

صناعة الرأي العام في العراق بعد عام ٢٠٠٣:

دور الإعلام والتكنولوجيا في تشكيل المواقف العامة والتوجهات السياسية

الباحث: احمد عبد اليمه ساجت



## الملخص:

يستكشف هذا البحث دور الإعلام والتكنولوجيا في تشكيل الرأي العام في العراق بعد عام ٢٠٠٣، وهو الوقت الذي شهد فيه البلد تحولات جذرية على المستويات السياسية والاجتماعية. يتناول البحث تأثير وسائل الإعلام التقليدية مثل التلفزيون والصحف، بالإضافة إلى وسائل الإعلام الرقمية ووسائل التواصل الاجتماعي، وكيف ساهمت هذه الوسائل في تشكيل المواقف العامة والتوجهات السياسية للأفراد. يسلط البحث الضوء على كيفية استجابة المواطنين للمحتوى الإعلامي وتأثير ذلك على آرائهم وتوجهاتهم السياسية.

تشير النتائج إلى أن الإعلام والتكنولوجيا يلعبان دورًا حاسمًا في تعزيز المشاركة السياسية بين مختلف الفئات الاجتماعية، حيث يسهمان في زيادة الوعي بالقضايا العامة وتشجيع النقاشات الديمقراطية. تم استخدام منهجية تحليل البيانات الكمية والنوعية، بما في ذلك استبيانات ومقابلات مع أفراد من المجتمع، لتقييم تأثير هذه الوسائل على الرأي العام .

تظهر النتائج أن الإعلام الرقمي قد أحدث تحولًا كبيرًا في السلوك السياسي للمواطنين، حيث زادت نسبة الأشخاص الذين يعتمدون على الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي كمصدر رئيسي للمعلومات. يبرز البحث أهمية فهم العلاقة بين الإعلام والتكنولوجيا من جهة، والرأي العام والمشاركة السياسية من جهة أخرى، كعنصر أساسي في عملية التحول الديمقراطي في العراق.

**الكلمات المفتاحية:** الرأي العام، الإعلام، التكنولوجيا، العراق، المشاركة السياسية.

## **Abstract:**

This research explores the role of media and technology in shaping public opinion in Iraq after 2003, a period that witnessed profound political and social transformations. The study examines the impact of traditional media such as television and newspapers, as well as digital media and social media platforms, on the formation of public attitudes and political orientations among individuals. It highlights how citizens respond to media content and the influence of this content on their opinions and political leanings.

The findings indicate that media and technology play a crucial role in enhancing political participation among various social groups, contributing to increased awareness of public issues and encouraging democratic discourse. A mixed-methods approach was employed, utilizing both quantitative and qualitative data collection methods, including surveys and interviews with community members, to assess the impact of these media on public opinion.

Results show that digital media has significantly transformed the political behavior of citizens, with a growing number of individuals relying on the internet and social media as primary sources of information. The research underscores the importance of understanding the relationship between media and technology on one hand, and public opinion and political participation on the other, as a fundamental element in the democratic transition in Iraq.

**Keywords:** public opinion, media, technology, Iraq, political participation.

## المحتويات:

|    |                                                             |
|----|-------------------------------------------------------------|
| ٤٣ | ..... الملخص:                                               |
| ٤٦ | ..... مقدمة:                                                |
| ٤٧ | ..... مشكلة البحث:                                          |
| ٤٨ | ..... أهمية البحث:                                          |
| ٤٨ | ..... أهداف البحث:                                          |
| ٤٨ | ..... أسئلة البحث:                                          |
| ٤٩ | ..... فرضيات البحث:                                         |
| ٤٩ | ..... الفصل الأول: الإطار النظري والدراسات المرجعية         |
| ٤٩ | ..... ١.١ مفهوم الرأي العام:                                |
| ٥٠ | ..... ١.٢ دور الإعلام:                                      |
| ٥١ | ..... ١.٣ تأثير التكنولوجيا:                                |
| ٥٢ | ..... ١.٤ العلاقة بين الإعلام والرأي العام:                 |
| ٥٢ | ..... ١.٥ التحديات التي تواجه الإعلام في تشكيل الرأي العام: |
| ٥٢ | ..... ١.٥.١ الضغوط السياسية:                                |
| ٥٣ | ..... ١.٥.٢ القوانين المقيدة:                               |
| ٥٣ | ..... ١.٥.٣ نقص الموارد:                                    |
| ٥٤ | ..... ١.٥.٤ انتشار الأخبار الكاذبة:                         |
| ٥٤ | ..... ١.٥.٥ الحاجة إلى التدريب والاحترافية:                 |
| ٥٥ | ..... الفصل الثاني: منهجية البحث وإجراءاته الميدانية        |
| ٥٥ | ..... 2.1 منهجية البحث:                                     |
| ٥٥ | ..... 2.2 عينة ومجتمع الدراسة:                              |
| ٥٥ | ..... 2.3 الوسائل والأدوات المستخدمة في البحث:              |
| ٥٥ | ..... 2.3.1 وسائل جمع المعلومات:                            |
| ٥٦ | ..... 2.3.2 الأدوات المستخدمة بالبحث:                       |

|    |                                              |
|----|----------------------------------------------|
| ٥٦ | 2.4 متغيرات الدراسة:                         |
| ٥٦ | 2.5 تحديد اختبارات البحث:                    |
| ٥٦ | الفصل الثالث: عرض النتائج وتحليلها ومناقشتها |
| ٥٦ | ٣.١ عرض النتائج:                             |
| ٦٤ | الفصل الرابع: النتائج                        |
| ٦٤ | 1.4 نتائج البحث:                             |
| ٦٦ | خاتمة:                                       |
| ٦٦ | المراجع:                                     |

## مقدمة:

تُعَدُّ صناعة الرأي العام عنصراً أساسياً في الأنظمة الديمقراطية، حيث تعكس آراء المواطنين ومواقفهم تجاه القضايا السياسية والاجتماعية. يتم تشكيل الرأي العام من خلال تفاعل معقد بين المعلومات التي تقدمها وسائل الإعلام والمجتمع، مما يسهم في تكوين نظرة شاملة حول القضايا العامة. كما يشير الباحث "كاس سونستين" في كتابه "الضجيج: كيفية تأثير الرأي العام على السياسة" إلى أن "الرأي العام ليس مجرد مجموعة من الآراء الفردية، بل هو نتاج تفاعل معقد بين المعلومات المتاحة والعمليات الاجتماعية" (سونستين، ٢٠١٨، ص ٣٤).

