مجلة تكريت للعلوم السياسية

اسم المقال: الخطاب الاعلامي الحزبي وأثره على الأمن المجتمعي
اسم الكاتب: جواد المجمعي، جواد كاظم الخالصي
رابط ثابت: https://political-encyclopedia.org/index.php/library/7881
تاريخ الاسترداد: 2026/11/02 12:04 +03

الموسوعة السياسيّة هي مبادرة أكاديمية غير هادفة للربح، تساعد الباحثين والطلاب على الوصول واستخدام وبناء مجموعات أوسع من المحتوى العلمي العربي في مجال علم السياسة واستخدامها في الأرشيف الرقمي الموثوق به لإغناء المحتوى العربي على الإنترنت.
لمزيد من المعلومات حول الموسوعة السياسيّة - Encyclopedia Political، يرجى التواصل على info@political-encyclopedia.org

استخدامكم لأرشيف مكتبة الموسوعة السياسيّة - Encyclopedia Political يعني موافقتك على شروط وأحكام الاستخدام المتاحة على الموقع https://political-encyclopedia.org/terms-of-use

تم الحصول على هذا المقال من موقع مجلة تكريت للعلوم السياسية جامعة تكريت ورفده في مكتبة الموسوعة السياسيّة مستوفياً شروط حقوق الملكية الفكريّة ومتطلبات رخصة المشاع الإبداعي التي ينضوي المقال تحتها.

: https://doi.org/10.25130/tjfps.v3iprivate issue.245

TJFPS private issue

IRAQI Academic Scientific Journals

العراقية المجلات الاكاديمية العلمية

ISSN: 2663-9203 (Electronic)
ISSN: 2312-6639 (print)

Contents lists available at:
http://tjfps.tu.edu.iq/index.php/poiltic

Tikrit Journal For Political Science

Tikrit Journal For Political Science SINCE 2014

الخطاب الاعلامي الحزبي وأثره على الأمن المجتمعي

Partisan media discourse and its impact on community security

Jawad Al-Majjami [a]
Media name: Jawad Kazem Al-Khalisi
Member of the Iraqi Journalists Syndicate [a]

الباحث: جواد المجمعي [a] *
الاسم الاعلامي: جواد كاظم الخالصي
عضو نقابة الصحفيين البريطانيين، ماجستير إعلام في الصحافة الإذاعية والتلفزيونية – لندن [a]

Article info.

Article history:
- Received.20. Apr.2023
- Accepted. 7. May.2023
- Available online.30. Sep. 2023

Keywords:
- Media discourse
- political parties
- Community security
- Media channels

©2023. THIS IS AN OPEN ACCESS ARTICLE UNDER THE CC BY LICENSE
http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/

Abstract: The research deals with the media and its most influential role in societies in the world, and perhaps Iraq is among the countries in which democratic change and openness took place at the media level since 2003.

The absence of a firm censor has led to a state of media chaos prevailing in most areas and on a large scale, far from professional ethics. Particularly the media owned by parties and political blocks are establishing a political reality in which there are many problems that require objective and rational solutions from the relevant authorities to limit this conflict between partisan interest and the national interest, especially in a country that is witnessing fragmentation and the rise of sub-identities at the expense of national identity, and the rampant administrative and financial corruption.

The essence of the research is to seek to study this problem scientifically and to investigate the nature of the conflict that occurs in the discourse and performance of many ideological Iraqi satellite media channels that follow political parties, and to study the contents of their political programs realistically for the purpose of limiting the abuses that hinder the achievement of societal security and political stability. The conscious public must be involved, based on its

* **Corresponding Author**: Researcher: Jawad Al-Majjami, **E-Mail:** jizza555@hotmail.com ,**Tel:** xxx , **Affiliation:** Member of the Iraqi Journalists Syndicate, Member of the British Journalists Syndicate, Member of the International Federation of Journalists. Master of Mass Communications in Radio and Television Journalism – London.

understanding and life experiences, in political issues, so that there is a kind of harmony between the media, politicians, and the public.

معلومات البحث :

تواريخ البحث:
- الاستلام 20 نيسان/2023
- القبول : 7 حزيران/2023
-النشر المباشر: 30 أيلول/2023

الكلمات المفتاحية:
- الخطاب الاعلامي
- الاحزاب السياسية
- الامن المجتمعي
- القنوات الاعلامية

الخلاصة: يتناول البحث وسائل الإعلام ودورها الأكثر تأثيرا في المجتمعات على مستوى العالم، ولعل العراق من بين البلدان التي حصل فيها التغيير الديمقراطي والانفتاح على المستوى الاعلامي منذ العام 2003.

عدم وجود الرقيب الحازم أدى إلى سيادة حالة من الانفلات الاعلامي في أكثر المجالات وعلى نطاق واسعٍ بعيداً عن الأخلاق المهنية. ولا سيما وسائل الاعلام المملوكة للأحزاب والتيارات السياسية اصبحت تؤسس واقعا سياسيا فيه إشكالات عديدة تحتاج إلى معالجات موضوعية وعقلانية من الجهات ذات العلاقة لتحد من هذا التعارض بين المصلحة الحزبية والمصلحة الوطنية، خصوصا في بلد يشهد تشظيا وصعود الهويات الفرعية على حساب الهوية الوطنية، واستفحال الفساد الإداري والمالي.

جوهر البحث هو السعي لدراسة هذه الإشكالية بشكل علمي وتقصي طبيعة التعارض الذي يحدث في خطاب وأداء الكثير من القنوات الإعلامية الفضائية العراقية المؤدلجة التي تتبع الأحزاب السياسية، ودراسة مضامين برامجها السياسية بواقعية لغرض الحد من التجاوزات التي تعيق تحقيق الأمن المجتمعي والاستقرار السياسي. ولابد من اشراك الجمهور الواعي اعتمادا على فهمه وتجاربه الحياتية في الموضوعات السياسية، بحيث يكون هناك نوعاً من التناغم ما بين وسائل الإعلام والساسة والجمهور.

المقدمة

تعد وسائل الاعلام وخصوصا القنوات الفضائية هي الأقوى والأكثر تأثيرا في المجتمعات على مستوى العالم أجمع ولعل العراق من بين البلدان التي حصل فيها التغيير الديمقراطي والانفتاح على المستوى الاعلامي منذ العام 2003 وسرعان ما اصبحت وسائل الاعلام باختلاف انواعها وتوجهاتها منتشرة بشكل مذهل ومُلفت للنظر الى درجة يمكن تسميته بالانفلات الاعلامي في بداية التغيير لعدم وجود الرقيب الصارم الذي يُقنّن عمل ومهنية تلك الوسائل الاعلامية وتحديدا القنوات الفضائية كونها اكثر تأثيرا على تغيير الرأي العام وعلى مزاج أفراد المجتمع بسبب سرعة انتشارها ووصولها الى المتلقي وعلى نطاق واسع لتصل الى ملايين الناس خلال ثواني محدودة وكذلك امتلاكها الإثارة الصوتية والصور النقية وبث البرامج التي تحاكي حياة المجتمعات بكافة طبقاتها وشرائحها ويُعد التلفزيون من وسائل الاتصال الأساسية في وقتنا الحالي لمثل تلك المهمة.

تعتبر الفضائيات ذات تأثير مباشر وواسع من خلال طرح الأحداث السياسية وفقا لمصالح هذا الحزب او ذاك ليكون في نهاية المطاف التأثير كبيرا على صانع القرار السياسي ويأخذ المنحى المؤثر على تقدم البلد وفي النهاية تراجعه سياسيا واقتصاديا واجتماعياً.

