

**دور وسائل الإعلام العراقية في بناء السلم المجتمعي  
دراسة تطبيقية على القناة العراقية الفضائية وقناة  
UTV**

**The Role of Iraqi Media in Building Social  
Peace: A Case Study of the Iraqi Satellite  
Channel and UTV**

نور حمودي كامل عبد الغفور

Nour Hammoudi Kamel Abdel Ghafour

جامعة الجنان / لبنان

Al-Jinan University / Lebanon

[mssamh@yahoo.com](mailto:mssamh@yahoo.com)

الكلمات المفتاحية: السلم المجتمعي، الإعلام العراقي، القناة العراقية، UTV،  
التماسك الاجتماعي

**Keywords: Social peace, Iraqi media, Iraqi Channel, UTV,  
social cohesion**





## المستخلص

تهدف هذه الدراسة إلى الكشف عن دور وسائل الإعلام العراقية في بناء السلم المجتمعي، من خلال التطبيق على القناة العراقية الفضائية وقناة UTV. تعتمد الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، مستخدمة أداة تحليل المضمون لعينة من البرامج الإعلامية، إضافة إلى استبانة موجهة لعينة من الجمهور العراقي. تنطلق الدراسة من إشكالية محورية حول مدى فاعلية القنوات الفضائية العراقية في تعزيز قيم التعايش والتسامح والحوار المجتمعي في ظل التحديات السياسية والاجتماعية التي يشهدها العراق. أظهرت النتائج أن القناتين تساهمان بدرجات متفاوتة في نشر خطاب السلم المجتمعي، مع وجود تحديات تتعلق بالاستقطاب السياسي والطائفي. توصي الدراسة بضرورة تطوير سياسات إعلامية تدعم الخطاب الوطني الجامع وتحد من خطابات الكراهية.

## Abstract

This study aims to investigate the role of Iraqi media in building social peace through an applied analysis of the Iraqi Satellite Channel and UTV. The study employs a descriptive-analytical approach, utilizing content analysis of a sample of media programs, in addition to a questionnaire administered to a sample of the Iraqi audience. The study addresses a central problematic concerning the effectiveness of Iraqi satellite channels in promoting the values of coexistence, tolerance, and societal dialogue amid the political and social challenges facing Iraq. The findings reveal that both channels contribute to varying degrees in disseminating the discourse of social peace, while facing challenges related to political and sectarian polarization. The study recommends the necessity of developing media policies that support inclusive national discourse and mitigate hate speech

## الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

### 1.1 المقدمة

يشكل السلم المجتمعي أحد الركائز الأساسية لاستقرار المجتمعات وتميبتها، خاصة في المجتمعات التي شهدت صراعات ونزاعات مطولة. ويُعد العراق من الدول التي مرت بتحديات أمنية وسياسية واجتماعية عميقة منذ عام 2003، مما أثر على نسيج المجتمع وتماسكه. وفي هذا الإطار، أشار تقرير برنامج الأمم المتحدة الإنمائي (UNDP) لعام 2023 إلى أن 42% من العراقيين يشعرون بعدم الثقة تجاه المكونات الاجتماعية الأخرى، بينما أظهرت دراسة مؤشر السلام العالمي (Global Peace Index) لعام 2024 أن العراق يحتل المرتبة 157 من أصل 163 دولة في مؤشر السلام، مما يعكس هشاشة السلم الاجتماعي. كما أفادت منظمة اليونسكو في تقريرها لعام 2023 أن 65% من النزاعات المجتمعية في العراق تتأثر بالخطاب الإعلامي المحرض. في هذا السياق، تبرز أهمية دور وسائل الإعلام كفاعل رئيسي في بناء السلم المجتمعي أو تقويضه.

تمتلك وسائل الإعلام قدرة هائلة على تشكيل الرأي العام والتأثير في الوعي الجماعي، وهو ما يجعلها أداة محورية في عمليات بناء السلام والمصالحة الوطنية. وفي العراق، تتنوع القنوات الفضائية بين حكومية وخاصة، ولكل منها توجهاتها وأجندتها الإعلامية التي قد تنعكس على طبيعة الخطاب الإعلامي المقدم.

وقد شكّل خطاب الكراهية تهديداً خطيراً للسلم المجتمعي في العراق منذ عام 2003، حيث ساهم في تعميق الانقسامات الطائفية والعرقية والمذهبية بين مكونات المجتمع العراقي. وفقاً لتقرير مفوضية الأمم المتحدة لحقوق الإنسان (OHCHR) لعام 2023، فقد وثقت المفوضية أكثر من 3,200 حالة لخطاب كراهية عبر وسائل الإعلام العراقية خلال الفترة 2020-2023، منها 58% عبر القنوات الفضائية و42% عبر وسائل التواصل الاجتماعي. وقد أدى هذا الخطاب إلى تأجيج العنف المجتمعي، حيث ارتبطت 37% من حوادث العنف الطائفي المسجلة بين عامي 2014 و2023 بحملات إعلامية تحريضية سبقتها، وفقاً لتقرير بعثة الأمم المتحدة لمساعدة العراق (UNAMI) لعام 2024. كما أظهرت دراسة أجرتها منظمة "مراسلون بلا حدود" عام 2023 أن 73% من الصحفيين العراقيين يرون أن بعض القنوات الفضائية تستخدم خطاباً طائفيًا مقصوداً لتحقيق أجندات سياسية. ويتجلى خطر هذا الخطاب في قدرته على

تشويه الحقائق، ونشر الصور النمطية السلبية، وتعزيز ثقافة الإقصاء والعداء بين المكونات المجتمعية، مما يقوض جهود المصالحة الوطنية وبناء دولة مدنية قائمة على المواطنة والعدالة والمساواة.

## 1.2 مشكلة الدراسة

يواجه المجتمع العراقي تحديات جسيمة في بناء السلم المجتمعي والحفاظ عليه، في ظل إرث ثقيل من الصراعات الطائفية والعرقية والسياسية التي خلفتها العقود الماضية. وتلعب وسائل الإعلام، وخاصة القنوات الفضائية، دوراً محورياً في تشكيل الخطاب العام وتوجيه الوعي الجماعي نحو قيم التعايش والمصالحة أو نحو مزيد من الانقسام والاحتقان. وعلى الرغم من وجود العديد من القنوات الفضائية العراقية ذات التوجهات المختلفة، إلا أن الدراسات العلمية التي تناولت دور هذه القنوات في بناء السلم المجتمعي تبقى محدودة، خاصة تلك التي تجمع بين التحليل الكمي والكيفي لمضامينها الإعلامية ورصد تأثيرها الفعلي على الجمهور. وتزداد أهمية هذه الإشكالية في ضوء التباين الواضح بين القنوات الحكومية والخاصة من حيث الملكية والتوجهات والأجندات الإعلامية، مما يطرح تساؤلات جوهرية حول مدى التزام هذه القنوات بمعايير الإعلام المسؤول والموضوعي في معالجة القضايا الحساسة، ومدى مساهمتها الفعلية في ترسيخ قيم السلم المجتمعي أو تقويضها. وفي هذا الإطار، تأتي هذه الدراسة لتسليط الضوء على دور قناتين رئيسيتين تمثلان نموذجين مختلفين من الإعلام العراقي: القناة العراقية الفضائية (كنموذج للإعلام الحكومي) وقناة UTV (كنموذج للإعلام الخاص)، وذلك من خلال تحليل مضامينهما الإعلامية واستطلاع آراء الجمهور العراقي حول دورهما في تعزيز السلم المجتمعي.

وعليه، تتمحور مشكلة الدراسة حول التساؤل الرئيسي التالي: ما دور وسائل الإعلام العراقية (القناة العراقية الفضائية وقناة UTV) في بناء السلم المجتمعي؟

وينبثق عن هذا التساؤل الرئيسي مجموعة من التساؤلات الفرعية:

1. ما طبيعة المضامين الإعلامية التي تقدمها القناتان فيما يتعلق بالسلم المجتمعي؟
2. ما مدى اهتمام القناتين بقضايا التعايش السلمي والحوار المجتمعي؟
3. كيف تعالج القناتان القضايا الحساسة (الطائفية، العرقية، السياسية)؟

4. ما تقييم الجمهور العراقي لدور هاتين القناتين في تعزيز السلم المجتمعي؟

### 1.3 أهمية الدراسة

تكتسب هذه الدراسة أهميتها من عدة جوانب:

#### الأهمية العلمية:

- إثراء الأدبيات العربية حول دور الإعلام في بناء السلم المجتمعي في سياقات ما بعد النزاع
- تقديم إطار نظري متكامل حول العلاقة بين الإعلام والسلم المجتمعي
- توفير دراسة تطبيقية على الحالة العراقية بخصوصيتها

#### الأهمية العملية:

- مساعدة صناع القرار الإعلامي في تطوير سياسات إعلامية تدعم السلم المجتمعي
- تقديم توصيات عملية للقنوات الفضائية لتحسين أدائها في هذا المجال
- المساهمة في الجهود الوطنية لتعزيز التماسك الاجتماعي في العراق

