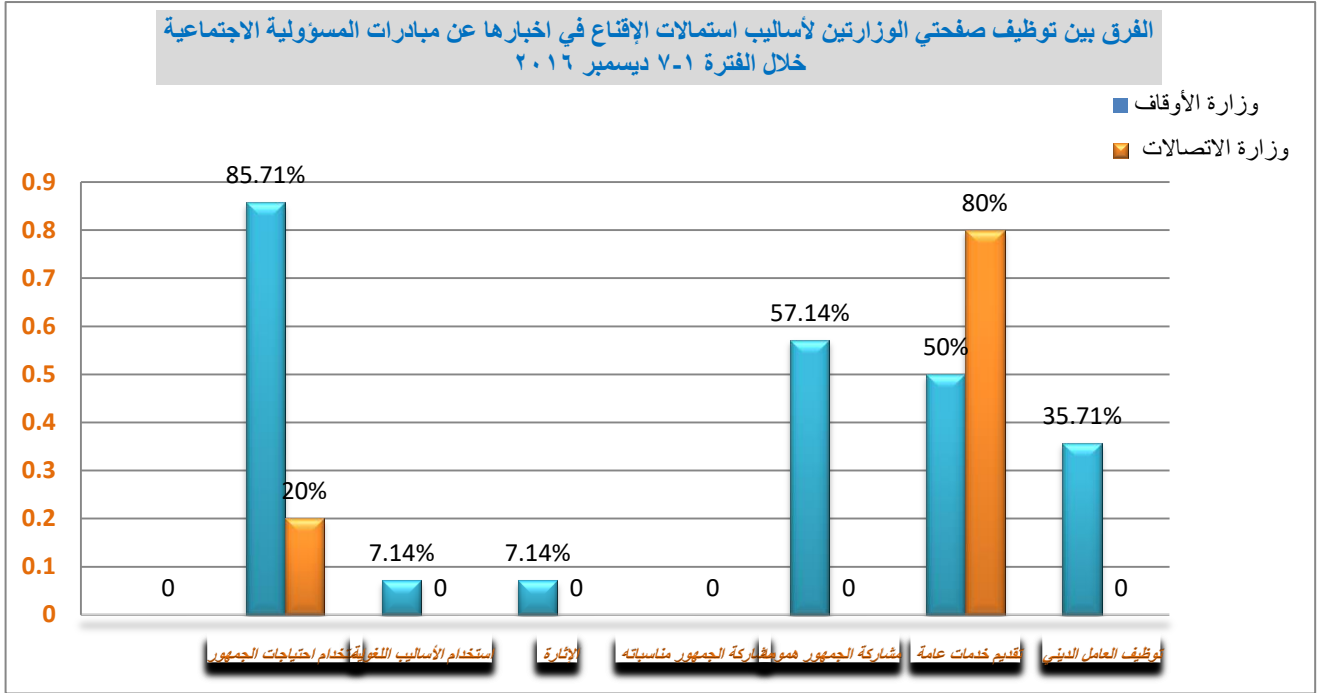
- أساليب استمالات الإقناع المستخدمة:

جدول رقم (٢٠):

م	اسم الصفحة	وزارة الأوقاف		وزارة الاتصالات		المجموع	
		ك	%	ك	%	ك	%
١	استخدام احتياجات الجمهور	١٢	%٢٧.٩١	٢	%٢٠	١٤	%٢٦.٤١
٢	استخدام الأساليب اللغوية	١	%٢.٣٣	-	-	١	%١.٨٩
٣	الإثارة	١	%٢.٣٣	-	-	١	%١.٨٩
٤	مشاركة الجمهور مناسباته	-	-	-	-	-	-
٥	مشاركة الجمهور همومه	٨	%١٨.٦١	-	-	٨	%١٥.١
٦	تقديم خدمات عامة	٧	%١٦.٢٨	٨	%٨٠	١٥	%٢٨.٣
٧	توظيف العامل الديني	٥	%١١.٦٣	-	-	٥	%٩.٤٣
٨	توظيف العامل الإنساني	٩	%٢٠.٩	-	-	٩	%١٦.٩٨
	المجموع	٤٣	%٩٩.٩٩	١٠	%١٠٠	٥٣	%١٠٠

يتضح من نتائج الجدول السابق أن صفحتي الوزارتين ركزت على تقديم خدمات عامة وأغلبها خدمات ترتبط ببرامج المسؤولية الاجتماعية المطروحة بنسبة (٢٨.٣%)، والتي تمثلت في: التوظيف، وإنشاء لجان متخصصة لمحاربة الفكر المتطرف، والإعلان عن المنح والدورات، وتحسين الأحوال المادية للعاملين، والإعلان عن الوظائف الخالية. بينما تأتي فئة: توظيف واستخدام احتياجات الجمهور في التسويق لمحتوى المسؤولية الاجتماعية عبر صفحتيهما بنسبة (٢٦.٤١%) في المرتبة الثانية، يليها: توظيف العامل الإنساني بنسبة (١٦.٩٨%)، وهي نتيجة منطقية؛ حيث أن برامج المسؤولية الاجتماعية تركز على احتياجات الجمهور لتخفيف العبء عن كاهل المواطنين ولمشاركته همومه، ولتنمية المجتمع والروابط الاجتماعية بالتركيز على الجوانب الإنسانية ودعم الأشخاص الأكثر احتياجاً.

شكل رقم (٩):



- دلالات استمالات الإقناع المستخدمة:

تشير بيانات الجدول التالي اعتماد صفحتي الوزارتين على استخدام لغة المنطق بنسبة (٣١.١٧%)، وتليها نسبة الاعتماد المصادر والصور في عرض محتوى المسؤولية الاجتماعية بنسبة متساوية بلغت (١٨.١٨%)، بينما تأتي نسبة الاعتماد على اللغة الدالة على العاطفة (١٤.٢٩%)، وهو ما يؤشر على اهتمام صفحتي الوزارتين بالوصول إلى الجماهير المستهدفة من برامج المسؤولية الاجتماعية المطروحة بكل الطرق المتاحة للإقناع بهذه البرامج.

جدول رقم (٢١):

م	اسم الصفحة	وزارة الأوقاف		وزارة الاتصالات		المجموع
		ك	%	ك	%	
١	الاعتماد على المصادر	١٤	٢١.٢١%	-	-	١٨.١٨%
٢	الاعتماد على الأرقام والاحصائيات	٥	٧.٥٨%	-	-	٦.٤٩%
٣	الاعتماد على الصور	١٤	٢١.٢١%	-	-	١٨.١٨%
٤	الاعتماد على الأدلة والشواهد	-	-	-	-	-
٥	استخدام لغة دالة على المنطق	١٤	٢١.٢١%	١٠	٩١%	٣١.١٧%
٦	استخدام اللغة الدالة على العاطفة	١١	١٦.٦٧%	-	-	١٤.٢٩%
٧	استعمال الرأي المؤيد لاستمالة العاطفة	١	١.٥١%	-	-	١.٣%

٨	استعمال الرأي المؤيد لاستمالة المنطق	٢	٣.٠٣%	-	-	٢	٢.٦%
٩	التكرار	٥	٧.٥٨%	-	١	٦	٧.٧%
	المجموع	٦٦	١٠٠%	١١	١٠٠%	٧٧	١٠٠%

الخلاصة:

حاولت الدراسة الحالية الكشف عن مدى استخدام العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية للاتصال الإلكتروني في عرض برامج المسؤولية الاجتماعية الخاصة بها، كما حاولت التعرف على كيفية تفعيل مبادئ الاتصال الحوارية عبر صفحة الفيسبوك الرسمية. وقد عمدت الباحثة إلى اختيار صفحتي وزارة الأوقاف والاتصالات الرسمية خلال الفترة الزمنية ١-٧ ديسمبر ٢٠١٦؛ نظراً لما شهدته تلك الفترة من عدة أحداث وقضايا أزموية مست الرأي العام، وجعلت الحكومة المصرية في مهب الانتقادات على شبكات التواصل الاجتماعي. وقد استخدمت الباحثة أداة تحليل المضمون لاستعراض نتائج الدراسة بعد قياس أهدافها؛ حيث قامت من خلالها بتحليل مضمون (١٤) منشوراً على صفحة وزارة الأوقاف والشئون الدينية، (١٠) منشورات على صفحة وزارة الاتصالات. وتوصلت الباحثة من ذلك إلى عدد من النتائج مَفَادُهَا: (ضعف توظيف نموذج الاتصال الثنائي الاتجاه على صفحتي الوزارتين، بجانب ضعف تمثيل مبادئ الاتصال الحوارية في عرض برامج المسؤولية الاجتماعية).

كما سعت الدراسة أيضاً لمعرفة الجمهور المستهدف من برامج المسؤولية الاجتماعية، ووجدت أن أغلب جمهور هذه البرامج خلال فترة التحليل كان من جمهور العاملين في وزارة الأوقاف بالنسبة لصفحتها الرسمية على الفيسبوك، وهو ما يوضح لنا أن الاتصال هنا: اتصال رأسي هابط من الوزارة للعاملين، وأيضاً جمهور الشباب ممن يريد العمل كان جمهور برامج المسؤولية الاجتماعية بالنسبة لصفحتي الوزارتين، ورغم ذلك اعتمدت الصفحتان على الاتصال الأحادي الاتجاه بصورة أكبر؛ أي أن صفحتي الوزارة كانت تهتم ببرامج المسؤولية الاجتماعية تجاه العاملين وتجاه الشباب خلال فترة التحليل الزمنية.

ورغم أهمية التواصل مع الجمهور الداخلي على الفيسبوك- كما فعلت صفحة وزارة الاوقاف، إلا أن النتيجة العامة نتيجة سلبية؛ حيث يؤكد (Grunig, 2014)¹ على أن الممارسين الذين يؤدون مهام العمل الاجتماعي في منظماتهم يقومون بتسهيل العمليات الحوارية مع جماهير المنظمة ويدافعون عن القيم المشتركة المتضمنة في القرارات الإدارية أيضاً، ونتيجة لنشاط العلاقات العامة هذا، من الممكن أن تصبح المنظمة مسؤولة أخلاقياً واجتماعياً، والممارسة المحترفة للاتصال الثنائي التماثلي تقلل من المخاطر التي قد تتعرض لها المنظمة إن لم تمارس هذا النوع من الاتصال.

وفي هذا الصدد توصي الباحثة بضرورة تفعيل نمط الاتصال الثنائي الاتجاه المتوازن أو التماثلي عند عرض برامج المسؤولية الاجتماعية على صفحتي الوزارتين على الفيسبوك بدرجة أكبر مما هو عليه وتفعيل مبادئ الاتصال الحوارية لتكون الصفحتان أكثر نشاطاً وليكون التواصل بين المؤسستين وجمهورهما أكثر فعالية، ولتقل المخاطر التي قد تتعرض لها المؤسستين مستقبلاً. من جهة أخرى، حاولت الدراسة الكشف عن نمط الاستراتيجية المتبع وطرق الإقناع المستخدمة، ووجدت أن أكثر الاستراتيجيات استخداماً بجانب استراتيجية المسؤولية الاجتماعية كانت على الترتيب: " الاستراتيجية الدعائية؛ الدعاية للمؤسسة بنسبة (٧٦%)، الاستراتيجية الاتصالية؛ الإعلام بنسبة (٦٦.٦٧%)"، وهو ما يؤكد بأن صفحتي الوزارتين هدفنا إلى تحسين الصورة الذهنية من عرض برامج المسؤولية الاجتماعية الخاصة بهما، كما أنهما قاموا في سبيل ذلك بتوظيف الاستمالات العاطفية والمنطقية وتوظيف العامل الإنساني واستخدام احتياجات الجمهور، إضافة إلى ذلك توظيف الوسائط المتعددة المختلفة ما عدا الفيديو.

¹James E. Grunig, " Ethics problems and theories in public relations", *RICSP, No.11, 2014, P22.*

- التوصيات:

توصي الباحثة بضرورة تفعيل مبادئ الاتصال الحوارى عبر الصفحتين الرسميتين لوزارتي الأوقاف والاتصالات، خاصةً عند عرض برامج المسؤولية الاجتماعية؛ لما لها من مردود إيجابي ومنفعة متبادلة تعود على المؤسستين وجمهور كل منهما، إلى جانب تنويع عرض المحتويات داخل الصفحتين بدرجة أكبر بحيث يشتمل على جانب من الترفيه، بجانب عرضها للقضايا المختلفة، والتواصل مع الجمهور باستخدام الاتصال الثنائي الاتجاه التماثلي لتقوية العلاقة بين المؤسسة وجمهورها عبر صفحتيهما، والتعرف على اهتماماته واحتياجاته، واستخدام خاصية استطلاع الرأي لمعرفة آرائه واستخدام آلية " الردود" بدرجة أكبر؛ للرد مباشرة على استفساراته وآرائه سواء كانت سلبية أو إيجابية. كما توصي الباحثة بإجراء مزيد من الدراسات في هذا الاتجاه؛ حيث أن فترة التحليل الزمنية لا تعتبر مقياساً نهائياً لجهود العلاقات العامة في اتجاه المسؤولية الاجتماعية على هاتين الصفحتين ولا يمكن تعميم نتائج هذه الدراسة، كما يمكن تنويع أدوات البحث والاختبار وتوسيع نطاق العينة في البحوث المستقبلية، كلما أمكن ذلك. كما تستطيع البحوث المستقبلية أيضاً إجراء دراسات حول اتجاهات الجمهور الإلكتروني لبرامج المسؤولية الاجتماعية المعروضة إلكترونياً نحوها، وتقييم مدى رضاهم عن تلك البرامج ومستوى تقديم الخدمات المرتبطة بها من عدمه.

مصادر الدراسة:

أولاً: من الرسائل العلمية:

- أحمد السيد طه كردي، " إدارة الصورة الذهنية للمنظمات في إطار واقع المسؤولية الاجتماعية " دراسة ميدانية على عينة من شركات الأدوية المصرية""، مقترح مقدم إلى قسم إدارة الأعمال، كلية التجارة، جامعة بنه، ٢٠١١.
- بوبكر محمد الحسن، " دور المسؤولية الاجتماعية في تحسين أداء المنظمة: دراسة حالة لمؤسسة نفضال وحدة- باتنة"، رسالة ماجستير، قسم علوم التسيير، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خضير، بسكرة، الجزائر، ٢٠١٣.
- حمزة دال، صابرينة عايب، " واقع وأهمية تطبيق مقاربة المسؤولية الاجتماعية في البنوك التجارية دراسة الحالة: عينة من البنوك العاملة بالجزائر"، رسالة ماجستير، قسم تمويل صيرفي، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة العربي التبسي، الجزائر، ٢٠١٦.
- عبد القادر بن شهاب، " العوامل على استخدام الإنترنت في مجال العلاقات العامة بالجمهورية اليمنية: دراسة ميدانية مقارنة للقطاعين الحكومي والخاص"، رسالة ماجستير، جامعة أسيوط، كلية الآداب، قسم الإعلام، ٢٠١٢.
- عقيل فاضل جواد الزبيدي، "أساليب ممارسة نشاط العلاقات العامة في الأمانة العامة لمجلس الوزراء العراقي"، رسالة ماجستير، قسم العلاقات العامة، كلية الإعلام، جامعة بغداد، العراق، ٢٠١٤.
- فارس نبيل عجيلات، " المسؤولية الاجتماعية في العلاقات العامة في شركات الاتصالات الأردنية (دراسة حالة: شركة الاتصالات الأردنية)"، رسالة ماجستير، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، ٢٠١٢/٢٠١١.

- مقدم وهيبية، "تقييم مدى استجابة منظمات الأعمال في الجزائر للمسئولية الاجتماعية دراسة تطبيقية على عينة من مؤسسات الغرب الجزائرية"، رسالة دكتوراة، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلم التسيير، جامعة وهران، الجزائر، ٢٠١٣.

- منال هادي، "الاتصال الداخلي في المؤسسات ودوره في تحقيق أهدافها: وزارة التعليم العالي والبحث العلمي اليمنية مثلاً"، رسالة ماجستير، معهد الصحافة والأخبار، جامعة منوبة، تونس، ٢٠١٠.

ثانياً: من الكتب:

أ- من الكتب العربية:

- أحمد جلال جمال، "التسويق السياحي وترويج الخدمات السياحية"، دار المنهل للنشر والتوزيع، ٢٠١٦.

- أحمد يوسف دودين، "إدارة التسويق المعاصر مباديء- نظريات- استراتيجيات"، الأكاديميون للنشر والتوزيع، ط١، ٢٠١١، عمان، الأردن .

- سامي السيد عبد العزيز مصطفى، "من الصابونة إلى الرئيس.. التسويق الاجتماعي والسياسي: منطلقات نظرية وتطبيقات محلية وعالمية"، مجموعة دار نهضة مصر للنشر والتوزيع، ط١، ٢٠١٢.

- على معمر عبد المؤمن، "مناهج البحث في العلوم الاجتماعية: الأساسيات والتقنيات والأساليب"، المجموعة العربية للتدريب والنشر، ط١، ٢٠٠٨.

- فتحي حسين عامر، "المسؤولية الأخلاقية والقانونية للصحفي"، دار العربي للنشر والتوزيع، ٢٠١٤.

- فؤاد محمد عيسى، "المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص في مصر: دراسة حالة تطبيقية لقياس وتقييم المسؤولية الاجتماعية للشركات"، دراسة غير منشورة، وزارة التجارة والصناعة، مصر، (بدون تاريخ؛ ب د).

- لويس أرنباري، " أسلوب الحدث إغا ماستر"، الناشر: **Publicaciones De La Universidad De Deusto** ، ترجمة: نزيه نادر، ٢٠١٤.
 - مدحت محمد أبو النصر، " المسؤولية الاجتماعية للشركات و المنظمات : المواصفة القياسية ISO 26000"، دار المنهل للنشر والتوزيع، ٢٠١٥.
 - مرضي على الشمري، " مدخل إلى دراسة العلاقات العامة والإعلان"، دار المنهل للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، ٢٠١٦.
 - معاذ أحمد عصفور، " العلاقات العامة: النشأة- التعريف- المفهوم"، دار المنهل للنشر والتوزيع، ٢٠١٤.
 - ياسر بن على الشهري، "التسويق الإجتماعي- دراسة نظرية لأحدث نماذج تسويق القيم والأفكار"، المركز الدولي للأبحاث والدراسات (مداد)، ط١، جدة، ١٤٣٣هـ.
 - هنادي رشدي سلطان، " البعد الاقتصادي للسياسة الاعلامية: دراسة تطبيقية"، المكتب العربي للمعارف، ٢٠١٥.
- ب- من الكتب الأجنبية:**

- Anne Burke," Corporate Social Responsibility in Ireland: A Snapshot", **Part 1 in:** "Corporate Social Responsibility in Europe United in Sustainable Diversity", **Springer International Publishing Switzerland**, 2015.
- Catalina Sitnikov& Claudiu Bocean," **Relationships between Corporate Social Responsibility and Strategic Planning**", **Chapter 6 in:** "Stages of Corporate Social Responsibility from Ideas to Impacts", **Springer International Publishing Switzerland**, 1st Edition, 2017.

- Derina R. Holtzhausen," Postmodern Approaches and Practice: Public Relations as Activism", **1st Edition, Routledge, 2012.**
- George Tsourvakas,"Corporate Social Responsibility and Media Management: A Necessary Symbiosis", **Chapter 8 of Part 2 in:** " Managing Media Firms and Industries: What's So Special about Media Management? ", **Springer International Publishing A.G, 2016.**
- Huriye Toker," Media CSR Forum",**In:** "Encyclopedia of Corporate Social Responsibility, Springer-Verlag Berlin Heidelberg, 1st Edition, 2013,
- James E. Grunig," **Replacing Images, Reputations, and Other Figments of the Mind with Substantive Relationships**", **Chapter 2 in:** " Global Stakeholder Relationships Governance: An Infrastructure", **1st Edition, Palgrave Macmillan UK, 2014.**
- Jan Jonker, Marco de Witte, and Michel van Pijkeren," CSR Upside Down: The Need for Up-Front Knowledge Development", **Chapter 42, in:** " Management Models for Corporate social Responsibility", **Springer-Verlag Berlin Heidelberg, 1st Edition, 2006.**
- Joep Cornelissen, "Corporate Communications in Theoretical Perspective: Stakeholders, Identity and Reputation", **Chapter 3 in:** " Corporate Communication:

Theory and Practice", **SAGE Publications Ltd, 1st Edition, 2004.**

- Khosro S. Jahdi," Marketing Communication and CSR", **In:** "Encyclopedia of Corporate Social Responsibility " , **Springer -Verlag Berlin Heidelberg, 1st Edition, 2013.**
- Maria Aluchna," Corporate Social Responsibility in Poland: From The Perspectives of Listed Companies", **Part 3 in:**" Corporate Social Responsibility in Europe United in Sustainable Diversity", **Springer International Publishing Switzerland", 2015.**
- Maria Hopwood, Paul Kitchin& James Skinner, "Sport Public Relations and Communication", **Elsevier Ltd., 1st Edition, 2010.**
- Nicolas Ragodoo," Mandatory CSR",**In:** "Encyclopedia of Corporate Social Responsibility",**Springer-Verlag Berlin Heidelberg, 1st Edition, 2013.**
- Oyvind Ihlen," Communicating with Stakeholders", **In:**" Encyclopedia of Corporate Social Responsibility", **Springer- Verlag Berlin Heidelberg, 2013.**
- Richard D. Waters," Public Relations in the Non-Profit Sector", **Chapter 10 in:** "Building Mutually Beneficial Relationships: Recommended Best Practices for Online Grant Making Procedures", **Routledge, 1st Edition, 2014.**

- Rian Beise- Zee," Cause- Related Marketing", ", **In:**" Encyclopedia of Corporate Social Responsibility", Springer- Verlag Berlin Heidelberg, 2013.
- Stephen Vertigans," Corporate Social Responsibility in the United Kingdom", **Part 1 in:** "Corporate Social Responsibility in Europe United in Sustainable Diversity", Springer International Publishing Switzerland, 2015.

