

**صورة الحشد الشعبي لدى طلاب الإعلام
في جامعات بغداد كما تعكسها القنوات الفضائية
”دراسة ميدانية“**

**The Image of the Popular Mobilization
Forces Among Media Students at Baghdad
Universities as Reflected by Satellite
Channels "A Field Study"**

م.م. صفاء عباس غليم

Safaa Abbas Ghlaim

الجامعة المستنصرية/ كلية الآداب

Al-Mustansiriyah University / College of Arts

E-mail: safaa1987@uomustansiriyah.edu.iq

<https://orcid.org/0009-0006-8688-2164>

الكلمات المفتاحية: الصورة – الحشد الشعبي – القنوات الفضائية – طلاب الجامعات

Keywords: Image – Popular Mobilization Forces – Satellite TV
Channels – University Students



صورة الحشد الشعبي لدى طلاب الإعلام في جامعات بغداد كما تعكسها القنوات الفضائية
م.م. صفاء عباس غليم

الملخص

يهدف البحث إلى التعرف على صورة الحشد الشعبي لدى طلاب الاعلام كما عكستها القنوات الفضائية، انطلاقاً من ملاحظة وجود غموض في هذه الصورة لدى شريحة الطلاب. وقد جرى اختيار مجتمع البحث من طلاب الإعلام في جامعات: (بغداد، المستنصرية، العراقية). ، باستخدام المنهج المسحي، وبالاعتماد على أسلوب العينة الحصصية المتساوية بين الجامعات. وتم جمع البيانات من خلال استمارة استبيان وُزعت على عينة مكونة من (٣٠٠) طالب وطالبة. وقد توصل البحث إلى مجموعة من النتائج، من أبرزها ما يأتي:

(١) أظهرت النتائج أن المحتوى الإخباري تصدر قائمة المواد الأكثر متابعة بنسبة (٩٩,٦٪)، يليه المحتوى السياسي بنسبة (٦١,٦٪)، ثم الأفلام الوثائقية بنسبة (١٤,٦٪)، بينما جاءت البرامج الساخرة في المرتبة الأخيرة بنسبة (٦,٣٪).

(٢) أظهرت النتائج أن الصورة الإيجابية كانت الأكثر حضوراً بين المشاركين بنسبة (٥٩,٣٪)، تلتها الصورة المختلطة بنسبة (٢٩,٦٪)، في حين جاءت الصورة السلبية في المرتبة الأخيرة بنسبة (١١٪).

(٣) أظهرت النتائج أن القنوات العراقية كانت المصدر الرئيس في تشكيل الصورة الإيجابية عن الحشد الشعبي بنسبة (٩١٪)، تلتها القنوات العربية بنسبة (٦,٧٪)، ثم القنوات الأجنبية الناطقة بالعربية بنسبة (٢,٢٪).

Abstract

The study aims to identify the image of the Popular Mobilization Forces (PMF) among media students as reflected by satellite television channels, based on the observation that this image appears ambiguous within this group of students. The research population was drawn from media students at three universities: Baghdad, Al-Mustansiriya, and Al-Iraqia. The survey method was employed, using an equal quota sampling technique across the universities. Data were collected through a questionnaire distributed to a sample of 300 male and female students. The study arrived at a set of findings, the most notable of which are as follows:

- 1) The results indicated that news content topped the list of most-followed materials with a rate of 99.6%, followed by political content at 61.6%, documentaries at 14.6%, and finally satirical programs at 6.3%.
- 2) The results showed that the positive image was the most prevalent among participants at 59.3%, followed by the mixed image at 29.6%, while the negative image ranked last at 11%.
- 3) The results revealed that Iraqi channels were the main source in shaping a positive image of the PMF, with a rate of 91%, followed by Arab channels at 6.7%, and then foreign channels broadcasting in Arabic at 2.2%.

لا تزال القنوات الفضائية تؤدي دورًا فاعلاً في تغطية الأحداث العسكرية والسياسية، إذ تسهم هذه التغطية في تشكيل صور ذهنية متباينة عن الأطراف التي المتناولة، فترسم صورة إيجابية للبعض وسلبية لآخرين، تبعاً لسياسات تلك القنوات التي تتحدد وفقاً لأهداف الجهات الممولة. وقد أكدت النظريات والدراسات الإعلامية أن سياساتها تنطلق من أهداف محددة، سواء كانت سياسية أو اجتماعية، مما ينعكس بطبيعة الحال على مضمون التغطية الإعلامية ويؤدي إلى انحياز واضح لطرف دون آخر.

ومن هذا المنطلق، يصبح من الضروري الوقوف عند الكيفية التي تسهم بها القنوات الفضائية في بناء الصور الاعلامية عن الأطراف الفاعلة في الساحة العراقية، وفي مقدمتها الحشد الشعبي، الذي ارتبط اسمه بمجموعة من التحولات العسكرية والسياسية في البلاد. فاختلاف التغطية الإعلامية بين قناة وأخرى، يفتح المجال أمام تساؤلات حول حجم تأثير تلك التغطيات على المتلقي، وخاصة لدى الفئات الأكاديمية والشبابية، التي تُعد أكثر تفاعلاً مع الوسائل الإعلامية.

المبحث الأول: الإطار المنهجي

أولاً: مشكلة البحث

تكمن مشكلة هذا البحث في الغموض الذي يحيط بصورة الحشد الشعبي لدى طلاب الجامعات، إذ الدراسات التي تناولت دور القنوات الفضائية في تشكيل صورة الحشد قد أصبحت غير متوافقة مع المتغيرات الجديدة التي شهدتها الساحة السياسية والعسكرية في العراق، مما أضاف أو حذف مكونات جديدة لصورة الحشد الشعبي، فشكل غموضاً وعدم وضوح في صورة الحشد الشعبي، وعدم الوضوح المقصود به يرتبط بقياس الدور الذي تقوم به القنوات الفضائية العراقية في تشكيل صورة الحشد الشعبي لدى طلاب الجامعات العراقية - طلاب الإعلام - في جامعات: (بغداد، المستنصرية، العراقية)، ومن هذا المنطلق وضع الباحث عدة تساؤلات وهي:

(١) ما هي صورة الحشد الشعبي لدى طلاب الإعلام في جامعات: (بغداد، المستنصرية، العراقية)؟

(٢) كيف أسهمت القنوات الفضائية العراقية والعربية والأجنبية في تعزيز أو إعادة تشكيل صورة

الحشد الشعبي لدى طلاب الإعلام في جامعات: (بغداد، المستنصرية، العراقية)؟

(٣) ما هي اهم المضامين التلفزيونية التي أثرت بتعزيز أو إعادة تشكيل صورة الحشد الشعبي لدى

طلاب الإعلام في جامعات: (بغداد، المستنصرية، العراقية)؟

(٤) كيف أثرت المتغيرات الجديدة في مواقف الحشد الشعبي على تعزيز أو إعادة تشكيل صورة

الحشد الشعبي لدى طلاب الإعلام في جامعات: (بغداد، المستنصرية، العراقية)؟



ثانياً: أهمية البحث:

تتبع أهمية البحث من تناوله موضوعاً راهناً وحيوياً، يثير النقاش على المستويات الإعلامية والاجتماعية والسياسية، وهو موضوع الحشد الشعبي، بما يوفر معطيات مهمة حول دور القنوات الفضائية في تشكيل صورته. وتبرز هذه الأهمية على نحو خاص في ظل الجدل الذي أثير في وسائل الإعلام بشأن هذه الهيئة الأمنية المستحدثة في العراق عقب اجتياح تنظيم داعش الإرهابي لمحافظة نينوى وصلاح الدين والأنبار وأجزاء من ديالى وكركوك، فضلاً عن الأدوار الميدانية التي اضطلعت بها هيئة الحشد الشعبي، وما رافقها من زج لها في دائرة الجدل الإعلامي مع كل أزمة جديدة. وتتضاعف أهمية هذا الموضوع إذا ما أخذنا في الحسبان أن طبيعة التناول الإعلامي ونوعية القناة الفضائية تسهمان بشكل مباشر في صياغة المواقف والتصورات لدى الجمهور إزاء دور الحشد الشعبي.