### 1.4 أهداف الدراسة

تسعى الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية:

1. التعرف على طبيعة المضامين الإعلامية المتعلقة بالسلم المجتمعي في القناتين
2. تحليل الأساليب والاستراتيجيات الإعلامية المستخدمة في تناول قضايا السلم المجتمعي
3. قياس مدى إدراك الجمهور العراقي لدور القناتين في بناء السلم المجتمعي
4. الكشف عن التحديات التي تواجه الإعلام العراقي في تعزيز السلم المجتمعي
5. تقديم توصيات لتفعيل دور الإعلام العراقي في بناء السلم المجتمعي

### 1.5 منهج الدراسة وأدواتها

تعتمد الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، باعتباره المنهج الأنسب لوصف الظاهرة وتحليل أبعادها المختلفة. وتستخدم الدراسة أداتين رئيسيتين:

أولاً: تحليل المضمون

- تحليل عينة من البرامج الإخبارية والحوارية والوثائقية في القنوات
- فترة التحليل: ثلاثة أشهر (سبتمبر - نوفمبر 2024)
- فئات التحليل: الموضوعات، اللغة المستخدمة، الأطر الإعلامية، الجهات الفاعلة، القيم المعززة

#### ثانياً: الاستبانة

- عينة قصدية من 400 مفردة من الجمهور العراقي في محافظات مختلفة
- محاور الاستبانة: عادات المشاهدة، تقييم المضمون، التأثيرات المدركة، التوصيات

#### 1.6 حدود الدراسة

- الحدود الموضوعية: دور الإعلام في بناء السلم المجتمعي

- الحدود المكانية: القناة العراقية الفضائية وقناة UTV

- الحدود الزمانية: 2024-2025 :

- الحدود البشرية: عينة من الجمهور العراقي والمضامين الإعلامية

#### 1.7 مصطلحات الدراسة

السلم المجتمعي: حالة من الاستقرار والتماسك الاجتماعي تتميز بغياب العنف المباشر وغير المباشر، ووجود علاقات إيجابية بين مكونات المجتمع المختلفة، وقدرة المجتمع على حل خلافاته بالطرق السلمية. (Galtung, 2021)

وسائل الإعلام: المؤسسات والمنصات التي تقوم بجمع وإنتاج وتوزيع المعلومات والأخبار والبرامج المختلفة للجمهور، وتشمل في هذه الدراسة القنوات الفضائية.

الخطاب الإعلامي: مجموعة الرسائل والمضامين اللغوية وغير اللغوية التي تقدمها وسائل الإعلام، وتحمل قيماً وتوجهات معينة تؤثر في تشكيل الرأي العام.

#### الفصل الثاني: الإطار النظري والدراسات السابقة

##### 2.1 مفهوم السلم المجتمعي وأبعاده

يُعد مفهوم السلم المجتمعي من المفاهيم المركبة التي تحظى باهتمام متزايد في الدراسات الاجتماعية والسياسية، خاصة في المجتمعات التي تمر بمراحل انتقالية أو تعاني من صراعات داخلية. وقد تطور المفهوم من التركيز على غياب الحرب والعنف (السلم السلبي) إلى مفهوم أشمل يتضمن بناء علاقات إيجابية وتحقيق العدالة الاجتماعية (السلم الإيجابي).

### أبعاد السلم المجتمعي:

1. البعد الأمني: غياب العنف المسلح والصراعات الدموية
2. البعد الاجتماعي: التماسك الاجتماعي والثقة بين مكونات المجتمع
3. البعد السياسي: المشاركة السياسية العادلة والحوكمة الرشيدة
4. البعد الاقتصادي: العدالة في توزيع الموارد والفرص
5. البعد الثقافي: احترام التنوع الثقافي والديني والعرقي

وفقاً لـ (Mac Ginty, 2021)، فإن السلم المجتمعي في السياقات المعاصرة لا يمكن فهمه بمعزل عن ديناميكيات القوة المحلية والإقليمية والدولية. ويؤكد (Lederach, 2022) على أهمية البناء التدريجي للسلام من القاعدة الشعبية، مع ضرورة إشراك جميع الفاعلين المجتمعيين، بما في ذلك وسائل الإعلام.

### 2.2 دور الإعلام في بناء السلم المجتمعي

تلعب وسائل الإعلام دوراً مزدوجاً في سياقات النزاع وبناء السلام؛ فيمكن أن تكون أداة لتأجيج الصراعات أو جسراً للمصالحة والسلام. وقد طور الباحثون مفهوم "صحافة السلام (Peace Journalism)" (Lynch, 2020) عن "صحافة الحرب" التقليدية.

### وظائف الإعلام في بناء السلم المجتمعي:

1. الوظيفة الإخبارية: تقديم معلومات دقيقة ومتوازنة تساعد على فهم الواقع
2. وظيفة التثقيف: نشر ثقافة السلام والحوار والتسامح
3. وظيفة الحوار: توفير منصات للحوار بين مختلف الأطراف
4. وظيفة المراقبة: كشف انتهاكات حقوق الإنسان وخطابات الكراهية

## 5. وظيفة التعبئة: حشد الرأي العام نحو قيم السلام والمصالحة

وفقاً لدراسة (Wolfsfeld, 2020)، فإن وسائل الإعلام في مناطق النزاع تواجه ضغوطاً سياسية واقتصادية تؤثر على قدرتها على ممارسة دورها في بناء السلام. بينما يشير Howard et al. (2023) إلى أن الإعلام الرقمي والشبكات الاجتماعية قد أضافت تعقيداً جديداً للمشهد الإعلامي في مناطق النزاع.

### الفوارق المفاهيمية بين السلم المجتمعي والسلم الأهلي والتماسك الاجتماعي

على الرغم من التداخل الظاهري بين مفاهيم السلم المجتمعي والسلم الأهلي والتماسك الاجتماعي، إلا أن لكل منها خصوصيته المفاهيمية ونطاقه التطبيقي المحدد، وهو ما يستدعي التمييز الدقيق بينها لتجنب الخلط المفاهيمي الذي قد يؤثر على الدقة العلمية للبحث.

### أولاً: السلم المجتمعي (Social Peace)

يشير السلم المجتمعي إلى حالة الاستقرار والتعايش السلمي الشامل داخل المجتمع ككل، ويتضمن غياب العنف المباشر وغير المباشر، وتوفير العدالة الاجتماعية، وحماية حقوق الإنسان، وتكافؤ الفرص بين جميع فئات المجتمع. ويؤكد جالتونج (Galtung, 1969) أن السلم المجتمعي يتجاوز مجرد غياب الحرب أو العنف المسلح (السلم السلبي) ليشمل بناء هيكل اجتماعية عادلة تمنع العنف البنيوي والثقافي (السلم الإيجابي). وفي السياق العراقي، يرتبط السلم المجتمعي بقدرة المجتمع على تجاوز الانقسامات الطائفية والعرقية والسياسية، وبناء هوية وطنية جامعة تحترم التنوع وتعزز المواطنة المتساوية (الدليمي، 2018).

ويتميز السلم المجتمعي بخصائص عدة، أهمها:

- الشمولية: يغطي جميع جوانب الحياة الاجتماعية والسياسية والاقتصادية
- البعد المؤسسي: يعتمد على وجود مؤسسات دولة قوية وعادلة تحمي الحقوق وتطبق القانون
- الطابع الوطني: يتعلق بالدولة ككيان سياسي ومجتمعي شامل
- الاستدامة: يسعى لبناء سلام مستدام طويل الأمد وليس مجرد هدنة مؤقتة

### ثانياً: السلم الأهلي (Civil Peace)

أما السلم الأهلي فهو مفهوم أضيق نطاقاً، يركز على العلاقات بين المكونات الأهلية المختلفة داخل المجتمع الواحد، خاصة في المجتمعات التعددية التي تضم جماعات دينية أو عرقية أو طائفية متنوعة. ويعرّف لدروا (Lederach, 1997) السلم الأهلي بأنه "القدرة على إدارة الاختلافات والصراعات بين الجماعات الأهلية بطرق سلمية دون اللجوء إلى العنف". وفي العراق، يتعلق السلم الأهلي بالعلاقة بين المكونات الشيعية والسنية والكردية والتركمانية والمسيحية وغيرها، ومدى قدرتها على التعايش والحوار وحل النزاعات سلمياً (العبيدي، 2019).

ويتسم السلم الأهلي بالخصائص التالية:

- التركيز على الهويات الجماعية: يهتم بالعلاقات بين الجماعات المختلفة وليس الأفراد
- البعد الثقافي والديني: يتأثر بشكل كبير بالموروث الثقافي والديني والتاريخي
- الطابع المحلي: غالباً ما يتعلق بالمجتمعات المحلية والعلاقات اليومية بين الجماعات
- الهشاشة النسبية: أكثر عرضة للتأثر بالخطابات الطائفية والتحريضية

ويشير الخفاجي (2020) إلى أن السلم الأهلي في العراق تعرض لتحديات كبيرة بعد 2003 نتيجة للخطاب الطائفي الذي تبنته بعض الأطراف السياسية ووسائل الإعلام، مما أدى إلى تفكك النسيج الاجتماعي في العديد من المناطق المختلفة.

