بيداغوجيا ، الخطاب العراقي ومهنية الاعلام

د.سهاد عادل الكروي

ملخص البحث

تكمن موضوعة البحث عن اشكالية انتاج خطاب لغوي قادر على غسل العقول المتلقية له، واولى هذه الاشكاليات عدم مقدرته على التحكم بالمعلومات و صياغتها و طريقة تقديمها و تركيز تقديمها و كثافته ، والتكرار والتواصل ، يؤثر قطعا في مشاعر الإنسان و بالتالي مواقفه ، وردود أفعاله، ثم في في مفاهيمه بالتالي في سلوكه.

ولهذا نقول أن الإعلام قد استلم الدور الأكبر لتشكيل السلوك الإنساني انطلاقا مما يقدمه من معلومات و مواقف يصوغها بشكل يخدم توجه من يقف وراءه من سياسيين وذلك لعدم تمتع هذه المجتمعات بأهلية سياسية او اعلامية، مما تسبب في أضافة وسيلة أعلامية جديدة لوسائل الاعلام المعروفة كوسيلة الاعلام المقروءة والمسموعة والمرئي والالكتروني لتأتي (وسيلة المواطن) وهوالمواطن الذي استهلك اللغة واعاد انتاجها كلغة اعلامية.

فالاعلام ككل هو مجموعة مثيرات كالمثير الاعلى والاسرع والراسخ والمتلقي يعمل على اعادة ترشيح هذه المثيرات وفقا للمثير الراسخ، وهذا ما استخدمته وسائل الاعلام الموجهة للسيطرة على تفكيرنا وعقولنا لتطويعنا لخدمة اهدافه.كما استخدمت البيداغوجيا في ايصال هذه المعلومات وهي عبارة عن المعارف المتعلقة بكيفية إيصال المعلومة، ومراحل تبليغ هذه المعلومة، حتى نصل بها إلى زرعها في النفوس، ثم تحويلها إلى مفهوم مؤثر في السلوك .

وتناولت تنازل الاعلام عن مهنيته في خضم الواقع السياسي المربك بالعراق واستباحة حقوق المتلقي من قبل المؤسسات الاعلامية بدون رادع حكومي او نقابي او شعبي، وكانت النتائج عن دراسة ميدانية لاعلاميي ٦٠ وسيلة وقناة فضائية واكاديمين ومتخصصين بالاعلام.

واستحدثت قوالب بيداغوجية لصياغة خطاب اعلامي مهني وكان مثالي التطبيقي هو صناعة خطاب عراقي لمواجهة (داعش).

توطئة

إن هدف البحث المركزي هو الوصول الى اسلوب خطاب إعلامي عراقي موحد برؤية موضوعية ، من خلال لغة موحدة تصبح أساسا لتكوين الادراكات المتماثلة التي تقود الى الفهم المشترك بين المرسل والمستقبل.

الهدف منه هو تقديم حلول تطبيقية لتاسيس خطاب اعلامي عراقي قادر على حماية الشعب العراقي بالدرجة الاساس وقادر على خلق صلة الثقة بين الوسيلة الاعلامية العراقية وبين الشعب الباحث عن الحقيقة بين طيات خطاب معاد ومتكرر وممل، ومن اجل الانتقال لخطاب اعلامي عراقي موجه للمجتمعات الاخرى يقوم على فهم واستيعاب التقاطعات الثقافية والقيمية بين تلك المجتمعات .

ولأن الخطاب الاعلامي يعاني من حالة تخبط في التعامل مع الازمات التي يتعرض لها البلد بالرغم من الاموال الكبيرة التي تصرف في هذا المجال، بالاضافة الى حالة الانقسام والتشرذم ولكون الخطاب يحمل سمات مرحلته واهداف القائم على انتاجه وطبيعة جمهوره وبيئته الاتصالية مما جعل منه خطابات وليس خطابا واحدا، ان هذا البحث حريص على تناول الخطاب من زاوية اتصالية بأعتباره مجموعة من المفردات المعبرة عن الرسالة الاتصالية التي يتداولها الشركاء في اية منظومة اجتماعية محدودة، لأستقراء واقع الخطاب الاعلام العراقي الاجتهادي المكبل بالطابع الايدولوجي وتبعية الآخر والذي اهمل مداخل الاقناع من خلال اللغة العربية الاصيلة والموحدة لبناء رأي عام محلي وعالمي فاعل ومؤثر قادر على تجاوز الصور النمطية للقارئ العراقي واحكامه المسبقة من اجل بناء احكام ونتائج موضوعية بعيدة عن العنف ومراعيا بالوقت ذاته لالتزامه بالمعايير المهنية والاخلاقية وحقوق المتلقي اثناء صناعة خطابه الاعلامي.

الفصل المنهجي

أهمية البحث ومشكلته

ترتبط إشكالية الدراسة بمجمل الإشكاليات الخاصة بصناعة الرسائل والمضامين الإعلامية وأهمها عدم التوازن بين الخطابات التي اختلفت في مضامين الرسائل الإعلامية ، وهيمنة واقع الإعلام العراقي وبنيته الاتصالية ومسؤوليته في إنتاج الطائفية والعنف في المجتمع العراقي، وخاصة الفضائيات الدينية، ومدى التزام الإعلام بالمسؤولية الأجتماعية وبالمعايير المهنية والأخلاقية عند تغطية احداث العنف والإرهاب.

تجاوز الخطاب الاعلامي السلطات الثلاث (التشريعية والتنفيذية والقضائية) وتعدى ذلك للتأثير على الحكومات والمؤسسات والمنظمات المعنية التي باتت تحسب للتأثير الاعلامي الحسابات الكبيرة. ولم يأت تطوير ادوات وسائل الاعلام وتوسيع رقعتها من فراغ بل من ادراك فاعلية والتأثير البالغ لوسائل الاعلام وخطابها.

وتتلخص مشكلة البحث بمعاناة الخطاب الاعلامي العراقي من الأسفاف وعدم توظيف اللغة العربية في الخطاب الاعلامي والذي افقده الجمالية وعدم الوعي باللغة العربية واهمية تجديد الصيغ الاعلامية لتتناسب مع التطور التكنولوجي.

وضعف واضح في المضمون المعنوي والقوالب اللفظية المستخدمة وفي الاسلوب التعبيري المباشر وطرائق الاداء المصاحبة له، وافتقاره للاسلوب الخطابي القادر على ايصال القضية العراقية الى الراي العام وتتركز المشكلة في الاسلوب وليس في المضمون، والوقوف على منطق الخطاب والفلسفة الاتصالية التي يستند اليها.

هدف البحث

يكمن هدف البحث بالخروج من دائرة مضمون الخطاب الى أسلوب الخطاب والى ابتكار قوالب بيداغوجية جاهزة للخطاب الاعلامي لاستنباط ستراتيجيات اقناع كافية لبناء رأي عام عربي وعالمي مؤثر وفعال وتجديد الصيغ الاعلامية وجعلها متناسبة مع التطور التقني المهول لوسائل الاتصال وتنوعها.

حدود البحث

يتحدد البحث بمجتمع من الاعلاميين العاملين في الوكالات الاخبارية والقنوات الفضائية والصحف اليومية والصحف الالكترونية وقد شمل البحث الاعلاميين من محررين ومراسلين ومقدمي برامج ومحللين سياسيين ومسؤولي صفحات في الصحف وروساء ومدراء التحرير والمندوبين والمصورين في ٦٠ وسيلة اعلامية عراقية.

منهج البحث

استخدمت الباحثة المنهج العلمي الوصفي والمنهج الكمي التحليلي من خلال دراسة أبرز العوامل الخاصة بمهنية الإعلام العراقي ومدى علاقتها وتأثيرها في طبيعة المواجهة مع داعش. اذ استخدمت الوسائل الاحصائية كالنسب والتكرارات وتحليل الارتباط و الانحدار واختبار مربع كاي للحصول على النتائج وتفسيرها .

فرضية البحث:

هل هنالك دور للإعلام العراقي فى الحرب على العنف والإرهاب ؟ وهل الحرب عليهما تبرر تنازل الإعلام عن مهنيته وحقوق المتلقى أثناء التغطية الإعلامية على العنف والإرهاب ؟

- الفرضية الرئيسية الاولى والتي تنص على "توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين مهنية الاعلام العراقي وطبيعة المواجهة مع داعش". وتتفرع الى:

١- " توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين تقويم مهنية الاعلام العراقي وطبيعة المواجهة مع داعش".
٢- " توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين الشائعات وطبيعة المواجهة مع داعش ".
٣- " توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين الاساليب الاعلامية لداعش وطبيعة المواجهة مع داعش".
٤- " توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين اجراءات الحكومة العراقية تجاه الشائعات وطبيعة المواجهة مع داعش".
٥- " توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين اجراءات المرجعية الدينية تجاه الشائعات وطبيعة المواجهة مع داعش".
- الفرضية الرئيسية الثانية: "يوجد تأثير ذو دلالة معنوية لمهنية الاعلام العراقي في طبيعة المواجهة مع داعش".
١- "يوجد تأثير ذو دلالة معنوية لتقويم مهنية الاعلام العراقي في طبيعة المواجهة مع داعش".
٢- "يوجد تأثير ذو دلالة معنوية للشائعات في طبيعة المواجهة مع داعش".
٣- "يوجد تأثير ذو دلالة معنوية للاساليب الاعلامية لداعش في طبيعة المواجهة مع داعش ".
٤- "يوجد تأثير ذو دلالة معنوية لاجراءات الحكومة العراقية تجاه الاشاعات في طبيعة المواجهة مع داعش ".
٥- "يوجد تأثير ذو دلالة معنوية لاجراءات المرجعيات الدينية تجاه الشائعات في طبيعة المواجهة مع داعش".

