



ISSN: 1999-5601 (Print) 2663-5836 (online)

Lark Journal

Available online at: <https://lark.uowasit.edu.iq>



\*Corresponding author:

Asst. Lect. Qasim Mustafa  
Abdullah

Email:

[qasim.mustafa@muc.edu.iq](mailto:qasim.mustafa@muc.edu.iq)

Asst. Lect. Omar Adil  
Ibrahim

Email:

[Omar1993adil@gmail.com](mailto:Omar1993adil@gmail.com)

**Keywords:** Media policy,  
community peace, crises, media.

## ARTICLE INFO

Article history

Received 5 Mar 2025

Accepted 20 Mar 2025

Available online 1 Apr 2025



## Media Policy and Social Peace

### ABSTRACT

The media represents the fourth power in the political system due to its role in influencing societies. Through it, both positive and negative messages can be sent within the state and even outside of it, particularly concerning the political and security situation. The media plays an important role in achieving peace and stability in the country, and achieving peace and stability requires joint efforts between official institutions as well as providing support and intensive media efforts. Iraq has witnessed major transformations since 2003, including economic, political, and media changes, which had a significant impact in the emergence of many issues and crises that affected societal peace. Moreover, Iraq is characterized by religious, ethnic, and national diversity, which has reflected on the nature of social cohesion. The media has played a vital role in reducing the tension within Iraqi society. Furthermore, the 2005 Iraqi Constitution guaranteed freedom of expression for the media, and media policy has a major and effective role in societal peace and security. Media policy has both supportive and opposing directions, which in turn affects the public, and media policy meets the needs for effective communication between the public.

© 2025 LARK, College of Art, Wasit University

DOI: <https://doi.org/10.31185/lark.4267>

## السياسة الإعلامية والسلم المجتمعي

م. م. قاسم مصطفى عبدالله / كلية المنصور الجامعة/قسم الإعلام الرقمي

م. م. عمر عادل إبراهيم/ كلية المنصور الجامعة/قسم الإعلام الرقمي

### المستخلص

يمثل الاعلام السلطة الرابعة في النظام السياسي لما يؤديه من مهام لها طابع التأثير في المجتمعات، ويمكن عن طريقه إرسال رسائل إيجابية وسلبية في داخل الدولة وحتى خارجها، ولا سيما فيما يتعلق بالوضع السياسي والأمني، وان للإعلام دور مهم في تحقيق السلم والاستقرار في الدولة، وان تحقيق السلم والاستقرار يتطلب ترسيخ مشترك بين المؤسسات الرسمية فضلاً عن توفير الدعم والجهود الإعلامية المكثفة، ولقد كانت التحولات الكبيرة التي شهدتها العراق بعد عام 2003 فقد شهد تحول اقتصادي وسياسي وإعلامي، مما كان أثره كبير في بروز العديد من المشكلات والأزمات التي الفت بضلالها على السلم المجتمعي، كما وان العراق يتمتع بتعدد ديني وقومي وعرقي مما أدى إلى انعكاس على طبيعة التماسك الاجتماعي، مما كان للإعلام دور مهم في خفض التوتر الحاصل بين المجتمع العراقي، كما وان الدستور العراقي 2005 ضمن للإعلام حرية التعبير، كما وان السياسة الإعلامية لها دور كبير وفعال على السلم والأمن المجتمعي، حيث ان للسياسة الإعلامية اتجاهات مؤيدة واتجاهات معارضة وهذا بدوره يؤثر على الجمهور كما وان السياسة الإعلامية تلبي حاجات الاتصال الفعال بين الجمهور.

**الكلمات المفتاحية:** السياسة الإعلامية، السلم المجتمعي، الأزمات، الإعلام  
المقدمة

الاعلام يعد من احد الأدوات التي تؤثر على السلم المجتمعي، اذ يعد الاعلام المحرك الفعال لسلوكيات الافراد، كما وان الوظائف الموجهة للأعلام لم تعد محصورة لوظيفة واحدة فقط بتعدد المهام الواجبة عليها عبر تطور الظروف والزمن والتطور التكنولوجي الحاصل في سرعة انتشار المعلومة وتدفعها الى الجمهور، كما وان العراق من بين اكثر الدول العربية التي واجهت تغيرات وتحولات سياسية منذ نشوء الدولة العراقية الى الوقت الحاضر، فان التنوع العرقي والاثني في العراق يواجه تحديات إعلامية وتحديات سياسية حقيقية من اجل بناء دولة ديمقراطية، وان لم تتم معالجة القضايا المجتمعية فهناك بعض الصراعات التي سوف تحدث ويجب على الدولة التعامل معها من اجل انشاء دولة ديمقراطية، وان الاعلام في العراق له تأثير كبير في إدارة السلم المجتمعي، لكن توجد بعض المؤثرات الخارجية التي تجعل جزء من الاعلام يستخدم لمصالح شخصية مسيئة مما يؤثر على السلم المجتمعي، وان العملية السياسية في العراق تؤثر على مسار الاعلام ويؤثر الاخر على السلم والامن المجتمعي.

وجاء هذا البحث ليلسط الضوء على دور السياسة الإعلامية في السلم المجتمعي، وتضمن ثلاثة مباحث:

المبحث الاول: الإطار المنهجي للبحث

المبحث الثاني: الإطار النظري، حيث تم تناول:

أولاً: مفهوم و تعريف السياسة الإعلامية

ثانياً: تعريف الاعلام (لغة واصطلاحاً)

ثالثاً: ابعاد السياسة الإعلامية

رابعاً: استيراتيجية الاعلام السياسي في مواجهة الازمات

خامساً: مفهوم السلم المجتمعي

سادساً: السلم المجتمعي اركانه ومبادئه

سابعاً: العوامل المؤثرة على المستوى الاجتماعي للسلم المجتمعي في العراق

ثامناً: اليات بناء السلام في العراق

المبحث الثالث: الإطار العملي للبحث وتضمن:

تحليل مضمون للصحف والمواقع الإلكترونية التالية:

- صحيفة الشرق الأوسط

- صحيفة البيان

- موقع الجزيرة نت

مجلة لارك للفلسفة واللسانيات والعلوم الاجتماعية

- موقع BBC عربي

- صحيفة الأهرام ، خلال المدة من (2024/11/1) إلى (2024/12/2)، حول ابراز السياسة الإعلامية

للصحف والمواقع الإلكترونية في تناول السلم المجتمعي.

