

## 2. سياسة استقطاب الوفود الاعلامية والفنية العربية الى العراق ودورها في فضح الفكر الإرهابي المنحرف لتنظيم داعش بقلم كل من الباحثين:



الباحثة سجي لعبيي كاظم  
الجامعة المستنصرية



د. عماد مطير الشمري  
الجامعة التقنية الجنوبية

تاريخ قبول النشر: 17/6/2021

تاريخ الارسال 11/5/2021

### الملخص

ما بين 2014 و 2017، خسر تنظيم الدولة (داعش) جميع ما اكتسبه من الأراضي التي يُسيطر عليها في العراق. وعلى الرغم من إنّ الخطر المادّي الذي شكّله داعش على العالم كان حقيقياً بلا أدنى شكّ، إلا أن خطره الإعلامي لا زال قائماً حتى الآن. ويمتلك "داعش" أكثر من أربعين ألف حساب على تويتر ولديه صفحات عديدة على فيسبوك، عدا عن المواقع الإلكترونية وسبع مراكز إعلامية نشيطة مثل مؤسسة الفرقان ومؤسسة الحياة ومجلة دابق... وهنا لا بد من مواجهة داعش بسياسة إعلامية متكاملة، تكون على رأس أولويات هذه السياسة غسل أفكار داعش التي ترسّخت في عقول الكثير من الجمهور العربي باعتبار داعش هو المدافع الوحيد عن الأمة الإسلامية من الغزو الصفوي المحدق بها، وفضح الأفكار الإجرامية للتنظيم بمختلف السبل خاصة اعتماد سياسة استفاد الوفود الاعلامية والفنية العربية لزيارة العراق ونقل حقيقة الصراع، وإماطة اللثام عن ما اقترفته أيدي التنظيم ضد العراقيين بمختلف انتماءاتهم الطائفية والعرقية.

## Summary

Between 2014 and 2017, the Islamic State organization (ISIS) lost all the lands it had gained from control of in Iraq, and despite the fact that the material threat posed by ISIS to the world was undoubtedly real. More than forty thousand accounts on Twitter and he has many pages on Facebook, except for websites and seven active media centers such as Al-Furqan Foundation, Al-Hayat Foundation and Dabiq magazine... Here, ISIS must be confronted with an integrated media policy that will be at the top of the priorities of this policy, washing the ideas of ISIS that have been entrenched in the minds of ISIS. Many of the Arab public consider ISIS the only defender of the Islamic nation from the imminent Safavid invasion Exposing the criminal ideas of the organization in various ways, especially the adoption of the policy of bringing in Arab media and technical delegations to visit Iraq, conveying the reality of the conflict and unveiling what the hands of the organization committed against Iraqis of various sectarian and ethnic affiliations.

## المقدمة

ابتداءً من حزيران عام 2014 وتحت قيادة زعيمها أبي بكر البغدادي، انتشر تنظيم داعش بشكل ملحوظ، وحصل على الدعم في العراق بسبب التمييز الاقتصادي والسياسي المزعوم ضد السنة العراقيين العرب، وتم له وجود كبير في المحافظات السورية بعد الدخول في الحرب الاهلية السورية إلا أن هذا التقدم توقف بعد إنشاء تحالف من عدة دول لمحاربة التنظيم يشمل دولاً عربية وإسلامية وأجنبية من بينها السعودية وإيران، وما بين 2014 و2017، خسر تنظيم الدولة (داعش) جميع ما اكتسبه من الاراضي التي يُسيطر عليها في العراق. وعلى الرغم من أن الخطر الماديّ الذي شكّته داعش على العالم كان حقيقياً بلا أدنى شك إلا ان خطره الاعلامي ما زال قائماً حتى الان، ومع أن الجهود الآيلة إلى كبح مكاسبه على الأرض قد أثبتت نجاحها، فإن هذه الجهود لا بد أن تتساقق مع إعادة دراسة جدية لدور وسائل الإعلام في نجاح داعش الإيديولوجي، ومع استعداد لمواجهة حركات متطرفة مماثلة في المستقبل فتنظيم

«داعش» يمتلك استراتيجية اتصالية غير عفوية أو تلقائية، وهي أكثر تماسكا وفعالية من تلك التي تبناها تنظيم القاعدة، وغيره من منظمات الإسلام السياسي التي اتخذت منحى العنف والإرهاب. أما تنظيم القاعدة فقد التفت مبكرا جدا لأهمية استعمال وسائل الاتصال الحديثة، حتى أن الرجل الثاني في التنظيم آنذاك أيمن الظواهري، بعث برسالة مناصحة إلى «أبو مصعب الزرقاوي» زعيم «تنظيم القاعدة في بلاد ما الرافدين» عام 2004 قال له فيها حرفيا: تذكر يا أخي أن نصف معركتنا في الإعلام. أتصور أن هذا هو التوجه الإعلامي لـ «داعش» أي أن نصف المعركة في الإعلام (1)، وبممتلك «داعش» أكثر من أربعين ألف حساب على تويتر ولديه صفحات عديدة على فيسبوك، ما عدا المواقع الإلكترونية وسبعة مراكز إعلامية نشيطة مثل مؤسسة الفرقان ومؤسسة الحياة ومجلة دابق. وهنا لابد من مواجهة داعش بسياسة اعلامية متكاملة تكون على راس اولوياتها غسل افكار داعش التي ترسخت في عقول الكثير من الجمهور العربي باعتبار داعش هو المدافع الوحيد عن الامة الاسلامية من الغزو الصفيي المحقق بها وفضح الافكار الاجرامية للتنظيم بمختلف السبل خاصة اعتماد سياسة استقدام الوفود الاعلامية والفنية العربية لزيارة العراق ونقل حقيقة الصراع واماطة اللثام عما اقترفته ايدي التنظيم ضد العراقيين بمختلف انتماءاتهم الطائفية والعرقية.

## المبحث الأول: الإطار النظري

### 1. مشكلة الدراسة

استخدم تنظيم «داعش» وسائل الاتصال الحديثة بفعالية كبيرة، واعتبرها وسيلة من وسائل الاتصال بين أعضاء التنظيم في مواقع عديدة، و آلية من آليات الحشد والتعبئة، كما اعتبرها في مستوى ثالث وسيلة من وسائل التجنيد لدرجة أن مركز بحوث الجماعات الراديكالية في بريطانيا، خلص إلى أن حوالي 80% من الذين تم تجنيدهم من أوروبا للقتال في سوريا والعراق، جاؤوا عبر وسائل التواصل الاجتماعي. وهناك استخدام آخر يتعلق بصنع الصورة وبعث الروح في نفوس الخصوم أو الأعداء أو المستهدفين، حيث ينشر التنظيم صوراً ويبث أشرطة تشير إلى قوة مطلقة وكفاءة كبيرة ورغبة في إلحاق الأذى والدمار لكل من يعاديه. وبالتالي فإن عناصر «داعش» الاتصالية هي عناصر متكاملة تؤدي وظائف تحولت إلى أداة قتال رئيسية. وأمام هذا التحدي كان لابد للعراق من اتخاذ استراتيجية اعلامية مضادة لمواجهة تضليل هذا التنظيم للجمهور العربي

(1) -عواطف كريم الطحان واخرون، تحليل المضمون في الدراسات الإعلامية، قادس للنشر والتوزيع، تونس، 2020، ص23

والعزف على البعد الديني الطائفي وقد تمثل جانب من هذه الاستراتيجية في دعوات وجهتها الحكومة العراقية الى مجموعات من الاعلاميين والفنانين العرب لنقل الصورة الحقيقية لما يجري في العراق ورفع اللبس الحاصل لدى اغلبية الجمهور العربي ومحاولة تغيير الصورة المشوشة وبالتالي فان هذه الدراسة تحاول ان تستجلي مقدار الاثر الذي أحدثته هذه الزيارات على الجمهور العربي من مثقفي وتربسي الجامعات العربية.

## 2. أهمية الدراسة:

تأتي أهمية هذه الدراسة من ندرة الدراسات التي تناولت سياسة استقدام الوفود الاعلامية والفنية للتأثير في الراي العام ونقل الصورة الحقيقية للواقع بعيدا عن التزوير والتهويل وبعيدا عن استغلال الافكار الدينية بشكل مشوش مغاير للحقيقة، خاصة في ظل التجهيل الذي تعاني منه كثير من فئات الشعب في اغلب المجتمعات وخصوصاً المجتمع العربي، بفعل تأثير الديني والطائفي وتأثير الاعلام الموجه والتغطية الإعلامية المشوهة التي تعمل على قلب الحقائق وفق اجندات سياسية اقليمية ودولية، وبالتالي فإن سياسة استقدام الوفود الفنية والاعلامية خاصة التي تضم وجوه فنية واعلامية بارزة يؤدي اكتسابها الى اكتساب جمهور واسع من خلال حصولها على ثقتهم ومتابعتهم لأرائهم ونتائج زيارتهم ومعرفة الحقائق منهم لاسيما في ظل تعددية وسائل الإعلام وغياب القوانين والمحددات والمواثيق الاخلاقية الإعلامية التي تنظم عملها خصوصاً في أوقات الأزمات و التباين في التغطية الإعلامية بين وسائل الإعلام المختلفة لقضايا الإرهاب، وبذلك فإن أهمية هذه الدراسة تنطلق من تأثير ظاهرة انتشار التعاطف مع الفكر الداعشي في الاوساط الشعبية في بعض الدول العربية وتأثير ذلك التعاطف سلبياً على نظرة الشعوب العربية للواقع العراقي وفهمهم الخاطئ، للكيفية التي تعاملت بها القوات الامنية العراقية مع تنظيم داعش الإرهابي.

## 3. اهداف الدراسة: تسعى هذه الدراسة إلى معرفة جملة من الأهداف ومنها:

أ- التعرف إلى دور السياسة الاعلامية للمؤسسات العراقية في استقطاب الوفود الاعلامية والفنية في مكافحة ظاهرة الإرهاب والتطرف.

