

أثر وسائل الإعلام في السياسة العراق أنموذجاً (دراسة نظرية)

د. زياد طارق عبد الرزاق
كلية الشريعة والقانون / الجامعة الإسلامية

المقدمة

أما بعد فإن الإعلام يثير إشكالية تتمثل في كونه يلعب دوراً مزدوجاً سواء على الصعيد المحلي أو الدولي، إذ يمكن أن يعبر عن الهيمنة الكونية للغرب، ويمكن أن يكون وسيلة لإحياء وإنعاش الثقافات القومية في الوقت ذاته كما يمكن استخدامه أداة للضبط الاجتماعي وتكريس التبعية الثقافية في أوساط الرأي العام الشعبي للسلطة الحاكمة وأحزابها ومؤسساتها.. ومن هنا يسود المجتمعات العربية ومجتمعنا العراقي بالذات اعتقاد بان العلاقة المتألية بين وسائل الإعلام والسلطة تقوم على الافتراق والصدام، وان هذه العلاقة بهذا الشكل صورة للديمقراطية الحقيقية لان تقييد أية محاولة للتدخل الحكومي في شؤون وسائل الإعلام هو الضمان الحقيقي لحرية الإعلام.

وعلاقة الافتراق تعني أن الإعلام يجب أن يعمل دائماً على الكشف عن أية انحرافات في ممارسة السلطات لأنشطتها أو أية أعمال ترتكبها قد تكون في غير صالح المجتمع باعتبار أن الإعلام هو الرقيب على الحكومة وهو حارس المصالح العامة. لكن الواقع شيء والاعتقاد شيء آخر والذي نشأ في العراق بعد الاحتلال عام 2003 كان قد شكل صدمة للمجتمع بعد أن فرح بكثرة وسائل الإعلام واعتبرها مؤشراً صحياً وتحولت هذه الكثرة إلى عبئ على فكر المجتمع وعقله بعد أن غنت كل مؤسسة على هواها ومجدت من تتبنى أفكاره ونست أو تناست الآخرين وهمشت دورهم وكأن لا وجود لهم.. والذي يعنيها من هذا هو أن هناك علاقة ارتباط مباشرة بين الإعلام والحكومات لكن قوة وشدة هذا الارتباط يتأرجح ويميل حسب فكر تلك الحكومة وطبيعة ذلك المجتمع وما يواجهه من قضايا.

أهمية موضوع البحث:

تتبع أهمية موضوع البحث من أن الأغلب الأعم من العراقيين لا يعرفون سبب اتخاذ وسيلة إعلام معينة لوجهة معينة ولرفع الحيرة جرى تبيان علاقة كل وسيلة بعائديتها. مشكلة البحث:

أثبتت كبر وجسامته وخطورة الدور الذي يمكن ان تقوم به وسائل الإعلام إذا استغلت من قبل السياسات الحكومية لتنفيذ أجندتها الداخلية بالدرجة الأولى.

أهداف البحث:

تبييد فكرة استقلالية أو أمكانية استقلالية الإعلام عن السياسات الحكومية وخصوصاً في مدى السنوات القليلة المقبلة في المجتمع العراقي.
حدود البحث:

حصر الباحث اهتمامه بعلاقة الإعلام بالسياسة ومن ثم تسمية وسائل الإعلام التي أنشأت في العراق بعد الاحتلال بأسمائها الحقيقية والجهات التي تدعمها.
منهجية البحث:

ستعتمد الدراسة على المنهج النظري أو الوثائقي وذلك بالرجوع إلى المصادر والمراجع والدراسات العراقية والعربية والأجنبية وتحديد المشكلة وتحليلها لاكمال الغاية الإيضاحية من البحث.

المبحث الأول

البعد السياسي لوسائل الإعلام والمعرفة السياسية

لم يعد الفصل ممكناً بين السياسة والإعلام ولم تعد التفرقة سهله بين مخطط سياسي وآخر إعلامي وإذا كانت السياسة قد وظفت لخدمة الحرب فان الإعلام قد وظف لخدمة السياسة والحرب في آن واحد ومن ثم كان بمثابة ترجمة للسياسة وأداة من أدواتها وكان المخطط السياسي هو المخطط الإعلامي في أهدافه ومنطلقاته وان اختلف في أساليبه وفنونه وأدواته ووسائله⁽¹⁾.

فقد أثبتت السياسة المعاصرة إن أداة الإعلام هي إحدى الأدوات الهامة في مجال تنفيذ السياسة وهي تلك الأدوات التي تهدف إلى التأثير في مفاهيم الآخرين في الرموز الداخلية كإفراد وتنظيمات وأحزاب أو خارجياً كحكومات وسياسات لدول أخرى⁽²⁾.

وتقدم الخبرة العربية المعاصرة نماذج عديدة في هذا المجال غير ان المحصلة النهائية لأداة الإعلام العربية في نطاق تحقيق السياسة هي محصلة سلبية تقيس الفشل العربي في توظيف الأداة الإعلامية في هذا المجال⁽³⁾ فالموطن العربي يتعرض اليوم وعلى نطاق واسع ومستمر لقرعات ومضامين وتعليقات لها طابع سياسي تحمله إليه مختلف قنوات الإعلام الجماهيرية ويكاد لا يمر يوم دون ان تظهر هذه المضامين السياسية في الصحف والمجلات والإذاعة والتلفزيون...⁽⁴⁾ فضلاً عن ذلك فان التصرفات ومظاهر السلوك السياسي

ذات طابع اتصالي في الأساس لان كل سلوك سياسي يتضمن نشاطاً اتصالياً من نوع ما⁽⁵⁾.

ولوسائل الإعلام دور هام وحساس في المجتمع حيث يقع على عاتقها مهمة العرض والشرح والتوضيح والتفسير والتوجيه لكافة المجرىات والقضايا والأحداث والأزمات المحلية أو العالمية ولاسيما البارزة والهامة فوسائل الإعلام تعد بمثابة المنبه أو المثير من خلال دورها في عملية الاتصال الجماهيرية وذلك عندما تتناول اي حدث بدقة واهتمام وتصوره بشكل دراماتيكي يهدف إلى إثارة الجماهير ودفعها للاهتمام بذلك الحدث لذلك فالنظم السياسية تأخذ في اعتبارها أهمية الدور الذي يمكن ان تؤديه وسائل الإعلام لخدمة قضيتها⁽⁶⁾ وإذا ما أردنا أن نستوضح البعد السياسي للإعلام والدور الذي يمكن ان تلعبه هذه الوسائل في نقل المعرفة الخاصة بالقضايا السياسية ربما هنا تعطي العلاقة المتبادلة بين الإعلامي والسياسي كجزئية بعد إيضاحي نسبي لهذا الدور وهي على نماذج:

النموذج الأول: في هذه العلاقة تتضح في قيام المسؤولين الجماعيين (السياسيين) بفرض الصمت حين يناسبهم في حالات معينة وفي حالات أخرى يحتاجون إلى التحدث إلى وسائل الإعلام والى الترويج لقراءات معينة (والتطيل) لها في أوساط الجماعة.. ومرحلة الصمت تعني قطع المعلومات والإخبار عن الصحفيين وبالتالي عن المواطن داخل الجماعة ومرحلة التحدث تعني المبالغة في ترويج قراءات أو أفكار معينة حتى ولو اقتضى ذلك حملات إعلامية وهذه الصورة للعلاقة بين الصحفي والمسؤول الجماعي لا يمكن إسقاطها كلية على الجماعات المحلية لكنها قد تكون حقيقية بالنسبة لبعضها.

النموذج الثاني: للعلاقة بين الإعلامي والمسؤول الجماعي يتمثل في الحذر الشديد الذي يتخذه أصحاب القرار الجماعي تجاه الإعلاميين إذ من اجل الاستجابة للطلبات الفضولية للإعلاميين أثناء فترة منع نقل المعرفة السياسية المشار إليها سابقاً، يسرب المسؤولون الجماعيون للإعلاميين أخباراً ومعلومات، لكن يطلبون منهم عدم نشرها وان تظل مكتومة بينهما وهذا حل توفيقى إذ يجد فيه كلا الطرفين فيه ضالته: الصحفي الذي يرغب إن يكون داخل دائرة العارفين بخبايا الأمور وخلفيات اتخاذ القرارات دون إن يقدر على المجازفة بنشر خبر (غير مؤكد) والمسؤول الجماعي الذي تمكنه هذه الممارسة من الحفاظ على علاقة

صدقة من الصحفي، وتمكنه من التحكم في الوقت الذي يريد فيه إشاعة المعلومة، لكن الخاسر الأكبر هو المواطن الذي لا يعلم شيئاً مع الجماعة لان المسؤولين قرروا ذلك⁽⁷⁾.

النموذج الثالث: لصور العلاقة أو بالأحرى لصور الخلل في العلاقة بين الصحفي والمسؤول الجماعي يتمثل في إعطاء الأولوية فيما يخص المعلومة للصحافة المكتوبة وللصحف الموالية أو من نفس اللون السياسي أو على الأقل المقربة من رئيس الهرم السياسي، أو إعطاء الأولوية للصحفيين المواليين أو "الأصدقاء" لهذا الرئيس.. إن هذا النموذج شأنه شأن سابقه الأول والثاني لا يمكن البتة ادعاء انطباقه مطلقاً على الديمقراطية المحلية لكن قد يفسر حالات الخلل في العلاقة المذكورة بالنسبة للكثير من الجماعات وعليه فسأبين ذلك في المطالب الآتية:

المطلب الأول: الدور السياسي لوسائل الإعلام

يدرك السياسيون الدور المهم والمؤثر للإعلام في تكوين الرأي العام وإحداث التغيير الاجتماعي والثقافي، لذلك فهم يولون العلاقة بينهم وبين الإعلاميين اهتماماً خاصاً، فوسائل الإعلام يمكنها أن تبني أو تدمر سمعة صانعي القرار والمسؤولين الحكوميين ومن ثم فإن بإمكانها أن تؤثر في القوة التي يتمتع بها المسؤولون، فالتغطية الإعلامية لشخصية معينة قد تضفي عليها المكانة وتضيف إليها الكثير فيما يتعلق بقدرتها الإقناعية والتأثيرية في مواجهة الآخرين ولعل أهم ما يسعى السياسيون في البلاد العربية والإسلامية إلى تحقيقه عن طريق الإعلاميين، هو تحقيق شرعيتهم فاقتناع الشعب بأحقيتهم بالسلطة وجدارتهم بها هو جوهر الشرعية فالشرعية ضرورة لبقاء الحكومة أو النظام أو القيادة وإذا كانت الانتخابات العامة عند نجاحها مصادر للشرعية فإن وسائل الإعلام تعد مصادر مهمة لإخفاء الشرعية أو للإقلال منها لتعرية النظام تماماً في المجتمع الحديث.

ويتضح أن هناك فجوة حقيقية بين النظام السياسي والإعلامي وهذه الفجوة لا تلغي تبعية الثاني للأول حيث ترتب على هذه الفجوة هشاشة وهامشية الدور الذي يقوم به نظام الإعلام في صنع القرار السياسي فأهم المشكلات التي تواجه نظام الإعلام عدم وجود ضمانات كافية لحيثه وعدم تبعيته للسلطة السياسية من حيث الملكية والإشراف وتعيين رؤساء المؤسسات الإعلامية.

وهناك عوامل اقتصادية وسياسية وثقافية أثرت على الإعلام خصوصاً الإعلام العربي لترسم لنا صورة حية عنه فمن بين هذه العوامل القاعدة الاقتصادية الضعيفة وانخفاض مستوى الدخل القومي والفردى بالإضافة إلى انخفاض مستوى التعليم، وتسييس وسائل الإعلام لدرجة يمكن اعتبارها منشورات حكومية رسمية وغلبة الطابع الثقافي المرتبط بالأدب العربي على الصحافة العربية وقد تمثل تأثير العوامل الاقتصادية والسياسية والثقافية في الولاء السياسي نظراً لعدم قدرة المؤسسة الإعلامية في الغالب على النهوض بمسؤوليتها المالية بسبب انخفاض العائد من الإعلان وانخفاض العائد من التوزيع الناتج عن تدني مستوى التعليم وانخفاض عدد القراء الأمر الذي ترتب عليه اللجوء إلى الدعم الحكومي ومركزية وسائل الإعلام الشديدة في المناطق الحضرية على حساب المناطق الريفية مما أدى إلى انخفاض مستوى المصادقية، ولذلك فإن وسائل الإعلام التي تمجد السلطة على حساب الرأي العام لن يثق بها الجمهور⁽⁸⁾.

إن العلاقة بين الإعلاميين والسياسيين في العالم العربي بالذات أكثر أنواع العلاقات حساسية حيث تنخفض نسبة عناصر الخبر في الصحف التي تصدر في الدول العربية عن مثيلاتها في الصحف التي تصدر في المجتمعات المتقدمة، وتعود هذه الظاهرة إلى اختلاف أسلوب تقويم الخبر في صحف الدول المتقدمة عنها في صحف الدول النامية. ففي الدول المتقدمة يقوم هذا الأسلوب على أساس تغليب المعايير الصحفية بينما يقوم أسلوب التقييم في الدول العربية على أساس تغليب الاعتبارات السياسية على المعايير الصحفية، والأدلة على ذلك ندرة الأخبار الرسمية وشبه الرسمية في الصفحات الأولى بالصحف التي تصدر في المجتمعات المتقدمة بينما تغلب الأخبار الرسمية وشبه الرسمية على الأخبار بالصحف التي تصدر في الدول العربية فأخبار الصفحة الأولى في معظمها وفي الغالب تدور حول الشخصيات الرسمية أو شبه الرسمية وهي أخبار قد لا تستحق أن يكون مكانها في الصفحة الأولى وبعضها لا يستحق النشر في كثير من الأحيان وهذا لا يعود إلى تقصير أو عدم دراية من القائمين على هذه الصحف بالاعتبارات والمعايير الصحفية لتقييم الخبر وإنما يرجع ذلك إلى طبيعة الظروف السياسية والاجتماعية التي تعيشها غالبية المجتمعات في الدول العربية كما أن ارتفاع نسبة عناصر الخبر في الصحف المتقدمة تعود إلى الحريات الصحفية الواسعة المتاحة لهذه الصحف والتي لا تتمتع بها

الصحف التي تصدر في الدول العربية وكثيراً ما تضطر الصحف في الدول العربية إلى تكرار مضمون بعض الأخبار ولكن بألفاظ وصيغ مختلفة وذلك بهدف تأكيد معلومة معينة أو التركيز على حدث محدد وذلك لخدمة السياسة الرسمية للدولة كذلك فإن الأخبار المهمة في المجتمعات العربية والتي يمكن أن يكون لها صدى دولي غالباً ما تمنع عن الصحف المحلية⁽⁹⁾.