الفصل النظري

ماهية البيداغوجيا

عرفتها الموسوعة الحرة ٢ (بأنها مصطلح تربوي أصله يوناني ويعني لغويا العبد الذي كان يرافق الأطفال إلى المدرسة. من الصعب إيجاد تعريف محدد للبيداغوجيا)، فيما عرفها القاموس الحر٣ بانه (مفهوم لايوجد له مقابل في اللغة العربية، ولايوجد له تعريب واضح عند المفكرين التربويين العرب، لذلك حصل حوله جدل واسع تتكون كلمة "بيداغوجيا" في الاصل اليوناني ،من حيث الاشتقاق اللغوي من شقين هما " Péda " وتعني الطفل و" Agôgé " وتعني القيادة والسياقة).

ويقول شولمان بأنها المبادئ الكبرى والاستراتيجيات الخاصة بأدارة وتنظيم الصف٤ ويشير داول٥ الى ان البيداغوجيا تنتمي الى التعليم والدافعية والتواصل والتغذية الراجعة، واتفقوا الاثنان على انها مجموع الاعمال التي يستخدمها المدرس في اطار وظائفه كنقل المعارف والتربية.

وأرتأت الباحثة من مجمل التعاريف ان تختار تعريفها الخاص بالبيداغوجيا ليتم استخدامه من قبل وسائل الاعلام العراقية في مخاض المعالجة الازموية الحالية ، البيداغوجيا هي الاجراءات المعرفية لايصال المعلومة والتأثير بالسلوك من خلال دراسة امكانيات المتلقي وخلق المؤثرات للتحكم في ردورد افعاله وتوجيهها وبالتالي قيادة راي عام مجتمعي يخدم اهداف القائم بالاتصال.

اذن هو عملية تعمل على ايصال معلومة تم اختيارها بدقة من اجل خلق تأثير مناسب عند المتلقي عبر خطاب او وسيلة وكما يقول ماكلوهان الوسيلة هي الرسالة٦. (فالبيداغوجيا هي سلوك في التنقل بالمعلومة درجة درجة حتى تصبح مفهوما مؤثرا في السلوك. فهي معرفة و سلوك ينطلق بداية من دراسة إمكانيات المتلقي، فندرس نقاط قوته ونقاط ضعفه، وندرس نقاط تنبهه و نقاط غفلته ، ثم التعامل معها بطريقة تخدم الهدف الذي نريد أن نصل إليه في سلوكه ، ومشاعره ، ثم في أفكاره. إذن فالبيداغوجيا هي مشرحة السلوك الإنساني و ما يدفع إليه و ما يؤثر فيه، وكيفيات التحكم في كل ذلك)٧. وبما ان الاعلام استلم الدور الاكبر في تشكيل السلوك الانساني عبر خطابه للرأي العام، قام بتوظيف البيداغوجيا للوقوف على مايؤثر في آراء المجتمع ونقاط قوته وضعفه وآلية استخدام المؤثرات المناسبة للقيام بخلق التاثير.

واقع الاعلام العراقي وبوصلة الازمات

(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 ليتسنى لهذه الوسائل الارتقاء بالمجتمع نحو افاق رحبة. والرابط بين أغلبية وسائل الإعلام

العراقية هو افتقادها للحرفيةالإعلامية ونزوعها الى الخطابات التحريضية وتجاوزها على خصوصية الافراد والجماعات)٨. فيما ذكر د. محمود عكاشة بأن الخطاب السياسي هو خطاب اجتماعي يرتبط بالمحيط الخارجي٩.

وعرفه د.هادي الهيتي ١٠ 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 إبريربأنه منتوج لغوي 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 لتوصيلها١١.

وعده الهيتي نتاجا مشتركا مابين صاحب الخطاب وجمهوره المستهدف والبيئة او المناخ السائد فهو نتاج مشاركة بين المرسل والمستقبل والبيئة الاتصالية وبين ماينتهي اليه الاتصال، كالمشاركة في المعاني اي المشاركة في المعلومات او الافكار او المهارات او الميول او الاتجاهات او المشاعر بين المرسل والمستقبلين١٢.

والجابري يؤكد بأن (المتلقي) يشارك في انتاج وجهة النظر، التي يحملها الخطاب صراحة او ضمنا١٣ وان كان النتاج الاعلامي يحمل بعدان احدهما دلالي والثاني تربوي (بيداغوجي) يشتمل الاول على دلالات الألفاظ والجمل ومعنى التراكيب، والتكرار، والتركيز، 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"١٤.

وافرز واقع الخطاب الاعلامي العراقي١٥ 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 اواشتراكية ليبدو الخطاب صدى لحالة الانقسام التي عاشتها الحركات.

ان عدم أهلية المجتمع العراقي السياسية وهوية الايديواوجيات المتجبرة التي خلقت بعد الاحتلال الامريكي بمساعدة الاحزاب السياسية ودخول سلطة الاعلام الجديد من بوابات الانترنيت 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 الانتقائية المتمثلة بالتعرض الانتقائي والقرار الانتقائي، حيث تشير الانتقائية الى انحياز افراد الجمهور نحو اتجاهاتهم"١٦.

"صورة مركبة تعرض عدد من الخطابات الموجهة للمتلقي في وسيلة اعلامية بلحظة جامدة وشملت خطاب الشخوص (المباشر والجسدي) خطاب منصات التواصل الاجتماعي كالفيس بوك والتويتر واليوتيوب خطاب السباتيل وخطاب الاعلان وهذا نموذج مبسط لخطاب الصورة الاعلامية".

مهنية الاعلام العراقي

عند التحدث عن مهنية الاعلام العراقي استحضر واقعتين اعلامية تجسد اغلب ماقيل او يقال الاولى هي حادثة معركة الشجوة ١٧، وكانت قصة اعلامية مفبركة تم صناعتها من قبل هواة عراقيين لمعركة وهمية في مكان غير موجود عالخارطة العراقية وهي منطقة (تل الخاثر) ومعركة الشجوة تسببت بردود افعال من قبل داعش والحشد ايضا وتبناها الاعلام العراقي المساند لكلا الطرفين كقصة مؤكدة دون التاكد من مصادرها وهذا يفسر تمكن اعلام داعش من السلطة والقوة رغم عدم امتلاكها لاي وسيلة اعلامية الا ان وسائل الاعلام العراقية اصبحت ابواق لمنصة اعلام (داعش) الوحيدة وهي مواقع التواصل الاجتماعي بل واصبحت وسائل اعلامه التي بات تتحكم بها بطرق تكنولوجية واساليب بيداغوجية تحاكي حاجاته النفسية وتؤثر به، ونجد ان بطل المهنية هي الشائعات.

وقد اخترت بهذا البحث ان اقف على مقومات المهنية لدى الإعلام العراقي خلال ازمة الموصل وما تلاها من احداث وبناءا على النتائج التي ستعرضها لكم دراستي العملية قمت بتصميم قوالب بيداغوجية جاهزة للخطاب الاعلامي العراقي اثناء ازمة الموصل والازمات العراقية التي تلتها اطمح ان يتم استخدامها من قبل وسائل الاعلام العراقية اثناء الازمات.

المواطن الاعلامي

في الاستراتيجيات العسكرية تتقدم الوحدة العسكرية بساحة المعارك وفقا لحركة ابطأ جندي ضمن وحداتها لان تخلفه عن الفريق سيؤدي الى قتل الوحدة بأكملها، وفي الساحة الاعلامية كذلك ان اصغر عقلية تسبب في هدم السواتر الخلفية للمجتمع بأكمله ان من يطلق الشائعات متخصص بها لكن من يتناقلها وينشرها هي العقليات البسيطة، والتي يجب اخذها ضمن الاعتبارات عند صياغة لغة الخطاب الاعلامي الموجه للمجتمع العراقي فكيف اذن عند انقلاب الوضع اي عندما تقوم هذه العقلية البسيطة بانتاج لغوي للخطاب وتضعه على منصة وسائل التواصل الاجتماعي دون معرفة وإدراك لماهية اللغة الاعلامية واهلية صنع الخطاب، فكل جيل يمتلك نظام لغوي جديد والمجتمع هو من يرث صناعة هذا الصائغ المجهول١٨. واستعانت وسائل الاعلام الالكترونية بالمواطن الاعلامي في ظل ازمة الموصل

واحتلال (داعش) للمحافظات العراقية. مما اضاف الارباك الى الخطاب العراقي اثناء الازمة ومن ابرز التحديات التي واجهت الخطاب مع المواطن الاعلامي هي:١٩

١.تعميم المحتوى: ان المحتوى الذي يقدمه المواطن هو من صنعه ولم ينتج من قبل مؤسسات اعلامية بالامكان محاسبتها او مراجعتها، كما تحكم هذا المحتوى مصداقية المواطن ذاته، والافراد بشكل عام يميلون الى تصديق امثالهم. فنشر الاخبار له جذر مزدوج٢٠ : (بوصفه منتجاً اجتماعياً يعكس محتوى المجتمع الذي انبثق منه ومؤسساتياً ، أي نتاج اعمال مؤسسات متخصصة).

٢. فهم الوسائل: العراقيين بشكل عام لم يصلوا الى الاستخدام الامثل لوسائل الاعلام الجديد خاصة وان هذه الشبكات الاجتماعية في الاصل افرزتها المجتمعات الغربية وهي تكنولوجيا متقدمة وبنى تحتية متميزة .

٣. اثراء المحتوى: وهنا يشكل مستخدمي الانترنيت لحوالي ٥٪من اجمالي مستخدمي الانترنيت.

القوالب الاعلامية البيداغوجية

هذه القوالب تمكننا من التموضع اعلاميا ومنطقيا ونقصد بالمنطق هنا القواعد العقلية المتفق عليها. هذا الاستغلال المغرض تعمدته (داعش) عند ارتكاب مغالطات منطقية بهدف تضليل وإيهام الشعب العراقي والعالم من خلال عدة اساليب بيداغوجية ٢١ اعلامية محترفة.