ب- معرفة العلاقة التي تربط بين زيارات الوفود الفنية والاعلامية العربية الى العراق وبين وقنواته الفضائية ومدى متابعة الصحف والقنوات الفضائية العربية لحرب العراق على تنظيم داعش الإرهابي ومدى تغيير نظرة تلك القنوات والصحف للفكر الداعشي بعد هذه الزيارات

ت- معرفة دور زيارات الوفود الاعلامية والفنية العربية في تبصير الرأي العام العربي بأن الإرهاب يستهدف ترويع الأمنين وسفك دماء الأبرياء، وتدمير المنشآت الحيوية، وتكوين رأي عام مناهض للغلو والتطرف بصوره المختلفة وإزالة اللبس الفكري الحاصل عن الشعوب العربية في ما يخص الوضع الامني في العراق وكذلك التعرف على مدى تأثير الجمهور العربي بزيارات الوفود الاعلامية وحجم التغيير الذي طرأ على نظرة الجمهور العربي للحرب على داعش بعد تلك الزيارات.

ث- معرفة العلاقة بين درجة تعرض الجمهور لأخبار زيارات الوفود وتصريحاتهم الصحافية والتلفزيونية بعد الزيارات ودرجة الوعي والمعرفة بفكر داعش الإرهابي لدى عينة من الجمهور العربي.

ج- الوقوف على فهم عينة البحث لفكر تنظيم داعش من خلال متابعتهم للبرامج التي تقدمها القنوات الفضائية العربية والتي دافع فيها الاعلاميون والفنانون العرب عن صحة قراراتهم بزيارة العراق ودعم شعبه واجهزته الامنية في حربهم على داعش.

ح- تقديم جملة من المقترحات لتفعيل دور استقطاب الوفود الاعلامية والفنية العربية في مكافحة ظاهرة الإرهاب والتطرف وفضح زيف الفكر الداعشي المنحرف.

#### 4. اسئلة الدراسة:

أ. ما مقدار الاثر الذي احدثته زيارات الوفود الاعلامية والفنية العربية الى العراق في الراي العام العربي.

ب. ما مقدار التغيير في قناعات الجمهور العربي في فكر تنظيم داعش الإرهابي بعد استماعه للتغطيات الاعلامية للزيارات الفنية والاعلامية عبر الصحف والمجلات والقنوات الفضائية العربية ومتابعته اللقاءات الصحفية والتلفزيونية للإعلاميين والفنانين العرب وهم يدافعون عن مشاركاتهم في دعم القوى الامنية العراقية؟

ج. معرفة ابرز الزيارات الفنية والاعلامية وابرز الاعلاميين والفنانين المشاركين في المهرجانات والمؤتمرات الداعمة لحرب القوى الامنية العراقية ضد تنظيم داعش الإرهابي.

د. معرفة اهم الجهات الاعلامية العراقية المشاركة في صناعة السياسة الاعلامية الخاصة باستقدام الوفود الاعلامية والفنية العربية وتقييم أدائها.

## 5. مجالات الدراسة:

يقصد بمجالات البحث الحيز الزمني والمكاني للبحث. وعلى هذا فكانت اخبار زيارة الفنانين والاعلاميين العرب الى العراق اثناء وبعد حرب تحرير المحافظات العراقية المحتلة من داعش وصداهها واثرها في دحض اكاذيب تنظيم داعش الإرهابي وفكره الاجرامي في الصحف والقنوات الفضائية وبين عينة مختارة عمديا من مثقفي واساتذة الجامعات العرب هي المجال المكاني، اما المجال الزمني للبحث فقد تحدد من خلال المدة الزمنية للدراسة والتي بدأت منذ شهر من اعلان عناوين البحوث وتسجيلها وتتاول فترة احتلال داعش للمحافظات العراقية الشمالية والغربية ما بين عامي 2014 و2019، وقام الباحثان بسحب عينة منتظمة لبعض الصحف العربية الرئيسية التي تناولت الزيارات كما اختارت عينة من الاعلاميين والفنانين الزائرين كما قاما بدراسة ردود عينة مختارة بشكل عمدي لعدد من المثقفين واساتذة الجامعات العربية لقياس ردود افعالهم على الزيارة واثر تلك الزيارات على موقفهم من تنظيم داعش الإرهابي.

## 6. منهج الدراسة:

يعد هذا البحث من البحوث الوصفية التي تهدف إلى اكتشاف الوقائع ووصف الظواهر وصفاً دقيقاً وتحديد خصائصها تحديداً كيفياً أو كمياً؛ وانسجاماً مع مقتضيات البحث وطبيعته الإجرائية وتحقيقاً لأهدافه فقد استخدمت الباحثة المنهج المسحي، للوصول إلى النتائج المرجوة؛ لاسيما أن الدراسة تهدف إلى وصف الاهتمام من قبل وسائل الإعلام بزيارات الوفود الفنية والاعلامية العربية الى العراق ودور تلك الزيارات في تغيير تفكير ووجهة نظر الكثير من الجمهور العربي بفكرة الحرب على داعش في العراق وفضح جرائم التنظيم وضحالة تفكيره واعتمدت الباحثة على الوصف الكمي والذي يعد من سمات منهج المسح في الإطار الوصفي، خصوصاً أن البحث يتعامل في إجراءاته مع عدد كبير من المفردات يصعب معها استخدام الوصف الكيفي.

## 7. مصطلحات البحث:

### أ. السياسات الإعلامية:

للسياسة الاعلامية الكثير من التعاريف، فالتعريف الذي اعتمده اليونسكو وصفها بانها «مجموع المبادئ والمعايير التي تحكم نشاط الدولة تجاه عمليات تنظيم وادارة ورقابة وتقييم وموامة نظم واشكال الاتصال المختلفة، على الاخص منها وسائل

الاتصال الجماهيري، والاجهزة الرئيسية للمعلومات، من أجل تحقيق افضل النتائج الاجتماعية الممكنة، في اطار النموذج السياسي والاجتماعي والاقتصادي الذي تأخذ به الدولة» كما انها تعرف ايضا بانها «مجموعة المبادئ والمعايير والقواعد التي تحكم وتوجه سلوك الأنظمة الإعلامية، والتي عادة تشتق (تستنبط) من شروط الايديولوجيا السياسية والقيم التي ترتكز عليها في بلد ما» (1) ويذهب الدكتور إبراهيم إمام إلى أن السياسة الإعلامية هي خطة العمل اللازمة للتأثير في الجماهير، وحملها على السلوك بطريقة معينة (2) ويؤدي غياب سياسة إعلامية واضحة للإعلام إلى عرقلة قضايا التنمية والتحول ووضع عقبات في طريقها خصوصاً في ظل عمليات التحول السريعة التي تمر بها المجتمعات. (3)

ب. الاتجاه:

يعرف بأنه (الاستعداد او الميل المكتسب الذي يظهر في سلوك الفرد، او الجماعة عندما تكون بصدد تقييم الشيء او موضوع، ويشتمل على نوع من التقييم الايجابي او السلبي او المحايد، وتظهر اهمية اتجاه القائم بالاتصال في تحديد مدى ايمان القائم بالاتصال بفكرة الموضوع واقتناعه بها وسريان هذه الانطباعات الى الجمهور)، كذلك عرف الاتجاه بوصفه (ترابطاً واتساقاً بين عدد من الاستجابات ومجموعة مشابهه من المثيرات والمواقف بحيث يمكن التنبؤ باحتمال صدور استجابة معينة اذا واجه الفرد موقفاً او منبهاً معيناً) (4)

ج. الإرهاب:

هو الممارسة المنظمة لأعمال العنف بأشكالها ومستوياتها المختلفة (اغتيال، تهريب، تهديد، استخدام القوة، القاء متفجرات... الخ) والتي تصيب أياً كان من افراد المجتمع الآمن مما يؤدي إلى حالة من عدم الاحساس بالأمان والطمأنينة والاستقرار وزيادة مشاعر التوتر والقلق فينجم عن ذلك حالات من الخوف الجماعي كرد فعل لتلك الاعمال الاجرامية المنظمة والمخطط لها. (5)

د. تنظيم داعش:

تعرف هذه الدراسة تنظيم داعش بأنه دولة افتراضية (virtual state a). سعت

(1) - عبد اللطيف خلف الرجا، المعتقدات والاتجاهات في السياسة الاعلامية، عمان، دار الثقافة للنشر، 2019، ص165

(2) - جلال الدين راقي، اعلام تنظيم داعش الالكتروني، القاهرة، دار المعارف 2019، ص209

(3) - المنصف العياري وآخرون، المعالجة الخبرية التلفزيونية العربية بين المتطلبات المهنية والتوجهات، الطبعة الثالثة، تونس 2020، ص315

(4) - عبد الفتاح عبد النبي، سيولوجيا الخبر الصحفي، العربي للنشر والتوزيع، ط2 القاهرة، 2018، ص195.

(5) - هويدا مصطفى، دور الفضائيات العربية في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور نحو الإرهاب، اتحاد اذاعات الدول العربية، سلسلة دراسات وبحوث اذاعية، 63، تونس 2008، ص55.