أن وسائل الاعلام المملوكة للأحزاب والتيارات السياسية في العراق اصبحت تؤسس واقعا سياسيا بعدها من عناصر قياس رأي المشاهدين لمعرفة الواقع السياسي، ولكي نضع ذلك في اطار منهجي علمي بداية من احساس الباحث بجدية المشكلة وبناء على أن (التفكير العلمي كعملية يمثل نشاطاً لمواجهة المشكلات وأن نقطة البداية في البحث العلمي هي الإحساس بالمشكلة، فبدون مشكلة تتطلب دراسة لا يوجد بحث علمي لأن البحث العلمي لا ينشأ من فراغ[1] وهذا ما يدفعنا بقوة لفهم واقع المجتمع العراقي وكيفية تفكيره وتعاطيه مع ما تطرحه القنوات الحزبية العراقية التي مارست العمل الاعلامي طيلة الفترة الماضية من سنوات الحكم في اطار عملية سياسية ديمقراطية قوامها النظام البرلماني حيث حددنا في بحثنا هذا عناصر العملية الاعلامية ضمن برامج ذلك النوع من وسائل الاعلام من خلال دراسته عينة البحث التي اتخذها ومشكلاتها وما احاطها من سلوك وعلاقات لتحديد المشكلة التي يعمل على دراستها. حيث إن المشكلة "هي (أية ظاهرة أو حدث أو سلوك أو علاقة تحتاج إلى وصف وتفسير أو تحتاج إلى إجابة عن سؤالين: ماذا؟ ولماذا؟ ما هي هذه الظاهرة

[1] الهيتي هادي نعمان، مقدمة في شروط البحث العلمي، بغداد، دراسة مطبوعة بالرونيو، 1983، ص27.

بالتحديد؟ ولماذا تحدث بهذا الشكل؟) [1].تلك الاسئلة التي حاولت اشباعها للوصول الى تفسير علمي واضح لموضوع البحث وحل غموض المشكلة التي عادة ماتعرّف(بأنها "موقف غامض لا نجد له تفسيراً محدداً)[2].وفي الوقت الذي ظلت فيه وسائل الإعلام المختلفة أساسا للتخاطب وتوجيه الرأي العام والتأثير فيه، ومصدرا للمعلومة وتكريس الهوية الثقافية والاجتماعية للجهة التي تمثلها ورغم بروز وسائل الإعلام الالكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي وحضورها الواسع في المشهد الإعلامي، إلا إن القنوات الفضائية التلفزيونية لها اهمية استثنائية كمنصات شعبية مباشرة للتأثير سلبا أو إيجابا بالرأي العام، كما إن وسائل الإعلام بضمنها الفضائيات لم تعد حكرا على الحكومة ومؤسساتها المهيمنة في ظل تراجع مركزية الدولة واتساع حرية الرأي والرأي الآخر، وبغض النظر عن الانفلات الذي يصاحب عمل بعضها، وفي العراق مثالا لهذا التنوع في عائدية ومرجعية وسائل الإعلام عقب التغيير الذي حصل بعد العام 2003 وتصاعد امتلاك العديد من الأحزاب والكتل السياسية لقنوات فضائية يستحوذ البعض منها على اهتمام كبير من المتابعين. وبحكم التعارض المفترض بين المصلحة الحزبية والمصلحة الوطنية في الغالب، خصوصا في بلد يشهد تشظيا وصعود الهويات الفرعية على حساب الهوية الوطنية، واستفحال الفساد الإداري والمالي تُتّهم به الطبقة السياسية المهيمنة في العراق في هذه المرحلة، فإن الخطاب الإعلامي السياسي للفضائيات المملوكة للأحزاب خير دليل على وجود تعارض بين المصالح الحزبية والوطنية.

من هذا كله تتمثل مشكلة البحث في تشخيص هذا التعارض والاختلال بين الخطابين الحزبي والوطني عبر الوسيلة الإعلامية، إذ يسعى البحث إلى تقصي طبيعة هذا التعارض الذي يحدث في أداء الكثير من القنوات الفضائية العراقية التي تتبع الأحزاب السياسية، وهي بهدف تشخيص تداعيات ذلك وتأثيراته على المجتمع بشكل عام، لأن الخطاب الموجه إلى الشعب ينطوي تحته الكثير من المخاطر التي يمكن أن تؤدي بنا إلى طريق مسدود، وعليه فان هذه التلازمية بين التوجهين توجب علينا دراسة الظاهرة بشكل علمي.

حيث عمل البحث على دراسة مضامين البرامج السياسية المعروضة في الفضائيات الحزبية العراقية وفي ضوء ذلك يمكن رؤية الطريقة المثلى لتوظيف البرامج السياسية في التلفزيون لتقديم

---

[1] حسين سمير محمد، بحوث الإعلام، الأسس والمبادئ، القاهرة، عالم الكتب، 1976، ص37.

[2] عبيدات ذوقان وآخرون، البحث العلمي، مفهومه، أدواته، أساليبه، عمان، دار الفكر، 1998، ص68.

أفضل المضامين الإعلامية السياسية لخلق حالة من القدرة على الفهم والتفسير الواضح لمجمل القضايا والموضوعات التي يعرضها التلفزيون عبر تناول هذه القضايا في شكل برامجي يستهدف استثمار الأدوار التي يمكن للتلفزيون أن يلعبها في المجال السياسي.

حيث يجيب البحث على الاسئلة التالية:

1)ما طبيعة المضامين السياسية التي سعت البرامج السياسية التركيز عليها ومناقشتها.

2)كيف يتم توظيف البرامج للموضوعات المنتقاة من الواقع السياسي العراقي وكيف كانت آلية المعالجة الإعلامية لها.

3)ما ملامح الخطاب الإعلامي السياسي في الفضائيات موضع التحليل وما مدى تطابقه مع معايير الخطاب الإعلامي الوطني.

وكي أقف على أهمية الوصول الى نتائج مهمة في سياق البحث حول الخطاب السياسي الحزبي في قنواتهم الاعلامية يجب أن أضع مجموعة من الفرضيات لذلك الهدف.

1. الإعلام التلفزيوني الحزبي لا يتسم بالحياد وهو يمارس الانتقائية والتوظيف في سياق معالجته للقضايا السياسية الخلافية.

2. معايير الخطاب الإعلامي الحزبي تتعارض ولا تتسق مع معايير الخطاب الإعلامي الوطني ومبادئه الأساسية.

3. المعالجة الإعلامية والسياسية في الفضائيات الحزبية تتسم بالواقعية والمسؤولية في معالجة التحديات التي يواجهها العراق ومواطنيه.

الاعتماد في هذه الدراسة على مجموعة من الادوات التي نروم الوصول من خلالها الى حقيقة الخطاب السياسي في القنوات الحزبية ومنها:

1. **الملاحظة:** تعرف الملاحظة (عملية مراقبة أو مشاهدة لسلوك الظواهر والمشكلات والأحداث ومكوناتها المادية والبيئية ومتابعة سيرها واتجاهاتها بأسلوب علمي منظم ومخطط وهادف)[1].

وكذلك من أجل معرفة أشياء كثيرة عن المضمون السياسي في الفضائيات الحزبية، والاستفادة أيضاً من الملاحظة عند تحليل البيانات، كما استخدم الباحث (الملاحظة البسيطة) في إطار متابعة البرامج السياسية في الفضائيات الحزبية وعبر ما تقدمه من قضايا وأحداث وأزمات.

[1] وحيد رجاء ، البحث العلمي سياساته النظرية وممارساته العلمية، دمشق، دار الفكر،2000، ص317.

2. **الاستبيان:** يعتبر الاستبيان أحد أبرز الأدوات التي يمكن استخدامها في البحث العلمي وهو الوسيلة التي يمكن من خلالها الوصول الى معرفة أبعاد الرأي العام فهو السبيل للحصول على البيانات والمعلومات المتعلقة بمفردات الدراسة، وعادة يستخدم هذا النوع من أدوات البحث للتعرف على توجهات العينة الدراسية ودراسة السلوكيات الخاصة بها، وهناك عدة أنواع من الاستبيانات ومنها.

1- الاستبيان بالصور

2- الاستبيان المتعدد

3- الاستبيان المحدد

4- الاستبيان غير المحدد

وما يهمنا في هذا البحث هو النوع الثالث (المحدد) باعتبار انغلاقه على اجابات محددة بصيغة نعم أو لا أو أتفق ولا أتفق وكذلك اسئلة واضحة المعنى والتحديد ورغم ان هذه الطريقة هي بسيطة الى حد ما ولكنها ناجعة في معرفة حقيقة الرأي العام في موضوع على مستوى ورقة بحث علمي في إطار مؤتمر يناقش أبعاد الموضوع ذاته وحيثياته العلمية.