ومن علامات الاستقلال ونشأة الدول الحديثة العربية أو ما يسمى بدول العالم الثالث وجود وسائل أعلام يشكل احتلالها في الانقلابات العسكرية سقوطاً للدولة ولهذا كانت الإذاعات والمحطات التلفزيونية والصحف ضرورية كمقوم رئيسي من مقومات هذه الدول فبالنسبة للصحف تتبع أهميتها لهذه الدول كونها ضرورية من الناحية السياسية السلطوية لوجود هذه الدول أكثر من ضرورة وجود القراء أو محو أمية السكان ليتمكنوا من القراءة كما كانت الإذاعات هامة ولا تزال لمتابعة أخبار استمرار قادة هذه الدول على قيد الحياة أكثر أهمية من معرفة أخبار الناس أو الشعب الذي يعيش في تلك البلاد وكان جهاز التلفزيون ولازال مكسباً سلطوياً لترسيخ كارزمية الحاكم أن كان وسيماً ويجيد التحدث باللغة المحلية وكنتيجة منطقية كان لا بد أن تكون هذه الوسائل مملوكة غالباً للدولة وخاضعة دائماً لقوانينها ومحدثة بلسانها وأداة تكميلية لأجهزة السيطرة الأمنية والسياسية والعسكرية⁽¹⁰⁾.

ونظراً لأهمية الإعلام كأداة في التأثير بالرأي العام نجد أن جانباً كبيراً من الإعلام يكرس من قبل الحكومات كأداة للتأثير في عقول الناس وتفكيرهم باستخدام أساليب معينة معدة بعناية من اجل شل قدرة الناس على التفكير المستقل أمام شمولية الإعلام⁽¹¹⁾ وبالتالي خلق رأي عام يتماشى مع الأهداف المرسومة بكل الوسائل المتاحة والممكنة والأساليب الفنية المبتكرة للتأثير في القناعات والسيطرة على السلوك ونظراً لدور الإعلام في السياسة فقد أصبح من الأهمية بمكان جس أي نبض لرأي الجمهور سياسياً ومعرفة اتجاهاته وذلك لأحكام عمليات توجيه الإعلام وأجهزته لتنفيذ الأغراض السياسية المعدة مسبقاً⁽¹²⁾ لذا أصبح الناس بفضل وسائل الإعلام في القرى البعيدة والمناطق النائية يعلمون بما يحدث في كل مكان ويكونون وجهات نظر وأراء خاصة بهم وهنا ينبع دور السياسي الذي يحاول أن يمارس سلطته السياسية عليهم لتكون عبر وسائل الإعلام هذه الآراء الخاصة بهم وفق نفس توجهات السياسي الحاكم⁽¹³⁾.

وتمارس وسائل الإعلام دورها السياسي في طريقتين:

- الأول هو تأثير أساسي يقصد به ما تزاوله وسيلة الإعلام من تأثير قوي من دون مشاركة مؤسسات أو جماعات أخرى في التأثير على سلوك الجماهير فتصبح الوسيلة الإعلامية السبب الكافي والضروري في إحداث التأثير.
- الثاني هو تأثير غير أساسي ويقصد به أن هناك عوامل عديدة تشترك مع الوسيلة الإعلامية في إحداث التأثير المطلوب وهنا لا تكون الوسيلة الإعلامية سبباً كافياً وضرورياً لإحداث التأثير المطلوب⁽¹⁴⁾.

لذا سعت الحكومات جميعاً إلى كسب تأييد السكان أو قبولهم لسياستها ونظراً لأنه لا يمكن الوصول إلى عدد ضخم من السكان إلا عن طريق وسائل الإعلام الجماهيرية فإنه بهذا تؤدي دوراً سياسياً مركزياً في المجتمعات المعاصرة⁽¹⁵⁾ إذ يعتمد عليها النظام السياسي لتحقيق أهدافه وهي أهداف تتطوي على دعم قيم ومبادئ النظام السياسي على اختلافها والتوعية والمشاركة السياسية والتعبئة للقيام بالأنشطة الفردية مثل خوض المعارك والمشاركة في الانتخابات العامة وتدعيم الإحساس بالمواطنة وغيرها من الأهداف السياسية.. ويعتمد النظام السياسي على وسائل الإعلام الجماهيرية بدرجة كبيرة لتحقيق أهدافه أما وسائل الإعلام فإنها تعتمد بالضرورة على النظام السياسي فيما يصدره من قرارات أو قوانين تحكم بنية هذه الوسائل ذاتها وحريتها في التعبير والحصول على المعلومات وعلاقتها بالمجتمع ويحدد دورها في تنفيذ خطته السياسية ثم ان النظام السياسي مصدر أساسي بل انه في بعض الأحيان المصدر الوحيد للمعلومات التي تنشرها وسائل الإعلام⁽¹⁶⁾.

المطلب الثاني: وسائل الإعلام والمعرفة السياسية

ونحن نعيش بداية الثورة الرقمية مع هذا الوجود الهائل لوسائل الإعلام لابد من

طرح بعض الأسئلة التي تبدو أساسية:

هل يمكن أن يوجد حدث سياسي دون أن يوجد إعلامياً؟ أي هل أن الوجود الإعلامي صار شرطاً للوجود العيني بحيث لا يكتمل الحدث السياسي إلا به؟ كم من حدث واقعي ولد ومات دون أن يكون له أي تأثير على مجريات الأحداث؟ وعلى العكس، كم من خبر إعلامي ولد ضعيفاً لترتقي درجة وجوده بشكل تصاعدي تنتهي بتغيير مجريات

الأحداث؟ هل الوجود الإعلامي غاية بنفسها أم وسيلة يمتطيها الحدث لتجاوز حدود واقعه في معركة غير متكافئة؟

لذلك يعتبر الحق في المعرفة من ابرز القضايا المحورية في عالم الإعلام اليوم، ليس فقط لأنه يمس بصورة مباشرة حقوق الإنسان وقضايا الإعلام والاتصال ذاتها، ولكن لأنه يمس بصورة مباشرة أيضاً مهماتهما ووظائفهما بجوانبها السياسية والتنظيمية والقانونية والفنية والسياق المجتمعي العام الذي يمكن أن يمارس فيه هذا الحق بأشكاله المختلفة أي انه يمس ويعكس وضعية أي نظام قائم ودرجة تطوره، واتجاهات ومصالح الصفوة العليا ورؤيتها لمتطلبات تماسك النظام ذاته، ومتطلبات الدفاع عنه بما يحقق مصالحها التي تتصورها وعلاوة على ذلك يضم حق الإعلام والاتصال مجموعة معقدة من التفاعلات والعلاقات بين الفرد ومكونات النظام الإعلامي الذي يعيش في داخله، والتي تحدد وظائفها وحركتها الصفوة العليا ذاتها، وتفاعلات أخرى معقدة بين النظم الإعلامية المختلفة في البيئة الدولية، بما تعكس من صراعات إيديولوجية وتناقضات سياسية واقتصادية واجتماعية وثقافية ليبدو في كثير من الأحيان عند مناقشة هذا الحق بأبعاده المختلفة أنه أكثر تعقيداً مما يتصوره الكثيرون.

وردت أول إشارة للحق في الاتصال والمعرفة بالتاريخ الحديث في ميثاق حقوق الإنسان والمواطن الذي أعلنته الثورة الفرنسية عام 1789 حيث أشارت المادة (11) من الإعلان المذكور إلى أن حرية تبادل الأفكار والآراء هي من حقوق الإنسان المهمة ولكل مواطن الحق في أن يتكلم ويطلع بصورة حرة ثم أكد الإعلان العالمي لحقوق الإنسان الذي أقرته الجمعية العامة للأمم المتحدة هذا الحق حيث ورد في المادة التاسعة عشرة لكل شخص حق التمتع بحرية الرأي والتعبير ويشمل هذا الحق حريته في اعتناقه الآراء دون مضايقة وفي التماس الأنباء والأفكار وتلقيها ونقلها إلى الآخرين بأية وسيلة ومن دون اعتبار للحدود.. وقد سببت هذه المسألة أن سمح لمن يحمل غرض سيء من الإساءة إلى من يريد ومن يقصد باسم حرية الرأي بل تطاول البعض باسم هذه الحرية على الأديان ورموزها كما حصل في أكثر من مرة عندما تجاوز بعض المدفوعين والمأجورين على الدين الإسلامي وشخصية الرسول الأعظم ﷺ.

وجاء ذلك بعد قرار الأمم المتحدة رقم (59) الصادر في 14 كانون الأول 1946 والذي نص على أن حرية تداول المعلومات من حقوق الإنسان الأساسية وهي المعيار الذي تقاس به جميع الحريات التي تكرس الأمم المتحدة جهودها لحمايته وأن حرية الإعلام تتطلب بالضرورة ممن يتمتعون بمزاياها أن تتوافر لديهم الإرادة والقدرة على عدم إساءة استعمالها، فالالتزام الأدبي بقصي الحقائق دون انحياز، ونشر المعلومات دون تعمد، شيء يشكل أحد القواعد لحرية الإعلام⁽¹⁷⁾.

وهناك حقيقة ثابتة وغير متغيرة وهي ان الإعلام لا ينبع من فراغ ولا يوجه إلى فراغ وان صلته وثيقة بالنظام المعرفي كما هي بالنظام السياسي لما لهذين النظامين من تأثير في وضع المجتمع وحركته ولما لهما من انعكاسات على مجالات الإبداع وحرية التعبير والحركة والمبادرة ولما لهما من تأثير في القدرة على الإنتاج المعرفي في شتى مجالاتها وتعديل مستوى الفرد سياسياً وثقافياً من جهة وفي رفع مستوى المتلقي وشحن ذوقه وتوسيع آفاق مداركه وهنا يبرز لدينا قضية التحدي المعرفي وماذا نعني بها وذلك لان من سمات هذا العصر وصفاته انه عصر المعرفة والمعلومات وهنا علينا أن نعترف أننا اليوم امة لا تنتج المعرفة بالحجم والنوعية المطلوبة للعالم الحديث وان مصادر المعرفة قد تعددت وتتنوع ونحن لا نمتلك بعد آليات إنتاجها ولا السيطرة عليها أو الاستفادة القصوى من استعمالها فلم تعد كما نعلم مؤسسات التعليم وحدها هي مصدر المعرفة ولا الكتب ولا الإذاعات ولا التلفزيون ولا الكاسيت ولا الصحافة ولكن كلها مجتمعة ومعها الانترنت والفيديو الرقمي وغيرها وهنا يأتي دور من يحاول أن يضمن هذه المعرفة بأهدافه بحيث يصبح المتلقي متعوداً على ما يراه ويصبح ربما أصعب قرار سياسي يتخذه النظام الحاكم مجرد مسألة اعتيادية بعد تراكم مجتزئات هذا القرار في الإدراك الفردي ومن ثم الجماعي⁽¹⁸⁾ وهذا ما يؤكد ان ثمة علاقة بين التطور الضخم لوسائل الإعلام الجماهيرية وبين المعرفة السياسية كما ان هناك علاقة ارتباطية واضحة بين استخدام الاتصال الجماهيري وبين المعرفة لدى الأفراد⁽¹⁹⁾.

وتعد الدراسات الخاصة بوسائل الإعلام ان الإعلام ليس مجرد وظيفة للنظام السياسي وليس مجرد نظام يرتبط بعلاقات متبادلة مع النظم السياسية وإنما هو في الأساس المادة التي تتكون منها العلاقات الإنسانية ومن هنا يصبح لوسائل الإعلام الجماهيرية دور

وظيفي في إطار المعرفة السياسية.. وتتباين الأنظمة السياسية في درجة تحقيق أهدافها السياسية عبر بث معرفتها السياسية في وسائل الإعلام ففي ظل الأنظمة التي توصف بالديمقراطية فان لوسائل الإعلام وظائف هامة أخرى غير مجرد توفير قناة للدعاية الحكومية اذ عليها ان تستقصي أعمال الحكومة وان تعلم الجمهور وتوفر المنبر للحوار السياسي بعد ان تكون قد وسعت المعرفة السياسية لهذا الجمهور وتعمل كقناة لتوصيل الرأي العام إلى الحكومة وللضغط الشعبي عليها⁽²⁰⁾.

وتعد المعرفة السياسية لدى اي جمهور في البلدان التي توصف بالديمقراطية قوة لها تأثير مباشر في توجيه وتحديد العملية السياسية والمشاركة فيها سواء عن طريق وسائل الإعلام الشخصية والجماعية والجمهيرية أو عن طريق قياسات الرأي العام التي تجعل الدولة تعمل على تنفيذ سياسة معينة أو التراجع عنها اما في البلدان الأقل ديمقراطية فان المعرفة السياسية والرأي العام فيها لا يعدان سوى وسيلة لقياس مدى موافقة الناس على قرارات الدولة أو عدم موافقتها وفي البلدان التي لا ديمقراطية فيها فأنها لا تهتم بالمعرفة السياسية لدى الرأي العام فيها وتعمل على ان تملي للناس ما تريد وما عليهم القبول به وهي تفرض أصلاً على الناس أو الجمهور القبول بقراراتها⁽²¹⁾.