ثالثاً: من الأوراق العلمية وبحوث المؤتمرات:

أ- العربية:

- أحمد سامي عدلي إبراهيم القاضي، " المسؤولية الاجتماعية للبنوك العاملة في مصر كشركات مساهمة مصرية (مجالاتها - تأثيرها على الأداء)دراسة ميدانية مقارنة لعينة من فروع البنوك العامة والخاصة العاملة بمحافظة أسيوط"، بحث مقدم إلى مركز المديرين المصري، في إطار: المسابقة البحثية لعام ٢٠١٠ حول موضوع: المسؤولية الاجتماعية للشركات، ٢٠١٠.
- سهاد عادل القيسي، "بيداغوجيا الخطاب العراقي ومهنية الإعلام"، بحث مقدم إلى المؤتمر الدولي الخامس للغة العربية، الفترة من ٤-٧ مايو ٢٠١٦، الإمارات العربية المتحدة .
- سهاد عادل القيسي، حسام موفق صبري، "التجديد الأنبي لدراسة الإعلام العملي والاستغناء التدريجي عن النظري والتحول من التعليم إلى التدريب"، بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي الثاني حول مستقبل الإعلام التقليدي والجديد في ظل التحولات التقنية والاجتماعية والثقافية في الوطن العربي"، الفترة ١٣-١٤ ديسمبر، ٢٠١٦، عمان، الأردن.
- طاهر محسن الغالبي، صالح مهدي العامري، " المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال وشفافية نظام المعلومات : دراسة تطبيقية لعينة من

المصارف التجارية الأردنية"، ورقة مقدمة للمؤتمر العربي الثاني في الإدارة
القيادة الابداعية في مواجهة التحديات المعاصرة للإدارة العربية، ٦ - ٨ /
نوفمبر، ٢٠٠١، القاهرة، جمهورية مصر العربية.

- مقدم وهيبة، "سياسات وبرامج المسؤولية الاجتماعية تجاه الموارد البشرية في
منظمات الأعمال (دراسة حالة ثلاث شركات)"، بحث مقدم للملتقى الدولي
الخامس حول رأس المال الفكري في منظمات الأعمال العربية في ظل
الاقتصادات الحديثة، الفترة ١٣-١٤ ديسمبر، ٢٠١١، كلية العلوم الاقتصادية
والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الشلف، الجزائر.

- نسمة البطريق، " المسؤولية الاجتماعية للإعلام تجاه قضايا العائد على
التعليم"، ورقة مقدمة إلى مؤتمر قضية التعليم في مصر- العائد الاقتصادي
والاجتماعي، في الفترة ٢٣-٢٤ فبراير ٢٠٠٨، القاهرة.

- هدى بن محمد، عبد النور موساوي، " أثر استخدام نظم المعلومات على أداء
المؤسسات الاقتصادية: دراسة تطبيقية على شركات التأمين الجزائرية"،
دراسة مقدمة للمؤتمر الثاني بكلية الأعمال جامعة الأردن، بعنوان: " القضايا
الملحة للاقتصاديات الناشئة في بيئة الأعمال الحديثة"، في الفترة ١٤-١٥
ابريل، ٢٠٠٩.

ب- الأجنبية:

- Bey-Ling Sha, John Forde & Melissa LaBorde, " Pushing the Envelope on Media Tools: Identifying Non-Users, Users, and Media Tribes in Public Relations Practice", Proceeding of the 14th International Public Relations Research Conference: " Pushing the Envelope in Public Relations Theory and Research and Advancing Practice", hold in: Holiday Inn,

**University of Miami, Coral Gables, Florida, March 9
- March 12, 2011.**

- Jennalane O. Hawes, Brad Rawlins & Ken Plowman, "Transparency and City Government Communication", **Proceedings of 14th International Public Relations Research Conference, Titled: "Pushing the Envelope in Public Relations Theory and Research and Advancing Practice"**, Holiday Inn University, Miami, Coral Gables, Florida March 9 – March 12, 2011.
- John Brummette, Lynn M. Zoch & Randy Taylor, "Stating Organizational Values As An Approach to Obtaining Strategic Legitimacy: An Examination of Corporate Use of Organizational Values on Fortune 500 Web Sites", **A Paper presented to 14th International Public relations Research Conference, Titled: "Pushing the Envelope in Public Relations Theory and Research and Advancing Practice"**, Holiday Inn, Miami University, Coral Gables, Florida, March 9 – March 12, 2011.
- Tanyoung Kim, Hwajung Hong & Brian Magerko, "Designing for Persuasion: Toward Ambient Eco-Visualization for Awareness", **Proceedings of the 5th International Conference "PERSUASIVE 2012"**, Copenhagen, Denmark, June 2010, Springer-Verlag Berlin Heidelberg,

رابعاً:

من الدوريات الأجنبية:

- Badreya Jenaibi," Comparing thr Roles of PR Practitioners in the Public and Private Sectore in the UAE", *Journal of Global Media, Arabian Edition, Vol.3, No1-2, 2013.*
- James E. Grunig," Paradigms of global public relations in an age of digitalization", *PRism 6(2), 2009.*
- James E. Grunig," Ethics problems and theories in public relations", *RICSP, No.11, 2014.*
- Kent& Taylor," Building Dialogic Relationship through the World Wide Web", *Public Relations Review, 24(3), 1998.*
- M. Kent& M. Taylor, "Toward A Dialogic Theory of Public Relations", *Public Relations Review, Vol.28, 2002.*
- Mats Engsbo& Maqsood Sandhu," Emerging E-Communication Technologies and Their Usage in Project-Based Organizations", *Journal of Management, Vol2, No.4, winter 2007.*
- Sheila M. McAllister-Spooner& Michael L. Kent," Dialogic Public Relations and Resource Dependency: New Jersey Community Colleges as Models for Web Site Effectiveness", *Atlantic Journal of Communication, Vol. 17, 2009.*

أطر المسؤولية الاجتماعية في

الفضائيات العراقية

دراسة تحليلية لنشرات الأخبار في كل من

قناة آفاق والعراقية والشرقية الفضائية

د. علاء نجاح نوري

د. أسى نوري صالح

كلية الإعلام - الجامعة العراقية

كلية الإعلام - الجامعة العراقية

المستخلص :

في ظل الفضاء المفتوح والبعث الفضائي المباشر تعددت القنوات وتتنوعت أيديولوجياتها وأهدافها في التعامل مع الجمهور ، وأحيانا قد تغيب الكثير من المعايير الإعلامية المعتمدة في موثيق الشرف الإعلامية لتطغى عليها الطموح لتحقيق سبق صحفي أو البروز الإعلامي فنشطت الفضائيات بهذا الاتجاه وتركت تلك المفاهيم وراءها ومع ارتفاع حمى التنافس ذابت الكثير من هذه المفاهيم .

وبناءً على ذلك تنطلق دراستنا من تساؤل رئيس هو (ما حجم الإحساس بالمسؤولية الاجتماعية لدى القائم بالاتصال في الفضائيات العراقية وفق ما يقدم من مواد إخبارية وهل لهوية القناة دور في تحديد طبيعة الإحساس والالتزام بالمسؤولية الاجتماعية؟) ، ومن هذا التساؤل يهدف البحث إلى الكشف عن مستوى الإحساس بالمسؤولية الاجتماعية في تلك القنوات ومحاولة إيجاد الفرق بين هوية القناة إن كانت شبه حكومية أو مستقلة والالتزام بالمسؤولية الاجتماعية ومعايير الضبط الاجتماعي لها ، واعتمد البحث منهج تحليل المحتوى من خلال جمع المواد الإخبارية للقنوات الثلاث وفق مدة زمنية امتدت من (٨-١٧/١/٢٠١٧) وتحليلها ومن ثم مقارنة نتائج التحليل بينها حيث اعتمد التحليل انطلاقاً من مرتكزات فروض نظرية المسؤولية الاجتماعية.

Abstract:

In the shadow of open space and direct satellite broadcasting, there were many channels and varied ideologies and objectives in dealing with the public. Sometimes, many media standards have been absent in media codes of honor to be dominated by the aspiration to achieve a prior press or media prominence. Satellite channels have moved in this direction and left those concepts behind. Many of these concepts melted.

Based on this, our study begins with the question of the president (is the extent of the sense of social responsibility of the communicator in Iraqi satellite channels, as provided by the news items, and does the identity of the channel have a role in determining the nature of the sense and commitment to social responsibility?) This question aims to reveal the level of sense of responsibility Social and social control criteria. The study adopted a method of content analysis by collecting the news articles of the three channels according to a period of time ranging from (8-17/1/2017) and analyze them and then compare the results of the analysis between them as the analysis was adopted from the basis of the assumptions of the theory of social responsibility.

المحور الأول : الإطار المنهجي :

أولا : أهمية البحث :

بعد ظهور مفهوم الحرية في مجال الإعلام ظهرت نظرية الحرية التي تعدت مفهوم الحرية من خلال إساءة استخدامها وبذلك ظهر معنى آخر للحرية في المجال الإعلامي وهو الحرية القائمة على المسؤولية التي تجعل للإعلام حرية محددة وفق ضوابط تلتزم بمعايير ذاتية ومهنية واعتبار أن الحرية في التعبير عن الرأي هو حق وواجب ومسؤولية في نفس الوقت وأن على وسائل الإعلام وفق نظرية المسؤولية الاجتماعية أن تخدم النظام السياسي القائم عن طريق الإعلام وعن طريق المناقشة الحرة المفتوحة في الأمور والقضايا التي تهم المجتمع كافة ، ومن مسؤولية وسائل الإعلام تنوير الجماهير بالحقائق لكي يستطيع الجمهور تكوين رأي واتجاه متزن تجاه ما يحدث حوله من مجريات وأحداث على كافة المستويات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية والبيئية .. الخ .

ومن هذا المنطلق فإن هذا البحث يلقي الضوء على مدى التزام القنوات الإخبارية العراقية الفضائية بمسؤولياتها تجاه المهنة والمجتمع بالرغم من خضوعها لعدة ضغوط كالسياسات الإعلامية التي تتحكم بالسياسات التحريرية للأخبار التي تؤثر بالتالي على عملية صياغة الأخبار كذلك تأثير السياسة الإعلامية لكل قناة بمجموعة من الضغوط كالضغوط الاقتصادية من خلال نمط الملكية أو الاتجاه الابدولوجي لكل قناة بحسب مموليها أو من يمتلكونها فضلاً عن المناخ السياسي الذي تعمل من خلاله هذه القنوات .

ثانيا : مشكلة البحث :

تتلخص مشكلة البحث الرئيسية في هذه الدراسة بمعرفة إن كانت القنوات الإخبارية العراقية من خلال تقديمها للنشرات الإخبارية ملتزمة بالمسؤولية تجاه المتلقي أو أفراد المجتمع وخصوصاً ونحن نعيش أحداثاً وأزمات وصدامات مع قوى سياسية مختلفة عربية ودولية وبالنسبة لكم الرسائل من القنوات الفضائية العربية والأجنبية التي يتعرض لها الجمهور فما مدى مصداقية وموضوعية هذه

القنوات وما مدى تحيزها أو حياديتها تجاه القضايا المهمة التي تعرض في القنوات الإخبارية ومن هنا برزت مجموعة تساؤلات :

١. ماهي القضايا المطروحة في هذه القنوات وعلى ماذا ركزت وأعطت الأولوية من خلال عرضها أمام الجمهور.
٢. ماهي مصادر الأخبار التي تعتمد عليها هذه القنوات .
٣. ماهي أبرز أطر المسؤولية الاجتماعية التي ظهرت في النشرات الإخبارية .
٤. ماهي أساليب المعالجة الإخبارية التي اتبعتها هذه القنوات في تغطيتها لأبرز الأحداث .

ثالثا : أهداف البحث :

١. الكشف عن اتجاهات هذه القنوات الإخبارية من خلال معالجتها للأخبار وموضوعيتها في طرح الأفكار .
٢. معرفة أهم القضايا التي تركز عليها وتجعل الجمهور يركز كذلك عليها وتصبح من أولوياته ويتفاعل معها خصوصا إن كانت قضايا تخص الأحداث الجارية التي تهم الجمهور وتمثل واقعه اليومي الذي يعيشه.
٣. معرفة مصادر أخبار هذه القنوات التي تحدد مصداقيتها وموضوعيتها من خلال طرحها للخبر ومدى التحقق من صحته والدقة في عرض الحقائق .
٤. والهدف من كل ما سبق هو معرفة مستويات الثقة والمصداقية والالتزام في كل قناة من القنوات المختارة كعينة لهذا البحث من خلال مقارنة نتائج تحليل نشرات كل قناة وفق ما تحدده نظرية المسؤولية الاجتماعية وطريقة تغطية كل قناة للقضايا والموضوعات التي تشغل الرأي العام التي تهم المجتمع والجمهور العراقي بصفة خاصة .

رابعا : منهج البحث :

استخدم الباحثان (المنهج الوصفي)^١ وهو يدرس الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة ظاهرة أو موقف أو مجموعة من الناس أو مجموعة من الأحداث أو

^١ طارق عبد الحميد السامرائي، منهجية حديثة في البحث العلمي الأكاديمي للدراسات الجامعية العليا(بغداد:دار الانوار) ص ٨٢-٨٣.

مجموعة من الأوضاع كذلك معرفة المتغيرات والعوامل التي تتسبب في وجود الظاهرة ويمكن القول إن أهداف الدراسة الوصفية هي :

١. معرفة الاتجاهات الكامنة في البيانات بهدف الوصول من خلالها إلى

تعميمات تمكن من التنبؤ بالمستقبل .

٢. معرفة ارتباط متغير معين بمتغير آخر.

٣. معرفة النزعة المركزية والانحرافات في البيانات.

وهناك تصنيفات عديدة للدراسات الوصفية منها : الدراسات المسحية ، دراسة الحالة، دراسة العلاقات (المقارنة) ... وتعد هذه الدراسة دراسة مسحية لأنها تقوم بجمع البيانات التفصيلية عن الوضع وتفسيرها وتشخيصها وقد استخدم الباحثان أسلوب تحليل المضمون في عملية تحليل نشرات الأخبار إذ ارتبطت استخدامات تحليل المضمون بالدراسات الإعلامية والاتصالية بوصفها أداة وأسلوباً لنعرف المعلومات والتفسيرات من خلال الأنشطة الاتصالية ويشير اصطلاح (المضمون أو المحتوى) في علوم الاتصال إلى كل ما يقوله الفرد من عبارات أو ما يكتبه أو ما يرمزه والمعلومات التي تقدم والاستنتاجات التي يخرج بها والأحكام التي يقترحها أهدافاً اتصالية مع الآخرين^١.

خامساً : العينة ومجتمع البحث :

يمثل مجتمع البحث في هذه الدراسة القنوات الاخبارية العراقية وهي كل من قناة آفاق والعراقية والشرقية الفضائية كونها قنوات مختلفة الاتجاهات والرؤى وكل واحدة منها تمثل اتجاهاً أيديولوجياً مختلفاً عن الآخر، فالعراقية الفضائية هي قناة حكومية والشرقية الفضائية غير حكومية تمثل وجهات نظر مجموعة من رجال الأعمال والسياسيين وآفاق الفضائية ناطقة باسم حزب الدعوة الإسلامي .

لذا كان من الضروري تركيز الضوء على مضمون نشرات الأخبار لهذه القنوات والمقارنة بينها من حيث التزامها بالموضوعية والمصداقية والمسؤولية في نقل الحدث ، وكانت عينة البحث هي النشرات الاخبارية لكل قناة وبواقع عشر

^١ كامل القيم، مناهج واساليب كتابة البحث العلمي في الدراسات الإنسانية (بغداد: مركز حمورابي للبحوث والدراسات الاستراتيجية، ٢٠١٢) ص ١٠٦-١٠٧ .

نشرات لكل قناة متسلسلة وفي فترة زمنية واحدة للوقوف على أبرز القضايا التي شكلت محور اهتمام هذه القنوات وفق وجهة نظر السياسة الإعلامية لكل مؤسسة منهم .

سادساً : مجالات البحث :

المجال المكاني : تمثل بقناة آفاق الفضائية والعراقية الفضائية والشرقية الفضائية .
المجال الزمني : تحدد بمدة عشرة أيام بواقع عشر نشرات لكل قناة نشرة رئيسية لكل يوم من ٨-١-٢٠١٧ الى ١٧-١-٢٠١٧ .

المحور الثاني : الإطار النظري

نظرية المسؤولية الاجتماعية وعلاقتها بنظرية التأطير :

لطالما ارتبطت نظرية المسؤولية الاجتماعية بمجموعة ضوابط وقوانين التي تجعل الرأي العام رتيباً على آداب مهنة الإعلام إذ إن من ضمن مفاهيم نظرية المسؤولية الاجتماعية هو الاستخدام المخطط لوسائل الإعلام لما له من تأثير على المجتمع من خلال التغييرات في مجال السلوك والمعرفة وتكوين الاتجاهات الفكرية والبناء الثقافي والمستوى الاجتماعي بعد التعرض لوسائل الإعلام ولقد وضعت هذه النظرية في استيعابها مسألة النهوض بالديموقراطية والنوعية الجماهيرية (التنوير العام) وكذلك فهذه النظرية تعيد مهام وسائل الإعلام التقليدية كالأخبار والتفسير والتوجيه والتثقيف والترفيه والإعلان كونها تنفرد في تفسيراتها ووصفها للظاهر الإعلامي فهي ترى أن حرية الصحافة لا يمكن تعريفها بمعزل عن مسؤولية ممارستها، فوسائل الإعلام ملزمة قبل المجتمع بالدفاع عن الديموقراطية ومسئولة التوجه والإرشاد والتربية ١ .

إن موجدي نظرية المسؤولية الاجتماعية يشيرون إلى أن دفع الصراع في مجال النقاش هو أحد الوظائف الأساسية لوسائل الإعلام الجماهيرية.

ووفقاً لهذه النظرية فإن من ضمن وظائف الإعلام هو التصوير الدقيق لكل الجماعات الاجتماعية المختلفة والتعبير عن تطلعاتها المشروعة وقيمتها وأساسياتها

١ د.فلاح كاظم المحنة، علم الاتصال بالجماهير. الأفكار. النظريات الأنماط (عمان :مؤسسة الوراق ٢٠٠٥) ص ٢٧٤ .

كذلك من حق الجمهور أن يحصل على المعلومات كاملة كل يوم وهذا أساس للمعرفة انطلاقا من الشعور بالمسؤولية الاجتماعية وترى هذه النظرية أن مسؤولية وسائل الإعلام تخطيط الأحداث بالوقائع بدون تحريف أو تحوير للحقائق لأن ذلك لا يخدم المجتمع^١.

وهناك معوقات في تطبيق نظرية المسؤولية الاجتماعية تتمثل في ثلاثة عناصر^٢:

١. النزعة الربحية في اقتصاديات الوسيلة الإعلانية وكان ذلك على حساب كثير من القيم والأعراف مما أدى إلى ظهور دعوات لضرورة التكامل الاقتصادي مع الجانب الأخلاقي للمجتمع ولكن بالطبع هناك فئات معينة بالمجتمع من بينها رجال الأعمال والسياسة وفلاسفة الصحافة، لم يروق لهم هذا ونادوا بفصل الاقتصاد عن المجتمع نتيجة للتطور المتسارع لوسائل الإعلام واستثمار رجال الأعمال في هذا المجال أما بالنسبة لفلاسفة الصحافة فكان اعتراضهم متمثلا في مجال أن قبولهم لهذه النظرية سيدحض حرية الإعلام وسيفقد المضمون استقلاليته وقيمه الحقيقية وبذلك ستعود إلى مداهمة وسائل الإعلام للقادة بدلا من تفاعلها مع الرأي العام والتعبير عن واقعه.

