ترتيب أولويات جمهور الإعلامي في المقال الصحفي لتشكيل الرأي العام إزاء العملية السياسية: دراسة ميدانية

الباحث جبار عودة مري

جامعة بغداد- كلية الإعلام – قسم الصحافة

Email: Jabbar.Awda2101p@com.uobaghdad.edu.iq

Mobile:07711023721

أ. م. د. نوح عزالدين عبد الرزاق

جامعة بغداد- كلية الإعلام – قسم الصحافة

Email: Dr.noah@comc.uobaghdad.edu.iq

Mobile:07711023721

مستخلص:

تناول البحث ترتيب أولويات الجمهور في المقال الصحفي لتشكيل الرأي العام إزاء العملية السياسية في العراق، والتعرف على مدى متابعة المبحوثين للمقالات الصحفية المتعلقة بالعملية السياسية في الصحافة العراقية، كما كشف البحث عن الصحف العراقية الأكثر متابعة لدى المبحوثين وعلاقة تلك المتابعة باتجاهات الجمهور إزاء العملية السياسية، ومعرفة مستويات اهتمام المبحوثين بالمقالات الصحفية المتعلقة بالعملية السياسية تحديداً.

والبحث من الدراسات الوصفية التي تعتمد على منهج المسح الميداني، وقد استخدم الباحث أداة الاستبانة لاستطلاع رأي الجمهور بشأن تشكيل الرأي العام إزاء العملية السياسية.

وقد توصل البحث إلى نتائج منها حرص المبحوثين على متابعة المقال الصحفي الذي يتضمن شرحًا وتفسيرًا للاحداث والقضايا لإقناع الجمهور، وكسب تأييده، وبناء رأي عام إزاء العملية السياسية، كما أن الجمهور يحرص على الاهتمام بالقضايا والاحداث التي تتناولها الصحف

العراقية فكانت أولويات واجندة الجمهور متوافقة مع اجندة الصحف بشأن حرصها على تشكيل اتجاهات إيجابية عن العملية السياسية على نحو يسهم بتشكيل الرأي العام.

الكلمات المفتاحية: ترتيب أولويات الجمهور، المقال الصحفي، تشكيل الرأي العام، العملية السياسية.

Arranging the priorities of the media elite audience in newspaper articles to form public opinion regarding the political process: a field study.

Jabbar Odah Meri

Email: Jabbar.Awda2101p@com.uobaghdad.edu.iq

Mobile:07711023721

Dr.Nouh Ezzedine Abdel Razzaq

Email: Dr.noah@comc.uobaghdad.edu.iq

Mobile:07711023721

Abstract:

The research dealt with arranging the public's priorities in newspaper articles to form public opinion regarding the political process in Iraq، and identifying the extent to which the respondents follow newspaper articles related to the political process in the Iraqi press. The research also revealed the Iraqi newspapers most followed by the respondents and the relationship of that following to the public's attitudes toward the political process. And knowing the respondents' levels of interest in newspaper articles specifically related to the political process.

The research is a descriptive study that relies on the field survey approach. The researcher used the questionnaire tool to survey the public's opinion regarding the formation of public opinion regarding the political process.

The research reached results، including the respondents' keenness to follow the press article that includes explaining and interpreting events and issues to persuade the public، gain its support، and build public opinion regarding the political process. The public is also keen to pay attention to the issues and events covered by Iraqi newspapers، so the public's priorities and agenda were compatible with the public's agenda. Newspapers about their keenness to form positive trends about the political process in a way that contributes to shaping public opinion.

Keywords: prioritization of the public، newspaper article، formation of public opinion، political process.

مقدمة:

يُعد الرأي العام ظاهرة ذات تأثير في حياة المجتمعات، كما ان المجتمعات تحدث تأثيراتها في الرأي العام، لذا يشـــار الى ان العلاقة بين الرأي العام والمجتمع هي علاقة تبادلية في التأثيرات، وترتيب أولويات الجمهور، وكما للوسـيلة الإعلامية أولوياتها في نشـر ما تريد كذلك للجمهور أولوياته، ودراسـة الرأي العام من الدراسـات التي تعالج مشـاكل الجماهير والتي تتنبأ بالمسـتقبل من خلال بحوث ودراسـات الرأي العام، كما في الانتخابات حيث يمكن التنبأ بالفائز من خلال الاسـتطلاعات الإعلامية المتعددة والتي تختص بالرأي العام، وتعد بحوث ودراسـات الرأي العام وتحليلاتها المختلفة جهوداً علمية تلتزم بالمنهج العلمي في الوصـــول الى النتائج الصحيحة والحقيقية ينقسم بحثنا هذا إلى ثلاثة مباحث، مع مستخلص ومقدمة، حيث أن **المبحث**

الأول: الإطار المنهجي، والمبحث الثاني: المقال الصـــحفي ودوره في ترتيب الأولويات ، والمبحث الثالث: يتضمن البحث الميداني.

المبحث الأول: منهجية البحث

أولاً: مشكلة البحث: تهتم بحوث ترتيب الأولويات بدراسة العلاقة التبادلية بين وسائل الإعلام، والجماهير التي تستعرض لتلك الوسائل في تحديد أولويات القضايا السياسية والاقتصادية، والاجتماعية، التي تهم المجتمع، والمشكلة هي عبارة عن موقف، أو قضية، أو فكرة، أو مفهوم يحتاج إلى البحث والدراسة العلمية للوقوف على مقدماتها وبناء العلاقات بين عناصرها ونتائجها الحالية، وإعادة صياغتها من خلال نتائج الدراسة ووضعها في الإطار العلمي السليم، تتمثل تساؤلات الدراسة الميدانية في التساؤل الرئيس **(ما هي أولويات الجمهور وعلاقته بالمقالات الصحفية بتشكيل الرأي العام ازاء العملية السياسية؟)** وتتفرع منه التساؤلات الفرعية الاتية:

١. ما مدى متابعة المبحوثين للمقالات الصحفية المتعلقة بالعملية السياسية في الصحافة العراقية؟
٢. ما أكثر الصحف العراقية متابعة لدى المبحوثين ازاء العملية السياسية؟
٣. ما مستوى اهتمام المبحوثين بالمقالات الصحفية المتعلقة بالعملية السياسية؟
٤. ما دور المقالات الصحفية المنشورة في الصحف العراقية في تعزيز الرأي العام ازاء العملية السياسية؟
٥. ما أبرز موضوعات المقال الصحفي التي يتابعها المبحوثين والمتعلقة بالعملية السياسية؟

ثانياً: أهمية الدراسة:

١. **الأهمية العلمية:** يقدم هذا البحث تصوراً علمياً عن ترتيب أوليات الجمهور وعلاقتها بالمقال الصحفي وتشكيل الرأي العام إزاء العملية السياسية، واهمية الموضوع، ولأن ترتيب أولويات الجمهور يعبر عن الرأي العام وهذا الأخير يصنع السياسة العامة للدولة، لذلك هذه الدراسة مهمة جداً لرسم سياسة الدولة وتكشف العلاقات بين المقال الصحفي والرأي العام ورسم السياسة العامة للدولة، بما يهم المجتمع عبر ترتيب أولوياته في زمن تطور وسائل الإعلام التي أعطت للرأي العام القوة المؤثرة في سياسة الدول، كذلك يساهم هذا البحث في تنمية الأحزاب والكتل السياسية التي تؤمن بقوة الرأي العام وتأثيره على الجانب السياسي، وهذه

البحوث العلمية نتائجها حقيقية وصادقة ويمكن الإفادة منها على جميع المستويات السياسية والاجتماعية وغيرها.

٢. **الأهمية المجتمعية:** تتمثل الأهمية المجتمعية لهذا البحث في تنمية الرأي العام، إزاء العملية السياسية وتطورها عبر اهتمام الجمهور(المبحوثين) بتحديد المضامين التي تخدم أولوياتهم، السياسية، أو الاجتماعية أو الاقتصادية، حيث هناك علاقة متبادلة بين الجمهور ووسائل الإعلام عبر الصحف العراقية سواء كانت تقليدية أو رقمية وقد بين هذا البحث أن الصحافة الرقمية هي الأكثر قراءة كما جاء في نتائج البحث.