١- قالب (الاستدراج الفكري) : يحتمل هذا القالب الانتقال من الكل الى الجزء من خلال ميل لاشعوري بان الصفات المشتركة بين الاشياء او الاشخاص بالامكان مشاركتها وانطباقها على الجميع، واستخدمته (داعش) من خلال اطلاق تسمية (الكفار) على المكونات كافة لكونها لاتؤمن بمعتقداتها، والقالب المقترح هو وضع (داعش) ضمن قالب التركيب من خلال وصفهم (بالكفار الهولاكوين) وهذه الصفة ستجردهم من الاسلام اولا ومن الانسانية ثانيا ولايخفى علينا ان بدايات التنظيم منذ عام ٢٠٠٦ المتشدقة بالجهاد العنفي والذي أكدته (١٥٠) آية تختص بالقتال وموجودة بالقرآن الكريم والذي اعتبروه تجديدا للدين الاسلامي، الا انه انحسر وبدأ بالتخاذل لعزوفه عن التنظير والادبيات الاسلامية والتي لم يأخذ منها سوى الشعارات والاناشيد الحماسية والكليشات الفارغة من المضمون الثقافي الحيوي والتي اصبحت فيما بعد أداة الاستقطاب الكامنة للتنظيم.

٢. قالب التمويه : وهو الاسلوب الذي استخدمته (داعش) في صنع صورة متوحشة وعنيفة ومؤذية خلافا لواقعها الذي يؤكد عدم قدرتها على القتال في الميدان وسنستخدم هذا القالب لتحريف هذه الصور البشعة التي ابتدعتها (داعش) الى حقيقة كونه جبان وغير مؤهل عسكريا للقتال وغير قادر عن الدفاع عن نفسه بارض المعركة فليجأ الى اساليب الجبناء وهو قتل والتمثيل بالاسرى وهو ليس من تعاليم الاسلام، وبالوقت الذي تلجأ مختلف التنظيمات المسلحة عادة الى تحسين صورتها الذهنية وتبرير اعمال العنف التي ترتكبها، يتمادى تنظيم دولة الاسلام بالعراق والشام "داعش" ببث تصاويره وتسجيلاته ومواده التي ينشرها من حرق ومشاهد اغتيالات ومشاهد (نحر) ويخلق صورة ذهنية بأنه تنظيم متوحش عنيف ومؤذٍ.وغرابة خلق الصورة الذهنية مثلت ستراتيجية "داعش " القتالية من قتل و(نحر) ورعب وتفجيرات والاجساد المعلقة والسكاكين والتفجيرات الانتحارية رغم عدم قدرتها على القتال في الميدان.

٣. قالب (التلاعب بالالفاظ): وهو تحويل مفردة (الدولة الاسلامية بالعراق والشام) الى مفردة (دولة الزنادقة ٢٢ بالعراق والشام) اي بدل ان يكون (داعش) يتحول الى (زاقش) او (زقج) لخلق الاستصغار والتفاهة تجاههم وعكس اتجاه انهم جاؤوا للقضاء على الاسلام.

ولاننسى بأن التنظيم استطاع ان يوصل فكرة الثورة من أجل الاسلام، لمواجهة الحملة الهادفة للقضاء على الاسلام والمسلمين، فعلى المسلمين أستنهاض قواهم من أجل الذود عن لحمة الاسلام، من خلال أستخدام ايات القتال من القرآن الكريم، متبجحا باخلاقيات التنظيم التي باتت تحافظ على "دولة الاسلام" وبات تحويل التفجير الانتحاري من انتحار وعمل لاديني الى رغبة بالشهادة والتضحية من اجل الدين والذهاب على عجل الى دار الاخرة دار النعيم والفرح عملا اخلاقيا للتنظيم ولم يتوان في استباحة وتدمير من يقف في وجهه

وجعلها غطاءاً لاخلاقياته متجاوزاً تنظيرات الكراهية للآخر ومثالها "الطائفية" وبشكل متزايد.

٤. قالب (اللغم) وهو من القوالب المهمة لبيان ضآلة والفراغ العسكري الذي يعاني منه التنظيم ومن هذه الاسئلة التي يجب ان يكررها الاعلام العراقي من خلال برامجه او بشكل اعلانات مستمرة على الفضائيات الحكومية بشكل متواصل السؤال الاول (هل استطاع التنظيم (زاقش) ان يحقق انتصارات على ارض المعركة عسكريا بدون ذبح ونحر وسلب وسبي؟)

السؤال الثاني ﴿ماذا سيتبقى من (زاقش)﴾ اذا قمنا برفع الاسلام الذي يدعيه منه (زقش) فقط وهو تصغير واستهانه بالحجم المتنامي والذي بدأ يكبر من جراء الصور الالكترونية والافتراضية على مواقع التواصل الاجتماعي. وبالامكان وضع العديد من الاسئلة الملغومة من قبل الاعلام العراقي وهذين السؤالين مجرد مثال.

٥. قالب (المتناظرات): وهو قالب استخدمه التنظيم من خلال استخدام الفاظ وعبارات يصعب التحقق من مراد قائلها عندما يبدأ بمقدمة منطقية ومتشابهة مع الواقع لكنه ينتهي او يخلص الى نتيجة مغايرة للمنطق والواقع ومثال ذلك. أستطاعة "داعش" الأفادة من فكرة "المخلص" التي يؤمن بها المسيحيون، والتي مؤداها ان العالم سينقذه شخص مختار، يخرج من منطقة الشرق الاوسط، وأنه سيحمل السيف في رقاب الظالمين وأهليهم، نشر "داعش" هذه الفكرة بين أوساط الشباب الأوربي، وحقق مكاسب تمثلت بالدعم المادي، وكذلك متطوعين للقتال في صفوف التنظيم، وبأعداد ملحوظة. ويطبق قالب المتناظرات من قبل الاعلام العراقي من خلال طرح التنظيم على انه حركة زندقة مشابهة لحركات الالحاد التي ظهرت بعد وفاة الرسول (صلى الله عليه وسلم) وقام التنظيم فعلا بمخالفة مبادئ الاسلام الاساسية والتاكيد على الشبه الكبير بين الزنادقة وتنظيم (داعش) والذي بات بأسم (زقش) لانه ليس اسلاميا وضيئلا جدا للتشبه بالاسلام وتعاليمه.

٦. قالب التجاهل (التغافل): من خلال هذا القالب حقق التنظيم تقدم كبير افتراضي كبير ادى الى التقدم على ارض الواقع فقد تجاهل كونه تنظيما مستوردا اتى من خارج الحدود العربية يدعى الاسلام المحرف ونستطيع من خلال هذا القالب ادانته من فيه واستخدام ذات الاساليب التي استخدمها سواء كانت وسائل اعلام افتراضية كمواقع التواصل الاجتماعي او واقعية من خلال اسرى التنظيم الذين تم اسرهم عبر المعارك وبدون اظهار شخصياتهم وليظهر كلامهم اللاعربي وكان ابرز خطاب فضحهم فعلا هو الحلقات الثلاث الاولى لبرنامج سليفي لـ(ناصر القصبي) والذي عمل على كشف الزيف الكبير الذي يغلفه التنظيم واحتوائه على اعداد كبيرة من الفاشلين مجتمعيا والمنحرفين اخلاقيا فقط، ويقوم الاعلام من خلال قالب التجاهل بتجاهل وفضح زيف التنظيم من خلال بث حقائق عن لسان الاسرى وتزييف احد الشخصيات التي تمثل قادتهم وعلى اعتبار انه تم اسره من قبل القوات العراقية العسكرية او الحشد الشعبي لانه اسر او قتل قادتهم هو الامر الذي يقضي عليهم نفسيا بشكل كامل . وبالمجمل فأن "داعش" أستطاع عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وكذلك الإعلام من تشكيل صورة مرعبة عنه، وهو ما أسهم في تحقيقه تقدما كبيرا على الأرض، بسبب حالة الخوف والرعب التي كانت تسيطر على أهالي المدن التي يدخلها كمدينة الموصل ، او القوات الامنية التي تواجهه كهروب قوات البيشمركة الكردية من أمامه في شنغال وسنجار وغيرها. وتمكن من أضفاء صفة القدسية على أعماله ونشاطاته بأستخدام مفردات الخلافة الأسلامية وأستقطاعه لأيات من القرآن الكريم لتبرير أفعاله، و كذلك أيصال صورة بأن تقدمه على الأرض أنما جاء عن طريق المعونة الالهية له. وقام بأستخدم أحد الأحاديث النبوية "أنما نصرت بالرعب"، وتوظيفه عبر وسائل التواصل الاجتماعي بشكل كبير، وتمكن من الدخول الى عقول الشباب الذين يعانون من الفراغ الروحي، وكذلك أستغلال النقمة ضد الحكومة او تقديم نفسه على انه المنقذ لما يعانون من مشاكل.

٧. قالب (الزفرة): وهو قالب يتميز بالتضليل واستخدمه التنظيم باكثر من مناسبة صرف من خلاله اهتمام الآخرين بالحديث عن قضية أخرى وإثارة مشاعرهم بها للتغطية على قضيته التي يعجز عن إثباتها، وهي أكثر تضليلا من القالب السابق (التجاهل) فالاعلام لا يسعى لإثبات قضية أخرى صحيحة بتجاهل قضيته بل يقفز إلى قضية مغايرة لإثارة المشاعر، وقد تكون أيضا خاطئة. وبامكان الاعلام العراقي من خلال هذا القالب ترك قضية التنظيم وما يهدف اليه والتركيز بشكل كبير على ان التنظيم من خلال استراتيجياته ودعوته يستهدف الفاشلين والمنحرفين والذين لديهم ميل للانحراف عن المجتمع الواقعي ولم يجدوا مكانا لهم مع بقية

افراد المجتمع الواحد. وكل من يذهب وراء داعش غير متدين من الاساس. وبأستخدام التنظيم لمواقع التواصل الأجتماعي أستطاع ان يؤثر في الفتيات الأوربيات عبر التناغم مع أفكارهن فيما يخص "الحياة الجنسية"، وأعتبارها سبيلا للحصول على رضا النفس او رضا الدين، وبالتالي فأن تقديمهن للخدمات الجنسية للمقاتلين هو بدرجة مساوية للقتال بالسلاح، فضلا عن أن مشاركتها تكون أكثر تميزا اذا اقترن فعلها الجنسي بحمل السلاح.

