

**تعرض النخبة لموضوعات الفساد في الفضائيات العراقية
وانعكاسه على صورة العملية السياسية العراقية**

فلاح طاهر رحيمة

أ.د جعفر شهيد هاشم

جامعة بغداد كلية الاعلام قسم العلاقات العامة

**FALAH TAHER RAHEMAH University of Baghdad –College of
Information Radio and Television Department**

Emile: falaah.taher1102@comc.uobaghdad.edu.iq

07711973231

Prof.Dr . Jaafar Shaheed Hasham

Email: drjaafarshaheed@comc.uobaghdad.edu.iq

07715767475

تتلخص فكرة هذه الدراسة حول تعرض النخبة الاكاديمية لموضوعات الفساد في الفضائيات العراقية وانعكاساتها على صورة العملية السياسية لديهم , اذ صمم الباحث استمارة الاستبانة وعرضها على المحكمين , وتم اختيار مجتمع البحث بطريقة الحصر الشامل , ويرجع سبب اختيار تلك المدة لانها سبقت الانتخابات البرلمانية التي اجريت في تشرين الاول ٢٠٢١ , وقد استخدم الباحث منهج الوصفي المسحي للوصول الى نتائج تحقق اهداف الدراسة الكلمات المفتاحية: تعرض النخبة لموضوعات الفساد الفضائيات العراقية صورة العملية السياسية

Abstract

The idea of this study is summarized in the exposure of the academic elite to issues of corruption in the Iraqi satellite channels and its reflections on the image of their political process. The researcher designed the questionnaire and presented it to the arbitrators. The first is 2021, and the researcher used the descriptive survey method to reach results that achieve the objectives of the study.

مقدمة introduction

نظرا لما يتمتع به النخبة الاكاديمية من خبرة في مشاهدات الفضائيات العراقية لتناولها الاحداث العراقية المختلفة , والتي تزيد من معارف الجمهور واطلاعهم على اخر الاحداث وخاصة موضوعات الفساد والتي ركزت عليها في نشراتها الاخبارية لبناء صورة ذهنية معينة لدى الجمهور , ومع تزايد اهتمام وسائل الاعلام بموضوعات الفساد بعد عام ٢٠٠٣ عن طريق تناول الفساد من جهة وتوعية واشاعة القيم الاصلية من جهة اخرى , مما دفع العديد من الفضائيات العراقية الى الكشف والتمحيص والتحقيق لتوعية الجمهور وتشكيل الرأي العام ازاءه

اولا : مشكلة البحث Rwsarch problem

يسعى هذا البحث الى التعرف ما يتعرض اليه النخبة من موضوعات الفساد في الفضائيات العراقية وانعكاس ذلك على صورة العملية السياسية لديهم , ويمكن ان تنطلق مشكلة البحث عدة تساؤلات هي :-

١. مدى اهتمام المبحوثين بأخبار الفساد في الفضائيات العراقية؟
٢. ما القناة التي يشاهد فيها المبحوثين النشرات الإخبارية لموضوعات الفساد ؟
٣. ما مميزات النشرات الإخبارية التي يتابعها المبحوثين في القنوات الفضائية ؟
٤. ما مدى اعتماد المبحوثين على النشرات الإخبارية كمصدر للمعلومات ؟
٥. ما مدى مساهمة الفضائيات العراقية وفق أخبارها في معالجة موضوعات الفساد في تشكيل أفكار النخب العراقية واتجاهاتهم نحو صورة العملية السياسية؟

ثانياً : أهمية البحث Rwsarch importance

تأتي أهمية هذا البحث في انه يشكل اسهامه معرفية في الاتجاهات الحديثة في البحوث الاعلامية حيث موضوعات الفساد في الفضائيات العراقية وانعكاساتها على صورة العملية السياسية لدى النخبة الاكاديمية , والتي لها مكانة متميزة في بحوث الإعلام؛ لأهميتها في وضع تصور واضح صورة العملية السياسية في القنوات الفضائية عينة الدراسة وتبيان انعكاساتها على النخبة الاكاديمية ثالثا :اهداف البحث Rwsarch aims

١. بيان مدى اهتمام المبحوثين بأخبار الفساد في الفضائيات العراقية .
٢. معرفة القناة التي يشاهد فيها المبحوثين النشرات الإخبارية لموضوعات الفساد .
٣. بيان مميزات النشرات الإخبارية التي يتابعها المبحوثين في القنوات الفضائية .
٤. معرفة مدى اعتماد المبحوثين على النشرات الإخبارية كمصدر للمعلومات
٥. توضيح مدى مساهمة الفضائيات العراقية وفق أخبارها في معالجة موضوعات الفساد في تشكيل أفكار النخب العراقية واتجاهاتهم نحو صورة العملية السياسية.

رابعا : منهج البحث وادواته Rwsarch methodology and tools

يصنف البحث ضمن الدراسات الوصفية التي تعمل على محاولة الوصول الى المعرفة الدقيقة والتفصيلية لعناصر المشكلة، أو الظاهرة القائمة بهدف الوصول الى فهم أفضل وأدق والوصول الى نتائج علمية صحيحة يمكن اعتمادها، ولا بد من ان يحرص الباحث على وصف الوضع الراهن للظاهرة عن طريق رصد وفهم مضمونها وتشخيص معلوماتها الدقيقة والتفصيلية للإجابة عن التساؤلات التي وضعها في

مشكلة البحث، واعتمد الباحث منهج المسح الميداني لوصف الواقع التطبيقي والعملية لمتغيرات البحث، باستخدام طريقة الاستبانة ، لتحقيق الاهداف والوصول الى نتائج جيدة .