#### ثالثاً: التماسك الاجتماعي (Social Cohesion)

التماسك الاجتماعي هو مفهوم أوسع وأشمل، يعبر عن درجة الترابط والتضامن بين أفراد المجتمع، ومدى الثقة المتبادلة بينهم، واستعدادهم للتعاون لتحقيق الأهداف المشتركة. وتعرّفه منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية (OECD, 2011) بأنه قدرة المجتمع على ضمان رفاهية جميع أعضائه، وتقليل التفاوتات، وتجنب الاستقطاب". ويشمل التماسك الاجتماعي ثلاثة أبعاد رئيسية: البعد العلائقي (جودة العلاقات الاجتماعية)، والبعد الهوياتي (الشعور بالانتماء المشترك)، والبعد التوجيهي (القيم والرؤى المشتركة). (Jenson, 1998)

وفي السياق العراقي، يرتبط التماسك الاجتماعي بقوة الروابط الاجتماعية على مستوى الأسرة والعشيرة والحي والمدينة، ومدى الثقة في المؤسسات الاجتماعية، والمشاركة في الأنشطة المجتمعية (السامرائي، 2021). ويتميز التماسك الاجتماعي بما يلي:

- التركيز على الروابط: يهتم بنوعية وقوة العلاقات الاجتماعية بين الأفراد والجماعات
- البعد الاقتصادي: يتأثر بمستوى التفاوت الاقتصادي وتوزيع الثروة
- الطابع الديناميكي: يتطور ويتغير بناءً على الظروف الاجتماعية والاقتصادية والسياسية
- القابلية للقياس: يمكن قياسه من خلال مؤشرات محددة مثل الثقة المجتمعية والمشاركة المدنية

### التمييز المفاهيمي والعلاقات التفاعلية:

يمكن تلخيص الفوارق الجوهرية بين المفاهيم الثلاثة في الجدول التالي:

المعيار	السلم المجتمعي	السلم الأهلي	التماسك الاجتماعي
النطاق	شامل (المجتمع ككل)	محدد (العلاقات بين المكونات)	واسع (الروابط الاجتماعية)
المستوى	وطني/مؤسسي	جماعي/هوياتي	فردى/جماعي
التركيز	غياب العنف والعدالة	التعايش بين المكونات	قوة الروابط والثقة
الأدوات	مؤسسات الدولة والقانون	الحوار والوساطة المجتمعية	الشبكات الاجتماعية والقيم
المؤشرات	معدلات الجريمة والعنف	حوادث التوتر الطائفي/العرقى	مستوى الثقة والمشاركة

ومع ذلك، فإن هذه المفاهيم الثلاثة ليست منفصلة تماماً، بل تتفاعل وتتكامل فيما بينها. فالتماسك الاجتماعي القوي يشكل قاعدة صلبة لبناء السلم الأهلي، والسلم الأهلي المستقر يساهم في تحقيق السلم المجتمعي الشامل. وعلى العكس، فإن غياب التماسك الاجتماعي قد يؤدي إلى تفكك السلم الأهلي، وبالتالي تهديد السلم المجتمعي برمته (العزاوي، 2022). وفي السياق العراقي، يشير الجبوري (2021) إلى أن ضعف التماسك الاجتماعي بعد 2003، نتيجة للتهجير القسري والتطهير الطائفي وتفكك النسيج المجتمعي في المناطق المختلطة، أدى إلى تآكل السلم الأهلي، وهو ما انعكس سلباً على السلم المجتمعي العام، حيث شهد العراق موجات متعاقبة من العنف الطائفي والإرهاب.

### دور وسائل الإعلام في المستويات الثلاثة:

تلعب وسائل الإعلام أدواراً متميزة على مستوى كل مفهوم من هذه المفاهيم:

• **على مستوى السلم المجتمعي:** تساهم وسائل الإعلام في نشر ثقافة السلام والحوار، وتعزيز الهوية الوطنية الجامعة، وفضح خطاب الكراهية والتطرف، ودعم مؤسسات الدولة والقانون (الدليمي، 2018).

• **على مستوى السلم الأهلي:** تقوم وسائل الإعلام بدور الوساطة بين المكونات المختلفة، وإبراز القواسم المشتركة، ومعالجة الصور النمطية السلبية، وتشجيع الحوار البناء بين الجماعات (الخفاجي، 2020).

• **على مستوى التماسك الاجتماعي:** تعمل وسائل الإعلام على تقوية الروابط الاجتماعية من خلال البرامج المجتمعية، وتعزيز الثقة في المؤسسات، وتشجيع المشاركة المدنية، وإبراز قصص النجاح والتضامن المجتمعي (السامرائي، 2021).

وفي ضوء ما سبق، تركز هذه الدراسة على السلم المجتمعي كمفهوم شامل، مع الاهتمام بتحليل دور وسائل الإعلام في تعزيز السلم الأهلي والتماسك الاجتماعي باعتبارهما مكونين أساسيين للسلم المجتمعي الشامل في العراق.

### 2.3 نظريات إعلامية ذات صلة

**نظرية المسؤولية الاجتماعية:** تؤكد هذه النظرية على أن وسائل الإعلام ليست حرة بالمطلق، بل تتحمل مسؤولية اجتماعية تجاه المجتمع. وفي سياق السلم المجتمعي، تعني هذه المسؤولية الامتناع عن نشر خطابات الكراهية والتحريض، والعمل على تعزيز قيم التسامح والتعايش (McQuail, 2020).

**نظرية الأطر الإعلامية: (Framing Theory)** تشير هذه النظرية إلى أن طريقة تقديم الأحداث والقضايا في وسائل الإعلام تؤثر على كيفية فهم الجمهور لها. وفي سياق النزاعات، يمكن للأطر الإعلامية أن تبرز جوانب معينة (كالضحايا، الحلول، المسؤوليات) وتخفي أخرى (Entman, 2021).

**نظرية التنشئة الاجتماعية الإعلامية:** تفترض هذه النظرية أن وسائل الإعلام تساهم في تشكيل القيم والاتجاهات والسلوكيات، خاصة على المدى الطويل. وهذا يجعلها أداة مهمة في غرس قيم السلام أو العنف لدى الأجيال الجديدة. (Bandura, 2023)

### 2.4 الإعلام العراقي: السياق والتحديات

شهد المشهد الإعلامي العراقي تحولات جذرية منذ عام 2003، حيث انتقل من نظام إعلامي موجه بالكامل إلى بيئة إعلامية متعددة ومتنوعة. يضم العراق حالياً أكثر من 80 قناة فضائية، إضافة إلى مئات المحطات الإذاعية والصحف والمواقع الإلكترونية. (Al-Rawi, 2021)

### خصائص المشهد الإعلامي العراقي:

1. التعددية المفرطة: وجود عدد كبير من القنوات دون رقابة فعالة على المحتوى
  2. الاستقطاب السياسي والطائفي: ارتباط معظم القنوات بأحزاب أو جهات سياسية
  3. ضعف المهنية: تراجع المعايير المهنية لصالح التوجهات السياسية
  4. التأثيرات الخارجية: تدخل أطراف إقليمية ودولية في المشهد الإعلامي العراقي
- وفقاً لـ (Jamal & Khamis, 2024)، فإن الإعلام العراقي يواجه تحدياً كبيراً في الموازنة بين حرية التعبير والمسؤولية الاجتماعية في بناء السلم المجتمعي. بينما يشير Al-Sumaidaie (2023) إلى أن الإعلام العراقي بحاجة ماسة إلى إصلاحات هيكلية وتشريعية لتمكينه من لعب دور إيجابي في المصالحة الوطنية.

### 2.5 الدراسات السابقة

#### دراسات عربية:

دراسة الجبوري (2022) بعنوان "دور الإعلام العراقي في تعزيز الهوية الوطنية"، هدفت إلى الكشف عن مساهمة القنوات الفضائية العراقية في تعزيز الهوية الوطنية. استخدمت الدراسة منهج المسح على عينة من 350 مفردة. توصلت إلى أن معظم القنوات تركز على الهويات الفرعية (طائفية وعرقية) على حساب الهوية الوطنية الجامعة. (الجبوري، 2022)

دراسة العزاوي وآخرون (2023) حول "خطاب الكراهية في الإعلام العراقي"، حللت مضمون 500 ساعة إذاعية وتلفزيونية. كشفت الدراسة عن انتشار خطاب الكراهية بنسبة 35% من المحتوى المحلل، مع تركيزه على الانتماءات الطائفية والسياسية. (العزاوي، 2023م)

دراسة السعدون (2024) بعنوان "المعالجة الإعلامية للأزمات الأمنية في العراق"، درست كيفية تناول خمس قنوات فضائية للأزمات الأمنية. أظهرت النتائج أن القنوات الحكومية تميل إلى



التهدئة، بينما القنوات الحزبية تميل إلى التصعيد بما يخدم أجنداتها السياسية. (السعدون،  
2024م)

دراسات أجنبية:

دراسة **Abuhamdia & Al-Najjar (2021)** حول "دور الإعلام في بناء السلام في العراق ما بعد داعش"، استخدمت منهجاً نوعياً من خلال مقابلات مع 30 إعلامياً عراقياً. أكدت الدراسة على أهمية تدريب الإعلاميين على صحافة السلام والحاجة إلى دعم دولي لهذه الجهود.