٣. **الأهمية التطبيقية للمؤسسات:** يعد بحثنا ترتيب أولويات الجمهور وعلاقته بالمقال الصحفي بتشكيل الرأي العام إزاء العملية السياسية، من اهم الدراسات الميدانية الإعلامية التي تهتم بقضايا ترتيب الأولويات وتأثيره على الجانب السياسي والاجتماعي وتكشف دراستنا عن تأثير وسائل الإعلام بما فيها الصحافة والمقال الصحفي في تهيئة وتنمية الرأي العام السياسي بما يخدم أجندة الجمهور، وتظهر الأهمية لوسائل الإعلام بدراسة الرأي العام عبر المقال الصحفي أو من خلال استطلاعات الرأي التي تؤخذ في الأوقات الاعتيادية أو أيام الأزمات، وتهتم مؤسسات المجتمع المدني ومنظمات حقوق الانسان الأممية أو المحلية على دور الرأي العام وتعده المحرك الرئيسي لبرامج السياسة في أي دولة تؤمن بالنظام الديموقراطي، وقد تم التعاقد مع احدى المؤسسات المعروفة في العراق حول ما يتوصل اليه البحث من نتائج ومعطيات تخدم هذه المؤسسة.

ثالثاً: أهداف البحث: تتمثل اهداف البحث الميدانية في الهدف الرئيس (الكشف عن أولويات الجمهور النخبة الإعلامي وعلاقة بالمقالات الصحفية بتشكيل الرأي العام ازاء العملية السياسية.) وتتفرع منه الاهداف الاتية:

١. تحديد مدى متابعة المبحوثين للمقالات الصحفية المتعلقة بالعملية السياسية في الصحافة العراقية.
٢. الكشف عن أكثر الصحف العراقية متابعة لدى المبحوثين ازاء العملية السياسية.
٣. التعرف على مستوى اهتمام المبحوثين بالمقالات الصحفية المتعلقة بالعملية السياسية.

٤. معرفة دور المقالات الصحفية المنشورة في الصحف العراقية في تعزيز الرأي العام ازاء العملية السياسية.

رابعاً: نوع البحث ومنهجه: تعد هذه البحوث من البحوث الوصفية التي تهدف إلى تحليل وتقويم الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة الظاهرة، التي يغلب عليها صفة التحديد، بهدف الحصول على معلومات كافية ودقيقة، مسح الجمهور المتمثل بجمهور النخبة من الصحفيين، والأكاديميين، والأساتذة الإعلامين، عن طريق تصميم استمارة استبانة لمسح الجمهور والذي يساعد على معرفة العلاقة بين أولويات الجمهور وعلاقته بالمقال الصحفي بتشكيل الرأي العام إزاء العملية السياسية، يعد هذا البحث من البحوث الوصفية التي تتطلب الحصول على وصف شامل ومفصل للظاهرة المدروسة، في سياق مجتمع معين، ولضمان دقة الوصف وموثوقيته، يجب جمع البيانات الضرورية وتحليلها بدقة عالية، وتجنب أي تحيز في جمع هذه البيانات من أجل زيادة مصداقية النتائج وقابليتها للتطبيق على حالات مشابهة. (حسين ٢٠٠٦، ٦٩)

ويعتمد هذا البحث إلى المنهج المسحي كوسيلة رئيسية لتحقيق أهدافه، ويعد المنهج المسحي واحدا من أهم المناهج العلمية في بحوث الإعلام، والسلوك الاجتماعي، وهو عبارة عن سلسلة من الإجراءات والطرق المستخدمة لدراسة ظاهرة معينة أو موضوع بشكل وصفي. (العزيز ٢٠١٥، ٣٧)

خامساً: مجالات الدراسة:

١) **المجال المكاني:** تتمثل الحدود المكانية للدراسة الميدانية بالكليات الإعلامية التي جرى توزيع الاستبانة فيها لمعرفة ترتيب أولويات الجمهور وعلاقة المقال الصحفي بتشكيل الرأي العام إزاء العملية السياسية، وقد تم توزيع الاستبانة في جامعة بابل وجامعة الكوفة، وكلية الإعلام جامعة بغداد وكلية الإعلام الجامعة العراقية وكلية الآداب قسم الصحافة الجامعة المستنصرية، ونقابة الصحفيين ومقرات بعض الصحف العراقية، كالبينة الجديدة والدستور والوطن الجديد، والنهار، والمدى والصباح، وغيرها.

٢) **المجال الزماني:** حدد الباحث المجال الزماني بالمدة من ٢٠٢٤\١\١ ولغاية ٢٠٢٤\١١\٢٨م كمجال زمنياً للبحث.

٣) **المجال البشري:** استهدف البحث، عينة قصدية من جمهور النخبة ويشمل الصحفيون والأكاديميون وأساتذة الجامعات الإعلاميون، وجرى توزيع الاستبانة على العينة القصدية، وبلغ مجموع توزيع (١٠٠) مبحوثاً.

١) **المجال الموضوعي:** تم اختيار عينة قصدية من جمهور النخبة الإعلامية، لكونه أعلى طبقات المجتمع من حيث الثقافة والاهتمام بالإعلام والصحافة وشمل كل من أساتذة الإعلام والإعلاميون، وأكد البحث على الموضوعات التي تناغم أولويات الجمهور إزاء العملية السياسية، والاقتصادية والاجتماعية التي دائماً تكون محل خلاف بين الجمهور والحكومة، مثل الخدمات والفساد بشقيه الإداري والمالي والبطالة وتردي إداء بعض الحكومات.

سادساً: مجتمع البحث

يأتي تحديد مجتمع البحث على الموضوع والأهداف التي تسعى الدراسة إلى تحقيقها والتي تبين ترتيب أولويات الجمهور ووسائل الإعلام المتمثلة بالمقال الصحفي، ويمثل مجتمع الدراسة ما يأتي:

مجتمع الدراسة الميدانية للجمهور ويشمل فئات النخبة من صحفيين وأكاديميين وأساتذة الجامعات الإعلاميون، باعتبارهم من أصحاب الرأي والمشورة والمؤثر في المجتمع، لكي نصل إلى معلومات دقيقة وحقيقية من موثوقية ورصانة جمهورنا وبحثنا وتكون نتائج البحث تصل إلى أخطاء أقل من الفئات الاجتماعية الأخرى.

سابعاً: عينة الدراسة

١) عينة الدراسة تمثلت بالعينة العمدية مع مراعاة التنوع الجغرافي في مجتمع الدراسة إذ تم اختيار عينة قوامها أكثر من (١٠٠) مفردة من النخب وأساتذة الاعلام والصحفيين من مختلف مناطق العراق وقد تكونت الاستبانة من ثلاث محاور هي:

أ) **المحور الأول:** المتغيرات الديموغرافية للمبحوثين والتي تشتمل على العمر، النوع، التحصيل الدراسي.

ب) **المحور الثاني:** الفقرات التي تعالج عادات وانماط تعرض النخبة الإعلامية والصحفيين، للمقال الصحفي في الصحف العراقية.

ج) المحور الثالث: الفقرات التي تقيس المقال الصحفي وعلاقته بتشكيل الرأي العام إزاء العملية السياسية.

٢) أسلوب جمع البيانات: نظم الباحث استمارة الاستبيان بعد مراجعة دقيقة وعرضها على نخبة من الخبراء المختصين في هذا الشأن وبعدها ملئها من قبل المبحوثين بإعطائهم الوقت المناسب، وقام الباحث تفريغ معلوماتها وفرزها بشكل يدوي، ومعالجتها إلكتروني، وتحويلها إلى أرقام ونسب ومتوسطات حسابية، دون التدخل في نتائجها الكترونياً، مع خبراء الإحصاء.

٣) إجراءات الصدق والثبات للاستبانة: حرص الباحث على توافر صدق المحتوى في استمارة الاستبانة من خلال عرض استمارة الاستبانة الخاصة بالدراسة على عدد من الخبراء في مجال الإعلام (١٣) ثلاثة عشر خبيراً، أما تقدير معامل الثبات اعتمد الباحث على طريقة الاختبار، وطبق الاختبار على (٢٠%) من حجم العينة الأصلي البالغ (١٠٠) مفردة (test retest)، وأعيد الاختبار مرة أخرى بعد مرور خمسة عشر يوما من تاريخ اجراء الاختبار الأول، إذ حصل على (٨٠%) وهذه النسبة مقبولة بالقياسات الإحصائية وتدل على استقرار وثبات النتائج.