ثالثاً: أهداف البحث:

يهدف البحث الى:

- 1) التعرف صورة الحشد الشعبي لدى طلاب الإعلام في جامعات: (بغداد، المستنصرية، العراقية).
- 2) رصد مدى إسهام القنوات الفضائية العراقية والعربية والأجنبية في تعزيز أو إعادة تشكيل صورة الحشد الشعبي لدى طلاب الإعلام في جامعات: (بغداد، المستنصرية، العراقية).
- 3) التعرف على أبرز المضامين التلفزيونية التي اثرت بتعزيز أو إعادة تشكيل صورة الحشد الشعبي لدى طلاب الإعلام في جامعات: (بغداد، المستنصرية، العراقية).
- 4) التقصي عن أثر المتغيرات الجديدة في مواقف الحشد الشعبي على تعزيز أو إعادة تشكيل صورة الحشد الشعبي لدى طلاب الإعلام في جامعات: (بغداد، المستنصرية، العراقية).

رابعاً: نوع البحث ومنهجه:

يُعد البحث من البحوث الوصفية، حيث اعتمدت فيه على منهج المسح الإعلامي على عينة من طلاب كليات الإعلام في الجامعات العراقية الحكومية، بهدف التعرف على صورة الحشد الشعبي كما تتشكل نتيجة التعرض للقنوات الفضائية، وذلك للوصول إلى نتائج دقيقة تسهم في تحقيق أهداف البحث.

خامساً: مجتمع البحث وعينته:

طلاب كليات واقسام الإعلام في الجامعات الآتية: (بغداد، المستنصرية، العراقية) مجتمعاً للبحث بمختلف مراحلهم الدراسية الأولية الصباحية وأعمارهم وجنسهم، ولذلك ليعكس التنوع في مجتمع طلاب كليات واقسام الإعلام ، وهو ما يعطي فرصة جيدة للتوصل إلى نتائج تتماشى مع طبيعة موضوع البحث وتصلح للتعميم، أما تحديد الباحث مجتمعه بطلاب كليات الإعلام، لأن الموضوع يقترب إلى حد ما مع طبيعة اختصاصهم، ، تم اعتماد العينة الحصصية المتساوية، عبر توزيع استمارة الاستبانة على (٣٠٠) طالب وطالبة من طلاب الإعلام في جامعات: بغداد، المستنصرية، العراقية، بحيث حُصص لكل كلية (١٠٠) استمارة، ولكل مرحلة (٢٥) استمارة. وقد وقع الاختيار على طلاب الإعلام لكونهم الأكثر احتكاكاً بالقنوات الفضائية، واطلاعاً دائماً على ما تنشره هذه القنوات بحكم طبيعة دراستهم وممارستهم الميدانية.

كما أن جامعات: بغداد، المستنصرية، العراقية تضم طلاب من مختلف مناطق محافظة بغداد والمحافظات بمختلف قومياتهم وطوائفهم، مما يجعلهم مجتمعاً مناسباً لتحقيق أهداف البحث.

سادسا: مجالات البحث:

(١) **المجال الزمني:** يمتد من (١٥ كانون الثاني ٢٠٢٥) ولغاية (١٥ شباط ٢٠٢٥)، وهي الفترة المخصصة لتوزيع استمارات الدراسة الميدانية، وجمعها، ثم تحليل البيانات المستخلصة منها، وصولاً إلى النتائج التي تخدم أهداف البحث.

(٢) **المجال المكاني:** يتحدد المجال المكاني للدراسة بالجامعات العراقية ضمن الدراسة الأولية الصباحية، متمثلاً في: كلية الإعلام - جامعة بغداد، كلية الإعلام - الجامعة العراقية، وقسم الإعلام - الجامعة المستنصرية.

(٣) **المجال البشري:** يتمثل بطلاب الجامعات العراقية ضمن الدراسة الأولية الصباحية، وهم طلاب: كلية الإعلام - جامعة بغداد، كلية الإعلام - الجامعة العراقية، وقسم الإعلام - الجامعة المستنصرية.

سابعا: الصدق والثبات:

اختبار الصدق: اعتمد الباحث في التحقق من صدق الاستبيان والمقياس على الصدق الظاهري، وذلك من خلال عرض فقراتهما على نخبة من أساتذة الإعلام، بهدف التأكد من مدى ملاءمتها



لموضوع البحث. كما أُجري اختبار أولي على عينة من مجتمع الدراسة، وبناءً على نتائج هذا الاختبار وملاحظات المحكّمين، أُعيد ترتيب بعض الفقرات وصياغة عدد من الأسئلة. وقد بلغت نسبة الاتفاق بين المحكّمين ٩٣٪، وهي نسبة مرتفعة تعكس درجة عالية من الصدق.

اختبار الثبات: تم استخدام أسلوب إعادة التطبيق (Retest) للتحقق من ثبات الأداة، حيث جرى تطبيق الاستمارة على عينة الدراسة، ثم إعادة تطبيقها بعد مرور أسبوعين. عقب ذلك، حُسبت نسبة الاتفاق بين إجابات التطبيقين على عينة عشوائية مكوّنة من (١٨) مبحوثاً، تمثل ما نسبته (١٠٪) من إجمالي العينة الأصلية. وقد بلغت قيمة معامل الثبات ٨٥.٤٪، وهي نسبة مرتفعة تدل على تمتع المقياس بدرجة عالية من الثبات والدقة، بما يجعله صالحاً لتحقيق أهداف الدراسة.

ثامنا: دراسات سابقة:

(١) دراسة (البيضان، ٢٠١٦) تناولت هذه الدراسة دور التغطية الإخبارية في تشكيل اتجاهات الجمهور إزاء الحشد الشعبي، وانطلقت الدراسة من تساؤل رئيس: هل تؤدي التغطية الإخبارية التلفزيونية دوراً في تشكيل صورة الحشد الشعبي لدى الجمهور، وتعد الدراسة من الدراسات الوصفية باستخدام منهج المسح، للحصول على البيانات والمعلومات، واعتمد الباحث على مدينة بغداد مجتمعاً للبحث، عبر اختيار عينة من ٧٧٩ شخص، وفق العينة متعددة المراحل بالعشوائية البسيطة والعشوائية المنتظمة. وتوصلت الدراسة إلى جملة من النتائج أبرزها حلول نشرات الاخبار بالمرتبة الأولى في المحتوى الذي يعتمد عليه الجمهور في متابعة أخبار الحشد الشعبي، وتصدر القنوات الفضائية العراقية بنسبة متابعة الجمهور لها. وتتفق الدراسة مع دراستنا من حيث تركيزها على تشكيل صورة الحشد الشعبي، لكنها تختلف من حيث اختيارها دور التغطيات الإخبارية بينما ركزت دراستنا على دور القنوات الفضائية أي جميع المحتوى الإعلامي الذي تبثه القنوات الفضائية بما فيها التغطيات الإخبارية، كما تختلف الدراسة باختيارها الجمهور العام في مدينة بغداد بينما ركزت دراستنا على اختيار فئة محددة من الجمهور وهي فئة طلاب الجامعات التي لم تدرسها أي دراسة علمية لحد الآن.