خامسا : حدود البحث Rwsvarch limits

- المجال الزمني: تم تحديد المدة من (٢٠٢١/٧/١ لغاية ٢٠٢٢/٢/١) وتعد هذه المدة هي التي استغرقت بها مراحل اعداد استمارة الاستبيان وتحكيمها من قبل الخبراء ومن ثم توزيعها وبعد ذلك ادخالها في البرنامج الاحصائي spss لغرض تحليلها واستخراج النتائج احصائيا .
- المجال المكاني: حدد الباحث المجال المكاني في الجامعات الحكومية في مدينة بغداد لخصوصيتها وانها تجمع كافة اطراف المجتمع العراقي وهي مركز القرار ، وتمثلت بثلاث جامعات هي (بغداد -المستنصرية - العراقية) والكليات هي (الاعلام - القانون - العلوم السياسية) وتم استبعاد جامعة النهدين لانها لا تحتوي على كلية او قسم للاعلام .
- المجال البشري : تم اختيار النخبة الاكاديمية في الجامعات الحكومية لانهم اكثر مقدرة ودقة على تحديد اجاباتهم على استمارة الاستبيان لنضجهم ووعيهم وخبرتهم ومكانتهم في المجتمع .

سادسا : الدراسات السابقة Previous studies

- دراسة زهراء حسام الدين (٢٠١٧) *انطلقت هذه الدراسة من مشكلة تتمحور بتساؤل رئيس هو ما الصورة المتشكلة لدى الجمهور العراقي عن هيئة النزاهة واعتمدت الباحثة على منهج المسحي للحصول على البيانات من الجمهور وكان هدف الباحثة هو معرفة طبيعة الصورة (سلبية او ايجابية) المتكونة عن هيئة النزاهة لدى الجمهور العراقي وتوصلت الباحثة لنتائج اهمها :
 - وجود صورة ذهنية سلبية عن هيئة النزاهة اذ يرى المبحوثون بانها خاضعة لتأثيرات الكتل والاحزاب السياسية في اداء رقابتها .
 - يعتقد المبحوثون ان العوامل الدينية والانتماءات الطائفية لها دور في عمل هيئة النزاهة .
- دراسة التميمي (٢٠١٥) *تمحورت مشكلة الدراسة حول التعرف على طبيعة معالجة الفضائيات لقضايا الفساد الاداري والمالي في العراق وتحديد اتجاه المعالجة ، وهدفت الدراسة الى معرفة علاقة الجمهور بتلك الفضائيات وتقييم مصداقيتها ومعرفة طبيعة المضامين في تلك البرامج وتمثل مجتمع البحث بالبرامج (ستوديو التاسعة وبعد التاسعة وبالحرط الواحد) وتوصلت الدراسة الى نتائج مختلفة منها :
 - بروز البرامج والمواد الاعلامية التي تعالج موضوعات الفساد الاداري والمالي في مقدمة المواد التي يرغب الجمهور مشاهدتها في الفضائيات العراقية .
 - ان برامج الفساد الاداري والمالي اصبحت نمطا اعلاميا له جمهور كبير في العراق .
 - تصدر موضوع الفساد السياسي موضوعات الفساد المختلفة التي تناولتها الفضائيات العراقية .

سابعا : تحديد مصطلحات البحث :

- تقتضي الضرورة العلمية في كتابة البحوث تحديد وتعريف أبرز المفاهيم والمصطلحات المستخدمة فيها لإزالة الغموض فيها وتوظيفها في الاتجاه الذي يخدم مقاصد البحث وإجراءاته والنتائج التي يمكن أن يتمخض عنها^١ .
- النخبة الاكاديمية: ويقصد بها الفئة التي تمتلك القدرة على ابتكار الافكار ونقدتها وتحديد السلبيات والايجابيات بدقة اكثر وتلعب دور المراقب والناقد للتفاعلات السياسية والاجتماعية والثقافية والاقتصادية .
 - موضوعات الفساد : ويقصد بها كل ما يتعلق بظاهرة الفساد لجميع انواعه من سياسي واداري ومالي وامني واقتصادي والمعاملات الغير قانونية والاحتيايل والرشوة والاختلاس والتي تدخل ضمن تجاوز الموظف لحدود الوظيفة المناطة له مستغلا الصلاحيات الادارية والمالية الممنوحة له حسب موقعه الوظيفي لتحقيق مصالح ذاتية.
 - الصورة: ويقصد بها الانطباعات التي تتكون عند الافراد والجماعات التي تتركها الآثار الناتجة عن وسائل الاعلام ازاء دولة او شعب او اشخاص او احزاب نتيجة لتعرضهم لوسائل الاعلام .
 - العملية السياسية: ويقصد الباحث هنا صورة العملية السياسية ما بعد عام ٢٠٠٣ الى ٢٠٢١ ، وما تضمنته من انتخابات والاستفتاء على الدستور وتشكيل الحكومات والعمل السياسي الجديد للأحزاب والكتل السياسية وكافة الفعاليات السياسية وما رافقها من تطورات للأحداث الارهابية والتفجيرات وموضوع الفساد ، ومدى انعكاس ذلك على الجمهور سلبا او ايجابا. الصورة الذهنية : هي الناتج النهائي للانطباعات