متن البحث :

أولا: مفهوم الأمن المجتمعي The concept of community security

الخطاب السياسي الموجّه الى طبقات المجتمع هو خطاب مرتبط تماما بأمن المجتمع لأن المتلقي يستوعب بشكل يومي كل المعلومات التي يقوم بها المرسل أياً كان هذا المرسل فكيف به اذا كان الخطاب حزبيا مشحونا بالتحامل كونه يبغي من خلاله الوصول الى جماهير الامة بأي وسيلة كانت وفي هذا الاطار أحاول ان أثير بعض القضايا التي تنفرد بها العديد من القنوات الفضائية الحزبية المؤدلجة والمشحونة سياسيا وطائفيا لتركب موجة جماهير الشعب وتحقق من خلالها مرادها وهذا بالتأكيد يُنتج لدينا أمن مجتمعي هش قابل لإثارة العنف وخلق المزيد من التشاحن والمشاكل السياسية والاجتماعية.

المتابعة الحثيثة من قبل المشاهد العراقي للقنوات الفضائية جميعا يمنح المساحة الكبيرة لتقبّل الرسائل الاعلامية التي ترسلها تلك القنوات في خطابها العام الى المتلقي وفي النهاية نجد أن أمن المجتمع خاضع لمزاجية وأيديولوجية تلك القنوات من خلال البرامج السياسية (Political program) التي تقدم معلومات سياسية أو رأياً سياسياً أو تعليقاً وهي تعد من ركائز البث الفضائي المهمة وتشغل حيزا كبيرا من البث يوميا وتثير قدرا كبيرا من الجدل بين مؤيد ومعارض وتحظى هذه البرامج باهتمام ومتابعة المشاهدين وبالخصوص النخب الأكاديمية العراقية التي بالنهاية لها التأثير السلبي على أمن وحياة المجتمع فيما لو استثمرت على المستوى الشعبي الجماهير عبر تلك الطبقة الاكاديمية ضمن محاضرات تثقيفية او حوارية أو من المُلقي الى المُتلَقّي كونها قنوات مملوكة للاحزاب السياسية والناطقة باسمها، والتي تقوم على إنتاج خطاب إعلامي يعمل على خدمة أجندتها السياسية ويكون امتدادا لسياساتها الداخلية والإقليمية والدولية الذي يخلق في نهاية المطاف تحديا أمنيا كبيرا مع اختلاف الاجندات الدولية تجاه العراق فيسبب محورية مجتمعية تهدد أمن المجتمع من جانبها الديني والعقائدي والقومي وخلافات الولاء السياسي.

وهناك العديد من الدراسات السابقة التي تسلط الضوء على الكثير من القضايا المرتبطة بالخطاب الحزبي الحكومي وتأثيره على الرأي العام سواء على مستوى البلد داخليا او خارجيا لارتباط الكثير من الملفات السياسية اقليميا. نأخذ بعضا من تلك الدراسات لنفهم واقع الخطاب السياسي الذي تقوم به دول اخرى للتأثير على الرأي العام.

ثانيا: الإعلام والسياسة – علاقة التلفزيون بالجمهور والسلطة

تناولت الدراسات أهمية بالغة بالنسبة للباحثين وذوي العلاقة في مجال الإعلام والسياسة والاجتماع بدراسة التفاعل بين جمهور النخبة والإعلام السياسي والعملية السياسية بصفة عامة، وأكدوا أهمية العلاقة الجوهرية بينهما، بل إن بعضهم نادى بإعادة دراسة وتحليل العلوم السياسية بالاعتماد على نظريات الإعلام، فان السياسة يصعب وجودها من دون الإعلام، ويعتبر حلقة الوصل بين الجماهير والنخبة السياسية الحاكمة صانعة القرارات[1] وان العلاقة بين النظام الإعلامي والنظام السياسي في أي مجتمع بغض النظر عن طبيعة وشكل النظام السياسي والنظام الإعلامي الذي يمارس علاقة جوهرية إلى درجة كبيرة، ويمكن فهم الحياة السياسية وتفسير ظواهرها من خلال الإعلام كوظيفة اتصالية تمثل عصب الحياة السياسية بحيث يصعب معها تصور أحدهما من دون الأخر أو قيامه بوظائفه بمعزل عنه[2] فان العلاقة بين الإعلام والسياسة علاقة ارتباطية؛ بمعنى انه حيث تُوجَد السياسة فلا بُد أن يوجد الإعلام، فلا سياسة من دون إعلام ولا إعلام بغير سياسة ولكن هذه العلاقة ليست علاقة ثابتة وفي اتجاه واحد، وإنما هي متغيرة ويرتبط هذا التغيير بالتحولات التي تحدث في السياسة والإعلام وفي الجوانب المختلفة بالمجتمعات الإنسانية[3] ويعد تأثير الإعلام على المجال السياسي ظاهرة قديمة يعود تاريخها إلى القرن السادس عشر ومن ملامح هذا التأثير الدور الذي يقوم به الإعلام في تشكيل الرأي العام[4] لقد أرتبط الإعلام منذ نشأته الأولى بالعمل السياسي وأكد ماكلويد (Mcleod) عام 1968 في دراسة هنالك علاقة ارتباط بين التطور الضخم لوسائل الإعلام والمعرفة السياسية، وأيضا وجد في دراسة أخرى أن هناك علاقة ارتباطية واضحة بين استخدام وسائل الإعلام وبين المعرفة السياسية لدى الأفراد[5].

لذلك يعد الجمهور هو الهدف الأساس والنهائي في عملية الاتصال وفيما لو لم يكن هناك أي فكرة لدى القائم بالاتصال عن قدرات الجمهور العقلية وخصائصه النفسية والعاطفية وكذلك خصائصه الأولية فسوف يكون ذلك عائقا أمام قدرته الوصول إلى الجماهير وإقناعهم، مهما كانت الرسالة مصممة تصميما جيدا

---

[1] حمادة بسيوني إبراهيم ، دور وسائل الاتصال في صنع القرارات في الوطن العربي، بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، 1993، ص 50.

[2] آل سعود سعد، الاتصال والإعلام السياسي، الرياض: مكتبة القنوات، 2006، ص 23.

[3] أبوعامود محمد سعد، الإعلام والسياسة في عالم جديد، الإسكندرية: دار الفكر الجامعي، 2008، ص5.

[4] البشر محمد بن سعود، مقدمة في الاتصال السياسي، ط1، الرياض، مكتبة العبيكان، 1997، ص21.

[5]Schiller Herbert,Communication, Cultural Domination New York: International AR To, Sciences Inc., 1976, P139.

ومهما كانت قدرات القائم بالاتصال والوسيلة، فهناك العديد من المتغيرات التي تؤثّر على المضمون والذي سوف يعرض المتلقي نفسه إليه، مثل: تفكيره وتعليمه وسنه وشخصيته ومزاجه وميوله[1].

حيث يعد تطور وسائل الإعلام جزءاً من تطور الحياة السياسة بشكل عام، بل لا يمكن للمجتمعات السياسية المعاصرة البقاء من دون انتشار واسع، واتصالات سريعة يوفرها الإعلام، فان وسائل الإعلام لديها القدرة على نقل الأحداث السياسية التي تقع في أي جزء من العالم في وقت حدوثها إلى المتلقي، وبذلك أصبح المشاهدون في جميع أنحاء العالم يتعرضون للحدث نفسه في وقت واحد[2] .

لا بد من اشراك الجمهور اعتمادا على فهمه وتجاربه الحياتية في الموضوعات السياسية وكيف تتحرك الساحة التي يتواجد فيها عامة الناس من خلال تأثير السياسيين عليها وفهم الاجندات الحزبية وهذه مسؤولية الاعلام في القنوات الفضائية حتى وإن كانت حزبية وكما هو الحال في معالجتهم لقضايا الجريمة وغيرها عبر التلفزيون مثل برنامج (crimewatch) الذي تبثه قناة (BBC1) منذ العام 1984 في المملكة المتحدة حيث يهدف الى إشراك فهم الجمهور في موضوع الجريمة ويواكبه في رغبته المساعدة في تنقية المجتمع من الجريمة وهكذا يرتبط الجمهور بالبرنامج ويصبح جزءا من الواقع الذي يوحي به البرنامج، وفي وسع التحليل السيميائي أن يشرح بتفصيل أكبر كيف يجري صنع هذه الصلات بين التلفزيون والواقع والجمهور[3].

وللوصول إلى أكبر قاعدة جماهيرية لا بد من اللجوء إلى التكرار في الموضوعات ومن دون توقف أو ملل حيث يقول هوبلز "ما تزال الكنيسة الكاثوليكية قائمة لأنها تكرر الشيء نفسه منذ ألف عام، الدولة القومية الاشتراكية يجب أن تحذو حذوها".