(٢) دراسة (فاضل، ٢٠٢٠) ركز البحث على صورة الحشد الشعبي لدى جمهور مدينة بغداد، وانطلقت الدراسة من عدم وضوح الصورة العلمية عن الحشد الشعبي لدى فئات المجتمع العراقي، ووضع الباحث فروضاً من بينها أن الجمهور يثق بما تعرضه القنوات الفضائية عن الحشد الشعبي. واعتمد الباحث على المنهج المسحي واستخدم أداة الاستبانة التي وزعها على



عينة من ١٥٠ شخص من بغداد ومقسمة على ثلاث مناطق وفقاً لتصنيف الجهاز المركزي للإحصاء، وكانت العينة عمدية بتوزيع ٥٠ استمارة لكل منطقة. وتوصلت الدراسة إلى أن الجمهور يعتمدون على القنوات الفضائية العراقية بالمرتبة الأولى في متابعة أخبار الحشد الشعبي، وأنهم يتقنون بما تعرضه الفضائيات بشأن أخبار الحشد، بينما جاءت نشرات الأخبار بالمرتبة الأولى فيما يتعلق بالمحتوى الإعلامي للقنوات الفضائية. وتتفق هذه الدراسة مع دراستنا لكونها تتناول صورة الحشد الشعبي في الفضائيات، لكنها تختلف معها من حيث العينة المستخدمة، فدراستنا اختارت طلاب الجامعات بينما اعتمدت دراسة علي عباس على الجمهور العام، وهو ما يجعل دراستنا مكملة لدراسة علي عباس الذي درس الجمهور العام، ودراستنا درست فئة محددة من هذا الجمهور، ما يجعل نتائج دراستنا تعطي مؤشرات أكثر تفصيلية.

تاسعا: التعريفات الإجرائية للمصطلحات:

الصورة: يقصد بها الانطباعات والتصورات الذهنية التي تتكون لدى طلاب الجامعات عن الحشد الشعبي، كما تتشكل وتتأثر من خلال ما تبثه القنوات الفضائية من محتوى إعلامي، سواء كان هذا المحتوى إخبارياً أو برامجياً أو وثائقياً أو غيره.

الحشد الشعبي: هو تشكيل أمني والعسكري الذي أنشئ في العراق بعد فتوى المرجعية الدينية العليا في عام ٢٠١٤، بهدف مواجهة تنظيم داعش الإرهابي، ويُقصد به في هذا البحث الهيئة المعروفة رسمياً باسم "هيئة الحشد الشعبي" بما تمثله من أدوار ميدانية وعسكرية وإغاثية.

القنوات الفضائية: المقصود بها في هذا البحث محطات البث التلفزيوني التي تصل إلى الجمهور عبر الأقمار الصناعية، والتي يتابعها طلاب الجامعات وتبث محتوى إعلامياً له علاقة بالحشد الشعبي، سواء كانت قنوات عراقية أو عربية أو أجنبية ناطقة بالعربية.

طلاب الجامعات: هم الأفراد الذين يدرسون في الجامعات العراقية، وقد حدد الباحث كليات وأقسام الإعلام ضمن الجامعات العراقية المشمولة بالبحث (بغداد، المستنصرية، العراقية)، والذين تم اختيارهم كعينة رئيسية لكونهم أكثر احتكاكاً بالمحتوى الإعلامي وتحليله بحكم طبيعة دراستهم وتخصصهم.

المبحث الثاني: الإطار النظري

أولاً: الصورة



في هذا البحث نتناول موضوع الصورة، بوصفها الانطباع أو التصور الذي يتشكل في ذهن الإنسان تجاه الأشخاص والقضايا والمنظمات. فالصورة هي البعد الذي يحتله الإدراك، فلا غرابة إذا كانت وسيلة الإنسان الأولى للتعبير هي الصورة، ولهذا فقد كانت أولى اختراعاته اللغة المصورة، فالإنسان البدائي اعتمدها لترجمة أحاسيسه وتفاعلاته مع الطبيعة بدليل أن الحروف في اللغة الإنسانية الأولى اتخذت شكل صور الأشياء والطيور والحيوانات المحيطة بالإنسان الأول. (علم الدين، ١٩٨١، p. 17)

والصورة مصطلح عميق يحتاج إلى تأمل ودقة في الفهم. فغالبًا ما يعتقد الناس أن الصورة مجرد خيال أو تصور ذهني لا يمت للحقيقة أو المنطق بصلة، غير أن الواقع يبين أن الصورة ترتبط في أذهاننا بعواطف ومشاعر معينة، وقد تتشكل أحيانًا بعيدًا عن التجربة الحسية المباشرة، فهي انعكاس لما أدركته الحواس الخمس، لكن بعد أن يمر عبر عملية عقلية وتصور داخلي، فيصبح مزيجًا من الإدراك الحسي والانطباع العاطفي. (الحياني & خلف، ٢٠١٥، p. 9)

وتعرف الصورة أنها مجموعة السمات والملامح التي يدركها الجمهور، ويبني على أساسها مواقفه واتجاهاته نحو المنظمة أو الشركة أو الدولة أو الجماعة وتتكون تلك الصورة عن طريق الخبرة الشخصية للجمهور القائمة على الاتصال المباشر أو عن طريق العمليات الاتصالية الجماهيرية وتتشكل سمات وملامح الصورة في ضوء إدراك الجمهور لشخصية المنظمة ووظائفها وأهدافها وشرعية وجودها وأعمالها والقيم الأساسية التي تتبناها". (صالح، ٢٠٠٥، pp. 22-23)

تُعرّف الصورة الذهنية بأنها بناء معرفي وانفعالي يتكوّن لدى الأفراد أو الجماعات حول شخص أو مؤسسة أو قضية معينة، ويتضمن جملة من الأحكام والتصورات والانطباعات التي قد تكون إيجابية أو سلبية، وتُعد هذه الصورة ركيزة أساسية في توجيه السلوك وصنع القرار، كما تتسم بكونها عملية ديناميكية قابلة للتغيير والتعديل تبعًا للمتغيرات الاجتماعية والسياسية والثقافية والإعلامية، مع إمكانية رسوخها وثباتها عند توافق الرسائل الإعلامية مع المدركات السابقة لدى الجمهور. (جاسم، ٢٠١٥، pp. 7-8)

وللصورة أهمية واضحة في تحديد العلاقات بين الجماعات السياسية والقوى الفاعلة في المجتمعات، لذلك قامت الكثير من الحكومات بتوفير الوسائل المناسبة لبناء الصورة عن ذاتها، والوزارات والهيئات التابعة لها، من أجل بناء التصورات والاتجاهات لدى الجمهور عن الحكومة ومؤسساتها التي ترعاها.



وفي العراق الذي يتمتع بدستور يحمي التعددية السياسية، ويفصل بين السلطات، وينظم عمل الحكومة والهيئات التابعة لها، برزت لدينا بعض المؤسسات التي تشكلت عنها صور متعددة، بعضها إيجابية وأخرى سلبية مناقضة لها تماما، وهذا ما ينطبق على هيئة الحشد الشعبي موضع بحثنا هذا.

لقد تشكلت قوات الحشد الشعبي بعد فتوى المرجع الديني السيد علي السيستاني، في خطبة الجمعة يوم الثالث عشر من حزيران من عام ٢٠١٤ بعد اجتياح تنظيم داعش الإرهابي لمحافظة الموصل وصلاح الدين وأجزاء من ديالى وكركوك والرمادي. اذ دعت المرجعية "القادرين على حمل السلاح ومقاتلة الارهابيين الى التطوع للانخراط في صفوف القوات الأمنية. وعلى أثر الفتوى امر رئيس الوزراء في حينها نوري المالكي بتشكيل هيئة الحشد الشعبي، وتدفق المتطوعون بإعداد تفوق حاجة الحكومة إليهم.

وأصدر مجلس النواب العراقي قانون هيئة الحشد الشعبي رقم (٤٠) لسنة ٢٠١٦، وقد نصت المادة الأولى منه على ان تكون هيئة الحشد الشعبي المعاد تشكيلها بموجب الامر الديواني المرقم (٩١) في ٢٤/٢/٢٠١٦، تشكيلا يتمتع بالشخصية المعنوية ويعد جزءاً من القوات المسلحة العراقية ويرتبط بالقائد العام للقوات المسلحة. (العراق، ٢٠١٦)

هذه المتغيرات في حياة الحشد الشعبي من التشكيل وحتى اصدار القانون الرسمي له، ثم الأوامر الديوانية الخاصة بتنظيمه جعلته يمر بمراحل متغيرة، وانعكاسات ذلك على طبيعة تناول القنوات الفضائية لهذه الهيئة العسكرية، وما ترتب على هذا التناول الإعلامي من تشكيل لصورة إيجابية او سلبية، بحسب بطبيعة التناول ونوع الجمهور والمتغيرات الأخرى التي تؤثر فيه، وهو ما ستجيب عنه استمارة الاستبانة في بحثنا هذا.