التي تتكون عند الافراد او الجماعات ازاء شخص معين او نظام او شعب او جنس محدد او منشأة او مؤسسة او منظمة محلية او دولية او مهنة معينة او اي شيء اخر يمكن ان يكون له تأثير على حياة الانسان , وتتبلور تلك الانطباعات عن طريق التجارب المباشرة وغير المباشرة وترتبط جميع التجارب بعاطفة الفرد واتجاهاته ومعتقداته وعقائده , دون النظر الى صحة المعلومات التي تتضمنها خلاصة هذه التجارب فهي تمثل بالنسبة لاصحابها واقعا صادقا ينظرون في ضوءه الى ماحولهم ويفهمونه او يقدرونه على اساسها ^٢ . ويرى الباحثين ان للصورة الذهنية ثلاث مكونات مترابطة لا تتفصل عن بعضها البعض والتي تسهم في تكوين الانطباع في اذهان الجمهور وتتمثل بالاتي :

(المكون العاطفي : يضم اتجاهات عاطفية ايجابية وسلبية نحو موضوع الصورة .

١. المكون السلوكي: يتكون من مجموعة الاستجابات للموضوع الذي يراه الشخص في ضوء السمات المدركة في ذهنه ويعد تكوين الصورة الذهنية استجابة معينة ترتبط بنوعية الصورة المكونة وهو مايسمى بالسلوك ويكون هذا السلوك اما نفسيا او عضليا ^٣ .

٢. المكون الادراكي: هو المعلومات المتعلقة بموضوع ما والتي يتم اكتسابها بشكل مباشر من خلال وجود الفرد داخل محيط الموضوع , او بشكل غير مباشر من خلال الاتصال الشخصي والجماهيري للموضوعات التي يتعرض لها ^٤ .

٣. المكون الوجداني : ويقصد به ميل الجمهور لموضوع ما ايجابا او سلبا اذ يرتبط هذا البعد بالمشاعر , فالصورة الذهنية تتأثر بالمشاعر والعواطف ويرتبط هذا البعد بالبعد المعرفي حيث تؤثر السمات المدركة في مدى رفضنا او قبولنا للاشياء ° الفضائيات وخلق الصورة الذهنية لدى الجمهور تلعب وسائل الاعلام دورا كبيرا في خلق الصورة الذهنية لدى الجمهور خاصة بعد التطور التكنولوجي في مجال الاتصال , وتبين بعض الدراسات ان ٧٠٪ من الصور التي يتبناها الفرد يستمدتها من وسائل الاعلام ويمكن لهذه النسبة ان تزداد او تضعف حسب طبيعة المجتمع ومستوى تقدمه او تخلفه ^٦ , اذ ان هنالك علاقة بين وسائل الاعلام وماتبتنه من صور ذهنية تجاه الجمهور , وذلك باعتبار وسائل الاعلام التي عدها الجمهور اهم مصادر المعرفة والثقافة والسلوكيات والقيم والمبادئ , وتكاد تتفق الدراسات الاعلامية على ان وسائل الاعلام احد اهم تشكيل الصورة الذهنية لدى الجمهور لما تقدمه من اخبار ومعلومات عن الاحداث والشخاص والدول والانظمة في جميع المجالات ^٧ . ان كل ما يقدمه التلفزيون الى المشاهدين لا يترسخ بشكل سحري في اذهانهم لكن هنالك محركات تؤثر على هذه الصورة بدعمها او مقاومتها كالميول السابقة الثابتة , لذلك يتفق الباحثون على ان الصورة الذهنية هي نتاج واضح لتجارب الماضي , فالفرد يكون صورا ذهنية منذ لحظة ميلاده , اذ يتلقى كم هائل من الرسائل الشفوية عن طريق الاحساس ومن ثم يبدأ بتحقيق ذاته داخل العالم المحيط به , وهذا لا يعني بأن تلك الصور المترسخة في ذهنه غير قابلة للتغيير فالمؤسسة اذا ما ارادت تغيير صورتها عند الجمهور لابد لها من تشكيل فريق يجري بحثا علمية لتحديد السلبيات والثغرات والعمل على تصحيحها ^٨ , وللتلفزيون دور كبير في الطريقة التي نبنى بها تصورنا للعالم أو نكون بها آراءنا وأفكارنا الجديدة، فبالرغم من أننا لم نضع أقدامنا على سطح القمر، أو نتعرض لعملية زرع قلب، فالتلفزيون وفر لنا معلومات عنها، كما أنها تثير اهتمامنا ببعض الموضوعات بين الحين والآخر على المستوى المحلي أو الإقليمي أو الدولي، وبذلك تؤثر على أحكامنا في بعض المواقف أو الأزمات بما تقدمه من معلومات وتفسيرات وتحليلات تخدم هذا الاتجاه أو ذاك ^٩ , كون ان التلفزيون له تأثيرا كبيرا وغير محدود، وان وسائل الإعلام يمكن استخدامها لتشكيل اتجاهات الرأي العام، وفرض ثقافات جديدة على الجمهور، والتقليل من قدرة الجمهور على التحليل والتفسير وبالتالي الاعتماد على الاستجابات العاطفية السريعة في تحديد الاتجاهات والمواقف ^{١٠} , لما يمتاز به التلفاز على غيره من وسائل الإعلام في قدرته على إضفاء عنصر الواقعية على الأحداث وجعلها ملموسة قابلة للمتابعة المباشرة عبر الصورة التي لا يحتاج فهمها إلى مهارات خاصة كالقراءة مثلا، ويعتمد اغلب الجمهور على التلفاز كمصدر أول لاستقاء المعلومات والتعرف على ما يدور من أحداث في المحيط المحلي والاقليمي والدولي ^{١١} 'نتائج الدراسة الميدانية وتفسيرها جدول (١): توزيع المبحوثين حسب متغير الجنس

