

حالات التجهيل في الخطاب الإعلامي

د.سهاد عادل القيسي و د.محمد جبار الكريزي

ملخص البحث:

تكمن موضوعة البحث عن اشكالية انتاج خطاب لغوي قادر على غسل العقول المتلقية له، واولى هذه الاشكاليات عدم مضدرته على التحكم بالمعلومات و صياغتها و طريقة تقديمها وتركيز تقديمها وكثافته، والتكرار والتواصل، يؤثر قطعاً في مشاعر الإنسان وبالتالي مواقفه، وردود أفعاله، ثم في مفاهيمه بالتالي في سلوكه. و لهذا نقول أن الإعلام قد استلم الدور الأكبر لتشكيل السلوك الإنساني انطلاقاً مما يقدمه من معلومات و مواقف يصوغها بشكل يخدم توجه من يقف وراءه من سياسيين وذلك لعدم تمتع هذه المجتمعات بأهلية سياسية او إعلامية مما تسبب في أضافة وسيلة إعلامية جديدة لوسائل الاعلام المعروفة كوسيلة الاعلام المقروءة والمسموعة والمرئي والالكتروني لتأتي (وسيلة المواطن) وهو المواطن الذي استهلك اللغة واعاد انتاجها كلغة اعلامية.

فالإعلام ككل هو مجموعة مثيرات كالمثير الاعلى والاسرع والراسخ والمتلقي يعمل على اعادة ترشيح هذه المثيرات وفقاً للمثير الراسخ، وهذا مااستخدمته وسائل الاعلام الموجهة للسيطرة على تفكيرنا وعقولنا لتطويعنا لخدمة اهدافه. كما استخدمت التجهيل وكي وعيه وتنميط عقله وتحويله لشخصية أحادية التفكير، ثم بعد ذلك بنت على ذلك وعيه الجديد وفق استراتيجياتها الاقتصادية والفكرية والسياسية، فتحوّلت أغلب المجتمعات العربية تحت ضربات الحداثة والعلمنة إلى مجتمعات استهلاكية شبيهة في نمط معيشتها بالمجتمعات الغربية، بعد أن كرس الاعلام ثقافة الانهزام النفسي في وعي العربي وكرست غلبة الغرب في كل شيء كنهف قهري غير قابل للنقاش لذلك لعب الاعلام المرئي دورا كبيرا جدا في إحداث بلبة مفاهيمية من جهة ومذهبية من جهة أخرى ساند بها الهيمنة على العقول، وعسكرتها مذهبياً حجباً للمعرفة وتكريساً للفرقة وتضخيماً للصراع وصناعة للوهم من خلال اختلاق أعداء وهميين وتوجيه السلاح باتجاهات مغايرة للواقع وليست باتجاه العدو الحقيقي.

الفصل الاول: الاطار المنهجي:

مقدمة:

لقد استشرّف الفيلسوف الانكليزي (فرانسيس بيكون) المستقبل قبيل انكشافه، حين دعا الى نوع جديد من العلم لا يكون هدفه ارضاء طموح العقل البشري نظرياً فقط بل هدفه تحقيق سيطرة الانسان على الطبيعة للوصول الى مزيد من التحكم في العالم الخارجي، ليظهر المجتمع التجاري ثم الرأسمالي والاحتياجات التكنولوجية الهائلة التي قلصت قوى التفكير والابداع لتقتصر على نخبة رأسمالية تمتلك مفاتيح الامور الاقتصادية وصناعة القرارات السياسية، وبدأت عمليات تحول الانسان الماهر الذي يقوم بتطوير خبرته بطرق تكاملية بين الممارسة والخبرة الى كائن يسعى لتسويق ذاته كي يقوم بتغطية حاجاته الوهمية التي صنعها له الرأسماليين ضمن خطة الهيمنة على الطبيعة ليخلق حاجات وهمية تم تحويلها الى ضروريات، عندها فقط لجأ للهيمنة على الاعلام ليلعب دورا بارزاً في ادارة معارك العقل والوعي اثناء الحروب. وسنتناول دور الاعلام في صياغة التجهيل وتسويقه من خلال وسائل الاتصال.

مشكلة البحث:

تكمن مشكلة البحث في تساؤلين رئيسيين هما:

١. ما الكيفية التي اعتمدها الصحافة في صياغة تجهيل الخطاب؟
٢. ماهية أساليب تسويق هذا التجهيل الذي تمت صياغته بالخطاب الإعلامي؟

أهداف البحث:

- تجيب أهداف الدراسة عن تساؤلاتها، لذا تتلخص الاهداف بالاتي:
١. تشخيص مظاهر التجهيل التي تمت صياغتها في الخطاب الإعلامي.
 ٢. تحديد الاساليب التسويقية لهذا التجهيل الذي تمت صياغته بالخطاب الإعلامي الموجه للمجتمع العراقي.

متهج البحث:

استعان الباحثان بالمنهج المسحي بشقيه الوصفي والتحليلي من خلال تحليل المضمون لدراسة حالات التجهيل في الخطاب الاعلامي.

مجتمع البحث:

يتمثل مجتمع البحث بالصحيفة العراقية اليومية السياسية (المدى).

عينة البحث:

اختار الباحثان الموضوعات السياسية المنشورة في صحيفة المدى لمدة شهر كامل تمثل بشهر (كانون الاول) من عام ٢٠١٦.

تحديد المصطلحات والمفاهيم:

١. التجهيل: الجهل ضد العلم وقد جهل من باب فهم وسلم و نجاهل أرى من نفسه ذلك وليس به، والجهل هو عدم حضور صورة الشئ في الذهن كخالي الذهن الذي لايمكن من معرفة مجهولاته، رغم انه يعترف بجهله، واستجهله اي عدّه جاهلا واستخفه أيضا و التجهيل النسبة إلى الجهل و المجهلة بوزن المرحلة الأمر الذي يحمل على الجهل ومنه قولهم الولد مجهله و المجهل المفازة لأعلام فيها، والجهل البسيط: تعبيرٌ أطلق على من يُسَلَّم بجهله. والجهل المركب: تعبيرٌ أطلق على من لا يُسَلَّم بجهله، ويدعي ما لا يعلم.
 ٢. الخطاب: ترد مفردة الخطاب في القرآن الكريم في ستة مواضع وبصيغتي المصدر والفعل، حيث حدد المفسرون معناها حسب السياق القرآني الذي وردت فيه المفردة، لكن جميع التفسيرات تلتقي عند القول ان مفردة الخطاب تؤدي معنى البيان والبلاغ الواضح لرسالة محددة المعنى والاهداف. ويعد الخطاب بالمعنى الاصطلاحي جديد في الادبيات العربية وتتبع حداته من ترجمته العربية الحديثة التي جاءت بمقابلات معجمية كثيرة تقترب تارة وتبتعد اخرى عن حدودها١.
- ويعد الخطاب وفق هذا التوصيف نتاجا مشتركا ما بين صاحب الخطاب وجمهوره المستهدف والبيئة أو المناخ السائد اي انه نتاج مشاركة بين المرسل والمستقبل والبيئة الاتصالية فمن بين ماينتهي اليه الاتصال، المشاركة في المعاني اي المشاركة في المعلومات او الافكار أو المهارات أو الميول أو الاتجاهات أو المشاعر بين المرسل والمستقبلين٢.

الفصل الثاني. الاطار النظري:**مدخل الى التجهيل**

يقول بعض الحكماء:

"ان من قدرات الانسان ومميزاته هو انه يتمكن من التوجه والانتباه الى علمه وجهله فيعلم بأنه يعلم ويعلم بأنه لايعلم"

المعروف ان الانسان الذي يعلم انه لايعلم الشئ قد اكتسب نصف العلم وهو العلم بجهله وبقي النصف الاخر وهو العلم بالشئ المجهول وبامكانه الوصول الى العلم الثاني من خلال حسن الاستفسار والسؤال، وهذا يقودنا الى ان معرفة الجهل لايتيسر الا من خلال العلم والجهل البسيط هو ان يجهل الشئ وهو عالم بجهله فيما يعرف التجهيل هو حمل الشخص عمدا ودون ان يعلم على الجهل بالشئ وتصديقه وهو مخالف للواقع وهو لايعلم بجهله.