التلفزيون يعرض تفاصيل دقيقة قد تغيب عن المشاهد في الواقع، ويمنح الأحداث تركيزاً أكبر بعيداً عن المشتتات، وتساهم الصور والفيديوهات المباشرة، مع التعليقات وشهادات العيان، في ترسيخ المصدقية وتعزيز التفاعل، حتى يصبح من الصعب أحياناً الفصل بين ما يُعرض على الشاشة وبين الواقع، مما يزيد من ثقة الجمهور بالمحتوى المقدم. (الدعمي، ٢٠٢٤، p. 881)

ومن أبرز الأساليب والوسائل الإعلامية في تشكيل الصورة الذهنية هو انتقاء بعض الحقائق وتلوينها، وذلك عبر إبراز جوانب محددة من الأحداث وإخفاء جوانب أخرى، بما يؤدي في كثير من الأحيان إلى تكوين صور ذهنية غير دقيقة أو مشوهة في أذهان المتلقين. (صايل، ٢٠١٩، p. 29)



تعمل وسائل الإعلام غالباً وفقاً لتوجهات الجهات أو الأحزاب الممولة لها، فتسعى أحياناً إلى تشويه صورة الآخر نتيجة الخلافات السياسية، وأحياناً أخرى تمارس أساليب الضغط والابتزاز. ومن ثم تتباين صورة الحشد الشعبي في أذهان الجمهور، خصوصاً في ظل التطورات الإقليمية في غزة ولبنان وإيران واليمن والعراق، إضافة إلى الجدل المتصاعد بشأن قضية نزع السلاح. وهكذا أصبحت القنوات الفضائية، سواء كانت محلية أو دولية أو إقليمية ناطقة بالعربية أو غيرها، تعرض قضايا الحشد وفقاً لسياساتها الإعلامية وتوجهاتها الأيديولوجية.

المبحث الثالث: الإطار الميداني

أولاً: توزيع عينة البحث طبقاً لمتغير الجنس

جدول (١) يبين متغير الجنس

| ت | الجنس | التكرار | النسبة |
|---|---------|---------|--------|
| ١ | ذكر | ١٩٠ | ٪٦٠ |
| ٢ | أنثى | ١١٠ | ٪٤٠ |
| | المجموع | ٣٠٠ | ٪١٠٠ |

يظهر الجدول أعلاه أن نسبة الذكور أعلى من الإناث في عينة البحث، إذ بلغت نسبة الذكور (٪٦٠)، وهذا غالباً ما تشكله جامعة بغداد في كليات وأقسام الإعلام، أما بالنسبة للإناث فقد بلغت نسبتهن (٪٤٠).

ثانياً: توزيع عينة البحث طبقاً لمتغير الجامعة

جدول رقم (٢) يبين توزيع عينة البحث طبقاً لمتغير الجامعة

| ت | الجامعة | العدد | النسبة |
|---|------------|-------|--------|
| ١ | بغداد | ١٠٠ | ٪٣٣.٣ |
| ٢ | المستنصرية | ١٠٠ | ٪٣٣.٣ |
| ٣ | العراقية | ١٠٠ | ٪٣٣.٣ |
| | الإجمالي | ٣٠٠ | ٪٩٩.٩ |

وتشير بيانات الجدول أعلاه إلى أن توزيع عينة البحث جاء بشكل متساوٍ بين كليات وأقسام الإعلام في الجامعات الحكومية في بغداد التي تضم تخصصات الإعلام.

ثالثاً: توزيع عينة البحث طبقاً لمتغير

جدول (٣) توزيع عينة البحث طبقاً لمتغير المرحلة الدراسية

| ت | المرحلة | العدد | النسبة |
|---|---------|-------|--------|
| ١ | الأولى | ٧٥ | ٪٢٥ |
| ٢ | الثانية | ٧٥ | ٪٢٥ |
| ٣ | الثالثة | ٧٥ | ٪٢٥ |
| ٤ | الرابعة | ٧٥ | ٪٢٥ |
| | المجموع | ٣٠٠ | ٪١٠٠ |

وتشير بيانات الجدول أعلاه إلى أن توزيع عينة البحث جاء بشكل متساوٍ بين المراحل الدراسية في الجامعات الحكومية في بغداد التي تضم تخصصات الإعلام.

رابعاً: توزيع عينة البحث طبقاً لمتغير الحالة الاجتماعية

جدول (٤) توزيع عينة البحث طبقاً لمتغير الحالة الاجتماعية

| ت | الحالة الاجتماعية | العدد | النسبة |
|---|-------------------|-------|--------|
| ١ | أعزب | ٢٦٩ | ٪٨٩.٦ |
| ٢ | متزوج | ٢٩ | ٪٩.٦ |
| ٣ | مطلق | ٢ | ٪٠.٦ |
| | المجموع | ٣٠٠ | ٪٩٩.٨ |

وتظهر البيانات أن نسبة غير المتزوجين هي الأعلى بين المبحوثين (٪٨٩.٦)، فيما بلغت نسبة المتزوجين (٪٩.٦)، وبلغت نسبة المطلقين (٪٠.٦).

خامساً: مدى انتظام أفراد عينة البحث في متابعة المحتوى المتعلق بالحشد الشعبي

جدول (٥) يوضح مدى انتظام أفراد عينة البحث في متابعة المحتوى المتعلق بالحشد الشعبي

| ت | مدى الانتظام | الاستجابة | |
|---|--------------|-----------|-----|
| | | ك | % |
| ١ | بحسب الظروف | ١٧١ | ٪٥٧ |



| | | | |
|---|-------------------------|-----|-------|
| ٢ | غير منتظم (من يوم لآخر) | ٥٥ | ١٨.٣% |
| ٣ | منتظم (يوميًا) | ٧٤ | ١٥.٦% |
| | المجموع | ٣٠٠ | ٩٩.٩% |

تقيس البيانات مدى انتظام عينة البحث في متابعة المحتوى المتعلق بالحشد الشعبي، حيث جاءت فئة (بحسب الظروف) هي الأعلى بنسبة (٥٧%)، بينما جاءت فئة غير منتظم (من يوم لآخر) بنسبة (١٨.٣%)، في حين جاءت فئة منتظم (يوميًا) بنسبة (١٥.٦%).

ويفسر الباحث متابعة المبحوثين للمحتوى الإعلامي المتعلق بالحشد بحسب الظروف لعدم وجود إمكانية انتظام المتابعة بسبب ارتباطهم في الدراسة فضلًا عن الالتزامات الأخرى.

سادسًا: المحتوى الاعلامي الذي تتابعه أفراد عينة البحث أكثر من غيره بشأن الحشد الشعبي. جدول (٦) يوضح المحتوى الاعلامي الذي تتابعه أفراد عينة البحث

| ت | المحتوى الإعلامي | ك | العينة | % |
|---|-------------------|-----|--------|-------|
| ١ | الأخبار | ٢٩٩ | ٣٠٠ | ٩٩,٦% |
| ٢ | البرامج السياسية | ١٨٥ | ٣٠٠ | ٦١,٦% |
| ٣ | الأفلام الوثائقية | ٤٤ | ٣٠٠ | ١٤,٦% |
| ٤ | البرامج الساخرة | ١٩ | ٣٠٠ | ٦,٣% |

*ملحوظة: للمبحوث له حرية اختيار أكثر من بديل.

تشير البيانات إلى الفنون التلفزيونية التي يتابعها المبحوث، والتي تغيرت على أساسها صورة الحشد الشعبي، حيث جاءت نشرات الأخبار في المرتبة الأولى بنسبة (٩٩,٦%)، في حين احتلت البرامج المرتبة الثانية بنسبة (٦١,٦%)، أما الأفلام الوثائقية فقد حلت في المرتبة الثالثة بنسبة (١٤,٦%)، وأخيرًا جاءت البرامج الساخرة في المرتبة الرابعة بنسبة (٦,٣%).