المرتبة	النسبة(%)	التكرار	الجنس
١	٥٥%	٢٥١	ذكر
٢	٤٥%	٢٠٦	أنثى
	١٠٠%	٤٥٧	المجموع

يكشف جدول التكرارات حسب متغير الجنس على ما نسبته (٥٥%) من الذكور بمعدل تكرار (٢٥١)، وما نسبته (٤٥%) من الإناث بمعدل تكرار (٢٠٦). جدول (٢): توزيع المبحوثين حسب العمر

العمر	التكرار	النسبة(%)	المرتبة
-------	---------	-----------	---------

٤	%١٩.٢٥	٨٨	٢٧ - ٣٣ سنة
١	%٣٠.١٩	١٣٨	٣٤ - ٤٠ سنة
٢	%٢٦.٠٣	١١٩	٤١ - ٤٧ سنة
٣	%٢٤.٥٠	١١٢	٤٨ سنة فأكثر
	%١٠٠	٤٥٧	المجموع

يظهر الجدول أعلاه التكرارات المتعلقة بإجابات الباحثين وفق مستوياتهم العمرية، وكانت الفئة ٣٤-٤٠ سنة أكثر الفئات تكرارا والتي بلغ عدد تكراراتها (١٣٨) بنسبة (٣٠.١٩%) من إجمالي عينة الدراسة، بينما الفئة من ٤١-٤٧ سنة حلت ثانيا بتكرار (١١٩) ونسبة (٢٦.٠٣%) من إجمالي عينة الدراسة، في حين تظهر الفئة أكثر من ٤٨ سنة في المرتبة الثالثة بتكرار (١١٢)، ونسبة (٢٤.٥٠%) من إجمالي عينة الدراسة، وأخيرا تترتب الفئة ٢٧-٣٣ سنة في المرتبة الرابعة بتكرار (٨٨)، ونسبة (١٩.٢٥%) من إجمالي عينة الدراسة. جدول (٣): مدى مشاهدة النشرات الإخبارية في القنوات الفضائية لدى الباحثين

المرتبة	النسبة(%)	التكرار	الفقرة
١	%٣٨.٩٤	١٧٨	أشاهد بشكل يومي
٢	%٣٥.٦٦	١٦٣	أشاهد أثناء الأزمات
٤	%١١.٣٧	٥٢	أشاهد حسب الظروف
٣	%١٤	٦٤	أشاهد في أوقات الفراغ
	%١٠٠	٤٥٧	المجموع

يظهر الجدول (٤) نتائج مدى مشاهدة النشرات الإخبارية في القنوات الفضائية لدى الباحثين، حيث بين أن الباحثين الذين يشاهدون النشرات الإخبارية بشكل يومي هم الأكثر تكرارا ب (١٧٨) وبنسبة (٣٨.٩٤%) من إجمالي عينة الدراسة، يليها الباحثين الذين يشاهدونها أثناء الأزمات بتكرار (١٦٣) وبنسبة (٣٥.٦٦%) من إجمالي عينة الدراسة، يليها المشاهدة في أوقات الفراغ والتي جاءت بتكرار (٦٤) وبنسبة (١٤%) من إجمالي عينة الدراسة، في حين المشاهدة حسب الظروف جاءت بتكرار (٥٢) وبنسبة (١١.٣٧%) من إجمالي عينة الدراسة.

١- إذا كنت تشاهد النشرات الإخبارية يوميا كم ساعة تشاهد جدول (٤): عدد ساعات مشاهدة النشرات الإخبارية يوميا من طرف الباحثين

المرتبة	النسبة(%)	التكرار	الفقرة
١	%٤٥.٥١	٢٠٨	ساعة
٢	%٣١.٥١	١٤٤	ساعتين
٣	%١٨.١٦	٨٣	ثلاث ساعات
٥	%٤.٨١	٢٢	أكثر من ثلاث ساعات
	%١٠٠	٤٥٧	المجموع

يظهر الجدول (٥) تكرارات عدد ساعات مشاهدة النشرات الإخبارية يوميا من طرف الباحثين، حيث كانت المرتبة الأولى المشاهدة وفق ساعة في اليوم بنسبة (٤٥.٥١%) وبتكرار (٢٠٨) تكرارا، في حين احتلت المشاهدة لمدة ساعتين المرتبة الثانية بنسبة (٣١.٥١%) وبتكرار (١٤٤) تكرارا، بينما المشاهدة لمدة ثلاث ساعات حلت بالمرتبة الثالثة بنسبة (١٨.١٦%) وبتكرار (٨٣) تكرارا، أما المشاهدة لأكثر من ثلاث ساعات فاحتلت المرتبة الرابعة بنسبة (٤.٨١%) وبتكرار (٢٢) تكرارا. جدول (٥) المادة الإخبارية المضلة لدى الباحثين

المرتبة	النسبة(%)	التكرار	الفقرة
---------	-----------	---------	--------

الأخبار	١٧٨	٣٨.٩٥%	١
التقارير	١٣٤	٢٩.٣٢%	٢
العناوين	١١٠	٢٤.٠٧%	٣
التحليل	٣٥	٧.٦٦%	٤
المجموع	٤٥٧	١٠٠%	