وفي أيامنا هذه يقوم الأنااس العاديون بالمشاركة في السياسة عن طريق معرفتهم السياسية بشكلين:

- الأول كجزء من جماهير المستمعين والمشاهدين الذين يتبعون بصورة سلبية الأخبار كما ينقلها التلفزيون وكما ترد في الصحف والمجلات ذات الانتشار الواسع وهنا هي عبارة عن أعمال فردية منعزلة اجتماعياً حتى وان كانت متضمنة معرفة سياسية بمدى مصداقية ما تلقاه المتلقي حيث أنها مجرد صورة مصغرة للحياة في مجتمع جماهيري.
- وثانياً مشاركتهم بصورة أكثر ايجابية كأعضاء أو كمساهمين في المنظمات والحركات الجماهيرية وهنا هي تربط الفرد مع ما يحمله من معرفة سياسية بشبكة من العلاقات الشخصية والبيئية وبذلك تصبح المعرفة السياسية سلاح تحاول السلطة تطويعه عبر مجاراته منذ أساس تكوينه عبر وسائل الإعلام⁽²²⁾.

وهناك طريقتين تتبعها اغلب النظم السياسية في محاولتها الترويج للمعرفة السياسية

عبر وسائل الإعلام والتي لا تتقاطع معها وهي:

- 1- الإيحاء بممارسة الديمقراطية لا بالقول ولا بالمظهر الشكلي فحسب وإنما بالخبرة العملية عبر علاقات منظمة تجمع الجمهور بالسياسيين.
 - 2- الدراسة العلمية لمعاني الديمقراطية والحريات السياسية والبناء السياسي بصفة عامة وربطها مع واقع النظام السياسي المعني بحيث تأتي المعرفة السياسية التي تنقلها وسائل الإعلام متوافقة مع طبيعة النظام السياسي⁽²³⁾.
- ويتناسب كثرة التعرض لوسائل الإعلام تناسباً طردياً مع زيادة المعرفة السياسية كما تؤثر وسائل الإعلام في خلق الدوافع لدى الأفراد والتلاعب بالرغبات وبحسب الجنس والقومية والعمر والزمان يوظف النظام المعرفة السياسية المنقولة عبر وسائل الإعلام لخدمة منطلقات أفكاره السياسية والوظيفية لكبار المسؤولين على شرائح معينة من أفراد المجتمع أكثر من تأثيرها على غيرهم وان محصلة هذه التأثيرات هي نتيجة لدور وسائل الإعلام مجتمعة حيث ان الإقبال على وسيلة معينة يرتبط ارتباطاً ايجابياً بالإقبال على الوسائل الأخرى⁽²⁴⁾ وهنا بات واضحاً أن الضغط الذي يقع على المواطن كبير من قبل وسائل الإعلام حيث يعد المحرك الأول والدافع الفعال للنظر إلى الأفكار والمعتقدات بالمنظار الذي يجعلها كراء يرتديه هؤلاء المواطنون بحيث يجعل غيرهم يدور حولها ويشترك في خدمتها وتكون النتيجة تشجيع الآخرين واستمالتهم إلى سباق مستمر من العمل لظهورهم بمظهر الأفكار والمعتقدات التي ترددها الأجهزة التابعة للحكومة⁽²⁵⁾ وهنا تتأكد مقولة أن الاستخدام المكثف لوسائل الإعلام يسهم في إكساب وتطوير الاتجاهات السياسية والمعرفة السياسية لدى الأفراد وهذا ما تؤكد الدراسات التجريبية حول اثر البرامج الإخبارية في السلوك التصويتي والسلوك السياسي فالرسائل التي تتناقلها وسائل الإعلام يتم تناقلها في مناقشات الأفراد واتصالاتهم المباشرة وجها لوجه مما أدى لانتشار هذه الرسائل والمضامين بسرعة كبيرة⁽²⁶⁾.

المبحث الثاني

دور الإعلام في تنفيذ السياسات الحكومية وعلاقتها بالنظام السياسي
ونعني بالسياسات الإعلامية الطريقة والنهج وآلية التواصل في مجتمع ما بين أفراده وشرائحه الاجتماعية وطبقاته وبين الحاكم والمحكوم وفي الآن نفسه بين السلطات التشريعية

والتنفيذية والقضائية، أي الطريقة التي يتواصل بها أفراد المجتمع بعضهم مع البعض الآخر والمجتمع كله مع نظامه السياسي وإدارته، وآلية الحوار التي تتم لتمكين من تدبير أموره وإدارة حياته ورسم مستقبله والحفاظ على شخصيته الوطنية والثقافية وفهم ما يجري من تطورات ومستجدات داخله وحوله وفي العالم كله. إنها الطريقة التي يستخدمها المجتمع ليجقق الانفتاح الداخلي ويتيح تبادل الرأي والحوار ويلغي الحواجز بين الأفراد والفئات.. وعليه فإن السياسة الإعلامية شاملة وواسعة لأن الأخيرة هذه تتعلق أساساً بوسائل الإعلام الجماهيرية فقط فتتناول كل ما له علاقة بتواصل الناس بدءاً بالتخاطب المباشر وصولاً إلى التعامل مع شبكة المعلومات، مروراً بالمدرسة والمناهج والكتاب والمحاضرة والهاتف وجميع وسائل التواصل والحوار.

وفي ضوء ذلك ترتبط السياسة الإعلامية وتتوافق مع طبيعة النظام السياسي الاقتصادي الاجتماعي القائم في المجتمع وتتعلق ببنية النظام وسياساته وبالتشريعات والقوانين والأنظمة، وبالواقع الطبقي والاقتصادي، وبالتقاليد والعادات وسلم القيم في المجتمع وبالمرحلة التي قطعها التنمية، وبطبيعة الحال تتأثر بالحرية والديموقراطية والتعددية والاعتراف المتبادل في المجتمع المعني.

إن تعددية العوامل التي تؤثر بالسياسة الإعلامية وشموليتها تعطيها مزيداً من الخصوصية وتبعدها عن أن تكون نمطية ومتماثلة في أكثر من مجتمع أو بلد لأن ظروف البلد أو المجتمع المعني هي العامل الحاسم في تحديد الإطار العام لهذه السياسة، فهي تختلف من قطر لآخر حسب مرحلة التطور التي يمر بها القطر وفلسفته وأهدافه وأنماط حياته وبرامجه التنموية وهمومه واهتماماته.

وتوضع السياسة الإعلامية عادة في ضوء السياسة الأساسية للدولة متأثرة بها محكومة بشروطها، وتقضي أن يشارك بوضعها المجتمع كله من خلال ممثلي فئاته واتجاهاته وتوجهاته سواء في السلطة أم الإدارة أم في المجتمع نفسه، كما تقتضي أن يكون لهذه السياسة أدواتها التي تمثل هذه الفئات ومنابرها التي تعبر عن آرائها وإن لم يتحقق ذلك أي المشاركة في وضع السياسة والمشاركة في وسائل الإعلام فإن السياسة الإعلامية تكون ناقصة ومشوهة وغير قادرة على القيام بوظيفتها، مما يؤدي إلى وجود حاجز بين الدولة والمجتمع وبين فئات المجتمع نفسها، وبالإجمال فإن وضع السياسة الإعلامية وتنفيذها

يقتضيان توفر جملة من الشروط ذات الارتباط بحق الاتصال وملكية وسائل الاتصال وبالحرية والديموقراطية والتعددية، مما يؤثر مباشرة على العملية الإعلامية برمتها⁽²⁷⁾ ودرس علماء السياسة والاتصال والأعلام السياسي والاجتماع السياسي بشكل معمق التفاعل بين الإعلام والنظام السياسي والعملية السياسية والسياسات الحكومية بصفة عامة واعتبروا أن من الأهمية بمكان إعادة دراسة وتحليل العلوم السياسية على أساس نظريات الاتصال والإعلام فلا تستطيع دولة أن تنفذ سياساتها داخلياً وخارجياً دون وجود قنوات اتصال أو قنوات لتميرير المعلومات لان الإعلام أو الاتصال حلقة الوصل بين الجماهير والنخبة الحاكمة صانعة القرار⁽²⁸⁾.

وبحق ليس هناك مبالغة إذا قلنا انه بدون وجود وسائل الإعلام لا يستطيع احد خارج الحلقة السياسية الاطلاع على الأحداث السياسية فهناك جمع من الحوادث والنيات غير معروفة للفرد إلا عن طريق الإعلام وهذا واقع وان البيئة السياسية تخلق من قبل وسائل الإعلام وهذه الوسائل وحدها هي التي تعرفنا بهذا الواقع⁽²⁹⁾ أضف إلى ذلك أن هذه الوسائل هي التي تعكس لنا وضعية أي نظام سياسي قائم ودرجة تطوره واتجاهات مصالح القيادات العليا ورؤيتها لمتطلبات تماسك النظام ذاته ومتطلبات الدفاع عنه بما يحقق مصلحة المجتمع والفرد بل وتسعى لإقناعه بذلك من خلال الأطر القانونية والسياسية والتنظيمية⁽³⁰⁾.. وقد قسم الباحثون وظائف النظام السياسي إلى وظائف المدخلات ووظائف المخرجات وتمثل وظائف المدخلات في التنشئة السياسية والتجنيد السياسي والتعبير عن المصالح والأعلام أو الاتصال السياسي بالجمهور والمعرفة السياسية حيث تتناول التنشئة السياسية التعليم السياسي ويتناول التجنيد اختيار وتدريب القيادات السياسية ويشمل الإعلام أو الاتصال السياسي نقل الرسائل داخل النظام أو بينه وبين محيطه الداخلي أو الخارجي أما المخرجات فتتمثل في التشريع والتنفيذ والقضاء⁽³¹⁾ ومن المعروف أن النظام السياسي الحاكم يؤثر في الملكية الخاصة لوسائل الإعلام الجماهيري وفي محتوى الرسائل والقائمين بعملية الاتصال الإعلامية والثقافة المستخدمة وأجهزة الاستقبال فالمواطنون لابد وان يكونوا قادرين على توصيل رغباتهم ومطالبهم إلى الحكومة وبالتالي على الحكام أن يكونوا قادرين على توصيل قراراتهم إلى المواطنين وتبريرها لهم بهدف نيل رضاهم⁽³²⁾.

وإذا أردنا أن نضرب مثلاً بسيطاً فإن السياسي في الدول التي تكون فيها وسائل الإعلام غير مملوكة للدولة كان يلقي خطابه أمام الجمهور الذي يحكمه ويعمل على نشر رسالته إليه بنفسه إما عن طريق نشرها في الصحف التابعة لحزبه أو طباعتها في منشورات يقوم مؤيدوه بتوزيعها وكان يلتقي بناخبيه ويتحدث معهم وجهاً لوجه.. ولأن بعض وسائل الإعلام تسيطر عليها الأحزاب السياسية كان السياسي وحزبه واثقين من أن المعلومات سوف تنقل إلى الجماهير بالصورة التي يريدونها تماماً وفي العالم الغربي غالباً ما يتصل السياسيون اليوم بجماهيرهم عن طريق وسائل الإعلام التي لا يمتلكونها في البلدان المتقدمة وهي لا تخضع لسيطرتهم وهذه الوسائل اليوم تقف بينهم وبين الجمهور (وبإمكان وسائل الإعلام عند نشرها هذه الأقوال أن تقوم بتنقيحها أو تغييرها أو تشويهها أو حتى إهمالها كلياً) وظهور هذا النوع من الاتصال الإعلامي (قد ساهم في تغير تصرفات السياسيين تغييراً جوهرياً وكان له اثر كبير على علاقة المواطن بالعملية السياسية)⁽³³⁾.. وقبل ظهور عصر الاتصال الحديث كانت المناظرة واتصال السياسيين بالجمهور أمورا من اختصاص الحزب وكان السياسيون مجبرين على الالتزام بآراء قادة أحزابهم أما اليوم فقد قل تأثير قادة الأحزاب وأصبحت وسائل الإعلام الجماهيرية تتعامل مع السياسيين كأفراد عاديين لا كأعضاء حزب خصوصاً في البلدان المتقدمة مما يضطر السياسيين إلى حماية أنفسهم قدر الإمكان من تعرض الإعلام لهم وأجبرت وسائل الإعلام السياسيين حتى الناجحين منهم سواء أكانوا من أصحاب المراكز أو لا على أتباع أساليب جديدة في الخطبة والقيادة السياسية وأصبحت بعض العوامل كإدارة الإعلام وبناء الصورة وتكوين رصيد جيد وتجنب اللوم والعلاقات العامة ومهارات الاتصال الشخصي أكثر أهمية لنجاح المرشح من الخبرة السياسية والمهارة في حل المشاكل والقدرة على تكوين الائتلافات وسن التشريعات وصار للمظهر الخارجي والانطباعات التي يتركها السياسي لدى الناخبين اعتبار بالغ الأهمية كما أصبح من الممكن تنحية شخص ذي منصب رفيع فقط لأنه فشل في أظهر سمات شخصية معينة⁽³⁴⁾ وسأوضح ذلك في المطالب الآتية:

المطلب الأول: علاقة السياسات الإعلامية بالسياسات الحكومية

يقوم بالنشاط الإعلامي والاتصالي في أي دولة من الدول، العديّد من الهياكل الإعلامية كالمؤسسات الصحفية والإذاعية، وأجهزة الخدمات المختلفة الأخرى، كأجهزة

الخدمات الصحية والزراعية والاجتماعية وغيرها، الأمر الذي يقتضي ضرورة وجود سياسة اتصالية تضمن التنسيق بين أوجه نشاط هذه الأجهزة والهيكل.