وتأسيسًا على البيانات أعلاه، نستشف أن الأخبار والبرامج تسيطر على القنوات التلفزيونية نتيجة ما جرى في العراق من أعمال الإرهاب والتقلبات السياسية، الأمر الذي وفر للقنوات الفضائية مساحة أكبر لبث الأخبار والبرامج السياسية.

ومن جانب آخر، فإن المحتوى الإخباري هو الأكثر من حيث العدد، نظرًا لوجود نشرات إخبارية متعددة في اليوم الواحد على القناة نفسها، بينما تكون البرامج التلفزيونية أقل عددًا، وبعضها لا يُعرض بشكل يومي.

سابعاً: مدى تأثير القنوات الفضائية في تشكيل صورة معينة نحو الحشد الشعبي لدى أفراد عينة البحث. جدول (٧) يوضح مدى تأثير القنوات الفضائية في تشكيل صورة معينة نحو الحشد الشعبي

| ت | مدى التأثير | الاستجابة | |
|---|-------------------|-----------|-------|
| | | ك | % |
| ١ | تؤثر بدرجة متوسطة | ١٣٩ | ٤٦.٣% |
| ٢ | تؤثر بدرجة كبيرة | ١٣٠ | ٤٣.٣% |
| ٣ | تؤثر بدرجة ضعيفة | ٣١ | ١٠.٣% |
| | المجموع | ٣٠٠ | ١٠٠% |

توضح البيانات في الجدول أعلاه مدى تأثير القنوات الفضائية في تشكيل صورة معينة؛ فقد أجاب (١٣٩) من عينة الدراسة بنسبة (٤٦.٣%) بأن القنوات تؤثر بدرجة متوسطة، فيما أجاب (١٣٠) بنسبة (٤٣.٣%) بأن القنوات تؤثر بدرجة كبيرة، في حين ذكر (٣١) بنسبة (١٠.٣%) أن القنوات الفضائية تؤثر بدرجة ضعيفة.

ويُستنتج من ذلك أن هناك دورًا مهمًا للقنوات الفضائية في تشكيل صورة الحشد الشعبي لدى أفراد عينة البحث، وربما يعود ذلك إلى ثقافتهم بالمحتوى الإخباري التلفزيوني الذي تبثه هذه القنوات.

ثامناً: مدى إضافة القنوات الفضائية الى تصورات أفراد عينة البحث حول الحشد الشعبي. جدول (٨) يوضح مدى إضافة القنوات الفضائية الى التصورات حول الحشد الشعبي

| ت | مدى الإضافة | الاستجابة | |
|---|-------------|-----------|------|
| | | ك | % |
| ١ | كثيراً | ١٤٤ | ٤٨% |
| ٢ | قليلاً | ١٣٥ | ٤٥% |
| ٣ | لم تضاف | ٢١ | ٧% |
| | المجموع | ٣٠٠ | ١٠٠% |



البيانات تبين مدى الإضافة التي قدّمتها القنوات الفضائية إلى تصوّرات عينة البحث حول الحشد الشعبي؛ حيث أجاب (١٤٤) مبحوثاً، ونسبة (٤٨٪)، بأن القنوات الفضائية أضافت لهم كثيراً، فيما ذكر (١٣٥) مبحوثاً، ونسبة (٤٥٪)، أن القنوات الفضائية أضافت لهم قليلاً، في حين أجاب (٢١) مبحوثاً، ونسبة (٧٪)، بأن القنوات الفضائية لم تضيف لهم شيئاً.

وهذا يدل على أن القنوات الفضائية تؤثر، بشكل أو بآخر، في مدى الإضافة إلى تصوّرات المبحوثين حول الحشد الشعبي.

تاسعاً: طبيعة الصورة المتشكلة عن الحشد الشعبي لدى الأفراد عينة البحث.
جدول (٩) يوضح طبيعة الصورة المتشكلة عن الحشد الشعبي

| ت | طبيعة | العدد | النسبة |
|---|-----------------------------|-------|--------|
| ١ | إيجابية | ١٧٨ | ٥٩.٣ |
| ٢ | تجمع بين السلبية والإيجابية | ٨٩ | ٢٩.٦ |
| ٣ | سلبية | ٣٣ | ١١ |
| | المجموع | ٣٠٠ | ٩٩.٩٪ |

تُظهر البيانات أن غالبية آراء المبحوثين تجاه طبيعة الصورة كانت إيجابية، إذ شكّلت هذه الفئة ما نسبته (٥٩.٣٪). بينما جاءت الفئة التي تجمع بين الآراء الإيجابية والسلبية في المرتبة الثانية بنسبة (٢٩.٦٪) وهو ما يشير إلى وجود تباين في تصوراتهم. أما الفئة ذات المواقف السلبية فقد شكّلت أقل نسبة، وهي (١١٪) فقط، مما يدل على أن الاتجاه العام يسير نحو الإيجابية، مع وجود شريحة ليست بالقليلة تحمل مواقف مختلطة.

عاشراً: القنوات التلفزيونية التي شكّلت صورة إيجابية عن الحشد الشعبي لدى أفراد عينة البحث.

جدول (١٠) يوضح القنوات التلفزيونية التي شكّلت صورة إيجابية عن الحشد الشعبي

| ت | القنوات | ك | % |
|---|---|-----|------|
| ١ | القنوات الفضائية العراقية | ٢٤٣ | ٩١٪ |
| ٢ | القنوات الفضائية العربية | ١٨ | ٦.٧٪ |
| ٣ | القنوات الاجنبية الفضائية التي تبث بالعربية | ٦ | ٢.٢٪ |
| ٤ | القنوات الاجنبية التي تبث بلغات اجنبية | ٠ | ٠ |

| | | |
|---------|-----|------|
| المجموع | ٢٦٧ | %١٠٠ |
|---------|-----|------|

*ملحوظة: إن عدد الذين أجابوا كان أقل من حجم العينة الكلي، وتمثل هذه الإجابات آراء الطلاب الذين تكوّنت لديهم صورة إيجابية عن الحشد الشعبي.

تشير البيانات في الجدول أعلاه إلى أن الغالبية العظمى من المبحوثين يعتمدون على القنوات الفضائية العراقية كمصدر رئيس للمعلومات، إذ بلغت نسبتهم ٩١% (٢٤٣ مبحوثاً)، وهو ما يعكس الثقة الكبيرة بهذه القنوات أو ملاءمتها لاهتماماتهم واحتياجاتهم. بينما جاءت القنوات الفضائية العربية في المرتبة الثانية بنسبة ٦.٧% (١٨ مبحوثاً)، تليها القنوات الأجنبية الناطقة بالعربية بنسبة منخفضة جداً بلغت ٢.٢% (٦ مبحوثين)، في حين لم يذكر أي من المبحوثين اعتماده على القنوات الأجنبية التي تبث بلغات غير عربية (٠%).

هذا يوضح أن التوجّه الإعلامي للمبحوثين محصور بشكل شبه كامل في القنوات بالشأن المحلي والعربي، مع غلبة واضحة للمحلية منها.

احد عشر: القنوات التلفزيونية التي شكلت صورة سلبية عن الحشد الشعبي لدى أفراد عينة البحث.

جدول (١١) القنوات التلفزيونية التي شكلت صورة سلبية عن الحشد الشعبي

| ت | القنوات | ك | % |
|---|---|-----|-------|
| ١ | القنوات الفضائية العربية | ٥٥ | %٤٥ |
| ٢ | القنوات الفضائية العراقية | ٥١ | %٤١.٨ |
| ٣ | القنوات الفضائية الاجنبية التي تبث بالعربية | ١٦ | %١٣.١ |
| ٤ | القنوات الاجنبية التي تبث بلغات اجنبية | ٠ | ٠ |
| | المجموع | ١٢٢ | %٩٩.٩ |



*ملحوظة: إن عدد الذين أجابوا كان أقل من حجم العينة الكلي، وتمثل هذه الإجابات آراء الطلاب الذين تكوّنت
لديهم صورة سلبية عن الحشد الشعبي.