أعد الباحث فقرات مقياس: ترتيب أولويات جمهور الإعلامي في المقال الصحفي لتشكيل الرأي العام إزاء العملية السياسية: دراسة ميدانية على مقياس (ليكرت) الخماسي بواقع فقرة واحدة لكل موقف صيغت على شكل عبارات تقريرية، ولكل فقرة مقياس متدرج للإجابة يتكون من خمسة بدائل هي (اتفق بشدة – اتفق – احياناً – لا اتفق – لا اتفق بشدة) يجيب عنها المبحوثين باختيار بديل واحد فقط وهو الذي ينطبق عليه أكثر من غيره وتعطي عند التصحيح الدرجات (٥ ، ٤ ، ٣ ، ٢ ، ١) على التوالي وقد بلغ عدد الفقرات التي أعدت لقياس ترتيب أولويات جمهور الإعلامي في المقال الصحفي لتشكيل الرأي العام إزاء العملية السياسية.

الصدق والثبات(الميداني)الصدق: (Validity) للتثبت من الصدق الظاهري عرض استمارة استبيان المقال الصحفي في الصحافة العراقية وعلاقته بتشكيل الرأي العام إزاء العملية السياسية على(ثلاثة عشر محكم) في تخصص الإعلام، والعلوم السياسية وذلك للتحكيم والتأكد من صدق الاستبانة ومدى قياسها لأوليات الجمهور وعلاقته بالرأي العام إزاء العملية السياسية، وتأثير المقال الصحفي على أجندة الجمهور وأن العلاقة تبادلية بين الرأي العام ووسائل الإعلام و الصحافة العراقية، حيث تم تعديل فئات الاستبانة وصياغتها اللغوية واجراء التعديلات اللازمة ان كانت

الفقرات بحاجة للتعديل وقد تخضع إجابات المحكمين للتحليل المنطقي مع الأخذ بالاهتمام لمقترحاتهم في حذف بعض الفقرات وتعديلها، وفي ضوء ذلك يتم تعديل الفقرات على وفق ملاحظات المحكمين التي سيتم تدوينها على أداة القياس حتى تصل إلى مستوى الدلالة لقبولها وينبغي أن تحصل نسبة الاتفاق بين المحكمين على صلاحية أداة البحث نسبة تصل إلى(٨٠%) فأكثر أي ان تكون نسبة عالية وكافية لجعل استمارة الاستبانة صادقة وصحيحة وصالحة لتحقيق الهدف الذي اعدت من أجله، و نسبة اتفاق الخبراء على استبيان الدراسة والذي بلغت نسبته (٩١,٥%) (الدين ٢٠١٨، ٢٧٠)

وأسماء المحكمين من الخبراء الاعلامين*، **نسبة اتفاق الخبراء على الفئات:**

وهذه النسبة تؤكد من قدرة فقرات المقياس على تحقيق الأهداف التي وضعت لها.

$$\text{ويمكن حساب الصدق الظاهري} = \frac{\text{عدد الفقرات الصالحة}}{\text{العدد الكلي للفقرات}} \times ١٠٠$$

$$\text{ويمكن حساب الصدق الظاهري} = \frac{٤٤٠}{٤٨١} \times ١٠٠ = ٩١,٥\%$$

إذن الصدق الظاهري يكون = ٩١,٥%

وهذه النسبة تشير إلى ان معظم الفقرات المطروحة في الاستمارة قابلة لتحقيق الهدف الذي وضعت لأجله.

المبحث الثاني: المقال الصحفي ودوره في ترتيب الأولويات

أولاً- مفهوم المقال الصحفي:

يعد المقال الصحفي من الفنون التحريرية التي لها دوراً في تحقيق وظائف الصحافة والمتمثلة في تكوين الرأي العام، فالقارئ يريد من الصحيفة أن تكون قادرة عن طريق الرؤية التحريرية على تفسير الأحداث وتقديم المعلومات وشرح القضايا وما وراء الكواليس وعليها أيضاً أن تلبي حاجته إلى المعرفة والثقافة وأن تبين ما يدور من أحداث ونشاطات وقضايا، كما انه يشكل دعوة للقراء

للتفكير والتدبر واحتمال التصرف تجاه الاحداث، ولمقالات الرأي القدرة على الرصد والتحليل والتفسير لمختلف المواضيع والقضايا مما يسهم في تحقيق وظيفة الصحافة المتمثلة في قيادة الرأي العام. (شرف ٢٠٠٠، ١٧)

ويعد المقال الصحفي ايضاً، الأداة الصحفية التي تعبر بشكل مباشر عن سياسة الصحيفة وعن آراء بعض كتابها في الأحداث اليومية الجارية وفي القضايا التي تشغل الرأي العام المحلي أو الدولي، ويقوم المقال الصحفي بهذه الوظيفة من خلال شرح وتفسير الأحداث الجارية، والتعليق عليها بها يكشف عن أبعادها ودلالاتها المختلفة، وعرف معجم لاروس الفرنسي المقال بأنه (**اسم يطلق على الكتابات التي لا يدعي أصحابها التعمق في بحثها أو الإحاطة التامة في معالجتها وتعني كلمة مقال محاولة، أو تطبيقاً مبدئياً، أو تجربة أولية** وفي قاموس أكسفورد (**المقال هو إنشاء كتابي معتدل الطول وهو دائماً يعوزه الصقل ولذلك يبدو غير مهضوم ولا منتظم الخ..**) وفي دائرة المعارف البريطانية "**المقال هو الإنشاء المتوسط الطول يعالج موضوعاً معيناً على أن يلتزم الكاتب حدود هذا الموضوع ويكتب عنه من وجهة نظر واحدة والمقال الصحفي يهتم بالتفاصيل على حين أن المقال الأدبي يهتم بالقيم**". (فضالة ٢٠١٥، ١٥)

في لسان العرب: قال يقول وقيلاً ومقالة، ففي التعريف اللغوي للمقال يمكن الوقوف على نقاط القوة والخطورة والدور الكبير والمؤشر لفن المقال وكاتبه وهذا ما يظهره للقارئ استعراض ما جاء عن مادة (قال) في القاموس الوسيط الذي جاء فيه (قال- قولاً ومقالة: تكلم أي أنها تدل على الكلام والكلام هو وسيلة نقل الأفكار ومن يملك المقدرة فهو قائل، وجمع قائل قالة)، وفي هذا ذكر ابن منظور في لسان العرب قول الحطيئة مخاطباً عمر بن الخطاب(رض): تحنن علي هداك الله فإن لكل مقام مقالاً أي أن كل موقف أو حال يقتضي كلاماً ملائماً له، فالمقال ينبغي أن يتناسب مع الحال الذي يحيط به ومع الظروف الملابسة له وقد وردة ككلمة مقالة عند شاعر العصر الجاهلي النابغة الجعدي إذ يقول: **مقالة السوء إلى أهلها أسرع من منحدر سائل.** (فضالة ٢٠١٥، ١٤)

اما اصطلاحاً فيعرف المقال الصحفي على انه الأداة الصحفية التي تعبر عن سياسة الصحيفة، وعن أراء بعض كتابها في الإحداث اليومية الجارية، وفي القضايا التي تشغل الرأي

العام المحلي أو الدولي، ويقوم المقال الصحفي بهذه الوظيفة من خلال شرح وتفسير الإحداث الجارية والتعليق عليها، بما يكشف عن إبعادها ودلالاتها المختلفة.(زيد ٢٠٠٨، ٣٩)

ويعرف المقال الصحفي بأنه "تأليف كتابي متوسط الطول يعرض فيه صاحبه موضوعاً محدداً وقد نظر إليه من زاوية معينة ووجهة نظر يأخذ بها صاحب المقال". (الميح ٢٠١٨، ٧)