٢. سيطرة جماعات الضغط والمصالح : ويتمثل في الملكية الخاصة لوسائل الإعلام وضمان الدستور لحرية الرأي والتعبير والجنوح إلى الربح الاقتصادي على حساب نوعية الرسائل الإعلانية المقدمة للجمهور فضلا

^١ للمزيد انظر في :

- شاكور إبراهيم، الإعلام ووسائله ودوره في التنمية ص ٢٧-٢٨
- محمد سيد فهمي، الإعلام في المنظور الاجتماعي ، ص ٣٦
- شارلز دايت، المنظور الاجتماعي للاتصال الجماهيري ، ص ٣٢-٣٣
- د. عمارة نجيب، الإعلام في ضوء الإسلام ، ص ٦٠-٦٣

نقلا عن د. فلاح كاظم المحنة ، م. س. ص ٢٧٨

^٢ محاضرات في نظرية المسؤولية الاجتماعية :

[hips://heiearn.unir-ovargla.dz](https://heiearn.unir-ovargla.dz)

عن محاولة هذه الجماعات المسيطرة على وسائل الإعلام وتوجيهها لخدمة مصالحها .

٣ . الاهتمام بالوظيفة الترفيهية وسوء استخدامها وذلك من خلال تكريس الفردية فوسائل الإعلام أصبحت بديلا للأسرة والمجتمع وبدأت الوظيفة الترفيهية تنافس الوظيفة الاخبارية .

وكلما ازدادت سيطرة جماعات الضغط من رأسماليين أو سيطرة حكومية كلما اتسم الخطاب الإعلامي بالتحيز وغير الموضوعية على حساب مصداقية الرسالة وإذا كان ما يقدم للجمهور زائفا ومظلا ومتحيزا سينعكس ذلك على الرأي العام إذ يصعب على الناس أن تتقبل أفكارا نقلت إليه بصورة مشوهة لأنها ستفقد الثقة بالوسيلة الإعلامية إذ أن الموضوعية ترتبط بمصداقية الرسالة الإعلامية والوسائل الإعلامية، إذ إن النزاهة والحيادية والتوازن والدقة والموضوعية أصبحت جزءاً لا يتجزأ من بناء مصداقية الإعلام ١ .

كذلك ارتبط مفهوم الموضوعية بمفهوم الحق في الاتصال إذ أن هناك تقاطعا بين المسؤولية الاجتماعية للصحافة والحق في الاتصال فأحد التصورات التطبيقية لمفهوم حق الاتصال هو الوصول لمصادر المعلومات وضمان حق المشاركة والانتفاع بوسائل الإعلام الحالية كذلك المشاركة الفعالة من خلال التبادل المتوازن للمعلومات والتجارب والخبرات الإنسانية ٢ .

ومن أبرز تصورات المسؤولية الاجتماعية هو الحفاظ على التعددية والتنوع داخل المجتمع وعكس كل الثقافات الموجودة في المجتمع للحفاظ على وحدته وتراثه.

أما بالنسبة (لنظرية التأطير) ٣ التي تعني (العملية المستمرة والمتواصلة لصناعة الواقع اليومي للجمهور) وهنا نرى اشتراك نظرية المسؤولية الاجتماعية مع نظرية التأطير من خلال إمداد الجمهور بالمعلومات الضرورية التي يحتاجها

١ محمد حسام الدين، المسؤولية الاجتماعية للصحافة، (القاهرة: المكتبة الإعلامية-الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠٣) ص ٢٢-٢٣ .

٢ محمد حسام الدين، مصدر سابق، ص ٢٤-٢٥

٣ تامي نصيره، نظرية التأطير وبحوث الإعلام والاتصال: الاستخدامات وسبل ترشيدها
taminaceradz@yahoo.fr

في حياته اليومية، إذ يقدم القائم بالاتصال النص الإعلامي معتمداً على صفة (الإبراز) أي التركيز على بعض الجوانب وإغفال جوانب أخرى انطلاقاً من خلفيته الثقافية والسياسية والدينية والقيمية بطريقة يتقبلها كما يريد المرسل، فالإطار الإعلامي لقضية ما يعني انتقاءً متعمداً لبعض جوانب الحدث أو القضية وجعلها أكثر بروزاً في النص الإعلامي وبذلك فهذه النظرية تعد امتداداً لنظرية ترتيب الأولويات في تركيزها على العلاقة بين القضايا السياسية العامة في الأخبار وإدراك الجمهور لهذه القضايا ١ .

إذ تهتم نظرية ترتيب الأولويات ببروز القضايا أما نظرية الأطر فتهم ببروز سمات هذه القضايا فهي تؤثر على معارف الأفراد من خلال التأكيد على قيم وحقائق معينة.

(آليات التأطير الاعلامي) .. ومن أهم هذه الآليات :

١. آلية البروز : وذلك من خلال التركيز على معلومات معينة في مواقع معينة من المؤسسة الإعلامية وتكرارها وربطها برموز ثقافية شائعة ٢.
٢. آلية الانتقاء : وهي عملية اختيار تتم وفق معايير مهنية وذاتية ومؤسسية وثقافية يقوم بها القائم بالاتصال أو الوسيلة الإعلامية عند تغطية أو معالجة حدث أو قضية أو شخصية ما، ويكمن جوهر تحديد الإطار بالآلية الانتقاء في (الحجم) بمعنى التعظيم والمبالغة في التركيز على عناصر بعينها داخل القضية الخبرية أو اغفال تلك العناصر أو التقليل من شأنها ضمن السياق الإخباري للقصة، الأمر الذي يؤدي إلى وضوح أقل أو أكثر لدى الجمهور فيما يتعلق بهذه القصة ٣.

^١ نسرين محمد عبده حسونة، نظريات الإعلام والاتصال، نقلاً عن انتصار سالم، دور الصحف المصرية في تشكيل معارف جمهور القراء واتجاهاتهم نحو القضايا السياسية، دراسة تطبيقية، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة الزقازيق، كلية الآداب، ٢٠٠٩، ص ٨٥

^٢ ميرال مصطفى عبد الفتاح، معالجة القضايا الخارجية في النشرات الإخبارية الإنجليزية التي تقدمها القنوات الفضائية العربية، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الإعلام بكلية الآداب، جامعة عين شمس بالقاهرة، ٢٠٠٧، ص ٦٥-٦٦

^٣ taminaceradz@yahoo.fr تامي نصيره، مصدر سابق، ٣

وهناك ثلاثة عناصر تؤثر في طبيعة تناول الإخباري للقضايا المختلفة

: ١

١. الخلفية الثقافية للقصة الإخبارية في المؤسسة الإعلامية.

٢. نمط ملكية المؤسسة الإعلامية .

٣. السياسة التحريرية للمؤسسة الإعلامية .

مفهوم نظرية التاطير الإعلامي بشكل عام : هي نظرية تقوم على أساس أن أحداث ومضامين وسائل الإعلام لا يكون لها مغزى في حد ذاتها إلا إذا وضعت في تنظيم وسياق وأطر إعلامية تنظم الألفاظ والنصوص والمعاني وتستخدم الخبرات والقيم الاجتماعية السائدة وتأطير الرسالة الإعلامية ويوفر القدرة على قياس محتوى الرسالة ويفسر دورها في التأثير على الآراء والاتجاهات وذلك حينما تقف وسائل الإعلام في إطار إعلامي من حيث اللغة والصياغة والتركيز على عنصر معين حتى يصبح هاماً في قلب الإطار الاجتماعي ككل ، ويعرف (جوفمان) الإطار الإعلامي بأنه : بناء مجدد للتوقعات التي تستخدمها وسائل الإعلام لتجعل الناس أكثر إدراكاً للمواقف الاجتماعية في وقت ما ، فهي إذن عملية هادفة من القائم بالاتصال حينما يعيد تنظيم الرسالة حتى تصب في خانة إدراكات الناس ومؤثراتهم الإقناعية .

ومن أهم أنواع الأطر الإعلامية والمرتبطة غالباً بتغطية وسائل الإعلام

للأخبار : ٢

١. الإطار المحدد بقضية : حيث يتركز على قضية أو حدث جوانبه واضحة

عند الجمهور لأنه مرتبط بوقائع .

٢. الإطار العام : إذ يرى الأحداث في سياق عام مجرد يقدم تفسيرات عامة

للوقائق يربطها بالمعايير الثقافية والسياسية .

٣. إطار الاستراتيجية : إذ يرى الأحداث في سياقها الاستراتيجي المؤثر على

أمن الدولة القومي وهذا الإطار يتلاءم مع الأحداث السياسية والعسكرية .

^١ المصدر نفسه

^٢ محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التفكير ط ٢ (القاهرة: عالم الكتب، ٢٠٠٤) ص ٤٠٥

٤. إطار الاهتمامات الإنسانية : وهو يرى الأحداث في سياق تأثيراتها الإنسانية والعاطفية العامة إذ تصاغ الرسائل في قوالب وقصص درامية ذات نزعة عاطفية مؤثرة .

٥. إطار النتائج الاقتصادية : إذ يضع هذا الإطار الوقائع في سياق النتائج الاقتصادية التي نتجت عن الأحداث .

٦. إطار المسؤولية : إذ يضع القائم بالاتصال الرسالة للإجابة عن السؤال (من المسؤول عن؟) فالأفراد والمؤسسات والدولة معنيون بمعرفة المسؤول عن الحدث وتحديدته في شخص أو مؤسسة أو قانون أو سلوك أو حكومة محددة وهذا الإطار يرتبط بنظرية (المسؤولية الاجتماعية في الإعلام) التي سبق أن تناولنا شرحها سابقا .

٧. إطار الصراع : إذ يقدم الأحداث بإطار تنافسي صراعي حاد فتجاهل الرسائل الإعلامية عناصر هامة لإبراز سياق الصراع وتبرز الفساد وعدم الثقة في المسؤولين وترى الأشخاص قبل أن ترى الأحداث وترصد المصالح قبل أن ترصد الأهداف .

٨. إطار المبادئ الأخلاقية : وهو عرض الوقائع في سياق أخلاقي وقيمي للمجتمع يخاطب المعتقدات والمبادئ الراسخة عند المتلقي والقائم بالاتصال يستشهد باقتباسات وادلة دينية تدعم الوقائع او يستشهد بالمصادر والجماعات المرجعية التي تؤكد هذا الإطار وهذا يدخل في مجال الموضوعية والمصدقية التي هي من ضمن المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام .

والسؤال هنا ماهي وظائف هذه الأطر ؟ ...

١. تساهم في كتابة تقارير إخبارية موضوعية وتنظيم المادة الإخبارية بطريقة فاعلة .

٢. إبراز جوانب معينة من الواقع وعزل جوانب أخرى .

٣. تعرف الأطر بالمشكلات وتشخص الأسباب وتضع الأحكام أو التفسيرات الأخلاقية وتحجم العوامل غير المقصودة وتأثيرها وتقترح المعالجات وتتنبأ بالتأثيرات .

٤. يحدد الإطار مدى ملاحظة وفهم الأفراد للمشكلة وكيفية تقييمها وتصرفهم إزاءها إذ ينظم كيفية فهم المتلقين للأخبار .

٥. كذلك تساهم الأطر في التأثير على الإدراك الاجتماعي والتفضيلات السياسية للأفراد .

٦. التركيز على قيم وحقائق معينة واعتبارات لها صلة بالموضوع أو القضية .

العوامل المؤثرة في الإطار الإعلامي ..

وهناك خمسة عوامل داخلية وخارجية تؤثر في كيفية تأطير القائم بالاتصال لموضوع معين^١ :

١- العادات والتقاليد الاجتماعية.

٢- القيود والضغوطات المؤسسية أو التنظيمية .

٣- جماعات الضغط والمصالح .

٤- القيود الصحفية الروتينية .

٥- الاتجاهات الأيدلوجية والسياسية للصحفيين .

ويمكن القول ان الأطر الخبرية تمثل أدوات لتنفيذ السياسة التحريرية في الوسيلة الإعلامية إذ تجسد مبادئ المؤسسة الإعلامية وبذلك نرى أن العوامل المؤثرة في بناء الأطر الخبرية تشكل جزءاً لا يتجزأ من القواعد المشكلة للسياسة التحريرية في المؤسسة الإعلامية^٢ .

السياسة التحريرية وسبل تفعيلها :

^١ بنظر كل من :

- نظريات الإعلام والاتصال constantine3.blogspot.com ٢٩ جانفي ٢٠١٤

- صفحة أقلام هادفة Dr.ekbal د.إقبال المؤمن، نظرية التأطير الإعلامي
http://www.blogger.com/profile/10804630869809332673

^٢ تامي بصيرة، نظرية التأطير، مصدر سابق، taminaceradz@yahoo.fr

يحدد (توماس بيرري)^١ مفهوم السياسة التحريرية الإعلامية إذ يقول إنها الوجهة التي تختار وسيلة الإعلام اتباعها في إجابتها عن سؤالين بالغي الأهمية، ماذا سيقال؟ وكيف سيقال؟ ومكوناتها الإجراءات والقواعد والمبادئ التي أقرتها وسائل الإعلام لتتهدي في عملها .

وبذلك فقد تم تحديد مفهوم السياسة التحريرية^٢ على أنها (مجموعة المبادئ والقواعد والخطوط العريضة التي تتحكم في الأسلوب والطريقة التي يقدم بها المضمون الإعلامي في وسائل الإعلام المختلفة، وتكون في الغالب غير مكتوبة بل مفهومة ضمناً^٣ من جانب أفراد الجهاز التحريري أو رئاسة قسم الأخبار أو المشرف العام على قاعة الأخبار، وتظهر سلوكهم وممارستهم العمل وتخضع لقدر من المرونة من فترة لأخرى ومن محطة لمحطة ثانية، ويتجلى الالتزام بهذه السياسات التحريرية من خلال مايقوم به الإعلاميون (حراس البوابة من عمليات مراجعة المحتوى الإعلامي حتى يتسق مع هذه السياسات سواء بالحذف أو بالإضافة إلى التعديل بما يشير في النهاية إلى التحيز) .

وقد تكون هذه السياسات معلنة أو مستترة وهي بالضرورة تتفق مع أهداف إنشاء المؤسسة الإعلامية ومصالحها^٤ .

وكذلك تعرف السياسة التحريرية أيضاً بأنها (الآليات التي يتم فيها الحفاظ على الخط السياسي للوسيلة الإعلامية ونادراً ما تكون هذه الآليات ظاهرة وخاضعة للنقاش إذ يجري تعلمها عبر الاحتكاك^٥ .

ويتم تفعيل السياسة التحريرية من خلال الأخبار والبرامج التي تورد الأخبار والقضايا والأحداث وتناولها بالإعراض أو الحد أو التركيز فأغفال قضية وهي حيوية له دلالة في التفسير الاعلامي والسياسي، وتجاهل أحداث وإبراز أخرى

^١ عبد العزيز شرف، فن التحرير الإعلامي (القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب، ١٩٨٧)، ص ١٤٧-١٤٨
^٢ علي عقلة نجادات، العوامل المؤثرة في تحديدي الاتجاهات الإخراجية في الصحف الأردنية اليومية خلال التسعينات، أطروحة دكتوراه (القاهرة: جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ٢٠٠٠) ص ٤٠٧
^٣ محرز حسين غالي، العوامل الإدارية المؤثرة على السياسة التحريرية في الصحف المصرية، رسالة ماجستير (القاهرة: كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٠٣) ص ٤٠
^٤ هالة إسماعيل بغدادي، صناعة المعرفة وقيود الحرية، رؤية نقدية في واقع الصحافة التلفزيونية العربية، المكتب الجامعي الحديث، ٢٠١١، ص ٤٥
^٥ فريال مهنا، علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية (دمشق: دار الفكر المعاصر، ٢٠٠٢) ص ٤٨١

والتركيز على آراء معينة وإهمال آراء أخرى، كل ذلك لا يجري بشكل عشوائي وإنما بشكل هادف ويعد ذلك انعكاسا لسياسة الجهة المالكة للقناة أو الفضائية إن كانت حكومية أو مستقلة^١.

وهناك عوامل تؤثر في السياسة التحريرية مثل: الحالة المالية للمؤسسة الإعلامية وتبعيتها الاقتصادية وحرص الوسيلة الإعلامية على إرضاء الجمهور وإشباع احتياجاتهم المعرفية والاجتهاد السياسي وحرص الوسيلة على تطعيم المؤسسة بعناصر مهنية جديدة تجتذب قطاعات جديدة من الجمهور كذلك نمط الملكية وفئات الجمهور المستهدف^٢.

وأیضا إمكانية الوصول إلى معلومات موثقة ومصادر متفردة عدا أن الحرية المتاحة للصحفيين لممارسة مهامهم وتقنيات الاتصال المتاحة وأيضا التبعية السياسية التحريرية إذ تسيطر أيولوجية المالك للوسيلة الإعلامية وحرفية العمل الإعلامي وتعليمات رئيس التحرير أو رئيس القناة.

الموضوعية وعناصرها في صياغة الرسالة الإعلامية .. مفهوم الموضوعية :

اختلفت الآراء بشأن إيجاد تعريف محدد للموضوعية ويعتقد الكثير من الصحفيين الأمريكيين أن مفهوم الموضوعية مرادف لمفهوم الأخلاقية، أي أخلاقيات الإعلام وقد اختلفت الآراء بشأن مفهوم الموضوعية بسبب تعدد الرؤى ونوع الاجتهادات فنرى أن الموضوعية تنبع من أيولوجيات وسائل الإعلام ويمكن أن نستعرض بعض التعريفات التي تحدد مفهوم الموضوعية بشكل سريع كالآتي :

١- تعريف تيل وتاييلور اللذين يعرفان الموضوعية (بأنها تجنب أي عبارات أو

معانٍ ذاتية أو متحيزة في الأخبار)^٣.

٢- تعريف بيليس وشادويك (تقديم الأشياء كما هي وأن يتناول التقدير الحقائق

كما وقعت دون تعليق ذاتي)^٤.

^١ هالة إسماعيل بغدادي ، مصدر سابق، ص ٤٧

^٢ هاني محمد علي،العوامل المؤثرة على التحرير الصحفي في المجالات الأسبوعية الإخبارية،رسالة ماجستير (القاهاة:كلية الإعلام،جامعة القاهاة،١٩٩٧) ص ٦٥

^٣ Teel.l.r.and taylor.r.An introduction to joulism,intothe news room,second edition,(chester:the globe pegout prees ,1988)p60

^٤ Belsey.A.andchadwick.R.Ethical issues injournalism and the media.london,routledge,1997,p133

٣- بينما يرى فيليب ماير أن الموضوعية تعني (أن تكون الوسائل التي يتبعها الصحفي في جمع الأخبار مشابهة لأساليب الملاحظة العلمية، فالملاحظة العلمية هي التي تتيح معرفة الموضوعية كما أنه يعرفها) بالوقوف بعيدا عن المجتمع لكي ترى الأحداث ووجهات النظر من مسافة كافية وأن تعطى وزنا متساويا لكل وجهات النظر وأن تدع القارئ يقرر بنفسه أية وجهة نظر حقيقية)١

٤- أما تعريف فرجسون وباتون اللذين يعرفان الموضوعية بأنها تعني (لا يسمح الصحفي لمشاعره الذاتية وما يحبه وما يكرهه بتكوين القصة الخبرية فالرأي مكانه المقالات وأعمدة الرأي)٢ .

أما الاتجاه الثاني في تعريف الموضوعية فإنه يقوم على نفي التحيز اتباعا لقاعدة الأشياء تعرف بأضدادها وبهذا الاتجاه نجد :

١- كوجن ولليود اللذان يعرفان الموضوعية بأنها (فلسفة إخبارية تهدف إلى حل مشكلة التحيز في الأخبار وتقديم الأحداث من منظورات إنسانية مختلفة وإن حصتها عرض الأخبار بطريقة حقيقية غير متحيزة)٣ .

لكن هناك من بدأوا بصياغة تعريفات تقوم على وضع التزامات معينة على الصحفيين أو قيامهم بأفعال معينة يكونوا موضوعيين من أهمهم (دزين) الذي يرى أن الموضوعية تعني أشياء كثيرة في الصحافة من أهمها ٤ :

١ . البحث عن الحقيقة .

٢ . أن تكون التغطية الخبرية مبنية على تعدد الحقائق .

٣ . تخفيف التحيز .

٤ . الفصل بين الخبر والرأي .

¹ Megev.p.publc journalism and tu problem of objectivity ,http://www.unc.edu/pmyer/ire95 pj.htm

² Ferguson,Donald.l.and patten.j.journalism today,(usa;natiand texlook company),1986.p.24

³ Cohen.E.p and Elliot.d.journalism ethics,(ox fond;abc.clio,1992).p.54

⁴ Rosen.j.gelting the connections right;public journalism and the trouble in the press 1998

كما يعرض (ماكثير) ثلاث سمات للصحافة الموضوعية وهي ١ :

١. الفصل بين الحقيقة والرأي.

٢. العرض المتوازن للمناقشة .

٣. صحة البيانات الصحفية وشرعيتها بإسنادها إلى مصادر موثوقة .