٨. قالب (القرقوز) : وهو قالب يمارس من قبل وسائل الاعلام بشكل متزايد وتمارس فيه وسائل الاعلام تضليلا حيث تسلط الضوء على جانب أو مثال أو قصة ما لتسارع إلى التعميم واستدرار المشاعر تجاه قضية أكثر شمولا. وهنا لابد من ان يركز من خلال استخدام قالب البلهوان على توضيح الوحشية والتفنن باساليب القتل والاعدام وذبح الكفاءات العراقية علنا وزيادة وتنوع اساليب القتل بعد الفضيحة الكبرى لهم من قبل الممثل السعودي (ناصر القصبي) وكيف انهم لم يبالوا بشهر رمضان المبارك ويدعون الاسلام وهم ليسوا الا زنادقة.

الجانب الميداني

عينة البحث

بُغية تحقيق أهداف البحث والتحقق من فرضياته قامت الباحثة بإعداد استمارة استبيان شملت كافة العوامل والمتغيرات المؤثرة في موضوع البحث، ومن ثم تم عرض تلك الاستبانة على عدد من السادة المحكمين من اجل تقييمها، وقد أستشارت الباحثة عدد من السادة المحكمين وأصبحت الاستبانة بشكلها النهائي كما يبينها الملحق(×).

وتماشياً مع مضمون الدراسة فقد قامت الباحثة باختيار عينة قصدية شملت العاملين في المجالات الإعلامية كافة من كتاب في صحف ومجلات وإعلاميين في قنوات فضائية ومحلية ومحطات إذاعية ، فضلاً عن الباحثين والأكاديميين والإعلاميين، إذ بلغ عدد تلك العينة (٢٤٣) مبحوثاً وزعت عليهم استمارة الاستبيان للتعرف على أراءهم وواجباتهم حول الأسئلة المتعلقة بموضوع البحث، وبعد استرجاع استبيانات أُخضعت إلى الفرز والتدقيق وتبين بأنه هناك (٣) ثلاثة استبيانات غير مستوفية لشروط التحليل الإحصائي فتم استبعادها، وبذلك أصبح حجم عينة البحث النهائي (٢٤٠) مبحوثاً أُخضعت إجاباتهم إلى التحليل الإحصائي وفق البرنامج الجهاز (SPSS) باستخدام الأساليب الإحصائية.

اختبار الثبات

يمثل اختبار الثبات مدى بقاء أراء ممن استطلعت أراءهم وإجاباتهم ضمن نطاق معين ودون تأرجح، بعد مضي فترة قدرها ثلاثة أسابيع من إتمام الاستبيان قامت الباحثة بإعادة الاستبيان على (٩٠) مبحوثاً بُغية التعرف على مدى ثبات إجاباتهم، فكان معامل (ألفا – كرونباخ) للثبات مساوياً إلى (٠,٨٤) وهي قيمة جيدة جداً تؤكد مدى ثبات إجابات المبحوثين وكذلك نتائج هذا البحث مستقبلاً.

المعلومات الديموغرافية

١- الجنس:أظهرت نتائج الاستبيان بأنه أكثر بقليل من نصف المبحوثين (٥٧,٥٪) من الذكور، بينما كانت النسبة المتبقية (٤٢,٥٪) تمثل الإناث وهذا يعكس أن العمل الصحافي ذو طابع مشترك لكلا الجنسين كما يبين ذلك الجدول (١).

٢- العمر: تباينت الفئات العمرية للمبحوثين في توزيعها ضمن العينة المنتخبة إذ تصدرت الفئة العمرية (٦١ سنة فأكثر) ترتيب الفئات العمرية وبنسبة تمثيل بلغت ما يقارب ربع المبحوثين (٢٢,٥٪)، تلتها الفئة العمرية (٢١-٣٠ سنة) وبنسبة بلغت (٢١,٢٪) من إجمالي تلك العينة، ومن ثم الفئة العمرية (٣١-٤٠ سنة) وبنسبة تمثيل بلغت (٢٠٪)، وصلت الفئة العمرية (٥١-٦٠ سنة) ضمن المرتبة الرابعة وبنسبة تمثيل بلغت (١٨,٣٪) كما شكلت الفئة العمرية (اقل من ٢٠ سنة) ما نسبته (٩,٧٪) من إجمالي المبحوثين، وحلت الفئة العمرية (٤١-٥٠ سنة) أخيرا وبنسبة تمثيل بلغت (٨,٣٪) ، وتعكس هذه النتائج مدى التنوع العمري للمبحوثين، فضلاً

عن التقدم العمري لما يقارب نصف عينة البحث. الجدول (١).

٣- المستوى التعليمي: أبرزت نتائج التحليل الإحصائي وفقاً للمستوى التعليمي للمبحوثين زيادة لأولئك الحاصلين على شهادة البكالوريوس ومثلوا ما يقارب نصف عينة البحث (٤٥,٨٪)، تلاهم المبحوثون الحاصلون على شهادات الإعدادية وبنسبة بلغت (٣٨,٧٪)، في حين كان المبحوثون الحاصلون على شهادات عليا قد مثلوا (١٣,٩٪) من إجمالي العينة، في حين كانت نسبة تمثيل المبحوثين الحاصلين على شهادة المتوسطة قليلة وبلغت (١,٦٪) من عينة البحث.

٤- سنوات الخبرة: كما جاء في الفقرة (٢) فقد تماشت النتائج المستحصل عليها عبر التحليل الإحصائي لهذه الفقرة مع تلك الفقرة، فقد أظهرت النتائج بأن أكثر بقليل من ربع المبحوثين (٢٥,٨٪) يمتلكون خبرة تتراوح ما بين (١١-١٥ سنة)، وان (١٧,٥٪) من المبحوثين يملكون خبرة تتراوح ما بين (٦-١٠ سنوات)، في حين يمتلك (١٦,٦٪) من الصحفيين خبرات تتراوح ما بين (٥ سنوات فأقل)، كما يمتلك (١٥,٨٪) منهم خبرات تتراوح ما بين (١٦-٢٠ سنة)، كما يمتلك (١٣,٩٪) من الصحفيين خبرات عمل تتراوح ما بين (٢٠-٢٥ سنة)، وكانت خبرات عمل من ما تبقى من المبحوثين (١٠,٤٪) تفوق (٢٥ سنة) في مجال العمل الإعلامي.

جدول (١) : النسب والتكرارات للمحور الديموغرافي

السؤال	الإجابة	العدد	النسبة المئوية ٪
الجنس	ذكر	١٣٨	٥٧,٥
	أنثى	١٠٢	٤٢,٥
العمر	اقل من ٢٠ سنة	٢٣	٩,٧
	٢١-٣٠ سنة	٥١	٢١,٢
	٣١-٤٠ سنة	٤٨	٢٠
	٤١-٥٠ سنة	٢٠	٨,٣
	٥١-٦٠ سنة	٤٤	١٨,٣
	٦١ سنة فأكثر	٥٤	٢٢,٥
المستوى التعليمي	لا يقرأ ولا يكتب	-	-
	يقرأ ويكتب	-	-
	ابتدائي	-	-
	متوسطة	٤	١,٦
	إعدادي	٩٣	٣٨,٧
	بكالوريوس	١١٠	٤٥,٨
	شهادة عليا	٣٣	١٣,٩
سنوات الخبرة	أقل من ٥ سنة	٤٠	١٦,٦
	٦-١٠ سنة	٤٢	١٧,٥
	١١-١٥ سنة	٦٢	٢٥,٨
	١٦-٢٠ سنة	٣٨	١٥,٨
	٢١-٢٥ سنة	٣٣	١٣,٩
	أكثر من ٢٥ سنة	٢٥	١٠,٤

التحليل الاحصائي للعلاقة بين مهنية الاعلام العراقي وطبيعة المواجهة مع داعش

لأجل اتخاذ قرار بشأن الفرضية الرئيسية الأولى والتي تتألف من خمس فرضيات فرعية، سيتم احتساب معامل ارتباط سبيرمان لارتباط الرتب بين كل بعد من ابعاد مهنية الاعلام العراقي (تقويم مهنية الاعلام العراقي، الشائعات، الاساليب الاعلامية لداعش، اجراءات الحكومة العراقية تجاه الشائعات، اجراءات المرجعية الدينية تجاه الشائعات) ومتغير طبيعة المواجهة مع داعش واحتساب اختبار (T) لبيان مدى معنوية معاملات الارتباط المحتسبة عبر البرنامج الاحصائي الجاهز (SPSS) كما يبين ذلك الجدول (٢) وتفسير النتائج كما يلي:

جدول (٢) قيم معامل ارتباط سبيرمان واختبار (T) لمعنوية العلاقة بين ابعاد مهنية الاعلام العراقي ومتغير طبيعة المواجهة مع داعش

	ابعاد مهنية الاعلام العراقي	معامل ارتباط سبيرمان (r)	قيمة (T) المحسوبة	الدلالة
طبيعة المواجهة مع داعش	تقويم مهنية الاعلام العراقي	٠,٤٢٦	٣,٣٠٤	دال معنويا
	الشائعات	-٠,٦٨٨	٦,٦٥٤	دال معنويا
	الاساليب الاعلامية لداعش	-٠,٤٩٣	٣,٩٧٣	دال معنويا
	اجراءات الحكومة العراقية تجاه الشائعات	٠,٧٢٧	٧,٤٣٨	دال معنويا
	اجراءات المرجعية الدينية تجاه الشائعات	٠,٦٩٧	٣,٠٣٦	دال معنويا

قيمة المحسوبة عند مستوى معنوية (٠,٠٥) ودرجة حرية (٢٣٨) تساوي (٢,٠١٠).

اظهرت نتائج الجدول (٢) ان قيمة معامل ارتباط سبيرمان بين تقويم مهنية الاعلام العراقي و طبيعة المواجهة مع داعش قد بلغت (٠,٤٢٦) وهي قيمة طردية موجبة ذات دلالة احصائية عند مستوى معنوية (٠,٠٥) لكون قيمة (T) المحسوبة والبالغة (٣,٣٠٤) اكبر من نظيرتها الجدولية التي تساوي (٢,٠١٠) عند ذات مستوى المعنوية (٠,٠٥)، وتعني هذه النتيجة انه كلما كان هناك ارتفاع وتطور في مهنية الاعلام العراقي ادى ذلك الى التمكن من مواجهة داعش اعلاميا، وبذلك يتم قبول الفرضية الفرعية الاولى والتي تنص على "توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين تقويم مهنية الاعلام العراقي وطبيعة المواجهة مع داعش".