تُظهر البيانات في الجدول أعلاه تقارباً نسبياً بين اعتماد المبحوثين على القنوات الفضائية العربية والقنوات الفضائية العراقية؛ حيث جاءت القنوات العربية في المرتبة الأولى بنسبة (٤٥٪) بعدد (٥٥) مبحوثاً، تليها القنوات العراقية بنسبة (٤١.٨٪) بعدد (٥١) مبحوثاً. بينما جاءت القنوات الأجنبية الناطقة بالعربية في المرتبة الثالثة بنسبة (١٣.١٪) بعدد (١٦) مبحوثاً، في حين لم تُسجّل أي نسبة لمتابعة القنوات الأجنبية التي تبث بلغات غير عربية (٠٪).

وهذا يدل على أن القنوات الفضائية العربية قد أسهمت بشكل كبير في تشكيل صورة سلبية عن الحشد الشعبي، ويعود ذلك إلى طبيعة الموضوعات التي تثيرها هذه القنوات، والتي غالباً ما ترتبط بخلافات الدول الممولة لها مع هيئة الحشد الشعبي والقوى المشاركة فيها.

أثنا عشر: مدى تغير صورة الحشد الشعبي لدى أفراد عينة البحث بعد دورهم في الانتصار على تنظيم داعش.

جدول (١٢) يوضح مدى تغير صورة الحشد الشعبي بعد دورهم في الانتصار على تنظيم داعش

| ت | مدى تغير صورة الحشد الشعبي | الاستجابة | |
|---|----------------------------|-----------|-------|
| | | ك | % |
| ١ | نعم تغيرت بشكل إيجابي | ١٧٠ | ٥٦.٦% |
| ٢ | لا لم تتغير | ٨٥ | ٢٨.٣% |
| ٣ | نعم بشكل سلبي | ٤٥ | ١٥% |
| | المجموع | ٣٠٠ | ١٠٠% |

تشير النتائج في الجدول أعلاه إلى أن أكثر من نصف المبحوثين (٥٦.٦%)، أي ١٧٠ مبحوثاً) أفادوا بأن صورة الحشد الشعبي لديهم تغيرت بشكل إيجابي، مما يعكس أثرًا ملموسًا في تحسين الانطباعات. بينما ذكر نحو ٢٨.٣% (٨٥ مبحوثاً) أن صورتهم عن الحشد الشعبي لم تتغير، وهو ما يدل على ثبات مواقفهم بغض النظر عن المستجدات. في المقابل، أفاد ١٥% (٤٥ مبحوثاً) بأن الصورة لديهم تغيرت بشكل سلبي، وهي نسبة أقل مقارنة بالإيجابية، لكنها تمثل شريحة مهمة ينبغي التوقف عند أسبابها.

ثلاثة عشر: مدى تغير صورة قادة الحشد الشعبي لدى أفراد عينة البحث بعد ان وضعتهم الولايات المتحدة على قوائم الارهاب.

جدول (١٣) يوضح الجدول مدى تغير صورة قادة الحشد الشعبي بعد إدراجهم من قبل الولايات المتحدة على قوائم الإرهاب.

| ت | مدى تغير صورة قادة الحشد الشعبي | الاستجابة | |
|---|---------------------------------|-----------|-------|
| | | ك | % |
| ١ | لا لم تتغير | ١٨٥ | ٦١.٦% |
| ٢ | نعم بشكل سلبي | ٦١ | ٢٠.٣% |
| ٣ | نعم تغيرت بشكل إيجابي | ٥٤ | ١٨% |
| | المجموع | ٣٠٠ | ٩٩.٩% |

تُظهر النتائج أن غالبية المبحوثين (٦١.٦%)، أي ١٨٥ مبحوثاً) أفادوا بأن صورة قادة الحشد الشعبي لم تتغير لديهم، مما يشير إلى ثبات الانطباعات سواء كانت إيجابية أو سلبية



مسبقاً. في حين رأى نحو ٢٠.٣% (٦١ مبحوثاً) أن الصورة تغيرت بشكل سلبي، مقابل ١٨% فقط (٥٤ مبحوثاً) قالوا إن التغيير كان إيجابياً.

وتعكس هذه المعطيات إدراج قادة الحشد الشعبي على قوائم الإرهاب، وما رافق ذلك من ضغوطات دولية، لم يؤدِّ إلى التقاف الجماهير حولهم، خلافاً لما تقترضه بعض النظريات السياسية التي ترى بوجود علاقة طردية بين العداء الخارجي لجهة محلية وزيادة مؤيديها في الداخل. إلا أن ما حدث فعلياً هو أن هذه الإجراءات لم تترك أثراً يُذكر في تعزيز صورة قادة الحشد الشعبي.

أربعة عشر: أبرز ملامح وسمات تشكيل صورة الحشد الشعبي التي تهتم بإظهارها القنوات الفضائية.

جدول رقم (١٤) يوضح أبرز ملامح وسمات تشكيل صورة الحشد الشعبي التي تهتم بإظهارها القنوات الفضائية

| الوزن المئوي | الانحراف المعياري | المتوسط الحسابي | لا تهتم مطلقاً وتظهر عكس ذلك | | تهتم بإظهارها جزء منها | | تهتم بإظهارها بشكل واضح | | العبارات |
|--------------|-------------------|-----------------|------------------------------|----|------------------------|-----|-------------------------|-----|---|
| | | | % | ك | % | ك | % | ك | |
| ٨٣.٣ | ٠.٥٧ | ٢.٥ | ٤.٠ | ١٢ | ٤٢.٠ | ١٢٦ | ٥٤.٠ | ١٦٢ | عناصر الحشد الشعبي ضحوا بأنفسهم وارواحهم لحماية الوطن |
| ٨١.٧ | ٠.٦٨ | ٢.٤٥ | ١١.٠ | ٣٣ | ٣٣.٣ | ١٠٠ | ٥٥.٧ | ١٦٧ | قوات شجاعة ولا تخشى الأعداء |
| ٧٨.٤ | ٠.٧٥ | ٢.٣٥ | ١٧.٠ | ٥١ | ٣٠.٧ | ٩٢ | ٥٢.٣ | ١٥٧ | ساهمت في حماية العراقيين في ظروف صعبة |
| ٧٣.٤ | ٠.٧٩ | ٢.٢ | ٢٣.٣ | ٧٠ | ٣٣.٠ | ٩٩ | ٤٣.٧ | ١٣١ | قوات الحشد الشعبي تحملت المسؤولية لطرد داعش |
| ٧٠.٤ | ٠.٨١ | ٢.١١ | ٢٨.٠ | ٨٤ | ٣٢.٧ | ٩٨ | ٣٩.٣ | ١١٨ | قوات الحشد الشعبي قوات وطنية لبت نداء الوطن والمرجعية الدينية |
| ٧٠.٣ | ٠.٨١ | ٢.١١ | ٢٨.٠ | ٨٤ | ٣٣.٠ | ٩٩ | ٣٩.٠ | ١١٧ | عقيدتها ثابتة تجاه الوطن والدين |
| ٧٠.٢ | ٠.٨٥ | ٢.١١ | ٣١.٧ | ٩٥ | ٢٦.٠ | ٧٨ | ٤٢.٣ | ١٢٧ | تهتم بإنجاز اعمالها بشكل مرضي |

| | | | | | | | | | |
|------|------|------|------|-----|------|-----|------|-----|---|
| ٦٨.٩ | ٠.٨ | ٢.٠٧ | ٢٩.٠ | ٨٧ | ٣٥.٣ | ١.٦ | ٣٥.٧ | ١.٧ | ساهمت بإعادة المهجرين والنازحين إلى ديارهم |
| ٦٨.١ | ٠.٨٣ | ٢.٠٤ | ٣٢.٠ | ٩٦ | ٣١.٧ | ٩٥ | ٣٦.٣ | ١.٩ | تطبيق القوانين وتلتزم بالأوامر العليا |
| ٦٧.٠ | ٠.٨٣ | ٢.٠١ | ٣٤.٠ | ١٠٢ | ٣١.٠ | ٩٣ | ٣٥.٠ | ١.٥ | قوات قانونية تابعة للحكومة العراقية |
| ٦٥.٣ | ٠.٨٥ | ١.٩٦ | ٣٨.٠ | ١١٤ | ٢٨.٠ | ٨٤ | ٣٤.٠ | ١.٢ | تنتظر للعراقيين بمنظار واحد |
| ٦٤.٣ | ٠.٨٧ | ١.٩٣ | ٤٢.٠ | ١٢٦ | ٢٣.٠ | ٦٩ | ٣٥.٠ | ١.٥ | قوات الحشد الشعبي تلتزم بقوانين الدولة والقائد العام للقوات المسلحة |