داعش، من أجل كسب القلوب والعقول، و تأسيس شرعيتها من خلال تزامنية الأعمال والتواصل [الإعلامي] المبني على مشهديات الإرهاب. وأعمال الهجوم العنيفة هذه يجري تبريرها ضمن سرديّة دينيّة رؤيويّة [قياميّة] تشدّد على صدامٍ وشيكٍ بين الحضارات يعيد مجدّ الإسلام الغابر، ويثأر للمسلمين على امتداد العالم انبثق تنظيم داعش الإرهابي من الفرع العراقي لتنظيم القاعدة،<sup>(1)</sup> وازدهر في العراق اعتباراً من عام 2006، ثم في سورية بفعل حالة الفوضى الناجمة عن القمع الذي لم ينفك النظام السوري يمارسه منذ عام 2011. ثم سعى التنظيم إلى نشر نظام الرعب الذي يتبعه خارج المشرق العربي وصولاً إلى ليبيا ومصر وأفغانستان وجنوب شرق آسيا. وفي 10 حزيران عام 2014 اجتاح تنظيم داعش المحافظات العراقية الشمالية والغربية للعراق وربطها مع الأراضي السورية التي سيطر عليها مسبقاً معلناً تشكيل دولة اسمها دولة الخلافة الإسلامية في العراق وبلاد الشام ويتبع أفراد تنظيم داعش ممارسات وحشية منحرفة عن الدين الذي يجاهرون به كالإعدام بقطع الرؤوس والاسترقاق والقتل الجماعي. والحقيقة أن المسلمين، شيعة وسنة، يمثلون النسبة الكبرى من ضحايا تنظيم داعش، إذ يفرض عليهم سياسة رعب لا ترحم لا النساء ولا الأطفال، كما يمارس اضطهاداً منهجياً على أبناء الأقليات العرقية والدينية. وإضافةً إلى ذلك، خطط التنظيم عدّة اعتداءات إجرامية ونفذها في الخارج، كالاتداءات التي وقعت في باريس في تشرين الثاني/نوفمبر 2015 وفي بروكسل في آذار/مارس 2016 وفي لندن في آذار/مارس 2017 وبدءاً من عام 2014 ولغاية عام 2019 شنت الأجهزة الامنية العراقية مدعومة بقوات التحالف الدولي حرب شرسة ضد تنظيم داعش انتهت بالفضاء على التنظيم في العراق وتحرير المحافظات العراقية التي كان يحتلها التنظيم.<sup>(2)</sup>

## المبحث الثاني

### سياسة استقدام الوفود الاعلامية الى العراق بين الماضي والحاضر

#### اولاً: سياسة استقدام الوفود الاعلامية والفنانين للعراق قبل عام 2003:

بدأ العراق سياسة استقدام الوفود الاعلامية للترويج لسياسته الاعلامية والفكرية منذ العهد الملكي حيث كان الديوان الملكي العراقي يلجأ الى توجيه الدعوات للفنانين العرب لزيارة بغداد من اجل الترويج لسياسته، وقد تطور الامر في عهد الملك غازي الى

(1) - حسن علوان، موضوعة الإرهاب في الفضائيات العربية، اطروحة دكتوراه غير منشورة، الأكاديمية العربية المفتوحة في الدنمارك، 2018، ص387

(2) - هويدا مصطفى، دور الفضائيات العربية في تشكيل معارف الجمهور واتجاهاته نحو الإرهاب. اتحاد إذاعات الدول العربية، سلسلة بحوث ودراسات إذاعية، 63، تونس، 2018، ص89



استقطاب كفاءات انجليزية ومصرية ولبنانية لإدارة اذاعة الزهور التي انشأها الملك في قصره (1) كما ان العراق كان مقصداً لأساطين الغناء العربي آنذاك كما كلثوم وفايزة احمد، وعند استلام حزب البعث للسلطة عام 1968 كثف من سياسة استقطاب النجوم من الاعلاميين والفنانين حتى غدت بغداد قبلة للشعراء والادباء والكتاب والفنانين، وكان النظام يغدق عليهم بالعطايا والهبات وهو الامر الذي حول مجلات وصحف عربية معتبرة الى منابر اعلامية تصدح بتمجيد النظام في كل شاردة وواردة فكانت مجلة الوطن العبر لوليد ابو ظهر وجريدة السياسة الكويتية لأحمد الجار الله تصدر ومانشيتاتها الرئيسية لا تكاد تميز عن مانشيتات صحف الثورة والجمهورية التي كانت تصدرها الحكومة العراقية في بغداد. اما الشعراء فكان لهم اكثر من مهرجان لاستقطابهم كمهرجان المرید (2) الذي بدأت تقييمه وزارة الثقافة في العراق منذ عام 1971 ويشترك فيه العديد من الشعراء والادباء العراقيين والعرب. وقد استقطب خلال سنوات اقامته قامات عربية كبيرة كنزار القباني والبردوني ومحمد الفيتوري ومحمود درويش وسعاد الصباح. اما في مجال الفن فإن بغداد استضافت جميع نجوم الفن السينمائي والتلفزيوني العربي تقريبا عبر اقامة المهرجانات الفنية المسرحية كمهرجان بغداد المسرحي كما قام العراق بتنشيط العمل التلفزيوني والسينمائي المشترك فتم انتاج مسلسلات تلفزيونية كالكبرياء تليق بالفرسان والمتنبي وافلام كالفادسية والمسالة الكبرى ومطالع وبهية بمشاركة نجوم عرب كبار (3) وبعد عام 1990 واجتياح العراق للكويت استمرت سياسة استقطاب النجوم للترويج لسياسة رفع العقوبات على العراق ونشطت ما عرف فيما بعد سياسات كوبونات النفط التي فيها كان يعطي النظام العراقي كوبونات لتصدير النفط عبر مذكرة التفاهم (النفط مقابل الغذاء) من اجل شراء مواقف الاعلاميين والفنانين العرب، وهو الامر الذي تكشف فيما بعد وشهدت فترة التسعينيات استمرار مهرجان المرید وان كانت الاسماء التي شاركت فيه بعد عام 1990 اقل اهمية كما زار العراق فنانون كبار كالفنان المصري عادل امام والفنان يونس شلبي والفنانة السورية رعدة (4).

(1) - محمد سالم، اعلام الكوبونات النفطية في العراق، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الثالث، 2001.

(2) - ويستمد المهرجان عنوانه من سوق المرید التي كانت تقع في قضاء الزبير ضمن محافظة البصرة، وهي أشبه بسوق عكاظ قبل الإسلام، وكانت السوق مخصصة لبيع الابل والبغال قبل أن تتحول خلال العصر الأموي إلى ملتقى للشعراء والادباء والنحاة الذين كانوا يجتمعون فيها وينظمون مناظرات شعرية وحلقات نقاشية وفكرية، وبخلاف الأسواق الأدبية الأخرى التي كانت مخصصة لأقوام الجزيرة العربية، كانت سوق المرید متسعة لأعراق مختلفة من فارس وصينييين وهنود وأقباط وعرب، ومن أبرز شعراء المرید جرير والفرزدق وبيشار بن برد وأبو نواس، كما أن الجاحظ والكندي وسيبويه والأصمعي والفراهيدي كانوا من أشهر رواد السوق التي تعرضت إلى الاندثار قبل قرون .

(3) - عزوز، هند، مطبوعة بيداغوجية (محاضرات في النقد الإعلامي)، مجلة جامعة محمد الصديق بن يحيى-جيجل، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، 2016ص4-7.

(4) - زغب، شيماء ذو الفقار، سطوة المال في السياسات الإعلامية، (الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2009)،

## ثانياً: سياسة استقدام الوفود الاعلامية والفنية بعد عام 2003

بعد عام 2003 شهدت العلاقات بين العراق ومحيطه العربي جفاء كبيرا حيث كانت الدول العربية تنتظر الى العراق على انه بلد محتل من قبل الامريكان وان الحكومة والنظام السياسي الذي انبثق بعد عام 2003 نظام احتلال، ومن ثم اتهم العراق بانه اصبح محمية ايرانية بفعل فوز احزاب اسلامية مقرية من ايران بالانتخابات البرلمانية عام 2005، وشهد العراق بعد عام 2006 حربا طائفية طاحنة كان المحيط العربي ينظر لها على انها حرب تشنها ايران على المكون السني في العراق، وبالتالي كان العراق مقصدا للعرب مرة اخرى وهنا لم يأت شعراء وفنانون عرب انما جاء إرهابيوهم كمجاهدين في تنظيمات إرهابية نشأت قبل وبعد عام 2003 ووجدت في العراق بيئة مناسبة لبث أفكارها وسمومها، وبعد عام 2014 وبدء الحرب على تنظيم داعش بدأت بعض المؤسسات العراقية تطرق باب استقطاب العرب مرة اخرى حيث نشطت في هذا المجال شعبة الاعلام في هيئة الحشد الشعبي ووزارة الثقافة وشبكة الاعلام العراقية وبالتالي عادت سياسة استقطاب الاعلاميين والفنانين العرب مرة اخرى للواجهة حيث قام فنانون كبار بزيارة العراق مثل الفنان المصري فاروق الفيشاوي والممثلة الهام شاهين وغيرهم الكثير، وقد قاموا بزيارات ميدانية للجبهات وزاروا مناطق شهدت جرائم قام بها تنظيم داعش كما رتبت لهم لقاءات مع مسؤولين عراقيين بارزين. (1)

## ثالثاً: الانتقادات التي وجهت لزيارات الوفود الفنية والاعلامية الى العراق

انتقادات كثيرة أيضا تعرض لها فنانون مصريون كانوا قد توجهوا للعراق للمشاركة في فعاليات واحتفاليات فنية، هم محمود الجندي، وأحمد ماهر، وحنان شوقي، ووفاء الحكيم، ولكنهم تورطوا في اتهامات كثيرة بعدما توجهوا إلى بلدة تكريت بالعراق وفوجئوا وقتها أنهم يشاركون في إحياء مراسم شعبية على أرواح ضحايا مجزرة سبايكر واتهموا وقتها بتأييدهم للشيعية ومشاركتهم مع ميليشيات الحشد الشعبي الشيعي وارتداء زيهم وفعالياتهم كنوع من التأييد لهم. وبرغم دفاع الفنانة حنان شوقي عن مشاركتها ومشاركة الوفد المصري وتبريرها أن الحشد الشعبي العراقي كان يضم مواطنين سنة وشيعية ومسيحيين دون أن يكون هناك أي عنوان طائفي، وأنها ارتدت الزى الرسمي للجيش، لأنه رأت أنه الأنسب، (2).