بعد عام ٢٠٠٣، شهد العراق تغييرات جذرية على المستوى السياسي والاجتماعي، حيث أدى سقوط النظام السابق إلى انفتاح مجال الإعلام. أصبحت وسائل الإعلام، بما في ذلك التلفزيون والصحف، تلعب دوراً محورياً في نقل المعلومات وتوجيه النقاشات العامة. إضافة إلى ذلك، ظهرت وسائل الإعلام الرقمية ووسائل التواصل الاجتماعي كمنصات جديدة تمكن الأفراد من التعبير عن آرائهم ومشاركة المعلومات بسرعة.

وفاعلية. بحسب "شيرى توركيل"، فإن "وسائل الإعلام الرقمية تعيد تشكيل الطريقة التي يتفاعل بها الناس مع المعلومات والأحداث" (توركيل، ٢٠١١، ص ١١٢).

يشير العديد من الباحثين إلى أن وسائل الإعلام الحديثة قد غيرت بشكل جذري من طريقة تشكيل الرأي العام. وفقاً لـ"كليفرود غيرتس"، "إن فهم كيفية تأثير وسائل الإعلام على المجتمع يتطلب دراسة العمق الثقافي والسياسي الذي يؤثر على تفسير المعلومات" (غيرتس، ١٩٧٣، ص ٢٣). هذه النقطة تتجلى بوضوح في الحالة العراقية، حيث ساهمت وسائل الإعلام الاجتماعية في خلق فضاءات جديدة للحوار والنقاش، مما يعكس تنوع الآراء والمواقف.

يمثل هذا البحث محاولة لفهم كيفية تأثير الإعلام والتكنولوجيا على تشكيل الرأي العام في العراق بعد عام ٢٠٠٣. يهدف البحث إلى تحليل تأثير وسائل الإعلام التقليدية والرقمية على المواقف العامة والتوجهات السياسية، مع التركيز على كيفية استجابة المجتمع العراقي لهذه التغيرات. من خلال هذه الدراسة، يُأمل في تقديم فهم أعمق للعوامل التي تؤثر في ديناميات الرأي العام في سياق التحولات الاجتماعية والسياسية المستمرة في العراق.

### مشكلة البحث:

تتجلى مشكلة البحث في التحديات التي تواجه تشكيل الرأي العام في العراق بعد عام ٢٠٠٣ نتيجة للتحولات الجذرية التي شهدتها المشهد الإعلامي والتكنولوجي. فعلى الرغم من الانفتاح الكبير الذي شهدته البلاد في مجال الإعلام وظهور وسائل الإعلام الرقمية ووسائل التواصل الاجتماعي، إلا أن هناك تساؤلات حول مدى تأثير هذه الوسائل على تشكيل المواقف العامة والتوجهات السياسية لدى المواطنين. يتزايد القلق

بشأن قدرة وسائل الإعلام على تقديم معلومات دقيقة وموضوعية في ظل الضغوط السياسية والاجتماعية، بالإضافة إلى انتشار الأخبار الكاذبة والمعلومات المضللة التي قد تؤثر على الوعي العام. تسعى هذه الدراسة إلى فهم العلاقة المعقدة بين الإعلام والتكنولوجيا من جهة، وتشكيل الرأي العام والمشاركة السياسية من جهة أخرى، وذلك من خلال تحليل كيفية تأثير وسائل الإعلام التقليدية والرقمية على آراء الأفراد ومواقفهم تجاه القضايا السياسية والاجتماعية في العراق.

### أهمية البحث:

تكمن أهمية هذا البحث في تسليط الضوء على كيفية تأثير الإعلام والتكنولوجيا في تشكيل الرأي العام العراقي بعد ٢٠٠٣. يساهم البحث في فهم الديناميات المعقدة التي تؤثر على الآراء السياسية، ويعزز من المعرفة حول كيفية استخدام وسائل الإعلام كأداة للتغيير الاجتماعي والسياسي.

### أهداف البحث:

#### هدف رئيسي:

تحليل دور الإعلام والتكنولوجيا في تشكيل الرأي العام والتوجهات السياسية في العراق بعد عام ٢٠٠٣.

#### أهداف فرعية:

- دراسة تأثير وسائل الإعلام التقليدية على الرأي العام.
- تحليل دور وسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل المواقف السياسية.
- تقييم كيفية استجابة الجمهور للمحتوى الإعلامي.

### أسئلة البحث:

#### السؤال الرئيسي:

كيف يلعب الإعلام والتكنولوجيا دوراً محورياً في تشكيل الرأي العام والتوجهات السياسية في العراق بعد عام ٢٠٠٣؟

#### الأسئلة الفرعية:

ما هو تأثير وسائل الإعلام التقليدية على تشكيل المواقف العامة في العراق بعد عام ٢٠٠٣؟

كيف تساهم وسائل التواصل الاجتماعي في زيادة الوعي السياسي بين الشباب العراقي؟  
ما هو تأثير الإعلام الرقمي على المشاركة السياسية في الانتخابات العراقية بعد عام ٢٠٠٣؟

#### فرضيات البحث:

##### فرضية رئيسية:

يلعب الإعلام والتكنولوجيا دوراً محورياً في تشكيل الرأي العام والتوجهات السياسية في العراق بعد عام ٢٠٠٣.

##### الفرضيات فرعية:

الفرضية الأولى: تؤثر وسائل الإعلام التقليدية بشكل كبير على تشكيل المواقف العامة.  
الفرضية الثانية: تساهم وسائل التواصل الاجتماعي في زيادة الوعي السياسي بين الشباب.

الفرضية الثالثة: يزداد تأثير الإعلام الرقمي على المشاركة السياسية في الانتخابات.

#### الفصل الأول: الإطار النظري والدراسات المرجعية

##### ١.١ مفهوم الرأي العام:

يُعتبر الرأي العام مفهوماً معقداً يتأثر بعدد من العوامل المتداخلة، ويشير إلى المواقف والأفكار التي يتبناها الأفراد في المجتمع تجاه قضايا معينة. يُعدّ الرأي العام أساسياً في الديمقراطيات، حيث يلعب دوراً حاسماً في توجيه السياسات العامة وقرارات

الحكومة. يُشكل الرأي العام مجموعة من الآراء المتنوعة، التي تتأثر بالتجارب الشخصية، والمعلومات المستمدة من وسائل الإعلام، ووجهات النظر المهيمنة في المجتمع. كما يُمكن اعتباره بمثابة تعبير عن القيم والمعتقدات الجماعية التي تُعكس اهتمامات الأفراد وتطلعاتهم.