ويعرف محمود أدهم المقال بأنه "فكرة يقنصها الكاتب الصحفي خلال معايشته الكاملة للأنباء، والآراء، والقضايا، والاتجاهات، والمواقف، والمشكلات المؤثرة على القراء، وفي حركة المجتمع ويقوم بعرضها، وشرحها، وتأييدها، أو معارضتها في لغة واضحة وأسلوب يعكس شخصيته، وفكره، وتنشر في الوقت المناسب وفي حجم يتلاءم مع نوعيتها، وأهميتها، ونتائجها المستهدفة". (فضالة ٢٠١٥، ١٥)

كما ويعرف بأنه فن صحفي يتناول موضوعاً معيناً بالبحث والوصف والتحليل انتهاء بالنتائج التي يعرضها كاتبها.(كركوكي ٢٠٠٨، ١٤٢)

ثانياً: نشأة المقال الصحفي وتطوره

تشير بعض الدراسات الإعلامية إلى أن الكاتب الفرنسي (مونتين) الذي عاش بين الفترة الزمنية (١٥٣٣– ١٥٩٢) هو الذي ابتدع فن المقالة الحديثة، وجاء في دائرة المعارف البريطانية أن فن المقالة قد نشأ في أواخر القرن السادس عشر على يد (ميشيل دي مونتين.(فضالة ٢٠١٥، ٤٣)

وبعدها اهتم الكاتب الانكليزي (فرنسيس بيكون) الذي نشر مجموعته الأولى عام (١٥٩٧) بالمقال الصحفي لكن الظهور الحقيقي للمقال الافتتاحي أتى من الصحفي الانكليزي (دانيال ديغو) عام (١٧٠٤) وقد لقب أبو الصحافة الإنكليزية.(المقدادي ٢٠١٠، ١١٨)

أما على المستوى العربي فعرف فن المقال بمسميات عدة منها الرسائل والمقامات والفصول منذ القرن الثاني للهجرة وكان قبل ظهور مقالات (مونتي الفرنسي) و (بيكون الإنكليزي. (شرف، فن المقال الصحفي ٢٠٠٠، ١٧)

وتمثل المقال الصحفي في أحسن صوره في الرسائل لاسيما الإخوانية منها التي كانت تدور حول المسامرات والمناظرات والوصف والعتاب وغيرها من الموضوعات كالغزل والمديح والهجاء والفخر ورأى نقاد الأدب إن هذه الرسائل تعكس خصائص المقالة.(نجم ١٩٦٦، ١٧)

ثالثاً: نظرية ترتيب الأولويات (للوسيلة الإعلامية): Agenda Setting Theory

وتعد هذه النظرية من نظريات تأثير الإعلام المعتدل، ولأن دراستنا الأولى صحف، وسائل إعلام، اعتمدنا هذه النظرية، ولوسائل الإعلام عدة وظائف ومنها التركيز على قضايا التي تهم مختلف شرائح المجتمع سواء أكانت سياسية أم اقتصادية أو اجتماعية للتأثير في سلوك الجمهور المتلقي و اعتمدت في هذه الدراسة على (نظرية ترتيب الأولويات) والتي تبين هذه النظرية أن وسائل الإعلام ذات نظم معينة تتوافق مع النظم الأخرى في المجتمع كذلك تهتم في الجانب النفسي للفرد والجانب الاجتماعي للجمهور المستهدف ثم تدرس العلاقة بين وسائل الإعلام والجمهور المستهدف الذي يتعرض لهذه الرسائل في تحديد أولويات المواضيع السياسية والاقتصادية وغيرها التي تهم مجتمع معين، وعرف (ستيفن باتروسون) نظرية ترتيب الأولويات بأنها (العملية التي تبرز فيها وسائل الإعلام قضايا معينة على أنها قضايا مهمة وتستحق ردود الحكومة والجمهور من خلال (١٧) إثارة لتنبيههم لتلك القضايا بحيث ذات أولوية ضمن أجندتهم. (المزاهرة، نظريات الاتصال ٢-١٢، ٣٢٢)

كذلك يعد الإعلام والصحافة بصورة خاصة، أحد الأساليب الفعالة في التأثير الاجتماعي، ودور إحدى نظريات الصحافة المعاصرة نظرية الأجندة (ترتيب الأولويات) والتي تفترض إن تغطية وسائل الإعلام والقضايا المجتمعية المتعددة بدرجات مختلفة، من التركيز وبفترة زمنية سوف تؤدي إلى فهم المجتمع للقضايا التي تعالجها، وفق مستويات متباينة من الأهمية لديهم وعند مرور الزمن تكون توجهات الصحافة هي نفسها لتوجه المجتمع. (السراج، دور الصحافة النسوية في ترتيب أولويات اهتمامات المرأة العراقية نحو القضايا العامة ٢٠١٣، ٧٧)

(وتهتم نظرية ترتيب الأولويات بدراسة العلاقة التبادلية بين وسائل الإعلام والجماهير التي تتعرض لتلك الرسائل في تحديد أولويات القضايا السياسية والاقتصادية والاجتماعية التي تهم المجتمع وتفترض هذه النظرية أن وسائل الإعلام لا تستطيع إن تقدم جميع الموضوعات والقضايا التي تقع في المجتمع وإنما يختار القائمون على هذه الرسائل بعض الموضوعات التي يتم التركيز عليها بشدة والتحكم في طبيعتها ومحتواها هذه الموضوعات تثير اهتمامات الناس تدريجياً وتجعلهم يدركونها ويفكرون فيها ويقلقون بشأنها وبالتالي تمثل هذه الموضوعات لدى الجماهير أهمية أكبر نسبياً من الموضوعات الأخرى التي لا تطرحها وسائل الإعلام).(ح. العبد ٢٠٠٧ ، ٣٩٢)

فروض النظرية: (حسونة، نظريات الإعلام والاتصال ٢٠١٥، ٧)

١) الفرض الرئيسي لنظرية وضع الأجندة: إن الفرض الرئيس في معظم الدراسات الخاصة بوضع الأجندة هو "الاتفاق بين ترتيب أجندة وسائل الإعلام، وترتيب أجندة الجمهور للاهتمام بالقضايا والموضوعات الإعلامية"، أي وجود ارتباط إيجابي بين ترتيب الاهتمام لكل من الوسيلة والجمهور مما يشير إلى دور وسائل الإعلام في ترتيب أولويات اهتمام الجمهور بالقضايا والموضوعات المطروحة بنفس الترتيب الذي تعطيه الوسائل لهذه القضايا والموضوعات.

٢) أ- تبنى النظرية على افتراض أن لوسائل الإعلام تأثير قوي على العامة أو الجمهور.

ب- ان الاتصال يبدو كعملية تركز على المرسل كمحور رئيسي بها.

جـ- تفترض هذه النظرية أن الصحفيين ومصادرهم المختلفة والجمهور يفسرون الخبر أو القضية بنفس الطريقة أو بطريقة مشابهة تماماً.

تنبثق فكرة ترتيب الأولويات عبر علاقة بين طريقة عرض وسائل الإعلام للموضوعات المختلفة وبين ترتيب الموضوعات بحسب أهميتها بالنسبة للجماهير وتقوم وسائل الإعلام بالتركيز والاهتمام بالقضايا التي تتوقع أن تكون من أولويات الاهتمامات الجماهيرية. (قشوط، مضمون تحليل مضمون الصفحات الأولى في الصحف الأردنية- دراسة تحليلية ٢٠١٦، ١٣)

مراحل تطور نظرية وضع الأجندة:

ويعد وضع الأجندة هو المرحلة الرابعة في تطور نظرية الأجندة وفي هذا الإطار يقسم (McCombs) بحوث الأجندة إلى أربعة أشكال رئيسية تعكس تطور الاتجاهات الخاصة بهذه البحوث وهي:

المرحلة الأولى: الدراسة الأصلية التي اختبرت الفرض الرئيس الخاص بأن نموذج التغطية الإخبارية يؤثر في غدراك الجمهور لأهمية القضايا اليومية.

المرحلة الثانية: اختبرت الشروط الملائمة التي تعزز او تحد من وضع الأجندة والأدوار المقارنة لوسائل الإعلام المختلفة.

المرحلة الثالثة: اهتمت بالكشف عن صور المرشحين واهتماماتهم السياسية كبديل للأجندة.