ولم يعد ممكناً النظر إلى الإعلام على أنه خدمة عارضة يمكن أن تترك دون وضع سياسات شاملة لعمله، والإذاعة المسموعة والمرئية نظام فرعي من المجتمع يتأثر بالبيئة التي يعمل فيها كما يؤثر فيها لذلك فإن النظم الإذاعية تعكس إلى درجة كبيرة تقدم المجتمع الذي تقوم بخدمته أي ظروفه الاجتماعية كما تعكس ظروفه السياسية والاقتصادية والثقافية والفكرية فالنظم الإذاعية تتخذ شكل ولون النظم الاجتماعية والدينية والاقتصادية والسياسية التي تعيش فيها.

وتختلف السياسات الإعلامية من بيئة إلى أخرى، وتأتي نتيجة لاعتبارات أساسية تضعها كل دولة نصب أعينها عند الشروع في اختيار النظام الإذاعي الأمثل لها وتتبع السياسات الإعلامية من الإيديولوجيات السياسية والظروف الاجتماعية والاقتصادية للمجتمع والقيم الشائعة فيه فهي مجموعة الممارسات الواعية والمدروسة والسلوكيات الاتصالية في مجتمع ما بهدف تلبية الاحتياجات الاتصالية الفعلية من خلال الاستخدام الأمثل للإمكانات وقد تتسم السياسات الإعلامية بالعمومية فيما تطرحه من مبادئ وأهداف كما تتسم في حالات أخرى بالتحديد والتخصيص وترتبط السياسة الإعلامية بالاحتياجات الإنسانية الأساسية كما تضع في الاعتبار الظروف الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والثقافية للبيئة الخاصة بها والسياسة الإعلامية لا تستورد أو تنقل كنموذج عالمي يمكن تطبيقه كما هو في أي مكان من العالم فهي تتبع من ظروف كل بلد وتراعي تراثه التاريخي والثقافي وتعمل على تلبية احتياجاته.

والسياسات الحكومية لا تعني فرض تخطيط صارم، فهي إطار ملائم لتنسيق أوجه النشاط يتيح قدرًا من المرونة ويفسح المجال أمام اختيار الطرق التي يمكن اتباعها وجدير بالذكر أن عدد الدول التي حددت سياسات إعلامية واضحة قليلة في العالم فمعظم السياسات التي تنتهج ضمنية ولا تريد عن كونها مجموعة من الممارسات لا توفر إطاراً لتعاون منظم وفعال⁽³⁵⁾.

والسياسات الإعلامية هي عبارة عن مجموعة قواعد ومبادئ وأسس أو الخطوط العريضة والتوجهات والأساليب التي توضع لتوجيه نظام الإعلام وهي بعيدة المدى وتتبع من

الايديولوجيا السياسية والظروف الاجتماعية والاقتصادية للمجتمع.. ولسوء الحظ لا نجد سياسة إعلامية واضحة المعالم محددة الأهداف والوظائف شاملة لجميع مناحي الحياة وغالباً ما يترك تسيير السياسات الإعلامية العربية لردود الفعل على الإحداث الطارئة والمبادرات الفردية ويتحكم بها الأوامر والنواهي من قبل القيادات وتهيمن فيها المعلومة السياسية والترفيهية على بقية المهمات والوظائف وتتصف هذه السياسات في الغالب الأعم بأنها موجهة في الداخل من مرسل إلى متلقي دون تبادل بينهما أي أنها سياسة رأسية ترفض الحوار ولا تقبل الرأي الآخر وتضيق على حرية التعبير هذا في داخل القطر الواحد أما تجاه الأقطار العربية الأخرى فتتصف بأنها استقلالية أكثر منها تكاملية فتسعى لاخترق هذه الأقطار لا التعاون معها ومنع تدفق أخبارها لا تسهيله كما يتضائل التنسيق بين وسائل الإعلام العربية حتى يكاد أن يضمحل في الوقت الذي يتدفق الإعلام والمعلومات والثقافة من الخارج إلى بلدان الوطن العربي بلا حدود أما السياسات الإعلامية العربية فهي غالباً غير شاملة تركز على مجالين اثنين بشكل أساسي:

- أولهما الدعاية السياسية للحكومة في القطر المعني.
- وثانيهما الأعمال الترفيهية.

ولا تعطى الأمور الأخرى في حياة الناس حقها فقد أهملت أو كادت أن تهمل قضايا التنمية الشاملة والقضايا الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والتربوية وتعاملت مع القضايا الايديولوجية والاستراتيجية وكأنها جزئيات وسياسات حكومية يومية وبات من الصعب التفريق بين معنى السياسات الإعلامية والسياسات الحكومية إذ باتت الأولى جزء لا يتجزأ من الثانية أن لم تكن هي أول الغيث في كل خطوة سياسية للحكومة تتعلق بالقضايا الداخلية والخارجية⁽³⁶⁾.

ومع هذه العلاقة التي لا تتفصل بين السياسات الإعلامية والسياسات الحكومية إلا أن وسائل الإعلام تؤثر على السياسات الحكومية بطرق شتى إذ قد يحدث ضجة إعلامية حول خيارات السياسات المتاحة للمسؤولين حول قضية معينة وقد تدفع السياسات الحكومية إلى سلك درب بديل عن درب كان قد قرره السياسيون لتحقيق غاية معينة أو أنها قد تعرقل إذا ما عبأت جمهوراً معادياً أو حشدت آراء جماعات المصالح السياسية الحالية أو المتوقعة ويشتمل هذا الجزء على أمثلة من دراسات التأثير في السياسة التي تدخل فيها جميع الحالات

الطائفة مثلاً في مجال السياسة الخارجية والداخلية⁽³⁷⁾ وإذا كانت وسائل الإعلام توجه اهتمام الجمهور إلى مسائل معينة وتؤثر على ما يفكر به هذا الجمهور فهي أيضاً تقوم بالتأثير على اختيار المسائل التي ستكون من أمور العمل السياسي أو السياسات الحكومية وهمومها⁽³⁸⁾.

وأحياناً يختزل السياسي المتنفذ كالرئيس مثلاً السياسات الحكومية بشخصه ويوجه الإعلام لخدمة وضعه السياسي انطلاقاً من مبدأ أن قدرته على الحكم مرتبطة بشكل متزايد ووثيق بصورته العامة لذلك أن قدرته على التحكم بالمعلومات الإخبارية عموماً وعلى تدفق الأخبار التلفزيونية خصوصاً أمر في غاية الأهمية وهو الأمر الذي يقرر مصيره من البقاء أو عدم البقاء في منصبه ويحاول هنا أن يدفع وسائل الإعلام لتركز على الأحداث والقضايا التي تعد نجاحاً لدعم شعبيته ومن ثم ربطها بالسياسات الحكومية وجعل أفكاره الوجه الثاني لهذه السياسات وبالتالي تضحى النتيجة تطابق السياسات الإعلامية مع السياسات الحكومية ومع الأيديولوجية التي يؤمن بها وتحفظ مصالحه⁽³⁹⁾ ومما لاشك فيه فإن أي سياسة حكومية تطبقها الدولة لابد لها من تخطيط إعلامي وتغطية إعلامية تشكل جوهر السياسة الإعلامية للبدء بحملة لتطبيقها وتكون مرتكزة عامة على التحديث السياسي وتعبئة الجماهير لتقبلها في سبيل بناء ما يسمى بالديمقراطية وأحداث التغيير في المؤسسات السياسية لكي تتماشى مع التطور السياسي والاقتصادي والاجتماعي⁽⁴⁰⁾ وهنا يتبين انه إذا ما استخدمت وسائل الإعلام بشكل مناسب فيمكن لها أن تدعم السياسات الحكومية وذلك بالمساهمة في أمداد الجمهور بالمعلومات والحقائق والخبرات اللازمة فالإنسان بطبعه يبحث عن إشباع رغباته وحاجاته حتى وإن كانت سياسية ووسائل الإعلام قادرة على تدعيم الوعي الجماهيري السياسي وذلك بامداده بالمعلومات والخبرات وبالتالي تأهيل الجمهور بالشكل الملائم للمشاركة السياسية والمشاركة في عملية اتخاذ القرارات والتعبير السياسي الذي يخدم السياسات الحكومية⁽⁴¹⁾.

المطلب الثاني: العلاقة بين الإعلام والنظام السياسي

تخضع المؤسسات الإعلامية في البلاد العربية للإشراف الحكومي المطلق بشكل عام وتعد الإذاعة المسموعة والمرئية ووكالات الأنباء باستثناءات معروفة ملكاً للدولة تشرف عليها وتديرها.

وتختلف التشريعات العربية فيما بينها في تحديد شكل الرابطة بين الإذاعة والتلفزيون والدولة فبعضها يتخذ شكل هيئة حكومية تتبع إحدى الوزارات كوزارة الإعلام أو وزارة الثقافة أو قد تتخذ شكل هيئة مستقلة يعطيها قدراً من حرية الحركة الإدارية والمالية ولكنها تخضع بشكل أو بآخر لإشراف الدولة المباشر من خلال وزارة الإعلام أو وزارة الثقافة.

فالإذاعة والتلفزيون جهازان حكوميان بصرف النظر عن التسمية الإدارية لهما فهما جزء من الكيان الحكومي يخضعان تماماً لإشرافه وتوجيهاته وكذلك الحال بالنسبة للصحف التي تصدرها الحكومة أو أحد أجهزتها وكذلك الحال بالنسبة لوكالات الأنباء العربية فقد أسستها السلطة السياسية بمعنى أنها مؤسسات حكومية ورسمية تابعة للدولة تخدم التوجه السياسي والاقتصادي للحكومات القائمة ويظهر هذا التوجه الدور المهم الذي تقوم به وكالات الأنباء كأجهزة تزود الوسائل الإعلامية الأخرى من إذاعة وتلفزيون وصحف بالأخبار والمعلومات كما أن بعض الدول العربية تفرض على وسائل الإعلام الرسمية فيها من إذاعة وتلفزيون وصحف حكومية أن تعتمد على وكالة الأنباء الوطنية وحدها في تزويدها بالأخبار المحلية كما تعاقدت معظم وكالات الأنباء الوطنية مع الوكالات العالمية لكي تمرر أخبارها عن طريق شبكاتها وبالتالي تقوم بإعادة صياغة أخبار الوكالات العالمية قبل أن تصل إلى الصحف والإذاعات.

أما فيما يتعلق بالصحف فإن الوضع يختلف من بلد إلى آخر فالبعض يجعل ملكيتها جميعاً للدولة أو الحزب الحاكم والبعض يتركها تماماً للملكية الخاصة والمبادرات الفردية وبعض الدول تأخذ بنوع من النظام المختلط⁽⁴²⁾.

وينتشر نظام السلطة أو نظام الإشراف الحكومي على وسائل الإعلام في عدد من الدول العربية حيث توجد أحياناً هوة ثقافية واسعة بين الصفوة المتعلمة التي تتكون منها القيادات الإعلامية وبين جماهير الشعب، وتتنظر بعض تلك القيادات إلى الجموع الكبيرة من الجماهير على أنها تقتصر إلى التعليم والثقافة والوعي السياسي الكافي، الذي يمكنها من الإشراف على الإذاعة والتلفزيون، ووسائل الاتصال الأخرى ويبدو أن السبب الأساس لامتلاك معظم دول العالم (وليس فقط الدول العربية) لإذاعاتها، ينبع من إدراك هذه الدول بقدرة الإذاعة على التأثير في جمهورها كما تفرض القيادات في الدول النامية بما في ذلك

الدول العربية نوعاً من الرقابة على الأفكار الجديدة والمبادئ التي لا تتفق مع اتجاهاتها، وعلى المعلومات والأخبار الداخلية والخارجية لذلك تقوم هذه القيادات برسم سياساتها الإعلامية والإذاعية وبتحديد أهدافها بما يتفق والمصلحة العامة كذلك تسخر الدولة وسائلها الإعلامية التي تمتلكها لتحقيق أهداف الدولة.

كما تستخدمها لإرشاد الشعب وتوجيهه وخاصة فيما يتعلق بالبرامج الثقافية والإخبارية والاجتماعية والسياسية ويلاحظ أن هذا النظام منتشر في أكثر الدول العربية وبغض النظر عن النظام السياسي الذي تتخذه لنفسها، كما تدرك الدول التي تشرف على إذاعاتها ووسائلها الإعلامية الأخرى، مقدرة الإذاعة والتلفزيون في التأثير على النظام والأمن الداخلي للدولة فالإذاعة (المسموعة والمرئية) تختلف بطبيعتها عن وسائل الإعلام الأخرى كالأفلام والكتب والصحافة التي يمكن وضعها تحت الرقابة أما الإذاعة والتلفزيون فكلاهما يتخطى جميع الحواجز ويدخل جميع الأماكن لذلك ترى هذه الدول ضرورة الإمسك بزمام الأمور في يدها عن طريق إخضاع الإذاعة المسموعة والمرئية لإشرافها المباشر والمستمر.

وإذا كان الإشراف الحكومي المباشر على وسائل الإعلام في معظم الدول العربية قد تجنبها مخاطر النزعات التجارية والسعي وراء الربح فقط فوسائل الإعلام التي تخضع للإشراف الحكومي المباشر أثبتت في معظم الأحيان قصورها عن الوفاء بحاجة الجماهير إلى القدر الكافي من المعلومات والتنوع المطلوب في مصادرها في الوقت الذي يفترض نظرياً أن تعبر الحكومات عن إرادة الشعب.