كما يرى كريشين ام ينبور الصحفي بمحطة CNN أن الموضوعية تعني أن (تعطى كل الأطراف فرصة لكي يسمع صوتها ولكن ذلك لا يعني معاملتها بشكل عادل لذلك فإن الموضوعية يجب أن تكون يداً بيد مع الأخلاقية) ٢ .

ولكن هناك اختلاف في فهم الموضوعية بين الصحفيين وعلماء الإعلام إذ يرى (اجرز) أن الصحفيين وعلماء الإعلام يتحدثون في الموضوعية بمعنيين مختلفين ، المعنى الأول الذي يتبناه الصحفيون تكون مطابقة للواقع أما المعنى الثاني الذي يتبناه علماء الإعلام هو أن الموضوعية تشير إلى مجموعة من الإجراءات التي يستخدمها الصحفيون لكي ينتجوا حقائق توصف بأنها موضوعية ، وهناك كثير من الصحفيين الذين يمارسون الموضوعية الإجرائية بدون التزامات معرفية ٣.

ومعنى (الموضوعية الإجرائية) هو كما وضعها (توتشمان) اتباع سلسلة من الإجراءات الروتينية المصممة لحماية الصحفيين من اللوم أو اتخاذ إجراءات قانونية ضدهم وأن الصحفيين يجب أن يعتمدوا على الاقتباس من المصادر الرسمية لتجنب القضايا القانونية أو الإدانة المهنية ولذلك ترى أن الإعلام الأمريكي يميل إلى اختيار خطاب السلطة لأنه أكثر مصداقية ويعتمد عليه ٤.

¹ Mc nair.b.the sociology of journalism (usa;oxforduniversjty press,1998.p.68

^٢ سليمان صالح، ثورة الاتصال وحرية الإعلام،(الكويت: مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، ٢٠٠٧) ص ١٨٥

³ Iggers.j.good news.badnews journalism ethics and the public interest.(usa;west riew,1999,p,92;

⁴ سليمان صالح ،مصدر سابق ،ص ١٨٦

عناصر مفهوم الموضوعية :

بعد عرض مجموعة مفاهيم للموضوعية لم نجد لها تعريفاً محدداً ومفهومها ليس كافياً لفهم الموضوعية لذلك كان من البديهي إيجاد مدخل آخر لفهم الموضوعية وهو عبر وصف عناصر هذا المفهوم وأبرز عناصرها هي ١ :

١- الحث عن الحقائق ونشرها : إن مفهوم الحقيقة يتطابق مع مفهوم المعلومات وهذا يحدد مهمة الصحفي وهي البحث عن المعلومات ونشرها وهذه المهمة تساعد المواطنين على التوصل إلى قرارات عن العالم وما يحدث فيه .
ولكن يبين (اجرس) في تفسيره أن ما تحتاجه الديمقراطية ليست المعلومات ولكن المناقشة العامة وأن حق الجماهير في المعرفة يجب ألا يقتصر على أساس كمية المعلومات التي يمكن أن تصل إلى الجمهور ولكن يجب أن يمتد إلى نوعية هذه المعلومات إن كانت تزيد من قدراته الإبداعية والنقدية والتحليلية أم أنها تركز على التسلية والترفيه أو الأنغماس بأخبار الجرائم والفضائح والشهرة أي أن وسائل الإعلام اتجهت للمواضيع المثيرة وأخبار الجريمة لأن ذلك يدخل في زيادة معدلات التوزيع أو المشاهدة أو الحصول على المزيد من الإعلانات كما أن معظم المعلومات التي تقدم للجمهور من الصعب تفسيرها لأن الصحفيين لا يهتمون بخلفية الأحداث وهذا الأمر لا يساعد الجمهور في تكوين آرائهم بصورة صحيحة أو اتخاذ القرارات فلا بد أن يفسر الصحفي الأخبار وهنا نرى أن مفهوم الموضوعية يشكل عقبة لا سيما في طريق التزام الصحفي في تفسير المعلومات للقراء أو تقديمها بشكل له معنى .

٢- مصادر الأخبار: وهنا لا بد للصحفي أن يعتمد على نوعية معينة من المصادر كالمصادر الرسمية الموثوقة ولا سيما أن ضغوط الوقت المفروضة على إنتاج الأخبار يشكل مشكلة فهو لا يملك الوقت الذي يمكنه التحقق من مدى مصداقية الخبر كما أن الاعتماد على المصادر الرسمية كالدولة يجعل الرسالة الإعلامية ذات منظور حكومي وذلك يحدد من مدى موضوعية الرسالة لأنها تكون وفق سياسة الدولة وهنا تلعب الدولة دوراً في تجهيز وسائل الإعلام بالمعلومات

وذلك لتقليل النفقات في عملية جمع المعلومات وإنتاج الأخبار وكمصدر رسمي أيضا تلعب النخب السياسية والاقتصادية والثقافية دورا في تجهيز وسائل الاعلام بالمعلومات وهناك أيضا المصادر المجهولة وهي التي يضطر الصحفي إلى الاعتماد عليها وهذه المصادر تطلب الكشف عن أسمائها وهم يملكون معلومات كثيرة تهم الجمهور ومن حق الصحفي الاحتفاظ بسرية مصادره وهذا يصب في صالح تدفق المعلومات وحق الجمهور في المعرفة ولكن للأسف كثيرا ما أسيء استخدام هذا المبدأ وقام بعض الصحفيين بفبركة هذه المعلومات.

٣- الفصل بين الخبر والرأي : وهو من أهم مكونات مفهوم الموضوعية فالخبر يعتمد على الحقائق وحينما ينقلب الخبر إلى رأي ستزيد إمكانية التحيز ، أيضا يجب على صناع الأخبار أن يكونوا منفصلين عن الصحفيين الذين يقومون بتغطيتها .

٤- الحياد وعدم التحيز : هذا العنصر يعتبر مفهوم الموضوعية في عدم التحيز ويرتبط مفهوم عدم التحيز بمفهوم الحياد فالتحيز في الأخبار يؤثر على الوظيفة الرئيسة في الصحافة وهي توفير حق الجمهور في المعرفة ونعني بالتحيز هو إلميل الى تفضيل أحد جوانب الصراع ،ومن أشكال التحيز إصدار الأحكام والتحيز في استخدام الصفات والتحيز في الإسناد وحتى التحيز في التصوير وكذلك يرتبط مفهوم التحيز بمفهوم الحياد إذ يدعي الصحفيين بأنهم لا يصنعون الأخبار بل يغطونها فقط وينقلوها للجمهور وهذا يؤدي إلى إنكار المسؤولية ويبدو أنه من المستحيل أن يطبق الصحفيون مفهوم الحياد عند كتابتهم للأخبار وأساليب الكتابة فاللغة التي تكتب بها غير محايدة فهي تشكل وجهة نظر معينة لشخص معين انحيازاً لجماعة أو دولة أو ضدها وهناك مفردات تستخدم تصدر حق إدانة لمواقف أو أشخاص أو جماعات سواء بالتأييد أو الرفض ولذلك قد تكون فكرة الحياد وسيلة لإخفاء الوسائل الإعلامية لتحيزاتها فهي تصور الصحفي كمراقب محايد للأحداث وغير مهتم بها بينما

يدرك الجمهور حقيقة تحيز بعض الوسائل الإعلامية وعدم حياديتها في الكثير من القضايا .

٥- عدم التحزب : إن حرية الصحافة تقوم أساساً على التعددية والتنوع وهذا يفرض على وسائل الإعلام نقل جميع وجهات النظر التي تمثل جميع الاتجاهات السياسية بدلاً من فسح المجال لامتلاك هذه الأحزاب لوسائل إعلامية تعبر بها عن وجهة نظرها وكذلك على الصحفيين تجنب اتخاذ موقف في أي قضية سياسية أو يكونوا نشطاء سياسيين لكننا نرى أن رؤساء التحرير يتناولون الطعام ويقضون الإجازة مع القادة العسكريين والسياسيين الذين من المفترض أن يكونوا موضوعيين .

٦- التوازن : وهو يعني أن الصحفيين لا بد أن ينقلوا رأي كلا الجانبين في أي قضية محل جدل أو نقاش ولذلك فإن الصحفي حينما يجد مصدراً يؤكد له معلومة معينة يجب أن يبحث عن خبير يؤكد وجهة نظر مخالفة وهذا ما يؤدي إلى الصراع وهو ما يجذب الجمهور ويهتم به لكن قد تكون مسألة التوازن وسيلة للتزييف والخداع وتقوم وسائل الإعلام بتصنيعه لزيادة التشويق بالقصة وليس لعرض وجهات النظر المختلفة في القضية وقد يكون هناك تزييف في عرض المصادر حيث يتم اختيار نخب سياسية وتستبعد أخرى كما أن اختيار وسائل الإعلام لموضوعات النقاش يكون زائفاً فالسياسيين يشكلون الاختيارات الزائفة والصحفيين لا يملكون سوى أن ينقلوها للجمهور ، كذلك فإن بعض القضايا ليست دائماً ذات بعد واحد وإنما متعددة الأبعاد والنقاش يدار ليعرض وجهتي نظر متخاصمتين ويهمل الكثير من وجهات النظر الأخرى ، إذن فإن التوازن الذي تقدمه وسائل الإعلام هو توازن شكلي يحدد إطار المناقشة^١ .

^١ للمزيد من الاطلاع انظر في :

-سليمان صالح ، ثورة الاتصال وحرية الإعلام . مصدر سابق ص ١٨٧-٢٠٤

المحور الثالث :

تحليل مضمون نشرات الأخبار في كل من قناة آفاق الفضائية وقناة العراقية الفضائية وقناة الشرقية الفضائية

تم اختيار نشرة الأخبار الرئيسية في القنوات موضوع البحث وكانت النشرة الرئيسية لقناة آفاق الفضائية في الساعة الثامنة مساءً وكذلك العراقية الفضائية في نفس التوقيت بينما كانت في الساعة العاشرة مساءً بالنسبة لقناة الشرقية الفضائية، وقد تم تحكيم الفئات التي ظهرت في الجداول من قبل خبراء^١ في الإعلام .

جدول رقم (١) يبين القضايا المطروحة من قناة آفاق الفضائية

المرتبة	النسب المئوية	التكرار	القضايا المطروحة في نشرات الأخبار	ت
١	٣٣.٥%	٤٠	قضية تحرير الموصل	١
٢	١٢.٥%	١٥	القضايا الأمنية	٢
٣	٩.٢%	١١	قضايا السلام	٣
٤	٨.٤%	١٠	قضايا البرلمان العراقي	٤
٥	٦.٧%	٨	العلاقات العراقية-الدولية	٥
٦	٥%	٦	تطبيع العلاقات العراقية-الإيرانية	٦
٧	٣.٣%	٤	إبراز صورة الحشد الشعبي في معارك التحرير	٧
٧	٣.٣%	٤	قضايا تخص البنى التحتية	٨
٨	٢.٥%	٣	تحسين صورة القضاء العراقي	٩
٨	٢.٥%	٣	مكافحة الإرهاب	١٠
٨	٢.٥%	٣	قضايا إنسانية	١١
٨	٢.٥%	٣	قضايا الفساد	١٢
٨	٢.٥%	٣	الشان السوري	١٣
٩	١.٦%	٢	الدعم الدولي للإرهاب في العراق	١٤

^١ الخبراء : أ.م.د.يسرى خالد إبراهيم ، أ.م.د.إيثار طارق العبيدي ، أ.م.راضي رشيد حسن

٩	%١.٦	٢	ربط الإرهاب بحزب البعث المنحل	١٥
٩	%١.٦	٢	قضايا تخص الحرية والديمقراطية	١٦
١٠	%٠.٨	١	طرح الأزمات	١٧
١٠	%٠.٨	١	العلاقات العربية-الدولية	١٨
١٠	%٠.٨	١	الشأن الخليجي	١٩
	%١٠٠	١١٩	المجموع	

من خلال الجدول أعلاه يتبين أن قضية تحرير الموصل قد حصلت على المرتبة الأولى بتكرار قدره ٤٠ مرة وبنسبة مئوية بلغت ٣٣.٥% بينما حصلت القضايا الأمنية على المرتبة الثانية بتكرار قدره ١٥ مرة وبنسبة مئوية بلغت ١٢.٥% أما قضايا السلام فكانت بالمرتبة الثالثة ب ١١ تكرار وبنسبة مئوية قدرها ٩.٢% وجاءت بعدها بالمرتبة الرابعة قضايا البرلمان العراقي بعشرة تكرارات وبنسبة مئوية بلغت ٨.٤% وفي المرتبة الخامسة جاءت العلاقات العراقية-الدولية ب ٨ تكرارات وبنسبة مئوية بلغت ٦.٧% أما المرتبة السادسة فكانت لقضية تطبيع العلاقات العراقية-الإيرانية بستة تكرارات وبنسبة مئوية بلغت ٥% والمرتبة السابعة كانت لقضيتي إبراز صورة الحشد الشعبي في معارك التحرير و قضايا تخص البنى التحتية بتكرار بلغ ٤ وبنسبة مئوية بلغت ٣.٣% وفي المرتبة الثامنة جاءت خمسة قضايا وهي تحسين صورة القضاء العراقي ومكافحة الإرهاب وقضايا إنسانية وقضايا الفساد والشأن السوري بثلاثة تكرارات وبنسبة مئوية بلغت ٢.٥% والمرتبة التاسعة لقضايا الدعم الدولي للإرهاب في العراق وربط الإرهاب بحزب البعث المنحل وقضايا تخص الحرية والديمقراطية بتكرارين وبنسبة مئوية بلغت ١.٦% وختاماً المرتبة العاشرة كانت لقضايا طرح الأزمات والعلاقات العربية-الدولية والشأن الخليجي بمرة واحدة وبنسبة مئوية بلغت ٠.٨%.

جدول رقم (٢) يبين أطر المسؤولية الاجتماعية الظاهرة في نشرات أخبار قناة
آفاق الفضائية

المرتبة	النسب المئوية	التكرار	أطر المسؤولية الاجتماعية الظاهرة في نشرات الأخبار	ت
١	١٥.٢%	٩	تسويات سياسية	١
١	١٥.٢%	٩	متابعة الفساد الأمني	٢
٢	١٣.٥%	٨	متابعة الأداء الحكومي	٣
٣	١٠.١%	٦	متابعة الفساد الوزاري	٤
٤	٨.٥%	٥	متابعة الحالات الإنسانية	٥
٥	٦.٧%	٤	مساعدات إنسانية	٦
٥	٦.٧%	٤	متابعة الفساد الإداري	٧
٦	٥.٥%	٣	مفاوضات	٨
٦	٥.٥%	٣	متابعة الحكومة لقضايا السلام	٩
٧	٣.٣%	٢	تغيير اتجاه المواطنين	١٠
٧	٣.٣%	٢	متابعة أخبار البنى التحتية	١١
٧	٣.٣%	٢	احترام الفكر الديمقراطي	١٢
٨	١.٦%	١	طرح وجهات النظر المتعددة	١٣
٨	١.٦%	١	مساواة وتكافؤ	١٤
	١٠٠%	٥٩	المجموع	

من خلال الجدول أعلاه نجد أن أطر المسؤولية الاجتماعية من خلال نشرات الأخبار في قناة آفاق الفضائية قد اخذت تسلاً ومراتب معينة إذ جاءت في المرتبة الأولى التسويات السياسية بتسعة تكرارات وبنسبة مئوية ١٥.٢% وشاركتها في ذلك متابعة الفساد الأمني بنفس النسب والتكرارات أما المرتبة الثانية فكانت من حصة متابعة الأداء الحكومي بثمانية تكرارات وبنسبة ١٣.٥% أما المرتبة الثالثة فكانت لمتابعة الفساد الوزاري بستة تكرارات وبنسبة ١٠.١% والمرتبة الرابعة بمتابعة الحالات الإنسانية بخمسة تكرارات وبنسبة ٨.٥% أما المرتبة الخامسة فكانت لمتابعة الفساد الإداري والمساعدات الإنسانية بأربعة تكرارات وبنسبة ٦.٧% أما المرتبة السادسة فكانت للمفاوضات ومتابعة الحكومة لقضايا السلام بثلاثة تكرارات وبنسبة ٥.٥% والمرتبة السابعة كانت لتغيير اتجاه المواطنين ومتابعة أخبار البنى التحتية واحترام الفكر الديمقراطي بتكرارين وبنسبة ٣.٣%

وختاماً المرتبة الثامنة جاءت لمرة واحدة وبنسبة ١.٦% وهي من حصة طرح وجهات النظر المتعددة والمساواة والتكافؤ.

جدول رقم (٣) يبين مصادر أخبار قناة آفاق الفضائية

ت	مصادر الأخبار	التكرار	النسب المئوية	المرتبة
١	جهات رسمية	١٠٨	٣٦.٦%	١
٢	مراسلون	٩٨	٣٣.٣%	٢
٣	مصادر خاصة بالقناة	٣٠	١٠.٢%	٣
٤	قنوات فضائية	٢٧	٩.٢%	٤
٥	وكالات الأنباء	١٥	٥%	٥
٦	مواقع إلكترونية	٨	٢.٨%	٦
٧	شهود عيان	٥	١.٦%	٧
٨	منظمات إنسانية	٤	١.٣%	٨
	المجموع	٢٩٥	١٠٠%	

من خلال الجدول أعلاه يتبين أن الجهات الرسمية كانت لها حصة الأسد في مصادر الأخبار لقناة آفاق الفضائية بـ ١٠٨ تكرار وبنسبة ٣٦.٦% وكانت بالمرتبة الأولى أما المرتبة الثانية فكانت للمرسلين بـ ٩٨ تكرار وبنسبة ٣٣.٣% والمرتبة الثالثة لمصادر خاصة بالقناة بـ ٣٠ تكرار وبنسبة ١٠.٢% أما المرتبة الرابعة فكانت للقنوات الفضائية بتكرار ٢٧ وبنسبة ٩.٢% وجاءت بالمرتبة الخامسة وكالات الأنباء بـ ١٥ تكرار وبنسبة ٥% أما المواقع الإلكترونية فحصلت على المرتبة السادسة بثمانية تكرارات وبنسبة ٢.٨% وشهود العيان حصدت المرتبة السابعة بخمسة تكرارات وبنسبة ١.٦% وختاماً المرتبة الثامنة للمنظمات الإنسانية بأربعة تكرارات وبنسبة ١.٣% .

جدول رقم (٤) يبين أساليب المعالجة الإخبارية في قناة آفاق الفضائية

المرتبة	النسب المئوية	التكرار	أساليب المعالجة الإخبارية	ت
١	٤٦.٥%	١٢٥	مذيع+فيديو	١
٢	٣١.٥%	٨٥	تقرير المراسلين	٢
٣	٧.٥%	٢٠	مذيع فقط	٣
٤	٧%	١٩	تقرير أرشيفي	٤
٥	٣.٨%	١٠	مذيع +صورة	٥
٦	١.٥%	٤	استضافة شخصية	٦
٧	١.١%	٣	مذيع +اتصال هاتفي	٧
٧	١.١%	٣	بث مباشر	٨
	١٠٠%	٢٦٩	المجموع	

ولمعرفة أساليب المعالجة الإخبارية في قناة آفاق الفضائية نطالع الجدول أعلاه ونجد أن أسلوب المذيع + الفيديو حصل على المرتبة الأولى بـ ١٢٥ تكرار وبنسبة ٤٦.٥% وبعده المرتبة الثانية لتقارير المراسلين بـ ٨٥ تكرار وبنسبة ٣١.٥% والمرتبة الثالثة للمذيع فقط بـ ٢٠ تكرار وبنسبة ٧.٥% وجاء أسلوب التقرير الإرشيفي بالمرتبة الرابعة بـ ١٩ تكرار وبنسبة ٧% والمرتبة الخامسة كانت لمذيع + صورة بعشرة تكرارات وبنسبة ٣.٨% والمرتبة السادسة لاستضافة شخصية بأربعة تكرارات وبنسبة ١.٥% والمرتبة السابعة لأسلوب المذيع + اتصال هاتفي والبث المباشر بثلاثة تكرارات وبنسبة ١.١% .