المبحث الاول: الإطار المنهجي للدراسة

أولاً: مشكلة البحث وتساؤلاته:

تمثلت مشكلة البحث في تحديد مدى التأثير الذي يقوم به الاعلام السياسي على السلم والامن المجتمعي

وما مدى التفاعل بين المؤسسات العراقية، وإزاء ما سبق يمكن التعبير عن مشكلة البحث بتساؤل رئيس:

ما تأثير الاعلام السياسي على السلم المجتمعي.

والذي ينبثق عن التساؤل الرئيس مجموعة من التساؤلات الفرعية تتمثل بما يأتي:

1. ماهي العوامل المؤثرة في بناء السلام؟

2. مدى تأثير الاعلام السياسي على الامن المجتمعي العراقي؟

3. مدى فاعلية تحقيق هدف التعايش السلمي بين المجتمع العراقي؟

ثانياً: أهمية البحث:

ان المتغيرات السياسية تعطي أهمية وحادثة متجددة للأعلام السياسي، كما وان أهمية السياسة الإعلامية في مدى تأثيرها على النظام السياسي في العراق، وما مدى تأثير الاعلام في التنشئة الاجتماعية والوحدة الوطنية للتعایش السلمي في العراق.

### ثالثاً: أهداف البحث:

تتمثل اهداف البحث في هدف رئيس هو:

(معرفة تأثير الاعلام السياسي على السلم المجتمعي)

ويتفرع من هذا الهدف الرئيس عدة اهداف فرعية، تتمثل بما يأتي:

1. التعرف على السياسة الإعلامية وتأثيرها على السلم المجتمعي.
2. التعرف على الدور الذي تلعبه وسائل الاعلام من الناحية الاجتماعية والسياسية.
3. التعرف على دور وسائل الاعلام في تحقيقها للتعایش السلمي.

### رابعاً: نوع البحث ومنهجه:

ينتمي هذا البحث إلى البحوث الوصفية التي تهدف إلى وصف ظواهر او احداث معينة وجمع الحقائق والمعلومات.

فيما يخص منهج البحث فقد اعتمد الباحثان المنهج المسحي الذي يعد من ابرز المناهج المستخدمة في البحوث الإعلامية للحصول على البيانات والمعلومات التي تخص موضوع البحث.

### خامساً: مجتمع البحث وعينته:

تم تحديد مجتمع البحث في منشورات الجمهور على الصحف والمواقع :

- صحيفة الشرق الأوسط

- صحيفة البيان

- موقع الجزيرة نت

- موقع BBC عربي

- صحيفة الأهرام

### سادساً: ادوات البحث:

تم الاعتماد بشكل رئيس على تصميم استمارة تحليل مضمون لتحليل منشورات الجمهور على بعض الصحف والمواقع الإلكترونية، إذ تم تصميمها لتناسب أغراض الدراسة.

### سابعاً: مجالات البحث:

1. المجال الزمني : تحدد المجال الزمني بالمدة من (2024/11/1) إلى (2024/12/2)

2. المجال المكاني: يتمثل في عدد الصفحات والمواقع الإلكترونية وهي:

- صحيفة الشرق الأوسط

- صحيفة البيان

- موقع الجزيرة نت

- موقع BBC عربي

- صحيفة الأهرام

3. المجال البشري: تمثل المجال البشري للبحث بالجمهور الذين يستخدمون الصفحات والمواقع المذكورة في المجال المكاني.

**ثامناً: الدراسات السابقة:**

دراسة علي(2020): تناولت هذه الدراسة تأثير وسائل الإعلام في تعزيز السلم المجتمعي في دول الشرق الأوسط. وأوضحت الدراسة أن وسائل الإعلام التي تعتمد على نشر الأخبار بموضوعية تساهم في تخفيف التوترات وتحقيق السلم الاجتماعي. (العبدالله، 2020، صفحة 250)

دراسة مريم(2021): بحثت هذه الدراسة في كيفية استخدام وسائل الإعلام لنشر قيم التسامح والتفاهم بين مختلف الفئات المجتمعية في العالم العربي. وأشارت النتائج إلى أن وسائل الإعلام الملزمة بسياسات تعزز الحوار والتفاهم تساعد في بناء سلم مجتمعي مستدام. (الجابري، 2021، صفحة 320)

دراسة جوناثان براون(2019): استكشفت هذه الدراسة دور الإعلام في بناء السلام في مجتمعات متعددة الثقافات في أوروبا. وتوصلت الدراسة إلى أن وسائل الإعلام التي تتبنى سياسة إعلامية تركز على الوحدة والتفاهم يمكن أن تساهم بكل فعال في تخفيف النزاعات الاجتماعية والسياسية. (براون، 2019، الصفحات 200-207)

**المبحث الثاني: الإطار النظري للدراسة**

أولاً: مفهوم و تعريف السياسة الإعلامية

للسياسية الإعلامية مجموعة من الاتجاهات التي تستخدم لتحقيق الأهداف المعينة وهي تسير على خط معين، يتحكم فيها الوقت المعين والزمان المعين وسياق نشرها يتم لغرض التوصل الى هدف معين، والمقصود من الهدف هو للصالح المجتمع. (كحيل، 1987، صفحة 109)

1. تعريف السياسة ( لغة واصطلاحاً)

أ. السياسة لغة: تعرف السياسة على انها قيام الشئئي، بما يصلحه والسياسة فعل السائس، وانه يقول هو يسوس اذ ان الوالي يسوس رعيته، ومن ذلك الامر سياسة أي قام بالعمل، وقد ساس وسييس عليه. (حزيم، 2011، صفحة 13)

ب. السياسة اصطلاحاً: هي فن ممارسة الحكم والقيادة وعلم السلطة او الدولة، تعد فن التدبير وفن القوة والاستقواء، وهي علم القدرة على تحقيق الممكن من الاممكن، وتنقسم السياسة العامة للدولة على (السياسة المالية/ السياسة العسكرية/ السياسة الثقافية والتربوية/ السياسة الاقتصادية التجارية/ فضلاً عن

السياسة الإعلامية)، توجد هنا بعض الخلافات بين علماء السياسة وبعض الباحثين فمنهم من يقول ان (السياسة هي علم الدولة) ومنهم من يقول (السياسة هي علم السلطة) وفي وجهة نظر الباحث انها كلاً يراها حسب مصلحته. (دوفرجيه، بلا، صفحة 7)

والهدف من الدراسة هي لتحقيق هدفين فيكون الأول (شرح ما مدى تأثير الحكومة في كيفية رسم السياسة العامة وتنفيذها) اما الثاني (مساعدة المسؤولين من المختصين في رسم السياسة العامة للشروع بسلوك فعال على صعيد المؤسسات)