يوضح الجدول (٦) عن تكرارات المادة الإخبارية المفضلة لدى المبحوثين، حيث كشفت النتائج عن أن مادة الأخبار هي أكثر المواد تفضيلاً لدى المبحوثين وذلك بتكرار (١٧٨) وبنسبة (٣٨.٩٥%) من إجمالي العينة، بينما مادة تقارير تعتبر ثاني تفضيل لدى المبحوثين بتكرار (١٣٤) وبنسبة (٢٩.٣٢%) من إجمالي العينة، أما مادة العناوين فهي ثالث تفضيل لدى المبحوثين بتكرار (١١٠) وبنسبة (٢٤.٠٧%)، وتأتي مادة التحليل في المرتبة الأخيرة بتكرار (٣٥) وبنسبة (٧.٦٦%) من إجمالي العينة. جدول (٦): مميزات النشرات الإخبارية التي يتابعها المبحوثين في القنوات الفضائية

المرتبة	النسبة (%)	التكرار	الفقرة
١	١٩.٦٩%	٩٠	السرعة في نقل الأحداث لحظة وقوعها
٤	١١.٣٨%	٥٢	تحليل الأحداث
٦	٦.٥٦%	٣٠	الاعتماد على المراسلين أكفاء عند تغطيتها للأخبار
٣	١١.٨٢%	٥٤	المصادقية في نقل الأخبار
٧	٦.١٣%	٢٨	استضافة محللين ذوي اختصاص
٨	٥.٤٧%	٢٥	اعتمادها على مذييعي أكفاء في النشرات الإخبارية
٥	١٠.٠٧%	٤٦	عدم التضخيم في الأحداث
٢	١٤.٢٢%	٦٥	الكشف عن ملفات الفساد
١١	٠.٤٤%	٢	تمتاز بالحيادية
٩	١.٩٧%	٩	الاهتمام بالصور والتحليل
٤	١١.٣٨%	٥٢	الفورية في نقل الأحداث
١٠	٠.٨٧%	٤	عرض الأحداث بشكل متوازن
	١٠٠%	٤٥٧	المجموع

يكشف الجدول (٦) عن تكرارات مميزات النشرات الإخبارية التي يتابعها المبحوثين في القنوات الفضائية، حيث يتضح أن أكثر ما يميز النشرة الإخبارية لدى المبحوثين هو السرعة في نقل الأحداث لدى وقوعها والتي كان توزيعها التكراري (٩٠) وبنسبة (١٩.٦٩%) من إجمالي العينة، يليها الكشف عن الفساد كمرتبة ثانية مما يميز النشرة الإخبارية وذلك بتكرار (٦٥) وبنسبة (١٤.٢٢%) من إجمالي العينة، بينما جاءت المصادقية في نقل الأخبار كميزة مفضلة ثالثة لدى المبحوثين بتكرار (٥٤) وبنسبة (١١.٨٢%) من إجمالي العينة، أما تحليل الأحداث والفورية في نقل الأحداث حلتا في المرتبة الرابعة من تفضيل المبحوثين بتكرار (٥٢) وبنسبة (١١.٣٨%) من إجمالي العينة، في حين جاءت عدم تضخيم الأحداث كميزة خامسة مفضلة لدى الباحثين بتكرار (٤٦) وبنسبة (١٠.٠٧%)، أما المرتبة السادسة احتلتها ميزة الاعتماد على المراسلين أكفاء عند تغطيتها للأخبار بتكرار (٣٠) وبنسبة (٦.٥٦%)، والمرتبة السابعة جاءت لميزة استضافة محللين ذوي الاختصاص بتكرار (٢٨) وبنسبة (٦.١٣%)، والمراتب الثامنة والتاسعة والعاشر والحادي عشر جاءت للمميزات التالية على التوالي: الاعتماد على مذييعي أكفاء في النشرات الإخبارية بتكرار (٢٥) وبنسبة (٥.٤٧%)، الاهتمام بالصور والتحليل بتكرار (٩) وبنسبة (١.٩٧%)، عرض الأحداث بشكل متوازن بتكرار (٤) وبنسبة (٠.٨٧%)، وأخيراً الامتياز بالحيادية بتكرار (٢) وبنسبة (٠.٤٤%) من