ص 90-89

(1) - كاتيا مكرم، الوفود الفنية تتقاطر على بغداد، مجلة روز اليوسف، عدد 12456، القاهرة 7 كانون الثاني 2018، ص 35

(2) - سعد الوكيل، زيارات الفنانين المصريين الى العراق بين الحقيقة والتحويل، موقع نقابة الفنانين المصريين على صفحة التواصل الاجتماعي الفيس بوك

الإعلام الموالي لداعش شن حملة اعلامية كبيرة على الفنانين، وتقدم وقتها الشيخ ناصر رضوان مؤسس ائتلاف أحفاد الصحابة السلفي ببلاغ للنائب العام متهما الفنانين بحصولهم على مقابل مادي بالدولار الأمريكي نظير تلك الزيارة (1) وردّ أحمد ماهر، على الشائعات في مقابلة تلفزيونية بأنه ذهب إلى العراق دعماً للشعب العراقي وليس لدعم طائفة الشيعة، لافتاً إلى أن دعوة السفر كانت من الحكومة العراقية، للمشاركة في إحياء ذكرى مقتل جنود عراقيين على يد داعش. على ذات المنوال جاءت شائعة اتهام الفنانة المصرية وفاء الحكيم، بالانتماء للمذهب الشيعي بعد ظهورها مع حنان شوقي وأحمد ماهر، في احتفالات أقيمت بالعراق.

وكان رد وفاء الحكيم، على تلك الشائعات، أن الدعوة وجهت لها من الحكومة العراقية لدعم الثقافة والفن في مواجهة الإرهاب، موضحةً أنها رأت مشاركة عربية ودولية، وأقيمت الفعاليات الفنية والثقافية في العاصمة بغداد، وأشارت إلى أنهم ذهبوا إلى مدينة تكريت بصحبة الجيش العراقي والحشد الشعبي، كممثلين لكافة طوائف وفصائل الشعب العراقي، وليس الشيعة فقط. ودافعت «حنان»، عن موقفها، ونفت انتماءها للشيعة، لافتة إلى أنها رأت مواطنين سنة وشيعة ومسيحيين دون أن يكون هناك أي عنوان طائفي، وأنها تعاملت مع بشر يخافون على وطنهم، ويهاجمون داعش، ومن هنا أرادت إظهار تأييدها لهم لمواجهة الإرهاب (2) وأشارت وفاء الحكيم إلى أن زيارة الوفد تستهدف مواسة الأمهات العراقيات اللاتي فقدن أولادهن في الحرب ضد الإرهاب، وقالت إن المرأة العراقية قوية وصامدة، وهي مصنع الرجال، لافتة إلى أنها قابلت اليوم إحدى الأمهات التي ولد لها حفيد عقب استشهاد ابنها وأطلقت عليه اسم أبيه، وقالت إنه سيكمل مشواره من أجل أن يتحرر العراق من الإرهاب. وأكدت تضامنها مع الشعب والمرأة العراقية التي تعمل كما نعمل جميعا في المنطقة العربية على تربية جيل جديد يواجه مخططات التقسيم وتمزيق الدول العربية من خلال ترسيخ الوسطية والاعتدال والتسامح والتعايش ونبذ الفرقة والتطرف، وهذ دور المثقفين والفنانين في توصيل هذه الرسائل للجمهور العربي (3).

وبالمثل فإن فنانا اخر هو الفنان المصري محمود الجندى، تعرض لنفس الهجمة الاعلامية بعد ان قام بزيارة مدينة تكريت العراقية للمشاركة في إحياء الذكرى السنوية لمذبحة سبايكر، وهو ما أثار شائعات انضمامه للشيعة، واكتفى محمود الجندى،

(1) - عتيقة برعي، ليس دفاعا عن حنان شوقي، مقال نشر في مجلة السينما والناس عدد 5324 في ايار 2018، ص47

(2) - كاتيا مكرم، مصدر سابق، ص36

(3) - محمد حراقي، زيارات الفنانين الى بغداد بين الحقيقة والتضليل، مجلة المصور المصرية، حزيران، 2019، ص32

بالصمت ولم يرد على هذه الاتهامات. ولفت الفنان محمود الجندى إلى أنه شعر بالصدمة عندما رأى موقع المقابر الجماعية في تكريت، وتعرف على تفاصيل مجزرة «سبايكر»، ووصفها بأنها «جريمة شنعاء»، مؤكداً تضامنه مع الشعب العراقي، وشدد على ضرورة مساندة العراق في حربه ضد الإرهاب ودعم جهوده في تطهير مناطقه من «داعش». (1) وواجه الفنان احمد بدير ضغوطاً اعلامية كبيرة بسبب زيارته للعراق عندما فتح رواد مواقع التواصل الاجتماعي النار عليه بعد تداول الصور التي نُشرت له برفقه الفنان فتوح أحمد، والتي قيل إنها من مشاركتها لمهرجان غدير الذي أُقيم في مدينة النجف الأشرف، جنوب العاصمة العراقية بغداد. على اعتبار أنّ هناك تجاهلاً للصراع السياسي الحاصل حالياً في العراق، وأنّ حضوره المهرجان في النجف يكشف وقوفه إلى جانب طرف معين (الحشد الشعبي) في مواجهة طرف آخر.

ودافع احمد بدير عن زيارته للعراق بقوله انه وعلى الرغم من رجوعه من رحلة اداء مناسك الحج قبل يومين فقط من المهرجان العراقي الا انه أصر على تلبية الدعوة لأنه وعدهم بالحضور، «وكان مهرجاناً ضخماً في الأرض الشقيقة العراق من دون الحديث عن أي مذاهب أو طوائف». مشيراً إلى أنه فوجئ بالهجوم عليه في بعض الصحف والمواقع، ووجه بدير رسالة لهم قائلاً: «كفاية ظلم»، ولا تعد زيارة بدير وفتوح إلى العراق وتوجيه الاتهام إليهما بدعم طرف سياسي وعسكري ضد آخر هي المرة الأولى للفنانين المصريين، فقد سبق وسافر عدد من الفنانين للمهرجان نفسه، وواجهوا نفس الاتهامات مثل أحمد ماهر ومحمود الجندى ووفاء الحكيم وحنان شوقي. وفي احد لقاءاته التلفزيونية أبدى الفنان فاروق الفيشاوي، استياءه من الجدل الذي أثير بعد زيارته إلى العراق، قائلاً: «انتقادات بعض الناس لي على زيارته للعراق وصلت لدرجة التشكيك في وطنيتي، وهذا غير معقول على الإطلاق».

وأضاف الفيشاوي، خلال حوار في برنامج «العاشرة مساء»، مع الإعلامي وائل الإبراشي، على قناة «دريم 2»، أنه لم يحدد برنامج زيارته للعراق، ولكنه زار «قبر سيدنا علي»، ولم يجلس مع أحد يتحدث في شيء، ولم يتلق أموالاً من الشيعة كما ادعى البعض. (2) ويسبب ارتدائها للحجاب في شوارع العراق، وزيارتها لمقرق الامام موسى الكاظم اتهمت الفنانة الهام شاهين بدعم الشيعة والتشجيع بهذا الظهور، ونشرت الفنانة المصرية، صوراً لها أثناء تواجدها أمام الضريح معربة عن مدى حسن استقبال شعب العاصمة بغداد لها. وجاءت زيارة الهام شاهين، على خلفية دعوة وُجّهت إليها

(1) - المصدر نفسه والصفحة نفسها

(2) - مكرم حامد، حملة شعواء ضد فناني مصر، جريدة الاهالي، عدد 23657، في 23 تشرين اول 2018، ص4

من وزير الثقافة العراقي لتكريمها، على مسرح بابل ضمن فعاليات مهرجان بابل للثقافة والفنون بدولة العراق، وأضافت الفنانة المصرية، أنها رفعت العلم العراقي، وهو ما أسعد العراقيين، لافتةً إلى أنها بعد مشاركتها في المهرجان توجهت إلى بغداد وذهبت إلى ضريح أحد أحفاد سيدنا علي بن أبي طالب، وارتدت الحجاب احتراماً للضريح. (1) وعلى الرغم من الانتقادات التي وجهت للفنانين إلا ان زيارتهم حققت صدى اعلاميا كبيرا نجم عنه تغيير لكثير من الجمهور العربي افكارهم تجاه تنظيم داعش الإرهابي.

رابعاً: العوامل الرئيسية وراء تزايد تأثير زيارات الوفود الفنية والاعلامية لا شك في أن تأثير زيارات الوفود الفنية والاعلامية الى العراق على رؤية جزء كبير من الراي العام العربي لم يأت من فراغ، وإنما كان نتيجة مجموعة من العوامل والاعتبارات، لعل أهمها:

1. التزايد المستمر في أعداد مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي من جمهور الفنانين والاعلاميين العرب، الأمر الذي يتضح بجلاء عند متابعة حجم التعليقات والمشاركات التي تلقّتها الاخبار المنشورة على صفحات التواصل الاجتماعي والتي تناولت الزيارات الفنية ووجهة نظر الفنانين والاعلاميين العرب الذين زاروا العراق بالحرب على داعش، وحسب متابعة الباحثة فإن خبر زيارة الفنانة الهام شاهين الى العراق ولقائها ببعض المسؤولين العراقيين وزيارتها لمرقد الامام موسى الكاظم واتهامها بالتنشيع قد نال اكثر من 345 الف تعليق كما انه حظي بأكثر 18 الف. الأمر الآخر الذي لفت انتباه الباحثة هو مدة استمرارية الاهتمام بالخبر إذ إن هذا الخبر اثار اهتمام المتابعين لأكثر من ثلاثة اسابيع وهو الامر الذي يعكس حجم الاهتمام بهذه الزيارات وحجم تأثيرها على الراي العام العربي. (2)

2. القدرة على التأثير في الرأي العام إذ تحظى الشخصيات الاعلامية والفنية العربية التي زارت العراق خلال فترة الحرب على داعش باحترام ومتابعة عدد كبير من الجمهور على امتداد رقعة الوطن العربي والعالم فشخصيات مثل الفنان فاروق الفيشاوي والفنانة الهام شاهين والفنان احمد بدير وغيرهم لهم من المحبين والمعجبين والمتابعين الكثير، وهو الامر الذي يؤهل الاخبار التي تتناول زيارتهم للعراق ومشاركاتهم في مؤتمرات ومهرجانات تدعم حرب العراق على داعش للانتشار والواسع والاهتمام البالغ خاصة وان الفنانين قد اعلنوا صراحة في كثير من لقاءاتهم الصحفية والتلفزيونية انهم زاروا العراق لاقتناعهم بعدالة حربه وانهم يعتقدون بشكل

(1) - المصدر نفسه، ص5

(2) - نفس المصدر، ص7.