### ثانياً: تعريف الاعلام (لغة واصطلاحاً)

1. الاعلام لغةً : ان كلمة العلام تعني جمع كلمة علم، والعلم والعلامة شيء يضع في الأماكن التي تحتاج الى علامة لكي يهتدي الضال لذا يقول أعلمت على كذا: جعلت عليه علامة، وأعلم يُعلم اعلاماً، اعلم الامر أي بمعنى اخبره إياه، وان كلمة اعلام يتضح في ذلك تقديم المعلومات، أي وجود رسائل إعلامية ( الاخبار/ الرسائل/ الآراء/ المعلومات/ الأفكار) والاعلام هو التبليغ أي إيصال ما بلغك وكما جاء في حديث النبي محمد (صل الله عليه وسلم) ابلغوا عني ولو آية والاعلام هو التبليغ والابلاغ أي الاتصال ، اذ يقال : بلغت القوم بلاغاً أي بمعنى واصلتهم شيء ففي قوله تعالى ( إن الله بالغ أمره قد جعل الله لكل شيء قدراً). (حنبل، 2001، صفحة 4)

2. الاعلام اصطلاحاً: هو إيصال الأفكار المرسله اذا خطط لها تكون تنتج للجمهور الذي يتلقى الدعايات الإعلامية او الرسائل الموجهة عن طريق الحقائق والمعلومات، حيثما يترتب على ذلك تفاعلات في كل ما يهمها من أمور في كل ما تنقله وسائل الاعلام، وهنا الاعلام يكون سلاح في وسائله المختلفة ( يمكن ان يكون نافع ومدمراً لما له من قدرة على التأثير والتفاعل مع الجمهور)

عرفه بعض العلماء من اهمهم ( ولبور شرام) ب انه يقوم بأحداث تغيير في المجتمع، وهو الذي يهيئ المناخ المناسب لوحدة الأمم ويجعل كل الافراد ملمون بالآخرين،

اما عن (صادق الأسود) فقد عرفه مجموعة من المؤسسات والتأثيرات والنشاطات الهدف منها جمع المعلومات وبنها للمجتمع بالشكل السليم لانها تعد ذات أهمية اجتماعية،

فان الاعلام هو نشاط اجتماعي انساني، يمارسه رجال العلاقات وأصحاب التخصص لنقله بالصيغة المبسطة الى الجمهور بواسطة نقل الأفكار والمعلومات بالوسائل المبسطة والمختلفة للتأثير في حياة الانسان الاجتماعية ولأجل تحقيق هدف ما. (كزار، 2021، الصفحات 9-12)

3. الاعلام الالكتروني: يعد من ضمن الأنشطة الرقمية الجديدة المتطورة مع القرن الحديث والتعزيز بالتكنولوجيا، ويقوم بنشر المعلومة واستقبالها عن طريق وسائل الالكترونية المتعددة ويكون اعلام الكتروني شبكي رقمي مجتمعي سهولة التفاعل فيه ويكون بديل لوسائل الاتصال الأخرى لا سبب عدة منها

الاستعمالات الواسعة، وسرعة انتشار الخبر للجمهور، كما وانه يتميز بأدواته المتنوعة ومنها (الأجهزة الذكية مواقع شبكات التواصل الاجتماعي)، كما وانه يعد من ضمن الخطورات التي تواجه وسائل الاعلام التقليدية. (وآخرون، 2015، صفحة 20)

مجلة لارك للفلسفة واللسانيات والعلوم الاجتماعية

ان الدور الذي يقوم به الاعلام يكون مختلف، ولصياغه الجوانب السياسية الإعلامية يجب ان تكون هناك ابعاد وجوانب، لكي تكون سياسة فعالة على الصعيد الوطني وذات ابعاد متوازنة على الصعيدين الإقليمي والدولي

### 1. البعد الاقتصادي:

للاقتصاد إجراءات تتبع التشغيل بين المدخلات والمخرجات، وان العلاقة بين المؤسسات الاقتصادية والإعلامية على مستوى علاقة واضحة، ومن ابرز المشكلات الاقتصادية للمؤسسات الإعلامية هي بين التكلفة الكلية للنشاطات الاتصالية وبين المبيعات التي تتحقق من المنتج الإعلامي، وان هذه المشكلة تتزايد مع تضخم الموارد المالية والاستثمارات التي تحتاجها الفضائيات ليصبح عملها بالفاعلية المطلوبة، هنالك بعض العوامل التي تتحكم في السياسات الإعلامية للقنوات الفضائية ومن ابرزها. (Anas, 2013, pp. 28-46)

أ. الضرائب التي تفرض من قبل الحكومة على وسائل الاعلام

ب. الفضائيات ومصادر تمويلها عن طريق الجهات الرسمية والغير رسمية

ت. تعدد تمويل مصادر القنوات الفضائية من الإعلانات

ث. السياسات المالية المتعلقة من قبل الحكومة في السياسات الفضائية وتمويل الاعلام لبعض الأشخاص السياسيين المتعلقين به.

نستنتج من هنا الكمية التي يتم التمويل من خلالها والتشغيل المختلف لوسائل الاتصال مع ادارتها اقتصادياً، هذا وان للاتصال دور مهم في صناعة الاقتصادات المتميز الذي لا يقل خطورة عن اقتصادات الصناعة.

### 2. البعد الاتصالي:

وهو من ابعاد السياسة الإعلامية لتلبية الاحتياجات بالأشكال المختلفة ومن أهمها الذي يخص السياسة العامة وما مدى تحقيق الهدف من المشاركة، اذ ان السياسة الإعلامية من الضروري ان تضع استراتيجية تتضمن مستوى الاتصال بين الدول اعلامياً، هناك مجموعة من الأسس التي يجب على السياسة الإعلامية تميزها وتحديد الهدف منها. (العبد، 2002، صفحة 139)

أ. الأساس الذي يتصل بتدفق الرسائل الاتصالية بين الجمهور وما مدى المشاركة الحاصلة.

ب. أساس الرقابة على الاتصال فضلاً عن ما مدى سماح للأقليات بالحرية والتعبير عن آرائهم.

ت. الاتصال الذي يحدث بين الدول ما مدى تدفق المعلومات التي يتم نقلها.