سلطة الإعلام

بدأت بوادر التجهيل من خلال الاعلام في العالم في عام ١٩١٦ اثناء فترة إدارة الرئيس ويلسون ضمن برنامج انتخابي بعنوان "سلام دون نصر" في منتصف الحرب العالمية الاولى تولى هذا البرنامج صناعة توجيه وإدارة الرأي العام، من خلال قيام الادارة الامريكية الى انشاء لجنة للدعاية الحكومية سميت بلجنة (كريل) لكون رئيسها هو الصحفي -جورج كريل- وكان دورها يقوم على تحويل المواطنين المسلمين الى مواطنين يرغبون بخوض الحرب وتدمير الالمان، ونجحت خلال ستة اشهر بتحقيق هذا الدور مع الامريكيين.٢
فيما اطلق الصحفي والمفكر الامريكي ولتر ليبمان ١٩٨٨-١٩٧٤ تسمية (القطع الضال و الحائر) ومعلقا بأن له وظيفتان اساسيتان في النظام الديمقراطي اولها كونهم مشاهدين لامشاركين في الفعل والثانية المشاركة في الانتخابات.٤
نلاحظ ان التجهيل استمد وجوده من خلال الاعلام ليمسي الاخير لسان حال الحكومات واللاعب الرئيسي في عملية التجهيل من خلال تغييب الحقائق عمدا وخلع ثوب الحياد ليتم نسف الموضوعية بالإعلام لمروره بعمليات التصنيع السياسي.
وتقول الصحفية جورجينا كينيون^٥ ان فكرة "نشر الجهل بتعمد" يروج لها تحت قناع الجدل والنقاش المتوازن من خلال عبارة "لايتفق الخبراء حول هذا الرأي" ممايخلق صورة مزيفة للحقيقة، وبالتالي انتشار الجهل كماحصل في تزوير صناعة التبغ للحقائق المتعلقة بالسرطان والتدخين حين سربت مذكرة سرية من شركات التبغ الى الجمهور والتي كتبها شركة براون أندويليامسون للتبغ حملت عنوان "الاقتراح المتعلق بالتدخين والصحة"، وكشفت المذكرة السرية عن عدد من التكتيكات والاساليب التي تتبعها شركات التبغ الكبيرة لمواجهة من يحاول مناهضة التدخين، وتعرضت في احدى صفحاتها لكيفية تسويق السجائر للجمهور بالقول (الشك هو وسيلتنا الفضلى لمواجهة الحقائق التي تسكن عقول الجمهور، وهو ايضا وسيلة لاثارة اللبلة)، ويقول بروكتور باتت هذه المذكرة المثال الاوضح لتطبيق فكرة نشر الجهل بتعمدوالجهل ليس عدم المعرفة بل حيلة سياسية، واستراتيجية متعمدة من قبل ذوي السلطة الذين يريدون لك "لا تعرف".

بناء التجهيل:

ينسب الجهل الى الانسان خاصة لانه يمتلك قابلية التعلم، واصبح التعلم سهل المنال من خلال دخول الانترنت لعالم الاعلام وتيسر الحصول على المعلومة دون مشقة او تحقيق او تدقيق لصحتها، وبدأت عندها كارتلات السوق الاعلامي بالتكون لاحتمار الكون الاعلامي والتحكم بالقول وخلق القناعات بالوهم، وتبدأ مرحلة تذيب وهدم الهوية واحلال هوية تم رسمها وفق خطط عالمية ليتسلم هذا الدور في خلق هوية هلامية وغير واضحة تتمركز في معرفة سطحية تتخذ من تجهيل الوعي سلاحا لها بأسم (العلاقات العامة٦) والتي طوعت الخطاب الاعلامي لتحقيق تجهيل الوعي.

يمكن اي مراقب للوعي العام تحديد مستويات الجهل والتجهيل لدى الجماهير التقليدية والتي تشكل بتضافرها مجتمع الجهل النموذجي، فهو مجتمع بداخل مجتمع جاهل بنفسه ابتداء، جاهل بتاريخه، ومن ثم بحقيقة هويته، وجاهل بواقعه، ومن ثم بمستقبله، ومن ثم جاهل بالذات ابتداء. يعيش حالة توحش ويعتاش عليها بمحض غرائزه البدائية التي تفتح لها ثقافة الجهل وسياسية التجهيل وخطاب الجهل والتجهيل يعمل على تدمير الوعي الجماهيري بمحض وجوده كخطاب فاعل في الواقع ووجود استراتيجية واعية للتجهيل المتعمد٧.
نلاحظ ان الجماهير التقليدية عاشت بواقع بدائي منحط ثقافيا وفكريا وحضاريا وتنمويًا ونهضويًا من جراء الخطاب السياسي البدائي المتعالي والذي كانت غايته الوصول لهذه الحالة من تحطيم الذات وتقزيم الانا ورفض التغيير والاستهزاء من كل محاولة للنهوض مما انتج بطالة فكرية وتسطيح ثقافي للمجتمع٨.

فتاوى التجهيل:

يقول الدكتور احمد ابو مطر^٩ ان طبيعة الفتاوى مهما كان نوعها ستجد قبولا عند نسبة من الشعوب التي تبلغ الامية بينها ما لا يقل عن ٦٥٪ حسب تقارير التنمية البشرية والتصد منها هو تخريب عقولها واشغالها بأمور ثانوية بدل من تركيز اهتمامها على محو اميتها والارتقاء بمستواها التعليمي والفكري، واحدى هذه الفتاوى - فتوى جواز الكذب وشهادة الزور لنصرة الامة - وفتوى تحريم اللغة

الانكليزية- هذه الفتاوى وغيرها لتجهيل الشعوب وتضليله وتقديم المواد النافهة لتسليته والانحطاط بمستواه للوصول الى النتيجة وهي تسطيح العقل والقبول بما هو مرفوض.

الخطاب الإعلامي:

ترد مفردة الخطاب في القرآن الكريم في ستة مواضع ١٠ وبصيغتي المصدر والفعل، حيث حدد المفسرون معناها حسب السياق القرآني الذي وردت فيه المفردة، لكن جميع التفسيرات تلتقي عند القول ان مفردة الخطاب تؤدي معنى البيان والبلاغ الواضح لرسالة محددة المعنى والاهداف. ويعد الخطاب بالمعنى الاصطلاحي الجديد في الادبيات العربية وتبع حادثته من ترجمته العربية الحديثة التي جاءت بمقابلات معجمية كثيرة تقترب تارة وتبتعد اخرى عن حدودها ١١.

ويعد الخطاب وفق هذا التوصيف نتاجا مشتركا ما بين صاحب الخطاب وجمهوره المستهدف والبيئة او المناخ السائد اي انه نتاج مشاركة بين المرسل والمستقبل والبيئة الاتصالية فمن بين ما ينتهي اليه الاتصال، المشاركة في المعاني اي المشاركة في المعلومات او الافكار او المهارات او الميول او الاتجاهات او المشاعر بين المرسل والمستقبلين ١٢.

ويرى محمد عابد الجابري ان المتلقي " مهما كانت درجة وعيه بما يفعل، فإنه لابد ان يمارس في ذلك النص ما يمارسه صاحب الخطاب عند بناء خطابه عن طريق ابراز اشياء والسكوت عن اشياء، تقديم اشياء وتأخير اشياء، فيساهم القارئ (المتلقي) هكذا في انتاج وجهة النظر، التي يحملها الخطاب صراحة او ضمناً" ١٣ وهذا يوضح دور المتلقي وعلاقته بصياغة الرسالة الاتصالية او الخطاب وعملية التلقي ذات الهمية الكبيرة في الدراسات الاتصالية لانها عملية تفاعلية يمتلك فيها المتلقي مساحة واسعة لعرض تصور وموقفه من مضمون الرسالة سواء عبر اقامة قراءته عليها او عبر عوامل اخرى منها "العوامل الانتقائية المتمثلة بالعرض الانتقائي والقرار الانتقائي، حيث تشير الانتقائية الى انحياز افراد الجمهور نحو اتجاهاتهم" ١٤ وعلى هذا الاساس يضع صاحب الخطاب نفسه شكلا ومضمونا في اطار ادراكه لحدود المشترك من الاطار الدلالي بينه وبين الجمهور المستهدف " فكلمتا تشابه اطارهما الدلالي زاد احتمال ان تعني الرسالة الشئ نفسه عند كل منهما" ١٥.

ان وضع الخطاب في حدود الاطار الدلالي من مهارات صانع الخطاب وذلك تجنبنا لسوء الفهم او الفشل في اصال الرسالة وتحقيق اهداف العملية الاتصالية، يتعزز ظهور السمة المشتركة في صناعة الخطاب بين المرسل والمتلقي بشكل اوضح في الاهداف التي يؤديها ذلك الخطاب حيث يبدو المتلقي حاضرا في الصياغة والمضمون، كهدف ومرجعية واطار عام للخطاب في الوقت ذاته ١٦.