المرحلة الرابعة: بحلول الثمانينيات ركزت البحوث على مصادر أجندة الوسيلة الاتصالية وبذلك تكون انتقلت بحوث الأجندة من متغير مستقل إلى متغير تابع واستبدلت السؤال من يضع أجندة الجمهور وتحت أي ظروف؟ بالسؤال من يضع أجندة الوسيلة؟

وظائف نظرية وضع الأجندة:

يمكن تحديد الوظائف التي تؤديها نظرية وضع الأجندة فيما يأتي: (حسونة، نظريات الإعلام والاتصال ٢٠١٥، ١٠)

١) أن عرض وسائل الإعلام لقضية معينة زيد من وعي الجماهير لتلك القضية وبالتالي يمكن تمييز القضية الهامة من بين القضايا التي تعرضها وسائل الإعلام.

٢) تقوم هذه النظرية بترتيب أولويات الجمهور وذلك للتركيز على قضايا معينة دون أخرى مثل:

أ- **مراقبة البيئة:** يسعى المجتمع دائماً للتعرف على ما يجري في البيئة الداخلية والخارجية وذلك لمواجهة كافة الظروف المتغيرة وتقوم وسائل الإعلام دائماً بالتعرف على مشكلات المجتمع ومحاولة تقديم الحلول المختلفة لها.

ب- **الترابط:** إن أهم ما تحاول وسائل الإعلام الوصول إليه هو محاولة إيجاد رأي عام موحد ومترابط تجاه قضية معينة دون القضايا الأخرى ما يؤدي إلى وصول إلى اتفاق عام تجاه القضايا المختلفة.

جـ- **نقل التراث الاجتماعي:** تقوم وسائل الإعلام عبر السنوات المختلفة بالتركيز على أهم العادات والتقاليد السائدة في المجتمع خلال الفترات المختلفة وهي تعد بذلك موروث ثقافي واجتماعي يمكن الأفراد من التعرف على ملامح العصور المختلفة.

المبحث الثالث: الدراسة الميدانية:

المحور الأول: المعلومات الديموغرافية (خصائص المبحوثين) أولاً: المعلومات الديموغرافية:
تتمثل بخصائص المبحوثين واختيار جمهور النخبة الإعلامية لكونه أعلى طبقات المجتمع من حيث الثقافة والاهتمام بالإعلام والصحافة، وشمل كل من أساتذة الإعلام والإعلاميون.

جدول (١) توزيع المبحوثين بحسب النوع الاجتماعي

الجنس	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
ذكور	٦٣	**%63**	**الأولى**
إناث	**37**	**%37**	**الثانية**
	١٠٠	**%100**	

يتضح من بيانات الجدول أعلاه ان فئة (الذكور) كانت اعلى نسبة من فئة (الإناث) المشاركين في هذا الاستبانة من عينة البحث بفارق نسبي بين الفئتين مقداره (٢٦%) اذ حلت فئة الذكور بالمرتبة الأولى بواقع (٦٣) تكرارا محققة نسبة (٦٣ %) تليها بالمرتبة الثانية فئة الإناث بواقع (٣٧) تكرارا وبنسبة (٣٧%)، ويعود سبب هذا التباين النسبي بين الفئتين يعد طبيعياً في طريقة التوزيع العشوائي لاستمارات التي تجعل النتائج موضوعية من دون تدخل من الباحث وبذلك تعد العينة ممثلة لمجتمع الدراسة إذ لم تهمل فئة من النوع الاجتماعي. جدول (٢) **توزيع المبحوثين بحسب المرحلة العمرية**

الفئة العمرية	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
٢٥- ٣٠	٦	%٦	الخامسة
٣١ – ٣٥	٣٦	%36	الأولى
٣٦- ٤٠	٢١	%21	الثالثة
٤١ – ٤٥	١٤	%14	الرابعة
٤٦- فما فوق	٢٣	%23	الثانية
المجموع	١٠٠	%100	-

أظهرت نتائج الجدول (٢) توزع المبحوثين الذين تم استطلاع اراءهم، وعلى خمس فئات عمرية تصدرت فيها الفئة العمرية (٣١ – ٣٥ سنة) تصنيف الفئات بواقع (٣٦) مبحوثا محققة اعلى نسبة في هذا التوزيع بلغت (٣٦ %) وحلت بالمرتبة الأولى تليها بالمرتبة الثانية الفئة العمرية (٤٦- فما فوق) بواقع (٢٣) مبحوثا وبنسبة (٢٣ %) ثم الفئة العمرية من (٣٦ – ٤٠ سنة) بالمرتبة الثالثة بواقع (٢١) مبحوثا وبنسبة بلغت (٢١ %)، بينما جاءت الفئة العمرية من (٤١ – ٤٥ سنة) في المرتبة الرابعة وحصلت على (١٤) تكرارا ونسبة بلغت (١٤ %)، اما الفئة العمرية (٢٥- ٣٠ سنة) فقد حلت في المرتبة الأخيرة في تصنيف الفئات وحققت (٦) تكرارا

وبنسبة بلغت (٦ %)، وبذلك مثلت العينة اغلب المراحل العمرية في هذا التوزيع، ويبين ايضاً الجدول أن فئة (٣١ – ٣٥) هي الأكثر حضوراً في هذا البحث الميداني لأنه يعد من فئة الشباب الأكثر حضوراً في أغلب مجالات الحياة لكونه نشط واكثر مسؤولية من باقي الفئات الأخرى.

جدول (٣) **يبين توزيع المبحوثين حسب التحصيل الدراسي**

التحصيل الدراسي	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
بكالوريوس	٤٨	% ٤٨	الأولى
دبلوم عالي	٨	%٨	الرابعة
ماجستير	٢٥	%25	الثانية
دكتوراه	١٩	%19	الثالثة
المجموع	١٠٠	%100	–

أظهرت بيانات الجدول اعلاه ان اعلى نسبة للمبحوثين الذين تم استطلاع آراءهم حول ترتيب الأولويات المقال الصحفي وعلاقته بتشكيل الرأي العام إزاء العملية السياسية، كان لحملة شهادة (بكالوريوس) اذ جاءت بالمرتبة الأولى بواقع (٤٨) تكرارا وبنسبة مئوية بلغت (٤٨ %)، تلتها شهادة الماجستير في المرتبة الثانية بواقع (٢٥) تكرارا ونسبة بلغت (٢٥ %)، بينما جاءت شهادة الدكتوراه في المرتبة الثالثة وحققت (١٩) تكرار ونسبة بلغت (١٩%)، وأخيرا جاءت شهادة الدبلوم العالي في المرتبة الرابعة والأخيرة وحصلت على (٨) تكرارا ونسبة (٨%)، ويتضح مما تقدم ان التوزيع النسبي الأعلى كان لحملة شهادة البكالوريوس والماجستير والدكتوراه، وهذا يساعد في إعطاء نتائج دقيقة لان هذه الفئات تكون قادرة بتأثير المقال الصحفي في الصحافة العراقية وعلاقته بتشكيل الرأي العام إزاء العملية السياسية اكثر من غيرها لما تمتلكه من خبرة وثقافة تؤهلها لبيان الرأي إزاء القضايا التي يتناولها المقال الصحفي.

جدول (٤) يبين توزيع المبحوثين حسب الحالة الاجتماعية

الحالة الاجتماعية	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
أعزب	٣٨	%٣٨	الثانية

متزوج	٥٤	% ٥٤	الأولى
مطلق	٦	%6	الثالثة
أرمل	٢	% 2	الرابعة
المجموع	١٠٠	%100	–

أظهرت بيانات الجدول اعلاه ان اعلى نسبة للمبحوثين الذين تم استطلاع آراءهم حول المقال الصحفي في الصحافة العراقية وعلاقته بتشكيل الرأي العام إزاء العملية السياسية، كان لحملة لفئة (متزوج) اذ جاءت بالمرتبة الأولى بواقع (٥٤) تكرارا وبنسبة مئوية بلغت (٥٤ %)، تلتها فئة (أعزب) في المرتبة الثانية بواقع (٣٨) تكرارا ونسبة بلغت (٣٨%)، ثم فئة (مطلق) في المرتبة الثالثة وحققت (٦) تكراراً ونسبة بلغت (٦%)، وأخيرا جاءت فئة (أرمل) في المرتبة الأخيرة وحصلت على (٢) تكرارات ونسبة (٢%)،وتعد هذه العينة ممثلة لكافة مجتمع البحث وبذلك تؤكد صدقيتها

المحور الثاني: مقروئية الصحف العراقية عبر المقال الصحفي وعلاقته بتشكيل الراي العام إزاء العملية السياسية.

