اطر بناء صورة العراق عبر ممارسة العلاقات العامة الدولية في المواقع الالكترونية الرئاسية

أ.م.د إرادة زيدان الجبوري م.م عراك غانم التميمي

الكلمات المفتاحيةkey words

العلاقات العامة الدولية **International Public Relations**

بناء الصورة Build the image

المواقع الالكترونيةwebsites

نظرية الاطر frames Theory

نظرية الحوارdialogic theory

ملخص

هدفت الدراسة معرفة الطريقة والكيفية التي تبنى فيها صورة العراق في المواقع الالكترونية، عبر تفحص الأطر المستخدمة واتجاه مضمون المادة الإعلامية والأفكار التي تضمنتها الأطر وذلك بتحليل مضمون عينة من المواقع الالكترونية للرئاسات الثلاث لعام٢٠١٥ .

توصلت الدراسة الى عدم وجود تخطيط لإدارة المواقع الالكترونية يسهل عملية بناء صورة طيبة للعراق، ومرد ذلك الى اللبس والاهمال في تقييم المواقع الالكترونية كوسيلة اتصال فاعلة في صناعة التأثير، كما توصلت الدراسة الى اعتماد المواقع الالكترونية على اطر الصراع بشكل كبير ، كالاقتتال والحرب والصراعات مما يعطي وبشكل مباشر صورة سلبية عن البلد.

Abstract

The study aimed to know the way and how to build the image of Iraq in the websites, through investigate used frameworks and the direction of the content of media subjects and ideas contained in the frameworks and that through the sample content of the websites of the three presidencies in 2015, The study came up with lack of planning to manage these websites in a manner that facilitates the process of building a kind image of Iraq, due to confusion and neglect in evaluation of websites as an effective means of communication in effect, also the study reached that these websites depend largely on conflict frameworks because struggle, war and conflict which directly give a negative image of the country.

مقدمة

ان بناء الصورة في الاطار الدولي امرٌ ليس بالهين، مع عدم استكمال مفاهيمه وادواته وعدم وجود ارضية صلبة يمكن الاتكاء عليها بصورة كلية، لذلك ادركت الدول اهمية ممارسة العلاقات العامة على الصعيد الدولي، لاسيما بعد التحولات التاريخية في حياة المجتمعات وهي تنتقل من حقبة الى اخرى، فمن حياة الزراعة والصناعة الى عوالم الحاسوب والذكاء الاصطناعي، ومن الكتابة على حجر الكهوف الى الرقائق المصنوعة من الحجر ذاته، ومن الحرب التقليدية بالبارود الى الحرب الباردة وحرب الشفرة، فلقد ولدت تلك التحولات الحاجة الى التغيير والتطوير في اساليب وادوات التعامل بين الدول لتحقيق الاهداف المبتغاة، والتي تعد بناء الصورة واحدة منها. فبناء الصورة الطيبة لدى شعوب الدول الاخرى وحكوماتها هدف تسعى لتحقيقه الدول بمؤسساتها المتنوعة، اذ لم يعد كافيا فهم صورتنا لدى (الآخر) بل كيف نقوم بعملية بناء الصورة المثلى، وما الاساليب والطرائق العلمية الممكنة لبناء الصورة التي نطمح الى تكوينها في المستقبل.

يحاول البحث حل مشكلة عدم استكمال مفاهيم بناء الصورة في الاطار الدولي وادواتها عن طريق استعمال الوسائل والادوات المتاحة بالاعتماد على النماذج والنظريات المناسبة لكن وعلى الرغم من المقاربة والدراسة التي اجريت فان موضوعات كثيرة مازالت تحتاج للكشف و للتحليل والتعليل.

مشكلة البحث

تشوب طريقة بناء صورة العراق واسلوبها العديد من جوانب الغموض، وبما ان بناء الصورة غير متروك للمصادفة، فان معرفة كيفية بنائها، وطبيعة الممارسة الدولية للعلاقات العامة في العراق في ظل بيئات ثقافية متنوعة ومختلفة من الامور التي ينبغي منحها اولويةفي الاهتمام.