ماهية الخطاب الإعلامي:

ان مقالات الرأي والدراسات السياسية والاجتماعية والثقافية وكل المواد الصحفية التي تتحمل ابداء الرأي بوضوح وصراحة وكل ما يمر بوسيلة اعلامية يعد خطابا للوسيلة وهي الاخبار والتقارير الاخبارية فالاعلام برغم رسالته الانسانية وضوابطه المهنية والاخلاقية، الا ان كل ما ينشر في وسائل الاعلام له اهدافه والتي تخدم هذه الوسيلة التي تنشره للمتلقي. فالاخبار ليست رواية للاحداث فقط وانما هي صناعة ودرء اساس من خطاب وسيلة الإعلام تحمل اهدافها وتوجهات مرجعيتها السياسية والاقتصادية والامنية فهي مواد تم انتقاؤها ومعالجتها وتوجيهها بعناية وتحمل وظائف واضحة، وبذلك تصبح الوسيلة الاعلامية عنصرا من العناصر المحددة للقيم الاخبارية، والقيم الاخبارية لاية مؤسسة تعكس سياستها الاعلامية والكل يعرف ان السياسة الاعلامية جزء لا يتجزأ من السياسة العامة لاية سلطة او مؤسسة وكما عرفتها اليونسكو انها "مجموعة من المبادئ والمعايير والقواعد التي تحكم وتوجه سلوك الانظمة الاعلامية، والتي عادة تشتق "تستنبط" من شروط الايديولوجيا السياسية والقيم التي تركز اليها في بلد ما" ١٧.

تستخدم وسائل الاعلام مسميات ذات دلالات تعبر عن سياستها الاعلامية كأستخدام مفردة (شهيد او قتيل) لوصف ضحايا الحروب والعمليات الامنية او اسخدام وصف (قوات الاحتلال او قوات متعددة الجنسيات) لوصف القوات الاجنبية بالعراق او استخدام وصف (الحكومة الحالية) اشارة للحكومة العراقية وغيرها من المسميات واسلوب المعادل الصوري للخبر التلفزيوني من خلال استخدام

صورة لاتتعلق بالحدث الامني نفسه وانما صور من الارشيف لاحداث سابقة مشابهة تخدم غرض القناة وموقفها من الحدث نفسه،
واسلوب التوسع والاختصار في الخبر حسب الحاجة والموقف من مضمونه ١٨.

(ان الاعلام العراقي غدا مكانا لذوي الثقافات المتدنية الذين لاتختلف ثقافتهم عن ثقافة الجمهور العام بشيء، بينما يراد لمسكي
هذه الوسائل ثقافة متقدمة على ثقافة المجتمع ليستنى لهذه الوسائل الارتقاء بالمجتمع نحو افاق رحبة. والرابط بين أغلبية وسائل الإعلام
العراقية هو افتقادها للحرفية الإعلامية ونزوعها الى الخطابات التحريضية وتجاوزها على خصوصية الافراد والجماعات) ١٩. فيما ذكر
د. محمود عكاشة بأن الخطاب السياسي هو خطاب اجتماعي يرتبط بالمحيط الخارجي ٢٠.

وعرفه د.هادي الهيتي ٢١ بأنه فعالية نصية منشئة للمضامين وصانعة لأشكالها ومغيرة لأحوالها. وفقه الفلسفة يفرق بين مستوى
الخطاب ومستوى السلوك حتى يختبر احدهما بمعايير الاخر.

ويقصد بالخطاب بهذا البحث الخطاب الاعلامي والذي هو طريقة ايصال المعلومة بواقعية ومحاولة فهمها بشكل يناسب اهداف
المرسل وهو عبارة عن نصوص متكونة من لغات عدة تستخدم حديثا وكتابة بشكل صور جامدة او مرئية او افلام او فيديو، عرفه بشير
إبرير بأنه منتج لنوعي اخباري منوع في أطار بنية اجتماعية ثقافية محددة وهو شكل من اشكال التواصل الفعالة في المجتمع، فهو صناعة
تجمع بين اللغة والمعلومة ومحتواها الثقافي والآليات التقنية لتوصيلها ٢٢.

وعده الهيتي نتاجا مشتركا ما بين صاحب الخطاب وجمهوره المستهدف والبيئة او المناخ السائد فهو نتاج مشاركة بين المرسل والمستقبل
والبيئة الاتصالية وبين ما ينتهي اليه الاتصال، كالمشاركة في المعاني اي المشاركة في المعلومات او الافكار او المهارات او الميول او الاتجاهات
او المشاعر بين المرسل والمستقبلين ٢٣.

والجابري يؤكد بأن (المتلقي) يشارك في انتاج وجهة النظر، التي يحملها الخطاب صراحة او ضمنا ٢٤ وان كان النتاج الاعلامي
يحمل بعدان احدهما دلالي والثاني تروبي (بيداغوجي) يشتمل الاول على دلالات الأنفاظ والجمل ومعنى التراكيب، والتكرار، والتكرير،
وإتيان الفكرة المراد إيصالها ودلالات مكوناته البصرية والسمعية ودلالات نفسية مهمتها تهيئة النفوس لتقبل فكرة الخطاب ويأتي البعد
البيداغوجي لزرع هذه الافكار بالنفس وتحويلها الى مفهوم مؤثر بالسلوك.

ويبرز دور المتلقي وعلاقته بصياغة الرسالة الاتصالية او الخطاب وعملية التلقي ذات الاهمية الكبيرة في الدراسات الاتصالية لانها
عملية تفاعلية يمتلك فيها المتلقي مساحة واسعة لعرض تصوره وموقفه من مضمون الرسالة، فيما يضع صاحب الخطاب نفسه شكلا
ومضمونا في اطار ادراكه لحدود المشترك من الاطار الدلالي بينه وبين الجمهور المستهدف. "فكلما تشابه اطارهما الدلالي زاد احتمال ان
تعني الرسالة الشئ نفسه عن كل منهما" ٢٥.

وافرز واقع الخطاب الاعلامي العراقي ٢٦ العديد من الاختلافات الموضوعية والفكرية والبيئية والعقائدية على مر التاريخ جسدتها
خطاب الحركات والاحزاب العراقية المعاصرة ليتجاوز مستوى الاختلاف بين حركة وأخرى او من وقت الى آخر ويكون على مستوى الحركة
نفسها في الوقت نفسه، وهذا التنوع يعكس حجم الخلاف حول هذا الخطاب الذي يأخذ ابعادا فكرية وطائفية وسياسية واحيانا شخصية،
ان حالة الانقسام الذي فرض على الخطاب الاعلامي نتيجة انقسام الاحزاب والحركات السياسية ذاتها في الانتخابات والتي فرضت
التسابق نحو صفة الاسلامية لحركاتها وبالتالي اعلانها لكونها سنية او شيعية او ليبرالية او اشتراكية ليبدو الخطاب صدى لحالة الانقسام
التي عاشتها الحركات.

ان عدم أهلية المجتمع العراقي السياسية وهوية الايديولوجيات المتجبرة التي خلقت بعد الاحتلال الامريكي بمساعدة الاحزاب
السياسية ودخول سلطة الاعلام الجديد من بوابات الانترنت ومنصات التواصل الاجتماعي خلقت خطابات اعلامية مختلفة شتت المتلقي
لها واوجدت عدم الثقة بالخطاب العراقي. ويتضح دور المتلقي وعلاقته بصياغة الرسالة الاتصالية او الخطاب وعملية التلقي ذات الاهمية
الكبيرة في الدراسات الاتصالية لانها عملية تفاعلية يمتلك فيها المتلقي مساحة واسعة لعرض تصوره وموقفه من مضمون الرسالة سواء
عبر اقامة قراءته عليها او عبر عوامل اخرى منها: "العوامل الانتخابية المتمثلة بالتعرض الانتخابي والقرار الانتخابي، حيث تشير الانتخابية
الى انحياز افراد الجمهور نحو اتجاهاتهم" ٢٧.

الخطاب الاعلامي والتجهيل

ان دور الإعلام يقوم على تمثيل الواقع وليس الواقع نفسه ٢٨. وقد تنوعت وسائل الاعلام في العراق واختلفت في انواعها وغاياتها ومستويات تطورها، الا ان هدف خطاها هو استقطاب الرأي العام والسيطرة عليه والتحكم به، فاستجابة الرأي العام للخطاب عند توافق الخطاب مع اتجاهاته ومشاعره واحاسيسه وعواطفه ذات الابعاد الدينية والاجتماعية والثقافية.

فكلما كانت الوسيلة على معرفة كافية بخصائص جمهورها المتلقي سيطرت عليه بشكل تام، والعكس صحيح فالتحكم يأتي من قبل قوى اجتماعية وسياسية فاعلة في المجتمع، تمتلك وسائل الاعلام وتتحكم بها ولا تنطوي بالضرورة على ضمان مصالح الجمهور المستهدف فالجمهور قوة اجتماعية يساهم في تحقيق مصالحها وغاياتها السياسية والاقتصادية والعسكرية حتى لو كانت على حساب الجمهور نفسه فيقع ضحية الكذب والخداع الذي تمارسه وسائل الاعلام للسيطرة عليه.