تام بزييف ادعاءات تنظيم داعش الإرهابي في ما يخص الاسلام وشرعية وجود دولته الإرهابية كما ان الفنانين والاعلاميين العرب كان لهم الدور الكبير في رفع اللبس الحاصل لدى الجمهور العربي فيما يخص جزءا مهما من مكونات الشعب العراقي من خلال توضيحهم طبيعة المذهب الجعفري وحقيقة افكاره بل ودافعوا عن بعض التنظيمات العسكرية العراقية التي كان الاعلام العربي والعالم يروج بانها مليشيات طائفية فالصحفية الجزائرية سميرة موافي قدمت استقالتها من قناة الشروق الجزائرية احتجاجا على وصف القناة للحشد الشعبي بأنه ميليشيا مسلحة، وقد تناولت الكثير من الصحف العربية اخبار الزيارات وافردت لها صفحات خاصة كما تناولتها اعمدة الصحف العربية بالتشجيع تارة والانتقاد تارة أخرى، وقد استطاعت الباحثة تحليل مضمون اخبار زيارة الفنانين والاعلاميين المصريين والعرب في بعض الصحف العربية اليومية الاهرام المصرية، والقبس الكويتية، والاتحاد الاماراتية، والصبح التونسية التي نشرت خلال المدة من 2015 الى عام 2019 من خلال تحليل المضمون، وقد تم جمع التكرارات ثم حساب النسب المئوية من خلال الجداول التكرارية. ويمكننا توضيح نتائج التحليل خلال الجدول الاتي:

### جدول رقم (1)

عدد الاخبار المتداولة عن زيارة الفنانين المصريين الى العراق في بعض الصحف العربية

الصحيفة	عدد الاخبار	النسبة المئوية. %
الاهرام المصرية	57	36.3057
القبس الكويتية	42	26,751
الاتحاد الاماراتية	38	24.2038
الصبح التونسية	20	12.738
المجموع	157	% 100

شكل (1) عدد الاخبار المتداولة عن زيارة الفنانين المصريين الى العراق في بعض الصحف العربية



يبين الجدول رقم (1) عدد اخبار زيارة الفنانين والاعلاميين المصريين والعرب التي خضعت للدراسة من بعض الصحف العربية اليومية وهي الاهرام المصرية، والقبس الكويتية، الاتحاد الاماراتية، والصباح التونسية)، ومجموعها 157 توزعت على النحو التالي:

الاهرام 57 خبرا، و القبس 42خبرا، الاتحاد 38 خبرا، الصباح 20خبرا. يذكر ان الباحثة استخدمت عينات صحف ذات اتجاهات مختلفة من حيث التمويل والاستقلالية والمنهج في تغطية الاخبار.

## جدول رقم (2)

تكرارات الاتجاهات الرئيسية لأخبار زيارة الفنانين المصريين والعرب التي نشرت في صحيفة الاهرام خلال فترة 2015/2/20 الى 2019/5/10.

ت	الاتجاه	التكرار	النسبة المئوية %	المرتبة
1	تصريحات السياسيين العراقيين عند لقائهم الوفود الاعلامية المصرية والعربية	75	35.45	الاولى
2	اخبار نشاط الوفود الاعلامية في العراق.	45	21.327	الثانية
3	مباركة الزيارات والدعوة لتعزيز العلاقات مع العراق.	25	11.848	الرابعة
4	متابعة زيارة الوفود للعتبات المقدسة.	30	14.218	الثالثة
5	متابعو زيارات الوفود الى قطعات الجيش والحشد الشعبي.	13	6.1611	الخامسة
6	انتقاد زيارات الفنانين واتهامهم بالتعاون مع الحشد الشعبي واستلام هدايا.	2	5.947	التاسعة
7	لقاءات مع الفنانين بعد عودتهم من العراق.	8	3.791	السابعة
8	نقل آراء الجمهور بزيارات الوفود الاعلامية عبر صفحات التواصل الاجتماعي.	4	1.895	الثامنة
9	اخبار متفرقة عن الزيارات.	9	4.265	السادسة
	المجموع	211	% 100	9

3. شكلت الزيارات الفنية والاعلامية للوفود العربية نقطة نفاذ للإعلام العراقي للولوج الى الخارج خاصة في ظل الانتشار الواسع لوسائل التواصل الاجتماعي التي شكلت نقلة نوعية في عالم الإعلام الرقمي فقد جعلت من العالم قرية متواصلة، خاصة أنها تسمح بإنشاء المحتوى الإلكتروني وتبادله (نصوص، صور، فيديوهات، إلخ...)» عبر الإنترنت، وتتيح نافذة مهمة للتفاعل بين الأفراد<sup>(1)</sup> وهذا ما جعل الاعلام العراقي أكثر تأثيراً في الراي العام العربي وفي تكوين اتجاهاتهم وتعديلها، وتشكيل أفكارهم وتوليدها<sup>(2)</sup> كما اتسمت هذه الزيارات بخاصية المجانية، فلا تحتاج الدعوات الخاصة بالفنانين والاعلاميين الا إلى إمكانات مادية، بسيطة تتمثل بنفقات النقل

(1) - أحمد جلال عز الدين، مصدر سابق، ص 104.

(2) - المصدر نفسه، ص 112.



- والضيافة مقارنة بحجم الفائدة الاعلامية المترتبة عن تلك الزيارات.
4. التفاعل المكثف الذي تميزت به زيارات الوفود الاعلامية والفنية العربية الى العراق من قبل الجمهور العربي عبر وسائل التواصل الاجتماعي من خلال خصائص إنشاء الحوارات الجماعية التي تضم أعدادا كبيرة من المشاركين، فضلاً عن أنها اكتسبت قوة اضافية من خلال تحويلها الجمهور التلقي المحب والواثق للفنان والاعلامي الزائر الى وسيلة إعلامية مستقلة بحد ذاتها. كما اتاح التفاعل الجماهيري مع الزيارات إمكانيات واسعة للاستقطاب والتعبئة والحشد و التعبئة السياسية عبر الدعوة للوقوف بوجه الفكر الداعشي المنحرف ونشر الأخبار والفيديوهات، التي تكشف جرائم تنظيم داعش الإرهابي.
5. ساهمت الزيارات الى حد كبير في اعادة صناعة الرأي العام وتشكيله ولعبت دوراً في الترويج لأفكار السياسية التي تعتنقها النخبة الفنية والاعلامية العربية المساندة للعراق في حربه ضد تنظيم داعش، لتصبح ذات قيمة اجتماعية معترف بها، وتحظى بالانتشار بين الأشخاص العاديين، ومن ثم التأثير على سلوكهم وفي تشكيل توجهاتهم إزاء قضايا العراق وحربه ضد داعش؛ وهذا الدور وفقاً لنظرية التسويق الاجتماعي يتشابه إلى حد كبير مع حملات التسويق التي تستهدف الترويج لسلعة معينة وإقناع المستهلكين بها. وهذا التأثير يرجع بالأساس إلى ما تتميز به الشخصيات الفنية والاعلامية العربية المستقطبة لزيارة العراق، من قدرة على التأثير الكمي من خلال التكرار، في الظهور الاعلامي والفني سواء في الصحف او القنوات الفضائية او حتى على صفحات التواصل الاجتماعي حيث تقوم وسائل التواصل الاجتماعي بتقديم رسائل إعلامية متشابهة ومتكررة حول قضية ما، بحيث يؤدي هذا العرض التراكمي إلى اقتناع أفراد المجتمع بها على المدى البعيد وقد تابعت الباحثة عبر تطبيق اليوتيوب وغير ارشيف الصحف والمجلات الكثير من المقابلات الصحفية والتلفزيونية للشخصيات الفنية والاعلامية العربية وشاهدت كيفية دفاع الفنانين عن قراراتهم بزيارة العراق وتأييد اجراءاته التي اتخذها ضد تنظيم داعش الإرهابي ومن خلال تلك اللقاءات شاهدت الباحثة حجم الضغط الذي وجهه الاعلام العربي على الفنانين والاعلاميين والذي وصل الى حد اتهام بعضهم بالتشيع بسبب لقاءاتهم مع شخصيات سياسية شيعية عراقية ووجدت الباحثة ان جميع الفنانين والاعلاميين قد دافعوا بشكل مستميت عن وجهة النظر العراقية وقاموا بابراز الصفة الوطنية للحرب على داعش بعد ان حاول بعض الاعلاميين صبغها بصبغة طائفية

او التشكيك بانتماءات بعض الاجهزة الامنية العراقية وقد رصدت الباحثة نحو 26 لقاء فقط قامت بإجرائها الصحفية الجزائرية سميرة موافي التي سميت منذ تعرضها للإصابة اثناء تغطيتها للحرب ضد داعش بصديقة العراق كما ان الفنان المصري محمود الجندي اجرى وحده نحو 22 لقاء وهو الامر الذي يبرز الاهمية التوعوية الضخمة التي احدثتها تلك الزيارات والتي يوضح الجدول (3) اعدادها لمجموعة مختارة من الفنانين والاعلاميين العرب الذين زاروا العراق خلال فترة الدراسة.