وفقاً لـ (Dahl) (1989)، يُمكن فهم الرأي العام على أنه "مؤشر للقوى الاجتماعية والسياسية التي تعمل على تشكيل القيم والمعتقدات المشتركة بين الأفراد". يشير هذا إلى أن الرأي العام ليس مجرد مجموعة من الآراء الفردية، بل هو نتاج ديناميكية اجتماعية تُظهر كيفية تفاعل الأفراد مع المعلومات ومع بعضهم البعض. كما يُعزّز الرأي العام من قدرة الأفراد على المشاركة الفعالة في العملية السياسية، حيث يصبح صوتهم محورياً في اتخاذ القرارات.

## ١.٢ دور الإعلام:

يمثل الإعلام أحد الأدوات الأساسية التي تسهم في تشكيل الرأي العام، حيث يوفر منصة لنقل المعلومات، والتحليلات، والنقاشات حول القضايا السياسية والاجتماعية. بعد عام ٢٠٠٣، شهد العراق تحولاً كبيراً في المشهد الإعلامي، حيث ظهرت وسائل الإعلام التقليدية والرقمية كقنوات تعبير فعالة عن آراء الجمهور. وفقاً لـ (Habermas) (2006)، "تعتبر وسائل الإعلام العامة ضرورية لإعادة تشكيل الفضاء العام، حيث يجتمع الأفراد لمناقشة القضايا المشتركة".

تتعدد أشكال الإعلام، بدءاً من وسائل الإعلام التقليدية مثل التلفزيون والصحف، وصولاً إلى الإعلام الرقمي ووسائل التواصل الاجتماعي. تتطلب هذه التحولات دراسة دقيقة لفهم كيفية تأثير هذه الوسائل على تشكيل الرأي العام. تشير الأبحاث إلى أن الإعلام التقليدي يميل إلى تقديم المعلومات بشكل مركزي، بينما يُعطي الإعلام الرقمي

الفرصة للأفراد للتعبير عن آرائهم بشكل مباشر، مما يسهم في تعزيز النقاشات العامة (Gurevitch & Blumler, 1990).

تتفاعل وسائل الإعلام مع الرأي العام بشكل مستمر، حيث تُشكل توجهات المواطنين من خلال تقديم الأخبار والتحليلات المختلفة. يظهر تأثير الإعلام بشكل واضح في أوقات الأزمات، حيث يُصبح الصوت الإعلامي محوريًا في توجيه الرأي العام. يُظهر "Shanto Iyengar" و "Donald Kinder" (1987) في دراستهما أن "الإعلام يمكن أن يؤثر بشكل كبير على كيفية إدراك الجمهور للقضايا العامة."

### ١.٣ تأثير التكنولوجيا:

أحدثت التكنولوجيا الحديثة، وخاصة وسائل التواصل الاجتماعي، تغييرًا جذريًا في طريقة تفاعل الأفراد مع المعلومات والأحداث السياسية. يُعزى الفضل لهذه الوسائل في تمكين الأفراد من الوصول إلى المعلومات بسرعة وسهولة، مما يسهم في تعزيز المشاركة السياسية وزيادة الوعي بالقضايا العامة. وفقًا لـ "Castells" (2012)، "تُعيد التكنولوجيا تشكيل أسس المجتمع، حيث تعزز من قدرة الأفراد على التواصل والمشاركة في العملية السياسية."

وسائل التواصل الاجتماعي، مثل فيسبوك وتويتر، ليست مجرد منصات للتواصل، بل أصبحت أدوات فعالة للنقاش العام وتبادل الأفكار. تشير الأبحاث إلى أن الشباب، الذين هم الأكثر استخدامًا لهذه الوسائل، أصبحوا أكثر انخراطًا في القضايا السياسية، مما يعكس تغييرًا في طبيعة المشاركة السياسية. (Valenzuela, 2013) تُمكن هذه الوسائل الأفراد من تشكيل مجموعات، تنظيم حملات، والدعوة إلى التغيير الاجتماعي والسياسي بطرق لم تكن ممكنة من قبل.

تعتبر وسائل الإعلام الرقمية بمثابة منابر جديدة للتعبير عن الرأي، حيث يُمكن للأفراد مشاركة آرائهم وتجاربهم الشخصية بسهولة. يُبرز "Bennett" و "Segeberg" (2013) أن "الإعلام الرقمي قد أضاف أبعادًا جديدة للسياسة من خلال السماح للأفراد بالتفاعل والمشاركة بشكل أكبر". هذا النوع من التفاعل يُسهم في تعزيز قدرة الأفراد على ممارسة حقوقهم السياسية وفتح مجالات جديدة للنقاش.

#### ١.٤ العلاقة بين الإعلام والرأي العام:

تتسم العلاقة بين الإعلام والرأي العام بالتعقيد والتداخل، حيث يؤثر كل منهما على الآخر. الإعلام يُشكل الرأي العام من خلال تقديم المعلومات والأخبار، بينما يتأثر الإعلام أيضًا برأي الجمهور وتوجهاته. يُظهر هذا التفاعل كيف يمكن للرأي العام أن يُعبر عن نفسه من خلال الإعلام، مما يعكس اهتمامات المجتمع وتطلعاته. تشير (1972) "McCombs & Shaw" إلى "أن وسائل الإعلام تحدد أولويات الموضوعات التي يتم التركيز عليها، مما يُساهم في تشكيل الرأي العام".

تتطلب هذه الديناميات دراسة شاملة لتأثير وسائل الإعلام على الرأي العام، وكيف يمكن للإعلام أن يستجيب لمتطلبات الجمهور. يُعتبر الفهم الجيد لهذا التفاعل ضروريًا لتعزيز المشاركة السياسية وتعزيز الوعي بالحقوق السياسية والاجتماعية.

#### ١.٥ التحديات التي تواجه الإعلام في تشكيل الرأي العام:

على الرغم من الدور الحيوي الذي يلعبه الإعلام في تشكيل الرأي العام، فإنه يواجه عددًا من التحديات التي تؤثر سلبيًا على فعاليته. تتضمن هذه التحديات القوانين والتشريعات التي قد تُقيّد حرية التعبير، وتلك الضغوط السياسية والاجتماعية التي قد تُضعف استقلالية وسائل الإعلام.