فالدول تسعى الى بناء صورة ايجابية عنها، وذلك بكسب ود الشعوب لقضاياها ومصالحها، ولا يتحقق هذا بلا نافذة اتصالية واعلامية، وتعد المواقع الالكترونية احدى اهم تلك النوافذ الرسمية للاتصال والتواصل مع شعوب العالم.

وتكمن مشكلة البحث في(**محاولة معرفة الطريقة والكيفية التي تتم بها بناء صورة العراق في المواقع الالكترونية للرئاسات الثلاث**)،لذايتمحور البحث في الإجابة عن التساؤل الرئيس(كيف يساعد تأطير المضامين الاعلامية في بناء صورة للعراق في المواقع الالكترونية محل الدراسة؟) **ويتفرع عن هذا التساؤل ما يأتي:**

١- ما الاطر المستخدمة في المواقع الالكترونية للرئاسات الثلاث؟

٢- ما اتجاه مضمون المادة الاعلامية في المواقع الالكترونية للرئاسات الثلاث؟

٣- ما الافكار التي تضمنتها الاطر المستخدمة في المواقع الالكترونية للرئاسات الثلاث ؟

أهداف البحث

ويهدف البحث الى تحقيق الفهم النظري لكيفية بناء صورة الدولة في المواقع الالكترونية وسيطا اتصاليا بين المؤسسة وجماهيرها الخارجية، والتعرف على الاطر المستخدمة في المواقع الالكترونية لبناء صورة العراق وتشخيص الافكار التي تضمنتها.

وبما ان العلاقات العامة آخذه في التوسع في البيئة الدولية، فأن الممارسة في هذا المجال ليس بالأمر الجاهز وهو ما يحاول البحث تقديمه، فضلا عن تحديد ما اذا كان استعمال المواقع -محل الدراسة - مخططا ومدروسا ومبنيا على فهم حقيقي للأنترنت بوصفه وسيلة إعلامية لبناء صورة للعراق بشكل ايجابي ام ان استعماله كان عشوائيا.

حدود البحث:

- الحدود الموضوعية:ممارسة العلاقات العامة الدولية وبناء صورة العراق"دراسة تحليلية للمواقع الالكترونية للرئاسات الثلاث " .
- الحدود المكانية: تتمثل بمواقع (موقع رئاسة الجمهورية، وموقع رئاسة مجلس الوزراء، وموقع رئاسة مجلس النواب) لقد وقع اختيار الباحث على هذه المواقع كونها الاكثر اهتماما وارتباطا بالشأن الدولي، وهي تتوافق وموضوع الدراسة.
- الحدود الزمانية: تحددت الدراسة بسنة ٢٠١٥م، ويرجع عدم إعطاء اي مبرر لهذه المدة الزمنية الى طبيعة موضوع البحث القائم على نقطة جوهرية تتمثل في معرفة (كيف تتم بناء صورة العراق في المواقع الالكترونية؟)،ومن ثم فإن اية مدة زمنية يمكن ان تحقق الإجابة على هذا التساؤل.

نوع البحث ومنهجه

ينتمي البحث الى الدراسات الوصفية، التي تستهدف تصوير خصائص مجموعة معينة وتحليلها وتقريرها أو موقف معين تغلب عليه صفة التحديد، لذااستعمل المنهج المسحي واعتمد اسلوب تحليل المضمون للكشف عن مضامين المواقع الالكترونية بشكل كمي وموضوعي ومنظم.

عينة البحث

تم اختيار عينة من المواقع الالكترونية للرئاسات الثلاث من عام ٢٠١٥،واخضع محتواها للتحليل باستعمال الشهر الصناعي فكان الاسبوع الاول من الشهر الاول للمواقع الثلاثة والاسبوع الثاني للشهر الثاني وهكذا الى الشهر الاخير، وللإجابةعن**تساؤلات البحث، تم استخدام أسلوب الحصر الشامل، أي حصر كل ما نشر في العينة المختارة .**

النظرية الموجهة للبحث

اعتمد البحث على نظرية الاطر لمعرفة الاطر المستخدمة في بناء صورة العراق، وتفتـــرض النظريـــة ان الاحداث لا تنطوي في حد ذاتها على مغزى معين الا في وضعها في اطار من خلال التركيز على بعض جوانب الموضوع واغفال اخرى.