تقدم وسائل الاعلام الحكومية او (الرسمية) الخطاب الاعلامي الحكومي وغالبا ما يؤشر ادائه سلبيا ولا ينسجم مع مستوى الاحداث لكونه يعاني من الشلل المزمع في الاداء بسبب المحاصصة الطائفية والسياسية والتي ابعدت الكفاءات عن ادارة شبكة الاعلام العراقي وبالتالي تقديم خطاب اعلامي قديم، واسباب الضعف كذلك تنأت من انعدام الثقة بين المتلقي والحكومة بسبب الاداء الروتيني للإعلام كأداء حكومي ولا يعتبره بوقا للحكومة يجعلها ويبرر اخطائها ويمجدها.

بينما تطرح وسائل الاعلام الحزبية خطابا اعلاميا متحزبا للحركة او الحزب الذي يمثله مستفيدا في كل وقت من الاحداث السياسية بالعراق وبأنه الحل الوحيد للاممات العراقية ويكونه القادر على استرجاع الاراضي العراقية وبمساعدة الاجنحة المسلحة التابعة له وقد كان اكثر ايجابية من الاعلام الحكومي لانه ساهم برفع معنويات الشعب وتوفير فعلي للمقاتلين في ساحة المعركة.

فيما اكتفت وسائل الاعلام الانتهازية من تصيد الفرص بالازمة ومحاولة التريح من خلال خطاب اعلامي انتهازى مدفوع من جهات لاتريد خيرا للبلاد او من اجل الابتزاز السياسي عبر طريق خلط الحقيقة بالكذب بحجة الدفاع عن هذا المكون او ذلك.

وتبدو الوسائل الاعلامية "سلطة" فوق كل السلطات الاخرى وليست السلطة الرابعة بل تتقدم صورة السياسي احيانا كثيرة على صورة المؤسسة والدولة والمواطن ويغلب على الخطاب (أنا) المسؤول السياسي بدلا من (نحن) الدولة او الشعب ٢٩.

اذن هوية وسائل الاعلام المختلفة والخطاب الاعلامي المنبثق عنها ترتبط بالقوى الاجتماعية والسياسية والدينية السائدة في المجتمع. ولانتصoria مؤسسة اعلامية مستقلة بذاتها ومنفصلة عن القوى الفاعلة سواء اكانت قوى وطنية او غير وطنية، وبمقدار ماتتصف به القوى الفاعلة من قوة اقتصادية واجتماعية وسياسية تأتي قوة وسائل اتصالها وسيطرتها على الرأي العام، وتأتي قوة الخطاب الاعلامي الذي يشكل وسيلتها الاساسية للاتصال مع الجمهور واداته لحشد المشاعر والاحاسيس والعواطف الدينية والاجتماعية المتناقضة في المجتمع، وتسويغ عمليات التطرف ضد الآخر والتشجيع عليها.

سلطة اللغة أم سلطة الإعلام؟

لطالما اعتقدنا ولسنوات طويلة بأن وسائل الاعلام لديها قدرة سحرية بالتاثير على الجمهور وما يحدث اليوم يثبت عكس ذلك فاللغة هي من تمتلك السحر الكامل والمتفرد بالتاثير على هذا الجمهور.

يرى (مالينوفسكي) ان اللغة الاعلامية جزء من السلوك الانساني ونوع من العمل وليس مجرد اداة تعكس الفكر وان وظيفتها ليست مجرد وسيلة للتفاهم او التوصيل بل يتم التلاعب باللغة بطريقة تفرغ المحتوى الرئيسي للخبر الاصلي لتأتي ببديل يحول مسار الفكر لدى المتلقي ويجعل منه مؤمنا بفكره لا وجود لها بالاساس ويقول ميشيل ستيفن بان الالفاظ الاعلامية بوسائل الاعلام تحدد قناعات وردود افعال الجمهور وهذا امر سهل لتغيير القناعات وردود الافعال من خلال التلاعب بالالفاظ لذلك يجب ان تكون اللفظة هي اللفظة الصحيحة والمعبره عن حقيقة الشئ هذا ما جعل كتابة الاخبار الاعلامية تحديا صعبا لان اللغة هي من تخدم المعنى واللفظ هو العنصر الالم للوصول للهدف المقصود فالكتاب الاعلامي لا بد ان يفهم الكلمات كوسائل لنقل الرسائل التي تتضمن المعلومات والمواقف لكي يساعد الجمهور على الفهم اي يستخدم اللغة لمستوى مفهوم لدى الجمهور لكي يتمكن من خلال هذا التعبير عن الافكار والحقائق من تحقيق النجاح في الاتصال

الاعلامي، فهو مدرك للعلاقة الوثيقة بين المعرفة والكلام وهو ماهر بالكتابة الاعلامية للوسيلة الاعلامية التي تنقل المضمون الاعلامي . نستطيع هنا ان نجد الفخ الذي وقع فيه الاعلام العراقي وهي الاخفاقات في الاتصال الاعلامي والتي سببته اللغة الاعلامية واسلوب الكتابة اللغوي والمحكوم لكارتلات الاعلام الفئوي والحكومي والسياسي والحزبي .

ان تعريف الإعلام هو تزويد الناس بالاجبار الصحيحة والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة التي تساعد على تكوين رأي صائب في واقعة من الوقائع او مشكلة من المشكلات بحيث يعبر هذا الرأي تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجماهير واتجاهاتهم وميولهم وعرفه العالم الالمانى اوتوجروت بأنه التعبير الموضوعي عن عقلية الجماهير وروحها وميولها واتجاهاتها بنفس الوقت فيما عرفته الويكيبيديا بمصطلح يطلق على اي وسيلة او تقنية او منظمة او مؤسسة تجارية او غير ربحية عامة او خاصة رسمية او غير رسمية مهمتها نشر الاخبار ونقل المعلومات الا ان الاعلام يتناول مهاما متنوعة اخرى كالترفيه والتسلية خصوصا بعد الثورة التلفزيونية ويطلق على التكنولوجيا التي تقوم بمهمة الاعلام والمؤسسات التي تديرها اسم وسائل الاعلام لتسمى بالسلطة الرابعة .

هذه التعاريف التي مرت وغيرها اصيحت صماء لانتطق ولا تعبر عن محتوى الاعلام بالوقت الحالي والذي بات الاخير اداة طيبة بيد من يصنع وليس من يتلقاه فالتعريفات توضح متانة العلاقة في عملية المتابعة الاعلامية وتحقيق الموضوعية بالتزام الصدق والبعد عن التهويل وقول الحق بلسان حال الجماهير واتجاهاتها وان لم يؤدي الاعلام ما تم ذكره بالتعاريف يصبح دعاية مغرضة تحقق مكاسب دعائية وشائعات تخص اجندات خاصة.

الفصل الثالث. الاطار العملي:

حالات التجهيل في الخطاب الإعلامي في صحيفة المدى (الموضوعات السياسية نموذجاً)

١. صحيفة المدى:

المدى صحيفة يومية سياسية عامة، رئيس مجلس الادارة ورئيس التحرير: فخري كريم تنتهج الصحيفة سياسة مستقلة، وتستهدف جميع فئات الشعب. تصدر عن مؤسسة المدى للاعلام والثقافة والفنون.

٢. حالات التجهيل في صحيفة المدى:

تظهر النتائج أن نسبة حالات التجهيل في الصفحة الأولى والثانية والثالثة والرابعة من الموضوعات السياسية المنشورة في صحيفة المدى ٣١ ضمن مدة البحث من ١/١٢/٢٠١٦، اذ تبلغ (١٦٥)، ولغرض توضيح حجم حالات التجهيل لصحيفة المدى يظهر الجدول (١) مجموع الحالات الذي اعتمدها الباحثان بناءً على تحليل المحتوى ذاته.

التحليل الاحصائي لحالات التجهيل في صحيفة المدى لصفحات الاخبار السياسية :

يظهر الجدول (١) نسبة حالات التجهيل، والتي ظهرت في صحيفة المدى ضمن المدة الزمنية للبحث بالنسبة الى مجموع الموضوعات المنشورة.