جدول (٥) يوضح **مدى قراءة عينة البحث للصحف العراقية اليومية الورقية أو الالكترونية.**

ت	الاستجابات	التكرار	النسبة المئوية	م	درجة الحرية	قيمة كا٢		مستوى الدلالة
						المحسوبة	الجدولية	
١	**نعم**	٣٩	% ٣٩	٢	2	٢٧,٨	٥,٩٩	٠,٠٥
٢	**كلا**	٢١	% ٢١	٣				
٣	**أحياناً**	٤٠	% ٤٠	١				
المجموع		٤٠٥	%١٠٠	–				

أن (٤٠%) من أفراد عينة الدراسة أنهم يقرؤون الصحف العراقية اليومية الورقية أو الإلكترونية أحياناً، بينما أشار (٣٩ %) من أفراد عينة الدراسة أنهم يقرؤون الصحف العراقية اليومية الورقية أو الإلكترونية، في حين أشار (٢١%) من أفراد عينة الدراسة أنهم لا يقرؤون الصحف العراقية اليومية الورقية أو الإلكترونية، ويبين الجدول أن فئة أحيانا جاءت بالمرتبة الأولى وذلك لاختلاف نمط الحياة العصرية بقلة وقت الفرد وعدم استطاعته القراءة بصورة طبيعية لضغوط الحياة وقصر الوقت لدى المبحوثين

جدول (٦) يبين أسباب عزوف المبحوثين عن قراءة الصحف العراقية.

ت	الأسباب	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
١	ارتفاع ثمنها	٩	% ٩	الخامسة
٢	لا تقدم معلومات مفيدة	١٨	% ١٨	الثالثة
٣	الاعتماد على الفضائيات	٢٤	% ٢٤	الأولى
٤	ضعف مضمونها	٧	% ٧	السادسة
٥	عدم وجود وقت فراغ	٢١	% ٢١	الثانية
٦	عدم توفرها بالمنطقة	١٦	% ١٦	الرابعة
٧	اسباب أخرى تذكر	٥	%٥	السابعة
	المجموع	١٠٠	%100	–

بينت نتائج جدول(٦) تحليل بيانات الجدول أعلاه ان فئة (الاعتماد على الفضائيات) جاءت في مقدمة أسباب عزوف المبحوثين عن قراءة الصحف العراقية بواقع (٢١) تكراراً وبنسبة مئوية بلغت (٢٤,٧١%)، تلتها فئة (عدم وجود وقت فراغ) بالمرتبة الثانية وحازت على (١٨) تكراراً ونسبة مئوية قدرها (٢١,١٨%)، بينما حلت فئة (لا تقدم معلومات مفيدة) بالمرتبة الثالثة محققة (١٦) تكراراً ونسبة (١٨,٨٢%)، في حين حلت فئة (عدم توفرها بالمنطقة) بالمرتبة الرابعة وحازت على (١٤) تكراراً ونسبة مئوية بلغت (١٦,٤٧%)، أما فئة (ارتفاع ثمنها) فقد حلت بالمرتبة الخامسة بواقع (٨) تكرارات ونسبة مئوية بلغت (٩,٤١%)، ثم جاءت فئة (ضعف مضمونها)

بالمرتبة السادسة وحصلت على (٦) تكرارات ونسبة مئوية بلغت (٧,٠٦%)، وتأتي فئة (اسباب أخرى تذكر) بالمرتبة الأخيرة وحصلت على (٢) تكرار ونسبة مئوية (٢,٣٥%).

ويتضح من المعطيات الإحصائية في التوزيع أسباب عزوف المبحوثين عن قراءة الصحف العراقية، هو اعتماد المبحوثين على الفضائيات التي اصبحت متاحة على مدار ٢٤ ساعة، والتي حصلت على نسبة كبيرة من المتابعة، وكذلك عدم وجود وقت كافي للمبحوثين لقراءة الصحف الأمر الذي جعل منهم يتابعون الفضائيات والعزوف عن قراءة الصحف لأنها لا تقدم معلومات مفيدة من وجهة نظر المبحوثين الذين لا يقرؤون الصحف الورقية والإلكترونية.

جدول (٧) التوزيع النسبي للصحف الأكثر قراءة

ت	الصحف	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
١	الصباح	٤٨	% ٤٨	الأولى
٢	الزمان	١٧	% ١٧	الثانية
٣	البينة الجديدة	١٢	% ١٢	الثالثة
٤	المدى	٦	% ٦	الخامسة
٥	طريق الشعب	٤	% ٤	السادسة
٦	الدستور	٧	% ٧	الرابعة
٧	النهار	٢	%٢	الثامنة
٨	المستقبل	١	%١	التاسعة
٩	أخرى تذكر	٣	%٣	السابعة
المجموع		١٠٠	%100	–

بينت نتائج تحليل بيانات الجدول أعلاه أن صحيفة (الصباح) جاءت في مقدمة الصحف التي يفضل المبحوثين قراءتها وحصلت على (٤٨) تكراراً وبنسبة مئوية قدرها (٤٨%)، من مجموع (١٠٠) تكراراً، تلتها صحيفة (الزمان) بالمرتبة الثانية بواقع (١٧) تكراراً ونسبة بلغت (١٧ %)، بينما جاءت صحيفة (البينة الجديدة) الثالثة وحققت (١٢) تكراراً ونسبة بلغت (١٢%)، تلتها صحيفة (الدستور) بالمرتبة الرابعة وحازت على (٧) تكراراً ونسبة بلغت (٧ %)، في حين حلت

صحيفة (المدى) بالمرتبة الخامسة محققة (٦) تكراراً ونسبة مئوية قدرها (٦ %)، ثم جاءت صحيفة (طريق الشعب) بالمرتبة السادسة بواقع (٤) تكراراً ونسبة (٤ %)، وتأتي فئة (أخرى تذكر) بالمرتبة السابعة وحصلت على (٣) تكراراً ونسبة مئوية بلغت (٣%)، تلتها صحيفة (النهار) بالمرتبة الثامنة وحققت (٢) تكرارات ونسبة بلغت (٢%)، أما صحيفة (المستقبل) فقد حلت بالمرتبة التاسعة والأخيرة وحصلت على (١) تكرار ونسبة مئوية قدرها (١%).

ويتضح من المعطيات الإحصائية في التوزيع النسبي للصحف التي يفضل المبحوثين قراءتها وجود نسبة كبيرة منهم يتابعون صحيفة الصباح، وقد كانت صحيفة الصباح المدعومة من الدولة أكثر نسبة بالمتابعة من المبحوثين، وجاءت صحيفتي الزمان والبينة الجديدة المتقدمة في تصنيف الصحف التي يفضل المبحوثين متابعتها، ويرى الباحث أن تقدم صحيفة الصباح على باقي الصحف كونها حكومية و مواضيعها تكاد تكون تنفرد بها لارتباطها بالدولة.

جدول (٨) يوضح تأكيد المقال الصحفي على أهمية الانتخابات والممارسات الديموقراطية.