جدول رقم (٥) يبين القضايا المطروحة من قناة العراقية الفضائية

المرتبة	النسب المئوية	التكرار	القضايا المطروحة في نشرات الأخبار	ت
١	٣٦%	٣٧	قضية تحرير الموصل	١
٢	١٤.٥%	١٥	قضايا تخص البنى التحتية	٢
٣	٩.٩%	١٠	العلاقات العراقية-الدولية	٣
٤	٦.٩%	٧	قضايا السلام	٤

٥	%٥.٩	٦	قضايا إنسانية	٥
٦	%٤.٨	٥	القضايا الأمنية	٦
٦	%٤.٨	٥	قضايا البرلمان العراقي	٧
٧	%٣.٩	٤	إبراز صورة الحشد الشعبي في معارك التحرير	٨
٨	%٢.٩	٣	مكافحة الإرهاب	٩
٨	%٢.٩	٣	تحسين صورة القضاء العراقي	١٠
٩	%١.٩	٢	الدعم الدولي للإرهاب في العراق	١١
٩	%١.٩	٢	تطبيع العلاقات العراقية-الإيرانية	١٢
٩	%١.٩	٢	قضايا تخص الحرية والديمقراطية	١٣
١٠	%٠.٩	١	قضايا الفساد	١٤
١٠	%٠.٩	١	ربط الإرهاب بحزب البعث المنحل	١٥
لم تذكر	%٠	-	طرح الأزمات	١٦
لم تذكر	%٠	-	العلاقات العربية-الدولية	١٧
لم تذكر	%٠	-	الشأن السوري	١٨
لم تذكر	%٠	-	الشأن الخليجي	١٩
	%١٠٠	١٠٣	المجموع	

من خلال الجدول أعلاه يتبين أن قضية تحرير الموصل قد حصلت على المرتبة الأولى بتكرار قدره ٣٧ مرة وبنسبة مئوية بلغت ٣٦% بينما حصلت قضايا تخص البنى التحتية على المرتبة الثانية بتكرار قدره ١٥ مرة وبنسبة مئوية بلغت ١٤.٥% أما المرتبة الثالثة فكانت للعلاقات العراقية-الدولية بعشرة تكرارات وبنسبة مئوية قدرها ٩.٩% والمرتبة الرابعة لقضايا السلام بسبعة تكرارات وبنسبة ٦.٩% والخامسة للقضايا الإنسانية بستة تكرارات وبنسبة ٥.٩% والمرتبة السادسة للقضايا الأمنية وقضايا البرلمان العراقي بخمسة تكرارات وبنسبة ٤.٨% والمرتبة السابعة كانت لقضيتي إبراز صورة الحشد الشعبي في معارك التحرير وبتكرار بلغ

٤ وبنسبة مئوية بلغت ٣.٩% والمرتبة الثامنة كانت لقضيتي مكافحة الإرهاب وتحسين صورة القضاء العراقي بثلاثة تكرارات وبنسبة ٢.٩% بعدها المرتبة التاسعة لثلاثة قضايا وهي الدعم الدولي للإرهاب في العراق و تطبيع العلاقات العراقية-الإيرانية و قضايا تخص الحرية والديمقراطية بتكرارين وبنسبة ١.٩% أما المرتبة العاشرة فكانت لقضايا الفساد وربط الإرهاب بحزب البعث المنحل إذ ظهرت لمرة واحدة ونسبتها ٠,٩% ولم تذكر قضايا طرح الأزمات والعلاقات العربية-الدولية والشأن السوري والشأن الخليجي .

جدول رقم (٦) يبين أطر المسؤولية الاجتماعية الظاهرة في نشرات أخبار قناة العراقية الفضائية

المرتبة	النسب المئوية	التكرار	أطر المسؤولية الاجتماعية الظاهرة في نشرات الأخبار	ت
١	٢٥.٥%	١٢	متابعة أخبار البنى التحتية	١
٢	٢١.٣%	١٠	مساعدات إنسانية	٢
٣	١٥%	٧	متابعة الحالات الإنسانية	٣
٤	٨.٥%	٤	مفاوضات	٤
٤	٨.٥%	٤	تسويات سياسية	٥
٥	٦.٣%	٣	متابعة الحكومة لقضايا السلام	٦
٦	٤.٣%	٢	احترام الفكر الديمقراطي	٧
٦	٤.٣%	٢	تغيير اتجاه المواطنين	٨
٧	٢.١%	١	متابعة الفساد الإداري	٩
٧	٢.١%	١	طرح وجهات النظر المتعددة	١٠
٧	٢.١%	١	مساواة وتكافؤ	١١
لم تذكر	٠%	-	متابعة الأداء الحكومي	١٢
لم تذكر	٠%	-	متابعة الفساد الأمني	١٣
لم تذكر	٠%	-	متابعة الفساد الوزاري	١٤
	١٠٠%	٤٧	المجموع	

من خلال الجدول أعلاه نجد أن أطر المسؤولية الاجتماعية من خلال نشرات الأخبار في قناة العراقية الفضائية قد أخذت تسلسلاً ومراتب معينة إذ جاءت في المرتبة الأولى ومتابعة أخبار البنى التحتية بـ ١٢ تكرار وبنسبة مئوية ٢٥.٥% أما المرتبة الثانية فكانت من حصة المساعدات الإنسانية بعشرة تكرارات وبنسبة ٢١.٣% أما المرتبة الثالثة فكانت لمتابعة الحالات الإنسانية بسبعة تكرارات وبنسبة ١٥% والمرتبة الرابعة للمفاوضات و التسويات السياسية بأربعة تكرارات وبنسبة ٨.٥% والمرتبة الخامسة لمتابعة الحكومة لقضايا السلام بثلاثة تكرارات وبنسبة ٦.٣% أما المرتبة السادسة فكانت لاحترام الفكر الديمقراطي و تغيير اتجاه المواطنين بتكرارين وبنسبة ٤.٣% والمرتبة السابعة لمتابعة الفساد الإداري وطرح وجهات النظر المتعددة والمساواة والتكافؤ إذ ظهرت لمرة واحدة وبنسبة ٢.١% ولم تذكر متابعة الأداء الحكومي و متابعة الفساد الإداري و متابعة الفساد الوزاري .

جدول رقم (٧) يبين مصادر أخبار قناة العراقية الفضائية

المرتبة	النسب المئوية	التكرار	مصادر الأخبار	ت
١	٥٤%	٩٠	مراسلون	١
٢	٣٩%	٦٥	جهات رسمية	٢
٣	٢.٥%	٤	قنوات فضائية	٣
٤	١.١%	٢	وكالات الأنباء	٤
٤	١.١%	٢	شهود عيان	٥
٤	١.١%	٢	مصادر خاصة بالقناة	٦
٥	٠.٦%	١	منظمات إنسانية	٧
٥	٠.٦%	١	مواقع الكترونية	٨
	١٠٠%	١٦٧	المجموع	

من خلال الجدول أعلاه يتبين أن أسلوب المراسلين جاء بالمرتبة الأولى من مصادر أخبار العراقية بتسعين تكرار وبنسبة ٥٤% أما المرتبة الثانية لجهات

الرسمية ب٦٥ تكرار وبنسبة ٣٩% والمرتبة الثالثة للقنوات الفضائية بأربعة تكرارات وبنسبة ٢.٥% أما المرتبة الرابعة فكانت لوكالات الأنباء وشهود العيان ومصادر خاصة بالقناة بتكرارين وبنسبة ١.١% وجاءت بالمرتبة الخامسة المنظمات الإنسانية والمواقع الإلكترونية إذ ظهرت لمرة واحدة وبنسبة ٠.٦% .

جدول رقم (٨) يبين أساليب المعالجة الإخبارية في قناة العراقية الفضائية

المرتبة	النسب المئوية	التكرار	اساليب المعالجة الإخبارية	ت
١	٤٩%	٧٩	تقرير المراسلين	١
٢	١٠%	١٦	مذيع + فيديو	٢
٣	٩.٣%	١٥	استضافة شخصية	٣
٣	٩.٣%	١٥	مذيع فقط	٤
٤	٦.٨%	١١	بث مباشر	٥
٥	٥.٦%	٩	تقرير إرشيفي	٦
٦	٥%	٨	مذيع + صورة	٧
٦	٥%	٨	مذيع + اتصال هاتفي	٨
	١٠٠%	١٦١	المجموع	

ولمعرفة أساليب المعالجة الإخبارية في قناة العراقية الفضائية نشاهد الجدول أعلاه ونجد أن تقارير المراسلين حصلت على المرتبة الأولى ب٧٩ تكرار وبنسبة ٤٩% وبعده المرتبة الثانية لأسلوب المذيع + الفيديو ب١٦ تكرار وبنسبة ١٠% والمرتبة الثالثة لاستضافة شخصية ب١٥ تكرار وبنسبة ٩.٣% والمرتبة الرابعة للبث المباشر بتكرار بلغ ١١ مرة وبنسبة ٦.٨% أما المرتبة الخامسة لأسلوب التقرير الإرشيفي ب٩ تكرارات وبنسبة ٥.٦% والمرتبة السادسة لأسلوبي المذيع + اتصال هاتفي ولمذيع + صورة بثمانية تكرارات وبنسبة ٥% .

جدول رقم (٩) يبين القضايا المطروحة من قناة الشرقية الفضائية

المرتبة	النسب المئوية	التكرار	القضايا المطروحة في نشرات الأخبار	ت
١	٢٤.٤%	٥٥	قضايا الفساد	١
٢	١٨.٢%	٤١	قضايا إنسانية	٢
٣	١٣%	٢٩	قضايا البرلمان العراقي	٣

٤	٢٤	١٠.٧%	٤	قضايا تخص البنى التحتية
٥	٢٢	٩.٨%	٥	قضية تحرير الموصل
٦	١٢	٥.٤%	٦	طرح الأزمات
٧	١٠	٤.٥%	٧	العلاقات العراقية-الدولية
٨	٩	٤%	٨	قضايا السلام
٩	٧	٣.١%	٩	القضايا الأمنية
٩	٧	٣.١%	١٠	مكافحة الإرهاب
١٠	٥	٢.٢%	١١	قضايا تخص الحرية والديمقراطية
١١	٢	٠.٨%	١٢	تطبيع العلاقات العراقية-الإيرانية
١٢	١	٠.٤%	١٣	الشأن الخليجي
١٢	١	٠.٤%	١٤	العلاقات العربية-الدولية
لم تذكر	-	٠%	١٥	ربط الإرهاب بحزب البعث المنحل
لم تذكر	-	٠%	١٦	تحسين صورة القضاء العراقي
لم تذكر	-	٠%	١٧	الدعم الدولي للإرهاب في العراق
لم تذكر	-	٠%	١٨	الشأن السوري
لم تذكر	-	٠%	١٩	إبراز صورة الحشد الشعبي في معارك التحرير
	٢٢٥	١٠٠%		المجموع

من خلال الجدول أعلاه يتبين أن قضايا الفساد قد حصلت على المرتبة الأولى بـ ٥٥ تكرار وبنسبة ٢٤.٤% والقضايا الإنسانية على المرتبة الثانية بـ ٤١ تكرار وبنسبة ١٨.٢% أما المرتبة الثالثة فكانت لقضايا البرلمان العراقي بـ ٢٩ تكرار وبنسبة ١٣% والمرتبة الرابعة لقضايا تخص البنى التحتية بتكرار قدره ٢٤ مرة وبنسبة مئوية بلغت ١٠.٧% والمرتبة الخامسة لقضية تحرير الموصل بـ ٢٢ تكرار وبنسبة ٩.٨% أما المرتبة السادسة فكانت لقضية طرح الأزمات بـ ١٢

تكرار وبنسبة ٥.٤% أما قضية العلاقات العراقية-الدولية فحصلت على المرتبة السابعة بعشرة تكرارات وبنسبة ٤.٥% والمرتبة الثامنة لقضايا السلام بتسعة تكرارات وبنسبة ٤% أما القضايا الأمنية فكانت بالمرتبة التاسعة مع مكافحة الإرهاب بسبعة تكرارات وبنسبة مئوية بلغت ٣.١% أما المرتبة العاشرة فكانت لقضايا تخص الحرية والديموقراطية بخمسة تكرارات وبنسبة مئوية بلغت ٢.٢% وفي المرتبة الحادية عشرة جاءت قضية تطبيع العلاقات العراقية – الإيرانية بتكرارين وبنسبة ٠.٨% أما المرتبة الثانية عشرة فكانت لقضيتي الشأن الخليجي والعلاقات العربية-الدولية اذ ظهرت لمرة واحدة وبنسبة ٠.٤% ولم تذكر اربع قضايا وهي ربط الإرهاب بحزب البعث المنحل وتحسين صورة القضاء العراقي والشأن السوري وإبراز صورة الحشد الشعبي في معارك التحرير .

جدول رقم (١٠) يبين أطر المسؤولية الاجتماعية الظاهرة في نشرات أخبار قناة

الشرقية الفضائية

المرتبة	النسب المئوية	التكرار	أطر المسؤولية الاجتماعية الظاهرة في نشرات الأخبار	ت
١	١٧.٤%	٢٢	متابعة الفساد الإداري	١
٢	١٥.٩%	٢٠	متابعة الحالات الإنسانية	٢
٣	١٤.٣%	١٨	متابعة الفساد الوزاري	٣
٤	١٣.٥%	١٧	متابعة أخبار البنى التحتية	٤
٥	٨.٨%	١١	مساعدات إنسانية	٥
٦	٧.٢%	٩	متابعة الفساد الأمني	٦
٧	٦.٤%	٨	متابعة الأداء الحكومي	٧
٨	٤%	٥	متابعة الحكومة لقضايا السلام	٨
٩	٣.٢%	٤	مفاوضات	٩
٩	٣.٢%	٤	احترام الفكر الديمقراطي	١٠
١٠	٢.٣%	٣	مساواة وتكافؤ	١١
١١	١.٥%	٢	طرح وجهات النظر المتعددة	١٢

١١	%١.٥	٢	تسويات سياسية	١٣
١٢	%٠.٨	١	تغيير اتجاه المواطنين	١٤
	%١٠٠	١٢٦	المجموع	

من خلال الجدول أعلاه نجد أن أطر المسؤولية الاجتماعية من خلال نشرات الأخبار في قناة الشرقية الفضائية قد أخذت تسلسل ومراتب معينة إذ جاءت في المرتبة الأولى متابعة الفساد الإداري ب٢٢ تكرار وبنسبة ١٧.٤% أما المرتبة الثانية فكانت لمتابعة الحالات الإنسانية ب٢٠ تكرار وبنسبة ١٥.٩% والمرتبة الثالثة لمتابعة الفساد الوزاري ب١٨ تكرار وبنسبة ١٤.٣% والمرتبة الرابعة لمتابعة أخبار البنى التحتية ب١٧ تكرار وبنسبة ١٣.٥% أما المرتبة الخامسة فكانت للمساعدات الإنسانية ب١١ تكرار وبنسبة ٨.٨% أما المرتبة السادسة فكانت لمتابعة الفساد الأمني بتسعة تكرارات وبنسبة ٧.٢% أما المرتبة السابعة جاءت متابعة الأداء الحكومي بثمانية تكرارات وبنسبة ٦.٤% ومتابعة الحكومة لقضايا السلام جاءت في المرتبة الثامنة وبخمس تكرارات وبنسبة ٤% أما المرتبة التاسعة فكانت للمفاوضات و احترام الفكر الديمقراطي بأربعة تكرارات وبنسبة ٣.٢% والمرتبة العاشرة مساواة وتكافؤ وبنسبة ٢.٣% أما المرتبة الحادية عشرة جاءت طرح وجهات النظر المتعددة والتسويات السياسية بتكرارين وبنسبة ١.٥% أما المرتبة الأخيرة فكانت لتغيير اتجاه المواطنين إذ ظهرت مرة واحدة وبنسبة ٠.٨% .

جدول رقم (١١) يبين مصادر أخبار قناة الشرقية الفضائية

المرتبة	النسب المئوية	التكرار	مصادر الأخبار	ت
١	%٤٩.٢	١٠٠	مراسلون	١
٢	%١٢.٨	٢٦	جهات رسمية	٢
٣	%١١.٨	٢٤	مصادر خاصة بالقناة	٣
٤	%٨.٨	١٨	شهود عيان	٤
٥	%٦.٤	١٣	قنوات فضائية	٥
٦	%٦	١٢	منظمات إنسانية	٦

٧	٤%	٨	وكالات الأنباء	٧
٨	١%	٢	مواقع إلكترونية	٨
	١٠٠%	٢٠٣	المجموع	

من خلال الجدول أعلاه يتبين أن فئة المراسلين حصلت على المرتبة الأولى بمائة تكرار وبنسبة ٤٩.٢% والمرتبة الثانية للجهات الرسمية بـ ٢٦ تكرار وبنسبة ١٢.٨% أما المرتبة الثالثة فكانت لمصادر خاصة بالقناة بـ ٢٤ تكرار وبنسبة ١١.٨% والمرتبة الرابعة لشهود العيان بـ ١٨ تكرار وبنسبة ٨.٨% أما المرتبة الخامسة فكانت للقنوات الفضائية بتكرار بلغ ١٣ مرة وبنسبة ٦.٤% أما المرتبة السادسة للمنظمات الإنسانية بـ ١٢ تكرار وبنسبة ٦% والمرتبة السابعة لوكالات الأنباء بثمانية تكرارات وبنسبة ٤% والمرتبة الثامنة للمواقع الإلكترونية بتكرارين وبنسبة ١% .

جدول رقم (١٢) يبين أساليب المعالجة الإخبارية في قناة الشرقية الفضائية

المرتبة	النسب المئوية	التكرار	اساليب المعالجة الإخبارية	ت
١	٣٧.٦%	٥٨	تقرير المراسلين	١
٢	١٧.٥%	٢٧	استضافة شخصية	٢
٣	١٣.٦%	٢١	مذيع + اتصال هاتفي	٣
٤	١١%	١٧	مذيع + فيديو	٤
٥	٩.٨%	١٥	تقرير ارشيفي	٥
٦	٦.٥%	١٠	مذيع + صورة	٦
٧	٢%	٣	بث مباشر	٧
٧	٢%	٣	مذيع فقط	٨
	١٠٠%	١٥٤	المجموع	

ولمعرفة أساليب المعالجة الإخبارية في قناة الشرقية الفضائية نشاهد الجدول أعلاه ونجد أن تقارير المراسلين حصلت على المرتبة الأولى بـ ٥٨ تكرار وبنسبة ٣٧.٦% وبعدها المرتبة الثانية لاستضافة شخصية بـ ٢٧ تكرار وبنسبة ١٧.٥% والمرتبة الثالثة لأسلوب المذيع + اتصال هاتفي بـ ٢١ تكرار وبنسبة ١٣.٦% والمرتبة الرابعة لأسلوب المذيع + الفيديو بـ ١٧ تكرار وبنسبة ١١% والمرتبة الخامسة لأسلوب التقرير الارشيفي بـ ١٥ تكرار وبنسبة مئوية بلغت ٩.٨% أما

المرتبة السادسة كان لأسلوب المذيع + الصورة بعشرة تكرارات وبنسبة ٦.٥%
والمرتبة السابعة لأسلوب البث المباشر والمذيع فقط بثلاثة تكرارات وبنسبة ٢% .
جدول رقم (١٣) يبين تراتبية القضايا المهمة المطروحة بالقنوات الثلاث المختارة

كعينة

ت	القضايا	آفاق	العراقية	الشرقية
		المرتبة	المرتبة	المرتبة
١	قضية تحرير الموصل	الأولى	الأولى	الخامسة
٢	القضايا الأمنية	الثانية	السادسة	التاسعة
٣	قضايا السلام	الثالثة	الرابعة	الثالثة
٤	قضايا البرلمان العراقي	الرابعة	السادسة	الثالثة
٥	العلاقات العراقية-الدولية	الخامسة	الثالثة	السابعة
٦	تطبيع العلاقات العراقية-الإيرانية	السادسة	التاسعة	الحادية عشرة
٧	إبراز صورة الحشد الشعبي في معارك التحرير	السابعة	السابعة	لم تذكر
٨	قضايا تخص البنى التحتية	السابعة	الثانية	الرابعة
٩	تحسين صورة القضاء العراقي	الثامنة	الثامنة	لم تذكر
١٠	مكافحة الإرهاب	الثامنة	الثامنة	التاسعة
١١	قضايا إنسانية	الثامنة	الخامسة	الثانية
١٢	قضايا الفساد	الثامنة	العاشر	الأولى
١٣	الشأن السوري	الثامنة	الحادية عشرة	لم تذكر
١٤	الدعم الدولي للإرهاب في العراق	التاسعة	التاسعة	لم تذكر
١٥	ربط الإرهاب بحزب البعث المنحل	التاسعة	العاشر	لم تذكر
١٦	قضايا تخص الحرية والديمقراطية	التاسعة	التاسعة	العاشر
١٧	طرح الأزمات	العاشر	الحادية عشرة	السادسة
١٨	العلاقات العربية-الدولية	العاشر	الحادية عشرة	الثانية عشرة
١٩	الشأن الخليجي	العاشر	لم تذكر	الثانية عشرة

وبعد تحليل مضمون نشرات الأخبار في القنوات الثلاث لابد من مقارنة الفئات التي خرجت في مجال القضايا المطروقة وأطر المسؤولية الاجتماعية ومصادر كل قناة وأساليب المعالجة .