كانت قيمة معامل ارتباط سبيرمان بين الشائعات وطبيعة المواجهة مع داعش قد بلغت (٠,٦٨٨) وهي قيمة سالبةعكسية دالة احصائياً عند مستوى معنوية (٠,٠٥) نظرا لكون قيمة (T) المحسوبة والبالغة (٦,٦٥٤) اكبر من نظيرتها الجدولية البالغة (٢,٠١٠) ،وتعني هذه النتيجة بأن قلة الشائعات والحد منها ستساهم وبشكل كبير في التمكن من مواجهة داعش اعلاميا، وعلى هذا الاساس يتم قبول الفرضية الفرعية الثانية والتي تنص على " توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين الشائعات وطبيعة المواجهة مع داعش".

بلغت قيمة معامل ارتباط سبيرمان بين الاساليب الاعلامية لداعش وطبيعة المواجهة مع داعش (٠,٤٩٣) وهي قيمة سالبةعكسية دالة معنوياً عند مستوى معنوية (٠,٠٥) لكون قيمة (T) المحسوبة (٣,٩٧٣) اكبر من نظيرتها الجدولية والتي تساوي (٢,٠١٠)، ونستشف من هذه النتيجة بأن التراجع الملحوظ في الاساليب الاعلامية التي يتبعها تنظيم داعش الارهابي ستمكن الاعلام العراقي من مواجهة ذلك التنظيم اعلاميا، وبناءا على ما تقدم يتم قبول الفرضية الفرعية الثالثة والتي تنص على " توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين الاساليب الاعلامية لداعش وطبيعة المواجهة مع داعش".

ابرزت نتائج التحليل الاحصائي قيمة مرتفعة لمعامل ارتباط سبيرمان بين اجراءات الحكومة العراقية لمواجهة الشائعات وطبيعة المواجهة مع داعش قد بلغت (٠,٧٢٧) وهي قيمة طردية موجبة دالة احصائيا عند مستوى معنوية (٠,٠٥) لكون قيمة (T) المحسوبة والبالغة (٧,٤٣٨) وهي اكبر من نظيرتها الجدولية التي تساوي (٢,٠١٠) عند ذات مستوى المعنوية (٠,٠٥)، وتفسير هذه النتيجة هو ان

الحكومة العراقية كلما استطاعت باجراءاتها من محاربة الشائعات ستسهم في تمكين الاعلام العراقي من مواجهة داعش اعلاميا، وعلى هذا الاساس يتم قبول الفرضية الفرعية الرابعة والتي تنص على "توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين اجراءات الحكومة العراقية تجاه الشائعات وطبيعة المواجهة مع داعش".

بلغت قيمة معامل ارتباط سبيرمان بين اجراءات المرجعية الدينية تجاه الشائعات وطبيعة المواجهة مع داعش (٠,٦٩٧) وهي قيمة موجبة طردية دالة معنوياً عند مستوى معنوية (٠,٠٥) لأن قيمة (T) المحسوبة والبالغة (٣,٠٣٦) اكبر من نظيرتها الجدولية والتي تساوي (٢,٠١٠)، وتشير هذه النتيجة الى ان الدور الكبير الذي تلعبه المرجعية الدينية لمواجهة الشائعات سيسهم كثيرا في رفد الاعلام العراقي لمواجهة داعش، مما تقدم نستنتج قبول الفرضية الفرعية الخامسة والتي تنص على "توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين اجراءات المرجعية الدينية تجاه الشائعات وطبيعة المواجهة مع داعش".

اجمالا ومن خلال قبول جميع الفرضيات الفرعية الخمس، تستنتج قبول الفرضية الرئيسية الاولى والتي تنص على "توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين مهنية الاعلام العراقي وطبيعة المواجهة مع داعش".

التحليل الاحصائي لتأثير ابعاد مهنية الاعلام العراقي في طبيعة المواجهة مع داعش

يبين الجدول (٣) بعض المصطلحات الاحصائية التي سيتم استخدامها في تحليل اثر ابعاد مهنية الاعلام العراقي في طبيعة المواجهة مع داعش، إذ سيتم التحري عنها وفقا لمعادلة الانحدار البسيط كالاتي:

$$Y = a + \beta i\ Xi$$

إذ أن

Y : المتغير التابع (طبيعة المواجهة مع داعش).

x : المتغير المستقل (تقويم مهنية الاعلام العراقي، الشائعات، الاساليب الاعلامية لداعش، اجراءات الحكومة العراقية تجاه الشائعات، اجراءات المرجعية الدينية تجاه الشائعات).

β : معامل الانحدار

I : رمز دلالة للمتغير المستقل وهو يساوي ١،٢،٣،٤.

جدول (٣) المصطلحات الاحصائية المستخدمة في تحليل الانحدار

جدول المعاملات الاحصائية	
المعامل / الدالة	المؤشر
R	تشير الى قيمة معامل الارتباط بين المتغير التفسيري والمتغير الاستجابي.
R Square	تشير الى قيمة معامل التحديد الذي يقيس جودة نموذج الانحدار، فكلما اقتربت قيمة معامل التحديد من ١٠٠٪، دل ذلك على جودة نموذج الانحدار لتمثيل الظاهرة المدروسة.
F-Test	يتم استخراج قيمة هذا الاختبار من جدول تحليل التباين (ANOVA) ومن خلالها يتم معرفة وجود تأثير للمتغير التفسيري في المتغير الاستجابي من عدمه من خلال مقارنة تلك القيمة مع نظيرتها الجدولية واتخاذ القرار.
A	يشير الى تقاطع خط الانحدار، ويمثل قيمة Y التقديرية عندما تكون (X=٠).

Beta	تشير الى قيمة (معلمة الانحدار او الميل الحدي)B المعيارية والتي تكون اكثر دقة واكثر تفهما عند التفسير

لأجل اتخاذ قرار بشأن الفرضية الرئيسية الثانية والتي تتألف من خمس فرضيات فرعية، سيتم دراسة تأثير ابعاد مهنية الاعلام العراقي في طبيعة المواجهة مع داعش عبر احتساب معادلة انحدار خطي بسيط لكل بعد من مهنية الاعلام العراقي مع طبيعة المواجهة مع داعش باستخدام البرنامج الاحصائي الجاهز (SPSS) ومن ثم تفسير النتائج المبينة في الجدول (٤) كما يلي:

جدول (٤): يبين نتائج قيم المعاملات المستخدمة في قياس تأثير ابعاد مهنية الاعلام العراقي في طبيعة المواجهة مع داعش.

Y	X	الحد الثابت A	معلمة الانحدار Beta	قيمة (F) المحسوبة	معامل التحديد (R٢)	الدلالة
طبيعة المواجهة مع داعش	تقويم مهنية الاعلام العراقي	٢,٥١	٠,٢٥	١٠,٠٨	٠,٥١	دال معنويا
	الشائعات	١,٧٠	٠,٥٠	-٤٨,٣٨	٠,٨٠	دال معنويا
	الاساليب الاعلامية لداعش	٢,٠٣	٠,٣٣	-١٦,٨٤	٠,٦١	دال معنويا
	اجراءات الحكومة العراقية تجاه الشائعات	١,٩٧	٠,٤١	٦٧,١٩	٠,٨٦	دال معنويا
	اجراءات المرجعيات الدينية تجاه الشائعات	٢,٥٦	٠,٢٤	٩,٠٩	٠,٧٠	دال معنويا

قيمة (F) الجدولية عند درجتي حرية (١،٢٣٨) ومستوى معنوية (٠,٠٥) = ٥,٣٥

المصدر: بيانات الاستبيان، إعداد الباحثة.

١- اظهرت نتائج الجدول (٤) وجود تأثير ذي دلالة احصائية عند مستوى معنوية (٠,٠٥) لبعد تقويم مهنية الاعلام العراقي في طبيعة المواجهة مع داعش نتيجة لكون قيمة (F) المحسوبة والبالغة (١٠,٠٨) اكبر من نظيرتها الجدولية والتي تساوي (٥,٣٥)، كما استطاع المتغير المستقل (تقويم مهنية الاعلام العراقي) ان يفسر ما نسبته (٥١٪) من اجمالي الانحرافات في قيم المتغير المعتمد (طبيعة المواجهة مع داعش) وهو ما عكسته قيمة معامل التحديد، وبهذا تكون معادلة الانحدار التقديرية لتأثير بعد تقويم ممهنية الاعلام العراقي في طبيعة المواجهة مع داعش كما يلي:

طبيعة المواجهة مع داعش = ٢,٥١ + (٠,٢٥) تقويم مهنية الاعلام العراقي

اذ تشير قيمة معامل الانحدار والبالغة (٠,٢٥) الى أن زيادة في بعد التقويم بمقدار وحدة واحدة تصاحبها زيادة ايضا في طبيعة المواجهة مع داعش قدرها (٤٠٪). مما تقدم يتم قبول الفرضية الفرعية الاولى والتي تنص على "يوجد تأثير ذو دلالة معنوية لتقويم مهنية الاعلام العراقي في طبيعة المواجهة مع داعش".

٢- لوحظ ايضا ومن خلال التحليل الاحصائي وجود تأثير ذي دلالة احصائية عند مستوى معنوية (٠,٠٥) لبعد الشائعات في طبيعة المواجهة مع داعش، لكون قيمة (F) المحسوبة والبالغة (٤٨,٣٨) وهي اكبر من نظيرتها الجدولية البالغة (٥,٣٥)، كما فسر المتغير المستقل (الشائعات) ما نسبته (٨٠٪) من اجمالي التغيرات في قيم المتغير المعتمد (طبيعة المواجهة مع داعش) تبعا لقيمة معامل

التحديد، وبهذا تكون معادلة الانحدار التقديرية لتأثير بعد الشائعات في طبيعة المواجهة مع داعش كما يلي:

طبيعة المواجهة مع داعش = ١,٧٠- (٠,٥٠) الشائعات

تعني قيمة معامل الانحدار والبالغة (٠,٥٠-) بأن النقصان في بعد الشائعات بمقدار وحدة واحدة ستؤدي الى زيادة في طبيعة المواجهة مع داعش قدرها (٥٠٪). وبناءا على ما تقدم يتم قبول الفرضية الفرعية الثانية والتي تنص على "يوجد تأثير ذو دلالة معنوية للشائعات في طبيعة المواجهة مع داعش".