### 3. البعد التكنولوجي:

ان للتكنولوجيا أنواع للاتصال تستخدم وفق ظروفها الملائمة لتلبية الحاجة الإعلامية المراد تحقيق هدف منها، فان استخدام السياسة العامة للبعد التكنولوجي يكون حسب مراعاة ظرف مكاني وحدث زماني للظروف التي تمر بها الدولة حيثما تجبر الدولة الاعلام التكنولوجي لصالحها، هذا وان الثورة التكنولوجية في ميدان الاعلام والاتصال جعلت من الجمهور مستفيد ويحفز الانسان على الاطلاع المباشر مع المعلومات التي تُنشر تكنولوجياً، لكي تفرض عليه تغييراً في الأفكار لان وسائل الاعلام التكنولوجية تؤثر بالجمهير من ناحية السرعة والدقة في نشر المعلومات من حيث الإيجابيات، اما من حيث السلبيات فهي انعدام السرية والخصوصية نتيجة لتطور الأجهزة فيما يتعلق بالتصوير والسياق دون علم الأشخاص المعنيين وبطريقة غير مباشرة. (العربي، 2018، الصفحات 230-232) كما وان التكنولوجيا تفتح الاتصال بين الجمهور بلا حدود مع الشعوب والعالم الاخر

#### 4. البعد السياسي:

السياسة هي جزء من الاعلام، اذ انها تتميز بقدرتها على التأثير في الجمهور لاقتناعهم بالرسائل الموجهة لهم، لانها تسعى الى تحقيق اهداف سياسية، كما وانها من الأدوار الرئيسية التي يعتمد عليها النظام السياسي لتحقيق استراتيجيات مختلفة ذات اهداف بعيدة و واسعة، كما وان الاعلام هو من الأدوات الدبلوماسية الفعالة لتنفيذ سياسات الدولة، كما وان المؤسسات الإعلامية تقوم بمهام عملها الدبلوماسي بالصورة المباشرة وغير مباشرة عن طريق نشر البيانات والتقارب الذي يحصل وفي التطورات الحاصلة في تلقي المعلومات وضفت السياسة جهودها للتطوير من وسائل النقل المعلومات للجمهور، لتجعل من الجمهور مدرك للمشهد السياسي والإعلامي والدبلوماسي، وعمل الاعلام السياسي العراقي على (الجهود المبذولة للاتصال الجماهيري والتحاو مع أطراف الشعب من اجل بناء سلم مجتمعي مع الجماهير وايصال رسالة للخارج أي خارج حدود الدولة والهدف منها توحيد الشعب اراء الشعب العراقي ومواجهتهم للمتغيرات الحاصلة، وعملت السياسة العراقية الإعلامية على نقل المعلومة ومن بعدها تغيير توجهات الجمهور وتوظيفها للصالح المجتمعي العام). (العربي، 2018، صفحة 240)

بناء على ما تقدم يمكن القول ان السياسة والاعلام حي أدوات لتنفيذ استراتيجيات السلطة، كما وهي عوامل مؤثرة على الواقع المجتمعي العراقي من حيث الاقتصاد والاجتماع السياسي، فضلاً عن ان السياسة الإعلامية ليست محصورة داخل الدولة فقط بل خارجها لكي تجسد الواقع المعيشي.

#### رابعاً: استراتيجيات الاعلام السياسي في مواجهة الازمات:

عرفت الاستراتيجية انها (فن إدارة الحرب) في التوجهات العسكرية والسياسية، كما وان التخطيط والنجاح الاستراتيجي شمل جميع مؤسسات ومفاصل الدولة من اجل إنجاح العمل السياسي للسلطة الحاكمة، فلهذا

السبب اصبح الاعلام الاستراتيجي احد القوى الذي حصل دعم السلطة لما له من تأثير على الجمهور فهو يستهدف أفكار مؤثرة، كما وان الاستراتيجية الإعلامية لها اهداف أخرى خارجية للتفاعل مع النظام العربي والإقليمي والدولي وتميرير مصلحه السلطة الحاكمة، وعلى النسق هذا ظهرت العديد من الاستراتيجيات الإعلامية لحل الازمات التي تحصل، كما وان الاستراتيجية الإعلامية لها اليات عمل لتحقيق غايات واهداف ومنها

### 1. الاستراتيجية التوجيهية الإخبارية:

ان وسائل الاعلام تقدم المعلومات بالشكل الواضح والدقيق والابتعاد عن بث الاشاعات والمعلومات الغامضة لانها تزيد من الشكوك ومن سوء الفهم حول الازمات، لان عند وصول الازمة الى ذروتها يتحتم تحمل المخاطر والاضرار، لان الأساس الرئيسي لوسائل الاعلام يقلل من حدوث الخطر، وان الجهد الأساس للاستراتيجية الإعلامية يقلل الخطر عبر تحليل المعلومات بالاعتماد على المصادر الموثوقة، لان عدم صحة نشر المعلومات يؤدي الى تفسير غير صحيح من قبل الجمهور المستهدف مما يجعل التعامل اكثر صعوبة، هذا وان الاحتياجات المطلوبة للمعلومات الإخبارية، يستهدف رأى عام الشعب وان الراي العام يزيد دور الاستراتيجية الإعلامية ويعمق دورها في نقل المعلومة الإخبارية من اجل مواجهة ومعالجة الازمة، وهنا تلعب الاستراتيجية الإخبارية دورها للتأثير على الاعلام بنقل المعاني والصور المحيطة بالإنسان واكتساب معاني إضافية جديدة لتصبح المهمة هي الاقناع. (الشجيري، 2018، صفحة 164)

### 2. الاستراتيجية الوقائية:

ان من مهمه الاستراتيجية هي التخطيط لمرحلة ما قبل الازمة هذا مما يجعلها اكثر ادراك لتجنب الازمات، وهذا يعني ان عدم التخطيط الاستراتيجي ينعكس سلباً على الجماهير من حيث ردود الأفعال والرأي العام، كما ان هنالك حالات وقائية تكشف ضعف وغياب الازمات الاتصالية، مما يجعلها تتأثر بخسائر مادية وبشرية، كما وان دور الاعلام لا يتوقف في تحليل وتفسير الازمة فقط وانه يشارك في تقديم وسائل إعلامية للتعامل مع المشكلات، كما وان الاعلام يزود الجمهور بكم من المعلومات، ومع ذلك الامر يكون بعض الأوقات حذراً في التعامل مع الازمات، هنالك بعض الإسهامات الاستراتيجية الإعلامية لمعالجة وتغطية الازمات ومنها. (الشجيري، 2018، صفحة 188)

\*الدقة في نقل المعلومات وصياغتها بشكل يتناسب مع الجمهور وذلك من اجل الحقائق مع الراي العام والتعامل دون تخويف ويجب ان تكون مصحوبة بسرعة لكي تستهدف الراي العام مباشرة

\*التعامل بالخطط المدروسة من اجل تحقيق الأهداف المرادة بالسرعة الممكنة لنشر المعلومات مع التدقيق بالمعلومة وتأثيرها على الجمهور المستهدف ويتحتم على ذلك التعامل بحرفية ممكنة

\*الاهتمامات بالقوانين من اجل إنجاز العمل الاستراتيجي ومن اجل تشكيل رأي عام موظف على الخطة الاستراتيجية المتبعة

### 3. الاستراتيجية التحذيرية:

ان الاستراتيجية الإعلامية التحذيرية تعد نهج لاستخدام الاعلام للتنبيه والتحذير من مخاطر المتوقعة او بعض التهديدات المحتملة التي تواجه الجمهور وايضاً لها اهداف مثل رفع الوعي لدى الجمهور.