مصطلحات الدراسة

١. **الصورة:**(نسق منتظم من التمثيلات عن امة ما "او اي شيء آخر"، يتشكل من مجموع السمات المدركة "او المتخيلة"، كما ظهرت في سياق ممارسة اجتماعية محددة لإنتاج المعنى وفي فضاء ايديولوجي محدد)[١].

٢. **بناء الصورة:** الجهود المستمرة لممارسي العلاقات العامة الدولية في تقديم الرسالة الاتصالية بشكل يساعد على بناء الصورة الذهنية لدى دول وشعوب دولة ما، بطريقة غير مباشرة، لتعزيز صورة طيبة او ازالة صورة سلبية، باستخدام الوسائل، والاطر والاساليب والاستمالات الاقناعية.

٣. **المواقع الالكترونية:**(الصفحة أو الصفحات المتاحة على شبكة الانترنت والتي تمثل المؤسسات بشكل رسمي وتعكس انشطتها واخبارها المختلفة)[٢].

الاطار النظري

يشهد العالم "مابعد الصناعي" تحولا اجتماعيا وسياسيا وعلى الاصعدة كافة، فقد انهار جدار برلين، وظهرت الصين قوة اقتصادية، تأتي هذا التغيرات بفضل " الثورة العالمية" لتكنولوجيا المعلومات، وهي ثورة ليست عشوائية وانما منظمة ومستمرة وتطورية، انتجت تغييرات في الطريقة التي نعيش ونفكر بها، اذ يخلق التطور التكنلوجي فرصا كبيرة وجديدة للاعمال، وتخلق اشكالا جديدة من المنظمات، كما انها احدثت تحولات في الصناعات والقرارات والستراتيجيات المتخذة[٣].

لم تكن التحولات الجديدة في مجال العلاقات العامة وليدة اللحظة، اذ جاءت عبر سلسلة من التغيرات التقنية والاجتماعية والسياسية والاقتصادية، فقد حشدت العولمة الاندماج الدولي لموضوعات ومجالات اجتماعية عدة منها حقل العلاقات العامة، لذلك لابد لنا من فهم هذا المجال في ظل البيئة الجديدة، وان نعي الحد الذي تستخدم به التكنولوجيا، فمن الممكن ان تتسبب بأضرار بالغة في صورة وسمعة الدول أو المنظمات، بفضل شبكة الأنترنت وما أتاحتهُ من استخدامات، يمكن للبعض استخدامها بشكل سلبي، ام يمكن استخدمها في بناء صورة طيبة للبلدان.

اطر بناء صورة العراق

يؤدي ممارسو العلاقات العامة دورا اساسيا في بناء الاطر واستخدامها، لمصلحة الـــدول والمنظمـــات والمجتمعات، اذ ان نظرية الاطر قدمت منهجا لتحليل مايحدث في ممارسة العلاقات العامة، والتي توجب على المنظمات تطوير اطر مرجعية حول القضايا مع الجماهيرمن اجل اقامة علاقة فاعلة معهم[٤].

ويمثل ممارسو العلاقات العامة مصدرا مهما للمعلومات، اذ ان الصحفيين غير قادرين على تغطية كـــل جوانب الموضوعات الرئيسة، وهنا تأتي المنظمات بجهود ممارسي العلاقات العامة في مساعدة وســـائل الاعلام ، وتحسين تدفق المعلومات، وزيادة الوعي بالقضايا التي تريد المنظمة تاطيرها[٥].

ويحاول ممارس العلاقات العامة أن يضع أطر تتناسب وأهداف الدولة أو المنظمة ، فهم بحاجة لتفكير شاق وطويل حول القضايا والأحداث، وينطوي الامر على أبعد من مجرد كسب أهتمام وسائل الإعلام أو الحصول على البند(item) في جدول الأعمال، وتتأثر الأطر بالطريقة التي يكتب فيها ممارس العلاقات العامة الموضوع، والمواقع التي أختارها، والمواد الفلمية والايضاحية والمتحدثين ومجمل مايوفره لوسائل الإعلام لتقديمه للجمهور بشكل مقنع ومؤثر[٦].