دراسة **Bilal & Marktanner (2022)** بعنوان "الإعلام والمصالحة الوطنية في العراق"، قامت بتحليل مقارنة بين التغطية الإعلامية لمبادرات المصالحة في العراق ولبنان. توصلت إلى أن الإعلام في كلا البلدين يفتقر إلى استراتيجية واضحة لدعم عمليات المصالحة.

دراسة **Salman et al. (2023)** حول "تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على التماسك الاجتماعي في العراق"، مسحت آراء 1200 مستخدم عراقي. أظهرت النتائج أن 58% يرون أن وسائل التواصل الاجتماعي زادت من الاستقطاب، بينما 42% يرون أنها ساهمت في فتح قنوات حوار جديدة.

## 2.6التعقيب على الدراسات السابقة

تكشف مراجعة الدراسات السابقة عن:

1. ندرة الدراسات التي تناولت دور الإعلام العراقي في بناء السلم المجتمعي بشكل مباشر ومتخصص

2. معظم الدراسات ركزت على الجوانب السلبية (خطاب الكراهية، الاستقطاب) دون بحث الحلول والممارسات الجيدة

3. قلة الدراسات التطبيقية على قنوات فضائية محددة بمنهجية علمية دقيقة

4. غياب دراسات حديثة (2024-2025) تواكب التطورات الراهنة في المشهد الإعلامي العراقي

تتميز الدراسة الحالية بـ:

- التركيز المباشر على السلم المجتمعي كمتغير مركزي

- التطبيق على قناتين مختلفتين في ملكيتها وتوجهاتها
- الجمع بين تحليل المضمون ودراسة الجمهور
- الحداثة الزمنية والتركيز على الواقع الراهن

### الفصل الثالث: الدراسة التطبيقية

#### 3.1 نبذة عن القناتين محل الدراسة

القناة العراقية الفضائية: تُعد القناة العراقية الفضائية (Iraq Satellite Channel) القناة الرسمية للدولة العراقية، وتتطلق إرسالاتها من بغداد. تأسست عام 2003، وتتبع شبكة الإعلام العراقي التابعة لمجلس الوزراء. تهدف القناة إلى نقل وجهة نظر الحكومة الرسمية وتغطية الأحداث والفعاليات الرسمية. تقدم القناة مزيجاً من البرامج الإخبارية والحوارية والثقافية والترفيهية، وتسعى إلى تمثيل جميع مكونات الشعب العراقي (Iraqi Media Network, 2024).

قناة UTV: قناة UTV (Uruk TV) سابقاً (هي قناة فضائية عراقية خاصة انطلقت عام 2005. تتميز القناة بتنوع برامجها بين الإخبارية والسياسية والاجتماعية والترفيهية. تصف نفسها بأنها قناة مستقلة تسعى إلى تقديم صوت مختلف في المشهد الإعلامي العراقي، مع التركيز على قضايا الشباب والمجتمع المدني. تمتلك القناة قاعدة جماهيرية متنوعة خاصة بين الفئات العمرية الشابة.

#### 3.2 منهجية الدراسة الميدانية

##### أولاً: تحليل المضمون

##### عينة التحليل:

- الفترة الزمنية: سبتمبر - نوفمبر 2024 (12 أسبوعاً)
- أسلوب العينة: أسبوع صناعي مركب (أيام مختلفة من كل أسبوع)
- البرامج المحللة: النشرات الإخبارية الرئيسية، البرامج الحوارية، البرامج الوثائقية، البرامج الاجتماعية
- حجم العينة: 120 ساعة إعلامية (60 ساعة لكل قناة)

## فئات التحليل:

### فئات الموضوع (ماذا قيل؟):

- قضايا السلم المجتمعي والمصالحة الوطنية
- قضايا الطائفية والانقسام المجتمعي
- قضايا حقوق الإنسان والعدالة
- قضايا التنمية والخدمات
- قضايا الأمن والاستقرار

### فئات الشكل (كيف قيل؟):

- اللغة المستخدمة (إيجابية، سلبية، محايدة)
- الأطر الإعلامية (إطار الصراع، إطار الحل، إطار المسؤولية)
- مصادر المعلومات (رسمية، شعبية، خبراء)
- الجهات الفاعلة المذكورة
- القيم المعززة (تسامح، حوار، كراهية، تعصب)

## وحدة التحليل (Unit of Analysis)

وتشمل وحدة الموضوع في هذه الدراسة العناصر التالية:

1. **الموضوع الإخباري:** يمثل الخبر الواحد المتعلق بقضايا السلم المجتمعي، سواء كان خبراً بسيطاً أو تقريراً إخبارياً مفصلاً. فعلى سبيل المثال، إذا تضمنت نشرة الأخبار ثلاثة أخبار حول السلم المجتمعي، فإن كل خبر يُعتبر وحدة تحليل مستقلة.

2. **الموضوع الحواري:** يمثل القضية أو الموضوع المطروح للنقاش في البرامج الحوارية، حتى لو امتد النقاش لعدة دقائق أو احتل الحلقة كاملة. فإذا خُصصت حلقة برنامج حوارى لمناقشة موضوع "المصالحة الوطنية"، فإن الحلقة بأكملها تُعتبر وحدة تحليل واحدة تحت موضوع المصالحة.



3. **الموضوع البرامجي:** يمثل المحور الرئيسي للبرنامج الاجتماعي أو الثقافي، وقد تتضمن الحلقة الواحدة أكثر من موضوع، وفي هذه الحالة يتم تحليل كل موضوع على حدة. فمثلاً، إذا تناول برنامج اجتماعي في حلقة واحدة موضوعين: "التعايش السلمي في المناطق المختلطة" و"دور الشباب في نبذ العنف"، فإن كل موضوع يُحلل كوحدة مستقلة.

4. **الموضوع الوثائقي:** يمثل الفكرة المحورية للتقرير أو الفيلم الوثائقي، والتي قد تمتد لعدة دقائق أو الحلقة كاملة.

#### معايير تحديد الموضوع كوحدة تحليل:

لضمان الدقة والموضوعية في تحديد وحدات التحليل، تم وضع المعايير التالية:

- **الاستقلالية:** يجب أن يكون الموضوع مستقلاً ومتميزاً عن الموضوعات الأخرى، بحيث يحمل فكرة محورية واضحة.
- **الارتباط بالسلم المجتمعي:** يجب أن يكون الموضوع متعلقاً بشكل مباشر أو غير مباشر بقضايا السلم المجتمعي، التعايش، المصالحة، أو التماسك الاجتماعي.
- **الاكتمال:** يجب أن يشكل الموضوع وحدة فكرية متكاملة، سواء كان قصيراً (دقيقة واحدة) أو طويلاً (حلقة كاملة).
- **القابلية للتصنيف:** يجب أن يكون الموضوع قابلاً للتصنيف ضمن فئات التحليل المحددة في استمارة تحليل المضمون.

#### الوحدات المساعدة:

إلى جانب وحدة الموضوع الأساسية، تم الاستعانة بوحدة مساعدة لإثراء التحليل:

1. **وحدة الزمن (Time Unit):** لقياس الوقت المخصص لكل موضوع بالدقائق والثواني، وهو مؤشر على مدى اهتمام القناة بالموضوع.
2. **وحدة الكلمة والعبارة (Word/Phrase Unit):** لرصد المصطلحات والعبارات المفتاحية المستخدمة في وصف قضايا السلم المجتمعي (مثل: تعايش، مصالحة، طائفية، وحدة وطنية).

3. وحدة الشخصية (Character Unit): لتحديد الشخصيات والجهات المذكورة أو المُستضافة في المواد الإعلامية ومواقفها من قضايا السلم المجتمعي.

ثانياً: الاستبانة

مجتمع الدراسة والعينة:

مجتمع الدراسة: الجمهور العراقي المتابع للقنوات الفضائية

حجم العينة 400: مفردة

مبررات حجم العينة علمياً: تم تحديد حجم العينة بـ 400 مفردة استناداً إلى المعادلة الإحصائية لحساب حجم العينة في المجتمعات الكبيرة، حيث يعتبر هذا الحجم كافياً لتحقيق مستوى ثقة 95% وهامش خطأ  $\pm 5\%$ ، وهي المعايير المعتمدة في البحوث الاجتماعية والإعلامية. كما أن هذا الحجم يتوافق مع توصيات Krejcie & Morgan (1970) لعينات الدراسات المسحية في المجتمعات الكبيرة، ويسمح بإجراء التحليلات الإحصائية المتقدمة بدرجة عالية من الدقة والموثوقية. إضافة إلى ذلك، يتيح هذا الحجم تمثيلاً جغرافياً وديموغرافياً متنوعاً للمجتمع العراقي، مما يعزز من قدرة الدراسة على تعميم النتائج.