للاستراتيجية الإعلامية التحذيرية عناصر من اهمها. (الجولي، 2014، صفحة 143)

أ. التوعية والتثقيف: توفر معلومات واضحة للجمهور حول المخاطر المحتملة، وكيفية الوقاية منها

ب. وسائل الاعلام المتنوعة: وهي تشمل نقل المعلومة بالسياق التقليدي (التلفاز، الصحف، الراديو)

ت. التحذير المباشر والمستمر: العمل على تقديم التحذيرات بالشكل المستمر لضمان استمرارية الوعي بين الافراد في الفترات المختلفة

ث. استخدام لغات متعددة تكون قريبة من الناس لسهولة الفهم، مع التكرار المتزايد لوصول النص الى المتلقي.

خامساً: مفهوم السلم المجتمعي:

ان السلم المجتمعي يرجع الى الفلاسفة من الاغريقين واليونانيين عبر فلسفتهم في الكتب، اذ انهم رسموا وحددوا العلاقة بين السلطات والفرد في المجتمعات، وطبيعة العلاقة بين الافراد انفسهم، وما هي المرتكزات التي ينبغي ان تقوم عليها هذه العلاقة.

#### 1. تعريف السلم المجتمعي

- السلم في اللغة: الفعل الثلاثي سلم السين واللام والميم معظم بابيه من الصحة والعافية، وقال الله سبحانه وتعالى ( وإن جنحوا للسلم فاجنح لها)، فالسلم يدل على السلام على وفق ما تقتضي توفير المصادر الإيجابية، من الاستقرار والهدوء، وان غيابها يدل على مظاهر سلبية مثل التعصب والعنف. (الانفال، صفحة 61)

- السلم في الاصطلاح: يستخدم السلم مصطلحاً للتعبير عن فكرة عامة لكن على درجات مختلفة، والسلم هو الحيز الذي يتم عن طريقه التعامل بين الأطراف، ويتضمن حريات الفرد في الحق بالحياة مع احترام الآخرين في التعايش فيما بينهم وضمان حرياتهم. (البيديوي، 2011، صفحة 16)

- المجتمع في اللغة: إن المجتمع في اللغة مشتق من الفعل (اجتمع) ضد التفرقة، والمجتمع اصله كل من اجتمع من الناس وانظم بعضه الى بعض، كما وان لفض المجتمع في الأصل هي من كلمت جمع، اذ قال ابن فارس الجيم والميم والعين اصل واحد يدل على نظام الشيء، ويقال جمعت الشيء جمعاً

- اما المجتمع اصطلاحاً: يدل على الانتماء لفكرة معينة، ورد للمجتمع تعاريف عديدة منها ( كل مجموعة من الافراد لها تأثير يربطهم رابط معين معروف مصحوب بتأثير دائم او مؤقت مع وجود عقيدة تتحكم فيها). (البيوي، 2011، صفحة 66)

## 2. السلم المجتمعي:

يعد السلم المجتمعي مرادف للسلم الأهلي، وهو ان يعيش الانسان حياته ويمارس الحرية في عمله وارائه وان يحصل على متطلبات العيش بسهولة دون ان يتم تعرضه للخطر، فأن الامن المجتمعي والسلم الأهلي ذات دلالة واحدة، وتعني رفض القتل والتحريض او الدعوة اليه، يلعب السلم المجتمعي بدوره الى تسهيل الأمور المعيشية وبسط الاستقرار على المجتمع لمختلفة القوميات، والإسلام احث المجتمعات على السلم المجتمعي فهو فريضة شرعية وضرورية في الحياة، ان السلم المجتمعي هو امر أساسي والحاجه الية في العصر الحديث لبسط الامن والحد من حدوث الازمات واستمرار الحياة بالشكل السهل، وهناك أنواع للسلم ومنها.

(محمود، 2002، صفحة 20)

أ. السلم مع الاسرة

ب. السلم مع المجتمع

ت. السلم مع البيئة

3. التماسك الاجتماعي والوحدة الوطنية:

ان التماسك الاجتماعي عملية اجتماعية هدفها توحيد الجماعات والقوميات المختلف في المجتمع الواحد، عن طريق التوافق والتضامن والتعاون ونشر التوعية لدى الجمهور المستهدف، كما وان بناء أواصر للتعاون بين المجتمع يعد من احد صعوبات التي تواجه الدولة، لانه بدوره يعد مهمه صعبة لا نشاء اصرة سياسية متكاتفه للجمهور، اما عن طريق الوحدة الوطنية والعمل الاستراتيجي يتم استهداف الشعب لجعل منه محافظ على مؤسسات الدولة فضلاً عن التعايش فيما بينه، اما الوحدة الوطنية هي المساومة في تحقيق الواجبات الوطنية وتباين وجهات النظر وهنا يعكس الترابط المجتمعي. (كاظم، 2020، صفحة 19)

سادساً: السلم المجتمعي اركانه ومبادئه:

ان السلم المجتمعي يعد حاله من الاستقرار التي تحصل في الشعوب وانه يتميز بمجموعة من الأركان.