٣- بينت نتائج التحليل الاحصائي وجود تأثير ذي دلالة احصائية عند مستوى معنوية (٠,٠٥) للاساليب الاعلامية لداعش في طبيعة المواجهة معه، نظرا لكون قيمة (F) المحسوبة والتي بلغت (١٦,٨٤) اكبر من نظيرتها الجدولية البالغة (٥,٣٥)، وتعكس قيمة معامل التحديد تفسير المتغير المستقل (الاساليب الاعلامية لداعش) ما نسبته (٦١٪) من اجمالي التغيرات في قيم المتغير المعتمد (طبيعة المواجهة مع داعش)، كما ان معادلة الانحدار التقديرية لتأثير بعد كفاية الراتب وعدالته في محور الاغتراب التنظيمي يمكن صياغتها كما يلي :

طبيعة المواجهة مع داعش = ٢,٠٣- (٠,٣٣) الاساليب الاعلامية لداعش

تعني قيمة معامل الانحدار والبالغة (٠,٣٣-) بأن النقصان في بعد الاساليب الاعلامية لداعش بمقدار وحدة واحدة ستؤدي الى زيادة في طبيعة المواجهة مع داعش قدرها (٣٣٪). وبذلك نستنتج قبول الفرضية الفرعية الثالثة والتي تنص على "يوجد تأثير ذو دلالة معنوية للاساليب الاعلامية لداعش في طبيعة المواجهة مع داعش".

٤- كما اظهرت نتائج الجدول (٤) وجود تأثير كبير ذي دلالة احصائية عند مستوى معنوية (٠,٠٥) لبعد اجراءات الحكومة العراقية تجاه الاشاعات في طبيعة المواجهة مع داعش ، نتيجة لكون قيمة (F) المحسوبة التي بلغت (٦٧,١٩) اكبر بكثير من نظيرتها الجدولية البالغة (٥,٣٥)، وتعكس قيمة معامل التحديد (والتي كانت الاكبر من بين نظيراتها في النماذج الاخرى) استطاعة المتغير المستقل (اجراءات الحكومة العراقية تجاه الاشاعات) ان يفسر نسبة كبيرة من اجمالي التغيرات في قيم المتغير المعتمد (طبيعة المواجهة مع داعش) قدرها (٨٦٪)، اما معادلة الانحدار التقديرية لتأثير بعد اجراءات الحكومة العراقية تجاه الاشاعات في طبيعة المواجهة مع داعش فتصاغ كما يلي :

طبيعة المواجهة مع داعش = ١,٩٧ + (٠,٤١) اجراءات الحكومة العراقية تجاه الاشاعات

اذ تعني قيمة معامل الانحدار البالغة (٠,٤١) بأن زيادة في بعد اجراءات الحكومة العراقية والارتقاء بها لمواجهة الشائعات بمقدار وحدة واحدة ستؤدي الى زيادة في طبيعة المواجهة مع داعش قدرها (٤١٪). وبهذا نستنتج قبول الفرضية الفرعية الرابعة والتي تنص على "يوجد تأثير ذو دلالة معنوية لاجراءات الحكومة العراقية تجاه الاشاعات في طبيعة المواجهة مع داعش".

٥- اظهر بعد اجراءات المرجعيات الدينية تجاه الاشاعات تأثيرا ذي دلالة احصائية عند مستوى معنوية (٠,٠٥) في طبيعة المواجهة مع داعش، بسبب تفوق قيمة (F) المحسوبة البالغة (٩,٠٩) على نظيرتها الجدولية البالغة (٥,٣٥)، اما قيمة معامل التحديد فقد اشارت الى دور المتغير المستقل (اجراءات المرجعيات الدينية تجاه الاشاعات) في تفسير ما نسبته (٧٠٪) من اجمالي التغيرات والانحرافات في قيم المتغير المعتمد (طبيعة المواجهة مع داعش)، وبهذا تكون معادلة الانحدار التقديرية لتأثير بعد اجراءات المرجعيات الدينية تجاه الشائعات في طبيعة المواجهة مع داعش كما يلي :

طبيعة المواجهة مع داعش = ٢,٥٦ + (٠,٢٤) اجراءات المرجعيات الدينية تجاه الشائعات

اذ تشير قيمة معامل الانحدار والبالغة (٠,٢٤) الى أن زيادة في بعد اجراءات المرجعيات الدينية تجاه الشائعات بمقدار وحدة واحدة ستؤدي الى زيادة في طبيعة المواجهة مع داعش قدرها (٢٤٪). ولذلك نستنتج قبول الفرضية الفرعية الخامسة والتي تنص على "يوجد تأثير ذو دلالة معنوية لاجراءات المرجعيات الدينية تجاه الشائعات في طبيعة المواجهة مع داعش".

اجمالا ونتيجة لتحقق وقبول جميع الفرضيات الفرعية الخمس، نستنتج قبول الفرضية الرئيسية الثانية والتي تنص على "يوجد تأثير ذو دلالة معنوية لمهنية الاعلام العراقي في طبيعة المواجهة مع داعش".

دور المتغيرات الشخصية لتأثير ابعاد مهنية الاعلام العراقي في طبيعة المواجهة مع داعش

بعد ان تم التعرف سلفا على مدى وجود وطبيعة التأثير الذي تلعبه ابعاد مهنية الاعلام العراقي في طبيعة المواجهة مع داعش، والتي اظهرت وجود تأثير ذي طابع ايجابي لأغلب ابعاد نوعية المهنية في الاعلام العراقي ، وجب دراسة ابرز المتغيرات الشخصية والوظيفية التي تشكل وجود فروقات في استجابات المبحوثين حول هذا التأثير.

اذ تم استخدام اختبار مربع كاي للتحقق من الفرضية الرئيسية الثالثة للبحث وذلك من خلال احتساب قيمة مربع كاي لكافة المتغيرات الشخصية والوظيفية ومقارنتها مع القيمة المعنوية المصاحبة لكل اختبار وتم توضيح النتائج المبينة في الجدول (٥) وكما يلي:

اظهر التحليل الاحصائي عبر الجدول (٥) عدم وجود فروقات ذات دلالة احصائية بين استجابات المبحوثين حول تأثير ابعاد مهنية الاعلام العراقي في طبيعة المواجهة مع داعش لمتغير الجنس لكون قيمة مربع كاي المحتسبة والبالغة (٥,٩٥) اصغر من نظيرتها الجدولية البالغة (٧,٣٧) عند مستوى معنوية (٠,٠٥)، اي لا يوجد هناك دور مؤثر لنوع المبحوث الاجتماعي سواء كان ذكرا ام انثى في حدوث تلك التأثيرات.

واظهر التحليل الاحصائي وجود فروقات ذات دلالة احصائية ايضا بين استجابات المبحوثين حول تأثير ابعاد مهنية الاعلام العراقي في طبيعة المواجهة مع داعش لمتغير العمر نظرا لكون قيمة مربع كاي المحتسبة والتي بلغت (٤٩,٠٤) اكبر من نظيرتها الجدولية البالغة (٢٠,٤٨) عند مستوى معنوية (٠,٠٥)، وهذا يؤكد ان التقدم في العمر يمنح المستطلعين خبرات اكبر على صعيد حياتهم مما يجعل هناك تفاوتا في اجاباتهم وبالتالي حدوث تأثر لأبعاد مهنية الاعلام العراقي في طبيعة المواجهة مع داعش.

بين الجدول (٥) وجود فروقات ذات دلالة احصائية ايضا بين استجابات المبحوثين حول تأثير ابعاد مهنية الاعلام العراقي في طبيعة المواجهة مع داعش لمتغير المستوى التعليمي لكون قيمة مربع كاي المحتسبة والتي بلغت (٦٥,٦١) اكبر من نظيرتها الجدولية البالغة (٢٦,١١) عند مستوى معنوية (٠,٠٥)، وبذلك نستنتج ان الشهادة العلمية الحاصل عليها افراد العينة تلعب دورا في صنع فارق في اجاباتهم.

ويشير الجدول (٥) ايضا الى وجود فروقات ذات دلالة احصائية بين استجابات المبحوثين حول تأثير ابعاد مهنية الاعلام العراقي في طبيعة المواجهة مع داعش لمتغير عدد سنوات الخبرة الوظيفية لأن قيمة مربع كاي المحتسبة والبالغة (٥٣,٢٢) اكبر من نظيرتها الجدولية البالغة (٢٠,٤٨) عند مستوى معنوية (٠,٠٥)، وهذا يعطي انطباعا كون من شملهم الاستبيان من الاعلاميين بما يملكوه من خبرات عمل سابقة وما يعيشوه حاليا من واقع ليس بغريب عن الظروف المحيطة بالعراق من حروب على مر السنين يعد مؤثرا في صنع فارق في اجاباتهم حول ذلك التأثير لابعاد مهنية الاعلام العراقي في طبيعة المواجهة مع داعش.