إن احتكار السلطة السياسية للنشاط الإعلامي والصحفي، وخضوع جهازي الراديو والتلفزيون لملكية الحكومات، وتبعية وسائل الإعلام للسلطة السياسية على هذا الشكل يؤدي أحياناً إلى تأثيرات أقرب إلى السلبية من الناحية المهنية، على الأداء الإعلامي والصحفي لتلك الوسائل فأغلب الصحف ووسائل الإعلام في بعض البلاد العربية لا تتسع إلا لوجهات النظر الرسمية وتتطوي على اتجاه واحد لسريان الإعلام من السلطة إلى الجماهير، ولا يوجد اتصال متبادل في اتجاهين، فتبعية الصحافة ووسائل الإعلام للسلطة السياسية أصبحت العامل المحدد لنوعية المعايير التي تحكم المؤسسات الصحفية والإذاعية حيث تزداد صلاحية المادة للنشر كلما تزايدت قدرتها على تحقيق الأهداف العامة للسلطة السياسية والتزمت بالترويج للسياسات القائمة وارتفعت بمكانة صانع القرار المركزي وقدمته في صورة

إعلامية جذابة وبراقة ومؤثرة بالقدر الذي يضمن له ما يقربه من عقول الجماهير وقلوبهم⁽⁴³⁾.

ولعل أهم ما يسعى السياسيون في الدول العربية إلى تحقيقه عند الإعلاميين هو تحقيق الالتزام المطلق بسياسات الدولة في جهازي الراديو والتلفزيون وحرمان القوى المعارضة ليس من ملكية هذه الأجهزة فقط وإنما من فرص التعبير أو الظهور في برامجها.. فالظواهر الإعلامية والصحفية السائدة في البلاد العربية ترتبط بموقع الإعلام في النظم السياسية وفي هذه النظم يرتكز سند الحكم وفلسفته على ركائز أساسية منها الركيزة الأيديولوجية المقبولة جماهيرياً ولو على الأقل من حيث الشكل - والاعتماد الكبير على الإعلام ومحاولة تقويته في إطار مساندة السلطة.

وهناك ثلاثة نشاطات يقوم بها النظام السياسي تتداخل بعضها مع بعض لتحدد دور العلاقة بين الإعلام والنظام السياسي وهذه النشاطات هي:

1- الحكومة كأداة رقابة على الإعلام:

وهي من أقدم النشاطات التي قامت بها الأنظمة السياسية في مجال الإعلام وقد كانت المواد التي تمنعها الحكومة عن أعين الناس وعقولهم تختلف من زمن إلى آخر ومن حكومة إلى أخرى وكانت جل الخلافات التي تدور بين الإعلام والنظام الحاكم هي من اجل حرية التعبير ولجعل رقابة النظام السياسي في أضيق الحدود⁽⁴⁴⁾.

2- الحكومة كأداة مشاركة في العمل الإعلامي:

بالطبع هنا لا يقصد بان تقوم الحكومة بتزويد وسائل الإعلام الخاصة أو العامة بالمعلومات أو المواد التي يمكن نشرها على الناس فقط وإنما يكون للحكومة وسائل أعلام تتحدث باسمها كما يحدث في اغلب دول العالم الثالث حيث تكون أجهزة الإعلام محصورة بيد الدولة كونها الوحيدة القادرة على تحمل كلفة تشغيلها أو ان النظام الحاكم لا يسمح للعب الإعلام الخاص دوراً في المجتمع وبالتالي تقويض نفوذ النظام السياسي أو فضح ممارساته.. ومما لاشك فيه ان العلاقة بين النظام السياسي ووسائل الإعلام شهدت تغييراً كبيراً منذ ظهور التلفاز وابدى النظام السياسي سرعة اكبر في التكيف مع هذه التغيرات مما ابدته وسائل الإعلام وطور النظام السياسي ومستشاريه استراتيجيات متشابكة لاستخدام

وسائل الإعلام أو التهرب منها وبما يكفل مصالحتهم وفي الجهة المقابلة كانت وسائل الإعلام تبدأ خطواتها الأولى لتطوير استراتيجيات مضادة لحماية استقلاليتها ومراقبة النظام السياسي⁽⁴⁵⁾.

3- الحكومة كأداة منظمة لوسائل الإعلام:

يتصل هذا النشاط الحكومي بمحاولة معالجة قضايا الجماعة المكونة للمجتمع بطريقة متوازنة لان الإعلام وبحجة الحرية قد يخوض في نزاعات وقضايا طائفية تقسم المجتمع حينئذ تضطر الحكومة للتدخل لضمان تعبير مختلف الجماعات عن نفسها أو لغرض الرقابة على بعض ما ينشر وتحديد نطاقه وبالطبع هذا في الأنظمة الديمقراطية التي تراعي حقوق جميع الطوائف والأقليات⁽⁴⁶⁾.

المبحث الثالث

وسائل الإعلام في العراق بعد الاحتلال

إن الحديث عن وسائل الإعلام هو حديث عن وسائل الاتصال الجماهيري (الصحافة) (الإذاعة) و(التلفزيون) وقد أصبحت هذه الوسائل في انتشار واسع داخل أوساط المجتمع وتأثيرها امتد ليشمل الملايين من الناس وهذا ما يدعو إلى إدراك حقيقة وماهية وسائل الإعلام التي تنتقل وتتحوّل بسرعة من الأفكار المكتوبة أو المسموعة إلى قوة مادية تحرك الرأي العام في الواجهة التي تريدها تلك الوسائل.

إن القرن الواحد والعشرين أصبح قرن وسائل الإعلام بامتياز بتعبير آخر أصبح حرب الإعلام وإذا كانت وسائل الإعلام تلعب دوراً في التأثير على الرأي العام من خلال تحديد نمط سلوكه في المجتمع من جهة فإنها من جهة ثانية في غاية الفعالية من خلال مشاركتها في الحملات السياسية والانتخابية، فمثلاً نجد أن وسائل الاتصال التقليدية التي استخدمت في الحملات الانتخابية كانت تعتمد على زيارة كل بيت وتوزيع الملصقات وعقد الاجتماعات أما اليوم فقد أصبحت الانتخابات تعتمد بشكل كبير على وسائل الإعلام باعتبارها طريقة سريعة للوصول إلى الجمهور الانتخابي باستخدام إعلانات الصحف والمجلات والتلفزيون ومواقع الإنترنت فعلى سبيل المثال يمكن للسياسي أن يتواصل مع شريحة عريضة من الناخبين من خلال نشرة تلفزيونية افتتاحية مؤيدة أو خبراً في نشرة مسائية

يتيح لرجل السياسة أن يتواصل مع آلاف الناس بل مع الملايين لأن كثير من الناخبين أميل إلى الثقة بخبر مجاني عبر وسائل إعلام أكثر بكثير من ثقتهم بالإعلانات السياسية.. ولكن الملاحظ أن الأحزاب السياسية أصبحت توظف تقنية الصورة عوض السياسي وهذا يعبر عن حنكة سياسية وإعلامية لأن تقنية الصورة أو الإشهار يمكن أن تقول ما لا يمكن أن يقوله السياسي من إنجازات وبرامج وأهداف الحزب الذي ينتمي إليه⁽⁴⁷⁾.

وبعد احتلال العراق في نيسان عام 2003 ظهرت العديد من وسائل الإعلام على خلاف ما كان قبل هذا التاريخ التي كانت معدودة فقد أدارت الحكومة العراقية قناة تلفزيون محلية وهي القناة العامة وقناة العراق الفضائية وعدد من الإذاعات بينها موجهة إلى الخارج ولا ييثر على الموجات الداخلية بينما كانت هناك محطة تلفزيونية وإذاعية والصحف الأسبوعية إلى جانب عدد من المجلات تدار بصفة شبه رسمية عن طريق اللجنة الاولمبية العراقية وبعد 2003/4/9 كان أول ما أطلق عدد من الإذاعات مدعومة من قبل القوات الأجنبية ثم تتابع ظهور الصحف ليصل عددها بالعشرات ثم تتابع ظهور إذاعات ناطقة باسم الأحزاب السياسية ثم عدد من القنوات المحلية مرتبطة أيضاً بجهات مشاركة في الدولة وبعضها الآخر ذي صفة تجارية وتشارك فيها مؤسسات إعلامية عربية وأجنبية كبرى مع ان العاملين فيها عراقيون⁽⁴⁸⁾.

وفي غضون اقل من ثلاثة أشهر أعقبت نيسان 2003 وعلى نحو يندر مثيله انتشرت الصحف والمجلات والمطبوعات على مختلف أنواعها فيما خص الصحف فإنها انقسمت إلى أربعة أنواع يومي- وكل يومين- وأسبوعي- وشهري أما المجلات فإنها تراوحت ما بين الأسبوعي والشهري وكل أسبوعين وتتوعدت الأخبار في هذه الصحف ففيها السياسي الذي كان طاغياً بشكل كبير على باقي الأخبار زيادة على المواد الترفيهية والثقافية الأخرى ويجمع الباحثون أن احد أسباب الكم الهائل من هذه المطبوعات وهو حل الجهة الرئيسية - وزارة الإعلام - التي كانت مكلفة فيما سبق بمنح الاذونات الخاصة بإصدار المطبوعات على اختلافها وعلى قدر الكم الهائل هذا أغلق كم هائل منها أما بسبب توقف مصادر التمويل أو ضعفها أو لأسباب أخرى بينما واصلت العديد من هذه الصحف إصداراتها ولاسيما تلك التي تمثل لسان حال الأحزاب السياسية المختلفة وعد متابعي هذا المجال ان تتوع إصدارات هذه الصحف إنما هو دليل على تنوع أفكار وآراء ومرجعيات مصدريها مع

نوع من التوجيه للرأي العام صب في تنوع وتعدد آراء الشارع العراقي حول قضية واحدة أو أكثر⁽⁴⁹⁾.

وكانت النية معقودة لدى (جيش الاحتلال الأمريكي) أثناء وبعد الحرب على إنشاء محطات إذاعية وتلفزيونية بديلة للمحطات الرسمية لنظام الحكم السابق التي انقطع بثها بالكامل في معظم مناطق العراق وضعف بثها في مناطق أخرى إلى ما بعد 9 نيسان 2003 بأيام معدودة حتى توقفها بشكل كامل وكانت البداية متواضعة في انطلاقها بشكل كبير إذ تم تأسيس (راديو المعلومات) التابع لجيش الاحتلال والذي رافق بثه الأيام الأخيرة قبل احتلال بغداد والأيام الأولى بعد احتلالها واقتصر هذا الراديو أو هذه الإذاعة على بث رسائل تكرر كل ثلاث أو أربع ساعات حول ما ينوي الجيش الأمريكي عمله في العراق إضافة إلى تعليمات للمواطنين العراقيين حول كيفية التعامل مع هذا الجيش وبياناته مع فواصل غنائية عربية أو أجنبية تكرر أيضاً كل عدة ساعات⁽⁵⁰⁾.

وسيعمل الباحث خلال الصفحات القليلة الآتية على تحديد مؤسسات الإذاعة والتلفزيون حسب مرجعيتها ومن الأطراف التي كانت مسؤولة عن إنشائها وسيتم عدم ذكر الصحف التي بلغ عددها بنحو مئتين وخمسين.. وسيتم توضيح ذلك في مطلبين:

- الأول يتناول وسائل الإعلام التي تتبع الحكومة والأحزاب السياسية.

- الثاني وسائل الإعلام التي تتبع المؤسسات غير الحكومية والشركات.

المطلب الأول: وسائل الإعلام التي تتبع الحكومة والأحزاب السياسية

- أولاً: وسائل الإعلام التي تتبع الحكومة الحالية:

- شبكات التلفزيون والإذاعة:

أ - شبكة الإعلام العراقي - تلفزيون العراقية:

باشرت هذه المحطة بث برامجها في 2003/5/13 بواقع أربع ساعات يومياً ومن ثم سبع ساعات ولمدة أسبوعين ليصل البث إلى أحد عشرة ساعة في 2003/6/27 وإلى تسعة عشر ساعة في 2003/8/1 وقد أديرت هذه المحطة من قبل السلطة المدنية الأمريكية التي أقامها جيش الاحتلال الأميركي والتي مولتها وأضافت للعاملين العراقيين فيها أمريكيون⁽⁵¹⁾.. جرى بعدها تغير اسمها إلى العراقية وتم الاتفاق مع شبكة LBC اللبنانية لكي تجهزها بالأجهزة اللازمة لاستمرارية البث وإدارتها وتم زيادة عدد العاملين فيها من

العراقيين وأصبحت تبث فضائياً وعلى ثلاثة أقمار منذ الساعة الخامسة فجراً حتى الساعة الثالثة والنصف من بعد منتصف ليلة اليوم الثاني وهكذا⁽⁵²⁾.

وأسست شبكة الإعلام العراقي عدد من مؤسسات التلفاز في كل من ديالى والموصل وكركوك وصلاح الدين والبصرة تناعاً وبنفس الطريقة تقريباً وكانت الشبكة أول ما أطلقت جريدة أسمتها الصباح ظلت لفترة طويلة توزع مجاناً من قبل الجيش الأميركي.

كما عمدت الشبكة بعد ذلك إلى افتتاح عدد من الإذاعات في بغداد والمحافظات مستغلة مباني ودوائر مؤسسات وزارة الإعلام السابقة في بغداد والمحافظات.

أما ما يخص الشبكات الإذاعية التي أسست من قبل الحكومة وبدعم أجنبي فهي

كالآتي:

ب - إذاعة FM - شبكة الإعلام العراقي:

بدأت هذه الإذاعة بثها لأول مرة في 2003/4/12 وبمعدل ثلاث ساعات يومياً حتى ارتفعت ساعات البث لتصبح خمس ساعات بعد نحو شهر من بداية بثها.. واتخذت هذه الإذاعة من قصر المؤتمرات في بغداد مقراً إدارياً لها ولكنها وفيما يتعلق بالشؤون الفنية والبث فإنها تعمل من موقع الصالحيية مقر الإذاعة والتلفزيون فيما سبق الحرب الأخيرة وبحسب مسؤولي الإذاعة فإنها ابتدأت البث من قبل شخصين في خيمة قرب احد الفنادق الرئيسية في العاصمة بغداد (فندق فلسطين)⁽⁵³⁾.