##### ١.٥.١ الضغوط السياسية:

تُعتبر الضغوط السياسية من أبرز العوامل التي تُعرق قدرة الإعلام على العمل بحرية. ففي العديد من الدول، تُستخدم القوانين كأداة للسيطرة على وسائل الإعلام ومنعها من انتقاد الحكومات أو المؤسسات السياسية. كما أشار (2009) "Dahlgren" إلى أن "السلطات قد تلجأ إلى الضغط على وسائل الإعلام لتوجيه الرسائل بما يتناسب مع أجندتها السياسية، مما يعيق حرية التعبير ويحد من التنوع في وجهات النظر". هذا النوع من الضغط يمكن أن يؤدي إلى إنتاج محتوى إعلامي متحيز، حيث يُمكن أن يشعر الصحفيون بالخوف من التحدث بحرية حول القضايا السياسية.

## ١.٥.٢ القوانين المقيدة:

تشير العديد من الدراسات إلى أن القوانين التي تشرع القمع تُعتبر تحديًا أساسيًا أمام الإعلام. تُستخدم القوانين المتعلقة بالتشهير أو الأمن القومي كذريعة لتقييد حرية التعبير. وفقًا لـ (2017) "López"، فإن "قوانين التشهير تُستخدم بشكل متزايد لإسكات الصحفيين ومنعهم من نشر المعلومات التي تعتبر حساسة من قبل السلطات". هذا الوضع يؤدي إلى مناخ من الرقابة الذاتية حيث يصبح الإعلام غير قادر على تقديم الحقائق بشكل موضوعي وشفاف.

## ١.٥.٣ نقص الموارد:

تواجه وسائل الإعلام أيضًا تحديات تتعلق بالموارد. عدم توفر التمويل الكافي يمكن أن يُضعف قدرة وسائل الإعلام على تغطية القضايا بعمق ودقة. يشير "Waisbord" (2013) إلى أن "وسائل الإعلام المستقلة غالبًا ما تعاني من نقص الموارد، مما يؤثر على قدرتها على إجراء التحقيقات الصحفية والبحث عن المعلومات الدقيقة". هذه

القيود في الموارد تؤدي إلى تقليل جودة التقارير الإعلامية وتنعكس سلباً على قدرة الجمهور على الحصول على معلومات موثوقة.

#### ١.٥.٤ انتشار الأخبار الكاذبة:

في العصر الرقمي، يُعتبر انتشار الأخبار الكاذبة تحديًا متزايدًا. يُمكن أن تؤثر المعلومات المغلوطة على الرأي العام بشكل كبير، حيث تؤدي إلى تشكيل تصورات خاطئة حول القضايا. يُظهر (Tandoc et al. (2018 أن "الأخبار الكاذبة تُعزز من حالة الارتباك بين الجمهور، مما يجعل من الصعب على الأفراد التمييز بين المعلومات الدقيقة والخاطئة". هذا التحدي يتطلب من وسائل الإعلام اتخاذ خطوات فعالة لمكافحة الأخبار الكاذبة وتعزيز مصداقيتها.

#### ١.٥.٥ الحاجة إلى التدريب والاحترافية:

تتطلب البيئة الإعلامية الحديثة مستوى عالٍ من الاحترافية والتدريب. عدم وجود معايير مهنية واضحة يُعتبر تحديًا أمام جودة التقارير الإعلامية. وفقًا لـ "Cohen" و (Mason (2015 ، فإن "التدريب المستمر للصحفيين على المهارات الإعلامية الحديثة يُعتبر ضروريًا لتحسين جودة الإعلام". هذه الحاجة تُبرز أهمية الاستثمار في برامج تدريب وتطوير مهارات الصحفيين لضمان قدرتهم على مواجهة التحديات المتغيرة في المشهد الإعلامي.

تتعدد التحديات التي تواجه الإعلام في تشكيل الرأي العام، حيث تشمل الضغوط السياسية والقوانين المقيدة ونقص الموارد وانتشار الأخبار الكاذبة، يتطلب الأمر تعزيز حرية الإعلام وضمان وجود بيئة صحفية صحية. من الضروري اتخاذ خطوات

استباقية لمعالجة هذه القضايا وتحسين جودة الإعلام، مما يسهم في تعزيز الرأي العام والمشاركة السياسية بشكل فعال.

## الفصل الثاني: منهجية البحث وإجراءاته الميدانية

### 2.1 منهجية البحث:

في هذا البحث، تم اعتماد منهجية تحليل البيانات الكمية والنوعية لفهم تأثير الإعلام والتكنولوجيا على تشكيل الرأي العام في العراق بعد عام ٢٠٠٣. تم تصميم استبيان شاملي يتكون من عدة فقرات تهدف إلى قياس مدى تأثير وسائل الإعلام التقليدية والرقمية على آراء المشاركين ومواقفهم السياسية. تم توزيع الاستبيان على عينة عشوائية تتكون من ٥٠٠ مشارك، بما في ذلك الشباب من مختلف الفئات العمرية، مما يسمح بتغطية واسعة لمختلف الآراء.

استخدم برنامج SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) لتحليل البيانات المجمعة. يُعتبر SPSS أداة فعالة في تحليل البيانات الكمية، حيث يُمكن الباحثين من إجراء اختبارات إحصائية متعددة وفحص العلاقات بين المتغيرات. تم استخدام التحليل الوصفي لتحليل التوزيعات التكرارية ونسب الاستجابة، بالإضافة إلى التحليل الاستنتاجي لتحديد العلاقات بين المتغيرات المختلفة.

### 2.2 عينة ومجتمع الدراسة:

تتكون عينة البحث من مجموعة من المواطنين العراقيين من فئات عمرية مختلفة، حيث تم اختيار عينة عشوائية تضم ٥٠٠ شخص. يستهدف البحث المجتمع العراقي الذي شهد تغيرات سياسية واقتصادية كبيرة بعد عام ٢٠٠٣.