نوع العينة: عينة قصدية متعددة المراحل

مبررات اختيار العينة القصدية: تم اعتماد العينة القصدية (Purposive Sampling) متعددة المراحل للأسباب العلمية التالية:

1. طبيعة موضوع الدراسة: يتطلب البحث استهداف فئة محددة من الجمهور تمتلك خبرة فعلية في متابعة القنوات الفضائية العراقية، وليس مجرد أفراد عشوائيين قد لا يكونون متابعين لها.

2. معايير الاشتمال الدقيقة: تستلزم الدراسة وجود معايير محددة للمشاركين (متابعة منتظمة للقناتين، عمر 18 سنة فأكثر، القدرة على تقييم المضامين الإعلامية)، وهو ما يصعب تحقيقه بالعينة العشوائية البسيطة.

3. التنوع الجغرافي والديموغرافي: تتيح العينة القصدية متعددة المراحل اختيار مفردات من محافظات متنوعة تمثل التنوع المجتمعي العراقي (طائفيًا، عرقيًا، اجتماعيًا)، مما يثري البيانات ويعزز شمولية النتائج.



4. **التحديات الميدانية:** في ظل الظروف الأمنية والاجتماعية في العراق، تعد العينة القصدية أكثر ملاءمة وقابلية للتطبيق من العينة العشوائية، حيث تضمن الوصول إلى المشاركين وتحقيق معدل استجابة مرتفع.

5. **السوابق البحثية:** أثبتت الدراسات الإعلامية المشابهة فعالية العينة القصدية في دراسات تحليل تأثير وسائل الإعلام على الرأي العام، خاصة في السياقات التي تتطلب فهماً عميقاً لتجارب المتابعين.

#### التوزيع الجغرافي:

- بغداد (40%): باعتبارها العاصمة وأكبر تجمع سكاني وإعلامي
- البصرة (15%): تمثيل المحافظات الجنوبية
- نينوى (15%): تمثيل المحافظات الشمالية
- الأنبار (10%): تمثيل المحافظات الغربية
- كربلاء (10%): تمثيل المحافظات الوسطى
- محافظات أخرى (10%): ضمان التنوع الجغرافي الشامل

#### مبررات اختيار القنوات العراقية الفضائية وقناة UTV تحديداً:

1. **التنوع في نمط الملكية:** تمثل القناة العراقية الفضائية نموذج الإعلام الحكومي الرسمي، بينما تمثل قناة UTV نموذج الإعلام الخاص المستقل، مما يتيح مقارنة علمية بين الخطابين الإعلاميين الحكومي والخاص.

2. **الانتشار والتأثير:** تحظى القناة العراقية الفضائية بانتشار واسع كونها القناة الرسمية للدولة، بينما تتمتع قناة UTV بشعبية كبيرة خاصة بين فئة الشباب والمتابعين لبرامج التحليل السياسي والمجتمعي.

3. **التباين في المضمون:** تقدم القنوات مضامين متباينة في معالجة القضايا الحساسة، حيث تميل القناة العراقية لخطاب رسمي حذر، بينما تتبنى UTV خطاباً أكثر جرأة وانفتاحاً، مما يثري التحليل المقارن.

4. **الدور المفترض في بناء السلم المجتمعي:** كلا القنوات تعلنان التزامهما بالمسؤولية الاجتماعية والإعلامية، مما يجعل تقييم أدائهما الفعلي موضوعاً بحثياً مهماً.

5. **التنوع في الجمهور المستهدف:** تستهدف القناة العراقية جمهوراً عاماً واسعاً، بينما تستهدف UTV فئات معينة خاصة المهتمين بالشأن السياسي والمجتمعي، مما يتيح دراسة تأثير كلا النمطين الإعلاميين.

6. **الإمكانات الفنية والمهنية:** تمتلك كلا القنوات إمكانات إنتاجية ومهنية متقدمة نسبياً، مما يجعل المقارنة بينهما ذات معنى علمي بعيداً عن الفوارق التقنية الكبيرة.

7. **الاستمرارية والثبات:** القنوات تتمتعان باستمرارية في البث والحضور الإعلامي، مما يضمن إمكانية تحليل مضامينهما عبر فترة زمنية كافية لاستخلاص نتائج موثوقة.

#### محاور الاستبانة:

1. البيانات الديموغرافية

2. عادات ودوافع المشاهدة

3.

4. تقييم المضمون الإعلامي

5. التأثيرات المدركة على السلم المجتمعي

6. التوصيات والمقترحات

#### أدوات جمع البيانات:

• استمارة تحليل مضمون محكمة

• استبانة إلكترونية وورقية محكمة

- مقياس ليكرت الخماسي
- المعالجة الإحصائية: تم استخدام برنامج SPSS لتحليل البيانات، واستخدمت الأساليب التالية:
- التكرارات والنسب المئوية
- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية
- اختبار كاي تربيع
- معامل ارتباط بيرسون

### 3.3 نتائج تحليل المضمون

جدول 1: توزيع الموضوعات في القنوات

الموضوع	القناة العراقية	قناة UTV
السلم المجتمعي والمصالحة	18%	12%
القضايا الطائفية	8%	15%
حقوق الإنسان والعدالة	12%	10%
التنمية والخدمات	25%	20%
الأمن والاستقرار	22%	18%
السياسة والحكومة	10%	15%
أخرى	5%	10%

التحليل: تُظهر النتائج أن القناة العراقية تولي اهتماماً أكبر بموضوعات السلم المجتمعي والمصالحة (18%) مقارنة بـ (12%) UTV في المقابل، تركز UTV أكثر على القضايا الطائفية والسياسية، مما قد يعكس طبيعتها كقناة خاصة أكثر انفتاحاً على المواضيع الجدلية.

جدول 2: اللغة والأطر الإعلامية المستخدمة

العنصر	القناة العراقية	قناة UTV
اللغة الإيجابية	45%	35%

العنصر	القناة العراقية	قناة UTV
اللغة المحايدة	40%	38%
اللغة السلبية	15%	27%
إطار الحلول	35%	25%
إطار الصراع	20%	40%
إطار المسؤولية	25%	20%
أطر أخرى	20%	15%

**التحليل:** تتفوق القناة العراقية في استخدام اللغة الإيجابية (45%) وإطار الحلول (35%)، مما يتوافق مع دورها كقناة رسمية تسعى لتعزيز الاستقرار. بالمقابل، تميل UTV لاستخدام إطار الصراع (40%) واللغة السلبية بنسبة أعلى (27%)، وهو ما قد يعكس توجهاً نحو الإثارة الإعلامية.

### جدول 3: القيم المعززة في المحتوى الإعلامي

القيمة	القناة العراقية	قناة UTV
التسامح والتعايش	32%	22%
الحوار والنقاش	28%	30%
الوحدة الوطنية	25%	15%
الديمقراطية والمشاركة	10%	18%
قيم سلبية (كراهية، تعصب)	5%	15%

**التحليل:** تبرز القناة العراقية في تعزيز قيم التسامح (32%) والوحدة الوطنية (25%)، بينما تتساوى القنوات تقريباً في تعزيز قيمة الحوار. يُلاحظ ارتفاع نسبة القيم السلبية في UTV (15%) مقارنةً بالقناة العراقية (5%)، وهو مؤشر يستدعي الانتباه.

### جدول 4: مصادر المعلومات

المصدر	القناة العراقية	قناة UTV
--------	-----------------	----------

المصدر	القناة العراقية	قناة UTV
مسؤولون حكوميون	40%	20%
خبراء وأكاديميون	25%	30%
مواطنون عاديون	15%	25%
قادة رأي ونشطاء	10%	15%
مصادر أخرى	10%	10%

**التحليل:** تعتمد القناة العراقية بشكل كبير على المصادر الحكومية (40%)، مما يعكس طبيعتها الرسمية. بينما تتنوع مصادر UTV أكثر، مع اهتمام أكبر بأصوات المواطنين العاديين (25%) والخبراء (30%).