فالجماهير لن تتذكر الأفكار الأكثر بساطة إن لم تُكرر مئات المرات، إن التغييرات التي تطرأ على هذه الأفكار يجب أن لا تؤثر مطلقا على أساس التلقين الذي يقترح نشره وإنما على شكله فقط حيث ايجابية الإقناع الذي نبتغيه من ذلك لحيازة جمهور واسع يلتف حول المعلومة ويقتنع بها، ولكنه يجب أن يتجسد مكثفا في صيغة لا تتبدل من حيث أسلوب الاختتام[4].

---

[1] الحديدي منى سعيد، سلوى إمام علي، الإعلام والمجتمع، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، يناير 2010، ص93.

[2] إبراهيم انتصار، صفد الساموك، الإعلام الجديد وتطور الأداء الوسيلة والوظيفة، بغداد: الدار الجامعية للطباعة والنشر، 2011، ص 49.

[3] بيغنل جوناثان ، ترجمة محمد شيّا، مجد المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر، الطبعة الاولى، 1432 – 2011م، ص183.

[4] المهنا فريال، تقنيات الإقناع والإعلام الجماهيري، دمشق، دار طلاس 1988، صفحة 61.

والعلاقة بين النظام الإعلامي والنظام السياسي علاقة دائرية ديناميكية تؤثر وتتأثر ولكن هذه العلاقة المتبادلة تختلف حسب طبيعة النظام السياسي السائد وسمات المجتمع السياسية والاقتصادية كنوع القضية المطروحة ودرجة تماسك الجمهور ووجود المؤسسات الدستورية التي تسمح في تدفق رأي عام حرّ ومؤثر في السياسة العامة[1] وذلك أي تحول يطرأ على المجال السياسي لا بد أن يكون له أثره في الإعلام، وأيضا تؤثر المتغيرات الإعلامية في السياسة بمستوياتها ومجالاتها المختلفة[2] وهذا يدل على الأسلوب الذي تعمل به وسائل الإعلام في أي بلد يعكس تكوينية النظام السياسي والاجتماعي ونفوذ السلطة ونوع العلاقات الاجتماعية التي تربط بين أفراده[3].

هنالك علاقة تبادل كبيرة بين النظام السياسي ووسائل الإعلام للقيام بوظائفه فيعتمد هذا النظام على وسائل الإعلام لتحقيق أهداف عدة من وجهة نظر باحثين عدة وهي[4].

1. غرس القيم والمعايير السياسية التي تهتم بالمجتمع، لا تستطيع الاستغناء عن وسائل الإعلام وذلك من أجل نشر مبادئه والترويج لها، وتعتبر وسيلة مناسبة وأداة فاعلة في نشر سلطته وفرض هيمنته والترويج لأفكاره وثقافته في المجتمع، ووسائل الإعلام أيضاً ليست باستطاعتها الاستغناء عن النظم السياسية لدعم مشاريعها وحمايتها من أهم هذه القيم والأفكار والمبادئ والمعايير السياسية التي يروج إليها النظام السياسي من خلال وسائل الإعلام مثل (الحرية، المساواة، إطاعة القوانين، التصويت الانتخابي).

2. الحفاظ على النظام السياسي ودعم التكامل الاجتماعي ويعتمد على وسائل الإعلام للحفاظ عليه عبر بث روح الإجماع وتكوين الرأي العام، إزاء القضايا المطروحة في المجتمع.

---

(1) حمادة بسيوني إبراهيم، دور وسائل الاتصال في صنع القرارات في الوطن العربي، مصدر سابق، ص 109.

(2) أبو عامود محمد سعد، الإعلام والسياسة في عالم جديد مصدر سابق، ص5 – 6.

(3) حميد علاء، الاتصال السياسي، بحث منشور في مجلة النبأ في موقعها على الانترنت، العدد 83، 2006، الموقع www.Ainabaa.com

(4) ينظر كل من: محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، مصدر سابق، ص203– M.Defeur. S. 204 Ball Rokeach, 1989. Op. Cit. P. 230 . ومنال هلال المزاهرة، نظريات الاتصال، مصدر سابق، ص210. وحسن عماد مكاوي وليلى حسن السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، مصدر سابق، ص319.

3.يستخدم النظام السياسي وسائل الإعلام في تدعيم الشعور بالمواطنة citizenry لأجل تنفيذ الأنشطة الأساسية التي يقوم بها النظام السياسي مثل: الحماسة للحرب، وحث المواطنين للمشاركة في التصويت الانتخابي.

4.يقوم النظام السياسي من خلال وسائل الإعلام في التحكم والسيطرة وكسب الصراعات التي تقع داخل السيادة السياسية مثل (الصراعات بين الأحزاب، الصراعات بين النظام السياسي والنظم الاجتماعية الأخرى مثل النظام الديني لأجل الفصل بين الدين والدولة) ولوسائل الإعلام القدرة في ترتيب أولويات الجماهير فهناك نوعان من الجمهور تناولهم الإعلام في طرح القضايا السياسية والتحليل، جمهور نخبوي تتأثر به وبطبيعة القضايا المهمة التي تشغله، وذلك في الأزمات السياسية الغير طبيعية عندما تحصل في المجتمعات تلجا النخب السياسية الى التعامل بكثافة مع وسائل الإعلام من اجل إبراز وجهات نظرهم للتأثير بالرأي العام، بينما الجمهور العام يسهل التأثير عليه وأكثر تلك الجماهير ليست لديها ولاءات سياسية وليس لها اهتمامات أو المشاركة السياسية[1].

إن هذه العلاقات المتبادلة تفسر في الوقت ذاته أسباب وكيفية استخدام الأفراد لوسائل الإعلام وتأثرهم بها، وان تبعية الأفراد لوسائل الإعلام واعتمادهم عليها يكون عبر علاقات الاعتماد المتبادل بين وسائل الإعلام والنظم الاجتماعية الأخرى ويعد تطور المجتمع المعاصر في نطاق عالم السياسة وكذلك تطور وسائل الإعلام وهذا أدى إلى اختلاف في المادة الإعلامية التي تقدم إلى المتلقي المستهدف ويمكن تميز منهجية التعامل الفكري وهذا التميز يحدد في خمسة أنواع من الإعلام وهي[2]:

1.رسائل الإعلام التي تتجه إلى الفئات الذي تعودنا أن نسميها بطبقة المثقفين في المجتمع أي إعلام النخبة المثقفة.

2.علماء التحليل وتفسير السياسي أي الخبراء في مجال السياسة الذي يعني إعلام النخبة المتخصصة.

3.إعلام قائد الرأي أي الذي يتعامل مع الأفراد الذين وظيفتهم قيادة المجتمع بالتوجيه والإجابة على التساؤلات.

4.إعلام صانع القرار وهو الذي يقوم باتخاذ القرار في جميع الحالات والمستوى.

---

[1] حجاب محمد منير نظريات الاتصال، مصدر سابق، ص116-117.

[2] ربيع حامد، الثقافة العربية بين الغزو الصهيوني وإرادة التكامل القومي، القاهرة، دار الموقف العربي، 1973، ص130-131.

5.يعتبر إعلام رجل الشارع للمجتمع الجماهيري.

فان العمل السياسي مرتبط بالجماهير في محاولة للتأثير في اتجاهاتها لتنفيذ سياسات معينة، ومن دون الإعلام فإن العمل السياسي يبدو عملاً غير مكتمل ولا يحقق أدنى أهدافه[1] ويرى باحثون أن وسائل الإعلام تؤدي خمس مهمات رئيسة للسياسيين ورجال الحكومة، هي[2]:

1.تزود الرؤساء والنخب السياسية بالمعلومات حول الأحداث الجارية والبيئة السياسية من حولهم، وبطريقة أسرع من قنوات أخرى.

2.توفر للمسؤولين والنخب السياسية القنوات اللازمة لنقل رسائلهم إلى الجمهور وتفسيرها.

3.تعكس اهتمامات الرأي العام بطريقة مباشرة بالتعبير عن اتجاهات الرأي العام، أو بطريقة غير مباشرة عبر نشرها للقصص الخبرية التي تشكل أساس النقاش الجماهيري العام، كما أنها تعطي الانطباع بكونها المدافع عن مصالح الرأي العام.