جدول (٥) اختبار معنوية المتغيرات الشخصية والوظيفية حول تأثير ابعاد مهنية الاعلام العراقي في طبيعة المواجهة مع داعش

المتغيرات الشخصية والوظيفية	قيمة مربع كاي المحتسبة	قيمة مربع كاي الجدولية	درجة الحرية	القرار
الجنس	٥,٩٥	٧,٣٧	٢	غير دال معنويا
العمر	٤٩,٠٤	٢٠,٤٨	١٠	دال معنويا
المستوى التعليمي	٦٥,٦١	٢٦,١١	١٤	دال معنويا
سنوات الخبرة	٥٣,٢٢	٢٠,٤٨	١٠	دال معنويا

اجمالا ومن خلال وجود فروقات ذات دلالة احصائية بين استجابات المبحوثين حول تأثير مهنية الاعلام العراقي في طبيعة المواجهة مع داعش لثلاث متغيرات شخصية ووظيفية من اصل أربع متغيرات مضمنة في الاستبيان (اي قبول ما نسبته ٧٥٪ من الفرضية الرئيسية الثالثة) يتم قبول الفرضية الرئيسية الثالثة للبحث والتي تنص على "توجد فروقات ذات دلالة احصائية بين استجابات المبحوثين حول

تأثير مهنية الاعلام العراقي في طبيعة المواجهة مع داعش تعزى للمتغيرات الشخصية والوظيفية (الجنس، العمر، المستوى التعليمي، سنوات الخبرة الوظيفية).

النتائج

لاجل التمكن من مواجهة داعش إعلامياً وضعنا طبيعة مواجهة داعش كمتغير معتمد. واردنا التعرف على ابرز العوامل التي لها علاقة وتأثير في طبيعة المواجهة مع داعش. فكانت العوامل قيد البحث خمسة وهي تقويم مهنية الاعلام، الشائعات، اساليب داعش الإعلامية، إجراءات الحكومة العراقية تجاه الشائعات، اجراءات المرجعيات الدينية تجاه الشائعات، وهذه العوامل تعد عوامل مستقلة تشكل بمجموعها مهنية الإعلام العراقي.

اظهرت نتائج الارتباط وجود ارتباطات طردية عالية لتقويم المهنية واجراءات الحكومة وإجراءات المرجعيات، وكذلك ارتباطات عكسية للشائعات واساليب داعش وجميع الارتباطات معنوية، كذلك الحال في الانحدار فقد ظهر هناك تأثير طردي للتقويم وإجراءات الحكومة وإجراءات المرجعيات الدينية وعكسي للشائعات واساليب داعش في طبيعة المواجهة مع داعش.

وفي النهاية بعد ان علمنا بوجود فروقات معنوية نريد ان نعرف اي من المتغيرات الديموغرافية كانت سببا في وجود تلك الفروقات فتبين بان العمر والمستوى التعليمي وسنوات الخبرة تسهم في إيجاد تلك الفروقات بينما لم يشكل الجنس عاملا مؤثرا في الفروقات والتأثيرات.

الاستنتاجات

النتيجة الاساسية ان الاعلام العراقي بحاجة ماسة الى المعايير المهنية التي يجب مراعاتها من قبل الاعلاميين في مجال الاخبار كونه يعاني من حالة اسهال اعلامي ، وهي:

١- الأهمية: ليس كل حدث يكون مهما، وليس كل حدث يصلح ان يكون خبراً للنشر والبث ومن ثم فإن معيار الأهمية لا بد ان يكون دقيقا وحاضرا في ذهن الإعلامي الذي يصوغ الخبر ويبثه، وهو معيار نسبي يخضع لاعتبارات المؤسسة الاعلامية والظروف المهنية والشخصية وطبيعة الجمهور المستهدف.

٢- المصداقية: الخبر هو حدث وقع بالفعل وليس قصة خيالية او ملفقة او كاذبة.

٣- الدقة: عند سرد الخبر يجب مراعاة الدقة في الأسماء والمواقع والحقائق والأرقام دون مبالغة او إهمال او زيادة او نقصان.

٤- الموضوعية ضد الذاتية وتعني مراعاة المصلحة العامة والابتعاد عن الاحكام والمؤثرات الشخصية.

٥- التوازن ضد التحيز والانحراف، فعند عرض الحدث او الواقعة يجب تقديمها من الجوانب كافة، ومن زوايا مختلفة، ومراعاة الرأي والرأي الآخر بهدف الوصول إلى الحقيقة.

التوصيات

- ضرورة استخدام القوالب الاعلامية الجاهزة للخطاب الاعلامي من قبل وسائل الاعلام العراقية والتي طرحها البحث كصيغة خطابية جاهزة لزوبعة الازمة.
- دعوة وزارتي الدفاع والداخلية والمؤسسات الامنية العراقية ومن خلال ملاكاتها الاعلامية بالاعتماد على البيداغوجيا في خطاباتها الاعلامية التي توجهها الى الجمهور العراقي لمساعدتهم واعانتهم على تفهم المتغيرات السياسية وذلك لعدم تمتع المجتمع العراقي بالاهلية السياسية.
- أنسنة الخطاب الاعلامي تعني أن يصبح أكثر اهتماماً بالإنسان منه بالسياسات والقضايا العامة، وأن فكرة الأنسنة، وقيمتها الأخلاقية، تنبع من أنها فكر إنساني يؤمن بفضائل الإنسان التي وهبها الله عز وجل للإنسان، بإضفاء صفة الإنسانية على الأحداث التي تتناولها وسائل الإعلام المختلفة.

- أضافة مادة قطاعية للمواد التدريسية في كليات الاعلام بعنوان (بيداغوجيا الاعلام) وتعتبر كمنهجية تعتمد علوم ومناهج اجتماعية عدة، كما يدمج بين المساهمات الحديثة والنقدية في مجال اللغويات واللغويات التطبيقية والنقد الادبي، ويزاوج بين التحليل اللغوي والسيميولوجي ، ويستفيد من الاتجاهات الحديثة في التأويل، والتيارات النقدية في علم الاجتماع والانثربولوجيا، والدراسات الثقافية، وعلم النفس الاجتماعي.علما بأنها موجودة في بعض الجامعات من اجل انتاج قصص اخبارية افتراضية مخصصة للشبكات الاجتماعية.

الملحق (×) استمارة بحث عن مهنية الاعلام العراقي في مواجهة (داعش)

ت	السؤال	اوافق	محايد	لااوافق
	تقويم مهنية الاعلام العراقي بعد سقوط الموصل			
١	تمكن الاعلام العراقي من مواجهة "داعش" اعلاميا والسيطرة على الساحة الاعلامية بعد سقوط الموصل بيدهم			
٢	كان الشائعات التي اطلقتها "داعش "اثرت معنويا على الاعلام العراقي			
٣	ان الساحة الاعلامية العراقية غامضة ولم يقدم الاعلام العراقي حينها اية اجوبة منطقية مما يجعل المواطن العراقي يلجأ لتقبل اية استنتاجات ممكنة لسد نقص المعلومات الحاصل عنده			
٤	ان الخطاب الاعلامي العراقي بالفضاء الاعلامي الجديد والذي تجاوزت قنواته الفضائية الخمسين والمئات من القنوات العربية خطابا موفقا في استيعاب ازمة سقوط الموصل؟			
٥	استنسخ الخطاب الاعلامي العراقي سياسة مطروحة سابقا كالاستعانة بالاغاني الوطنية والخطابات غير الدسمة بالحقائق والهتافات			
	الشائعات ومدى تاثيرها على المواطن العراقي			
٦	المجتمع الدولي يقول بأن "داعش" ربح الحرب النفسية من خلال الشائعات التي اطلقها اكثر مما ربحه في ساحة المعركة وبذلك تأثر افراد المجتمع العراقي بشكل كبير بهذه الشائعات.			
٧	ان الشائعات الافتراضية والتي تم تناقلها وسائل الاتصال الالكتروني هي وحدها من اسقطت المدن العراقية كالموصل دون مقاومة تذكر			
٨	ان كثرة الشائعات وتنوعها والتي اطلقها الارهابيون من خلال الفضائيات الداعمة لها ومواقع التواصل الاجتماعي والطابور الخامس أثرت نفسيا وجسديا على المواطن العراقي مماجعلته يلجأ للتوقعات كحالة دفاعية لخفض قلقه وتوتره ولاستعادة اتزانه؟			
	داعش واساليبها الاعلامية			
٩	نجاح "داعش" في العراق كان اعلاميا فقط			
١٠	ان هيئة المسلحين الخارجية توحي بأنهم يجيدون وسائل التطور الالكتروني وشبكات الانترنيت.			
١١	عززت الصور والافلام الفيديوية عجلات البيك آب التي استعملها المسلحين مقارنة بدبابات الجيش ومدرعاته هل انت مقتنع بمقولة "ان داعش هزمت القوات الامنية بالشائعة والدهاية قبل المفخخات والانتحاريين"			
١٢	تناقل الفضائيات العراقية كما أسمت نفسها لمواقع التواصل الاجتماعي لعل ابرزها (ولاية الموصل) التي كانت تواكب تطورات المعارك اول باول كان بنية صافية ومن اجل نقل الحقائق للمجتمع العراقي؟			

				كافية	الى حد ما	غير كافية
١٣	مدى كفاية ردود عن الاشاعات التي اطلقت بعد احداث الموصل					
	أ.الحكومة العراقية	١	دعوة رئيس الوزارء للحذر من الشائعات التي يبثها الطابور الخامس			
		٢	تحذير رئيس الوزراء للقادة الامنيين من الحرب النفسية ضد القوات المسلحة			
		٣	مواجهة الناطق بأسم القائد العام للقوات المسلحة وسائل الاعلام بنقلها للشائعات			
		٤	تكذيب شائعة سقوط تلعفر ومطار بغداد الدولي وشحة المواد الغذائية والوقود			
		٥	بيان وزارة الداخلية بعدم تصديق الشائعات المغرضة من قبل المواطنين			
		٦	تحذير وسائل الاعلام التي تطلق الشائعات بالحبس وفق مادة (١١١) من قانون العقوبات			
		٧	تكثيف مجلس محافظة بغداد من الندوات التي تمنع انتشار الشائعات			
		٨	تصريحات وزير التجارة بشأن وفرة المواد الغذائية وعدم شحتها			
		٩	تصريح مكتب نائب رئيس الوزراء بتوفر الوقود وغاز الطبخ ولم تشح من السوق			
		١٠	اتهام هيئة النزاهة بعض الفضائيات باطلاق سموم مغرضة لنشر حالة الرعب			
		١١	في يوم ٦/١٨ غلق القنوات الفضائية			
		١٢	غلق مواقع التواصل الاجتماعي لاكتشاف ٢٠ حساب رسمي للتنظيم ومئات الحسابات غير الرسمية			
		١٣	قرار وزارة الاتصالات بحجب تطبيقات الانترنيت كاليوتيوب والفيس بوك وتوتير وسكايب والواتس اب والفايبر			
		١٤	حجب ٢٠ موقعا اخباريا منها قناة الجزيرة القطرية وموقع قناة العربية			
		١٥	رفع الحظر بعد مرور ١٧ يوما عليه بالمحافظات بشكل جزئي ببغداد واستثناء محافظات الصراع (كركوك ، نينوى، ديالى، الانبار، صلاح الدين) بسبب ضغوط منظمات اجنبية.			
		١٦	اصدار تعليمات لوسائل الاعلام للتعامل مع الاحداث تلخصت بـ :			
			• الحفاظ على الأمن الوطني			
			• عدم تسريب معلومات مهمة من خلالها يستفيد منها العدو			
			• عدم تحولها إلى وسائل لبث الشائعات سواء عن قصد ام غير قصد			
			• تعزيز معنويات القوات المسلحة و أبناء المجتمع في دفاعهم عن وطنهم ووجودهم ومستقبلهم			
		١٧	اصدار هيئة الاعلام والاتصالات في يوم ٦/١٨ توجيهات وارشادات لوسائل الاتصال للتقييد بها وهي:			