#### 3.4 نتائج الاستبانة

#### جدول 5: الخصائص الديموغرافية للعينة

المتغير	الفئة	التكرار	النسبة
الجنس	ذكور	235	58.8%
	إناث	165	41.2%
العمر	18-25	98	24.5%
	26-35	145	36.3%
	36-45	102	25.5%
	46 فأكثر	55	13.7%
	التعليم	ثانوي فأقل	85
	جامعي	245	61.3%
	دراسات عليا	70	17.5%

#### جدول 6: عادات المشاهدة

السؤال	القناة العراقية	قناة UTV
يشاهدون بانتظام	52%	38%
يشاهدون أحياناً	35%	42%
نادراً ما يشاهدون	13%	20%
معدل المشاهدة اليومي (ساعات)	1.8	1.3
الوقت المفضل	المساء (65%)	المساء (58%)

جدول 7: تقييم الجمهور لدور القناتين في بناء السلم المجتمعي

المحور	القناة العراقية (م.ح)	قناة UTV (م.ح)
تعزيز التسامح والتعايش	3.62	2.98
نشر ثقافة الحوار	3.45	3.52
الموضوعية والحياد	3.21	2.87
تجنب خطاب الكراهية	3.78	3.15
تمثيل جميع المكونات	3.35	3.08
المساهمة في حل الأزمات	3.28	2.92
المتوسط الإجمالي	3.45	3.09

م.ح = المتوسط الحسابي من 5

التحليل: يُظهر الجمهور تقييماً إيجابياً معتدلاً للقناة العراقية (م.ح = 3.45) مقابل تقييم متوسط

لـ UTV (م.ح = 3.09). تتفوق القناة العراقية في تجنب خطاب الكراهية وتعزيز التسامح، بينما

تتفوق UTV في نشر ثقافة الحوار.

### جدول 8: التأثيرات المدركة

التأثير	موافق بشدة	موافق	محايد	معارض	معارض بشدة
القنوات تساهم في نشر الوعي بأهمية السلم المجتمعي	22%	38%	25%	10%	5%
القنوات تقلل من التوترات الطائفية	12%	28%	30%	20%	10%
القنوات تعزز الحوار بين المكونات	18%	35%	27%	15%	5%
القنوات تساهم أحياناً في زيادة الاستقطاب	15%	25%	20%	25%	15%

### جدول 9: التحديات التي يراها الجمهور

التحدي	النسبة
الانحياز السياسي والطائفي	62%
نقص المهنية والموضوعية	58%
التركيز على السلبيات دون الحلول	54%
ضعف التنوع في الضيوف والأصوات	47%
استخدام لغة تحريضية أحياناً	38%
محدودية البرامج المخصصة للسلم المجتمعي	45%

### اختبار الفرضيات

**الفرضية الأولى:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين القناة العراقية وقناة UTV في تناول موضوعات السلم المجتمعي.

**النتيجة:** تم قبول الفرضية، حيث أظهر اختبار كاي تربيع وجود فروق دالة إحصائية ( $\chi^2$ ) (18.43,  $p < 0.01$ ) لصالح القناة العراقية في التركيز على موضوعات السلم المجتمعي.

**الفرضية الثانية:** توجد علاقة ارتباطية بين معدل متابعة القنوات وإدراك الجمهور لدورها في بناء السلم المجتمعي.

**النتيجة:** تم قبول الفرضية، حيث أظهر معامل ارتباط بيرسون وجود علاقة طردية ضعيفة ( $r = 0.32, p < 0.05$ ) بين معدل المشاهدة والتقييم الإيجابي لدور القناة.

**الفرضية الثالثة:** توجد فروق في تقييم دور القنوات تبعاً للمتغيرات الديموغرافية (العمر، التعليم، المحافظة).

**النتيجة:** تم قبول الفرضية جزئياً، حيث ظهرت فروق دالة إحصائياً حسب المستوى التعليمي ( $F = 5.87, p < 0.01$ ) والمحافظة ( $F = 4.23, p < 0.05$ )، ولم تظهر فروق دالة حسب العمر.

## الفصل الرابع: مناقشة النتائج والتوصيات

### 4.1 مناقشة النتائج

#### أولاً: على مستوى المضمون الإعلامي

أظهرت الدراسة أن القناة العراقية الفضائية تُولي اهتماماً أكبر نسبياً بموضوعات السلم المجتمعي والمصالحة الوطنية مقارنة بقناة UTV، وهو ما يتفق مع دورها كقناة حكومية رسمية مكلفة بتعزيز الخطاب الوطني الجامع. وتتسق هذه النتيجة مع نظرية المسؤولية الاجتماعية للإعلام التي تؤكد على أن وسائل الإعلام، وخاصة الحكومية منها، تتحمل مسؤولية أخلاقية واجتماعية تجاه المجتمع في تعزيز القيم الإيجابية والسلم المجتمعي. (McQuail, 2010) كما تدعم هذه النتيجة ما توصلت إليه دراسة الدليمي (2018) حول الدور المحوري للإعلام الحكومي في العراق في نشر الخطاب الوطني الجامع، خاصة في أوقات الأزمات.

تعتمد القناة العراقية على استراتيجية إعلامية تركز على اللغة الإيجابية وإطار الحلول في معالجة القضايا، مما ينسجم تماماً مع مبادئ صحافة السلام (Peace Journalism) التي طورها Lynch & McGoldrick (2005, 2020)، والتي تدعو إلى التركيز على الحلول بدلاً من الصراعات، واستخدام لغة بناء تعزز التفاهم بين الأطراف المختلفة. وتتوافق هذه الممارسة مع ما أوصت به دراسة Howard et al. (2003) حول أهمية تبني وسائل الإعلام في مناطق النزاع لأساليب صحافة السلام لتعزيز المصالحة الوطنية.

في المقابل، تُظهر قناة UTV اهتماماً أكبر بالقضايا الخلافية والسياسية، مع ميل واضح نحو استخدام إطار الصراع (Conflict Frame) في تقديم المحتوى. وهذا التوجه يمكن تفسيره في ضوء نظرية الأطر الإعلامية (Framing Theory) لجوفمان (Goffman, 1974) وإنتمان



(Entman, 1993)، التي توضح كيف تؤثر طريقة تأطير القضايا الإعلامية على إدراك الجمهور للواقع. فالقنوات الخاصة تميل لاستخدام إطار الصراع لجذب أكبر عدد من المشاهدين عبر المحتوى الإثاري، وهو ما يتفق مع نظرية الاقتصاد السياسي للإعلام (Political Economy Theory) التي تؤكد أن المنطق التجاري يدفع وسائل الإعلام الخاصة لتفضيل المحتوى الإثاري والمثير على حساب المسؤولية الاجتماعية (Herman & Chomsky, 1988). إلا أن هذا الأسلوب قد يكون له آثار سلبية على السلم المجتمعي، كما أكدت دراسة (Wolfsfeld, 2004, 2020) حول دور وسائل الإعلام في تأجيج الصراعات من خلال التركيز على العنف والخلافات بدلاً من فرص السلام والحوار.

ويمكن تفسير هذا التباين بين القنوات أيضاً في ضوء نظرية حارس البوابة (Gatekeeper Theory) لكيرت لوين (Lewin, 1947) التي طورها وايت (White, 1950)، حيث تتحكم عوامل مختلفة في عملية اختيار وتقديم المحتوى الإعلامي. ففي القناة الحكومية، يتأثر القرار الإعلامي بالسياسات الرسمية والأهداف الوطنية، بينما في القنوات الخاصة يتأثر أكثر بالاعتبارات التجارية والتنافسية.

يُلاحظ أن كلتا القنوات لا تخصصان نسبة كافية من المحتوى لموضوعات السلم المجتمعي بشكل مباشر (18% و 12% على التوالي)، مما يشير إلى حاجة ماسة لزيادة البرامج المتخصصة في هذا المجال. وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة العزاوي وآخرون (2023) التي أكدت على ضعف التغطية الإعلامية لموضوعات المصالحة والسلم المجتمعي في الإعلام العراقي، مقارنة بالتركيز الكبير على الأخبار السياسية والأمنية. كما تتسق مع نتائج دراسة الخفاجي (2020) التي أشارت إلى أن أقل من 15% من المحتوى الإعلامي في القنوات العراقية يتناول قضايا التعايش السلمي والحوار المجتمعي.

#### ثانياً: على مستوى تقييم الجمهور

أبدى الجمهور العراقي تقيماً إيجابياً معتدلاً لدور القنوات في بناء السلم المجتمعي، مع تفضيل نسبي للقناة العراقية. يعكس هذا التقييم إدراك الجمهور لأهمية الدور الإعلامي في تعزيز السلم، وفي نفس الوقت يشير إلى وجود فجوة بين التوقعات والأداء الفعلي. وتدعم هذه النتيجة نظرية الغرس الثقافي (Cultivation Theory) لجورج جربنر (Gerbner, 1969)، التي تفترض

أن التعرض المستمر لوسائل الإعلام يشكل تصورات الجمهور عن الواقع الاجتماعي. فالمشاهدون الذين يتعرضون بشكل منتظم للقناة العراقية الفضائية يميلون لتقييمها إيجابياً بسبب خطابها الوطني الجامع، وهو ما يتفق مع دراسة (Morgan & Shanahan 2010) حول تأثير المحتوى الإعلامي على اتجاهات الجمهور.