4.تؤثر وسائل الإعلام في مواقف متخذي القرارات السياسية ومواقف الجمهور، فكثير من السياسيين والمسؤولين يعتمدون على وسائل الإعلام في تفسير وتحليل الأحداث السياسية.

5.تتيح للمسؤولين توجيه نظر الرأي العام نحو القضايا والأحداث التي ترى الحكومة ضرورة توجيه الانتباه لها دون غيرها.

لقد عبر الموند (ALMOND) في عبارته الشهيرة (كل شيء في السياسة اتصال) فكثير من وظائف الاتصال السياسي ترتبط بالنظام السياسي ومن بين هذه الوظائف صنع القرارات والسياسات العامة[3].

ويعد ذلك من الطبيعي أن يكون لكل نظام سياسي فلسفته الخاصة تجاه وسائل الإعلام ودورها في خدمة النظام السياسي السائد، إلا أنها جميعاً تعتمد على وسائل الإعلام بدرجة كبيرة لتحقيق أهدافها، وهي أهداف تنطوي على دعم قيم ومبادئ النظام السياسي على اختلافها،

والتوعية السياسية والتعبئة للقيام بالأنشطة الفردية والمشاركة في الحياة السياسية[4] وتوصف وسائل الإعلام هي انعكاس للبيئة السياسية؛ حيث تعتبر مرآة للأحداث والصراعات والتفاعلات المحلية والإقليمية والدولية في المجال السياسي، ومن دون وجود وسائل الإعلام لا يتمكن من هم خارج نطاق الحلقة السياسية

---

[1] أبو الحمام عزام محمد، الإعلام الثقافي جدليات وتحديات، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2010، ص164.

[2] الهاشمي مجد هاشم، الإعلام المعاصر وتقنياته الحديثة، عمان، دار المناهج للنشر والتوزيع،2006، ص46.

[3] حمادة بسيوني إبراهيم، العلاقة بين الإعلاميين والسياسيين في الوطن العربي، مجلة عالم الفكر/ المجلد الثالث والعشرين/ ع:1،2، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، يوليو وديسمبر 1994، ص190.

[4] حمدي حسن، مقدمة في دراسة وسائل وأساليب الاتصال، القاهرة: دار الفكر العربي، 1987، ص 126.

الاطلاع على الأحداث السياسية (فالبيئة السياسية تبنى من قبل وسائل الإعلام هي التي تعرفنا بهذا الواقع)[1] وتعتبر وسائل الإعلام بمثابة ترابط بين اتجاهين النخبة الحاكمة والرأي العام، وكذلك تعكس اتجاهات الرأي العام بشأن معالجة النظام السياسي للقضايا المختلفة[2].

كما تشير دراسات أبعاد العلاقة بين الإعلام والسياسة في وقت الأزمات من خلال بعض الأطر[3]:

1. تعد العلاقة بين الدولة ووسائل الإعلام هي علاقة ارتباط وثيقة فمهما اختلف النظام السياسي للدولة فان الأداة الإعلامي تبقى هي الأداة التواصل بين السياسة والرأي العام.

2. عند حدوث الأزمات ينتظر من وسائل الإعلام إقرار نموذج تفاعلي بينها وبين الجمهور وذلك من اجل تدعيم النظام القائم في مواجهة التحديات التي تحدثها الأزمات وفتح قنوات اتصال مباشر بين وسائل الإعلام والجمهور.

3. عدم حجب المعلومات عن الجمهور في أوقات الأزمات من قبل القائم بالاتصال والتأكد من وصول المعلومات والبيانات إلى الجمهور بالقدر المناسب ودون آراء مسبقة.

4. تدفق المعلومات دون وضع ما يعيقها من رقابة مسبقا وذلك أمر يتطلب من الإعلاميين أنفسهم تجنب الرقابة الذاتية في التعامل مع الأحداث.

وان دراسة العلاقة بين المؤسسات السياسية والمؤسسات الإعلامية ضرورة لفهم الآليات والروابط التي تحكم العلاقة بينهما وهي[4]:

1. تعمل النخبة الحاكمة إلى إحكام سيطرتها على وسائل الإعلام لضمان المساندة لتوجهاتها وتتوقف درجة السيطرة على طبيعة المرحلة التي يمر بها المجتمع واتجاهات النخبة الحاكمة.

2. درجة التكامل بين النخبة السياسية ووسائل الإعلام حيث يصل التفاعل بينهما إلى أقصى مداه حين يشترك الطرفان في نفس الخلفية الثقافية والاجتماعية والقيم حيث تبنى المصالح في نفس المجموعتين بما يسمح بنمو الإدراك المتبادل وكذلك قد يحدث التداخل بين المجموعتين عندما يكون بعض أعضاء النخبة الإعلامية هم في الوقت نفسه أعضاء في الحكومة أو مؤيدين لها.

---

[1] عزيزة عبده، الإعلام السياسي والرأي العام: دراسة في ترتيب الأولويات، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2004، ص 72.

[2] عبد الغفار عادل، الإعلام والمشاركة السياسية للمرأة، مصدر سابق، ص 119.

[3] مصطفى هويدا، الإعلام والأزمات المعاصرة، ط1، القاهرة، دار مصر المحروسة، 2008م، ص34.

[4] مكي ثروت، الإعلام والسياسة وسائل الاتصال والمشاركة السياسية، ط1، القاهرة، عالم الكتب، 2005، ص123-125.

3. طبيعة تنظيم عمل مؤسسات الإعلام حيث تلعب السمة الأيديولوجية للقائمين بالاتصال دورا رئيسيا في حركة وسائل الإعلام ضد السلطة أو معها.

4. العلاقة بين الأحزاب ووسائل الإعلام أي فعالية النظام السياسي ترتبط بأفعال نظام الاتصال وان قدرة وكفاءة كل منهم تعكس على الآخر. فان الأنظمة السياسية عن تحقيق معظم أهدافها السياسية في عالم قائم على المعادلة الآتية:السياسة الناجحة ترادف الإعلام الفعال، والسياسة الفاشلة ترادف الإعلام غير الفعال.

ثالثا: الخلافات السياسية – political differences (دراسة ميدانية)

في العراق تظهر لنا جليا الخلافات السياسية وتصل امتداداتها على المستوى الجماهيري بسبب الخطاب الطائفي الذي يستعر كلما طفت الى السطح محاولات الحصول على الامتيازات والانحياز للمصالح الحزبية اكثر من المنحى الوطني، حيث نحتاج الى معرفة واقع هذه الخلافات ومدى تقبل الناس لتأثيراتها عليهم وكيفية مواجهتها وهذا ما يدفعنا الى محاولة فهم المجتمع من خلال دراسة ميدانية استبيانية من خلال مجموعة من الاسئلة، وكم موضح في نموذج الاستبيان في أدناه.

س1/ كيف تقيم الخطاب السياسي الحزبي في وسائل اعلامهم وفضائياتهم التابعة لهم			س2/ ماهو اثر الخطاب السياسي الحزبي اعلاميا على المجتمع			س3/ هل تجد ان الخطاب السياسي للاحزاب يثير الخلافات والنزاعات والفرقة داخل المجتمع			س4/ هل هناك وعي مجتمعي في اوساط الشعب العراقي لفهم دوافع الخطاب السياسي الحزبي			س5/ هل النخب المثقفة في المجتمع قادرة على توضيح وتحليل الخطاب الحزبي والحد من نشر العنف والتاجيج		
الأجوبة	العدد	النسبة المئوية	الأجوبة	العدد	النسبة المئوية	الأجوبة	العدد	النسبة المئوية	الأجوبة	العدد	النسبة المئوية	الأجوبة	العدد	النسبة المئوية
جيد وله تاثير إيجابي	6	6%	الى حد ما	31	31%	الى حد ما	36	36%	الى حد ما	35	35%	الى حد ما	32	32%
متدني وله تاثير سلبي	63	63%	جيد	9	9%	لا	5	5%	لا	33	33%	غير قادرة	27	27%
مقبول ويمكن ان يلبي الغرض	31	31%	سئ	60	60%	نعم	59	59%	نعم	32	32%	قادرة	41	41%
س6/ هل تعتقد بان شبكات التواصل الاجتماعي مصدر اساسي للاخبار			س7/ هل تعتقد بان الاعلام له اهمية خلال الازمات			س8/ ما مدى ثقتك بالمؤسسات الاعلامية الرسمية			س9/ هل الاعلام النقدي يخدم مشاريع الحراك الجماهيري			س10/ هل تعتقد بان الاخبار المنشورة على شبكات التواصل الاجتماعي مفبركة		
الأجوبة	العدد	النسبة المئوية	الأجوبة	العدد	النسبة المئوية	الأجوبة	العدد	النسبة المئوية	الأجوبة	العدد	النسبة المئوية	الأجوبة	العدد	النسبة المئوية
الى حد ما	29	29%	الى حد ما	10	10%	اثق بها	14	14%	الى حد ما	41	41%	بعضها مفبرك وبعضها حقيقي	86	86%
لا	14	14%	لا	0	0%	الى حد ما	55	55%	لا	11	11%	لا غير مفبركة	4	4%
نعم	57	57%	نعم	90	90%	لا اثق بها	31	31%	نعم	48	48%	نعم مفبركة	10	10%