			• الابتعاد عن بث الإخبار التي تحمل تأويلا وطعنا بحق القوات الأمنية				
			• منع بث رسائل الجماعات المسلحة أو إجراء لقاءات مع شخصيات مطلوبة للقضاء والقانون أو تتزعم جماعات مسلحة أو تدعم خطابا تحريضيا وتصعيديا تمس الأمن الوطني أو تفشي أسرارا عسكرية أو أمنية ، سواء مسجلة أم عبر الأقمار الصناعية				
			• منع تحديد مواقع القوات الأمنية ، ومنع بث أية رسائل أو أخبارعاجلة أو معلومات قد تسفر عن استهداف القوات الأمنية أو تكشف مواقعها بما يمنح الإرهابيين ، خدمة مجانية ، لاستهدافها ، أو التحريض ،على ضربها				
			• التقيد بأعلى درجات المهنية والحياد والنزاهة في تغطية ألأحداث الأمنية في البلاد				
			• الإشادة بالقوات الأمنية العراقية وبانجازاتها في ساحة المعارك.				
			• فضح وحشية وهمجية الأعداء و بث أخبار صادقة عن حالة اليأس والإحباط وإفلاس الجماعات الإرهابية والمسلحة				
			• التركيز على الفتوى الجهادية للمرجع الأعلى على السيستاني والتوأمة بينها وبين الفتوى المماثلة التي صدرت من علماء الطائفة السنية كفتوى الشيخ الكبيسي وغيره من العلماء				
		١٨	كانت هذه الارشادات والتوجيهات لادارة الملف الاعلامي العراقي خلال حربه ضد الارهاب				
		١٩	ارسال بعد مرور اربعة ايام فرق عمل صحفية لمحافظات سامراء وتكريت وديالى وتكريت وديالى والانبار للتخفيف من حدة الغموض وكشف بعض الحقائق				
		٢٠	مرافقة فرق العمل تلفازية للقوات الامنية ونقلها بالمباشر اغلب الاوقات مايجري على ارض الواقع والتقليل من انتشار الشائعات على عكس الايام الاولى لسقوط الموصل.				
	ب. المرجعيات الدينية	١	اطلاق فتوى الجهاد الكفائي بعد ٣ ايام من سقوط الموصل				
		٢	العودة لتكريم الضباط لدفاعهم وصمودهم لاستحقاقهم ذلك وحافزا لغيرهم				
		٣	تحذير المرجعية في كل جمعة من سلاح الاشاعة الفتاك ودعوة وسائل الاعلام للتصدي لها				
		٤	تحذير عناصر سرايا السلام من حروب الشائعات				
		٥	دعوة مجمع علماء ومبلغي الديوانية الى صد الهجوم الاعلامي المضلل				

المعلومات الديموغرافية

1- الجنس: ذكر ☐ أنثى ☐

2- السن: اقل من 20 سنة ☐ 21-30 سنة ☐

31-40 سنة ☐ 41-50 سنة ☐

51-60 سنة ☐ من 61 فاكثر ☐

3- المستوى التعليمي: لايقرأ ولايكتب ☐ يقرأ ويكتب ☐ ابتدائي ☐

متوسط ☐ اعدادي ☐ دبلوم ☐

بكالوريوس ☐ شهادة عليا ☐

4- سنوات الخبرة : اقل من 5 سنوات ☐ 6-10 سنوات ☐

11-15 سنة ☐ 16-20 سنة ☐

21-25 سنة ☐ اكثر من 25 سنة ☐

الهوامش

١ بيداغوجيا: هي سلوك في التنقل بالمعلومة درجة درجة حتى تصبح مفهوما مؤثرا في السلوك. فهي معرفة و سلوك ينطلق بداية من دراسة إمكانيات المتلقي ، فندرس نقاط قوته ونقاط ضعفه ، وندرس نقاط تنبهه و نقاط غفلته ، ثم التعامل معها بطريقة تخدم الهدف الذي نريد أن نصل إليه في سلوكه ، ومشاعره ، ثم في أفكاره. إذن فالبيداغوجيا هي مشرحة السلوك الإنساني و ما يدفع إليه و ما يؤثر فيه ، و كيفيات التحكم في كل ذلك.المعلم والمربي القادر على نقل المعرفة.

٢ ويكيبيديا https://ar.wikipedia.org/wiki/

٣ ويكاموس https://ar.wiktionary.org/wiki/pedagogy

٤ Clermont Gauthier (Ed.), Jean Francois Desbiens, Annie Malo, Stephane Martineau, Denis Simard ، من أجل نظرية في البيداغوجيا ، بحوث محاصرة في معرفة المدرسين العلمية ، دمشق ، ٢٠٠٢،ص١٠٧

٥ Clermont Gauthier (Ed.), Jean Francois Desbiens, Annie Malo, Stephane Martineau, Denis Simard،مصدر سبق ذكره ص ١٠٨.

٦ محمد الراجي، ابعاد ايديولوجيا الخطاب الاعلامي لتنظيم الدولة الاسلامية، دراسا اعلامية، مركز الجزيرة للدراسات ،٢ آذار ٢٠١٥.

٧ مصدر سابق. http://naqed.info/forums/index.php?showtopic=٦١٠٠

٨ د.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

٩ د. محمود عكاشة، لغة الخطاب السياسي، دراسة لغوية تطبيقية في ضوء نظرية الاتصال، دار النشر للجامعات، ط١، ٢٠٠٥، ص٨.

١٠ هادي نعمان الهيتي،في فلسفة اللغة والاعلام، الدار الثقافية للنشر، القاهرة ٢٠٠٧ ص٨١.

١١ أ.هشام صويلح ،بلاغة الاقناع قي الخطاب الاعلامي "دراسة في ضوء البلاغة الجديدة" http://revue.ummto.dz/index.php/khitab/٨٥٣/article/view

١٢ هادي نعمان الهيتي،مصدر سبق ذكره ص١٨.

١٣ محمد عابد الجابري،الخطاب العربي المعاصر،دراسة تحليلية نقدية،ط٥، مركز دراسات الوحدة العربية،بيروت،١٩٩٤، ص١١.

١٤ جيهان احمد رشتي ،الاسس العلمية لنظريات الاعلام،ط٢، دار الفكر العربي،القاهرة ،١٩٨٧، ص١٨٥.

١٥ د.سهاد عادل الكروي ، الخطاب الاعلامي العراقي، نحو ستراتيجية خطاب مهني، مكتب دار الارقم للطباعة، بغداد، ٢٠١٥، ص١٣.

١٦ هادي نعمان الهيني ، المصدرنفسه،ص٢٨.

١٧ https://www.youtube.com/watch?v=G٢-٤uyQXzdQ

١٨ جان جاك لوسركل ،عنف اللغة، ترجمة د.محمد بدوي، مركز دراسات الوحدة العربية الطبعة الثانية ،بيروت ٢٠٠٦،ص٢٠٦

١٩ د.ياس خضر البياتي ،الإعلام الجديد الحرية والفوضى والثورات ، هيئة الفجيرة للثقافة والاعلام ، الطبعة الاولى، ٢٠١٤ ،ص٤٦٠-٤٦١.

٢٠ د. صفاء جبارة ، الخطاب الاعلامي بين النظرية والتحليل ، دار اسامة للنشر والتوزيع ، الاردن – عمان ، ط١ ، ٢٠٠٩ ، ص٤٨٩.

٢١ البيداغوجيا: هي سلوك في التنقل بالمعلومة درجة درجة حتى تصبح مفهوما مؤثرا في السلوك. فهي معرفة و سلوك ينطلق بداية من دراسة إمكانيات المتلقي ، فندرس نقاط قوته ونقاط ضعفه ، وندرس نقاط تنبهه و نقاط غفلته ، ثم التعامل معها بطريقة تخدم الهدف الذي نريد أن نصل إليه في سلوكه ، ومشاعره ، ثم في أفكاره. إذن فالبيداغوجيا هي مشرحة السلوك الإنساني و ما يدفع إليه و ما يؤثر فيه ، و كيفيات التحكم في كل ذلك.

٢٢ الزندقة أو هرطقة عبارة عن مصطلح عام يطلق على حالات عديدة، يعتقد أنها أطلقت تاريخياً لأول مرة من قبل المسلمين لوصف أتباع الديانات المانوية أو الوثنية والدجالين ومدعو النبوة والذين يعتقدون بوجود قوتين أزليتين في العالم وهما النور والظلام ولكن المصطلح بدأ يطلق تدريجيا على الملحدين وأصحاب البدع ويطلق بعضهم على كل من يحيا ما إعتبره المسلمون حياة المجون من الشعراء والكتاب واستعمل البعض تسمية زنديق لكل من خالف مبادئ الإسلام الأساسية.