ت	الاستجابات	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة	الوسط المرجح	الانحراف المعياري	الوزن المئوي	المستوى
١	اتفق بشدة	١٤	% ١٤	٣	٣,٥٦٥	.85426	%٧١,٣	متوسطة
٢	أتفق	٤٠	%٤٠	١				
٣	احياناً	٣٤	% ٣٤	٢				
٤	لا اتفق	٩	% ٩	٤				
٥	لا اتفق بشدة	٣	%٣	٥				
	المجموع	١٠٠	%١٠٠	–				

يوضح جدول (٨) تأكيد المقال الصحفي على أهمية الانتخابات والممارسات الديموقراطية تؤدي إلى استقرار البلاد سياسيا وجاء كالتالي:

فقد جاء الوزن المئوي لتأكيد المقال الصحفي على أهمية الانتخابات والممارسات الديموقراطية تؤدي إلى استقرار البلاد سياسيا بنسبة (٧١,٣%) وبوسط مرجح (٣,٥٦٥) وهو ما يشير إلى متوسط مستوى تأكيد المقال الصحفي على أهمية الانتخابات والممارسات الديموقراطية تؤدي إلى استقرار البلاد سياسيا، إذ جاءت في المرتبة الأولى استجابة (أتفق) وحصلت على (٤٠) تكرارا وبنسبة بلغت (٤٠%)، تلتها استجابة (احيانا) بالمرتبة الثانية محققة (٣٤) تكرار ونسبة بلغت (٣٤ %)، ثم حلت استجابة (أتفق بشدة) بالمرتبة الثالثة بواقع (١٤) تكرارا ونسبة (١٤ %)، وهي نسبة منخفضة تدل على انخفاض مستوى اهتمام المبحوثين بأهمية الانتخابات والممارسات الديموقراطية التي تؤدي إلى استقرار البلاد سياسيا بالشكل المطلوب، أما استجابة (لا اتفق) فقد حلت بالمرتبة الرابعة وحققت (٩) تكراراً ونسبة بلغت (٩ %)، تلتها استجابة (لا أتفق بشدة) بالمرتبة الخامسة والأخيرة بواقع ( ) تكرارات ونسبة بلغت (٣%).

ويعود ذلك الى ان المبحوثين يرون أن المقال الصحفي يؤكد على أهمية الانتخابات والممارسات الديموقراطية تؤدي إلى استقرار البلاد سياسيا، وهذه النتيجة تؤشر لنا اهتمام المبحوثين بالمقال الصحفي بمستوى جيد، وتطابق (أجندة الجمهور مع (أجندة المقال الصحفي) يدل على إن هناك تخادم بين أولويات الجمهور وأولويات الوسيلة الإعلامية

جدول (٩) يوضح رؤية المبحوثين أن المقالات الصحفية تنبذ التكفير والتطرف الديني لتعزز الرأي العام

ت	الاستجابات	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة	الوسط المرجح	الانحراف المعياري	الوزن المئوي	المستوى
١	اتفق بشدة	١٦	% ١٦	٣	٣,٦٢	.76055	%٧٢,٤	متوسط
٢	أتفق	٤٠	%٤٠	١				
٣	احياناً	٣٥	% ٣٥	٢				
٤	لا اتفق	٧	% ٧	٤				

٥	لا اتفق بشدة	٢	%٢	٥				
المجموع		١٠٠	%١٠٠	–				

يوضح جدول (٩) رؤية المبحوثين أن المقالات الصحفية تنبذ التكفير والغلو والتطرف الديني، لتعزز الرأي العام وجاء كالتالي:

فقد جاء الوزن المئوي لرؤية المبحوثين أن المقالات الصحفية تنبذ التكفير والغلو والتطرف الديني، لتعزز الرأي العام بنسبة (٧٢,٤%) وبوسط مرجح (٣,٦٢) وهو ما يشير إلى متوسط مستوى رؤية المبحوثين أن المقالات الصحفية تنبذ التكفير والغلو والتطرف الديني، لتعزز الرأي العام، إذ جاءت في المرتبة الأولى استجابة (أتفق) وحققت (٤٠) تكرارا وبنسبة مئوية بلغت (٤٠%)، بينما حلت استجابة (أحياناً) بالمرتبة الثانية وحازت على (٣٥) تكرارا ونسبة مئوية قدرها (٣٥%)، في حين جاءت استجابة (أتفق بشدة) بالمرتبة الثالثة بواقع (١٦) تكرارا ونسبة (١٦ %)، أما استجابة (لا اتفق) فقد حلت بالمرتبة الرابعة وحصلت على (٧) تكراراً ونسبة بلغت (٧ %)، تلتها استجابة (لا أتفق بشدة) بالمرتبة الخامسة والأخيرة وحصلت على (٢) تكرارات ونسبة بلغت (٢%)، نبذ المبحوثين التطرف الديني وساروا على منوال المقال الصحفي، ويرى الباحث تطابق أجندة الجمهور مع أجندة الوسيلة الإعلامية (الصحيفة)، وان هذه النسبة المتواضعة التي رشحت الفئة (اتفق) (٤٠%) مع نبذ التطرف الديني والتكفير والغلو، تدل على صدق البيانات التي أدخلت وتم معالجتها دون تحيز يذكر، وأن أجندة الجمهور ترفض اتطرف الديني والغلو والتكفير.

جدول (١٠) يوضح رؤية المبحوثين أن دعوة المقال الصحفي للحوار السلمي تؤدي الى تعزيز العملية السياسية.

ت	الاستجابات	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة	الوسط المرجح	الانحراف المعياري	الوزن المئوي	المستوى
١	اتفق بشدة	١٨	% ١٨	٣	٣,٧٤١	.68751	%٧٤,٨٢	متوسط
٢	أتفق	٤٥	% ٤٥	١				
٣	احياناً	٢٨	% ٢٨	٢				
٤	لا اتفق	٦	% ٦	٤				
٥	لا اتفق بشدة	٣	%٣	٥				
المجموع		١٠٠	%١٠٠	–				

يوضح جدول (١٠) رؤية المبحوثين أن دعوة المقال الصحفي للحوار السلمي تؤدي الى تعزيز العملية السياسية وجاء كالتالي:

فقد جاء الوزن المئوي لرؤية المبحوثين أن دعوة المقال الصحفي للحوار السلمي تؤدي الى تعزيز العملية السياسية بنسبة (٧٤,٨٢%) وبوسط مرجح (٣,٧٤١) وهو ما يشير إلى متوسط مستوى رؤية المبحوثين أن دعوة المقال الصحفي للحوار السلمي تؤدي الى تعزيز العملية السياسية، إذ جاءت في المرتبة الأولى استجابة (أتفق) بواقع (٤٥) تكرارا وبنسبة بلغت (٤٥ %)، تلتها استجابة (أحياناً) بالمرتبة الثانية وحازت على (٢٨) تكرارا ونسبة بلغت (٢٨ %)، بينما جاءت استجابة (أتفق بشدة) بالمرتبة الثالثة بواقع (١٨) تكرارا ونسبة (١٨%)، وتأتي استجابة (لا اتفق) بالمرتبة الرابعة وحققت (٦) تكراراً ونسبة بلغت (٦. %)، ثم جاءت استجابة (لا أتفق بشدة) بالمرتبة الخامسة والأخيرة وحصلت على (٣) تكرارات ونسبة بلغت (٣%).

وتعكس نتائج الجدول أعلاه أن دعوة المقال الصحفي للحوار السلمي تؤدي الى تعزيز العملية السياسية، وأن الجمهور يهتم بكل ما يسهم في تحقيق الاستقرار السياسي في البلد من خلال

اللجوء إلى الحوار السياسي بين الأحزاب والكتل السياسية، لذلك نرى تطابق (أجندة) الوسيلة الإعلامية الصحيفة مع (أجندة) الجمهور.

جدول (١١) يوضح رؤية المبحوثين أن المقال الصحفي يعزز الرأي العام، وبناء الهوية الوطنية العراقية.

ت	الاستجابات	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة	الوسط المرجح	الانحراف المعياري	الوزن المئوي	المستوى
١	اتفق بشدة	١٦	% ١٦	٣	٣,٦٥٢	.74288	%٧٣,٠٤	متوسط
٢	أتفق	٤٤	% ٤٤	١				
٣	احياناً	٢٩	% ٢٩	٢				
٤	لا اتفق	٨	% ٨	٤				
٥	لا اتفق بشدة	٣	%٣	٥				
المجموع		١٠٠	%١٠٠	–				

يوضح جدول (١١) رؤية المبحوثين أن المقال الصحفي يعزز الرأي العام، وبناء الهوية الوطنية العراقية وجاء كالتالي:

فقد جاء الوزن المئوي لرؤية المبحوثين أن المقال الصحفي يعزز الرأي العام، وبناء الهوية الوطنية العراقية بنسبة (٧٣,٠٤%) وبوسط مرجح (٣,٦٥٢) وهو ما يشير إلى متوسط مستوى رؤية المبحوثين أن المقال الصحفي يعزز الرأي العام، وبناء الهوية الوطنية العراقية، إذ جاءت في المرتبة الأولى استجابة (أتفق) بواقع (٤٤) تكرارا وبنسبة بلغت (٤٤ %)، في حين حلت استجابة (أحياناً) بالمرتبة الثانية بواقع (٢٩) تكرارا ونسبة بلغت (٢٩ %)، بينما جاءت استجابة (أتفق بشدة) بالمرتبة الثالثة بواقع (١٦) تكرارا ونسبة (١٦ %)، تلتها استجابة (لا اتفق) بالمرتبة الرابعة وحازت على (٨) تكراراً ونسبة بلغت (٨ %)، بينما جاءت استجابة (لا أتفق بشدة) بالمرتبة الخامسة والأخيرة وحققت (٣) تكرارات ونسبة بلغت (٣%).