جدول(3)عدد زيارات الفنانين وعدد المقابلات التلفزيونية

الشخصية	عدد تكرار الزيارات	عدد المقابلات التلفزيونية واللقاءات الصحفية
الشاعر التونسي محمد الهادي	5	3
الفنان محمود الجندي	4	22
الفنانة حنان شوقي	4	15
الفنانة وفاء الحكيم.	4	9
الفنان أحمد ماهر	4	19
الفنانة المصرية إلهام شاهين	1	7
فاروق الفيشاوي	1	8
الفنان أحمد بدير	1	4
الفنان فتوح أحمد	1	1
الشيخ حسن الجنائني من علماء الأزهر الشريف	5	4
الصحفي ممدوح سالم	7	2
الصحفية الجزائرية سميرة موافي،	اقامة في العراق لمدة عام كامل	26

6. التأثير في الوعي حيث يمكن لخبذة من المفكرين والمتقنين ترويج أفكارهم من خلال شبكات ومنصات التواصل الاجتماعي، والعمل على تشكيل وعي المستخدمين عن طريق الحملات الإعلامية التي تستهدف تكثيف المعرفة لتعديل السلوك بزيادة المعلومات المرسله للتأثير عليهم، وتشكيل وعيهم تجاه القضايا المختلفة، وبالفعل فقد أسهمت زيارات الفنانين والاعلاميين العرب بالإضافة الى توضيح وجهة النظر العراقية في الحرب على الإرهاب ببروز الفنانين والاعلاميين العرب انفسهم كقادة رأي مؤثرين في العالم العربي لهم منابرهم الإعلامية التي تحظى بالمتابعة من ملايين المستخدمين في العالم العربي، بعد ان تعود الجمهور سابقا على رؤيتهم كفنانيين ومتقنين مهتمين بالشأن الفني والاعلامي فقط، وبإمكان هؤلاء التأثير في متابعتهم بدرجة أو بأخرى في ما يتعلق بالقضايا المثارة.

7. ساهمت الزيارات للشخصيات العربية الاعلامية والفنية في تنامي دورهم كأفراد في التأثير على الرأي العام من خلال وسائل ومنصات التواصل الاجتماعي المختلفة التي أصبح من خلالها الفرد يلعب دوراً مهماً في نقل الأخبار وصناعتها وتحريرها، فضلاً عن التأثير في تكوين القناعات حول بعض القضايا. وهذا شكل تحدياً سياسياً للجهات الاعلامية المؤيدة لأفكار تنظيم داعش او تلك التي تحركها اجندات سياسية اقليمية تعادي العراق وتجربته الديمقراطية بعد عام 2003 عبر منازعتها في امتلاك وسائل الإعلام، والرد عليها حين تستخدم هذه الوسائل في التعبئة والحشد وتبرير السياسات القائمة وتزييف الوعي.

### المبحث الثالث

#### الدراسة التحليلية وتحليلها

##### اولاً: عينة الدراسة

اعتمد الباحثان في اختيار عينة الدراسة أسلوب العينة العمدية سواء من خلال اختيار مجموعة الفنانين والاعلاميين الذين تابعا تصريحاتهم وحواراتهم مع بعض الصحف والقنوات الفضائية العربية او في اختيار عينة المبحوثين ممن اخذت آراؤهم بالزيارات، وتأثير تلك الزيارات في تغيير وجهات نظرهم عن الحرب العراقية ضد تنظيم داعش الإرهابي، وهذا الأسلوب يستخدم من اجل اختيار عينة من المبحوثين يتوقع أن تتوافر لديهم معلومات كثيرة عن الظاهرة التي هي موضوع الدراسة تساعد الباحث على التحليل

المعمق ومن ثم فهم حقيقة الظاهرة المدروسة ووصفها وتفسيرها، وبناء على هذا الأسلوب فقد عمد الباحثان إلى اختيار عينة من الجمهور يتميز بنضوج عمري ومتنوع ولديهم ثقافة عن موضوع الدراسة، وذلك للإجابة عن تساؤلات الدراسة وقوام هذه العينة 200 مفردة من اساتذة الجامعات في بعض الدول العربية.

### ثانياً: نتائج الدراسة التحليلية

بعد ان استطاعت الباحثة بناء التصنيف واستخراج فئات التحليل وتحديد وحدات العد والقياس تم تحديد الفئات الرئيسة للعينة من خلال استخدام عينة عمدية من 200 فرد من المعيدين والتدريسيين في الجامعات العربية وقد اجاب جميع افراد العينة على الاسئلة وقاموا بإرجاع استمارات الاستبيان بعد ان تم الحصول على موافقات مشاركتهم بالاستبيان مسبقاً من قبل الباحثين.

#### 1. توصيف البيانات الشخصية الجنسية لعينة البحث:

يشير الجدول رقم ( 4 ) إلى توزيع نسبة الذكور والإناث في عينة البحث والتي تم اختيارها عمدياً من معيدي واساتذة بعض الجامعات العربية في مصر والكويت والامارات العربية وتونس، وتم ارسال استمارة الاستبيان من قبل الباحثة عبر الاتصال بهم بواسطة مواقع التواصل الاجتماعي (الفيس بوك ) إذ يبين أن تكرار (الذكور) بلغ (83) من مجموع العينة الكلي البالغ (200) مبحوثاً وبنسبة (%42)، في حين بلغ تكرار (الإناث) (117) وبنسبة (%58) من أصل العينة. وكانت نسبة الاناث اعلى بسبب ان اغلب افراد العينة كانوا من اصدقاء الباحثة في صفحتها على الفيس بوك وهن من الاناث.

جدول رقم (4) يوضح التوزيع النسبي للذكور والإناث في عينة البحث

مجموع النسب المئوية	المجموع	إناث		ذكور	
		%	عدد التكرارات	%	عدد التكرارات
% 100	200	% 58	117	% 42	83

#### 2. توزيع الفئات العمرية لعينة البحث

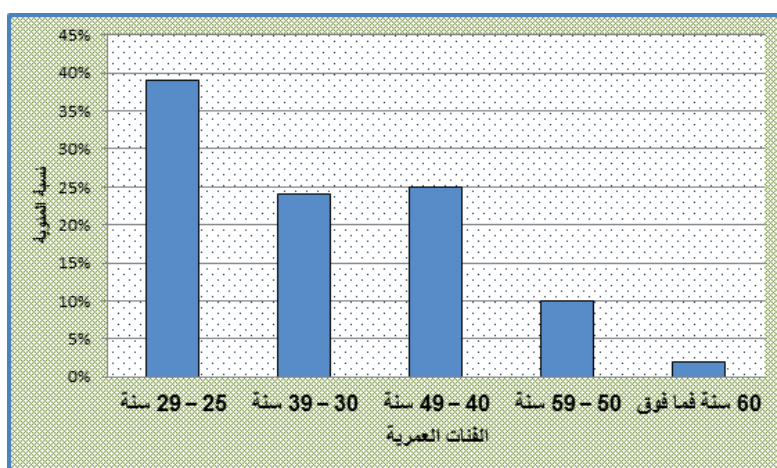
يوضح الجدول رقم (5) والشكل (2) والذي يتضمن توزيع الفئات العمرية في إطار عينة البحث والبالغة (200) مبحوثاً، أن الفئة العمرية ( 25-29 ) سنة كانت الأعلى وبلغ عدد التكرارات فيها (77) تكراراً وبنسبة (%39) بين الفئات العمرية؛ ويعود السبب

وراء ذلك ان اغلب افراد العينة هم من اصدقاء الباحثة من المعيدين الذين يواصلون دراستهم بمرحلة الماجستير أما الفئة العمرية (39-30) فقد جاءت في المرتبة الثالثة، إذ حصلت على (47) تكراراً وبنسبة (24%)؛ وكانت المرتبة الثانية للفئة العمرية (40-49)، إذ بلغ عدد التكرارات (51) تكراراً وبنسبة (25%)؛ وجاءت الفئة العمرية (50-59) في المرتبة الرابعة، إذ حصلت على (21) تكراراً وبنسبة (10%)؛ أما الفئة العمرية (60 سنة فما فوق) فقد جاءت في المرتبة الخامسة وحصلت على (4) تكرارات وبنسبة (2%).

جدول رقم (5) يوضح توزيع الفئات العمرية لعينة البحث

فئات العمر	عدد التكرارات	النسبة المئوية
25 - 29 سنة	77	39 %
30 - 39 سنة	47	24 %
40 - 49 سنة	51	25 %
50 - 59 سنة	21	10 %
60 سنة فما فوق	4	2 %
المجموع	200	100 %

شكل (2) توزيع الفئات العمرية لعينة البحث



الباحثان اعتماداً على بيانات الجدول (5)

**3.** مدى إسهام زيارات الوفود الفنية والاعلامية العربية الى العراق في التعريف بقضايا الإرهاب:

يوضح الجدول رقم (6) الشكل (3) أن الزيارات (تسهم إلى حد ما) في التعريف بقضايا الإرهاب من خلال الاخبار المنقولة عبر الصحف والمجلات والقنوات الفضائية عن تلك الزيارات، إذ حصلت على أعلى مجموع من التكرارات بلغت (118) تكراراً وبنسبة (61%)، وبذلك حصلت هذه الإجابة على المرتبة الأولى؛ أما المرتبة الثانية فكانت من حصة الإجابة (أسهمت) في التعريف بقضايا الإرهاب بمجموع (56) تكراراً وبنسبة (29%)؛ أما عدم إسهام الزيارات في التعريف بقضايا الإرهاب فقد جاء في المرتبة الثالثة والاخيرة متمثلاً في الإجابة (لم تسهم)، بمجموع (18) تكراراً وبنسبة (10%)؛ يتضح من النتائج أعلاه أن زيارات الوفود الاعلامية والفنية العربية (تسهم إلى حد ما) في التعريف بقضايا الإرهاب من خلال الاخبار المنقولة عن الزيارات في الصحف والمجلات والقنوات الفضائية وهذا يستدعي من الجهات الرسمية العراقية المستضيفة للوفود العربية تطوير امكانياتها في مجال الدعاية الاعلامية ودعوة مكاتب الصحف والقنوات العربية في العراق بتغطية اخبار الزيارات ونقلها الى الجمهور العربي خاصة مراسلي القنوات الفضائية وذلك نظرا للدور الذي يضطلع به التلفاز في الإعلام والتثقيف وتزويد المشاهد بالمعلومات واعتباره مصدراً مهماً من مصادر المعلومات لدى الجمهور العربي كما هو الحال في بقية دول العالم.