## 1. اركان السلم المجتمعي:

أ. الالتزام بتحقيق المصلحة العامة: (الالتزام من النواحي الثقافية، التي تصب بمصلحة الشعب)

ب. قدرة الدولة على إدارة الموارد العامة: (احتياج تفعيل الاستراتيجية من اجل الصالح العام، فضلاً عن

تدريب الكوادر المتخصصة في عمل السلم المجتمعي )

ت. النزاهة: (نقل المعلومات من قبل المسؤولين للجمهور بشكل مباشر لتزيد من ثقة المتبادلة)

ث. العدالة الاجتماعية ( وهي تعد من الركائز الأساس للسلم المجتمعي، لان توفير العدالة في المجتمعات يبين المساواة بين افراد الشعب)

ج. حل النزاعات بالطرق السلمية ( أن لثقافة الحوار دور مهم وفعال في إدارة السلم المجتمعي، وان حل النزاع بالشكل السلمي يعد من اهم الأدوار التي تقوم بها المؤسسات الحكومية وبنها عبر السياقات الإعلامية). (الهيئي، 2009، صفحة 56)

2. مقومات السلم المجتمعي:

هنالك مقومات عدة للسلم المجتمعي ومن ابرزها:

أ. نشر ثقافة التعايش السلمي والمجتمعي ( هي عملية تهدف الى تعزيز الاحترام المتبادل والتفاهم بين

مختلف افراد المجتمعات ومن ضمنها، تعزيز الاستقرار الاجتماعي/ تعميق التعاون بين فئات المجتمع)

ب. الصياغة المناسبة للخطابات التربوية والأمنية (وهنا يتطلب التركيز على القيم الإنسانية والعدالة الأمنية

والحفاظ على الجمهور من اجل التعايش السلمي فيما بينهم، وان هذا يرتكز على، توجيه رسائل تعاونية/

التحذير من المخاطر والتهديد/ التأكيد على احترام حقوق الإنسان). (العديد، 2007، الصفحات 51-57)

3. اما العوامل المؤثرة في السلم المجتمعي:

أ. الانتشار الواسع للسلاح وخصوصاً الأسلحة الغير مرخصة

ب. تنامي المشاكل الاجتماعية

ت. الفقر والبطالة

ث. التعددية المجتمعية. (الانمائي، 2020، صفحة 37)

سابعاً: العوامل المؤثرة على المستوى الاجتماعي للسلم المجتمعي في العراق:

هنالك بعض العوامل التي تؤثر على السلم المجتمعي في العراق، وتؤثر على استقرار البلد وان الصراعات

التي مر بها البلد، يؤثر على سلامة الامن المجتمعي في الدولة

أ. التعصب العرقي والديني لدى الافراد ينتج الكثير من الاضطرابات

ب. الحروب والاحتلالات واطماع الدول الكبرى وصراعها للسيطرة على الموارد العراقية

ت. زيادة اعداد السكان ونقص الموارد المتاحة

ث. التنوع الديني والقوميات

ج. الفساد الإداري

ح. الظروف الاقتصادية الصعبة

- خ. الهوية الوطنية والشعور بالانتماء
- د. التحديات البيئية والكوارث الطبيعية
- ذ. ضعف القطاع الخاص في العراق، وضعف دور في من ساهم فيه
- ر. ضعف القاعدة الصناعية
- ز. انخفاض مستوى المياه في نهري دجلة والفرات. (عطية، 2016، صفحة 219)
- ثامناً: اليات بناء السلام في العراق:
- هنالك تعزز الثقافة لدى المجتمع العراقي، ولا يتحقق السلام الا عن طريق الاليات المجتمعية، ومن هنا تبرز أهمية العلاقة بين الشعوب والسلطة، اما الاليات فهي
1. المؤسسة الدينية: تؤدي المؤسسة الدينية دوراً مهماً في دعم وتعزيز السلم المجتمعي والتعايش السلمي وتدعم الوحدة الوطنية
  2. منظمات المجتمع المدني: ان العراق اعطى مساحة واسعة لمنظمات المجتمع المدني ساحة وحرية كاملة في التعامل مع السلام وبناء لمصلحة الدولة
  3. تعزيز المصالحة الوطنية: وهنا يقصد بناء العلاقة بين اطراف المجتمع العراقي
  4. تفعيل المشاركة السياسية: انها حق لكل مواطن المشاركة في اتخاذ القرار ويكون له دور في صنع السياسة العامة
  5. ضمان الحقوق والحريات للأقليات: ان وجود الأقليات بحد ذاته يعد بناء سلام في المجتمع العراقي، وانها تعد ظاهرة مكانية وزمانية، وما بين الأرمن والأشور والسريان والكلدان من المسيحيين، والمندائيين من الصابئة، والايديين والشبك والكاكائيين، وكلهم منتشر في الأراضي العراقية من شماله الى جنوبه ولهم حقوقهم وهويتهم الوطنية والحفاظ عليها
  6. تعميق عملية التحول الديمقراطي : ان الديمقراطية هي حق للمواطنة، وهي تقضي على جميع المشاكل المذهبية والسياسية.

الجدول رقم (1)

أنواع الوسائل الإعلامية المستخدمة

| النسبة (%) | التكرار | نوع الوسيلة الإعلامية |
|------------|---------|-----------------------|
| 40%        | 40      | مواقع إلكترونية       |
| 35%        | 35      | صحف ورقية             |
| 15%        | 15      | قنوات تلفزيونية       |
| 10%        | 10      | إذاعات                |
| 100%       | 100     | المجموع               |

يوضح الجدول رقم (1) توزيع الوسائل الإعلامية التي تناولت موضوع السلم المجتمعي، حيث تأتي المواقع الإلكترونية في الصدارة بنسبة 40%، تليها الصحف الورقية بنسبة 35%، ومن ثم القنوات التلفزيونية والإذاعات.

الجدول رقم (2)

نوع المحتوى المقدم

| النسبة (%) | التكرار | نوع المحتوى  |
|------------|---------|--------------|
| 45%        | 45      | أخبار        |
| 30%        | 30      | مقالات رأي   |
| 15%        | 15      | برامج حوارية |
| 10%        | 10      | تقارير       |
| 100%       | 100     | المجموع      |

يبين الجدول رقم (2) أن الأخبار هي الأكثر تناولاً لموضوع السلم المجتمعي بنسبة 45%، مما يعكس اهتمام الإعلام بنقل الأحداث المتعلقة بالسلم المجتمعي، وجاءت في المرتبة الثانية مقالات الرأي بنسبة 30%، ومن ثم تلتها البرامج الحوارية والتقارير.

### الجدول رقم (3)

التوجه العام للمحتوى

| النسبة (%) | التكرار | التوجه العام        |
|------------|---------|---------------------|
| 60%        | 60      | داعم للسلم المجتمعي |
| 25%        | 25      | محايد               |
| 15%        | 15      | معارض               |
| 100%       | 100     | المجموع             |

يبين الجدول رقم (3) أن غالبية المحتويات الإعلامية كانت داعمة للسلم المجتمعي بنسبة 60%، وفي المرتبة الثانية المحايد بنسبة 25%، وفي المرتبة الأخيرة المعارض بنسبة 15%.