تُشير بيانات الجدول أعلاه الى الآتي:

- (١) أن أعلى تقييم حصلت عليه عبارة "عناصر الحشد الشعبي ضحوا بأنفسهم وأرواحهم لحماية الوطن" بمتوسط حسابي (٢.٥) وانحراف معياري (٠.٥٧) ووزن مئوي مرتفع (٨٣.٣٪)، ما يعكس إدراكاً قوياً لتضحيات الحشد الشعبي في الوعي العام للمبحوثين.
- (٢) تلتها في المرتبة الثانية عبارة "قوات شجاعة ولا تخشى الأعداء" بوزن مئوي بلغ (٨١.٧٪)، مما يدل على ترسيخ صورة القوة والشجاعة.
- (٣) في المرتبة الثالثة جاءت عبارة "ساهمت في حماية العراقيين في ظروف صعبة" قدره (٧٨.٤٪)، تليها عبارة "قوات الحشد الشعبي تحملت المسؤولية لطرد داعش" بلغ (٧٣.٤٪)، وهو ما يعكس تقدير دورها في مواجهة التحديات الأمنية الكبرى.
- (٤) أما العبارات التي حصلت على أوزان مئوية متوسطة فتمثلت في: "قوات وطنية لبت نداء الوطن والمرجعية الدينية" قدره (٧٠.٤٪)، "عقيدها ثابتة تجاه الوطن والدين" (٧٠.٣٪)، و"تهتم بإنجاز أعمالها بشكل مرضٍ" بلغ (٧٠.٢٪)، ما يشير إلى اعتراف بأدوارها الوطنية والدينية مع وجود تباين في مدى الاتفاق حولها.
- (٥) في المستويات الأدنى نسبياً جاءت عبارة "ساهمت بإعادة المهجرين والنازحين" (٦٨.٩٪)، و"تطبيق القوانين وتلتزم بالأوامر العليا" (٦٨.١٪)، و"قوات قانونية تابعة للحكومة العراقية" بلغ (٦٧.٠٪)، وهي عبارات تشير إلى أبعاد إدارية وقانونية قد لا تحظى بالزخم العاطفي نفسه الذي تحظى به الأدوار القتالية والبطولية.



٦) أقل الأوزان المئوية سُجِّلت لعبارتي "تنتظر للعراقيين بمنظار واحد" (٦٥.٣٪)، و"تلتزم بقوانين الدولة والقائد العام للقوات المسلحة" (٦٤.٣٪)، مما قد يعكس وجود بعض الشكوك أو التباين في المواقف تجاه حياد الحشد الشعبي والتزامه بالقوانين.

بشكل عام، يتضح أن الانطباعات الإيجابية الأعلى ارتبطت بالبطولة والتضحيات، بينما جاءت القيم الإدارية والقانونية والحيادية في مراتب أدنى، وهو ما يشير إلى أن الصورة الذهنية للحشد الشعبي لدى المبحوثين تُبنى أساسًا على أدواره القتالية والرمزية أكثر من المؤسسية والقانونية.

خمس عشرة: العوامل التي يمكن أن تسهم في تحسين صورة الحشد الشعبي.

جدول (١٥) يوضح العوامل التي يمكن أن تسهم في تحسين صورة الحشد الشعبي

| يسهم في تحسين صورة الحشد الشعبي | ك | العينة | % |
|---|-----|--------|-------|
| عدم التدخل في الشأن السياسي لقادة الحشد الشعبي | ٢٧٧ | ٣٠٠ | ٩٢.٣٪ |
| عدم اظهار دعمها للجمهورية الاسلامية في إيران | ٢٥٩ | ٣٠٠ | ٨٦.٣٪ |
| عدم اظهار دعمها لغزة ولأنصار الله الحوثيين وحزب الله اللبناني | ١٩٧ | ٣٠٠ | ٦٥.٧٪ |
| عدم اظهار العداء للقوات الامريكية | ١٦٦ | ٣٠٠ | ٥٥.٣٪ |
| التوقف عن اظهار عدائها لإسرائيل | ١٤٨ | ٣٠٠ | ٤٩.٣٪ |
| الثبات على موقفهم الموالي للعراق | ١٢٠ | ٣٠٠ | ٤٠.٠٪ |
| احترام هيبة الدولة والقانون بشكل حقيقي | ١٠٧ | ٣٠٠ | ٣٥.٧٪ |

*ملحوظة: للمبحوث له حرية اختيار أكثر من بديل، لذلك ستكون عدد الاجابات أكثر من عدد العينة.

وتشير البيانات في الجدول أعلاه إلى أن عدم التدخل في الشأن السياسي لقادة الحشد الشعبي يسهم وبشكل أساسي في تحسين صورة الحشد الشعبي، إذ بلغت نسبة المبحوثين الذين اختاروا هذه الفقرة بلغ (٩٢.٣٪) من عينة البحث.

وفي المرتبة الثانية جاء عدم إظهار دعمها للجمهورية الإسلامية في إيران بنسبة بلغت (٨٦.٣٪)، تلتها في المرتبة الثالثة فقرة عدم إظهار دعمها لغزة ولأنصار الله الحوثيين وحزب الله اللبناني بنسبة بلغت (٦٥.٧٪).

أما عدم إظهار العداء للقوات الأمريكية فقد بلغت نسبته (٥٥.٣٪) في المرتبة الرابعة، في حين بلغت نسبة التوقف عن إظهار العداء لإسرائيل (٤٩.٣٪) في المرتبة الخامسة. وجاءت فقرة الثبات على موقفها الموالي للعراق، في المرتبة السادسة بنسبة قدرها (٤٠.٠٪)، وأخيراً احترام هيبة الدولة والقانون بشكل حقيقي، جاءت في المرتبة السابعة بنسبة قدرها (٣٥.٧٪).

النتائج العامة

(١) **مدى الانتظام في المتابعة:** أظهرت النتائج أن غالبية المستجيبين يتابعون القنوات الفضائية المتعلقة بموضوع البحث تبعاً للظروف المحيطة بنسبة بلغت (٥٧٪)، في حين جاءت فئة غير المنتظمين في المرتبة الثانية بنسبة بلغت (١٨.٣٪)، أما من يتابعون بانتظام يومي فبلغت نسبتهم بلغت (١٥.٦٪).

(٢) **نوع المحتوى الإعلامي الأكثر متابعة ..** تبين أن المحتوى الإخباري يحظى بالمرتبة الأولى من حيث المتابعة بنسبة بلغت (٩٩.٦٪)، تليه البرامج السياسية بنسبة (٦١.٦٪)، ثم الأفلام الوثائقية بنسبة بلغت (١٤.٦٪)، وأخيراً البرامج ذات الطابع الساخر بنسبة بلغت (٦.٣٪).