ويلخص (Staphen Reese 1997) مفهوم الأطر في العلاقات العامة بخصائص منها توظيف الأطر في العلاقات العامة لخدمة القضايا الخاصة بالمنظمة، فهي افكار وقوالب فكرية تتسم بالثبات النسبي يجب أن تحظى بقبول الجمهور ذات الخلفية المشتركة. وتعمل الأطر في العلاقات العامة على تنظيم المعلومات التي يتم تحديدها وأختيارها، وأضفاء معنى على هذه الاطر لتتلاءم وأدراك الجماهير، ولكي تتلاءم كليا ورسالة العلاقات العامة وهدفها المأمول، فهي بناء معرفي ينطوي على قدر كبير من التحيز، تستخدم في صياغة المعلومات وتفسيرها وأسترجاعها، لأدراك القضايا والأحداث وفهمها، كما انها تضفي للمعنى الرموز، فأغلب الرسائل المؤطرة تحتوي على محتوى غير صريح، من خلال أستخدام أدوات وألفاظ رمزية تحمل إيحاءات معينة لأقناع الجمهور بالقضايا والأحداث[٧].

علاقة التأطير في بناء الصورة

يوكد منظرو التأطير أمثال(Goffmaan, Bateson) ،على الأسهامات التي تحدثها وسائل الإعلام في تأطير الأخبار والقضايا من أجل بناء الصورة، فقد حظي هذا بأهتمـــام البـــاحثين في الدراســـات الأنسانية بعامة والإجتماعية والاتصالية بخاصة، وشجع على تحليل **مضمون الرسائل الإعلامية بهـــدف التعرف على سمات الصورة التي تقدمها وسائل الإعلام**[٨].

ولوسائل الإعلام تأثير في تصورات الأفراد، لاسيما عندما يفتقر الأفراد الى تجربة شخصية ويعتمدون على وسائل الإعلام للحصول على المعلومات، عن الدول وعن المنظمات والشركات، لذا فأن دور ممـــارس العلاقات العامة لابد أن يقرر بأية وسيلة وكيف تتم التغطية أو تأطير القضية أو الحدث[٩].

بما ان وسائل الاعلام تقدم المعلومات لاذهان الناس لتفسير القضايا والاحداث، يمكن ان تؤدي الاطر الى سوء فهم الجمهور بالقضية، اذ يؤكد علماء الادراك ان البشر يبحثون عن القضايا بصياغات مؤطرة، بدلا من البحث عن الحقائق بصيغة مباشرة، لذا فالتأطير يرسم صورة الاشياء في ذهن الناس، اذ يسعى ممارسو العلاقات العامة والصحفيون، والفنانون وغيرهم، لرسم صورة لعالمنا كونهم اهم المتنفذين في بناء الصورة الوطنية(١٠).

ويمكن بناء الصورة بعمليتين هما(بناء الإطار، ووضع الإطار)، ويبني ممارس العلاقات العامة قضية معينة، بشكل قصدي وجعلها أكثر بروزا في النص، وبكلمات معينة ومنتقاة، ومصادر معلومات، وجمل توفر مجموعة من الأحكام والحقائق، لتكون ذات مصداقية عالية، وبسبب هذه فهي قادرة على ممارسة السلطة الأجتماعية، في حال ترميزها جيدا، ويمكن أن **يؤثر الأطار في لغة الواقع، ويمكن أن تكون أثارها غير علنية وشاملة، وقد تكون الأثار خفية(١١)**.

ويوضح(أحمد زكريا) حدود العلاقة بين مفهومي الصورة والتأطير بما يأتي[١٢]:

١- من حيث التعريف:عرف (pippa Norris 1995) (١٣)الأطر بأنها " عبارة عن صورة نمطية لاحداث معينة ضمن تصنيفات تفسيرية أعم، تكتسب من خلالها هذه الأحداث أو لاتكتسب أولوية ما ".