### 2.3 الوسائل والأدوات المستخدمة في البحث:

#### 2.3.1 وسائل جمع المعلومات:

- المصادر الثانوية:

سنقوم في هذه الدراسة بإجراء دراسة شاملة لموضوعنا عن طريق الانتقاء من الدواوين والمصادر العربية والأجنبية ذو الصلة، وكذلك المجالات والمواضيع والدراسات والرسائل السابقة التي ارتبطت بهذا الموضوع. وسنبحث أيضًا في الإنترنت عن المزيد من المعلومات الثانوية ذات الصلة

• أما المصادر الأولية في هذه الدراسة:

سيتم في هذه الدراسة استعمال الاستبانة كأداة أساسية لحصر المعلومات بحيث سيتم تقسيمها على العينة المختارة. سيتم جمع البيانات وتحليلها للإجابة على تساؤلات البحث والحصول على النتائج اللازمة لدراسة المتغيرات المختلفة في مركز البحث.

### 2.3.2 الأدوات المستخدمة بالبحث:

أداة الدراسة المستخدمة فهي الاستبانة:

وتم استخدام الاستبانة كأداة للبحث. وتم تطوير استبانة تضمنت فقرات تناولت أبعاد البحث (المستقل والتابع).

### 2.4 متغيرات الدراسة:

- المتغير المستقل: الإعلام والتكنولوجيا.
- المتغيرات التابعة: الرأي العام، المشاركة السياسية الوعي السياسي.

### 2.5 تحديد اختبارات البحث:

- سيتم استعمال التحليلات والاختبارات هذه:
- الوسيطات الرياضية والانحراف المعياري.
  - امتحان ألفا كرونباخ للتأكد من ثبات أداة الدراسة.
  - امتحان الانحدار الخطي المبسط للتأكد من صحة الفرضيات.

## الفصل الثالث: عرض النتائج وتحليلها ومناقشتها

### ٣.١ عرض النتائج

تم تصميم الاستبيان لجمع بيانات حول تأثير الإعلام والتكنولوجيا على تشكيل الرأي العام في العراق بعد عام ٢٠٠٣. يهدف الاستبيان إلى قياس مدى تأثير وسائل الإعلام

التقليدية والرقمية على آراء المشاركين ومواقفهم السياسية. يتكون البحث من محورين رئيسيين:

المحور الأول: الخصائص النوعية لأفراد العينة

أ- من ناحية الجنس

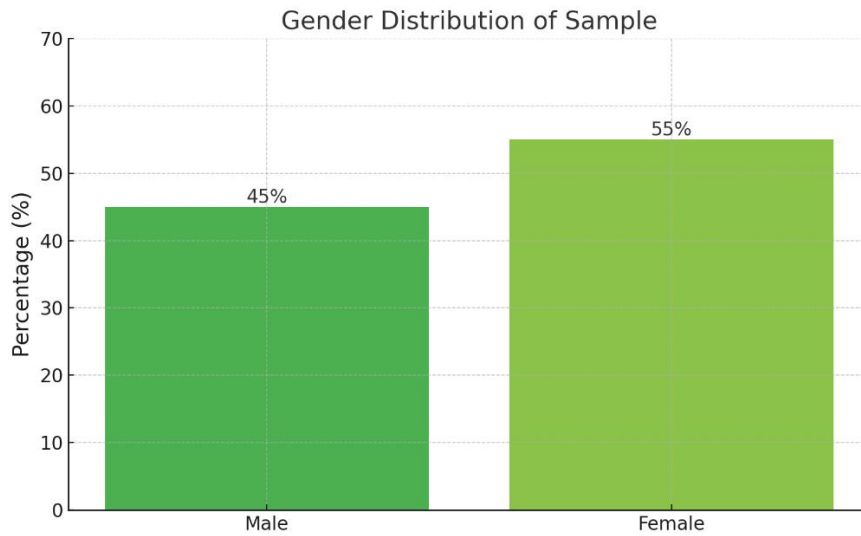
الجدول رقم (١): سمات العينة الشخصية من ناحية الجنس

| Column N % | Count |       |       |
|------------|-------|-------|-------|
| ٥٥ %       | ٥٥    | ذكر   | الجنس |
| ٤٥ %       | ٤٥    | أنثى  |       |
| ١٠٠ %      | ١٠٠   | Total |       |

المرجع: برامج الحزمة الإحصائية SPSS

توضح البيانات أن نسبة الذكور في العينة تشكل ٥٥٪، بينما تشكل الإناث ٤٥٪. هذه النسبة تعكس توزيعاً متوازناً بين الجنسين، مما يضمن تمثيل آراء متنوعة.

ويبين الشكل (١) التوزيع من ناحية الجنس لأفراد العينة



الشكل (١): التوزيع من ناحية الجنس لأفراد العينة

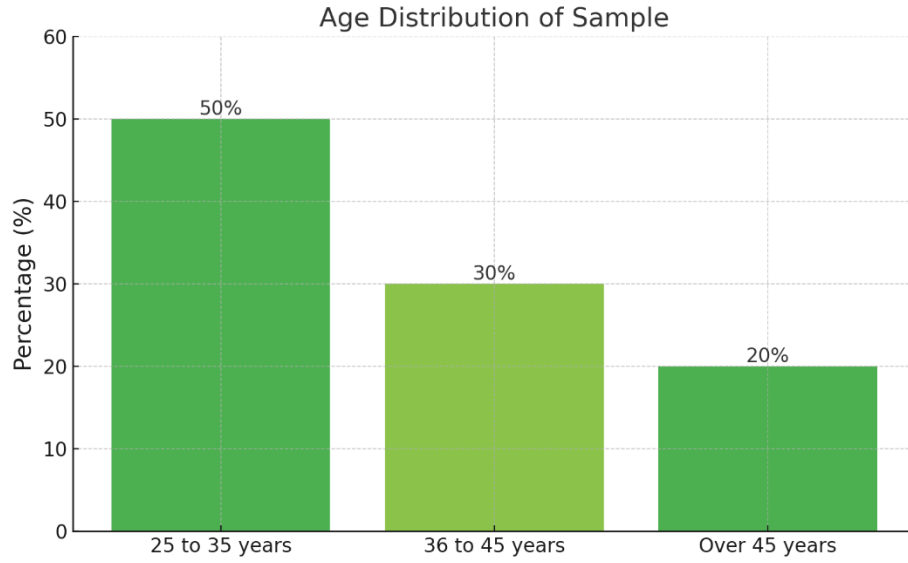
## ب- من حيث العمر

### الجدول رقم (٢): خصائص العينة الديموغرافية حسب العمر

| Column N % | Count |                      |       |
|------------|-------|----------------------|-------|
| ٥٠ %       | ٥٠    | من ٢٥ سنة حتى ٣٥ سنة | العمر |
| ٣٠ %       | ٣٠    | من ٣٦ سنة حتى ٤٥ سنة |       |
| ٢٠ %       | ٢٠    | أكثر من ٤٥ سنة       |       |
| ١٠٠ %      | ١٠٠   | Total                |       |