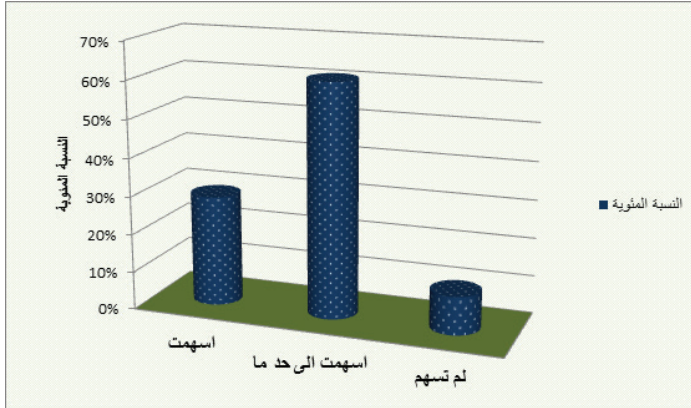
### جدول (6)

يوضح مدى إسهام زيارات الوفود الفنية والاعلامية العربية في التعريف بقضايا الإرهاب

النسبة المئوية	عدد التكرارات	مدى إسهام المواد والبرامج التي تقدمها القنوات الفضائية العراقية في التعريف بقضايا الإرهاب
29 %	56	أسهمت
61 %	118	أسهمت إلى حد ما
10 %	18	لم تسهم
100 %	192	المجموع

## شكل (3)

يوضح مدى إسهام زيارات الوفود الفنية والاعلامية العربية في التعريف بقضايا الإرهاب



## الباحثان اعتمادا على بيانات الجدول (6)

4. العلاقة بين زيارات الوفود الفنية والاعلامية العربية الى العراق وبين متابعة عينة البحث لقضايا الحرب على تنظيم داعش الإرهابي:

يوضح الجدول رقم (7) الشكل (4) أن العلاقة متوسطة بين زيارات الوفود الاعلامية والفنية الى العراق الإرهاب وبين متابعة عينة البحث لآخبار تنظيم داعش الإرهابي، إذ إن أعلى مجموع تكرارات كان من حصة الإجابة (أحياناً) وبلغت (126) تكراراً ونسبة (66%)، وبذلك حصلت هذه الإجابة على المرتبة الأولى؛ أما تأكيد وجود علاقة بين زيارات الوفود الفنية والاعلامية العربية الى العراق وبين متابعة عينة البحث لقضايا الحرب على تنظيم داعش الإرهابي، فقد جاء في المرتبة الثانية متمثلاً في الإجابة (دائماً)، وبمجموع تكرارات بلغت (44) تكراراً ونسبة (23%)؛ أما انعدام وجود العلاقة بين زيارات الوفود الاعلامية والفنية الى العراق الإرهاب وبين متابعة عينة البحث لآخبار تنظيم داعش الإرهابي فقد جاء في المرتبة الثالثة متمثلاً بالإجابة (أبداً) بمجموع تكرارات بلغت (22) تكرارات ونسبة (11%)؛ والنتائج أعلاه توضح أن العلاقة بين الزيارات وبين متابعة عينة البحث لآخبار تنظيم داعش هي متوسطة والذي يؤكد حاجة الجهات الرسمية العراقية لاعتماد تغطية إعلامية أكثر مهنية تسهم في التأثير على الجمهور العربي وتزوده بالمعلومة التي يحتاجها والتي بالتالي تسهم في جعله يهتم

بمتابعة قضايا تنظيم داعش الإرهابي في ظل الظروف الحالية التي يمر بها العراق.

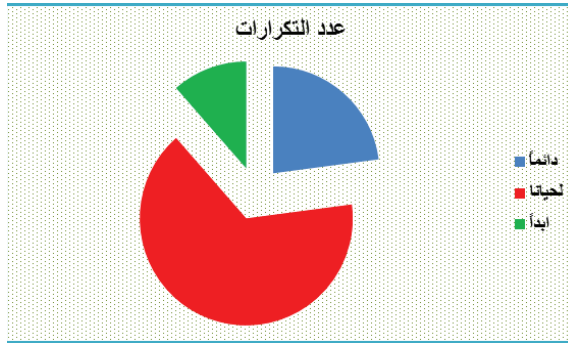
#### جدول (7)

مدى إسهام زيارات الوفود الفنية والاعلامية في جعل عينة البحث تهتم بمتابعة قضايا تنظيم داعش الإرهابي

مدى اسهام القنوات الفضائية	عدد التكرارات	النسبة المئوية
دائماً	44	23 %
أحياناً	126	66 %
أبداً	22	11 %
المجموع	192	100 %

#### شكل (4)

مدى إسهام زيارات الوفود الفنية والاعلامية في جعل عينة البحث تهتم بمتابعة قضايا تنظيم داعش الإرهابي



#### الباحثان اعتماداً على بيانات الجدول (7)

5. مدى تأثر موقف عينة البحث من تنظيم داعش الإرهابي بسبب متابعتهم لزيارات الوفود الإعلامية.

يوضح الجدول رقم (8) الشكل (5) أن تأثر موقف عينة البحث من تنظيم داعش جاء بشكل متوسط، إذ حصلت الاجابة (إلى حد ما) على أعلى مجموع تكرارات، إذ



بلغت (110) تكراراً وبنسبة (57%)، وبذلك حصلت هذه الإجابة على المرتبة الأولى؛ أما المرتبة الثانية فكانت من حصة الإجابة (نعم) أي تأكيد تأثر موقف عينة البحث من تنظيم داعش بسبب الحرب على داعش، وبمجموع تكرارات بلغت (45) تكرار وبنسبة (24%)؛ وجاء في المرتبة الثالثة عدم تأثر موقف عينة البحث من تنظيم داعش الإرهابي بسبب متابعتهم الزيارات الفنية والاعلامية عن طريق الإجابة (كلا)، بمجموع (37) تكراراً وبنسبة (19%)؛ والنتائج اعلاه تبين أن عينة البحث تأثر موقفها من تنظيم داعش بشكل متوسط بسبب متابعتهم للزيارات الفنية والاعلامية الى العراق وهذا يستدعي اعتماد برامج تؤثر في الجمهور العربي وجعلها قريبة من واقع الحياة اليومية للفرد العراقي وإلا فإن هذا سيؤدي لإيجاد علاقة سلبية بين الفرد العربي وهو اجسه التي من المفترض ان تكون قريبة منه ومن همومه ومشاكله وتشاركه فيها بتسليط الضوء عليها وإيصالها إلى مركز صناعة القرار

### جدول (8)

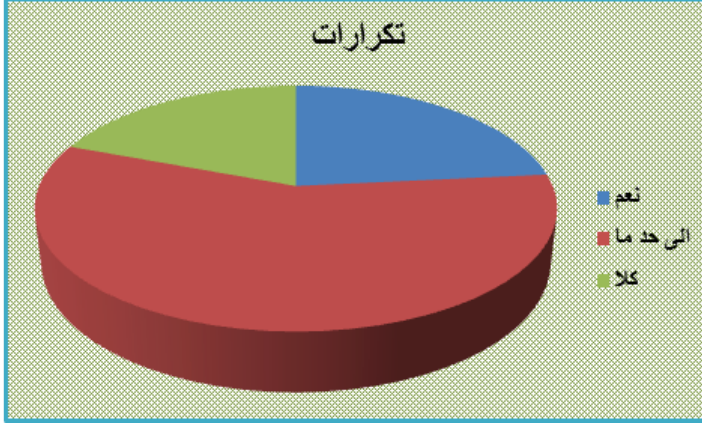
يبين مدى تأثر موقف عينة البحث تنظيم داعش بسبب متابعتهم اخبار

#### زيارات الوفود الاعلامية والفنية

مدى تأثر موقف المبحوثين من الإرهاب	ك	%
نعم	45	24 %
إلى حد ما	110	57 %
كلا	37	19 %
المجموع	192	100 %

شكل (5) تأثر موقف عينة البحث تنظيم داعش بسبب متابعتهم اخبار

زيارات الوفود الاعلامية والفنية



الباحثان اعتماداً على بيانات الجدول (8)

6. مدى اتفاق آراء عينة البحث مع الآراء والقضايا التي شرحها ضيوف العراق عن تنظيم داعش:

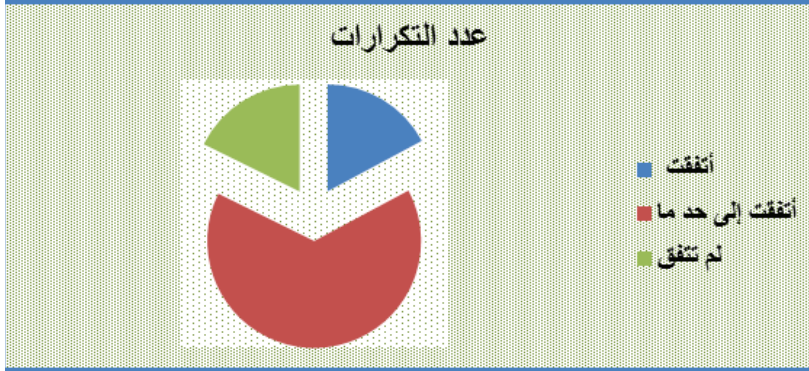
يوضح الجدول رقم (9) الشكل (6) أن آراء عينة البحث اتفقت إلى حد ما مع الآراء والقضايا التي قدمتها القنوات الفضائية العراقية عن الإرهاب في العراق وبمجموع تكرارات بلغ (125) تكراراً وبنسبة (65%) وبذلك احتلت المرتبة الأولى؛ بعدها جاء في المرتبة الثانية عدم اتفاق عينة البحث مع الآراء والقضايا التي قدمتها القنوات الفضائية العراقية عن الإرهاب في العراق وبمجموع تكرارات بلغ (34) تكراراً وبنسبة (18%)؛ وجاءت في المرتبة الثالثة الإجابة (اتفقت) وبمجموع تكرارات بلغ (33) تكراراً وبنسبة (17%)؛ يتضح من النتائج أعلاه أن نسبة كبيرة من عينة البحث اتفقت إلى حد ما آراؤها مع الآراء والقضايا التي قدمتها القنوات الفضائية العراقية عن الإرهاب في العراق، وهذا يدل على ضعف دور القنوات الفضائية العراقية في تغيير آراء الجمهور العراقي مما يؤكد ابتعاد القنوات الفضائية العراقية عن المشاهد العراقي وواقع الحياة اليومية للفرد العراقي واهتماماته في القضايا الخاصة بظاهرة الإرهاب.