الفقرة	أتفق بشدة	أتفق	محايد	لا أتفق	لا أتفق بشدة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	%	اتجاه العينة
استضافة نشرات الأخبار في الفضائيات العراقية للخبراء والمتخصصين بالشأن الاقتصادي يساهم في رسم صورة محددة بشأن مستقبل العملية السياسية	٦٤	١٤٤	١٧٦	٩	٦٤	٣.٣٠	١.١٧١	٦٦%	محايد
تقدم الأخبار الفضائيات العراقية عبر معالجتها لموضوعات الفساد إحصاءات وأرقام ونسب بشأن حجم الفساد المستشري في العراق	١٥٩	٧٦	٦٥	٨٧	١٤٢	٣.٣٣	١.٥٤٠	٦٦.٦%	محايد
تنعكس أخبار الفضائيات عن موضوعات الفساد على صورة العملية السياسية في العراق على تشكيل اتجاهات جديدة من النخبة العراقية	١٤٦	١١٨	٨٦	٤١	٦٦	٣.٥٢	١.٣٩٢	٧٠.٤%	أتفق
تقدم الفضائيات العراقية عبر معالجتها لأخبار موضوعات الفساد على صورة الفساد أو بيانات ومعلومات وحقائق تساهم في تعديل أو تغيير أو تعزيز اتجاهات ومواقف النخب العراقية السابقة بشأن العملية السياسية	٩٢	٩٧	٩٥	٤٢	١٣١	٢.٩٥	١.٥٠٣	٥٩%	محايد
كشفت أخبار موضوعات الفساد الغموض عن بعض المعلومات بشأن تورط مجموعة من السياسيين في مظاهر أو ملامح الفساد مما يساهم في رسم صورة محددة نحوهم	١٢٤	٨٨	٤٦	١٣٤	٦٥	٣.١٦	١.٤٥٦	٦٣.٢%	محايد
الأفكار والمعلومات التي يحملونها النخب العراقية في حواراتهم ونقاشاتهم مع الآخرين مصدرها أخبار بعض الفضائيات	١٦٣	٩٥	١١٤	٠	٨٥	٣.٥٥	١.٤٤٣	٧١%	أتفق
تقدم بعض الفضائيات معلومات وحقائق تساهم في رسم صورة متعددة للعملية السياسية من قبل النخب العراقية	١٣٧	٩١	٥٣	٣١	١٤٥	٣.١٠	١.٦٥٣	٦٢%	محايد
بعض الأفكار التي تحملها النخب العراقية تؤكد أن مستقبل العملية السياسية في العراق مجهول وغير واضح	١٣١	١٢٥	١٢٤	٧	٧٠	٣.٥٣	١.٣٣٣	٧٠.٦%	أتفق
المعلومات الإيجابية التي تقدمها الفضائيات بشأن السياسيين واحترامهم للمال العام تدفع النخب العراقية بالشعور الإيجابي بشأن العملية	١٦٤	١١٩	٩٧	٤٢	٣٥	٣.٧٣	١.٢٤٩	٧٤.٦%	أتفق

يكشف الجدول (٧) عن إجابات المبحوثين فيما يخص عبارات مقياس مساهمة الفضائيات العراقية وفق أخبارها في معالجة موضوعات الفساد في تشكيل أفكار النخب العراقية واتجاهاتهم نحو الصور العملية السياسية والتي كانت كالتالي:

- اتجهت إجابات العينة لعبارة (استضافة نشرات الأخبار في الفضائيات العراقية للخبراء والمتخصصين بالشأن الاقتصادي يساهم في رسم صورة محددة بشأن مستقبل العملية السياسية) نحو أتفق بشدة بنسبة (١٤٪)، وأتفق بنسبة (٣١٪)، ومحاييد بنسبة (٣٨.٥٪)، ولا أتفق بنسبة (٢٪)، ولا أتفق بشدة بنسبة (١٤٪)، حيث بلغت قيمة الوسط الحسابي (٣.٣٠) وهو ما يدل على اتجاه عينة الدراسة بأنها محايدة مع هذه الفقرة، أما الانحراف المعياري فقد بلغت قيمته (١.١٧١).
- اتجهت إجابات العينة لعبارة (تقدم الأخبار الفضائيات العراقية عبر معالجتها لموضوعات الفساد إحصاءات وأرقام ونسب بشأن حجم الفساد المستشري في العراق) نحو أتفق بشدة بنسبة (٣٤.٨٪)، وأتفق بنسبة (١٦.٦٪)، ومحاييد بنسبة (١٤.٢٪)، ولا أتفق بنسبة (١٥.٣٪)، ولا أتفق بشدة بنسبة (١٩٪)، حيث بلغت قيمة الوسط الحسابي (٣.٣٣) وهو ما يدل على اتجاه عينة الدراسة بأنها محايدة مع هذه الفقرة، أما الانحراف المعياري فقد بلغت قيمته (١.٥٤٠).
- اتجهت إجابات العينة لعبارة (تتعرض أخبار الفضائيات عن موضوعات الفساد على صورة العملية السياسية في العراق على تشكيل اتجاهات جديدة من النخبة العراقية) نحو أتفق بشدة بنسبة (٣١.٩٪)، وأتفق بنسبة (٢٥.٨٪)، ومحاييد بنسبة (١٨.٨٪)، ولا أتفق بنسبة (٩٪)، ولا أتفق بشدة بنسبة (١٤.٤٪) حيث بلغت قيمة الوسط الحسابي (٣.٥٢) وهو ما يدل على اتجاه عينة الدراسة بأنها موافقة مع هذه الفقرة، أما الانحراف المعياري فقد بلغت قيمته (١.٣٩٢).
- اتجهت إجابات العينة لعبارة (تقدم الفضائيات العراقية عبر معالجتها لأخبار موضوعات الفساد على صورة الفساد أو بيانات ومعلومات وحقائق تساهم في تعديل أو تغيير أو تعزيز اتجاهات ومواقف النخب العراقية السابقة بشأن العملية السياسية) نحو أتفق بشدة بنسبة (٢٠.١٪)، وأتفق بنسبة (٢١.٢٪)، ومحاييد بنسبة (٢٠.٨٪)، ولا أتفق بنسبة (٩.٢٪)، ولا أتفق بشدة بنسبة (٢٨.٧٪)، حيث بلغت قيمة الوسط الحسابي (٢.٩٥) وهو ما يدل على اتجاه عينة الدراسة بأنها محايدة مع هذه الفقرة، أما الانحراف المعياري فقد بلغت
- اتجهت إجابات العينة لعبارة (كشفت أخبار موضوعات الفساد الغموض عن بعض المعلومات بشأن تورط مجموعة من السياسيين في مظاهر أو ملامح الفساد مما يساهم في رسم صورة محددة نحوهم) نحو أتفق بشدة بنسبة (٢٧.١٪)، وأتفق بنسبة (١٩.٣٪)، ومحاييد بنسبة (١٠.١٪)، ولا أتفق بنسبة (٢٩.٣٪)، ولا أتفق بشدة بنسبة (١٤.٢٪)، حيث بلغت قيمة الوسط الحسابي (٣.١٦) وهو ما يدل على اتجاه عينة الدراسة بأنها موافقة مع هذه الفقرة، أما الانحراف المعياري فقد بلغت قيمته (١.٤٥٦).
- اتجهت إجابات العينة لعبارة (الأفكار والمعلومات التي يحملونها النخب العراقية في حواراتهم ونقاشاتهم مع الآخرين مصدرها أخبار بعض الفضائيات) نحو أتفق بشدة بنسبة (٣٥.٧٪)، وأتفق بنسبة (٢٠.٨٪)، ومحاييد بنسبة (٢٤.٩٪)، ولا أتفق بنسبة (٠٪)، ولا أتفق بشدة بنسبة (١٨.٦٪)، حيث بلغت قيمة الوسط الحسابي (٣.٥٥) وهو ما يدل على اتجاه عينة الدراسة بأنها موافقة مع هذه الفقرة، أما الانحراف المعياري فقد بلغت قيمته (١.٤٤٣).
- اتجهت إجابات العينة لعبارة (تقدم بعض الفضائيات معلومات وحقائق تساهم في رسم صورة متعددة للعملية السياسية من قبل النخب العراقية) نحو أتفق بشدة بنسبة (٣٠٪)، وأتفق بنسبة (١٩.٩٪)، ومحاييد بنسبة (١١.٦٪)، ولا أتفق بنسبة (٦.٨٪)، ولا أتفق بشدة بنسبة (٣١.٧٪)، حيث بلغت قيمة الوسط الحسابي (٣.١٠) وهو ما يدل على اتجاه عينة الدراسة بأنها محايدة مع هذه الفقرة، أما الانحراف المعياري فقد بلغت قيمته (١.٦٥٣).
- اتجهت إجابات العينة لعبارة (بعض الأفكار التي تحملها النخب العراقية تؤكد أن مستقبل العملية السياسية في العراق مجهول وغير واضح) نحو أتفق بشدة بنسبة (٢٧.٨٪)، وأتفق بنسبة (٢٧.٤٪)، ومحاييد بنسبة (٢٧.١٪)، ولا أتفق بنسبة (١.٥٪)، ولا أتفق بشدة بنسبة (١٥.٣٪)، حيث بلغت قيمة الوسط الحسابي (٣.٥٣) وهو ما يدل على اتجاه عينة الدراسة بأنها موافقة مع هذه الفقرة، أما الانحراف المعياري فقد بلغت قيمته (١.٣٣٣).
- اتجهت إجابات العينة لعبارة (المعلومات الإيجابية التي تقدمها الفضائيات بشأن السياسيين واحترامهم للمال العام تدفع النخب العراقية بالشعور الإيجابي بشأن العملية السياسية) نحو أتفق بشدة بنسبة (٣٥.٩٪)، وأتفق بنسبة (٢٦٪)، ومحاييد بنسبة (٢١.٢٪)، ولا أتفق بنسبة

(%٩.٢)، ولا أتفق بشدة بنسبة (%٧.٧)، حيث بلغت قيمة الوسط الحسابي (٣.٧٣) وهو ما يدل على اتجاه عينة الدراسة بأنها موافقة مع هذه الفقرة، أما الانحراف المعياري فقد بلغت قيمته (١.٢٤٩).

الاستنتاجات:

١. أظهرت نتائج الدراسة الميدانية مشاهدة النشرات الاخبارية لمدة ساعة يوميا من قبل مجتمع الدراسة، وهذا يعود لكثرة التزاماتهم ، فهم اساتذة جامعات ولديهم ارتباطات مع طلاب الدراسات العليا وكذلك الدراسة الاولى وما يخصها من اعداد المحاضرات والامتحانات وايضا الالتزامات العائلية ، مما لا يتوفر الوقت لعدد كبير منهم للمشاهدة لساعات طويلة لذلك يكتفي اغلبهم بنشرة واحدة في اليوم .
٢. تبين ان المبحوثين يجدون ان قنوات الدراسة تلعب دوراً بتوجيه الجمهور عن طريق رسم صورة ذهنية للعملية السياسية ، وهذا يدل على ان الاخبار التي تنقلها القنوات الفضائية العراقية عن الاحزاب والكتل السياسية تشكل صورة سلبية عن العملية السياسية لدى النخبة
٣. أظهرت الدراسة الميدانية وجود علاقة بين معالجة الفضائيات لموضوعات الفساد وبين تشكيل افكار النخب العراقية واتجاهاتهم
٤. أظهرت نتائج الدراسة الميدانية ان النشرات الاخبارية قد اهتمت بموضوعات الفساد السياسي وبرزتها بطريقة ادت الى الشعور بصورة سلبية عن العملية السياسية والاحزاب والشخصيات السياسية .
٥. أظهرت نتائج الدراسة الميدانية ان النشرات الاخبارية قد اهتمت بموضوعات الفساد الاداري والمالي و الاقتصادي وركزت فيه على الفساد في مؤسسات الدولة ونتائج السلبية على كيان المجتمع
٦. أظهرت الدراسة الميدانية وجود علاقة بين معالجة الفضائيات لموضوعات الفساد ودفع النخبة نحو فهم واضح عن العملية السياسية ومستقبلها بما ينسجم مع توجهات المعالجة وتكرارها .