جدول (١)

تصنيف حالات التجهيل في صحيفة المدى

المرتبة	النسبة المئوية	العدد	نوع التجهيل
الاولى	٥١.٧١٪	١١٨	معرفي (معلومات وبيانات وأفكار)
الثانية	٤٨.٢٨٪	٤٧	عاطفي (اثارات عاطفية ونفسية)
المجموع	١٠٠٪	١٦٥	

جدول رقم (٢)

محاور حالات التجهيل ومراتبها ونوعها وتكراراتها والنسب المئوية

المرتبة	النسبة المئوية	العدد	المحور	ت
الاولى	٣٠.٩٠٪	٥١	حكومة العبادي والاحزاب السياسية	١.
الثانية	٢٢.٤٢٪	٣٧	التسوية السياسية	٢.
الثالثة	١٤.٥٤٪	٢٤	معركة الموصل و داعش	٣.
الرابعة	١٢.١٢٪	٢٠	الموازنة والرواتب والاموال	٤.
الرابعة مكرر	١٢.١٢٪	٢٠	المجتمع والمواطنين	٥.
الخامسة	٤.٨٤٪	٨	النازحون	٦.
السادسة	٣.٠٣٪	٥	الانتخابات	٧.
	١٠٠٪		١٦٥	المجموع

يبين الجدول رقم (٢) تسلسل حالات التجهيل، إذ حصلت فئة (حكومة العبادي والاحزاب السياسية) على المرتبة الاولى بتكرار (٥١) من مجموع تكرارات الفئات لتحقق نسبة مئوية مقدارها (٣٠.٩٠٪)، وجاءت بالمرتبة الثانية فئة (التسوية السياسية) بعد أن حققت تكراراتها مجموع (٣٧) لتشكل نسبة مئوية بلغت (٢٢.٤٢٪)، احتلت المرتبة الثالثة من سلم الفئات فئة (معركة الموصل و داعش) بعد أن وصلت تكراراتها إلى (٢٤) لتسجل نسبة مئوية مقدارها (١٤.٥٤٪). أما المرتبة الرابعة فكانت لفئة (الموازنة والرواتب والاموال) لحصولها على (٢٠) تكرارا لتبلغ نسبتها المئوية (١٢.١٢٪)، تركزت فئة (المجتمع والمواطنين) بالمرتبة الرابعة مكرر إذ بلغ مجموع تكراراتها (٢٠) هذه التكرارات شكلت نسبة مئوية قدرها (١٢.١٢٪) من مجموع النسب المئوية للفئات، شغلت المرتبة الخامسة من سلم الفئات فئة (النازحون) والتي حققت تكرارات (٨) لتصل نسبتها المئوية إلى (٤.٨٤٪) من نسب الفئات، المرتبة السادسة تركزت فيها الفئة (الانتخابات) بعد أن جمعت (٥) تكرارا فكانت نسبتها المئوية (٣.٠٣٪).

المحور الاول: حكومة العبادي والاحزاب السياسية؛

حصلت فئة (حكومة العبادي والاحزاب السياسية) على المرتبة الأولى بعد أن وصلت تكراراتها إلى (٥١) تكرارا من مجموع تكرارات الموضوعات السياسية المنشورة، لتشكل نسبة مئوية مقدارها (٣٠.٩٠٪) من مجموع النسب المئوية أعلاه. فكانت حالات التجهيل منها (العبادي يقترب من الطعن بقانون العفو بعد رفض البرلمان لتعديلته، مجلس النواب ضد الدولة، هيكله امانة مجلس الوزراء تعيد العبادي الى دائرة الاتهام، التركمان يخشون من الاقاليم الطائفية على تمثيلهم السياسي، نطالب باختيار شخصية ايزيدية لمفوضية

حقوق الانسان، المجلس الاعلى لثنا الهيئات تدار بالوكالة بيد دولة القانون، اقلمة العراق، مكتب العبادي ينفي موافقته على ابقاء قوات اجنبية بعد دحر داعش، ندعو الحكيم للابتعاد عن قوانين السلطة القضائية، الجعفري: التعاون لتسهيل الحج الى اور، قريبا سنكشف عن ملفات فساد ضد وزيرى التربية والاعمار، نحذر من زيادة تعاطي المخدرات في العراق، الجبوري يطالب بتشريع يجرم التمييز والمساس بالسلم المجتمعي، قوى عراقية غير راغبة ببقاء الكرد ضمن العراق، الصديريون يتهمون الجبوري. بمجاملة الحكيم ومنع التصويت على مجلس القضاء، على الحكومة منع استئجار الطائرات الخاصة، بناء الدولة يحتاج القاعدة صناع قرار، الدعوة تلوح بصولة فرسان ضد من تعرض لامينه العام، لجنة الامن تراقب عقود التسليح والتجهيز العسكري، الجبوري لن نقبل بتسييس عملية الاصلاح وتحويلها مركبا لتصفية الحسابات، قانون الاحزاب تحول الى حبر على ورق. رئاسة البرلمان تعطل عرض تقرير تفجيرات الكرادة، رفض التواحد الاجنبي في العراق موقف وطني، كتلة الاحرار: دولة القانون وراء استجواب محافظ بغداد، الفضيلة يدعوا لتوفير الراي العام والابتعاد عن البنود السرية، الاحرار: نرفض تهديد العراقيين بصولة فرسان، العصابات في الجنوب لاتمثل جهة سياسية معينة، العبادي يوجه بملاحقة تضخم ثروات منتسبي الدولة، كتلة الفضيلة ترفض الاقاليم: مشروع لاستنزاف الثروات والهيمنة الخارجية، الازمات لن تحل من دون تشكيل حكومة اغلبيية، بعض المفتشين يغطون على فساد الوزراء، العبادي مثلوا العراق وابتعدوا عن انتماء ائكم، الخلافات حول الوزارات الشاغرة مستمر، الحكومة غير مستعدة لتعويض ضحايا العدالة، وزارة التجارة فاشلة وتتحايل على العراقيين، العبادي يعتزم الخروج من سطوة المالكي، دورات الاركان لاتراعي التوازن الجغرافي، مواقف سلبية من بغداد تهدد العلاقة مع الاقليم، ائتلاف دولة القانون يرد على احداث البصرة باستجواب محافظة بغداد، المفاوضات العراقية لتعديل عقود التراخيص تراوح مكانها، تشريعات قانونية وراء استهداف الاقليات في بغداد، التحالف الوطني ضد طرح مشروع ضحايا العدالة، انتهاء ملفات المسألة سببها عن الابتزاز السياسي، كتل برلمانية للعبادي: الفصل التشريعي الجديد اخر فرصة لترميم حكومتك، ٢٠ وزير للدفاع، محافظة بغداد يرد على اتهامات دولة القانون اجاباتي ستفاجئهم، الدعوة عن قمة الخضراء: لقاء الصدر والعبادي منع فوضى تهدد الانتخابات المحلية، العبادي يهاجم السعودية ويؤكد: الحسم في الموصل بحاجة الى ثلاثة اشهر، وقد صدرى استيق اللقاء المفاجئ بتسلم ورقة التسوية من التحالف الوطني، مسؤولون سابقون يستخدمون ممتلكات الدولة وسيارتهم، قانون ضحايا العدالة يخدم مجموعة عن السياسيين.

ف) حكومة العبادي واجهت العدد من الصعوبات منذ تشكيلها ولحد الان، وارضاء الاحزاب السياسية والضغطات الدولية والقتال مع عصابات داعش والعلاقة المتوترة مع الاقليم، ويأتي هذا في ظل سياق مشروع الاصلاح الذي طرحه العبادي. وفي هذا كله يأتي الخطاب الاعلامي بصيغة التجهيل لكثير من الاخبار والمعلومات منها ماهو معرفي قائم على المعلومات والافكار والبيانات، والتي تعطي رسائل متعددة القراءة، ومنها ماهو عاطفي يثير التفاعلات العطفية والاثارات النفسية لدى السياسيين من جهة والمواطن من جهة اخرى، مما ينكس على تجهيل هذا الخطاب.