أظهرت النتائج أن 60% من المبحوثين يوافقون على أن القنوات تساهم في نشر الوعي بأهمية السلم المجتمعي، لكن 40% فقط يرون أنها تقلل فعلياً من التوترات الطائفية. هذا التباين يعكس الفرق بين التأثير المعرفي (Cognitive Effect) والتأثير السلوكي (Behavioral Effect) الذي أكدت عليه نظرية التأثيرات الإعلامية متعددة المستويات (McCombs & Shaw, 1972; McLeod et al., 2002). (المستوى المعرفي) دون أن تنجح بالضرورة في تغيير السلوكيات والممارسات الفعلية (المستوى السلوكي). وتتسق هذه النتيجة مع نظرية وضع الأجندة (Agenda-Setting Theory) التي تشير إلى أن وسائل الإعلام فعالة في التأثير على "ما يفكر فيه" الناس (what to think about) أكثر من التأثير على "كيف يفكرون" أو "كيف يتصرفون" (what to think or how to act).

وتدعم هذه النتيجة ما توصلت إليه دراسة الجبوري (2021) التي أظهرت أن الجمهور العراقي يدرك الدور النظري لوسائل الإعلام في بناء السلام، لكنه يشكك في فعاليتها الحقيقية على أرض الواقع. كما تتفق مع دراسة السامرائي (2021) التي أشارت إلى أن 65% من الجمهور العراقي يعتقد أن الإعلام يقوم بدور توعوي، لكن 55% منهم يرى أن هذا الدور لا يترجم إلى تغيير فعلي في الواقع المجتمعي.

من المثير للاهتمام أن 40% من المبحوثين يرون أن القنوات تساهم أحياناً في زيادة الاستقطاب، وهو ما يتطلب مراجعة نقدية للممارسات الإعلامية السائدة. وتؤكد هذه النتيجة ما أشارت إليه نظرية التعرض الانتقائي (Selective Exposure Theory) التي طورها Festinger (1957) والتي تفترض أن الأفراد يميلون للتعرض للمحتوى الإعلامي الذي يتوافق مع معتقداتهم المسبقة، مما قد يؤدي إلى تعزيز الانقسامات وزيادة الاستقطاب. وفي السياق العراقي، حيث ترتبط معظم القنوات بتوجهات طائفية وسياسية، فإن المشاهدين يتعرضون لمحتوى يعزز انتماءاتهم الضيقة بدلاً من الهوية الوطنية الجامعة. هذه النتيجة تتفق تماماً مع



دراسة العزاوي وآخرون (2023) التي وثقت انتشار خطاب الكراهية والاستقطاب الطائفي في الإعلام العراقي، ودراسة (Al-Rawi, 2021) التي أكدت على دور الإعلام الطائفي في تعميق الانقسامات المجتمعية.

كما تتسق هذه النتيجة مع نظرية الهوية الاجتماعية (Social Identity Theory) لتاجفل وتيرنر (Tajfel & Turner, 1979)، التي توضح كيف أن التعرض للمحتوى الإعلامي الذي يؤكد على الهويات الفرعية (الطائفية، العرقية، المناطقية) على حساب الهوية الوطنية الجامعة، يؤدي إلى تعزيز التحيزات الداخلية والخارجية (In-group/Out-group biases)، مما يزيد من الاستقطاب والتوترات المجتمعية.

### ثالثاً: التحديات الرئيسية

حدد المبحوثون عدة تحديات تواجه الإعلام العراقي في بناء السلم المجتمعي، أبرزها:

**1. الانحياز السياسي والطائفي:** أشار 62% من المبحوثين إلى هذا التحدي، مما يعكس حقيقة أن معظم القنوات العراقية مرتبطة بأجندات سياسية أو طائفية. هذا الارتباط يحد من قدرة الإعلام على لعب دور محايد في بناء السلام. وتؤكد هذه النتيجة ما أشارت إليه نظرية الاقتصاد السياسي للإعلام (Herman & Chomsky, 1988; McChesney, 2008)، التي تفسر كيف أن ملكية وسائل الإعلام وارتباطاتها السياسية والاقتصادية تؤثر بشكل مباشر على محتواها وأجندتها الإعلامية. وفي السياق العراقي، حيث تمتلك الأحزاب السياسية والجماعات الطائفية معظم القنوات الخاصة، فإن المحتوى الإعلامي يعكس مصالح هذه الجهات بدلاً من المصلحة الوطنية العامة. وقد أكدت دراسة (Al-Rawi, 2021) هذه الحقيقة، حيث وثق أن 78% من القنوات الفضائية العراقية مرتبطة بأحزاب أو كتل سياسية، مما يجعلها أدوات للاستقطاب بدلاً من أدوات للمصالحة.

كما تدعم هذه النتيجة نموذج الفلتر الإعلامي (Propaganda Model) لهيرمان وتشومسكي (Herman & Chomsky, 1988)، الذي يحدد خمسة "فلاتر" تتحكم في المحتوى الإعلامي، من بينها ملكية وسائل الإعلام والضغط السياسية والاقتصادية. وتوضح دراسة الدليمي (2018) كيف أن هذه الفلاتر تعمل بقوة في السياق العراقي، حيث تخضع القنوات لضغوط متعددة تحد من استقلاليتها ومهنتيتها.

2. نقص المهنية والموضوعية: يشير 58% من المبحوثين إلى هذا التحدي، مما يستدعي الاهتمام بتطوير قدرات الإعلاميين وتعزيز المعايير المهنية. وترتبط هذه النتيجة بنظرية المسؤولية الاجتماعية للإعلام التي تؤكد على أهمية الالتزام بالمعايير المهنية والأخلاقية، بما في ذلك الدقة والموضوعية والتوازن في تقديم المعلومات (McQuail, 2010; Christians et al., 2009).

للصحفيين وغياب المعايير المهنية الواضحة يؤدي إلى قرارات تحريرية غير موضوعية (Shoemaker & Vos, 2009).

وقد أكدت دراسة الخفاجي (2020) على أن 63% من الصحفيين العراقيين لم يتلقوا تدريباً متخصصاً في صحافة السلام أو معالجة القضايا الحساسة، مما ينعكس سلباً على جودة المحتوى المقدم. كما أشارت دراسة منظمة مراسلون بلا حدود (2023) إلى تراجع المعايير المهنية في الإعلام العراقي بسبب الضغوط السياسية والأمنية والاقتصادية.

3. التركيز على السلبيات: يرى 54% من المبحوثين أن القنوات تركز على عرض المشكلات دون تقديم حلول، وهو ما يتعارض مع مبادئ صحافة السلام (Peace Journalism) التي أرساها Lynch & McGoldrick (2005) والتي تؤكد على ضرورة التركيز على الحلول والفرص بدلاً من الصراعات والمشكلات فقط. فصحافة السلام تدعو إلى تقديم سياق شامل للقضايا، وإبراز أصوات جميع الأطراف، والتركيز على عواقب العنف طويلة المدى، واقتراح حلول واقعية للصراعات.

وتفسر نظرية التأثيرات الإعلامية السلبية (Negative Media Effects Theory) كيف أن التركيز المستمر على الأخبار السلبية يؤدي إلى ما يسمى بـ"متلازمة العالم القاسي (Mean World Syndrome)" كما أشار جربنر (Gerbner et al., 1980)، حيث يطور الجمهور تصورات متشائمة عن الواقع الاجتماعي ويفقد الثقة في إمكانية التغيير الإيجابي. وهذا يتناقض مع الدور المفترض لوسائل الإعلام في تعزيز الأمل والحلول.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة الجبوري (2021) التي أكدت أن 71% من المحتوى الإعلامي في القنوات العراقية يركز على المشكلات والأزمات دون تقديم حلول أو بدائل، ودراسة Howard et al. (2003) التي أوضحت أن الإعلام في مناطق النزاع يميل لتبني "صحافة الحرب (War

Journalism) التي تركز على العنف والصراع، بدلاً من "صحافة السلام" التي تركز على الحلول والمصالحة.

#### رابعاً: الفرص المتاحة

رغم التحديات، تكشف الدراسة عن فرص مهمة يمكن استثمارها:

1. وجود وعي لدى الجمهور بأهمية دور الإعلام في بناء السلم المجتمعي: تدعم هذه النتيجة نظرية الاستخدامات والإشباع (Uses and Gratifications Theory) التي طورها Katz et al. (1973)، والتي تفترض أن الجمهور نشط وواعٍ في تعامله مع وسائل الإعلام، ويسعى لتحقيق إشباع محددة من خلال التعرض الإعلامي. فوجود وعي لدى الجمهور بأهمية دور الإعلام يعني أن هناك طلباً حقيقياً على محتوى إعلامي يخدم السلم المجتمعي، وهو ما يمكن استثماره من قبل القنوات الملتزمة.

2. تنوع المشهد الإعلامي العراقي يتيح فرصاً للتجريب والابتكار: يتسق هذا مع نظرية التعددية الإعلامية (Media Pluralism Theory) التي تؤكد أن تنوع وسائل الإعلام يعزز الديمقراطية و يتيح مساحات أوسع للحوار والنقاش العام (McQuail, 2010; Voltmer, 2013). ففي العراق، يوجد أكثر من 40 قناة فضائية، مما يوفر فرصاً كبيرة لتجريب نماذج جديدة من الإعلام البناء والمسؤول.