### الجدول رقم (4)

اسلوب العرض المستخدم

| النسبة (%) | التكرار | أسلوب العرض |
|------------|---------|-------------|
| 55%        | 55      | موضوعي      |
| 20%        | 20      | توعوي       |
| 15%        | 15      | حيادي       |
| 10%        | 10      | تحريضي      |
| 100%       | 100     | المجموع     |

يوضح الجدول رقم (4) أن الأسلوب الموضوعي هو الأكثر استخداماً بنسبة 55%، بينما الاسلوب التوعوي جاء في المرتبة الثانية بنسبة 20%، ومن ثم الأسلوب الحيادي والتحريضي في المراتب الثالثة والرابعة.

### الجدول رقم (5)

طبيعة الرسالة الإعلامية

| النسبة (%) | التكرار | طبيعة الرسالة          |
|------------|---------|------------------------|
| 50%        | 50      | تعزيز التسامح          |
| 20%        | 20      | نقد بناء               |
| 20%        | 20      | تعزيز القيم الاجتماعية |
| 10%        | 10      | تحريض                  |
| 100%       | 100     | المجموع                |

يبين الجدول رقم(5) أن المحتوى الموجه نحو تعزيز التسامح هو الأكثر شيوعاً بنسبة 50%، بينما النقد البناء جاء في المرتبة الثانية بنسبة 20%، وفي المرتبة الثالثة تعزيز القيم الاجتماعية بنسبة 20%، وفي المرتبة الاخيرة جاء التحريض بنسبة 10% فقط.

### الجدول رقم(6)

#### الفئة المستهدفة

| النسبة(%) | التكرار | الفئة المستهدفة |
|-----------|---------|-----------------|
| 60%       | 60      | عامة الناس      |
| 20%       | 20      | الشباب          |
| 10%       | 10      | الفئات المهمشة  |
| 10%       | 10      | أخرى            |
| 100%      | 100     | المجموع         |

يوضح الجدول رقم(6) أن عامة الناس هم الأكثر استهدافاً بنسبة 60%، ومن ثم الشباب بنسبة 20%، وجاءت الفئات المهمشة في المرتبة الثالثة بنسبة 10%، وفئات اخرى في المرتبة الرابعة بنسبة 10%.

مجلة لارك للفلسفة والعلوم الاجتماعية  
الجدول رقم(7)  
مدى تكرار العبارات الداعمة للسلم المجتمعي

| النسبة(%) | التكرار | مدى التكرار |
|-----------|---------|-------------|
| 40%       | 40      | متكررة جداً |
| 30%       | 30      | متكررة      |
| 20%       | 20      | قليلة       |
| 10%       | 10      | غير موجودة  |
| 100%      | 100     | المجموع     |

يبين الجدول رقم(7) مدى تكرار العبارات الداعمة للسلم المجتمعي حيث كانت متكررة جداً بنسبة 40% من المحتوى، ثم تلتها متكررة بنسبة 30%، وقليلة بنسبة 20%، وفي المرتبة الرابعة غير موجودة بنسبة 10%.

### الجدول رقم (8)

مدى استخدام الصور والفيديوهات

| النسبة (%) | التكرار | استخدام الصور/الفيديو |
|------------|---------|-----------------------|
| 70%        | 70      | نعم                   |
| 30%        | 30      | لا                    |
| 100%       | 100     | المجموع               |

يوضح الجدول رقم(8) أن استخدام الصور والفيديوهات جاء بالمرتبة الاولى بنسبة 70% من المواد الإعلامية وهذا يدل على اهمية الصور والفيديوهات في اىصال الرسائل الإعلامية،وفي المرتبة الثانية عدم استخدامها جاء بنسبة 30%.

### الجدول رقم(9)

الكلمات المفتاحية المستخدمة

| النسبة (%) | التكرار | الكلمات المفتاحية |
|------------|---------|-------------------|
| 30%        | 30      | السلام            |
| 25%        | 25      | التعايش           |
| 20%        | 20      | التسامح           |
| 15%        | 15      | الأمن الاجتماعي   |
| 10%        | 10      | التعاون           |
| 100%       | 100     | المجموع           |

يبين الجدول رقم(9) أن كلمة "السلام" كانت الأكثر تكراراً بنسبة 30%، ثم تلتها كلمة التعايش بنسبة 25%، وفي المرتبة الثالثة جاءت كلمة التسامح بنسبة 20%، واحتلت المرتبة الرابعة كلمة الأمن الاجتماعي بنسبة 15%، وفي المرتبة الاخيرة جاءت كلمة التعاون بنسبة 10%.

### الجدول رقم(10)

نسبة الرضا العام عن التغطية الإعلامية

| النسبة (%) | التكرار | مستوى الرضا      |
|------------|---------|------------------|
| 35%        | 35      | راضٍ جداً        |
| 40%        | 40      | راضٍ             |
| 15%        | 15      | غير راضٍ         |
| 10%        | 10      | غير راضٍ إطلاقاً |
| 100%       | 100     | المجموع          |

يوضح الجدول رقم(10) أن 40% من الجمهور راضون عن التغطية الإعلامية المتعلقة بالسلم المجتمعي، بينما راضٍ جداً جاءت بنسبة 35%، وغير راضٍ جاءت بنسبة 15%، وغير راضٍ إطلاقاً جاءت بنسبة 10%.

#### الاستنتاجات

1. تتصدر المواقع الإلكترونية في تغطية موضوع السلم المجتمعي بين وسائل الإعلام.
2. الأخبار تعد المحتوى الإعلامي الأكثر انتشاراً في تناول السلم المجتمعي.
3. غالبية المحتوى الإعلامي يتجه لدعم السلم المجتمعي، مما يعكس توجهات إيجابية.
4. الأسلوب الموضوعي هو الأكثر استخداماً، مما يشير إلى اهتمام بالعرض المهني للمعلومات.
5. الرسائل التي تعزز التسامح هي الأكثر شيوعاً بين مختلف أنواع الرسائل الإعلامية.
6. عامة الناس هم الفئة المستهدفة الأساسية من المحتوى المتعلق بالسلم المجتمعي.
7. تكرار العبارات الداعمة للسلم المجتمعي يشير إلى اهتمام الإعلام بتعزيز التعايش.
8. الصور والفيديوهات تُستخدم بكثرة لتقوية الرسالة الإعلامية.
9. السلام والتعايش هما أكثر الكلمات المفتاحية تكراراً، مما يبرز محورية هذه القيم.
10. نسبة الرضا العامة عن التغطية الإعلامية تدل على قبول عام للمحتوى الإعلامي المقدم.

#### التوصيات و المقترحات

1. تعزيز التوعية بأهمية السلم المجتمعي: يجب على وسائل الإعلام تبني حملات توعوية تبرز أهمية السلم المجتمعي وتوضح مخاطره في حال غيابه، مما يساعد الجمهور على فهم دوره في الحفاظ على السلام.