جدول رقم (١٤) يبين تراتبية أطر المسؤولية الاجتماعية المطروحة بالقنوات الثلاث المختارة كعينة

ت	أطر المسؤولية الاجتماعية	آفاق	العراقية	الشرقية
		المرتبة	المرتبة	المرتبة
١	متابعة الفساد الإداري	الخامسة	السابعة	الأولى
٢	متابعة الحالات الإنسانية	الرابعة	الثالثة	الثانية
٣	تسويات سياسية	الأولى	الرابعة	الحادية عشرة
٤	متابعة أخبار البنى التحتية	السابعة	الأولى	الرابعة
٥	احترام الفكر الديمقراطي	السابعة	السادسة	التاسعة
٦	متابعة الفساد الأمني	الأولى	لم تذكر	السادسة
٧	متابعة الأداء الحكومي	الثانية	لم تذكر	السابعة
٨	متابعة الحكومة لقضايا السلام	السادسة	الخامسة	الثامنة
٩	مفاوضات	السادسة	الرابعة	التاسعة
١٠	مساعدات إنسانية	الخامسة	الثانية	الخامسة
١١	مساواة وتكافؤ	الثامنة	السابعة	العاشرة
١٢	طرح وجهات النظر المتعددة	الثامنة	السابعة	الحادية عشرة
١٣	متابعة الفساد الوزاري	الثالثة	لم تذكر	الثالثة
١٤	تغيير اتجاه المواطنين	السابعة	السادسة	الثانية عشرة

جدول رقم (١٥) يبين تراتبية مصادر أخبار القنوات الثلاث المختارة كعينة

ت	مصادر الأخبار	آفاق	العراقية	الشرقية
		المرتبة	المرتبة	المرتبة
١	وكالات الأنباء	الخامسة	الرابعة	السابعة
٢	جهات رسمية	الأولى	الثانية	الثانية
٣	مصادر خاصة بالقناة	الثالثة	الرابعة	الثالثة

٤	مواقع إلكترونية	السادسة	الخامسة	الثامنة
٥	قنوات فضائية	الرابعة	الثالثة	الخامسة
٦	منظمات إنسانية	الثامنة	الخامسة	السادسة
٧	مراسلون	الثانية	الأولى	الأولى
٨	شهود عيان	السابعة	الرابعة	الرابعة

جدول رقم (١٦) يبين تراتبية أسلوب المعالجة الإخبارية للقنوات الثلاث المختارة كعينة

ت	أسلوب المعالجة الإخبارية	آفاق	العراقية	الشرقية
		المرتبة	المرتبة	المرتبة
١	مذيع + صورة	الخامسة	السادسة	السادسة
٢	استضافة شخصية	السادسة	الثالثة	الثانية
٣	مذيع + اتصال هاتفي	السابعة	السادسة	الثالثة
٤	مذيع فقط	الثالثة	الثالثة	السابعة
٥	تقرير ارشيفي	الرابعة	الخامسة	الخامسة
٦	تقرير المراسلين	الثانية	الأولى	الأولى
٧	بث مباشر	السابعة	الرابعة	السابعة
٨	مذيع + فيديو	الأولى	الثانية	الرابعة

الاستنتاجات :

١- من خلال الاطلاع على تراتبيات القضايا المهمة المطروحة بالقنوات الثلاث موضوع الدراسة نجد أن قضية الموصل قد شغلت المرتبة الأولى في كل من قناتي آفاق الفضائية والعراقية الفضائية في الفترة التي كانت معارك تحرير الجانب الأيسر مستمرة بينما احتلت المرتبة الخامسة في قناة الشرقية الفضائية وبالمقابل اتخذت قضايا الفساد المرتبة الأولى في الشرقية والقضايا الإنسانية المرتبة الثانية وقضايا البرلمان العراقي المرتبة الثالثة وكل هذه القضايا تحمل أطر المسؤولية الاجتماعية وظهرت على شكل حقائق ووثائق رسمية ولقاءات ومصادر رسمية نستدل من ذلك أن قناة الشرقية لم يكن تركيزها على معارك

الموصل بقدر تركيزها على متابعه الفساد الحكومي والإداري وذلك يعتبر من أساسيات المسؤولية الاجتماعية ولكن من جهة أخرى فإن عدم إيلائها أهمية لتغطية أحداث الموصل والتي تعتبر القضية الرئيسية التي تهم الجمهور بسبب المعاناة والجور الذي يتعرض له ساكنو تلك المناطق والإرهاب الذي يتعرضون له فضلاً عن معاناة النازحين من الموصل وعدم وجود المأوى والطعام علماً أن الشرقية قد ركزت على القضايا الإنسانية .

٢- اتخذت القضايا الأمنية في قناة آفاق المرتبة الثانية بينما اتخذت قضايا الاهتمام بالبنى التحتية المرتبة الثانية في العراقية ولكن التغطية هنا كانت بعيدة عن الواقع الذي نعيشه وهو إظهار الجانب الإيجابي فقط وتقديم المشاريع على قدم وساق كانت طريقة عرض المشاريع بطريقة مبالغ فيها ولم يشاهد المتلقي شيئاً ملموساً على أرض الواقع وبالتالي الخبر لا يوضح ويتابع المشاريع مما يجعل المتلقي لا يصدق الخبر .

٣- أغفلت العراقية متابعة سلبيات الأداء الحكومي والفساد الأمني والوزاري ولم تظهر من خلال نشراتها العشر خلال مدة البحث وهذا أمر غير منطقي بينما آفاق طرحتها وكذلك الشرقية وهذه النقطة ليست في صالح العراقية لأنه يظهر أن هناك تعميماً إعلامياً حكومياً حول هذه النقطة إذا ما عرفنا أن القناة حكومية وتمثل الحكومة وناطقها باسمها .

٤- هناك تهميش واضح من قبل قناة العراقية للشأن السوري والخليجي وطرح الأزمات ولم تظهر خلال مدة البحث على الرغم من أن الشأن السوري ذو صلة وثيقة بالوضع الراهن في العراق ولا سيما في قضية تحرير الموصل التي حصلت كقضية على المرتبة الأولى في قضايا العراقية الفضائية.

٥- نلاحظ أن القضايا التي تربط حزب البعث المنحل بالإرهاب وتحسين صورة القضاء العراقي والدعم الدولي للإرهاب في العراق لم تظهر في قناة الشرقية خلال مدة البحث وهذا الشيء في صالح القناة باستثناء النقطة الأخيرة إذ يدل على عدم تبعية القناة أو تبعيتها لحزب ما فيما يخص حزب البعث المنحل لأن مثل هذه القضايا بحاجة إلى أدلة ملموسة وليست مجرد كلام وبما أن قضايا

كشفت الفساد حصلت على أولويات القناة فبال تأكيد أن تلميع وتحسين صورة القضاء العراقي لا تظهر إلا أن قضية الدعم الدولي للإرهاب في العراق لم تظهر فهذه نقطة ضدها كون أن هذه النقطة أصبحت مطروقة ومعروفة ومفضوحة من خلال تدخل دول الجوار العراقي ودعمها للإرهاب من خلال الإثباتات والأدلة التي تقدم وتظهر على شاشات التلفزيون .

٦- لم يظهر الشأن السوري على الرغم من صلته بموضوع العراق في قناة الشرقية وهذا يحسب ضدها وصورة الحشد الشعبي لم يتم التطرق لها لا بالسلب ولا بالإيجاب والاكْتفاء باسم القوات الأمنية أو الجيش العراقي وهذه من أطر المسؤولية الاجتماعية .

٧- القنوات الثلاث استخدمت مصادر موثوقة سواء أفاق متمثلة بالجهات الرسمية والعراقية والشرقية فمصدر المراسلين احتل المراتب الأولى في القنوات جميعاً بينما ظهرت المصادر الخاصة بالقناة التي هي مجهولة الهوية على الدوام في كل من افاق والشرقية بمرتبة متقدمة وهي الثالثة وهذه محل شك وتحتمل الصدق أو الكذب طالما كانت مجهولة الهوية .

٨- في أسلوب المعالجة الإخبارية حصلت تقارير المراسلين في كل من العراقية والشرقية على المرتبة الأولى وهذا يعطي إقناعاً أكثر للمشاهد بمصداقية الخبر إذ يرى أمامه التقرير المصور وكذلك اللقاءات والتصريحات الرسمية ومن أصحاب العلاقة وأسلوب المذيع فقط برز في المرتبة الثالثة وهي مرتبة متقدمة في كل من العراقية وأفاق وهذا الأسلوب يصيب المشاهد بالملل ويشنت ذهنه .

المصادر

- ١- طارق عبد الحميد السامرائي، منهجية حديثة في البحث العلمي الأكاديمي للدراسات الجامعية العليا (بغداد : دار الانوار).
- ٢- كامل القيم، مناهج وأساليب كتابة البحث العلمي في الدراسات الإنسانية (بغداد: مركز حمورابي للبحوث والدراسات الاستراتيجية، ٢٠١٢).
- ٣- د. فلاح كاظم المحنة، علم الاتصال بالجماهير. الأفكار. النظريات الأنماط (عمان :مؤسسة الوراق ٢٠٠٥).
- ٤- شاكر إبراهيم، الإعلام ووسائله ودوره في التنمية.
- ٥- محمد سيد فهمي، الإعلام في المنظور الاجتماعي.
- ٦- شارلز دايت، المنظور الاجتماعي للاتصال الجماهيري.
- ٧- عمارة نجيب، الإعلام في ضوء الإسلام.
- ٨- محاضرات في نظرية المسؤولية الاجتماعية :
<https://heiearn.unir-ovargla.dz>
- ٩- محمد حسام الدين، المسؤولية الاجتماعية للصحافة، (القاهرة :المكتبة الإعلامية-الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠٣) ص ٢٢-٢٣ .
- ١٠- تامي نصيره ، نظرية التآطير وبحوث الإعلام والاتصال :الاستخدامات وسبل ترشيدها taminaceradz@yahoo.fr
- ١١- نسرين محمد عبده حسونة، نظريات الإعلام والاتصال، نقلا عن انتصار سالم، دور الصحف المصرية في تشكيل معارف جمهور القراء واتجاهاتهم نحو القضايا السياسية، دراسة تطبيقية، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة الزقازيق، كلية الآداب، ٢٠٠٩ .
- ١٢- ميرال مصطفى عبد الفتاح، معالجة القضايا الخارجية في النشرات الإخبارية الإنجليزية التي تقدمها القنوات الفضائية العربية، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الإعلام بكلية الآداب، جامعة عين شمس بالقاهرة، ٢٠٠٧.

- ١٣- محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التفكير ط٢ (القاهرة: عالم الكتب، ٢٠٠٤).
- ١٤- نظريات الإعلام والاتصال constantine3.blogspot.com ٢٩ جانيفوري ٢٠١٤.
- ١٥- صفحة اقلام هادفة Dr.ekbal د. إقبال المؤمن ،نظرية التأطير الإعلامي
hhp://www.blogger.com/profile/10804630869809332
673
- ١٦- عبد العزيز شرف،فن التحرير الإعلامي(القاهرة:الهيئة المصرية العامة للكتاب،١٩٨٧).
- ١٧- علي عقلة نجادات ،العوامل المؤثرة في تحديدي الاتجاهات الإخراجية في الصحف الأردنية اليومية خلال التسعينات ،أطروحة دكتوراه (القاهرة: جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ٢٠٠٠).
- ١٨- محرز حسين غالي، العوامل الإدارية المؤثرة على السياسة التحريرية في الصحف المصرية، رسالة ماجستير (القاهرة: كلية الإعلام ،جامعة القاهرة، ٢٠٠٣).
- ١٩- هالة إسماعيل بغدادي، صناعة المعرفة وقيود الحرية، رؤية نقدية في واقع الصحافة التلفزيونية العربية، المكتب الجامعي الحديث، ٢٠١١.
- ٢٠- فربال مهنا، علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية(دمشق: دار الفكر المعاصر، ٢٠٠٢).
- ٢١- هاني محمد علي، العوامل المؤثرة على التحرير الصحفي في المجالات الأسبوعية الإخبارية ، رسالة ماجستير (القاهرة: كلية الإعلام ،جامعة القاهرة، ١٩٩٧).

22- Teel.l.r.and taylor.r.An introduction to joulism ,intothe news room,second edition,(chester:the globe pegout prees ,1988)

- 23- Belsey. A.andchadwick. R.Ethical issues in journalism and the media.london,routledge,1997,
- 24- Megev.p.pablic journalism and tu problem of objectivity ,http://www.unc.edu/pmyer/ire95 pj.htm
- 25- Ferguson,Donald.l.and patten.j.journalism today ,(usa ;natiand texlook company) ,1986.
- 26- Cohen.E.p and Elliot.d.journalism ethics,(ox fond; abc. clio,1992) .
- 27- Rosen.j.gelting the connections right;public journalism and the trouble in the press 1998
- 28- Mc nair.b.the sociology of journalism (usa; oxforduniversjty press,1998.
- ٢٩- سليمان صالح، ثورة الاتصال وحرية الإعلام،(الكويت: مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، ٢٠٠٧)
- 30- .Iggers.j.good news.badnews journalism ethics and the public interest.(usa;west riew,1999,p,92;
- ٣١- برنامج الحوار الإعلامي : news BBCworld service trust.. bbc.co.uk/hi/arabic/about-7690250.stm
- ٣٢- هالة محمد إسماعيل بغداددي، دور التلفزيون المصري في التبادل الإخباري العربي ،رسالة ماجستير غير منشورة ،القاهرة كلية الإعلام ١٩٩٤ ص ٦٥ .
- ٣٣- محمد مهني ،القضايا التي تعالجها برامج الرأي في الراديو والتلفزيون المصري ، أطروحة دكتوراه ،القاهرة .كلية الإعلام ،جامعة القاهرة .
- ٣٤- عبد العزيز شرف ،فن التحرير الإعلامي (القاهرة /العيئة المصرية للكتاب ،١٩٨٧) ص ٢٧٨-٢٧٩ .

**الدلالات الرمزية لمعاني التسامح في النشرات
الإخبارية (دراسة تحليلية في حصاد قناة
الشرقية الفضائية)**

د. إيمان علي خميس

كلية الإعلام - الجامعة العراقية

المقدمة :

تعد اللغة عنصراً رئيساً وأداة مهمة وفاعلة في العلاقات البشرية التي تعتمد الى التخاطب والتواصل فاللغة موضوع يستحق الدراسة لذلك لا بد من الوقوف على دراسة المعنى وعلاقته بالسياق^(١) ، فكانت أهم الموضوعات التي يتناولها علم الدلالة هي (أي شيء يقوم بدور العلامة أو الرمز)^(٢) والتي قد تكون علامات على الطريق أو إشارة باليد أو إيماء بالرأس كما قد تكون كلمات وجملا وما يهمننا في هذه الدراسة الرمز المتضمن معنى التسامح لدورها الفاعل والأساس في رقي المجتمعات فبالإسماح تسمو المجتمعات كونها تبتعد عن العنف والتطرف والمشادات وبما إن الدلالات الرمزية وسيلة مهمة إبداعية تحمل مضامين تعبر عن رؤى وأفكار إذ تبتعد عن المباشرة في الخطاب والتقليد لإثارة المتلقي وشد انتباهه وبالنتيجة التأثير فيه وهي الغاية المنشودة ، إذ لا بد أن نخوض فيه لبيان مدى توظيفه في إحدى وأهم الوسائل الإعلامية وهي التلفزيون لما فيه من دور فاعل في بناء المجتمعات وتغيير الاتجاهات والمواقف بدليل مقولة شارل ديغول : (أعطيني هذه الشاشة الصغيرة وأنا أغير الشعب الفرنسي)^(٣)، فاعتمدت الباحثة المنهج التأويلي فجاء اختيار الباحثة لواحدة من تلك القنوات الفضائية العراقية وهي قناة (الشرقية) الفضائية فسلطت الضوء على الدلالات الرمزية المتضمنة لمعاني التسامح . وقد قسمت بحثي على ثلاثة فصول :تضمن الفصل الأول : الإطار المنهجي للبحث إذ تم تحديد المشكلة والأهمية والأهداف والمنهج والعينة أما الفصل الثاني فقد

(١) ينظر: د.إيلي خلف السبعان، اللغة العربية المعاصرة دراسة وتحليل في لغة الاعلام ، مطبعة الكويت العصرية، ط٢، ٢٠١١، ص١٥٩-١٦٠.

(٢) أحمد مختار عمر، علم الدلالة ، القاهرة عالم الكتب، ط١، ١٩٨٥، ص١١-١٢

(٣) ياس خضير البياتي: دراسات معاصرة في الاعلام والدعاية، دار الحكمة للطباعة والنشر، بغداد، ١٩٩١، ص١٦٣-١٦٤.

وضحت فيه مفهوم الدلالات الرمزية والتسامح أما الفصل الثالث فقد خصصته للدراسة الميدانية (التحليل الكمي للنشرات الإخبارية الرئيسية) الحصاد في قناة الشرقية وتضمنت الدراسة الاستنتاجات والنتائج والتوصيات التي يمكن أن تخدم عمل القناة بالاستناد إلى الأرقام التي أظهرتها الدراسة .

الفصل الأول-الإطار المنهجي

أولاً: أهمية البحث

تأتي أهمية البحث من أهمية المشكلات التي يثيرها والموضوعات التي يتناولها والمجالات التي يمتد لها^(١).

للموضوع عدد من الأهميةات تلخصها الباحثة بالآتي :

١- الأهمية العلمية (الموضوعية) : إن دراسة الدلالات الرمزية المستخدمة في نشرات الأخبار للإشارة إلى معاني التسامح بين المعنى الضمني للأهداف ونوايا السياسة الإعلامية المتبعة في خلق فكرة التسامح فالتسامح يدعو إلى المعاشية والسلم الأهلي ومن خلال التكرارات لهذه الدلالات يعطي قيمة علمية لأهمية دراسة الرسائل الاتصالية وما توفره من فكر لتطور علم الاتصال اللغوي .

٢- الأهمية الاجتماعية : إن زيادة معاني التسامح وتكرارها على أذن الجمهور تسهم في خلق أرضية خصبة لبناء مجتمع يتقبل الآخر ويستطيع ان يتعايش معه.

ثانياً:- مشكلة البحث

تعرف المشكلة البحثية انها (أية ظاهرة أو حدث أو سلوك أو علاقة تحتاج الى وصف وتفسير)^(٢) وتعرف ايضاً بأنها موقف غامض او فكرة او مفهوم تحتاج الى البحث او الدراسة العلمية للوقوف على مقدماتها وبناء العلاقات بين عناصرها،

(١) غازي حسين عناية ، اعداد البحث العلمي (الاسكندرية : مؤسسة شباب الجامعة ، ١٩٨٦) ص ٣.

(٢) د. محمد راسم الجمال ، مقدمة في البحث في الدراسات الإعلامية (القاهرة : مركز جامعة القاهرة

للتعليم المفتوح ، ١٩٩٩) ص ٦٥

ونتاؤها الحالية واعادة صياغتها عن طريق نتائج الدراسة ووضعها في الاطار العلمي. (١)

وتنطلق مشكلة الدراسة من تساؤل رئيس هو

ما أبرز الدلالات الرمزية لمفهوم التسامح التي ترد في نشرات الأخبار؟

ويتفرع إلى التساؤلات الآتية :

١- ما المقصود بالدلالات الرمزية ؟

٢- أي المعاني التي تشير إلى التسامح ؟

٣- ما أبرز معاني التسامح والأكثر تكرارا في نشرات الأخبار؟

ثالثا:- أهداف البحث

لكل بحث أهداف محددة نسعى للوصول إليها ويمكن تحديد أهداف البحث في

النقاط الآتية:-

١- الكشف عن أبرز الدلالات الرمزية لمفهوم التسامح الواردة في النشرات الاخبارية .

٢- تعرف مفهوم هذه الدلالات الرمزية وتحديد هذا المفهوم وبيان الاشارات اللغوية فيه.

٣- شرح أبرز معاني التسامح من خلال تحديد تكراراتها .

٤- تحديد معاني التسامح وتمييزها عن غيرها من المعاني.

رابعا:- منهج البحث

يعد هذا البحث من البحوث الوصفية استخدمت الباحثة تحليل المضمون

لتحديد دلالات ومعاني التسامح في نشرات الاخبار

إذ يعرف تحليل المضمون انه (الوصف الموضوعي المنظم والكمي للمضمون

الظاهر للاتصال)(١)

(١) محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات العلمية، القاهرة، عالم الكتب، ٢٠٠٠، ص ٧٠.

وقد تم اعتماد عينة بسيطة عشوائية من خلال متابعة نشرات الأخبار لمدة زمنية معينة وتسجيلها لاستخراج الفئات واعتمد وحدة الموضوع كوحدة اساسية في التحليل .