المصادر:

١. حسين لي ابراهيم ، المسؤولية المجتمعية للاعلام التقليدي والرقمي ازاء القاضا المعاصرة(عمان : دار البداية للنشر والتوزيع ، ٢٠١٩) .
٢. ميرال مصطفى عبد ، صورة العرب في الفضائيات الاخبارية الاجنبية (القاهرة: دار العالم العربي ، ٢٠١٣) .
٣. محمد صباح القرشي ، الصورة الذهنية والتنوع الثقافي ، (عمان : دار امجد ، ٢٠٢١) .
٤. مظفر مندوب العزاوي ، تحديات عولمة الاعلام وسبل معالجته ، مجلة الباحث الاعلامي - كلية الاعلام - جامعة بغداد ، ٢٠٠٦ .
٥. خلف الحماد ، وسائل الاعلام ومنظمات المجتمع المدني (عمان : دار اليازوري للنشر والتوزيع ، ٢٠٢٠) .
٦. زهراء حسام الدين ابراهيم خضير الربيعي ، .
٧. سليمان صالح ، وسائل الاعلام وصناعة الصورة الذهنية والاعلامية، (الكويت : مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع ، ٢٠٠٥) .
٨. صموئيل انتجر، اليهود في البلدان الاسلامية، (الكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون والاداب ، ١٩٩٥) .
٩. عبد الحكيم خليل مصطفى ، الصورة الذهنية وحملة العلاقات العامة ، (القاهرة : دار الفجر العربي ، ٢٠١٩) .
١٠. علي عوجة ، العلاقات العامة والصورة الذهنية (القاهرة: عالم الكتب ، ٢٠٠٣) .
١١. فهد عبد العزيز الطويقري ، الصورة الذهنية ومحاولة لفهم الواقع والاشياء (الرياض : دار طويرق للنشر والتوزيع ، ١٩٩١) .
١٢. مجاشع محمد علي التميمي، تناول برامج التلفزيون لقضايا الفساد بالعراق وعلاقتها بتشكيل معارف الجمهور تجاهها ٢٠١٥ .
١٣. هاني ابو الفتوح ، الصورة التلفزيونية في الاخبار ، رسالة ماجستير ، جامعة القاهرة ، كلية الاعلام ، ٢٠٠١ .

هوامش البحث

* زهراء حسام الدين ابراهيم خضير الربيعي ، صورة المؤسسات المكافحة للفساد لدى الجمهور العراقي (هيئة النزاهة اونودجا) رسالة ماجستير - جامعة بغداد -كلية الاعلام -قسم العلاقات العامة ٢٠١٧ .

* مجاشع محمد علي التميمي، تناول برامج التلفزيون لقضايا الفساد بالعراق وعلاقتها بتشكيل معارف الجمهور تجاهها ، اطروحة دكتوراه . جامعة عين شمس ، كلية الاداب ، قسم علوم الاتصال والاعلام ، ٢٠١٥ .

١. مظفر مندوب العزاوي ، تحديات عولمة الاعلام وسبل معالجته ، مجلة الباحث الاعلامي - كلية الاعلام -جامعة بغداد ، ٢٠٠٦، ص٦ .

٢. محمد صباح القرشي ، الصورة الذهنية والتنوع الثقافي ، (عمان : دار امجد ، ٢٠٢١) ، ص ٣٦ .

٣. فهد عبد العزيز الطويقري ، الصورة الذهنية ومحاولة لفهم الواقع والاشياء (الرياض : دار طويرق للنشر والتوزيع ، ١٩٩١) ص ٥٣ .

- ٤ . حسين لي ابراهيم , المسؤولية المجتمعية للاعلام التقليدي والرقمي ازاء القاضا المعاصرة(عمان : دار البداية للنشر والتوزيع , ٢٠١٩) ص ٣٠٣ .
- ٥ . ميرال مصطفى عبد , صورة العرب في الفضائيات الاخبارية الاجنبية (القاهرة: دار العالم العربي , ٢٠١٣) ص ٢٤ .
- ٦ . عبد الحكيم خليل مصطفى , الصورة الذهنية وحملة العلاقات العامة , (القاهرة : دار الفجر العربي , ٢٠١٩) ص ٢٩١ .
- ٧ . خلف الحماد , وسائل الاعلام ومنظمات المجتمع المدني (عمان : دار اليازوري للنشر والتوزيع , ٢٠٢٠) ص ٧٦ .
- ٨ . سليمان صالح , وسائل الاعلام وصناعة الصورة الذهنية والاعلامية, (الكويت : مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع , ٢٠٠٥) ص ١٦ .
- ٩ . علي عجوة , العلاقات العامة والصورة الذهنية (القاهرة: عالم الكتب , ٢٠٠٣) ص ٣٤ .
- ١٠ . صموئيل انتجر , اليهود في البلدان الاسلامية, (الكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون والاداب , ١٩٩٥) ص ١٦ .
- ١١ هاني ابو الفتوح , الصورة التلفزيونية في الاخبار , رسالة ماجستير , جامعة القاهرة , كلية الاعلام , ٢٠٠١ , ص٧٨ .