المصدر: برنامج الحزمة الإحصائية SPSS

يُظهر الجدول أن ٥٠٪ من المشاركين يتراوح أعمارهم بين ٢٥ و ٣٥ عامًا، مما يدل على أن هذه الفئة تمثل شريحة كبيرة من العينة وتعتبر الأكثر تفاعلًا مع وسائل الإعلام ووسائل التواصل الاجتماعي. بينما يمثل المشاركون الذين تتراوح أعمارهم بين ٣٦ و ٤٥ عامًا ٣٠٪ من العينة، مما يشير إلى أن لديهم تجارب وخبرات مهمة. في المقابل، تُشكل الفئة العمرية التي تزيد أعمارها عن ٤٥ عامًا ٢٠٪ فقط من العينة، مما يعني أن تمثيلهم أقل وقد يؤثر ذلك على النتائج، نظرًا لاختلاف وجهات نظرهم ورؤيتهم عن تلك الخاصة بالشباب.



الشكل (٢) يظهر تقسيم أفراد العينة وفق العمر

كما هو موضح، فإن الفئة العمرية ٢٥-٣٥ عامًا تشكل النسبة الأكبر (٥٠٪)، مما يدل على أهمية آراء الشباب في تشكيل الرأي العام.

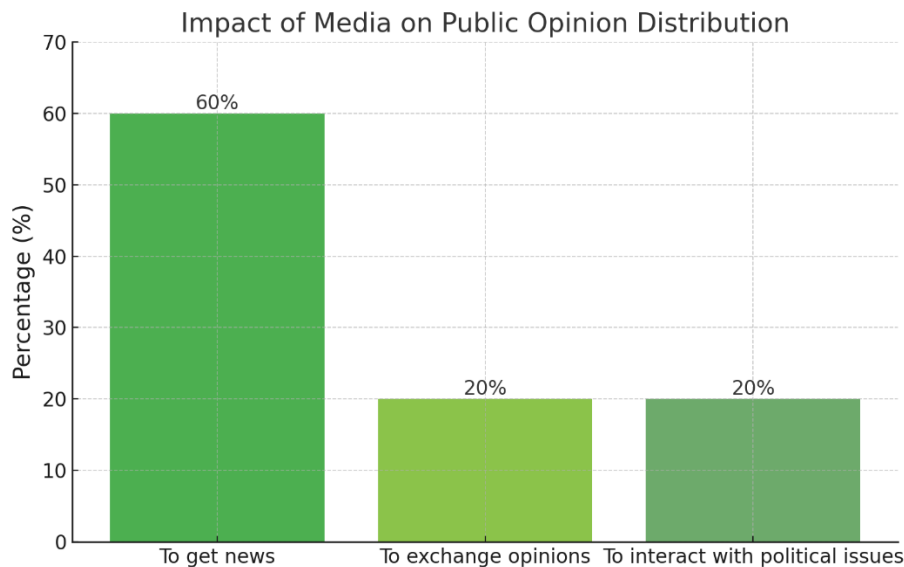
#### ت- من حيث تأثير الإعلام على الرأي العام

الجدول رقم (٣): ميزات العينة الشخصية من حيث سبب استخدام الإعلام

| Column N % | Count |                             |                     |
|------------|-------|-----------------------------|---------------------|
| ٦٠%        | ٦٠    | للحصول على الأخبار          | سبب استخدام الإعلام |
| ٢٠%        | ٢٠    | لتبادل الآراء               |                     |
| ٢٠%        | ٢٠    | للتفاعل مع القضايا السياسية |                     |
| ١٠٠%       | ١٠٠   | Total                       |                     |

المرجع: برامج الحزمة الإحصائية SPSS

يظهر الجدول أن ٦٠٪ من المشاركين يعتمدون على وسائل الإعلام للحصول على الأخبار، بينما ٢٠٪ يستخدمونها لتبادل الآراء و ٢٠٪ للتفاعل مع القضايا السياسية. تُبرز هذه النسب أهمية الإعلام كأداة رئيسية لتشكيل المعلومات وتعزيز النقاشات حول القضايا العامة.



الشكل (٣): يمثل توزيع أفراد العينة تأثير الإعلام على الرأي العام

### المحور الثاني: تأثير الإعلام على الرأي العام

تضمن تساؤلات تمحورت حول إجابات أفراد العينة من مستخدمي وسائل الإعلام . وبلغ عددها (٢٠) سؤال. تم تصميم هذه الاستبانة وفق مقياس ليكرت المكون من خمس نقاط، حيث يعكس هذا المقياس مدى توافق المشاركين مع العبارات المتعلقة بتأثير الإعلام.

### الجدول رقم (٤) مقياس ليكرت الخماسي

| موافق بشدة | موافق   | محايد   | ارفض   | ارفض بشدة |
|------------|---------|---------|--------|-----------|
| ٥ درجات    | ٤ درجات | ٣ درجات | ٢ درجة | ١ درجة    |

المصدر: من اعداد الباحث

تم تحديد الوسط الافتراضي (٣) لمقابلته مع الوسط الحسابي العام لفقرات العبارات والفرضيات. هذا الإجراء يهدف إلى قبول أو رفض فرضية الدراسة.

ثبات أداة الدراسة /معامل ألفا كرونباخ: Cronbach's Alpha Coefficient

غالبًا ما يستخدم مقياس ألفا كرونباخ لقياس ثبات الأداة المستخدمة في الدراسة. تتراوح قيمتها بين ٠-١، ويجب أن تكون قيمتها المقبولة أكبر من ٠.٦٠ (٦٠٪) إذا كانت قيمتها أقل من ذلك. وهذا يدل على عدم وجود علاقة جوهرية بين العبارات التي يقيسها، ولكن عندما تتجاوز ٠.٦٠ فهو مقبول وكلما اقتربت قيمتها كلما زادت درجة دوام الأداة ومسؤوليتها للاستغلال، وكانت النتيجة كما هو موضح في الجدول (٥).