ج - إذاعة AM بغداد - شبكة الإعلام العراقي:

انطلق بث هذه الإذاعة في 2003/4/18 وكان معدل ساعات بثها لا يتجاوز أربع ساعات يومياً واتخذت الإذاعة من احد المواقع البديلة للإذاعات العراقية السابقة اثناء الحرب في منتزه الزوراء مقراً لها وتضم الإذاعة أقساماً عدة منها الأخبار والمذيعين والمخرجين والمراسلين والفنيين فضلاً عن الأقسام المساندة الأخرى⁽⁵⁴⁾.

د - إذاعة صوت العراق الأولى:

بدأ بث الإذاعة في 2003/6/15 واستمر بثها التجريبي لمدة شهر كامل، تبث الإذاعة على موجة متوسطة KHZ تغطي حالياً مساحة بث يقدر ساكنها بـ 12 مليون شخص من مجمل نفوس مواطني العراق وبعد ثلاثة أسابيع فقط من بدء البث الرسمي بثت الإذاعة نشرات أخبار باللغة الإنكليزية وفي شهر تشرين الأول من العام نفسه بثت باللغة

التركمانية.. فيها 16 برنامجاً على مدار الأسبوع وستة نشرات إخبارية بالعربية وواحدة بالتركمانية ومثلها باللغة الإنكليزية⁽⁵⁵⁾.

هـ- إذاعة صلاح الدين:

افتتحت هذه الإذاعة في مدينة صلاح الدين بتاريخ 2004/8/28 وهي تابعة لشبكة الإعلام العراقي إذ بثت أربع مواد مسجلة من إذاعات الشبكة الأخرى بالإضافة إلى المواد التي تقوم بإنتاجها⁽⁵⁶⁾.

ثانياً: وسائل الإعلام التي تتبع الحركات والأحزاب السياسية:

وهناك العديد من القنوات التي تبث حالياً وعلى التردد الأرضي وبعضها تحول إلى فضائي منها تلفزيون المشرق والوطن وبلادي والمسار وغيرها كما وتم تأسيس عدد من الإذاعات الأخرى مثل إذاعة دار السلام التي تتبع الحزب الإسلامي العراقي وسندكر في السطور الآتية أمثلة أكثر تفصيلاً عن هذه القنوات التي تتبع الأحزاب السياسية.

- شبكات التلفزيون والإذاعة:

أ- تلفزيون بغداد:

ويبث هذا التلفزيون على ترددات أرضية وفضائية وهو تابع ومؤسس من قبل الحزب الإسلامي العراقي يحتوي على عدد من البرامج في مختلف الاتجاهات وهو ناطق باسم الحزب وابتدأ البث تجريبياً من منتصف عام 2004 حتى انطلاقة في بداية الشهر العاشر من العام نفسه⁽⁵⁷⁾.

ب - قناة كردستان الفضائية:

تأسست هذه القناة في 2000/1/1 واتخذت من إقليم كردستان مقراً لها ازدادت برامجها اتساعاً وزاد عدد كادرها العامل بعد نيسان 2003 وتبث برامجها على مدار الساعة على القمر الأوربي وبأربع لغات الكردية والعربية والإنكليزية والفارسية وهي ناطقة باسم حزب الاتحاد الوطني الكردستاني⁽⁵⁸⁾.

ج - تلفزيون وإذاعة الحرية:

بدا هذا التلفزيون بثه في 2003/5/1 وهو ناطق باسم حزب الاتحاد الوطني الكردستاني ومقره مقر إذاعة الحرية نفسه في العاصمة بغداد وبرامجه متنوعة زيادة على برامج سياسية وأخبار.. وتأسست الإذاعة في 2003/4/26 وبدأت البث بخمسة ساعات ارتفع بعدها إلى ثمانية ساعات مثلت هذه الإذاعة لسان حال حزب الاتحاد الوطني الكردستاني، عدد نشراتها الإخبارية ثلاثة موزعة على عدد مدار الأسبوع في المجالات الثقافية والصحية والاقتصادية والرياضية والفنية والتنمية إضافة إلى برنامج مفتوح للأغاني ويصل البث بالإضافة إلى بغداد إلى مدينتي الحلة وبعقوبة⁽⁵⁹⁾.

د - إذاعة الموصل FM:

وهي إذاعة تابعة لحزب الإتحاد الوطني الكردستاني تبث في مدينة الموصل أسست بتاريخ 2004/9/18 وبحسب مسؤولي الإذاعة أنها جاءت لنشر ثقافة المحبة والسلام والتعايش الأخوي بين الأكراد والعرب وغيرهم وكان بثها التجريبي قد بدأ على تردد 89 ميگاهيرتز⁽⁶⁰⁾.

هـ - إذاعة المستقبل:

ابتدأ بث هذه الإذاعة لأول مرة في نيسان 1996 من العاصمة الأردنية عمان باتجاه العاصمة بغداد وكانت تعمل على تصيد مجمل سلبيات نظام الحكم السابق وتعلنها وبعد نهاية الحرب عملت حركة الوفاق الوطني على إعادة تأسيس هذه الإذاعة في بغداد وبصورة معبرة عن أهداف الحركة وبطريقة غير مباشرة وكانت أول ساعة بث لها في 2003 /8/27 وغطت الإذاعة في بثها مدينة بغداد على موجة AM ومدينتي الحلة وبعقوبة في بادئ الأمر⁽⁶¹⁾.

و - قناة الفيحاء الفضائية:

بدأت فضائية الفيحاء عملها وبثها التجريبي من دولة الإمارات العربية بعد ان حصلت على تراخيص عمل في مدينة دبي الإعلامية الحرة في بداية شهر آب عام 2004 وبحسب رئيس مجلس أدارتها محمد الطائي فإنها تمول من قبل عراقيين وليس لها علاقة بأي منظمة أو حزب فيما يديرها مباشرة د.هاشم الديوان رئيس تحرير مجلة المشاهد السياسي

التي تصدر في لندن، والمقر الرئيس للفضائية في مدينة البصرة جنوب العراق ويجري بناء مكاتب لها في بغداد وأربيل ولندن وعواصم عربية أخرى⁽⁶²⁾ ومع الادعاءات بالحيادية إلا أن بثها اثبت وجود انحياز واضح في لغتها الإعلامية.

ن- قناة الفرات الفضائية:

بدأت هذه القناة ذات الاتجاه الديني بثها حسب المصادر التي أرختها 15 شعبان 1425 هجرية بالتاريخ العربي على قمر نيلسات وفيها أقسام عديدة من تحرير الأخبار إلى إعداد البرامج والمونتاج وقسم للتوثيق والأرشيف وبحسب مديرها الذي لقب نفسه بالساعدي من دون اعطاء الاسم الأول فان الفرات لا تبحث عن الربح وترفع شعار الأصالة والاعتدال وتعنى بتوسيع رقعة الوعي الديني إضافة إلى اهتمامها بنقل الأخبار السياسية والاقتصادية والرياضية.. ومن المعروف ان قناة الفرات تتبع وتبث من مقر المجلس الأعلى في الجادرية ببغداد كما إن خطابها الإعلامي واضح في تركيزها على نقل أخبار طائفة معينة دون أخرى⁽⁶³⁾.

ي- قناة تركمان ايلي الفضائية:

وتمثل قناة تركمان أيلي العنصر التركماني في العراق ويديرها يلمان هاجر أوغلو كما وهناك تلفزيونيا محليا واحدا لا يمكن مشاهدة برامجه حتى وفي مناطق كثيرة داخل كركوك التي يبث منه بسبب ضعف الإرسال وتتبع هذه الفضائية حزب تركمان ايلي وأسست بعد الاحتلال⁽⁶⁴⁾.

المطلب الثاني: وسائل الإعلام التي تتبع المؤسسات غير الحكومية والشركات

- أولا: وسائل الإعلام التي تتبع المؤسسات غير الحكومية:

ا - إذاعة أم القرى وقناة الرافدين الفضائية:

واقع الأمر فتحت العديد من شبكات الإذاعة والتلفزيون والتي تتبع هيئات دينية معروفة ومن أمثلتها إذاعة أم القرى وقناة الرافدين الفضائية التابعة لهيئة علماء المسلمين والمؤسستين لم تعد عاملة في العراق حيث تم إغلاق الإذاعة بعد أن كانت تتخذ من إحدى البنايات التابعة لجامع أم القرى مقراً لها⁽⁶⁵⁾ وكانت قد بدأت بثها الرسمي يوم 2005/3/10

إلى العراقيين على التردد AM 810⁽⁶⁶⁾.. وبالنسبة للفضائية فأنها افتتحت في آذار عام 2006 حيث جرى توسيع ساعات البث على شكل مراحل من ست ساعات إلى عشر ثم إلى اثنا عشر وهكذا حتى غطت ساعات البث الأربعاء والعشرين وأخذت هذه العملية مدة ثمان أشهر وفي هذه المرحلة بالذات فيما جرى تفجير مكتب واستوديو فضائية الرافدين في حي الجامعة ببغداد ليغلق بعدها ما سبب تأخير تغطية ساعات البث واكتفت بالبث الآن من المدينة الإعلامية في القاهرة بدولة مصر⁽⁶⁷⁾.

ب - إذاعة وتلفزيون السلام:

افتتحت هذه الإذاعة بتاريخ 2003/10/1 في حي الكاظمية ببغداد بالإضافة إلى برامجها الاجتماعية والمعلوماتية فيما بدأ التلفزيون بثه الأرضي في 2004/4/20 ومن مبنى إذاعة السلام نفسه.. هاتان المؤسساتان مملوكة للسيد حسين الصدر وطابعهما ديني بالإضافة إلى ما تقدمه من برامج ثقافية⁽⁶⁸⁾.

ج - تلفزيون آشور:

بدأت هذه المحطة بثها في بداية شهر حزيران من عام 2003 وهي ناطقة باسم الحركة الديمقراطية الآشورية وتحول بثها الأرضي إلى فضائي وتبث على قمر العريسات والنيلسات، برامجها متنوعة وفيها 10 نشرات إخبارية⁽⁶⁹⁾.

د - إذاعة وتلفزيون الكرد الفيولين:

أسست هذه الإذاعة من قبل منظمة الكرد الفيولين الأحرار في العاصمة البريطانية لندن وابتدأ بث الإذاعة في 2005/1/15 بينما تأخر بث التلفزيون نحو أربعة أشهر عن هذا التاريخ وهي موجهة لهذه الشريحة من المجتمع التي يصل عددها بحسب المنظمة إلى مليونين وخمسمائة ألف شخص وهدف الإذاعة بحسب مسؤولي المنظمة هو طرح أفكارها ومشاريعها المستقبلية في إطار المجتمع العراقي كما وأسست هذه المحطة فضائية من في العاصمة البريطانية لندن وهي جزء من مشروع إعلامي متكامل صحيفة وإذاعة وتلفزيون ولا يختلف طرح هذه المحطة عن طرح الإذاعة⁽⁷⁰⁾.

هـ - اذاعة الفراتين:

افتتحت اذاعة الفراتين/صوت العراق الديمقراطي/ كما تسمى نفسها برامجها على أنغام النشيد الوطني في محافظة بابل وبحسب فرقد القزويني المشرف على جامعة الحلة الدينية إن الإذاعة تشمل على برامج ثقافية ورياضية متنوعة وقانونية وخدمية واتجاهها العام ديني وابتدأت بثها في 2004/9/27⁽⁷¹⁾.

و- راديو دجلة:

بدأت المحطة بداية متواضعة إذ حصلت على منحة من منظمة اهلية سويدية، كانت ساعات بثها الأولى قد انطلقت في 2004/4/17 لكن بعض المصادر تقول قبل هذا التاريخ بأيام ويعمل في المحطة ما يقارب الخمسون شخصاً بينهم ثلاثة مذيعين من اذاعة الشباب السابقة ومقرها في بغداد وتبث المحطة برامج تغطي جميع المجالات السياسية والاجتماعية والدينية والقانونية والثقافية والترفيهية⁽⁷²⁾.

ز- إذاعة (تلفون اف ام):

بدأت هذه الإذاعة بثها في 2004/7/10 ببرنامج مدته 90 دقيقة ولخمس مرات في الأسبوع وتمول من قبل وزارة الخارجية الألمانية حيث أسست بدفعة مالية أولى قدرت بحوالي 83 الف يورو وتدار أدارياً من قبل إعلامي ألماني معروف هو (كلاس غلينغينكل) ويعمل فيها عدد من الشبان والشابات العراقيات حيث أقيم استوديو الإذاعة في وسط برلين وتوجه بثها نحو العاصمة بغداد وعدد من محافظات العراق واستمرت لمدة ستة أسابيع تبث برامج تجريبية⁽⁷³⁾.

- ثانياً: وسائل الإعلام التي تتبع الشركات:

- قناة الشرقية الفضائية:

بدأت قناة الشرقية بثها الفضائي وبشكل مباشر بتاريخ 2004/5/4 وبمكتبين في بغداد ودبي يمولها رجال أعمال عراقيون وعرب ويديرها إعلامي عراقي معروف سعد البزاز رئيس مؤسسة الزمان الإعلامية وقد استقدمت الشرقية كماً هائلاً من العاملين في قناة العراق الفضائية أو القناة العامة وكانوا يعملون في وسائل إعلام نظام الحكم السابق واستطاعت أن تخلق جو من الثقة مع شريحة واسعة من المجتمع العراقي.. وأردنا هنا أن نذكر بأن قناة

البغدادية الفضائية والتي تتخذ من بغداد والقاهرة مقرين لها قد أسست بعاملين انفصلوا عن قناة الشرقية وكان يعملون بها أساساً⁽⁷⁴⁾.