- 2.تنظيم ورش عمل ودورات تدريبية للإعلاميين: يمكن عقد ورش تدريبية للإعلاميين حول كيفية تناول المواضيع الحساسة بطريقة تدعم السلم المجتمعي وتجنب التحيز أو إثارة الخلافات.
- 3.تطوير ميثاق شرف إعلامية: وضع ميثاق شرف تلزم وسائل الإعلام بتقديم محتوى يخدم التماسك الاجتماعي، ويمنع نشر أي مواد تحريضية أو تقسيمية.
- 4.زيادة إنتاج البرامج الحوارية والتفاعلية حول السلم المجتمعي: يمكن أن تسهم البرامج الحوارية التي تجمع مختلف الأطياف المجتمعية في تعزيز التفاهم والحوار، مما يساهم في بناء مجتمع متماسك.
- 5.التركيز على نشر الأخبار الإيجابية: ينبغي للإعلام توجيه جزء من التغطية نحو الأخبار والمبادرات التي تدعم التعايش السلمي والتعاون بين الفئات المختلفة داخل المجتمع.
- 6.التعاون بين المؤسسات الإعلامية والحكومية والمجتمع المدني: دعم التنسيق بين الجهات الإعلامية والحكومية ومنظمات المجتمع المدني لتعزيز السياسات الإعلامية التي تشجع على السلام الاجتماعي.
- 7.الرقابة الذاتية للوسائل الإعلامية: تشجيع الوسائل الإعلامية على ممارسة الرقابة الذاتية لضمان نشر المحتوى المسؤول الذي يحترم تنوع المجتمع ويعزز السلام.
- 8.تنظيم حملات إعلامية لمحاربة خطاب الكراهية: إطلاق حملات تهدف إلى مكافحة خطاب الكراهية والتمييز بين أفراد المجتمع، والتركيز على نشر رسائل التسامح والقبول بالآخر.
- 9.إشراك الجمهور في صنع القرار الإعلامي: تعزيز التواصل بين الإعلام والجمهور من خلال الاستبيانات والاقتراحات، لمعرفة احتياجات المجتمع وتطلعاته حول قضايا السلم المجتمعي.
- 10.دعم الصحفيين في إجراء تحقيقات ميدانية حول السلم المجتمعي: تشجيع الصحفيين على إعداد تقارير ميدانية ودراسات تتناول التحديات الاجتماعية وتركز على إيجاد حلول عملية، مما يساعد على معالجة القضايا بشكل مباشر.

### قائمة المصادر والمراجع

#### أولاً: المصادر المحلية والعربية

- احمد بن حنبل. (2001). مسند /حمد. بيروت: دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع.
- العربي العربي. (2018). مستقبل الاعلام بين التطور التكنولوجي وصناعة التغيير. مجلة الفكر.
- انوار عبد الهادي كاظم. (2020). المحاضرة السياسية واثرها في السلم الاهلي في العراق بعد عام 2003. رسالة ماجستير، كلية العلوم السياسية جامعة بغداد. بغداد.
- برنامج الامم المتحدة الانمائي. (2020). تعزيز التماسك الاجتماعي. نيويورك.

خالد بن محمد البديوي. (2011). الحوار وبناء السلم الاجتماعي. الرياض: مركز الملك عبد العزيز للحوار الوطني.

سهام الشجيري. (2018). البناء الاعلامي للأزمات اشكاليات العرض والتناول. العين: دار الكتاب الجامعي.

سورة الانفال. (بلا تاريخ). سورة الانفال.

شهد عامر كزار. (2021). دور السياسة الاعلامية في تنمية الوعي السياسي للمجتمع العراقي بعد عام 2003. بغداد: كلية العلوم السياسية، الجامعة المستنصرية.

عبد الوهاب كحيل. (1987). الرأي العام والسياسات الاعلامية. القاهرة: مكتبة المدينة.

عدي رضا، عاطف العبد. (2002). ادارة المؤسسات الاعلامية: الأسس النظرية والنماذج التطبيقية. القاهرة: دار الفكر العربي.

عزام محمد الجويلي. (2014). نور وسائل الاعلام في نشر الشائعات. الاسكندرية: مكتبة الوفاء القانونية.

علي عبد الكريم محمود. (2002). التربية الاجتماعية والاسلامية. القاهرة: دار التوزيع الاسلامي.

عمار تركي عطية. (2016). التنوع الاجتماعي واثره على شكل الدولة الفيدرالية(العراق انموذجا). مجلة البحوث القانونية.

فانز صالح الهيتي. (2009). اشكالية بناء الهوية الوطنية العراقية. مجلة دراسات اقليمية. **مجلة البحوث القانونية والاجتماعية**  
فهيمه خليل احمد العيد. (2007). الادوار التكاملية لصيانة وتعزيز السلم الاهلي. الكويت: مؤتمر التوافق السنوي الرابع الامن الوطني الشامل.

ماهر عودة الشمالية وآخرون. (2015). الاعلام الرقمي الجديد. عمان: دار الاقصاء العلمي للنشر والتوزيع.

يوسف بن عثمان بن حريم. (2011). بداية السياسة. الرياض: فهرسة مكتبة الملك فهد الوطنية.

### ثانياً: المراجع الأجنبية

Omair Anas. (2013). *Global Media .The Changing Profile of Media in The Arab States*.

موريس دوفرجيه. (بلا). مدخل الى علم السياسة. (سامي الدروبي جمال الاتاسي، المترجمون) دمشق: دار دمشق للطباعة والنشر والتوزيع.

### ثالثاً: الصحف والمواقع الإلكترونية

1. صحيفة الشرق الأوسط

[www.aawsat.com](http://www.aawsat.com) تاريخ الاسترداد (2024/11/7)

2. صحيفة البيان

وقائع مؤتمر الاعلام الدولي الثاني  
المجلد: 17 العدد: 2 الجزء 3 في (2025 /4/1) Lark Journal

[www.albayan.ae](http://www.albayan.ae) تاريخ الاسترداد (2024/11/9)

3. موقع الجزيرة نت

[www.aljazeera.net](http://www.aljazeera.net) تاريخ الاسترداد (2024/11/12)

4. موقع BBC عربي

[www.bbc.com/arabic](http://www.bbc.com/arabic) تاريخ الاسترداد (2024/11/15)

5. صحيفة الأهرام

[www.ahram.org.eg](http://www.ahram.org.eg) تاريخ الاسترداد (2024/11/20)

مجلة لارك للفلسفة واللسانيات والعلوم الاجتماعية