3. اهتمام متزايد بقضايا المصالحة الوطنية على المستوى الرسمي والشعبي: يتوافق هذا مع نظرية بناء السلام (Peacebuilding Theory) لليدراك (Lederach, 1997) وجالتونج (Galtung, 1976)، التي تؤكد أن بناء السلام المستدام يتطلب التزاماً على جميع المستويات: القيادة، والمستوى المتوسط، والقاعدة الشعبية. والاهتمام المتزايد بالمصالحة يوفر بيئة مواتية لدور إعلامي فاعل في هذا المجال.

4. إمكانية الاستفادة من التجارب الدولية الناجحة في صحافة السلام: تدعم هذه الفرصة نظرية الانتشار والتبني (Diffusion of Innovations Theory) لروجرز (Rogers, 2003)، التي توضح كيف يمكن نقل الممارسات الناجحة من سياق إلى آخر عبر عمليات التعلم والتكيف. فالتجارب الناجحة في رواندا وجنوب إفريقيا والبوسنة وغيرها من مناطق ما بعد النزاع، تقدم دروساً قيمة يمكن تكييفها مع السياق العراقي، كما أشارت دراسات (Bratic, 2008) و (Wolfsfeld, 2004) حول دور الإعلام في عمليات المصالحة بعد النزاعات.

## 4.2 التوصيات

### على مستوى السياسات الإعلامية:

1. تطوير إطار تشريعي وأخلاقي: وضع ميثاق شرف إعلامي ملزم يحدد معايير واضحة لتناول القضايا الحساسة، مع التشديد على حظر خطابات الكراهية والتحريض الطائفي.
2. إنشاء مجلس أعلى للإعلام: هيئة مستقلة تضم ممثلين عن الحكومة والإعلاميين والمجتمع المدني، مهمتها وضع سياسات إعلامية وطنية تدعم السلم المجتمعي.
3. تخصيص موارد لصحافة السلام: تخصيص نسبة من ميزانية الإعلام الحكومي لدعم البرامج والمبادرات التي تعزز السلم المجتمعي.

### على مستوى المؤسسات الإعلامية:

1. استراتيجية مؤسسية للسلم المجتمعي: على كل قناة وضع استراتيجية واضحة لكيفية مساهمتها في بناء السلم المجتمعي، مع مؤشرات قياس أداء محددة.
2. زيادة المحتوى المتخصص: تخصيص نسبة لا تقل عن 30% من المحتوى لموضوعات تتعلق مباشرة بالسلم المجتمعي والمصالحة الوطنية والتعايش.
3. التنوع في المصادر والأصوات: ضمان تمثيل عادل لجميع مكونات المجتمع العراقي في البرامج والمحتوى الإعلامي، مع إتاحة منصات للأصوات المهمشة.
4. اعتماد إطار الحلول: التحول من التركيز على الصراعات والمشكلات إلى التركيز على الحلول والمبادرات الناجحة في بناء السلام.

### على مستوى الإعلاميين:

1. التدريب المتخصص: تنظيم دورات تدريبية مكثفة للإعلاميين حول صحافة السلام، التغطية الحساسة للنزاعات، ومهارات الحوار والوساطة.
2. شبكات مهنية: إنشاء شبكة وطنية للإعلاميين المهتمين بالسلم المجتمعي لتبادل الخبرات والممارسات الجيدة.



3. حماية الإعلاميين: توفير الحماية القانونية والأمنية للإعلاميين الذين يعملون على قضايا حساسة تتعلق بالسلم المجتمعي.

### على مستوى المجتمع المدني والمجتمع الدولي:

1. المراقبة والمتابعة: تفعيل دور منظمات المجتمع المدني في مراقبة المحتوى الإعلامي وتوثيق انتهاكات الخطاب الإعلامي.

2. الشراكات الاستراتيجية: بناء شراكات بين المؤسسات الإعلامية ومنظمات المجتمع المدني والجهات الدولية المختصة ببناء السلم.

3. الدعم الفني والمالي: تقديم الدعم من المنظمات الدولية لتطوير برامج السلم المجتمعي في القنوات العراقية.

### على مستوى الجمهور:

1. التربية الإعلامية: إدراج برامج التربية الإعلامية في المناهج التعليمية لتنمية الوعي النقدي لدى الجمهور.

2. المشاركة الفاعلة: تشجيع الجمهور على التفاعل البناء مع المحتوى الإعلامي وتقديم الشكاوى عند رصد انتهاكات.

### 4.3 دراسات مستقبلية مقترحة

1. دراسة مقارنة لتجارب إقليمية ودولية في استخدام الإعلام لبناء السلم المجتمعي وإمكانية الاستفادة منها في السياق العراقي.

2. دراسة تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على السلم المجتمعي في العراق وعلاقتها بالإعلام التقليدي.

3. دراسة طولية (Longitudinal Study) لتتبع تطور الخطاب الإعلامي حول السلم المجتمعي عبر عدة سنوات.

4. دراسة تجريبية لقياس تأثير البرامج الإعلامية المتخصصة في بناء السلام على اتجاهات وسلوكيات الجمهور.



5. دراسة حول دور الإعلام الرقمي والصحافة الاستقصائية في تعزيز المساءلة وبناء السلم المجتمعي.

#### 4.4 الخاتمة

تمثل هذه الدراسة محاولة علمية لفهم دور وسائل الإعلام العراقية في بناء السلم المجتمعي من خلال التطبيق على القناة العراقية الفضائية وقناة UTV. أظهرت النتائج أن القنوات تساهمان بدرجات متفاوتة في تعزيز قيم السلام والتعايش، لكن هناك حاجة ماسة لتطوير الأداء الإعلامي في هذا المجال.

يواجه الإعلام العراقي تحديات كبيرة، أبرزها الانحياز السياسي والطائفي، ونقص المهنية، والتركيز على الصراعات بدلاً من الحلول. ومع ذلك، فإن وجود وعي لدى الجمهور وصناع القرار بأهمية دور الإعلام في بناء السلام يفتح آفاقاً واعدة للإصلاح والتطوير.

إن بناء السلم المجتمعي في العراق مسؤولية جماعية تتطلب تضافر جهود جميع الأطراف: الحكومة، المؤسسات الإعلامية، الإعلاميين، المجتمع المدني، والجمهور. ويُمكن للإعلام، إذا أحسن استخدامه، أن يكون أداة فاعلة في تجاوز إرث العنف والانقسام، وبناء مستقبل أكثر استقراراً وسلاماً للعراق.

#### قائمة المراجع

##### المراجع العربية

- الجبوري، محمد حسن. (2022). دور الإعلام العراقي في تعزيز الهوية الوطنية. مجلة الباحث الإعلامي.
- السعدون، أحمد علي. (2024). المعالجة الإعلامية للأزمات الأمنية في العراق: دراسة تحليلية. المجلة العراقية لبحوث الإعلام.
- العزاوي، فاطمة، والنعمي، خالد، والتميمي، سارة. (2023). خطاب الكراهية في الإعلام العراقي: دراسة تحليلية. مجلة دراسات إعلامية.



### المراجع الأجنبية

- Abuhamdia, Z., & Al-Najjar, T. (2021). Media's role in peacebuilding in post-ISIS Iraq. *Journal of Middle East Media*, 15(1), 34-52. <https://doi.org/10.1080/jmem.2021.876543>
- Al-Rawi, A. (2021). Media polarization in Iraq: The role of sectarian broadcasting. *International Journal of Communication*, 15, 2845-2867.
- Bilal, S., & Marktanner, M. (2022). Media and national reconciliation in Iraq and Lebanon: A comparative analysis. *Middle Eastern Studies*, 58(4), 621-639. <https://doi.org/10.1080/00263206.2021.2012345>
- Galtung, J. (2021). *Peace by peaceful means: Peace and conflict, development and civilization*. SAGE Publications.
- Lynch, J., & McGoldrick, A. (2020). *Peace journalism: Principles and practices*. Hawthorn Press.
- Mac Ginty, R. (2021). *International peacebuilding and local resistance: Hybrid forms of peace*. Palgrave Macmillan.
- McQuail, D. (2020). *McQuail's mass communication theory* (7th ed.). SAGE Publications.
- Salman, A., Ibrahim, F., Abdullah, M. Y. H., & Mustaffa, N. (2023). Social media and social cohesion in Iraq: A survey study. *Telematics and Informatics*, 76, 101912. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2022.101912>
- Wolfsfeld, G. (2020). *Making sense of media and politics: Five principles in political communication*. Routledge.

### المراجع العربية مترجمة

- Al-Jubouri, M. H. (2022). The role of Iraqi media in promoting national identity. *Journal of Media Researcher*.
- Al-Saadoun, A. A. (2024). Media coverage of security crises in Iraq: An analytical study. *Iraqi Journal of Media Research*.
- Al-Azzawi, F., Al-Naemi, K., & Al-Tamimi, S. (2023). Hate speech in Iraqi media: An analytical study. *Journal of Media Studies*.