- قناة السومرية الفضائية:

وهي قناة أيضاً عراقية بكوادرها بالإضافة إلى كوادر أجنبية وعربية مقرها في العاصمة اللبنانية بيروت وبغداد وممولها لبناني وهي قناة برامج، ومدير عام المحطة هو جان كلود بولس احد مؤسسي تلفزيون لبنان الرسمي عام 1958 فيما تتأسس (مي كحالة) المستشارية الإعلامية للرئيس اللبناني السابق الياس الهراوي قسم الأخبار فيها حيث تخصص القناة جزءاً من وقتها تتناول فيه أخبار العراق بشكل أوسع وبدأت المحطة بثها التجريبي في 2004/9/27 فيما بدأت بثها الرسمي من بيروت بتاريخ 2004/10/15⁽⁷⁵⁾.

- قناة النهرين الفضائية:

بدأ البث التجريبي لهذه القناة في يوم 2004/9/3 وهي تابعة لشركة اوراسكوم لتكوم المصرية للاتصالات التي استعانت بالقسم العربي لـ BBC وشركة فيديو كايرو المصرية لجمع أجهزة المحطة وكادرها إذ كانتا مشرفتين على اختيار مجموعة من العراقيين العاملين سابقاً في الإعلام العراقي ومقرها في بغداد وبثها ارضي تحول إلى فضائي⁽⁷⁶⁾.

- قناة الديار الفضائية:

أسست قناة الديار من قبل المخرج العراقي المعروف فيصل الياسري في المدينة الإعلامية بعمان العاصمة الأردنية ووجهت بثها تجاه بغداد والعراق بشكل تجريبي ثم أسست مكتب ثانٍ لها في وقت لاحق في بغداد واغلب العاملين فيها من العراقيين وهي شركة مساهمة من قبل مستثمرين من عدد من الدول العربية.. وبدأت بثها الرسمي من بغداد في يوم 2004/5/6⁽⁷⁷⁾.

- إذاعة كربلاء FM:

أسست هذه الإذاعة في شهر تموز 2004 انصبت اغلب برامجها على مشاكل الناس في المدينة وعالجت برامج أخرى تطورات الوضع السياسي في العراق والكادر العامل فيها من أهالي المدينة وبعضهم أدباء في الأساس⁽⁷⁸⁾.

- إذاعة الديوانية FM:

بدأت هذه الإذاعة بث برامجها على موجة FM بشكل تجريبي وبحسب مدير تلفزيون الديوانية علاء عبد الرسول أنها ستبث إلى محافظات المتنى والعمارة والناصرية وإضافة إلى الديوانية وكلف المشروع 500 ألف دولار أميركي وبحسب المصدر فان بثها الاعتيادي بدأ من شهر تشرين الثاني 2004⁽⁷⁹⁾.

الخاتمة

إن الدور الذي ينفذه الإعلام في المجتمعات وخصوصاً في المجتمعات الهشة اي ذات الطيف المذهبي والعرقي خطير ويمكن أن يسهم في انهيارها وتفتتها أو يسهم بطريقة ايجابية في تقوية أو اصرها عبر ربطها بالمشروع الوطني.

وتتجلى فجوة المساحة ما بين الإعلامي من جهة، والسياسي من جهة أخرى والجمهور في المواقع الهامشية التي يشغلها جمهور المتلقين من جهة ثالثة، حيث يتعامل معهم الإعلام والسياسيون باعتبارهم مستهلكين، وليسوا مشاركين أو محاورين، وهذه هي مشكلة وسائل الإعلام في العراق لأنها تستند في ذلك إلى النظرة التقليدية إلى الاتصال، التي تعتمد إلى إفراغه من محتواه كعملية اجتماعية، وذلك بقصر أدواره على الوظيفة الإعلامية ذات الطابع الإقناعي الدعائي في أغلب الأحيان، وذات الاتجاه الرأسي الأحادي.

ولاشك أن الطابع الاجتماعي للاتصال باعتباره أحد وجوه التعبير عن الحرية بمعناها المتكامل يطرح ضرورة توافر فرص متكافئة لضمان وتفعيل الحقوق الاتصالية للأفراد والجماعات والدول، لأن ديمقراطية الاتصال ليست مسألة فنية فحسب، كي تترك في أيدي الإعلاميين سواء الممارسون أو الأكاديميون، وإنما هناك ضرورة لتحقيق ديمقراطية الاتصال من خلال اشتراك الجمهور في صنع السياسات الإعلامية والمعلوماتية على مختلف المستويات، فالنقابات المهنية والعمالية والفلاحية وتنظيمات الشباب والنساء والأحزاب السياسية والتيارات الفكرية، لها جميعها الحق في خلق وسائلها الإعلامية والاتصالية الملائمة لها في إطار الانتفاع بموارد الاتصال اللازمة للوفاء باحتياجات الاتصال الإنساني لكل الشرائح الاجتماعية، وليس من حق الأقلية ذات النفوذ السياسي والاقتصادي والثقافي أن تحتكر العمليات الاتصالية والإعلامية لنفسها دون سواها.

التوصيات

- وتكمن في ثلاث لا رابع لها إذا ما أراد القائمون السياسيون والقائمون على وسائل الإعلام من تطبيق ديمقراطية الإعلام المسؤول لا الإعلام المدفوع غير المسؤول وهي:
- 1- تشريع قوانين تحمي الصحفيين من التصفية الجسدية والفكرية وتمنع ممن امتنهنها كأجير من الاستمرار فيها.
 - 2- تشريع قوانين تحدد إطار عمل الإعلامي وتنظم علاقته بالسلطة ومن ثم علاقة مؤسسته بالسلطة وتنظم تدخل السلطة في عمل وسائل الإعلام.
 - 3- ابعاد وسائل الإعلام العراقية عن التبعية للإعلام الغربي من حيث المصدر ومحاولة خلق أسس عراقية لاستخلاص المصادر من منابعها وإيصالها إلى الشارع وفق الرؤية العراقية لئتم خلق هوية وطنية تحفظ ثقافة الوطن وتصونها بعيداً عن التدخلات الخارجية.

الهوامش

- (1) ليس اسين، الدفاع من اجل عهد جديد، دروس من حرب الخليج، تعريب: منذر محمد داغر، مركز دراسات الخليج العربي، البصرة، 1993، ص 42.
- (2) محمد السيد سليم، تحليل السياسة الخارجية، مكتبة النهضة المصرية، القاهرة، 1989، ص 103.
- (3) محمد سعيد ابو عامود، الإعلام العربي والسياسة الخارجية العربية، مجلة المستقبل العربي، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، العدد/182، السنة/16، نيسان /ابريل، 1994، ص 87.
- (4) Karl.W.Deutsch، Social Mobilization and Political Development and Social Change. (New York ; John Wily and Sons. Inc 1960) P. 205.
- (5) Richard R.Fagen، Politics and Communication (Boston: Little: ،1996) P. 17.
- (6) Joan J. Black Opinion Leaders: Lsanyonc Following The Public Opinion and Auartirly VOL.46 (Summer 1982) P.P. 169 .

- (7) سعيد خمري، الإعلام والديمقراطية المحلية بالمغرب، مجلة الحوار المتمدن، العدد: 1824 التاريخ 2007/2/12، <http://www.ahewar.org/debat/show.art.asp>، ص 14.
- (8) د. عبدالعزيز بن عثمان التويجري، د. محمد أحمد الشريف، السياسات الاتصالية والإعلامية في العالم الإسلامي، منشورات المنظمة الإسلامية للتربية والعلوم والثقافة، إيسيسكو، 1421هـ/2000م، ص 42.
- (9) المصدر نفسه، ص 43.
- (10) رؤوفة حسن الشرقي، الإعلام العربي في عصر التطور التكنولوجي، مجلة الرسالة، المركز العربي للدراسات الاستراتيجية، العدد/5، أكتوبر /تشرين اول 1997، ص 12.
- (11) مختار التهامي، تحليل مضمون الدعاية، النظرية والتطبيق، دار المعارف، مصر، 1975، ص 90.
- (12) احمد سويلم العمري، الرأي العام والدعاية، الدار القومية للطباعة والنشر، بلا تاريخ، ص 107.
- (13) محمد علي العويني، دراسات في الإعلام الحديث، مكتبة الانجلو المصرية، القاهرة، 1986، ص 207.
- (14) د.محمود شلبية، دور الثقافة في التنمية الاجتماعية والاقتصادية والسياسية، منشورات مؤتمر المنظمة العربية للتربية والثقافة والفنون، تونس، 1996، ص 89.
- (15) ديفد بينهام، كيفين بويل، الديمقراطية أسئلة وأجوبة، اليونسكو، 1996، ص 19.
- (16) د.حمدي حسن، مقدمة في دراسة وسائل وأساليب الاتصال، دار الفكر العربي، القاهرة، 1987، ص 126 .
- (17) حسين عويدات، الحق في الاتصال والسياسات الإعلامية العربية، منشورات اللجنة العربية لحقوق الإنسان، 2003/12/12، <http://hem.bredband.net/dccls2/s100>، ص 22.
- (18) د. ليلي شرف، التحديات التي تواجه الإعلام العربي، مجلة الرسالة، المركز العربي للدراسات الاستراتيجية، العدد/5، أكتوبر /تشرين أول، 1997، ص 7.
- (19) Herbert I.Schiller. Communication and Cultural Domination (New York:International Art and Sciences Inc;1976)P.P. 139,140.
- (20) ديفد بينهام، كيفين بويل، الديمقراطية أسئلة وأجوبة، مصدر سبق ذكره، ص 19.
- (21) د.محمد عبد الملك، مدخل إلى الإعلام والرأي العام، مكتبة الانجلو المصرية، مطبعة دار الوزان، بلا تاريخ، ص 124.

- (22) ايرفنج كرسبي، الرأي العام واستطلاعات الرأي الجماهيرية، ترجمة: صادق إبراهيم، دار سندباد للنشر، عمان/الأردن، ط1، 1998، ص 21.
- (23) د. مسارع الراوي، دنجيب اسكندر، صباح باقر، القيم الاجتماعية ومشكلات المجتمع العراقي، مركز البحوث التربوية والنفسية، جامعة بغداد، المطبعة الحكومية، نيسان، 1969، ص 66/67.
- (24) د.زهير توفيق حسن، دور وسائل الإعلام في تكوين الاتجاهات وتغيرها، مجلة الآداب، كلية الآداب/جامعة بغداد، العدد/43، 1997، ص52.
- (25) انور السباعي، التخطيط الإعلامي السياسي، بلا دار طباعة، 1971، ص 29.
- (26) عبد الغفار رشاد، دراسات في الاتصال، مكتبة نهضة الشرق، القاهرة، 1982، ص40.
- (27) حسين عويدات، الحق في الاتصال والسياسات الإعلامية، مصدر سبق ذكره، ص25.
- (28) بسيوني ابراهيم عبد الحليم، دور وسائل الاتصال في صناعة القرارات، دراسة تطبيقية على صانعي القرارات في مصر، كلية الإعلام ، القاهرة، شباط/فبراير، 1991، ص 49.
- (29) العلاقة بين الإعلاميين والسياسيين في الوطن العربي، عالم الفكر، المجلد/23، العددان/2/1، يوليو/تموز، أكتوبر/تشرين أول، 1994، ص 60.
- (30) راسم محمد الجمال، الاتصال والأعلام في الوطن العربي، بلا دار طباعة، بيروت، 1991، ص 19.
- (31) محمد علي العويني، دراسات في الإعلام ، مصدر سبق ذكره، ص3-5.
- (32) كمال المنوفي، أصول النظم السياسية المقارنة، شركة الربيعان للنشر والتوزيع، الكويت، 1987، ص 117.
- (33) ستيفن اينز لايبير، ترجمة: شحادة فرع، لعبة وسائط الإعلام، دار البشير للطباعة، ط1، عمان/الأردن، 1999، ص 8/7.
- (34) ستيفن اينز لايبير، المصدر نفسه، ص 9.
- (35) د.عبد العزيز بن عثمان التويجري، د. محمد أحمد الشريف، السياسات الاتصالية والإعلامية في العالم الإسلامي، مصدر سبق ذكره، ص14، 15.
- (36) حسن عويدات، السياسات الإعلامية الغربية الواقع والآفاق، مجلة الرسالة، المركز العربي للدراسات الاستراتيجية، العدد5، أكتوبر/تشرين أول، 1997، ص 16.
- (37) دوريس ايه جريبير، ترجمة: سعد ابو لبده، سلطة وسائل الإعلام في السياسة، دار البشير للطباعة، عمان/الأردن، ط1، 1999م، ص 378.
- (38) المصدر نفسه، ص 102.