وتدل هذه المؤشرات في التوزيع النسبي ان نسبة المقال الصحفي الذي يعزز الرأي العام، ويسهم في بناء الهوية الوطنية العراقية كانت متوسطة عند المبحوثين، بل الأكثر كانت استجابة احيانا اذ شكل الوسط المرجح مستوى متوسط بلغ (٣,٦٥٢) من بين الاوزان الخمس التي استخدمت في قياسه، وتعكس نتائج الجدول أعلاه أن المقال الصحفي له دور كبير في الاسهام في بناء الهوية الوطنية العراقية لتعزيز الرأي العام، وتطابق أجندة الجمهور مع أجندة الصحيفة عبر المقال الصحف

النتائج:

١. أن أولويات واجندة الجمهور متوافقة مع اجندة الصحف، وكما في فرضيات الدراسة التي تطابق تماماً مع فئات الدراسة التحليلية، حيث تطابق نتائج تحليل الصحف الثلاث مع نتائج الدراسة الميدانية.
٢. ارتباط أولويات اهتمام الجمهور (أجندة المتلقي) مع أجندة الوسيلة الإعلامية (صحيفة الصباح، صحيفة البينة الجديدة، الدستور) فيما يتعلق بالقضايا الرئيسة لحاجة الجمهور المعرفية في الجانب السياسي، والاقتصادي والاجتماعي، والثقافي، والديني، والجانب العسكري والأمني، وغيرها.
٣. أصبحت الصحافة العراقية قوة سياسية يخشاها الساسة والعامة على حدٍ سواء، فضلا عن الدور الذي تؤديه في تقييم الظواهر السياسية، وان الدراسة تختص بتحليل مضمون المقالات الصحفية في الصحف العراقية وعلاقتها بتشكيل الرأي العام ازاء العملية السياسية، بحيث طغى الجانب السياسي على غالبية مقالاتها.
٤. أن المقال الصحفي يؤكد على الاعتدال والوسطية في الخطاب الديني، ليعزز الوحدة الوطنية، وأن الجمهور ضد خطاب الكراهية الذي يحاول تمزيق الشعب وضرب وحدته الوطنية.
٥. تأكيد المقال الصحفي على نبذ الخلافات السياسية، يساعد في تنمية الرأي العام، وأن الجمهور يهتم بالمواضيع التي تسهم في تجاوز جميع الخلافات السياسية بين أحزاب السلطة لتعزيز العام واستقرار العملية السياسية.

٦. ان المبحوثين يرون أن المقال الصحفي يبين أخطار المحاصصة الطائفية ويعدها من أوجه الفساد الإداري، وتعكس هذه النتيجة تطابق (أجندة) المبحوثين مع (اجندة) الصحيفة عبر مقالاتها الصحفية المختلفة.

توصيات:

١. الاهتمام بالمقال الصحفي في الصحافة العراقية بكل أنواعه سواء في الصحافة الورقية أو في الصحافة الرقمية.
٢. اختيار كتاب مؤهلين للمقالات الصحفية الورقية والرقمية ومتابعة نشرهم بشكل يومي وخاصة في الصحف الحكومية لكون المقال الصحفي العمود الفقري للصحيفة.
٣. التأهيل العلمي الأكاديمي لكاتب المقال الصحفي وصقل مواهبه، من خلال الدورات التعليمية والمؤتمرات من قبل أساتذة الإعلام المختصين.
٤. مراقبة الصحف الورقية والرقمية وخاصة الحكومية التي لا تحتوي على بعض المقالات الصحفية وبيان أسباب ذلك كما في صحيفة الصباح التي تخلو من المقال الافتتاحي.

مصادر:

١. بركات عبد العزيز، مناهج البحث الإعلامي، (القاهرة: دار الكتاب الحديث،٢٠١٥م)، ص ٣٧.
٢. نسرين محمد عبده حسونة، نظريات الإعلام والاتصال، (القاهرة: شبكة الالوكة، ٢٠١٥م)، ص ٧
٣. جوهر الهمالي قشوط، تحليل مضمون الصفحات الأولى في الصحف الأردنية – دراسة تحليلية، عمان: ٢٠١٦، جامعة الشرق الأوسط، كلية الإعلام، ص ١٣
٤. محمد ايمان عزالدين، دور المشروعات التطبيقية في تنمية التفكير الابتكاري وتطوير الأداء الإعلامي التربوي، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، المجلد السابع عشر، سنة ٢٠١٨، العدد الثاني يونية، ص٢٧٠

٥. عبد العزيز شرف، فن المقال الصحفي، (القاهرة: دار انباء للطباعة والنشر والتوزيع، ٢٠٠٠) ص١٧

٦. سليمان موسى فضالة، فن المقال الصحفي، (عمان الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع، ٢٠١٥) ص ١٥

٧. سليمان موسى فضالة، فن المقال الصحفي، نفس المصدر السابق ص١٤

٨. فاروق أبو زيد، فن الكتابة الصحفية، (بيروت: دار ومكتبة الهلال للطباعة والنشر، ٢٠٠٨). ص٣٩

٩. مبارك عادل الميح، فن المقالة عند احمد السقاف، رسالة ماجستير: جامعة آل بيت ٢٠١٨، ص ٧

١٠. سليمان موسى فضالة، فن المقال الصحفي مصدر سابق ص ١٥

١١. سمير محمد حسين، دراسات في مناهج البحث العلمي، بحوث الإعلام، (القاهرة: عالم الكتب، ٢٠٠٦م)، ص٦٩.

١٢. حبيب كركوكي، فن لتحرير الصحفي، (دهوك، مؤسسة موكرياني للتوزيع والنشر، ٢٠٠٨) ص ١٤٢

١٣. سليمان موسى فضالة، فن المقال الصحفي، (عمان الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع، ٢٠١٥) ص٤٣

١٤. كاظم المقدادي، اتجاهات جديدة في أساليب كتابة المقالات الصحفية المقال العمودي، الباحث الإعلامي العدد١٨ سنة ٢٠١٠م، ص ١١٨.

١٥. عبد العزيز شرف، فن المقال الصحفي، (القاهرة: دار انباء للطباعة والنشر والتوزيع، ٢٠٠٠) ص ١٧

١٦. محمد يوسف نجم، فن المقالة، المجلد الرابع، (بيروت: دار الثقافة بيروت –لبنان، ١٩٦٦) ص ١٧

١٧. منال هلال المزاهرة، نظريات الاتصال، (عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، ٢٠١٢،) ص٣٢٢

١٨. شكرية كوكز السراج، دور الصحافة النسوية في ترتيب أولويات اهتمامات المرأة العراقية نحو القضايا العامة، مجلة الباحث، تصدر عن جامعة بغداد| كلية الإعلام، العدد٢٦ لسنة ٢٠١٣م، ص ٧٧

١٩. حسن عماد مكاوي وعاطف عدلي العبد، نظريات الإعلام، (القاهرة: جامعة القاهرة| كلية الإعلام، ٢٠٠٧م)، ص ٣٩٢

٢٠. نسرين محمد عبده حسونة، نظريات الإعلام والاتصال، (القاهرة: شبكة الالوكة، ٢٠١٥م)، ص ٧

٢١. جوهر الهمالي قشوط، تحليل مضمون الصفحات الأولى في الصحف الأردنية – دراسة تحليلية، عمان: ٢٠١٦، جامعة الشرق الأوسط، كلية الإعلام، ص ١٣

٢٢. نسرين محمد عبده حسونة، مصدر سابق، ص ١٠.