خامسا:- مجتمع البحث وعينته

مجتمع البحث هي كل نشرات الاخبار التي تحمل في طياتها معاني ودلالات التسامح والمصالحة الوطنية أما العينة فتعرف بانها(ذلك الجزء من المجتمع التي يجري اختيارها على وفق قواعد وطرائق علمية بحيث تمثل المجتمع تمثيلا صحيحا).^(٢)

فالعينة هي المدة الزمنية المحصورة من(١/٢١-٢/٢١)^(٣)ولشهر كامل تم تسجيل نشرات الأخبار الرئيسة البالغ عددها(٣٢)ومدة انتهاء النشرة كان متفاوتا كحد أدنى(ما بين ٧٤ — ٩٧)ومجموع الوقت بالنسبة للعينة الكلية هو(٢٧٢٠) دقيقة

سادسا:- أدوات البحث

١- الملاحظة تعرف في البحث العلمي بانها(طريقة علمية منهجية مخطط لها بطريقة واعية من أجل تحقيق أهداف البحث)^(٤)

وتوفر الملاحظة أيضا (وصفا حيا للحياة الاجتماعية والثقافية على نحو يفوق ما توفره أساليب البحث الأخرى وبذلك تضيف الى نتائج البحث شكلا فريدا من الواقعية)^(٥) وتستخدم الملاحظة أداة أساسية في البحث العلمي لأنها تساعد الباحث في تحديد عنوان البحث ومن ثم المشكلة والأداة والمنهج .

^(١) د. حميد جاعد محسن الدليمي : أساسيات البحث المنهجي ، الجزء الاول ، بغداد ، شركة الحضارة للطباعة والنشر ، ٢٠٠٤ ، ص ٩٦ .

^(٢) محمد ازهر سعيد، حبيب سعيد الصاوي، اصول البحث العلمي، بغداد، مديرية مطبعة الجامعة، ١٩٨٦، ص ٥١ .

^(٣) المدة كانت مختارة من ١/٢٠ لكن تم تغييرها الى ١/٢١ بسبب التغطية لتنصيب ترامب .

^(٤) سعد لبيب ، دراسات في العمل التلفزيوني (بغداد : مركز التوثيق الإعلامي لدول الخليج العربي ، ١٩٨٤) ص ١٠٤

^(٥) راسم محمد الجمال ، مصدر سابق ، ص ٢٠٠

٢- استمارة التحليل : بعد ان قامت الباحثة بمتابعة النشرة الاخبارية على مدى (٣٢) يوما وتسجيلها ومن ثم تحويلها إلى مادة مكتوبة بهدف استخراج الفئات الرئيسية والفرعية وتم تعميم استمارة تحليل وعرضها على خبراء لبيان صلاحيتها للدراسة .

سابعا:- مجالات البحث

- ١ . **حدود زمانية :-** يتمثل في الوقت الذي حددته الباحثة للتطرق اليه واقتصر البحث من الناحية الزمانية على شهر واحد من ١/٢١ — ٢/٢١ / ٢٠١٧ تناولت الباحثة خلالها النشرة الاخبارية الرئيسية (الحصاد) في قناة الشرقية في الساعة العاشرة ليلا.
- ٢ . **حدود مكانية :-** تعد قناة الشرقية مجالا مكانيا للبحث ولا سيما النشرة الاخبارية الرئيسية (الحصاد) التي تقدمها القناة اذ تم اختيارها عينة للبحث .
- ٣ . **حدود موضوعية :-** قضايا وموضوعات التسامح في نشرات الاخبار .

ثامنا:- مصطلحات البحث

١- الدلالة الرمزية : وهي الدلالات اللغوية التي تكتسب من مخزون اجتماعي وثقافي معين ، وان المعنى اللغوي لأية لغة ينطلق من معنى المفردة من حيث حالتها المعجمية ، ومتابعة تصورات الدلالية ، والتغييرات التي تأخذها الكلمة في السياقات المختلفة مع الأخذ في الاعتبار الصعوبات التي واجهت علم الدلالة نفسه كعدم محدودية المصطلح لأسباب بيئية وثقافية والتصورات والتخيلات ومتطلبات السياق^(١)

٢- التسامح :

لغة : مادة (سمح) تدل على السلاسة والسهولة و المسامحة والمساهلة^(٢) .

^(١) د. عوض هاشم المحاضر بقسم الاعلام والسياحة والفنون كلية الاداب - جامعة البحرين ،اشكالية المصطلح في الخطاب الاعلامي العربي المعاصر ص ١١٠-١١١

^(٢) محمد بن أبي بكر بن عبدالقادر الرازي،مختار الصحاح ،دار الرسالة ،الكويت ،ص ٣١٢.

أما التسامح اصطلاحاً: هو مفهوم يعني العفو عند المقدرة وعدم رد الإساءة بالإساءة والترفع عن الصغائر والسمو بالنفس البشرية إلى مرتبة أخلاقية عالية^(١).

مما تقدم يتضح ان هذه الخصلة الحميدة امتازت بقبول الاخر والتساهل معه رغم الاختلاف السياسي،الديني،المذهبي،الحضاري.

الفصل الثاني - ماهية الدلالة والرمز

المبحث الأول مفهوم الدلالة والرمز :

يعرف علم الدلالة (هو ذلك الفرع الذي يدرس الشروط الواجب توافرها في الرمز في يكون قادرا على حمل المعنى) (٢)

أما (أهم الموضوعات التي يتناولها علم الدلالة أي شيء يقوم بدور العلامة أو الرمز وهذه العلامات أو الرموز قد تكون علامات على الطريق وقد تكون إشارة باليد أو ايماء بالرأس كما قد تكون كلمات وجملا) (٣)

ويعرف الرمز بأنه (مثير بديل يستدعي لنفسه الاستجابة نفسها التي قد يستدعيها شيء آخر عند حضوره) (٤) لذلك قيل ان الكلمات رموز لأنها تمثل شيئاً غير نفسها

علم الرموز **semiology** هو الدراسة العلمية للرموز اللغوية وغير اللغوية بعدها أدوات اتصال ويعرفه دي سوسير بأنه : (العلم الذي يدرس الرموز بصفة عامة ويعد علم اللغة أحد فروعها)^(٥)

(١) mawdoo3.com

(٢) أحمد مختار عمر، علم الدلالة، ص ١١.

(٣) المصدر نفسه، ص ١١-١٢

(٤) المصدر السابق ص ١٢

(٥) أحمد مختار عمر ص ١٤

ويضم علم الرموز الاهتمامات الثلاثة الآتية^(١):

- ١) دراسة كيفية استخدام العلامات والرموز كوسائل اتصال في اللغة المعينة .
- ٢) دراسة العلاقة بين الرمز وما يدل عليه أو يشير إليه.
- ٣) دراسة الرموز في علاقاتها بعضها ببعض .

فرق جورج ميد بين الاشارات ذات المعنى أو الرموز التي تضمن الشعور بها وبين الاشارات التي لا تحمل معنى والاشارات ذات المعنى هي تلك الاشارات التي يعينها الناس لأنفسهم وللآخرين وهي ترادف النطق في فهم المعنى^(٢)

فرق العلماء بين الاشارات وهي التي تسمى علامات في بعض الاحيان وبين الرموز فيقال ان صوت المطر مثلا هو اشارة إلى وجود المطر ولكن هناك عملية أخرى أكثر تعقيدا وتتمثل في الحديث عن المطر هنا تنتج الاشارة اللفظية لتحل محل اشارة اخرى بسيطة وهي صوت المطر ومن هنا يقال ان الاشارة هي التي تظهر بصورة طبيعية وتلقائية وهي مجرد مؤشر بسيط اما الاشارة التي انتجت بطريقة غير مقصودة فهي تعرف بانها تقوم بدور البديل الذي يحل محل اشارة أخرى تماثلها وليست حالات يصعب تصنيفها ولكن يمكن القول ان الاشارات تحدث بطريقة طبيعية والرمز بصورة مقصودة^(٣)

الاتصال اللفظي

الألفاظ أصوات محلها من الأسماع محل النواظر من الأبصار وذهب بعضهم إلى القول ان الألفاظ أصوات متعارف عليها واللفظة قبل كل شيء صوت ينطق به الانسان وما الكلمة المكتوبة الا اشارة تستخدمها العين وترمز إلى الكلمة الملفوظة التي تتوجه إلى الأذن^(٤)

(١) المصدر نفسه ص ١٥

(٢) د. منير محمد حجاب (الموسوعة) المبحث الثالث الاتصال اللفظي وغير اللفظي ص ٢٩٦

(٣) د. منير حجاب ص ٢٩٨ - ٢٩٩.

(٤) د. ماهر مهدي هلال : جرس الألفاظ، دار الرشيد، بغداد، ١٩٩٤، ص ١٣ - ٢٠.

فاللغة اللفظية هي العامل المشترك الاعظم بين كل عناصر العملية من مرسل ومستقبل ورسالة ووسيلة اتصال^(١)

يختلف الانسان بطبيعته عن بقية المخلوقات من خلال قدرته على تخليق الرموز وتوظيفها في اتصاله عبر الأزمنة وتعد اللغة كنظام رمزي اجتماعي أهم السمات التي تميز الانسان كائنا قادرا على الاتصال وتبادل المعرفة مع الاخرين فضلا عن عداها وعاء توصيلي جيد للحفاظ على الموروث الثقافي عبر الأزمنة^(٢)

المعنى الخاص بالألفاظ يتميز بمستويين الاول المعنى الاصطلاحي المتفق عليه في القواميس والمعجمات والمستوى الثاني الضمني وهو الصورة الذهنية التي يرسمها الرمز في أذهاننا والتي بموجبها تحمل دلالات ضمنية شخصية خاصة بنا تختلف عن المعنى المتعارف عليه فالمعنى في الانسان وليس في الألفاظ وهذا ما أكده جورج هيربرت في ثلاثينيات القرن العشرين من خلال نظريته التي أسماها التفاعل الرمزي تنص على ان التفاعل الرمزي يجعل المجتمع ممكنا أي اتفاق على تلك الرموز ودلالاتها في المجتمع الواحد^(٣)

ولهذه الدلالات الرمزية وظائف تعبيرية اثاره الانفعالات والمشاعر ووسيلة للاتصال بين الناس وتزويد المجتمع بتلك الرموز لتسهل عليهم تفكيرهم فضلا عن وصف الأحداث والعلاقات .

لقد أصبحت الكلمات غنية بالمدلولات حتى أصبحت عالما من الاشارات والرموز المعبرة عن أدق المعاني وأعمقها فضلا عن تقدم فنون الاتصال بالجماهير فكان طبيعيا أن يشهد الاحساس بالحاجة إلى لغة تواصل مع الجمهور فكانت احدى تلك الوسائل الاتصالية هي وسائل سمعية وبصرية وهي التلفزيون فأدى ذلك التطور إلى ظهور لغة من نوع جديد غير اللغة التقريرية المباشرة الا وهي لغة الاشارات والرموز .

^(١) الهيتي ، د.هادي اللغة في عملية الاتصال الجماهيري ، دار السامر للطباعة ، بغداد ، ١٩٩٧ ، ص ٨

^(٢) الطويرقي ، د.عبدالله ، علم الاتصال المعاصر ، مكتبة العبيكان ، الرياض ، ط٢ ، ١٩٩٧ ، ص ٥٩

^(٣) المصدر نفسه: ص ٧٢

فالتلفزيون يعرض على شاشته العالم والأحداث وشتى مظاهر المخاطبة لشتى فئات الناس على اختلاف اتجاهاتهم عن طريق لغة مشتركة تتجه إلى التبسيط والخلو من التكلف وتنطوي على الألفة تصبغ على السرد أقوى تأثير يمكن أن يبلغه لدى جمهور المشاهدين (١)

علاقة الدلالة والرمزية بالسيمولوجيا :

تحيلنا مصطلحات الدلالة والرمزية مباشرة لعلم الألسنية ويرجع ذلك بالاساس إلى أن اول المباحث التي اهتمت بدراسة الرمزية والدلالة في علاقة الدال بالمدلول هي الدراسات الألسنية فكان بذلك علم السيمولوجيا الذي يدرس الدلالات والرمزيات اللغوية شكلا وبنية وتطورا في ضوء الحياة الاجتماعية والسيمولوجيا على وفق ما تشير إليه المعجمات المتخصصة هو مرادف السيميوطيقا : (العلم الذي يدرس النظرية العامة للدلالات والرموز وكل الأنظمة الدلالية والرمزية) (٢)

أما الدلالة فهي الاحالة على التوضيح دون ابهام أو غموض وفي الممارسة الفكرية هي ايجاد المعنى والصور التفسيرية التقريبية لأمر ما وهذا يحيلنا إلى أهم القضايا الدلالية التي تناولها علماء الألسنية وهي مسألة الدال والمدلول والعلاقة بينهما فكانت القضية في بداية طرحها في الدرس اللغوي تقتصر على اللفظ والمعنى وبتناسع مجال علم الدلالة أضحت المسألة تتعلق بالدال والمدلول سواء كان الدال لفظا أو غير ذلك واللغة في الاخير ما هي إلا علاقات تربط دالا بمدلوله ضمن شبكة محكمة التنظيم ، ذلك ان الدال لا يحمل دلالاته في ذاته وانما منبع الدلالة هي تلك التقابلات الثنائية التي تتم على مستوى الرصيد اللغوي وقد خصص دي سوسير حيزا واسعا لدراسة مسألة الدال والمدلول واطلق مصطلح الدليل اللساني على وجهي العملية الدلالية (الدال والمدلول) فالدال هو القيمة الصوتية أو الصورة

(١) عبد العزيز شرف ، اللغة الاعلامية ، دار الجبل بيروت ، لبنان ، ط١٩٩١ ، ص ٢٣٥
(٢) محمد الدريدي ، الذوق الموسيقي وجدلية الدلالة الرمزية والتقبل ، نقلا عن arabmusic magazine .com

السمعية أي: اللفظ، والمدلول هو المحتوى الذهني أو الفكري لدى المتلقي أي
:المعنى (١)

المبحث الثاني:- مفهوم التسامح نشأته وتطوره

ان لفظة التسامح جذرها اللغوي (سمح) لفظة لها قيمة معنوية تحمل إيقاعا
موسيقيا على الأذن البشرية لسهولة لسهولتها وخفتها فهي تؤكد حسن الخلق وقد أكدتها
الديانات السماوية بدليل ما جاء في كتاب الله العزيز الذي ألزم بها عباده بدليل قوله
تعالى: **أَنْزِمْنَا مِنْ شَيْءٍ بِرَبِّهِمْ** (٢)

وردت ألفاظ في القرآن الكريم دلت على التسامح من ذلك العفو والصفح (٣)
ولم يقتصر تأكيد على هذه الأهمية لتلك الخصلة الحميدة في كتاب الله جل
وعلا بل أكدتها الأحاديث النبوية من ذلك قوله صلى الله عليه وسلم: (رحم الله
رجلا سمحا إذا باع سمحا إذا اشترى سمحا إذا اقتضى) (٤)
وما جاء في قول النبي الأعظم عن دلالة من دلالات التسامح وهي الرحمة
(من لا يرحم لا يرحم) (٥)

وعنه (صلى الله عليه وسلم) (ما زال جبريل يوصيني بالجار حتى ظننت أنه
سيورثه) (٦)

أما ما جاء على لسان الشعراء من تأكيد على هذه الأخلاق الرفيعة صراحة ،
قول أوس بن حجر :

أيتها النفس أجملِي جزعا	ان الذي تحذرين قد وقعا
ان الذي جمع السماحة والنجدة	والحزم والقوى جمعا (٧)

(١) المصدر نفسه

(٢) سورة الاعراف: آية ١٩٩. وسورة البقرة: آية : ٢١٩.

(٣) سورة النور: آية: ٢٢، سورة الحجر: آية: ٨٥، وسورة الزخرف: آية ٨٩. بصيغة الأمر

(٤) العسقلاني، أحمد بن علي بن حجر، فتح الباري شرح صحيح البخاري، دار الريان للتراث، ١٤٠٧ هـ —
١٩٨٦: باب السهولة والسماحة رقم الحديث ١٩٧٠

(٥) أبي العباس زين الدين: التجريد الصحيح لأحاديث الجامع الصحيح تهذيب صحيح البخاري، دار الكتب
والوثائق، بغداد، ١٩٨٩، ج ٢، ١٤٠.

(٦) المصدر نفسه: ١٤٠/٢.

(٧) (المرزوقي، أبي علي أحمد بن محمد (ت ٤٢١ هـ)، شرح ديوان الحماسة لأبي تمام، دار الكتب العلمية
بيروت، لبنان، ط ١، ٢٠٠٣: ٣٢٨/١.

وقول مُضَرَس بن ربيعي :

إنا لنصفحُ عن مجاهل قومنا	ونقيمُ سالفَةَ العدوِّ الأُصيدِ ^(١)
---------------------------	--

وقول آخر:

ومتى نَحفُ يوماً فسادَ عشيرةٍ	نُصلِحُ وإنْ نرَ صالحاً لا نُفسدِ ^(٢)
-------------------------------	--

مما تقدم يتضح مدى أهمية هذه الخصلة الحميدة الدالة على حسن الخلق والتي أكدها الاسلام وحث عليها لما لها من نتائج ايجابية تحقق وحدة وتكاتف وتماسك المجتمعات ، فهي قيمة انسانية وركيزة أساسية لحقوق الانسان والديمقراطية والعدل والحرية . فضلا عن تأكيد السنة النبوية لها وأشعار العرب كذلك.

أما على المستوى العالمي فقد أعلن المؤتمر العام لليونسكو في دورته الثامنة والعشرين عام ١٩٩٥ جامعة منيسوتا تأكيده على التسامح بدليل ما جاء في نص الاعلان (ان لكل شخص الحق في حرية التفكير والضمير والدين (المادة ١٨) وحرية الرأي والتعبير (المادة ١٩) وان التربية يجب أن تهدف الى تنمية التفاهم والتسامح (مادة ٢٦) (٣)

أهمية التسامح في تنمية المجتمعات وتطورها

إنّ لهذه القيمة الأخلاقية السامية التي دعت لها الديانات كافة وكانت أساس بناء المجتمعات أهمية بالغة في حياة المجتمع فضلا عن أهميتها المعنوية في النفس البشرية ، ان أبناء الوطن الواحد يتباينون في الأعراف والأجناس والأديان والقوميات غير أنهم يتفقون في أمور عدة وهي : العيش بكرامة وسلام لتحقيق مصالحهم فهنا ترجح كفة الاتفاق على الاختلاف فعلى أبناء البلد الواحد أن يتسامحوا فيما بينهم ويجعلوا التسامح اللبنة الأساس لحياتهم فضلا عن تنمية روح

^١ (المرزوقي : ٢٩٢/٢ .

^٢ (المصدر نفسه : ٨٣١ / ٢ .

^٣ (rlibrary.umn.edu/arab/tolerance.html)

التسامح وغرسها في الجيل الناشئ، فالتسامح بأنواعه الثلاثة الديني والفكري والسياسي ينتج عنه الحرية والاحترام والتكافؤ والتساهل (١).

فبالتسامح تنمو المجتمعات وتتطور وتبتعد عن الجهل والخراب والعنف والتعصب بالاراء والعنصرية والتكتلات .

الفصل الثالث الاطار الميداني

المبحث الأول : إجراءات تحليل المضمون

أولاً- تحليل المضمون ... التعريف والمفهوم .

تتضح أهمية استخدام تحليل المضمون في الدراسات الاعلامية من خلال عرض اهم تعريفاته و منها :-

تعريف هولستي^(٢) (ان وصف المحتوى الظاهر للرسالة لا يكفي احياناً بل ان قراءة ما بين السطور " أي المعنى غير المباشر " يمكن ان يكون ذات اهمية في هذا النوع من التحليل في المرحلة الاخيرة التفسير حيث يكون الباحث حراً في استخدام فطنته وتصوراته للوصول الى نتائج ذات دلالات واهمية من البيانات التامة).

والتعريف الاشهر جاء على يد بيرلسون اذ يقول^(٣) (ان تحليل المحتوى هو احد اساليب البحث العلمي التي تهدف الى الوصف الموضوعي والمنظم والكمي للمضمون الظاهر لمادة من مواد الاتصال).

ويعرفه الدكتور حامد ربيع بأنه أي : (تحليل المضمون يجب ان يفهم اساساً على انه عملية عزل خصائص فكرية معينة، والبحث عن مصادرها وتكرارها وملابساتها، وعلاقتها الارتباطية، بغيرها من الحقائق التي تدور حولها الرسالة

(١) ينظر :الملط ، محمد شوكت ، مقالة منشورة في ٣٠ / ٣ / ٢٠١٤ ، <http://www.Alnoor.se/article.asp> ، ٢٠١٣ ، نشر في ١٤ آذار ٢٠١٣ ،

(٢) محمد احمد فياض ، الدعاية الامريكية الموجهة الى العراق ، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة بغداد ، كلية الآداب ، قسم الاعلام ، ١٩٩٣م ، ص ١١٨ .

(٣) د. ذوقان عبيدات وآخرون ، البحث العلمي مفهومه وادواته واساليبه ط ٦ (عمان : دار الفكر ، ١٩٩٨م)ص١٧١ .

موضع التحليل، وهذه الديناميات الخفية هي التي يجب ان تكون موضع عناية التحليل والاسلوب العلمي هو الذي يسمح بوصفها على انها تعبر عن صفتي الاضطراب والانتظام^(١).

ثانياً- وحدات التحليل

اسلوب تحليل المضمون على وضع وحدات لتكون اساساً لتحليل المادة الاتصالية، ويزودنا (بيرلسون) في هذا المجال بوحدات التحليل الخمس الاتية^(٢):-

١. وحدة الكلمة .