(٣) **تأثير القنوات الفضائية في تشكيل الصورة ..** أفاد المشاركون بأن التأثير المتوسط لهذه القنوات كان الأكثر شيوعاً بنسبة بلغت (٤٦.٣٪)، يليه التأثير الكبير بنسبة (٤٣.٣٪)، بينما جاء التأثير الضعيف في المرتبة الأخيرة بنسبة بلغت (١٠.٣٪).

(٤) **مدى إسهام القنوات الفضائية في تعزيز التصورات ..** بينت النتائج أن (٤٨٪) من المشاركين رأوا أن القنوات أضافت كثيراً إلى تصوراتهم، في حين أفاد (٤٥٪) بأنها أضافت القليل، وأشار (٧٪) إلى أنها لم تضيف شيئاً.

(٥) **طبيعة الصورة المتشكلة عن الحشد الشعبي ..** شكّلت الصورة الإيجابية النسبة الأكبر لدى المشاركين بنسبة (٥٩.٣٪)، تلتها الصورة المختلطة بنسبة (٢٩.٦٪)، بينما كانت الصورة السلبية الأقل انتشاراً بنسبة (١١٪).



- ٦) القنوات التي أسهمت في تشكيل صورة إيجابية .. أظهرت النتائج أن القنوات العراقية كانت المصدر الأبرز في تشكيل الصورة الإيجابية بنسبة (٩١٪)، تلتها القنوات العربية بنسبة (٦.٧٪)، ثم القنوات الأجنبية الناطقة بالعربية بنسبة (٢.٢٪).
- ٧) القنوات التي أسهمت في تشكيل صورة سلبية .. جاءت القنوات العربية في المرتبة الأولى بنسبة (٤٥٪)، تليها القنوات العراقية بنسبة (٤١.٨٪)، ثم الأجنبية الناطقة بالعربية بنسبة (١٣.١٪).
- ٨) التغيير في صورة الحشد بعد الانتصار على داعش .. أشار (٥٦.٦٪) من المشاركين إلى أن الصورة تغيرت إيجابياً بعد الانتصار على تنظيم داعش، بينما لم يلاحظ (٢٨.٣٪) أي تغيير، وأفاد (١٥٪) بوجود تغيير سلبي.
- ٩) التغيير في صورة القادة بعد إدراجهم على قوائم الإرهاب .. أفاد غالبية المستجيبين (٦١.٦٪) بعدم حدوث أي تغيير في صورتهم، في حين ذكر (٢٠.٣٪) أن الصورة تغيرت سلبياً، وأشار (١٨٪) إلى حدوث تغيير إيجابي.
- ١٠) أبرز السمات التي تُظهرها القنوات .. جاءت التوضيحات في مقدمة السمات التي تحرص القنوات على إبرازها بنسبة (٨٣.٣٪)، تلتها الشجاعة بنسبة (٨١.٧٪)، ثم حماية المدنيين بنسبة (٧٨.٤٪). أما السمات الأقل إبرازاً فكانت الحياد بنسبة (٦٥.٣٪)، والالتزام بالقوانين بنسبة (٦٤.٣٪).
- ١١) العوامل التي تعزز صورة الحشد الشعبي .. أبرز المشاركون ثلاثة عوامل رئيسة يمكن أن تحسّن صورة الحشد الشعبي، وهي: الابتعاد عن التدخل السياسي بنسبة (٩٢.٣٪)، عدم إظهار الدعم للجمهورية الإسلامية في إيران بنسبة (٨٦.٣٪)، وكذلك عدم إظهار الدعم لغزة ولأنصار الله الحوثيين وحزب الله اللبناني بنسبة (٦٥.٧٪).

المصادر و المراجع

البيضان، كريم عبد الله (٢٠١٦). دور التغطية الإخبارية في تشكيل اتجاهات الجمهور إزاء الحشد الشعبي [أطروحة دكتوراه]. جامعة بغداد - كلية الإعلام، بغداد، العراق.
الحياني، نعمان عباس. وخلف، حذيفة زيدان (٢٠١٥). الصورة الذهنية للجامعة المستنصرية لدى طلاب الثانوية العامة. مجلة آداب المستنصرية، ٧٠ (٣٠). <https://doi.org/10.35167/muja.v0i71.167>، بغداد، العراق.

الدعيمي، غالب كاظم (٢٠٢٤). تفضيلات الجمهور العراقي للقنوات الفضائية في متابعة عمليات اقتحام مستوطنات غلاف غزة وما تلاها: دراسة ميدانية على طلاب قسم الإعلام-الأداب-الجامعة المستنصرية. مجلة آداب المستنصرية، ٤٨ (١٠٥).

بغداد، <https://doi.org/10.35167/muja.v48i105%20%D8%AC%D8%B2%D8%A11>



- العراق.
العراق (٢٠١٦). قانون هيئة الحشد الشعبي (العدد ٤٤٢٩). صحيفة الوقائع العراقية. تاريخ الاسترداد ٢٠٢٥/٧/١، من <https://moj.gov.iq/view.2888> / بغداد، العراق.
جاسم، باقر موسى (٢٠١٥). استراتيجيات العلاقات العامة الدولية في بناء الصورة الذهنية للسياسة الخارجية (وزارة الخارجية العراقية أنموذجاً). مجلة آداب المستنصرية، المجلد ٧١.
<https://doi.org/10.35167/muja.v0i71.167> / بغداد، العراق.
صالح، سليمان (٢٠٠٥). وسائل الإعلام وصناعة الصور الذهنية (T1). مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، الكويت.
صايل، حردان هادي (٢٠١٩). الصورة الذهنية لمنظمات المجتمع المدني ودور العلاقات العامة في تكوينها (T1). دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
علم الدين، محمود (١٩٨١). الصورة الفوتوغرافية في مجال الإعلام (T1). الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، مصر.
فاضل، علي عباس (٢٠٢٠). دور القنوات الفضائية في تشكيل صورة الحشد الشعبي لدى الجمهور. مجلة كلية التربية الأساسية، ١٠٨ (٢٦). بغداد، العراق.

- Al-Baydani, Karim Abdullah (2016). The role of news coverage in shaping audience attitudes toward the Popular Mobilization Forces [Doctoral dissertation]. University of Baghdad – College of Media, Baghdad, Iraq.
- Al-Hayani, Nouman Abbas, & Khalaf, Hudhayfa Zidan (2015). The mental image of Al-Mustansiriyah University among high school students. Al-Mustansiriyah Journal of Arts, 70(30). <https://doi.org/10.35167/muja.v0i71.167> Baghdad, Iraq.
- Al-Daami, Ghalib Kazem (2024). Iraqi audience preferences for satellite channels in following the storming of Gaza envelope settlements and its aftermath: A field study among students of the Department of Media – Arts – Al-Mustansiriyah University. Al-Mustansiriyah Journal of Arts, 48(105). <https://doi.org/10.35167/muja.v48i105%20%D8%AC%D8%B2%D8%A11> Baghdad, Iraq.
- Iraq (2016). Law of the Popular Mobilization Authority (Issue 4429). Al-Waqa'i Al-Iraqiya. Retrieved July 1, 2025, from <https://moj.gov.iq/view.2888/> Baghdad, Iraq.
- Jasim, Baqir Mousa (2015). International public relations strategies in building the mental image of foreign policy: The Iraqi Ministry of Foreign Affairs as a model. Al-Mustansiriyah Journal of Arts, 71. <https://doi.org/10.35167/muja.v0i71.167> Baghdad, Iraq.
- Saleh, Suleiman (2005). Media and the making of mental images (T1). Al-Falah Library for Publishing and Distribution, Kuwait City, Kuwait.
- Sa'il, Hardan Hadi (2019). The mental image of civil society organizations and the role of public relations in its formation (T1). Dar Al-Yazouri Scientific Publishing and Distribution, Amman, Jordan.
- Alam El-Din, Mahmoud (1981). Photographic images in the field of media (T1). Egyptian General Book Authority, Cairo, Egypt.
- Fadel, Ali Abbas (2020). The role of satellite channels in shaping the image of the Popular Mobilization Forces among the public. Journal of Basic Education College, 108(26). Baghdad, Iraq.