المحور الثاني: التسوية السياسية:

حصلت فئة (التسوية السياسية) على المرتبة الثانية بعد أن وصلت تكراراتها الى (٢٧) تكرارا من مجموع تكرارات الموضوعات السياسية المنشورة، لتشكل نسبة مئوية مقدارها (٢٢،٤٢٪) من مجموع النسب المئوية أعلاه. وكانت حالات التجهيل منها (تسوية مرضية، لامصالحة الا بمغادرة نهج المحاصصة، خلاف حاد بشأن نطف كركوك، اراض مفتصبة، يحارو الكتل في اختيار الاكفاء، تسويق التسوية السياسية، الحكيم يناقش مع سفير ايران المشروع الجامع لما بعد داعش، جولة اقليمية لرئيس التحالف الوطني لتسويق التسوية السياسية، متورطون بسقوط الموصل تشملهم التسوية، الخنجر والعيساوي والضاري مشمولون بالتسوية، بعض اطراف التسوية مكانهم في السجون، انقسام حاد داخل تحالف القوى بسبب التسوية، احداث البصرة تعكر مياه التسوية داخل اوساط التحالف الوطني، لم نعرض التسوية على المعتدلين لان موقفهم واضح، التحالف الوطني ينتظر تسلم قائمة ب اطراف التسوية من الامم المتحدة، مشروع التسوية التاريخية ولد ميتا، التحالف الوطني ضرب التوافق عرض الحائط، مشروع التسوية لايتمثل تنازل احادي الجانب، اكد ان المشروع لن يشمل غير المنسجمين مع الواقع العراقي، ستعرض التسوية السياسية على الاستفتاء الشعبي، المجلس الاعلى لم يتصل بشخصيات ارايية او مطلوبة للقضاء،

علاوي و٣ زعامات سنية يتلقون العاهل الاردني بعد ايام من زيارة الحكيم، ممثلو ٤ مكونات عراقية: التسوية مشروع احتكره الشيعة والسنة، العبادي يمتدح التسوية، ورقة تسوية تحالف القوى ترفض دولة المكونات، الجعفري يعد ان التسوية بديل عن التقاطعات السياسية، السنة يوسعون دائرة التسوية، التسوية جواب عن وضع ما بعد داعش، الحلول القادمة من الخارج لن تنتج مصالح، محاكمة قتل الاقليات قبل بحث مشروع التسوية، اجتماع مرتقب بين الحكيم وقادة السنة لمناقشة تحفظاتهم حول التسوية، مشروع التسوية السياسية جاء بتوقيت غير مناسب، اعتراضات التحالف على التسوية فردية، الحكيم يتفق مع قادة السنة على تشكيل لجان لانضاج التسوية، مبادرة الحكيم تصطدم بـ التفاصيل السنية والدعوة يعكف على مشروع بديل، التسوية لن تحل الخلافات العميقة بين الكتل، اتحاد القوى يطلب حزمة اجراءات ويشترط اشراك مجلس الامن والاتحاد الاوربي.

فـ(التسوية السياسية) في ظل هذا المخضات التي تواجه الحكومة والمعركة القائمة مع داعش وازمة الثقة مع المكونات تعطي مؤشرات عدم الاتفاق مع مسودة هذه التسوية على الرغم من وجود دعم دولي (الامم المتحدة) لهذه التسوية، وفي ظل هذه الصراعات يأتي الخطاب الاعلامي ازاء التسوية السياسية بالتجهيل المعرفي عن طريق المعلومات القديمة من قبل السياسيين وعدم وجود اتفاق من خلال القراءة والمتابعة لتصريحات السياسيين، مما يؤدي الى وجة فهم خاطى للتسوية من جهة، وتجهيل المتلقي من جهة اخرى.

المحور الثالث: معركة الموصل وداعش:

حصلت فئة (معركة الموصل وداعش) على المرتبة الثالثة بعد أن وصلت تكراراتها الى (٢٤) تكرارا من مجموع تكرارات الموضوعات السياسية المنشورة، لتشكل نسبة مئوية مقدارها (١٤,٥٤٪) من مجموع النسب المئوية أعلاه، وكانت حالات التجهيل منها (من ينك لفر الموصل، مرحلة ما بعد داعش تشغلنا كثيرا، التحالف الدولي يعترف بتدمير ٤ جسور داخل الموصل، القيادة تؤكد صد الخرق الامني وتتوعد بكشف ملابسات الخيانة، الامن العراقي يبحث عن ٢٨ الف متعاون مع داعش في الموصل، الدفاع تكذب احصائية الامم المتحدة عن حصيلة عمليات الموصل، اندفاعه غير محسوبة توقع الجيش في فخ داعش شرق الموصل، معركة الموصل بحاجة الى ممر لتهريب مسلحي داعش، سيطرات مرتشية وراء عودة المفخخات، ان افضل رد على عصابات داعش هي المصالح المجتمعية، محافظة كركوك عدم تحرير الحويجة خطأ كبير يهدد المحافظة، تركيا غير جادة بسحب قواتها من شمال العراق، نطالب بتعيين حاكم عسكري في ٢ محافظات، اوساط سنية تطالب ب حاكم عسكري لادارة ٢ محافظات تحررت من داعش، تركيا تمنع عبور طائرات الاسلحة للعراق، الحكومة العراقية ترى ان معركة الموصل اختبار سياس وعسكري، تشعر القيادة الامريكية بالقلق من ان تسبب معركة الموصل الطاحنة بتدمير الفرقة تدريجيا، سياسيون يتدخلون في تفاصيل معركة الموصل، المقابر الجماعية في المناطق المحررة تكشف فظائع داعش، اغتيال السفير الروسي محاول لاشغال حرب اقليمية، ثغرات امنية سمحت بتفجير خمسة مفخخات في اول احياء الموصل المحررة، اخوات داعش سرقت اموال وامتلاكات المسيحيين، ريف بعقوبة اصبح عش داعش في ديالى، نحرص على علاقتنا حتى مع دول تورطت بدعم داعش).

فـ(معركة الموصل ومواجهة العصابات الاجرامية)، جعلت حكومة العبادي ومكونات الشعب العراقي والاحزاب السياسية امام اختبار حقيقي كون هذه العصابات تهدد الجميع، ولاتفرق بين اي احد من ابناء البلد، فكانت التصريحات مختصرة على القادة الميدانية وغياب التصريحات غير المسؤولة من قبل بعض السياسية الا انها لم تاخذ تاثير واضح في الشارع العراقي، والخطاب الاعلامي في هذه المرحلة استطاع ان يؤدي دوره من نقل الاخبار والمعلومات من ارض المعركة، مما قلل نسبة التجهيل نوعا ما مقارنة بالتجهيل الخاص بالتسوية السياسية وحكومة العبادي.

المحور الرابع: الموازنة والرواتب والاموال:

حصلت فئة (الموازنة والرواتب والاموال) على المرتبة الرابعة بعد أن وصلت تكراراتها الى (٢٠) تكرارا من مجموع تكرارات الموضوعات السياسية المنشورة، لتشكل نسبة مئوية مقدارها (١٢,١٢٪)، من مجموع النسب المئوية أعلاه، وكانت حالات التجهيل منها (الموازنة تصدم بحصة الاقليم ومخصصات البترول دولار، اقرار الموازنة معلق، مخصصات الحشد تجهض اقرار الموازنة في اللحظات

الآخيرة، دفع رواتب العام المقبل قد تواجه صعوبة بسبب العجز، مخصصات حشد العشائر دخلت دائرة المزايدات السياسية، الحكومة ستلجأ للقروض الخارجية لسد عجز الرواتب، نواب: التلاعب باموال صندوق التقاعد يهدد بافلاسه، انخفاض الموازنة يهدد تمثيلنا في الخارج، الازمة المالية تغتال الرعاية الاجتماعية وتعرقل قانون الضمان، تجميد الوظائف يثير مخاوف الاجور اليومية، النزاهة تدين سيدة الجمرة الخبيثة باهدار المال العام، المركزي يعارض انشاء مصرف مشترك للتجارة الخارجية، ١٠ ملايين دولار شهريا ارباح بعض المصارف من مزاد العملة، اتهامات للمصارف المتخصصة باجهاض مبادرة البنك المركزي، يجب ازالة العوائق امام المستثمر الاجنبي، مزاد العملة اجراء غير موجود في كل انحاء العالم، ندعو الى تشكيل مجلس اعلى للجرائم المالية، مصارف اهلية وقعت فريسة فساد بنوك كبيرة، عروض سياحية لـ ٦٦٠ شركة تساهم بخروج العملة الصعبة من البلد، خصصت الكهرباء).

فـ(الموازنة والاموال والرواتب)، تجعل الحكومة امام تحدي في توفير الاموال اللازمة في الموازنة ومنها رواتب الموظفين والمتقاعدين والمشاريع، وان الخطاب الاعلامي من خلال تجهيل الاخبار يقوم بالتأثير على المواطني باثارة الجوانب العاطفية والنفسية لديه، مما يؤدي الى خل حال قلق اجتماعي.