- (39) ستيفن اينز لاير، مصدر سبق ذكره، ص 120.
- (40) محمد علي العويني، دراسات في الإعلام ، مصدر سبق ذكره، ص 27.
- (41) المصدر نفسه، ص 30.
- (42) د.عبد العزيز بن عثمان التويجري، مصدر سبق ذكره، ص30.
- (43) المصدر نفسه، ص33.
- (44) Communications and Government In Mass ، Fred.Siebert
Communications edited by Schranum.W.P. 219-226.
- (45) المصدر نفسه.
- (46) Zachariah (Government and Mass Communication) In Reader ،Chafee
،Public Opinion and Communication – 2 nd ed. edited by Mernend Berelson
P 227.
- (47) محسن رزوق، الإعلام والسياسة (أسئلة العلاقات أو المصالح الممكنة والمستحيلة)،
http://aelatri.maktoobblog.com، تشرين الثاني 23، 2007 - ص9/8.
- (49) انتعاش السلطة الرابعة في العراق، 2003/7/12،
http:news.bbc.co.uk/hi/arabic/news ص 6
- (50) الشعب العراقي لا يثق بالأبناء، شبكة البناء المعلوماتية، الأحد /2003/10/26، ص 1 - 2.
- (51) د. وسام فاضل، اتجاهات الجمهور ازاء قنوات شبكة الإعلام العراقي، كلية الإعلام، جامعة بغداد، بحث غير منشور، تشرين الأول/2003، ص 4.
- (52) امجد اسكندر، مسؤول ادارة LBC في العراقية، جريدة الاتحاد، العدد/840، التاريخ/2004/9/29، الصفحة الأخيرة.
- (53) د. وسام فاضل، اتجاهات الجمهور ازاء قنوات شبكة الإعلام العراقي، مصدر سبق ذكره، ص3 - 9.
- (54) المصدر نفسه، ص 4.
- (55) نشرة خاصة، العراق، بغداد، كانون الثاني، 2004، http://www.voirag.com/ Voice of - Iraq Radio، ص 3.
- (56) جريدة الوطن، العدد/132، التاريخ/2004/8/29، ص 2.
- (57) جريدة السلام، تلفزيون بغداد، العدد/71، التاريخ 21 /2004/10.
- (58) جمال الفياض، تجربتنا، بغداد، بلا دار طباعة، 2004، ص 140.
- (59) مقابلة مع خليل برهان الدين احد مذيعي إذاعة الحرية، قسم المذيعين، 2004/5/19

- (60) جريدة الإتحاد، العدد/831، التاريخ 2004/9/19، ص 3.
- (61) مقابلة مع د. طالب عبد المجيد مدير الإذاعة السابق، أستاذ كلية الإعلام ، جامعة بغداد 2004/1/18.
- (62) الفيحاء، فضائية عراقية،جريدة العدالة، العدد/197، التاريخ 2004/8/31.
- (63) عبد الكريم الطويل، قناة الفرات، جريدة العدالة، الصفحة الأخيرة، العدد /254، 2004/11/10.
- (64) أوميد كوبرولو، مأساة الإعلام التركماني الحديث،جريدة القوة الثالثة، صحيفة يومية، صفحة دراسات وتقارير، الثلاثاء 2008/11/6، ص5،
http://www.thirdpower.org/show_art_main.cfmid.
- (65) هيئة علماء المسلمين تدرن محطة إذاعة،
<http://www.shohood.net/show.asp?NewID.1> ص 1 – 2005/5/10
- (66) إغلاق مقر هيئة علماء المسلمين، العربية نت، 2007/11/14، ص1
<http://www.alarabiya.net/articles//41656.html>.
- (67) العربية نت – تعجير مكتب قناة الرافدين الفضائية، – 2006/8/5، ص 2.
<http://www.alarabiya.net/articles/.html>
- (68) مقابلة مع السيد ماجد عبد الكريم، قسم الأخبار في الإذاعة، التاريخ 2004 /5/4.
- (69) مقابلة مع بدر اليعقوبي، مدير الأخبار سابقاً في قناة آشور، 2004/6/4.
- (70) جريدة شمس الحرية، العدد/9، التاريخ آب/2004، جريدة نصف شهرية، ص 7.
- (71) جريدة الاتحاد، اذاعة الفراتين، العدد/858، التاريخ 21 /10/ 2004.
- (72) راديو دجلة، 2004/6/17، [http:// www.alefyaa.com / index](http://www.alefyaa.com/index)،
- (73) [http://www.alefyaa.com / 5/ 7 /2004 p.1.2](http://www.alefyaa.com/5/7/2004p.1.2)
- (74) الشرقية. . 11/ 6 – <http://www.alefyaa.com/index//2004> – p.1.2
- (75) السومرية- فضائية تلفزيونية عراقية منوعة تبث من بيروت، وكالة الصحافة الفرنسية،
<http://webnewsazzaman.com/webnews/data/>، 24/10/2004
- (76) مقابلة مع حسن أبو العلى، احد مسؤولي قناة نهرين، مدير قسم BBC الاذاعي العربي،
2004/8/5.
- (77) فيصل الياصري، مدير قناة الديار، مقابلة مع اذاعة سوا، التاريخ 2004/5/20.
- (78) جريدة المدى، العدد/166، التاريخ 2004/7 /30، ص 13.
- (79) جريدة الزمان، إذاعة الديوانية f m، العدد/1953، التاريخ 2004 /10/28، ص 19.

المراجع والمصادر

الكتب العربية والمترجمة:

- ليس اسين، الدفاع من اجل عهد جديد، دروس من حرب الخليج، تعريب: منذر محمد داغر، مركز دراسات الخليج العربي، البصرة، 1993.
 - محمد السيد سليم، تحليل السياسة الخارجية، مكتبة النهضة المصرية، القاهرة، 1989.
 - مختار التهامي، تحليل مضمون الدعاية، النظرية والتطبيق، دار المعارف، مصر، 1975.
 - احمد سويلم العمري، الرأي العام والدعاية، الدار القومية للطباعة والنشر، بلا تاريخ.
 - محمد علي العويني، دراسات في الإعلام الحديث، مكتبة الانجلو المصرية، القاهرة، 1986.
 - د.حمدي حسن، مقدمة في دراسة وسائل وأساليب الاتصال، دار الفكر العربي، القاهرة، 1987.
 - د.محمد عبد الملك، مدخل إلى الإعلام والرأي العام، مكتبة الانجلو المصرية، مطبعة دار الوزان، بلا تاريخ.
 - ايرفنج كرسبي، الرأي العام واستطلاعات الرأي الجماهيرية، ترجمة: صادق إبراهيم، دار سندباد للنشر، ط1، عمان/الأردن، 1998.
 - د. مسارع الراوي، دنجيب اسكندر، صباح باقر، القيم الاجتماعية ومشكلات المجتمع العراقي، مركز البحوث التربوية والنفسية، جامعة بغداد، المطبعة الحكومية، نيسان، 1969.
 - أنور السباعي، التخطيط الإعلام ي السياسي، بلا دار طباعة، 1971.
 - عبد الغفار رشاد، دراسات في الاتصال، مكتبة نهضة الشرق، القاهرة، 1982.
 - بسينيونى ابراهيم عبد الحليم، دور وسائل الاتصال في صناعة القرارات، دراسة تطبيقية على صانعي القرارات في مصر، كلية الإعلام ، القاهرة، شباط/ فبراير، 1991.
 - العلاقة بين الإعلاميين والسياسيين في الوطن العربي، عالم الفكر، المجلد/23، العددان 1/2، يوليو/ تموز، أكتوبر/تشرين أول، 1994.
 - راسم محمد الجمال، الاتصال والأعلام في الوطن العربي، بلا دار طباعة، بيروت، 1991.
 - كمال المنوفي، أصول النظم السياسية المقارنة، شركة الربيعان للنشر والتوزيع، الكويت، 1987.
 - ستيفن اينز لابير، لعبة وسائط الإعلام ، ترجمة: شحادة فرع، دار البشير للطباعة، ط1، عمان/الأردن، 1999.
 - دوريس ايه جريبير، سلطة وسائل الإعلام في السياسة، ترجمة: سعد ابو لبد، دار البشير للطباعة، ط1، عمان/الأردن، 1999.
- الكتب الأجنبية:

- Karl.W.Deutsch، Social Mobilization and Political Development and Social Change. (New York ; John Wily and Sons. Inc، 1960) P. 205.
(Boston: Little، ، Politics and Communication،- Richard R.Fagen،
- Joan J. Black Opinion Leaders: Lsanyonc ،1996)P.17.،Brownand.coInc
Following The Public Opinion and Auartirly VOL.46 (Summer 1982) P.P.
170. ،169
- Herbert I.Schiller.Communication and Cultural Domination
(New York:International Art and Sciences Inc;1976)P.P. 139،140.
Communications and Government In Mass ، Fred، -Siebert،
،Communications edited by Schranum.W.P. 219-226.
Zachariah (Government and Mass Communication) In Reader ،- Chafee،
Public Opinion and Communication – 2 nd ed. edited by
P227.،MernendBerelson

المجلات والمنشورات:

- محمد سعيد ابو عامود، الإعلام العربي والسياسة الخارجية العربية، مجلة المستقبل العربي، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، العدد/182، السنة/16، نيسان/ابريل، 1994.
- د.عبد العزيز بن عثمان التويجري، د. محمد أحمد الشريف، السياسات الاتصالية والإعلامية في العالم الإسلامي، منشورات المنظمة الإسلامية للتربية والعلوم والثقافة، إيسيسكو، 1421هـ/2000م.
- رؤوفة حسن الشرقي، الإعلام العربي في عصر التطور التكنولوجي، مجلة الرسالة، المركز العربي للدراسات الاستراتيجية، العدد/5، أكتوبر/ تشرين أول 1997.
- د.محمود شلبية، دور الثقافة في التنمية الاجتماعية والاقتصادية والسياسية، منشورات مؤتمر المنظمة العربية للتربية والثقافة والفنون، تونس، 1996.
- ديفد بينهام، كيفين بويل، الديمقراطية أسئلة وأجوبة، اليونسكو، 1996.
- د. ليلي شرف، التحديات التي تواجه الإعلام العربي، مجلة الرسالة، المركز العربي للدراسات الاستراتيجية، العدد/5، أكتوبر/ تشرين أول، 1997.
- د.زهير توفيق حسن، دور وسائل الإعلام في تكوين الاتجاهات وتغيرها، مجلة الآداب - كلية الآداب، جامعة بغداد، العدد/43، 1997، ص52.
- حسن عويدات، السياسات الإعلامية العربية الواقع والأفاق، مجلة الرسالة، المركز العربي للدراسات الاستراتيجية، العدد/5، أكتوبر/ تشرين أول، 1997.

- د. وسام فاضل، اتجاهات الجمهور إزاء قنوات شبكة الإعلام العراقي، كلية الإعلام، جامعة بغداد، بحث غير منشور، تشرين الأول/2003.

الصحف:

- امجد اسكندر، مسؤول إدارة LBC في العراقية، جريدة الاتحاد، العدد/840، التاريخ/2004/9/29.

- أوميد كوبرولو، مأساة الإعلام التركماني الحديث، جريدة القوة الثالثة، صحيفة يومية سياسية، صفحة دراسات وتقارير، الثلاثاء 2008/11/6، ص5،

http://www.thirdpower.org/show_art_main.cfm?id.

- جريدة الوطن، العدد /132، التاريخ / 2004/8/29.

- جريدة السلام، تلفزيون بغداد، العدد /71، التاريخ 2004/10/ 21.

- جمال الفياض، تجربتنا، بغداد، بلا دار طباعة، 2004.

- جريدة الإتحاد، العدد/831، التاريخ، 2004/9/19.

- الفيحاء، فضائية عراقية، جريدة العدالة، العدد/ 197، التاريخ 2004/8/31.

- عبد الكريم الطويل، قناة الفرات، جريدة العدالة، الصفحة الأخيرة، العدد/254، التاريخ 2004/11/10.

- جريدة شمس الحرية، العدد/9، التاريخ آب/2004، جريدة نصف شهرية.

- جريدة الاتحاد، إذاعة الفراتين، العدد/858، التاريخ 2004 /10/ 21.

- جريدة المدى، العدد/166، التاريخ 2004/7 /30.

- جريدة الزمان، إذاعة الديوانية f m، العدد /1953، التاريخ 2004 /10/28.

مصادر الانترنت:

- سعيد خمري، الإعلام والديمقراطية المحلية بالمغرب، مجلة الحوار المتمدن، العدد: 1824 التاريخ 2007/2/12، <http://www.ahewar.org/debat/show.art.asp?> - حسين عويدات،

الحق في الاتصال والسياسات الإعلامية العربية، منشورات اللجنة العربية لحقوق الإنسان، 2003/12/12، <http://hem.bredband.net/dccls2/s100> - محسن رزوق، الإعلام

والسياسة (أسئلة العلاقات أو المصالح الممكنة والمستحيلة)،

<http://aelatri.maktoobblog.com>، تشرين الثاني 23، 2007 - ص9/8.

- انتعاش السلطة الرابعة في العراق، 2003/7/12،

<http://news.bbc.co.uk/hi/arabic/news> .

- الشعب العراقي لا يثق بالأبناء، شبكة البناء المعلوماتية، الأحد، 2003/10/26.

www.voirag.com / Voice of Iraq Radio 2004/ كانون الثاني، بغداد، العراق، خاصة،
./

- راديو دجلة، 2004/6/17 - [http:// www.alefyaa.com / index](http://www.alefyaa.com/index)

- [http://www.alefyaa.com / 5/ 7 /2004](http://www.alefyaa.com/5/7/2004) p.1.2

- الشرقية، .1.2 p. <http://www.alefyaa.com/index/>2004 – 11/ 6

- السومرية، فضائية تلفزيونية عراقية متنوعة تبث من بيروت، وكالة الصحافة الفرنسية.

[http://webnewsazzaman.com/webnews/data/ 24/10/2004..](http://webnewsazzaman.com/webnews/data/24/10/2004..)

- هيئة علماء المسلمين تدرن محطة اذاعة

<http://www.shohood.net/show.asp?NewID.1> ص 2005/5/10

- العربية نت، إغلاق مقر هيئة علماء المسلمين

<http://www.alarabiya.net/articles/2007/11/14/41656.html>.1 ص

- العربية نت، تفجير مكتب قناة الرافيدين الفضائية،

<http://www.alarabiya.net/articles/.html>.2 ص، 2006/8/5

المقابلات:

- مقابلة مع خليل برهان الدين احد مذيعي إذاعة الحرية، قسم المذيعين، 2004/5/19.

(60) مقابلة مع طالب عبد المجيد مدير الإذاعة السابق، أستاذ كلية الإعلام، جامعة بغداد

2004/1/18.

- مقابلة مع ماجد عبد الكريم، قسم الأخبار في الإذاعة، التاريخ 2004/5/4.

- مقابلة مع بدر اليعقوبي، مدير الأخبار سابقاً في قناة آشور، 2004/6/4.

- مقابلة مع حسن أبو العلي، احد مسؤولي قناة نهرين السابقين، مدير قسم BBC الإذاعي العربي،

2004/8/5.

- فيصل الباسري، مدير قناة الديار، مقابلة مع إذاعة سوا، التاريخ 2004/5/20.