٢. وحدة الموضوع .

٣. وحدة الشخصية .

٤. وحدة المفردة .

٥. وحدة مقاييس المساحة والزمن .

في هذا البحث اعتمدت الباحثة وحدة الموضوع وهو أكثر ملائمة لتعرف على الاتجاهات وتحليل المواد الاعلامية التي تتضمن دلالات تنسجم مع الهدف من التحليل^(٣).

ثالثاً- إجراءات التحليل

١- قامت الباحثة بتسجيل النشرات ومن ثم كتابة تلك النشرات واستخراج الفئات

الرئيسية والفرعية وعدد تكرارات الفئات الفرعية .

٢- ترتيب الفئات الفرعية في الجدول الواحد بحسب تكراراتها ووضعها في

جداول مرتبة تنازلياً من الاعلى الى الأدنى .

٣- استخراج النسبة المئوية لكل فئة اعتماداً الى المجموع الكلي للعينة .

(١) محمد احمد فياض ، م س ذ ، ص ١١٩ .

(٢) د. ذوقان عبيدات وآخرون ، م س ذ ، ص ١٨١ .

(٣) د. سمير محمد حسين ، دراسات في مناهج البحث العلمي بحوث الاعلام م س ذ ، ص . ص ٢٦٠-٢٦٣ .

رابعاً – تعريف فئات التحليل (*)

- ١) المصالحة :هي ازالة كل أسباب الخصام .
- ٢) مبادرات : هي السبق إلى اقتراح أمر أو تحقيقه ، أما السلام: فيعني التسليم والصلح.
- ٣) التسامح: التساهل والجود والعطاء^(١).
- ٤) السلم: الصلح بفتح السين وكسرها^(٢) والتعاطف ، الائتمان والتأكد من أعمال الشخص الموثوق به ، التحرر من القلق والشك والخوف .
- ٥) حقوق الانسان : هي مجموعة من الحقوق يمتلكها كل فرد بغض النظر عن جنسيتهم ،دينهم ولون بشرتهم.
- ٦) الوحدة : هو الفرد الواحد لا ثاني له .
- ٧) العدل :ضد الجور وهو المثل والمعادلة بين الشئيين ،والمساواة ،والاستقامة .^(٣)

خامساً – صدق التحليل .

للتأكد من صدق عملية التحليل تم عرض ما تم استخراجها من فئات رئيسة بعد صياغتها بشكل مختصر وواضح، كأجراء اولي قبل البدء بعمليات التحليل والتفسير اللاحقة وعرضتها على مجموعة من الاساتذة تمت الاشارة اليهم سابقاً لتقويمها وتصويبها فتمت الموافقة عليها، واعتمادها .

* عرضت الباحثة استبانة الفئات على عدد من الخبراء والمحكمين المختصين في الاعلام ومناهج البحث العلمي وحصلت الموافقة بالاجماع عليها فاعتمدها الباحثة في التحليل .

١. أ. م.د. يسرى خالد ابراهيم – كلية الاعلام – قسم الصحافة الاذاعية والتلفزيون-٢. أ.م. د. وسن محمود لطيف –كلية التربية-قسم قسم اللغة العربية

٣. أ. م.د. راضي رشيد حسن –كلية الاعلام- قسم الصحافة الاذاعة والتلفزيونية.٤. د. علاء نجاح- كلية الاعلام –قسم الصحافة الاذاعية والتلفزيونية

١) الرازي: مختار الصحاح:ص ٣١٢.

٢) المصدر نفسه:ص ٣١١.

٣) المصدر السابق: ص ٤١٧ – ٤١٨.

المبحث الثاني — نتائج تحليل مضمون الحصاد للدلالات الرمزية لمعاني

التسامح في قناة الشرقية للمدة من ٢١ / ١ - ٢١ / ٢ / ٢٠١٧م

تفسير الجداول

جدول رقم (١) يبين المفاهيم الدالة على المصالحة

ت	الفئات الفرعية	التكرار (ك)	النسبة المئوية
١	وطنية	٣٢	٥٥.٢
٢	أنا والآخر	٢٠	٣٤.٥
٣	عشائرية	٦	١٠.٣
	المجموع	٥٨	%١٠٠

في الجدول رقم (١) يتضح لنا ان تكرارات المصالحة الوطنية (٣٢) تكرارا من المجموع الكلي للتكرارات الدالة على المصالحة والبالغ تكراراتها (٥٨) تكرارا أي بنسبة (٥٥.٢%) من مجموع النسبة المئوية الكلية في حين كان تكرار أنا والآخر (٢٠) تكرارا أي بنسبة (٣٤.٥%) في حين المصالحة الوطنية كانت تكراراتها (٦) وبنسبة مئوية (١٠.٣%).

تبين للباحثة من خلال تلك النسب ان تركيز فحوى النشرات الاخبارية على المصالحة الوطنية لما ينتاب البلد من خلافات سياسية تؤدي بالعراق إلى خطر جسيم.

جدول رقم (٢) يبين مبادرات السلام

ت	الفئات الفرعية	التكرار (ك)	النسبة المئوية
١	حملة مانعش	٦	٥٠
٢	حمام التسامح	٤	٣٣.٣
٣	خلوها أجمل	٢	١٦.٧
	المجموع	١٢	%١٠٠

تظهر نتائج الجدول المذكور انفاً أن التكرارات التي وصلت لها حملة ما نعطش هي (٦) تكرارات من أصل التكرارات الكلية البالغة (١٢) وبنسبة مئوية (٥٠%) في حين كان عدد تكرارات حمام التسامح (٤) تكراراً وبنسبة مئوية قدرها (٣٣.٣%) وأخيراً كان تكرار خلوها أجمل (٢) وبنسبة (١٦.٦%) من النسبة الكلية لمجموع التكرارات.

تبين من خلال تلك النسب تركيز فحوى تلك النشرات على التضامن مع النازحين من أهالي الموصل.

جدول رقم (٣) يبين معاني التسامح التي وردت في النشرة

ت	الفئات الفرعية	التكرار (ك)	النسبة المئوية
١	التسوية	٢٥	٣٩.٧
٢	المرونة	١٦	٢٥.٤
٣	التعايش	١٥	٢٣.٨
٤	صفحة جديدة	٧	١١.١
	المجموع	٦٣	%١٠٠

تشير نتائج الجدول المذكور انفاً أن التكرارات التي وصلت لها التسوية هي (٢٥) تكراراً من أصل التكرارات الكلية البالغة (٦٣) وبنسبة مئوية (٣٩.٧%) في حين كان عدد تكرارات المرونة (١٦) تكراراً وبنسبة مئوية قدرها (٢٥.٤%) بينما كان تكرار التعايش (١٥) تكراراً وبنسبة (٢٣.٨%) وأخيراً كان تكرار صفحة جديدة (٧) وبنسبة (١١.١%) من النسبة الكلية لمجموع التكرارات.

اتضح من خلال تلك النسب التركيز على التسوية كونها الأساس في بناء الدولة العراقية اذ تسعى لإرضاء جميع الأطراف.

جدول رقم (٤) يبين معنى السلم التي ظهرت في العينة

ت	الفئات الفرعية	التكرار (ك)	النسبة المئوية
١	السلام	١٦	٥٧.١
٢	الثقة	٧	٢٥
٣	اللاعنف	٥	١٧.٩
	المجموع	٢٨	%١٠٠

تظهر نتائج الجدول المذكور انفاً أن تكرارات السلام وصلت الى (١٦) تكرارا من أصل التكرارات الكلية البالغة (٢٨) وبنسبة مئوية (٥٧.١%) في حين كان عدد تكرارات الثقة (٧) تكرارا وبنسبة مئوية قدرها (٢٥%) وأخيرا كان تكرار اللاعنف (٥) وبنسبة (١٧.٩%) من النسبة الكلية لمجموع التكرارات.

مما تقدم يتضح مدى تركيز فحوى النشرات على السلام للخروج بالعراق من نفق الصراعات .

جدول رقم (٥) يبين حقوق الانسان

ت	الفئات الفرعية	التكرار (ك)	النسبة المئوية
١	التعاون	٣٠	٥٠
٢	الاقليات	١٦	٢٧
٣	الاحترام	١٤	٢٣
	المجموع	٦٠	%١٠٠

تشير نتائج الجدول المذكور انفاً أن تكرارات التعاون (٣٠) تكرارا من أصل التكرارات الكلية البالغة (٦٠) وبنسبة مئوية (٥٠%) في حين كان عدد تكرارات الاقليات (١٦) تكرارا وبنسبة (٢٧%) وأخيرا كان تكرار الاحترام (١٤) وبنسبة (٢٣%) من النسبة الكلية لمجموع التكرارات.

اتضح من خلال تلك النسب تركيز مضامين النشرات الاخبارية على التعاون لحل النزاعات.

جدول رقم (٦) يبين الوحدة

ت	الفئات الفرعية	التكرار (ك)	النسبة المئوية
١	التكاتف	٥١	٣٩.٢
٢	الانسجام	٤٣	٣٣.١
٣	التوافق	٢٤	١٨.٥
٤	شركاء الرأي	١٢	٩.٢
	المجموع	١٣٠	%١٠٠

تشير نتائج الجدول المذكور انفاً الى أن التكرارات التي وصلت لها التكاتف هي (٥١) تكرارا من أصل التكرارات الكلية البالغة (١٣٠) وبنسبة مئوية (٣٩.٢%) في حين كان عدد تكرارات الانسجام (٤٣) تكرارا وبنسبة مئوية قدرها (٣٣.١%) بينما كان تكرار التوافق (٢٤) تكرارا وبنسبة (١٨.٥%) وأخيرا كان تكرار شركاء الرأي (١٢) وبنسبة (٩.٢%) من النسبة الكلية لمجموع التكرارات.

يتضح من خلال النسب المذكور انفاً ان التركيز على التكاتف جاء لمحاربة داعش والوقوف بوجه الارهاب.

جدول رقم (٧) يبين معاني العدل

ت	الفئات الفرعية	التكرار (ك)	النسبة المئوية
١	المساواة بين الناس	١٨	٧٢
٢	توزيع الموارد	٣	١٢
٣	تقاسم السلطة	٢	٨
٤	تكافؤ الفرص	٢	٨
	المجموع	٢٥	%١٠٠

يظهر الجدول المذكور انفاً أن تكرار المساواة (١٨) تكرارا من أصل التكرارات الكلية البالغة (٢٥) وبنسبة مئوية (٧٢%) في حين كان عدد تكرارات توزيع الموارد (٣) تكرارا وبنسبة مئوية قدرها (١٢%) بينما كان تكرار نسبي تقاسم السلطة والتكافؤ (٢) تكرارا وبنسبة (٨%) لكل منهما.

يتبين لنا من خلال تلك النسب تركيز محتوى النشرات الاخبارية على المساواة كونها الركيزة والشرط الأساس لبناء عراق موحد.

من خلال التحليل الكمي لنشرات الاخبار (الحصاد) على قناة الشرقية تبين الآتي :

- ١- التركيز في النشرات الاخبارية على الدلالات الرمزية الدالة على التسامح كالمصالحة الوطنية والحملات التضامنية مع النازحين وخاصة حملة مانعش والتسوية الساعية لإرضاء جميع الأطراف السياسية على اختلاف توجهاتها .
- ٢- وركزت النشرات على السلام وهي دعوة ليعم السلام ربوع العراق الحبيب .
- ٣- أما التعاون فكان أكثر ورودها في حرب القوات المشتركة (العراقية والحشد الشعبي والبيشمركة) ضد داعش وتعاون أهالي الموصل معهم لتسريع الحسم.
- ٤- كما ركزت النشرات الاخبارية على الانسجام تأكيدا على النسيج المجتمعي وتقويته .
- ٥- كان تكرار لفظة المساواة بين الناس جميعا وتضمنت صور متعددة للمساواة كمساواة المسلم وغير المسلم والنساء والرجال والعرب والكرد والترکمان لإن أساس الدولة الناجحة هو التكافؤ .

النتائج

في نهاية الدراسة للبحث توصلت الباحثة إلى :

- ١- ان الغاية من توظيف الدلالات الرمزية لمعاني التسامح كان للتأثير في الجمهور (المتلقي) وشد انتباهه لترسيخ تلك الدلالات في نفوسهم .
- ٢- كان توظيف دلالات متعددة حملت معنى التسامح كالتساهل والمرونة والعفو وقبول الاخر والمحبة والاحترام والتي تم التعرف عليها من خلال السياق الذي وردت فيه تلك الالفاظ .
- ٣- مناسبة تلك الدلالات الرمزية لمعنى التسامح والمدة التي تزامنت فيها تحرير الموصل للجانب الأيمن والأيسر مع تحليل النشرات الاخبارية المحددة للبحث.

التوصيات

خرجت الباحثة بعدة توصيات هي :

- ١- ضرورة الاهتمام بالنشرات الاخبارية من قبل قناة الشرقية لأهميتها في التأثير في المتلقي من خلال بث معاني التسامح لضمان تحقيق وحدة الصف العراقي ونبذ الطائفية .
- ٢- الاكثار من تكرار تلك الدلالات يؤدي الى ألفة لها واعتياد النفس عليها فتصبح متداولة من قبل جمهور المتلقي وأكثر شيوعا.
- ٣- الاكثار من الرسائل الحاملة للثقافة والمعرفة بحقوق الانسان والقيم السامية واحترام الرأي والرأي الآخر والابتعاد عن العنف والارهاب بشتى مظاهره.

المصادر :

القران الكريم

- ١- أبي العباس زين الدين :التجريد الصحيح لأحاديث الجامع الصحيح تهذيب صحيح البخاري ،دار الكتب والوثائق ،بغداد ،١٩٨٩، ج٢ .
- ٢- أحمد مختار عمر ،علم الدلالة ، القاهرة عالم الكتب ،ط١ ، ١٩٨٥ .
- ٣- البياتي ، ياس خضير: دراسات معاصرة في الاعلام والدعاية ،دار الحكمة للطباعة والنشر ،بغداد ،١٩٩١ .
- ٤- الجمال ، د. محمد راسم ، مقدمة في البحث في الدراسات الإعلامية ،القاهرة : مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح ، ١٩٩٩ .
- ٥- الدليمي ، د. حميد جاعد محسن : أساسيات البحث المنهجي ، الجزء الاول ، بغداد ، شركة الحضارة للطباعة والنشر ، ٢٠٠٤
- ٦- د. ذوقان عبيدات وآخرون ، البحث العلمي مفهومه وادواته واساليبه ط ٦ (عمان : دار الفكر ، ١٩٩٨م).
- ٧- الرازي ، محمد بن أبي بكر بن عبدالقادر ،مختار الصحاح ،دار الرسالة ،الكويت ،ص ٣١٢ .
- ٨- السبعان ، د.ليلي خلف ،اللغة العربية المعاصرة دراسة وتحليل في لغة الاعلام ، مطبعة الكويت العصرية ،ط٢ ، ٢٠١١ ، ص١٥٩-١٦٠ .
- ٩- سعد لبيب ، دراسات في العمل التلفزيوني ، بغداد : مركز التوثيق الإعلامي لدول الخليج العربي ، ١٩٨٤
- ١٠- د. سمير محمد حسين ، دراسات في مناهج البحث العلمي بحوث الاعلام م س ذ ، ص .
- ١١- الصاوي ،محمد ازهر سعيد، حبيب سعيد ، اصول البحث العلمي، بغداد، مديرية مطبعة الجامعة، ١٩٨٦ .
- ١٢- الطويرقي، د.عبد الله ،علم الاتصال المعاصر ،مكتبة العبيكان ،الرياض ،ط٢ ، ١٩٩٧ .

- ١٣- عبد العزيز شرف ،اللغة الاعلامية ،دار الجيل بيروت ،ط١ ، ١٩٩١ .
- ١٤- العسقلاني ،أحمد بن علي بن حجر،فتح الباري شرح صحيح البخاري ،دار الريان للتراث ، ١٤٠٧هـ — ١٩٨٦ :باب السهولة والسماحة رقم الحديث ١٩٧٠
- ١٥- د. عوض هاشم المحاضر بقسم الاعلام والسياحة والفنون كلية الاداب - جامعة البحرين ،اشكالية المصطلح في الخطاب الاعلامي العربي المعاصر
- ١٦- غازي حسين عناية ، اعداد البحث العلمي ،الاسكندرية : مؤسسة شباب الجامعة ، ١٩٨٦ .
- ١٧- د. ماهر مهدي هلال :جرس الألفاظ ،دار الرشيد ،بغداد ، ١٩٩٤ .
- ١٨- محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات العلمية، القاهرة، عالم الكتب، ٢٠٠٠ .
- ١٩- المرزوقي ،أبي علي أحمد بن محمد(ت ٤٢١هـ)،شرح ديوان الحماسة لأبي تمام ،دار الكتب العلمية ،بيروت ،لبنان ،ط١ ، ٢٠٠٣ :ج ١ .
- ٢٠- د. منير محمد حجاب (الموسوعة)،دار الفجر للنشر والتوزيع ،٢٠٠٣ .
- ٢١- الهيتي ،د.هادي اللغة في عملية الاتصال الجماهيري ،دار السامر للطباعة بغداد ، ١٩٩٧ .

الرسائل :

- ١- محمد احمد فياض ، الدعاية الامريكية الموجهة الى العراق ، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة بغداد ، كلية الآداب ، قسم الاعلام ، ١٩٩٣م

البحوث المنشورة على شبكة الانترنت:-

- ١) mawdoo3.com

محمد الدريدي ،الذوق الموسيقي وجدلية الدلالة الرمزية والتقبل ،نقلا عن

2) arabmusic magazine .com

3) hrlibrary.umn.edu/arab/tolerance.htm

٤) الملط ، محمد شوكت ، مقالة منشورة في ٣٠ /٣ /٢٠١٤ ،

cis.uobaghdad.edu.iq

٥) مقال آخر نشر في ١٤ آذار ٢٠١٣ ،

http://www.

Alnoor.se/article.asp

الملحق

بسم الله الرحمن الرحيم

الجامعة العراقية / كلية الإعلام

استمارة بحث خاصة بالمحكمين لاختبار صلاحية الفئات

استمارة بحث اولية

الأستاذ الفاضل

تحية طيبة...

أرجو التفضل بالاطلاع على استمارة الفئات المقترحة للدلالات الرمزية لمعاني التسامح في النشرات الاخبارية الرئيسية دراسة تحليلية للحصاد الاخباري (قناة الشرقية انموذجا) والتي استخرجت بعد دراسة نشرات الحصاد للمدة (من ٢٠١٧/١/٢١ – ٢٠١٧/٢/٢١)

راجية إبداء ملاحظاتكم القيمة عليها بما تمتلكون من خبرة في هذا المجال

مع فائق الشكر والتقدير والاحترام

ملاحظة:- تتضمن الاستمارة الفئات الرئيسية ويضمنها الفئات الفرعية .

الباحثة

تعديل	لا يصلح	يصلح	الفئات الفرعية	الفئات الرئيسية
			أنا والآخر وطنية عشائرية	المصالحة
			حمام التسامح حملة مانعطش حملة ماننساكم	مبادرات محبة
			المرونة التعايش التسوية صفحة جديدة	تسامح
			السلام اللاعنف الثقة	السلم
			الاحترام التعاون الاقليات	حقوق الانسان
			شركاء الرأي تكاتف توافق الانسجام	الوحدة
			توزيع الموارد تقاسم السلطة تكافئ الفرص مساواة بين الناس	العدل

Suggestive Aspects of the Term "Tolerance" in the Main
News

Bulletins

Al-Sharqiya Channel as a Sample

An Analytical Study

By : Lecturer Dr. Iman Ali Khamees

College of Mass Communication / Al-Iraqiya University

Abstract

Mass media in general are often more effective than any other tools of communication . They usually provide source materials on almost every subject; political, economic, social, medical and educational .

Radio and television , in particular ,are widely used as means of mass communication . They do not require any previous knowledge of reading or writing and can suit all classes of people irrespective of their level of education or learning.

It is for this particular reason that the researcher intends in this study to shed a new light on these two instruments to show how they rely on connotation to carry its deepest meanings as far as the term "tolerance" is concerned.

Needless to say, with tolerance, societies everywhere can develop and prosper as they keep away from violence, extremism and internal disputes. Connotation, as opposed to direct statements, plays an increasingly important role in striking the audience and influencing their behavior and response.

With this view in mind , the researcher has chosen , among many others ,

the main news bulletin , (Hasad Al-Akhbar) broadcast by Al-Sharqiya Channel as a sample for her study . The period covered by the study is one month from 21January to 21 February 2017.

The study attempts to answer one major question; does Al-Sharqiya Channel use words in its news bulletins to suggest meanings of tolerance in addition to their fundamental ones?

A qualitative approach has been proposed for the study as it satisfies the research demands of accuracy and validity.

The study falls into three chapters. Chapter One deals with methodology, Chapter Two with theoretical context and Chapter Three with field work.