المحور الخامس : المجتمع والمواطنين :

حصلت فئة (المجتمع والمواطنين) على المرتبة الرابعة مكرر بعد أن وصلت تكراراتها الى (٢٠) تكرارا من مجموع تكرارات الموضوعات السياسية المنشورة، لتشكل نسبة مئوية مقدارها (١٢،١٢٪)، من مجموع النسب المئوية أعلاه، وكانت حالات التجهيل منها (هطول الامطار يثير مخاوف العراقيين من الغرق والصعق، عطل فني وراء حادثة قصف حسينية دافوق، بنات بغداد يركبن الدراجات لم لا، بايسكلات بنات بغداد تشعل مواقع التواصل الاجتماعي، النقابات المهنية تنتفس التعددية، طلبة الاقسام الداخلية يشكون بوليسية الادارات، مؤسسة المدى: الدعاوى الكيدية لن تثبتنا عن مهمتنا الوطنية، تسقيط متظاهري البصرة سياسة دكتاتورية، تشريع قانون العشائر ركيزة اساسية لاستقرار المجتمع، الحراك الشعبي جعل من التغيير امر ممكنا، مرضى المستشفيات الحكومية يشكون نقشي الرشاوي وانعدام الرعاية، العراقيون لن يسمحوا بتواجد قوات اجنبية على اراضيهم، تعطل منظومة الاصدار يترك الجوازات تحت رحمة الابتزاز، الاستيراد العشوائي، جباية صقر بغداد، بصمة ال كي كارد تضاف الى قائمة هموم المتقاعدين، اختطاف صحفية يستنفر امن بغداد، صيد الفلامنكو يهدد باخراج الاهوار من لائحة التراث العالمي، الاعتداءات تعكر فرحة خريجي الطبية بالتعيينات الحكومية، الكلاب السائبة تنتشر في احياء بغداد جراء تكس النفايات.

فـ(المجتمع والمواطنين)، اذ اسهم الخطاب الاعلامي في اثارة الجوانب العاطفية والنفسية للمجتمع وتأثير عليه عن طريق تجهيل المعلومات المقدمة اليه، اذ تشير حالات التجهيل الى وجود خطاب يجعل المواطن في حالة غير مستقرة ازاء ما يحدث في المجتمع.

المحور السادس : النازحون :

حصلت فئة (النازحون) على المرتبة الخامسة بعد أن وصلت تكراراتها الى (٨) تكرارا من مجموع تكرارات الموضوعات السياسية المنشورة، لتشكل نسبة مئوية مقدارها (٤،٨٤٪)، من مجموع النسب المئوية أعلاه، وكانت حالات التجهيل منها(نواب التركمان: انشاء مخيم للنازحين على اراضيها تكريس لسياسات صدام، النازحون يشترتون برميل النفط بـ ٦٠٠ الف دينار، قوة مسيحية لحماية قرقوش لاتكفي لطماناة النازحين وعودتهم، العلم مدعو لايجاد حلول لمشاكل النزوح والفقير، نازحون فقراء يعرضون اطفالهم للبيع، تركمان كركوك: ستقاضى الهجرة لانشائها مخيمات على ارضينا، اغلب الوزارات اكتفت بالترحل على اوضاع النازحين، ندعو منظمة حقوق الانسان لرصد الانتهاكات، كارثة انسانية).

فـ(النازحون)، ياتي الخطاب الاعلامي لزيادة معاناة النازحين ازاء ما يتعرضون له من معاناة وعدم الاستقرار وتسليط الضوء على خطاب اعلامي مجهل من قبيل (نازحون فقراء يعرضون اطفالهم للبيع) او (قوة مسيحية لحماية قرقوش لاتكفي لطماناة النازحين وعودتهم) أو (تركمان كركوك: ستقاضى الهجرة لانشائها مخيمات على ارضينا).

المحور السابع: الانتخابات؛

حصلت فئة (الانتخابات) على المرتبة السادسة بعد أن وصلت تكراراتها الى (٥) تكرارا من مجموع تكرارت الموضوعات السياسية المنشورة، لتشكّل نسبة مئوية مقدارها (٢٠,٠٢٪)، من مجموع النسب المئوية أعلاه، وكانت حالات التجهيل منها (المفوضية مستعدة لاجراء الانتخابات ولكن بطريقة يدوية، مقترح استبدال مجلس المفوضية بالقضاة غير دستوري، مفوضه الانتخابات تعلن انتهاء مهلة تسجيل الاحزاب السياسية، نسخة حكومية لانتخابات المحافظات تثير استياء الكتل الصغيرة، المصالح مستعجلة ونقترح تاجيلها لما بعد الانتخابات).

فـ(الانتخابات) هي ما يعول عليها السياسيين والاحزاب السياسية من العودة من جديد الى الساحة ويأتي الخطاب الاعلامي لاعطاء صورة غير واضحة عن اجراء الانتخابات في مواعيدها المحددة، اذا دخلت مرحلة اجراء الانتخابات ضمن دائرة الصراعات السياسية ما بين التأجيل والاجراء والتמיד، مما حدا بالخطاب الاعلامي ان يتماشى مع الخطاب العام للسياسية مما اسهم بتجهيل المعلومات واثارة الجوانب العطفية والنفسية لدى المواطنين.

نتائج التحليل الاحصائي لصحيفة المدى؛

1. اظهرت النتائج حالات التجهيل في صحيفة المدى بنسبة (١٦٥).
2. التجهيل المعرفي الاكثر استخداما في صحيفة المدى ضمن الموضوعات السياسية بلغت (١١٨) تكرارا، تلاها التجهيل العاطفي بواقع (٤٧) تكرارا.
3. بينت النتائج حصول فئة (حكومة العبادي والاحزاب السياسية) على المرتبة الاولى بتكرار (٥١) من مجموع تكرارات الفئات الرئيسة لتحقق نسبة مئوية مقدارها (٢٠,٩٠٪). وجاءت بالمرتبة الثانية فئة (التسوية السياسية) بعد أن حققت تكراراتها مجموع (٢٧) لتشكّل نسبة مئوية بلغت (٢٢,٤٢٪)، احتلت المرتبة الثالثة من سلم الفئات فئة (معركة الموصل و داعش) بعد أن وصلت تكراراتها إلى (٢٤) لتسجل نسبة مئوية مقدارها (١٤,٥٤٪). أما المرتبة الرابعة فكانت لفئة (الموازنة والرواتب والاموال) لحصولها على (٢٠) تكرارا لتبلغ نسبتها المئوية (١٢,١٢٪)، تمركزت فئة (المجتمع والمواطنين) بالمرتبة الرابعة مكرر إذ بلغ مجموع تكراراتها (٢٠) هذه التكرارات شكلت نسبة مئوية قدرها (١٢,١٢٪) من مجموع النسب المئوية للفئات، شغلت المرتبة الخامسة من سلم الفئات فئة (النازحون) والتي حققت تكرارات (٨) لتصل نسبتها المئوية الى (٤,٨٤٪) من نسب الفئات، المرتبة السادسة تمركزت فيها الفئة (الانتخابات) بعد أن جمعت (٥) تكرارا فكانت نسبتها المئوية (٢,٠٣٪).

الاستنتاجات؛

1. ان التجهيل المعرفي الذي سجل في صحيفة المدى ناتج على المعلومات والافكار والبيانات المنتقاة.
2. ان التجهيل العاطفي مقرون باثارة الجوانب العاطفية والنفسية لدى المتلقي من قبل الصحيفة.
3. ان تجهيل اخبار الموضوعات في الجانب الحكومي والسياسي، اعطى صورة ذهنية للمتلقي بان الصحف تتماشى مع ما يدور في الساحة العراقية من احداث فتاثر تارة وتثقل الاحداث كما هي تارة اخرى، مع مراعاة سياسية وايدولوجية ومواقف الصحيفة.
4. سجلت موضوعة التسوية السياسية تكرارات مرتفعة في اغلب صفحات الاخبار السياسية للصحيفة، مع تجهيل واضح على المستوى المعرفي والعطلي.
5. حالات التجهيل في الخطاب الإعلامي ازاء معركة الموصل وعصابات داعش الارهابية كانت قليلة، بسبب الاجماع السياسي والمجتمعي على مشروعية القتال ضد داعش.
6. ان الموازنة والاموال والرواتب والمواطن والمجتمع كانت من الموضوعات الحساسة التي تناولتها الصحيفة التي نالت مستوى اهتمام اقل من الموضوعات المنشورة في الصحيفة.

٧. لم تحض موضوعات النازحين بحالات تجهيل كثيرة لكون القضية أصبحت مستهلكة على مدار سنتين والمعاناة أصبحت مكشوفة امام الجميع.
٨. لم تشكل قضية الانتخابات البرلمانية والمحافظات موضوعات مهمة في صحيفة المدى كونها من الموضوعات ذات المساس بمراحل زمنية لاحقة، مما ابتعدت الصحيفة عن حالات التجهيل فيها.

التوصيات:

١. مطالبة المؤسسات الاعلامية الرسمية وغير الرسمية من خلال معالجة حالات التجهيل في الخطاب الاعلامي عن طريق تثقيف المواطن مضمون إعلامي هادف، وابتعاد المؤسسات الاعلامية عن الاقتباس والتقليد من المؤسسات الاعلامية الغربية، ومحاولة الافادة من خلال وضع كتاب الاسلوب والاسلوبية (يتضمن القواعد الأساسية التي يتوجب استخدامها في صياغة موادها التحريرية. ولا شك أن الأساس في هذه القواعد أن تستند إلى القواعد النحوية المستخدمة في اللغة العربية) للمؤسسات الاعلامية العراقية.