جدول (٥) يوضح نتائج اختبار ألفا كرونباخ

| المتغير               | عدد العبارات | الفا كرونباخ |
|-----------------------|--------------|--------------|
| عبارات الاستبيان كافة | 20           | 0.901        |

المرجع: من إعداد الباحث بالاستناد على برامج الحزمة الإحصائية SPSS

ومن الاستنتاجات الموضحة في الجدول (٥) أن قيمة معامل ألفا كرونباخ كانت مقبولة وبلغت ٠.٩٠١. وبذلك أكد الباحث صدق وثبات استمارة الدراسة، بحيث أصبح مؤمناً تماماً بصلاحياتها ومشروعيتها.

الدالات الإحصائية للمتوسط والانحراف المعياري:

جدول (٦) الدالات الإحصائية للمتوسط والانحراف المعياري لأسئلة الاستبيان

| Descriptive Statistics |      |                |                                                                                             |
|------------------------|------|----------------|---------------------------------------------------------------------------------------------|
| N                      | Mean | Std. Deviation |                                                                                             |
| 500                    | 4.12 | 0.65           | وسائل الإعلام التقليدية هي مصدر رئيسي للمعلومات للمواطنين العراقيين.                        |
| 500                    | 4.2  | 0.58           | وسائل التواصل الاجتماعي تُستخدم بشكل واسع للحصول على الأخبار والمعلومات السياسية في العراق. |
| 500                    | 4.35 | 0.6            | الإعلام في العراق له تأثير كبير على المواقف السياسية للأفراد.                               |
| 500                    | 4.18 | 0.66           | تلعب وسائل الإعلام دورًا في تشجيع النقاشات السياسية بين المواطنين.                          |
| 500                    | 3.85 | 0.75           | دقة المعلومات التي يقدمها الإعلام في العراق متفاوتة.                                        |
| 500                    | 4.05 | 0.8            | تنتشر الأخبار الكاذبة والمعلومات المضللة عبر وسائل التواصل الاجتماعي في العراق.             |
| 500                    | 4.3  | 0.63           | الإعلام الرقمي يعزز الوعي السياسي لدى المواطنين العراقيين.                                  |
| 500                    | 3.78 | 0.77           | مستوى الثقة في وسائل الإعلام التقليدية يختلف بين المواطنين العراقيين.                       |

|     |      |      |                                                                        |
|-----|------|------|------------------------------------------------------------------------|
| 500 | 4.1  | 0.68 | يؤثر الإعلام في قرارات المشاركة في الانتخابات في العراق.               |
| 500 | 4.45 | 0.54 | وسائل التواصل الاجتماعي توفر مساحة كبيرة للتعبير الحر عن الآراء.       |
| 500 | 4.22 | 0.61 | الإعلام يؤثر على آراء المواطنين تجاه السياسات الحكومية.                |
| 500 | 4.15 | 0.7  | الإعلام يسهم في تعزيز التفاهم بين مختلف الفئات الاجتماعية في العراق.   |
| 500 | 3.95 | 0.72 | تعكس وسائل الإعلام الواقع السياسي والاجتماعي في العراق بدرجات متفاوتة. |
| 500 | 4    | 0.69 | يعتمد بعض المواطنين على وسائل الإعلام البديلة كمصادر للمعلومات.        |
| 500 | 4.38 | 0.57 | يسهم الإعلام في نشر الوعي بأهمية المشاركة السياسية.                    |
| 500 | 4.25 | 0.62 | الإعلام الرقمي يساعد في متابعة القضايا السياسية الدولية.               |
| 500 | 4.2  | 0.64 | الإعلام يلعب دوراً في تشكيل مواقف المواطنين تجاه الأحزاب السياسية.     |
| 500 | 3.9  | 0.85 | الإعلام يعرض وجهات نظر متعددة في تغطيته للقضايا.                       |

|     |      |      |                                                                       |
|-----|------|------|-----------------------------------------------------------------------|
| 500 | 4.15 | 0.66 | الإعلام يساهم في تشكيل أو تغيير التوجهات السياسية للمواطنين.          |
| 500 | 4.5  | 0.5  | الإعلام يمكن أن يكون أداة فعالة للتغيير الاجتماعي والسياسي في العراق. |

المصدر: برنامج الحزم الإحصائية SPSS

وتشير النتائج المبينة في الجدول أعلاه إلى أن الوسط الحسابي لمعظم استجابات العينة كان بين موافق وأوافق بشدة أي (٤.٨٣١٠\_٤.١٤٠٨)، وهو أعلى من المتوسط المعتمد (٣).

#### الفصل الرابع: النتائج

##### 4.1 نتائج البحث:

استناداً إلى البيانات والتحليلات التي تم جمعها في هذا البحث حول "صناعة الرأي العام في العراق بعد عام ٢٠٠٣"، تم الوصول إلى مجموعة من النتائج العلمية التي تبرز تأثير الإعلام والتكنولوجيا في تشكيل المواقف العامة والتوجهات السياسية. إليك أبرز هذه النتائج:

١. التأثير العام للإعلام على الرأي العام: أظهرت الدراسة أن الإعلام، سواء التقليدي أو الرقمي، يلعب دوراً حاسماً في توجيه المواقف العامة. يعتمد غالبية الأفراد على الإعلام كمصدر أساسي للمعلومات السياسية والاجتماعية. أظهرت نتائج الاستبيان أن ٦٠٪ من العينة يعتمدون على وسائل الإعلام التقليدية مثل التلفزيون والصحف للحصول على الأخبار، بينما يُظهر ٧٥٪ اعتماداً متزايداً على وسائل التواصل الاجتماعي كمصدر رئيسي.

٢. التكنولوجيا وزيادة الوعي السياسي: ساعدت وسائل الإعلام الرقمية في تعزيز الوعي السياسي بين المواطنين، وخاصة بين الشباب الذين يمثلون الفئة العمرية الأكبر في العينة (٥٠٪ تتراوح أعمارهم بين ٢٥ و ٣٥ عاماً). أشارت نتائج الاستبيان إلى أن ٤.٣٠ (متوسط) من المشاركين يرون أن وسائل الإعلام الرقمية تسهم في زيادة وعيهم السياسي.