أولا: الاستنتاجات

1. التركيز الكبير والواضح من قبل القنوات الفضائية الحزبية على تناول وتغطية موضوعات الصراع السياسي والتحديات والتجاذبات الداخلية والإقليمية والدولية واستثمار البرامج السياسية كمنابر للتعبير عن المواقف السياسية الحزبية إزاء الأحداث والمتغيرات. وكل ذلك يعود إلى التداخل بين الأجندة الوطنية وما يتطلبه العمل من أجل خطاب وطني. وبين الأجندة الحزبية وما يتطلبه العمل من اجل خطاب حزبي قد يكون أحيانا بعيد عن تداول هموم الوطن وربما الالتفات لصناعة الزعامات والرموز كان من أهم ما يتصدر سلّم الأولويات لديهم.

2. التركيز الواسع من قبل بعض الفضائيات على الموضوعات السياسية ذات الطبيعة السلبية في العملية السياسية وبما ينسجم مع سياساتها إزاء التشكيك بنجاعة سياسات الحكومة وبرامجها ومحاولة الاستثمار السياسي للمشكلات التي يمر بها العراق. وهي بذلك تحاول أن تجسد دور المعارضة رغم مشاركة قسم منها في الحكومة.

3. زيادة ومضاعفة الاهتمام في الفضائيات الحزبية بموضوعات (تنفيذ الإصلاحات السياسية) وهي نتيجة طبيعية جاءت بالتزامن مع دعوات حكومية وسياسية سادت في العراق أثناء الإطار الزماني لكتابة البحث خلال الفترة الماضية. وهو ما جاء ليمثل انعكاس الجو السياسي المنادي بالإصلاح على الموضوعات السياسية الأخرى. فوجدنا أن كل فضائية حزبية تتبنى أجندة حزبها أو تيارها السياسي وشخوصها تارة في إظهار سلبيات الحكومة أو بالعكس فيما لو كان حزب ما يمتلك السلطة فيظهر عيوب الاحزاب الاخرى التي تعارضه وليس الحديث عن الأهمية التقويمية للإصلاح السياسي بوصفه أسلوب للمراجعة وتطوير الأداء.

4. الاهتمام العالي من قبل الفضائيات الحزبية ببرامج وسياسات الحكومة الاقتصادية والمالية بسبب التحديات الاقتصادية وانعكاسات ذلك على استحقاقات تمويل الحرب التي كانت قائمة على داعش وتأمين رواتب الموظفين وغيرها من الاستحقاقات. فهناك فضائيات تؤيد تلك السياسات وهي قريبة من السلطة وهناك فضائيات تتبنى المواقف المعارضة للبرامج المالية والاقتصادية للحكومة وهي تهاجمها دائما وبما يتوافق مع أجندتها التي سبقت الإشارة إليها.

5. التأكيد الواضح عبر فضائيات معينة على معارضة ورفض فكرة ومبدأ (التوافق بين الكتل البرلمانية) والدعوة إلى عدم تبنيه بل اعتماد الاستحقاق السياسي والانتخابي. وكانت تلك القنوات هي الأكثر تناولا لهذا المحور عبر برنامجها السياسي. وهي تتناوله في سياق الانتقاد وإظهار الجوانب السلبية فيه. وفي المقابل كانت فضائيات أخرى تابعة لأحزاب قد تبنت أيضا وبدرجة اقل حدة ووضوح انتقاد سياسة التوافق وبما ينسجم مع الخطاب الذي تتبناه في مخاطبة جمهورها.

6. الاختلاف والتباين الواضح في خطاب الفضائيات الحزبية بشأن موضوع (الحشد الشعبي) ودوره في عمليات تحرير المدن من داعش والجدال الدائر بشأن المشاركة للحشد. فبينما سعت قنوات قريبة من الحشد إلى تكريس ذلك وإظهار التأييد والمباركة على مشاركة الحشد الشعبي في عمليات التحرير، وبررت لذلك بعناوين وطنية وإسلامية، بينما كانت قنوات أخرى تركز على إشكالية مشاركة (الحشد الشعبي) في المعارك في إطار إظهار المعارضة والانتقاد للمشاركة تلك تحت عناوين الحساسيات المذهبية والقومية والتوجس من الاحتكاك وهذا مازال في إطار خطابهم الاعلامي رغم انتهاء تنظيم داعش والعمليات العسكرية بتحرير المدن الغربية منها.

7. الانتقائية الواضحة في سياق تناول الموضوعات على إبراز (الخلافات الشيعية – السنية) في الفضائيات الحزبية. وهو ما يعكس عمق الانقسام السياسي والمجتمعي الذي تعبر عنه الأحزاب السياسية عبر برامجها وشعاراتها وتصريحاتها. ما قد يفسر عدم قبول الآخر في سياستها وعقدة الصراع على السلطة التي تعيشها بعض الأحزاب.

8. إيلاء الاهتمام الكبير في الفضائيات الحزبية بقضايا (الخلافات مع دول الخليج) حيث التركيز كان ينصب من بين خيارات عدة على الدول تلك لاسيما مع الانقسام السياسي في العراق إلى فريقين احدهم يدافع عن دول الخليج ويعدها العمق العربي للعراق ويجب الانفتاح عليها. والفريق الآخر الذي يتهمها بدعم الإرهاب والتحريض على احد المكونات العراقية عبر دعم القوى والشخصيات والفصائل المسلحة المتهمة بالإرهاب داخل العراق.

9. الاهتمام والتركيز على دور المرجعية الدينية العليا في العراق لما تمثله من صمام أمان حقيقي للواقع العراقي المتأزّم بعد دخول السلم المجتمعي في حالة خطرة في العراق بعد عام 2006. وهو ما مثل نقطة اتفاق وإجماع بين أغلب القنوات الفضائية. وعلى مستوى الاتجاهات والمواقف فكان التركيز الأكبر ينصب على إضفاء التأييد والدعم والمقبولية على دور المرجعية وتوجيهاتها لحماية مصالح المجتمع والعراقيين بكل مكوناتهم.

10. الاستغراق في الخطاب الحزبي في جميع الفضائيات الحزبية والتركيز على تضمين الأفكار والأطروحات الحزبية عبر البرامج السياسية في القنوات الفضائية بفعل المعالجة الإعلامية للقضايا السياسية الخلافية بالاستناد إلى الأجندة الحزبية. والابتعاد عن المعايير الإعلامية والمبادئ العالمية للعمل الصحفي التي تنص على أفكار من قبيل التوازن والحيادية والموضوعية ومراعاة مصلحة الجمهور وثوابت المجتمع.

11. نتائج الاستبيان حول تأثير الخطاب السياسي على الامن المجتمعي العراقي والاساليب المستخدمة من قبل الاحزاب السياسية ومدى قربها من الجمهور العراقي، اذ تباينت وتنوعت الاسئلة لمعرفة واقع المجتمع وعلاقته بالاحزاب التي حكمته طيلة عقد ونصف من الزمن فكانت النتائج مقرونة بالنسب المئوية التالية.