الهوامش والمصادر:

١. جليل وادي حمود، الخطاب الاعلامي وادارة الازمة السياسية الدولية دراسة في الخطاب العراقي اثناء الازمات مع مجلس الامن الدولي، اطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية الآداب، جامعة بغداد، ١٩٩٨، ص٢٤.
٢. هادي نعمان الهيتي، في فلسفة اللغة والاعلام، الدار الثقافية للنشر، القاهرة ٢٠٠٧ ص ١٨.
٣. نعموم تشومسكي، السيطرة على الاعلام، ترجمة: اميمة عبد اللطيف، ص٧.
٤. المرجع السابق، ص١٠.
٥. جورجينا كينون، كيف ينشر اصحاب المصالح الجهل بين الناس، <http://www.bbc.com/arabic/scienceandtech/>
٦. محمد الحاجي، مقالة هندسة الجهل، (علم التضليل والجهل)، <http://makkahnewspaper.com/article/148707>
٧. محمد علي المحمود، الخطاب التقليدي واستراتيجية التجهيل، <http://www.alriyadh.com/108255>
٨. فرقد المعمار، ثقافة التجهيل والمجتمع الصرصورى، <http://www.facebook.com/notes/187076928011675>
٩. احمد ابو مطر، فقهاء التجهيل وفتاوى حسب الطلب، <http://www.alnoor.se/article.asp?id>
١٠. مفردة الخطاب كفاعل (خاطبني) موجودة في سورة هود آية ٢٧، وفي سورة المؤمنون الآية ٢٧، (وخاطبهم) في سورة الفرقان وكمصدر (الخطاب) في سورة ص الآية ٢٠ والآية ٢٣ (خطابا) في سورة النبا الآية ٣٧.
١١. جليل وادي حمود، الخطاب الاعلامي وادارة الازمة السياسية الدولية دراسة في الخطاب العراقي اثناء الازمات مع مجلس الامن الدولي، اطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية الآداب، جامعة بغداد، ١٩٩٨، ص٢٤.
١٢. هادي نعمان الهيتي، في فلسفة اللغة والاعلام، الدار الثقافية للنشر، القاهرة ٢٠٠٧ ص ١٨.
١٣. محمد عابد الجابري، الخطاب العربي المعاصر، دراسة تحليلية نقدية، ط٥، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، ١٩٩٤، ص ١١.
١٤. هادي نعمان الهيتي، المصدر نفسه، ص ٢٨.
١٥. جيهان احمد رشدي، الاسس العلمية لنظريات الاعلام، ط٢، دار الفكر العربي، القاهرة، ١٩٨٧، ص ١٨٥.

١٦. اروي خالد العاني، الخطاب الدعائي الاسرائيلي الموجه ضد العراق، دراسة تحليلية لتصريحات المسؤولين الاسرائيلين للفترة ٨/٢/١٩٩٠-١٧/١/١٩٩١، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب، جامعة بغداد، ١٩٩٤، ص ١٧-١٨.
١٧. حميد جاعد محسن، التخطيط الاعلامي، المفاهيم والاطار العام، دار الشروق، عمان ١٩٩٨، ص ٧٣.
١٨. في علم تحليل الخطاب لا يوصف مضمون الخطاب بما يعبر عنه بالكلام او القول المجرد فقط، وانما ياخذ بنظر الاعتبار عدة اشكال او اجراءات تطل احيانا القول او الخبر نفسه ما يشكل رسالة مضافة الى الرسالة التي يحملها الخبر " فالرسم في الصحيفة قول كان او كاركاتير او رسم تعبيريا رمزيا في عرض موضوع ما، و ابراز العبارات عن طريق وضعها في مانشيتات قول مضافا الى المنطوق اللغوي لعبارة المانشيت فالابرار قول مضافا والاخفاء ايضا قولاً.
١٩. ياس خضر البياتي. ملخص بحث مقدم الى الى الملتقى الدولي الثاني للرابطة العربية للبحث العلمي وعلوم الاتصال المجتمع الالكتروني ورهانات التنمية في الوطن العربي - بيروت ٢٧-٢٨ تشرين الثاني/ نوفمبر ٢٠١٥
- <http://m.thaqafat.com/post.html#post?id=٤٥٩٧٥>
٢٠. محمود عكاشة، لغة الخطاب السياسي، دراسة لغوية تطبيقية في ضوء نظرية الاتصال، دار النشر للجامعات، ط١، ٢٠٠٥، ص ٨.
٢١. هادي نعمان الهيبي، في فلسفة اللغة والاعلام، الدار الثقافية للنشر، القاهرة ٢٠٠٧ ص ٨١.
٢٢. هشام صويلح، بلاغة الاقتناع في الخطاب الاعلامي " دراسة في ضوء البلاغة الجديدة"
- <http://revue.ummto.dz/index.php/khitab/article/view/٨٥٣>.
٢٣. هادي نعمان الهيبي، مصدر سبق ذكره ص ١٨.
٢٤. محمد عابد الجابري، الخطاب العربي المعاصر، دراسة تحليلية نقدية، ط٥، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، ١٩٩٤، ص ١١.
٢٥. جيهان احمد رشتي، الاسس العلمية لنظريات الاعلام، ط٢، دار الفكر العربي، القاهرة، ١٩٨٧، ص ١٨٥.
٢٦. سهاد عادل الكروي، الخطاب الاعلامي العراقي، نحو استراتيجية خطاب مهني، مكتب دار الارقم للطباعة، بغداد، ٢٠١٥، ص ١٣.
٢٧. هادي نعمان الهيبي، المصدر نفسه، ص ٢٨.
٢٨. عامر عبد زيد، إشكالية الخطاب الإعلامي والتحول الديمقراطي العربي، مجلة الحوار المتمدن، العدد: ٣٦٨، في ١٥-١٢-٢٠١٢.
٢٩. نسيم الخوري، الإعلام العربي وانيار السلطات اللغوية، مركز دراسات الوحدة العربية، الطبعة الاولى، بيروت ٢٠٠٥ ص ٢٣٦.
٣٠. احمد العبد ابو السعيد، الكتابة لوسائل الاعلام، عمان الاردن، الطبعة العربية ٢٠١٤، ص ٥٧.
٣١. الاعداد الكاملة لصحيفة المدى لشهر كانون الاول ٢٠١٦.

<http://www.almadapaper.net/ar>

- المدى العدد ٣٧٩٢ في ١ كانون الاول ٢٠١٦
- المدى العدد ٣٧٩٣ في ٢ كانون الاول ٢٠١٦
- المدى العدد ٣٧٩٤ في ٤ كانون الاول ٢٠١٦
- المدى العدد ٣٧٩٥ في ٥ كانون الاول ٢٠١٦
- المدى العدد ٣٧٩٦ في ٦ كانون الاول ٢٠١٦
- المدى العدد ٣٧٩٧ في ٧ كانون الاول ٢٠١٦
- المدى العدد ٣٧٩٨ في ٨ كانون الاول ٢٠١٦
- المدى العدد ٣٧٩٩ في ١٢ كانون الاول ٢٠١٦
- المدى العدد ٣٨٠٠ في ١٣ كانون الاول ٢٠١٦
- المدى العدد ٣٨٠١ في ١٤ كانون الاول ٢٠١٦
- المدى العدد ٣٨٠٢ في ١٥ كانون الاول ٢٠١٦

- المدى العدد ٣٨٠٣ في ١٦ كانون الاول ٢٠١٦
- المدى العدد ٣٨٠٤ في ١٨ كانون الاول ٢٠١٦
- المدى العدد ٣٨٠٥ في ١٩ كانون الاول ٢٠١٦
- المدى العدد ٣٨٠٦ في ٢٠ كانون الاول ٢٠١٦
- المدى العدد ٣٨٠٧ في ٢١ كانون الاول ٢٠١٦
- المدى العدد ٣٨٠٨ في ٢٢ كانون الاول ٢٠١٦
- المدى العدد ٣٨٠٩ في ٢٤ كانون الاول ٢٠١٦
- المدى العدد ٣٨١٠ في ٢٥ كانون الاول ٢٠١٦
- المدى العدد ٣٨١١ في ٢٦ كانون الاول ٢٠١٦
- المدى العدد ٣٨١٢ في ٢٧ كانون الاول ٢٠١٦
- المدى العدد ٣٨١٣ في ٢٨ كانون الاول ٢٠١٦
- المدى العدد ٣٨١٤ في ٢٩ كانون الاول ٢٠١٦