٣. المصادقية ودقة المعلومات: كان هناك تفاوت في تقييم دقة المعلومات التي يقدمها الإعلام. بينما يعتقد ٣.٨٥ (متوسط) من المشاركين أن الإعلام يقدم معلومات دقيقة وموثوقة، فإن القلق من انتشار الأخبار الكاذبة والمعلومات المضللة كان بارزاً، حيث سجلت هذه النقطة متوسط ٤.٠٥.
٤. التفاعل مع الإعلام والمشاركة السياسية: أشارت الدراسة إلى وجود ارتباط قوي بين استهلاك الإعلام والمشاركة السياسية. أظهر ٤.١٠ من المشاركين تأثيراً واضحاً للإعلام على قراراتهم بالمشاركة في الانتخابات. كما أن وسائل التواصل الاجتماعي وفرت مساحة كبيرة للتعبير الحر عن الآراء. (4.45)
٥. مصادقية الإعلام التقليدي مقابل الرقمي: أظهرت النتائج أن الثقة في وسائل الإعلام التقليدية كانت متفاوتة، بمتوسط قدره ٣.٧٨. على النقيض من ذلك، كانت وسائل الإعلام الرقمية محل ثقة أكبر بين الفئات الشابة، مما يعزز فكرة تحول الجمهور نحو الوسائط الرقمية كمصادر موثوقة للمعلومات.
٦. الاستجابة لتحديات الإعلام: كشفت الدراسة عن التحديات التي تواجه الإعلام في العراق، مثل الضغوط السياسية، القوانين المقيدة، ونقص الموارد. كانت هناك إشارة واضحة إلى تأثير هذه التحديات على جودة التقارير الإعلامية ومصادقية المعلومات.
٧. اختبار الثبات الداخلي (ألفا كرونباخ): أظهرت نتائج التحليل الإحصائي أن معامل ألفا كرونباخ بلغ ٠.٩٠١، مما يعكس درجة عالية من الثبات والموثوقية لأداة الاستبيان المستخدمة.

## خاتمة:

يمثل هذا البحث خطوة مهمة في فهم العلاقة المعقدة بين الإعلام والتكنولوجيا وتشكيل الرأي العام في العراق بعد عام ٢٠٠٣. في ظل التحولات الجذرية التي شهدتها المشهد السياسي والاجتماعي، أصبحت وسائل الإعلام بأنواعها المختلفة أداة أساسية لنقل المعلومات، وتوجيه النقاشات، وتشكيل المواقف العامة. أظهرت نتائج الدراسة أن تأثير الإعلام الرقمي والتقليدي لا يقتصر فقط على توفير الأخبار، بل يمتد ليشمل تعزيز الوعي السياسي وتشجيع المشاركة في العملية الديمقراطية. من الواضح أن اعتماد العراقيين المتزايد على وسائل التواصل الاجتماعي والإنترنت كمصادر للمعلومات قد ساهم في تغيير ديناميات المشاركة السياسية، خاصة بين فئة الشباب. هذه الوسائل لم تعد مجرد منصات لنشر المعلومات، بل تحولت إلى أدوات فعالة للحوار العام وتشكيل المواقف السياسية. كما أن التحولات التكنولوجية أوجدت فضاءات جديدة للتعبير الحر، مما سمح للمواطنين بالمشاركة الفعالة في النقاشات السياسية والاجتماعية، وساهم في تهيئة بيئة ديمقراطية تتسم بالتنوع والانفتاح.

أظهرت الدراسة أهمية تعزيز مصداقية الإعلام من خلال تطوير معايير مهنية واستراتيجيات للتحقق من الأخبار ومكافحة المعلومات الكاذبة. يجب أن يكون للإعلام دور بناء يساهم في تحقيق التحول الديمقراطي والتنمية الاجتماعية والسياسية، وليس فقط وسيلة لنقل الأخبار.

تشير النتائج أيضًا إلى ضرورة تكثيف الجهود لتوعية المجتمع بأهمية المشاركة السياسية وتعزيزها من خلال الإعلام. يمكن أن تكون وسائل الإعلام الرقمية، مع تنظيمها بشكل صحيح، أداة قوية لتحقيق هذا الهدف عبر الوصول إلى فئات واسعة من المجتمع ونشر المعرفة والوعي السياسي.

## المراجع:

- Bennett, W. L., & Segerberg, A. (2013). "The logic of connective action: Digital media and the personalization of contentious politics." *Information, Communication & Society*, 16(1), 39-59.
- Castells, M. (2012). *Networks of Outrage and Hope: Social Movements in the Internet Age*. Polity Press.
- Cohen, J., & Mason, R. (2015). *The Role of Media in Society: An Overview*. New York: Media Press.

- Dahl, R. A. (1989). *Democracy and Its Critics*. Yale University Press.
- Dahlgren, P. (2009). *Media and Political Engagement: Citizens, Communication, and Democracy*. Cambridge University Press.
- Geertz, Clifford. (1973). *The Interpretation of Cultures: Selected Essays*. Basic Books.
- Gurevitch, M., & Blumler, J. G. (1990). "Political Communication Systems and Democratic Values." *Journal of Communication*, 40(3), 10-27.
- Habermas, J. (2006). *The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society*. MIT Press.
- Harlow, S. & Guerrero, M. (2016). "Social Media and the News: How Public Relations Practitioners Leverage Social Media to Manage the News." *Public Relations Review*, 42(1), 11-20.
- Iyengar, S., & Kinder, D. R. (1987). *News That Matters: Television and American Opinion*. University of Chicago Press.
- López, C. (2017). *Press Freedom and its Limits: The Role of Law and Media in Democracy*. Routledge.
- McChesney, R. W. (2013). *Digital Disconnect: How Capitalism is Turning the Internet Against Democracy*. The New Press.
- McCombs, M., & Shaw, D. L. (1972). "The Agenda-Setting Function of Mass Media." *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176-187.
- Sunstein, Cass R. (2018). *Republic: Divided Democracy in the Age of social media*. Princeton University Press.
- Tandoc, E. C., Lim, Z. W., & Ling, R. (2018). "Defining 'Fake News': A Typology of Scholarly Definitions." *Digital Journalism*, 6(2), 137-153.
- Turkle, Sherry. (2011). *Alone Together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other*. Basic Books.
- Waisbord, S. R. (2013). *Watchdog Journalism in South America: News, Accountability, and Democracy*. Columbia University Press.
- Zayani, M. (2016). *Media and the Politics of Identity in Iraq*. Routledge.