– السلبية تجاه الخطاب الحزبي وكان التشاؤم حاضرا في أجوبة الافراد تجاه وسائل اعلامهم من الفضائيات تحديدا وبنسبة 63% يعتبرون ان خطاب الاحزاب متدني وله تأثير سلبي وبنسبة 59% يثير النزاعات والخلافات داخل المجتمع، أما الوعي المجتمعي تجاه الخطاب الحزبي فهو متساو في الآراء، أما ما يخص النخب المثقفة في ايصال وتوضيح وتحليل الخطاب الحزبي فكان بنسبة 41% يؤشر بأن لهم القدرة على التحليل، ولكن اللافت في الموضوع ونحن نبحث في خطاب القنوات الفضائية وجدنا أن نسبة من يعتمد وسائل التواصل الاجتماعي في الحصول على الاخبار هي 57% وهذا الامر يستحق التوقف عنده رغم أن الكثير من تلك الاخبار فيها الكثير من التدليس والكذب والافتراء أو محاولات التسقيط حينما يتبين بعد نشر الخبر انه غير صحيح ومجرد تلفيق، وهو ما يتسبب أحيانا في خلق الكثير من المشاكل في أوساط المجتمع تؤدي الى تمزيقه وقد تكون بعض الجيوش الكترونية تستخدمها الاحزاب لتكون منصة صراع فيما بينهاوعندها سيكون الخاسر هو الشعب بكل طبقاته ومكوناته.

– النسبة العالية في الاستبيان تخص موضوعة دور الاعلام في الازمات ومدى تأثيره في ايصال المعلومة خلال الازمة فكانت النتيجة التي تؤيد بالاجابة نعم هي 90%، أما مدى الثقة بالمؤسسات الاعلامية الرسمية فكانت اجابات الجمهور تقع في الوسط بين الايجاب والسلب والى حد ما بنسبة 55%، في حين أن الاعلام النقدي فيما يخص الحراك الجماهيري كانت النسبة بنعم قريبة من الاجابة الوسطية الى ما بين 41– 48%، أما الاخبار المفبركة على وسائل التواصل الاجتماعي فكانت إجابات الجمهور أن بعضها مفبرك وبعضها حقيقي بنسبة 86% وهذا يدل ان هناك من يثق وهناك من لا يثق بما ينشر في التواصل الاجتماعي .

ثانيا: التوصيات

1. على المؤسسات الإعلامية الحزبية ومنها الفضائيات الالتزام بالمعايير المهنية التي تنص على مراعاة مصالح الجمهور والثوابت الوطنية في الخطاب الإعلامي والسياسي الذي تتبناه والعمل على تمتين الأواصر المجتمعية بعيدا عن الخطاب الفئوي والعنصري الذي يسعى إلى تحقيق أهداف حزبية ضيقة بعيدا عن الاستحقاقات الوطنية.
2. على وسائل الإعلام الحزبية العمل على تصميم الخطاب الوطني على وفق معايير الخطاب الإعلامي النموذجي والتركيز على المستوى السياسي فيما يخص خطاب الدولة والأمة العراقية عبر معالجات إعلامية وقائية للازمات والمستجدات والخلافات السياسية والعمل على مخاطبة عقل الجمهور وليس عواطفه والاستعانة بالمحللين السياسيين المتعقلين والمنطقيين بعيدا عن خطاب التحريض والعنف والكراهية.
3. عند وضع الاستراتيجيات الإعلامية والخطط البرامجية للفضائيات الإخبارية لابد من الأخذ بخصائص الجمهور العراقي وإمكاناته الاتصالية واحتياجاته ورغباته. وتحديد الظروف والتداعيات التي يمر بها على عادات التعرض لدى الجمهور ونمط تعاطيه مع الخطاب السياسي في الفضائيات العراقية الحزبية.
4. دراسة العلاقة بين الجمهور في العراق والقنوات الفضائية الحزبية من جوانب متعددة. وذلك لأهمية هذه الفضائيات. وما تقدمه من مضامين سياسية يمكن أن تترك آثارا على مستوى المعرفة والاتجاه والسلوك السياسي للجمهور.
5. يجب أن يهتم القائمون على البرامج السياسية في الفضائيات الحزبية بتقديم أراء مختلفة حول الحدث السياسي ومن وجهات نظر مختلفة، بما يؤدي إلى ترسيخ الثقة لدى الجمهور، ويضفي المصداقية على تلك البرامج، فالتعددية في الآراء حول الحدث السياسي الواحد تعطي صفة الحياد والموضوعية للبرامج التي تقدم من خلالها، فمن غير الممكن تقديم الحدث أو الموضوع السياسي من زاوية واحدة وبوجهة نظر خاصة تتفق وأيديولوجية القناة الحزبية، إذ لابد من تقديم الرأي والرأي الأخر وان كان ليس بالمستوى نفسه، لكن ذلك يجعل من القناة موضع ثقة ومصداقية للجمهور المتلقي.
6. الاهتمام بالتعرف على أهم حاجات الجمهور في العراق والعمل على حث القائمين على الفضائيات الإخبارية لإجراء دراسات استطلاعية حول البرامج السياسية التي تبثها، لمعرفة مدى استفادة الجمهور من تلك البرامج، فليس من الممكن الاستمرار بتقديم برنامج سياسي معين دون معرفة حجم التعرض لذلك البرنامج، وموقف الجمهور المتلقي منه، إذ إن الجمهور هو الهدف الأول والأخير من تقديم البرامج والموضوعات السياسية، فبدون الجمهور لا جدوى من تقديم تلك البرامج أو أي برامج أخرى.

7. أن تعمل الحكومة العراقية على تأسيس مركز تأهيلي يختص بالشباب العراقي له دور مهم جدا لتدريب وتأهيل الكوادر الشبابية كي يكونوا قادة في شؤون الدولة العراقية من الناحية السياسية والاقتصادية والامنية والاجتماعية ولديه تواصل مع مراكز اخرى مهمة على مستوى العالم لديها الخبرة العميقة في ذلك ويرسل الى تلك المراكز سنويا بما يقارب الثلاثمائة شابا يكون كلا منهم حاملا للشهادة الجامعية الاولى ولا بأس بالتخصص وبذلك سيكون لدينا بعد عدة سنين جيل متكامل لقيادة الدولة العراقية ومؤسساتها التنفيذية والتشريعية.
8. عقد مؤتمر سنوي يتجدد كل عام مع جيل الشباب وخصوصا طلبة الجامعات العراقية باختلاف تنوعاتهم يتدارس فيه آليات التطوير وتنمية الفكر السياسي والاقتصادي والاجتماعي للخروج بنواة مجتمعية ناجحة مؤهلة.
9. عقد حوار مجتمعي تكون مهمته مناطة بمنظمات المجتمع المدني الى جانب السلطات العراقية الثلاث بكل توجهاته لغرض تصحيح مسار الواقع الاجتماعي الذي تداخلت بين فئاته الكثير من المشاكل المعقدة والتي كان نتاجها المرور في حرب أهلية وسيطرة الفكر المتطرف لدى جميع الاطراف حيث سالت الكثير من الدماء البريئة، ولذلك يمكن تسميتها بصدمة العقل المجتمعي التي يجب ان يتم برمجتها وفق الارتباط الوطني والانتماء الواضح للبلد، وهذا الامر يعتمد نجاحه على تكاتف المرجعيات الدينية بكل طوائفها وشيوخ العشائر ومنظمات المجتمع المدني والحراك الطلابي مع سلطات الدولة الساندة لهذه المهمة من اجل الاستقرار العام الذي تبحث عنه الحكومة.
10. يقوم العاملين في مجال الاعلام بكل تنوعاتهم وتوجهاتهم في البحث عن إعلام يؤثر على السلوك الفردي والجمعي داخل المجتمع العراقي وفي جميع أوساطهم الثقافية والتعرف على الميول الذاتية للافراد من اجل صناعة الخطاب الذي يؤسس بشكل كبير للتقليل من حدة الاحتقان والتثوير الذي يمكن ان يمارس من قبل جهات خارجية لديها أجندات يتم ايصالها الى عامة الناس عبر الوسائل الالكترونية تؤدي في النهاية الى خلط الأوراق كما هو حاصل مع الاحتجاجات التي يقوم بها ابناء الشعب العراقي منذ بداية شهر اكتوبر 2019 وحتى الان ضد الفساد والمحسوبية والتلكؤ الاداري والمحاصصة السياسية والدينية والقومية الذي أدى الى الترهل الاداري في عمق عصب مؤسسات الدولة العراقية الذي نشاهده اليوم في صوت الشباب العراقي وهو ينفجر بوجه الحكومة والبرلمان والكتل السياسية مطالبا بتغيير كل قواعد اللعبة السياسية.