## جدول (9)

يوضح مدى اتفاق آراء عينة البحث مع الآراء والقضايا التي قدمها ضيوف العراق  
عن فكر تنظيم داعش

النسبة المئوية	عدد التكرارات	مدى اتفاق آراء عينة البحث مع الآراء والقضايا التي قدمها ضيوف العراق عن فكر داعش
17 %	33	اتفقت
65 %	125	اتفقت إلى حد ما
18 %	34	لم تتفق
100 %	192	المجموع

شكل (6) اتفاق آراء عينة البحث مع الآراء والقضايا التي قدمها ضيوف العراق  
عن فكر تنظيم داعش



الباحثان اعتماداً على بيانات الجدول (9)

7. أسباب اتفاق عينة البحث مع الآراء والقضايا التي قدمها ضيوف العراق عن فكر تنظيم داعش:

يوضح الجدول رقم (10) الشكل (7) أن أسباب اتفاق عينة البحث مع الآراء والقضايا ضيوف العراق عن تنظيم داعش جاء في المرتبة الأولى. وإن ثققتهم بالفنانين والاعلاميين

الزائرين وبمجموع تكرارات بلغ (111) تكراراً وبنسبة (53%)؛ وجاء في المرتبة الثانية لكونها تسهم بزيادة معلوماتي عن تنظيم داعش وفكره الإرهابي وبمجموع تكرارات بلغ (58) تكراراً وبنسبة (28%)؛ وجاء في المرتبة الثالثة أن عينة البحث لا تمتلك فكرة سابقة عن الموضوع وبمجموع تكرارات بلغ (21) تكراراً وبنسبة (10%)؛ بسبب أنها قريبة من آراء عينة البحث وبمجموع تكرارات بلغ (20) تكراراً وبنسبة (9%)؛ والنتائج أعلاه تؤكد أن ما قدمه ضيوف العراق من الاعلاميين والفنانين يتفق بشكل متوسط مع الآراء والقضايا التي تهم عينة البحث وهذا يدل على الاثر الكبير لزيارات الاعلاميين والفنانين العرب على واقع التفكير الجمعي لكثير من الجمهور العربي.

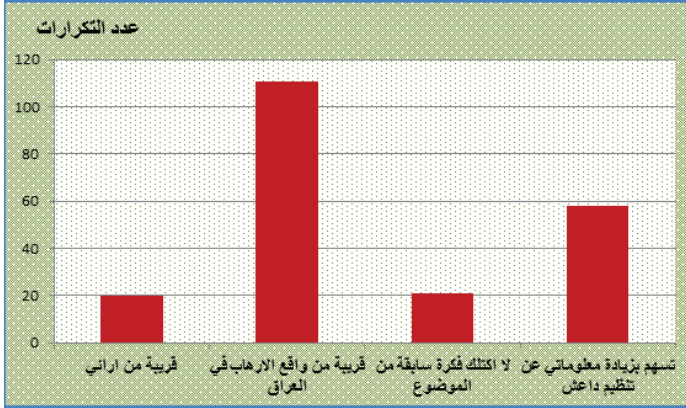
### جدول (10)

يوضح أسباب اتفاق عينة البحث مع الآراء والقضايا التي ضيوف العراق عن الفكر الإرهابي لداعش

النسبة المئوية	عدد التكرارات	أسباب اتفاق عينة البحث مع الآراء والقضايا التي قدمها ضيوف العراق عن الفكر الالهابي لتنظيم داعش
9 %	20	قريبة من آرائي
53 %	111	قريبة من واقع الإرهاب في العراق
10 %	21	لا أمتلك فكرة سابقة عن الموضوع
28 %	58	تسهم بزيادة معلوماتي عن تنظيم داعش وفكره الإرهابي
100 %	210	المجموع

## شكل (7)

أسباب اتفاق عينة البحث مع الآراء والقضايا التي ضيوف العراق عن الفكر الإرهابي لداعش



الباحثان اعتمادا على بيانات الجدول (10)

ثالثاً: نتائج الدراسة وتوصياتها :

#### 1- النتائج

اوضحت نتائج الدراسة ان هناك أهمية كبيرة لدور وسائل الإعلام وخصوصاً القنوات الفضائية بمختلف توجهاتها وانماطها من خلال اعتماد الجمهور عليها للحصول على المعلومات.

بينت نتائج الدراسة ان زيارات الوفود الاعلامية والفنية تحظى بنسب متابعة عالية من قبل الجمهور العربي عامة ومن قبل عينة البحث خاصة.

أوضحت نتائج الدراسة ان نحو 53% تعتقد ان ما نقلته الوفود الاعلامية والفنية من اخبار عن جرائم داعش الإرهابي في العراق قريب الى حد كبير من الحقيقة، كما ان نحو 65% من افراد العينة اتفقوا الى حد ما ما اراء وافكار ضيوف العراق من الاعلاميين والفنانين فيما يخص الفكر المنحرف لتنظيم داعش الإرهابي في العراق.

اوضحت نتائج البحث اتفاق نسبة 63% من عينة البحث على أن فكر داعش الإرهابي هو فكر منحرف وان قناعاتهم بهذا الرأي ازدادت بعد متابعتهم للزيارات التي قامت بها الوفود الاعلامية والفنية الى العراق ونقلهم الحقائق المرعبة عن اعمال تنظيم

داعش الإرهابي في العراق.

### ب- التوصيات

- 1 - ضرورة توحيد السياسة الاعلامية العراقية من خلال انشاء مجلس اعلى للاعلام يضم الناطقين الاعلاميين باسم الوزارات والهيئات المدنية والعسكرية لتوحيد الخطاب الاعلامي العراقي.
- 2 - الاستمرار بسياسة استقطاب الشخصيات الاعلامية والفنية العربية والاجنبية لزيارة العراق لاطلاعهم على حقائق الوضع في العراق وحقيقة الفكر المنحرف لتنظيم داعش الإرهابي.
- 3 - توسيع الزيارات الى العراق لتشمل فئات اخرى ككبار المدونين في مواقع التواصل الاجتماعي ورجال الاعمال اللامعين والشخصيات العامة العربية والأجنبية.
- 4 - إنشاء قناة فضائية خاصة موجهة للجمهور العربي والعالمي لفضح جرائم تنظيم داعش الإرهابي.
- 5 - انشاء صفحات خاصة على مواقع التواصل الاجتماعي تديرها كوادر عالية التدريب لمواجهة الهجمات الشرسة التي تقودها الجيوش الالكترونية التابعة لتنظيم داعش وفضح زيف ادعاءاتها وتخرصاتھا ضد العراق وشعبه.

### الهوامش والمصادر

1. حامد، مكرم، حملة شعواء ضد فناني مصر، جريدة الاهالي، عدد 23657، في 23 تشرين اول 2018.
2. حراقي، محمد، زيارات الفنانين الى بغداد بين الحقيقة والتضليل، مجلة المصور المصرية، حزيران، 2019.
3. راقي، جلال الدين، اعلام تنظيم داعش الالكتروني. القاهرة، دار المعارف 2019.
4. الرجا، عبد اللطيف خلف، المعتقدات والاتجاهات في السياسة الاعلامية، عمان، دار الثقافة للنشر، 2019.
5. زغيب، شيماء ذو الفقار، سطوة المال في السياسات الإعلامية، (الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2009).

6. سالم، محمد، اعلام الكوبونات النفطية في العراق , المجلة المصرية لبحوث الرأي العام. كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الثالث، 2001.
7. سعد الوكيل، زيارات الفنانين المصريين الى العراق بين الحقيقة والتهويل، موقع نقابة الفنانين المصريين على صفحة التواصل الاجتماعي الفيس بوك.
8. الطحان، عواطف كريم وآخرون، تحليل المضمون في الدراسات الإعلامية، قاس للنشر والتوزيع، تونس، 2020.
9. عبد النبي، عبد الفتاح، سيسيولوجيا الخبر الصحفي، العربي للنشر والتوزيع. ط2. القاهرة، 2018.
10. عتيقة برعي، ليس دفاعا عن حنان شوقي، مقال نشر في مجلة السينما والناس عدد 5324 في ايار 2018.
11. عز الدين، احمد جلال، الإرهاب والعنف السياسي، كتاب الحرية رقم 10، القاهرة، دار الحرية للصحافة والطباعة والنشر، 2017.
12. عزوز، هند، مطبوعة بيداغوجية (محاضرات في النقد الإعلامي)، مجلة جامعة محمد الصديق بن يحيى-جيجل، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، 2016.
13. علوان، حسن، موضوعة الإرهاب في الفضائيات العربية، اطروحة دكتوراه غير منشورة، الأكاديمية العربية المفتوحة في الدنمارك، 2018.
14. منصف العياري، وآخرون، المعالجة الخبرية التلفزيونية العربية بين المتطلبات المهنية والتوجهات، الطبعة الثالثة، تونس 2020.
15. مصطفى، هويدا، دور الفضائيات العربية في تشكيل معارف الجمهور واتجاهاته نحو الإرهاب. اتحاد إذاعات الدول العربية، سلسلة بحوث ودراسات إذاعية، 63، تونس، 2018.
16. كاتيا مكرم، الوفود الفنية تتقاطر على بغداد، مجلة روز اليوسف، عدد 12456، القاهرة 7كانون الثاني 2018.