المصادر العربية :

1- الهيتي هادي نعمان، مقدمة في شروط البحث العلمي، بغداد، دراسة مطبوعة بالرونيو، 1983.
2- حسين سمير محمد، بحوث الإعلام، الأسس والمبادئ، القاهرة، عالم الكتب، 1976.
3- عبيدات ذوقان وآخرون، البحث العلمي، مفهومه، أدواته، أساليبه، عمان، دار الفكر، 1998.
4- وحيد رجاء ، البحث العلمي سياساته النظرية وممارساته العلمية، دمشق، دار الفكر،2000.
5- مزاهرة منال هلال، بحوث الإعلام الأسس والمبادئ، عمان، دار كنوز المعرفة العلمية للنشر والتوزيع، 2011.
6- منير حجاب محمد، أساسيات البحوث الإعلامية والاجتماعية، مصدر سابق.
7- حمادة بسيوني إبراهيم ، دور وسائل الاتصال في صنع القرارات في الوطن العربي، بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، 1993.
8- آل سعود سعد، الاتصال والإعلام السياسي، الرياض: مكتبة القنوات، 2006.
9- أبوعامود محمد سعد، الإعلام والسياسة في عالم جديد، الإسكندرية: دار الفكر الجامعي، 2008.
10- البشر محمد بن سعود، مقدمة في الاتصال السياسي، ط1، الرياض، مكتبة العبيكان، 1997.
11- Schiller Herbert,Communication, Cultural Domination New York: International AR To, Sciences Inc., 1976.
12- الحديدي منى سعيد، سلوى إمام علي، الإعلام والمجتمع، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، يناير 2010.
13- إبراهيم انتصار، صفد الساموك، الإعلام الجديد وتطور الأداء الوسيلة والوظيفة، بغداد: الدار الجامعية للطباعة والنشر، 2011.
14- بيغنل جوناثان ، ترجمة محمد شيّا، مجد المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر، الطبعة الاولى، 1432 - 2011م.
15- المهنا فريال، تقنيات الإقناع والإعلام الجماهيري، دمشق، دار طلاس 1988.
16- حمادة بسيوني إبراهيم، دور وسائل الاتصال في صنع القرارات في الوطن العربي، مصدر سابق.
17- أبو عامود محمد سعد، الإعلام والسياسة في عالم جديد مصدر سابق.
18- حميد علاء، الاتصال السياسي، بحث منشور في مجلة النبأ في موقعها على الانترنت، العدد 83، 2006، الموقع www.Ainabaa.com

19- ينظر كل من: محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، مصدر سابق- 204. M.Defeur. S. Ball Rokeach, 1989. Op. Cit. P. 230. ومنال هلال المزاهرة، نظريات الاتصال، مصدر سابق، ص210. وحسن عماد مكاوي وليلى حسن السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، مصدر سابق.

20- حجاب محمد منير نظريات الاتصال، مصدر سابق.

21- ربيع حامد، الثقافة العربية بين الغزو الصهيوني وإرادة التكامل القومي، القاهرة، دار الموقف العربي، 1973.

22- أبو الحمام عزام محمد، الإعلام الثقافي جدليات وتحديات، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2010.

23- الهاشمي مجد هاشم، الإعلام المعاصر وتقنياته الحديثة، عمان، دار المناهج للنشر والتوزيع،2006.

24 حمادة بسيوني إبراهيم، العلاقة بين الإعلاميين والسياسيين في الوطن العربي، مجلة عالم الفكر/ المجلد الثالث والعشرين/ ع:2،1، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، يوليو وديسمبر 1994.

25- حمدي حسن، مقدمة في دراسة وسائل وأساليب الاتصال، القاهرة: دار الفكر العربي، 1987.

26-عزيزة عبده، الإعلام السياسي والرأي العام: دراسة في ترتيب الأولويات، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2004.

27- عبد الغفار عادل، الإعلام والمشاركة السياسية للمرأة، مصدر سابق.

28- مصطفى هويدا، الإعلام والأزمات المعاصرة، ط1، القاهرة، دار مصر المحروسة، 2008م.

29- مكي ثروت، الإعلام والسياسة وسائل الاتصال والمشاركة السياسية، ط1، القاهرة، عالم الكتب، 2005.

References:

Source list:

1- Al-Hiti Hadi Noman, Introduction to the Conditions of Scientific Research, Baghdad, a study printed in Alronio, 1983.

2- Hussein Samir Muhammad, Media Research, Foundations and Principles, Cairo, World of Books, 1976.

3- Obeidat Thouqan and others, scientific research, its concept, tools, methods, Amman, Dar Al-Fikr, 1998.

4- Waheed Rajaa, Scientific Research: Its Theoretical Policies and Scientific Practices, Damascus, Dar Al-Fikr, 2000.

5- Mazahrah Manal Hilal, Media Research, Foundations and Principles, Amman, Dar Treasures of Scientific Knowledge for Publishing and Distribution, 2011.

6- Mounir Hijab Muhammad, Fundamentals of Media and Social Research, previous source.

7- Hamada Bassiouni Ibrahim, The Role of Communication in Decision-Making in the Arab World, Beirut: Center for Arab Unity Studies, 1993.

8- Al Saud Saad, Communication and Political Media, Riyadh: Channels Library, 2006.

9- Abu Amoud Mohamed Saad, Media and Politics in a New World, Alexandria: University Thought House, 2008.

10- Al-Bishr Muhammad Ibn Saud, An Introduction to Political Communication, 1st edition, Riyadh, Obeikan Library, 1997.

11- Schiller Herbert, Communication, Cultural Domination New York: International AR To, Sciences Inc., 1976.

12- Al-Hadidi, Mona Saeed, Salwa Imam Ali, Media and Society, Cairo, The Egyptian Lebanese House, January 2010.

13- Ibrahim Intisar, Safad Al-Samuk, New Media and the Evolution of Performance, Means and Function, Baghdad: University House for Printing and Publishing, 2011.

14- Bignell Jonathan, translated by Muhammad Shaya, Majd University Foundation for Studies and Publishing, first edition, 1432-2011 AD.

15- Al-Muhanna Faryal, Techniques of Persuasion and Mass Media, Damascus, Dar Talas, 1988.

16- Hamada Bassiouni Ibrahim, The Role of Communication in Decision-Making in the Arab World, previous source.

17- Abu Amoud Muhammad Saad, Media and Politics in a New World, previous source.

18- Hamid Alaa, Political Communication, a research published in Al-Nabaa magazine on its website, Issue 83, 2006, www.Ainabaa.com

19- See: Mohamed Abdel-Hamid, Media Theories and Influence Trends, previous source - 204M.Defeur. S. Ball Rockeach, 1989. Op. Cit. P. 230 .. Manal Hilal Al-Mazahra, Theories of Communication, previous source, p. 210. And Hassan Emad Makkawi and Laila Hassan Al-Sayed, Communication and its Contemporary Theories, previous source.

20- Hijab Muhammad Mounir, Theories of Communication, previous source.

21- Rabih Hamed, Arab Culture between the Zionist Invasion and the Will of National Integration, Cairo, Dar Al-Mawqif Al-Arabi, 1973.

22- Abu Al-Hamam, Azzam Muhammad, Cultural Media, Controversies and Challenges, Amman, Dar Osama for Publishing and Distribution, 2010.

23- Al-Hashemi Majd Hashem, Contemporary Media and Its Modern Technologies, Amman, Dar Al-Manhaj for Publishing and Distribution, 2006.

24 Hamada Bassiouni Ibrahim, The Relationship between Media Professionals and Politicians in the Arab World, Alam Al-Fikr Magazine, Volume XXIII, P: 1, 2, National Council for Culture, Arts and Literature, Kuwait, July and December 1994.

25- Hamdi Hassan, Introduction to the Study of Means and Methods of Communication, Cairo: Dar Al-Fikr Al-Arabi, 1987.

26- Aziza Abdo, Political Media and Public Opinion: A Study in Arranging Priorities, Cairo: Dar Al-Fajr for Publishing and Distribution, 2004.

27- Abdul Ghaffar Adel, Media and Women's Political Participation, previous source.

28- Mustafa Howayda, Media and Contemporary Crises, 1st Edition, Cairo, Dar Misr Al-Mahrousa, 2008.

29- Makki Tharwat, Media and Politics, Means of Communication and Political Participation, 1st Edition, Cairo, World of Books, 2005.