٢- معيار الموضوعية: أن بناء الصور وعملية وضع الأطر هي نتيجة للتحيز العرقي والثقافي، يتزامن مع تحيز وسائل الإعلام للجماعات وللنظام والأيدولوجية المسيطرة، وهذا التحيز هو تحيز ضد دول وشعوب أخرى، ومجموعه الرسائل المؤطرة سوف تبني صور لدى الأفراد ولاسيما الذين يرفضون الخبرة المشتركة أو من يتعرضون لوسائل إعلامية معينة تتلاءم وإتجاهاتهم وميولهم.

٣- ان مستويات الايدلوجيا التي تؤثر في الأطر الإعلامية هي أطر تسود في المجتمعات، وأيديولوجيا للنخبة ذات توجهات سياسية على مستوى الإدارة السياسية، وأيدلوجيا صحفية تعمل على تأطير المضامين الإعلامية، ويضيف إليها (Kim) أيديولوجيا ذات بعد دولي يؤثر في تأطير المحتوى الأخباري، فهذه المستويات الأيديولوجية الأربعة تؤثر على العلاقة بين التأطير والصور النمطية.

٤- أن الأسس المعرفية المحددة للأطار والصورة متشابهان لدرجة كبيرة، فبدءا من تكونهما في ذهن المرسل مرورا بوصولهما وأدراكهما من قبل المتلقي وأنتهاء بمرحلة وضعهما(**الصورة، الأطار) في نصوص إعلامية لتشكل رسالة أتصالية ذات أستمالات وأساليب أقناعية.**

٥- مشابهة المفهومين في وظيفة أختيار وتصنيف وتنظيم المعلومات لفهم الواقع المحيط.

٦- مشابهة المفهومين في تركيزهما على التأثيرات المعرفية والوجدانية.

٧- مشابهة المفهومين في عملية أستغلال وسائل الإعلام لحاجة الأفراد الى التصنيف **والتركيز على زوايا محددة، وتكرار لسمات وصفات معينة، أو حذف حقائق لأحداث أخرى.**

وبهذه العلاقة الأرتباطية بين الصورة والأطر، يمكن لممارسي العلاقات العامة بناء أطر معينة يقدمون من خلالها صورة طيبة عن البلد.

وأعتمد البحث على تصنيف(Semetko and Valkenburg) الخماسي والذي حدد خلالها خمسة أنواع للأطر وهي[١٤]:

١- إطار الصراع: يعد من أهم الأطر المستخدمة في النصوص الأخبارية لوسائل الإعلام **ويركز على الصراع سواء كان بين الدول أو المؤسسات والأفراد بوصفه وسيلة لجذب الإنتباه.**

٢- اطار الإهتمامات الإنسانية: بالإضافة لإطار الصراع يعد من أهم الأطر أيضا، ويهتم بالنواحي الوجدانية للأنسان لإثارة إهتمام الجمهور، لذا يعتمد الاعلاميون(وممارسو العلاقات العامة) على أستخدام صياغات ومفردات ومصطلحات لإبراز كل مايتعلق بالناحية الوجدانية أو العاطفية لتحقيق الهدف المنشود(كبناء صورة طيبة).

٣- إطار النتائج الأقتصادية: ويستخدم في تغطية الأحداث والقضايا المتعلقة بالشأن الأقتصادي والتي تكون صياغاتها اللغوية ذات طابع أقتصادي سواء كانت ذات شأن دولي أو أقليمي أو وطني، سواء كانت على مستوى الدولة أو المنظمات أو الأفراد.

٤- الأطار الأخلاقي: يعمل الإعلاميون(ممارسو العلاقات العامة) على مراعاة المبادئ الأخلاقية في التغطية الإعلامية من خلال وضعها في سياق ديني وأخلاقي، ووضعها في معايير مهنية كالموضوعية، بهدف ترسيخ الأفكار في عقول الجمهور، ولكي تكون الرسالة الإتصالية أكثر مصداقية.

٥- إطار المسؤولية: يستخدم هذا الإطار لرصد المسؤولية عن المشكلات وأسبابها ووضع حلول لها على مستوى الفرد والجماعة والحكومة، بهدف الكشف عن المسؤول عن القضية وتشكيل فهم الجمهور بها.

الاطار الميداني: عرض النتائج في ضوء التساؤلات الفرعية:

اولا :الاطر المستخدمة في المواقع الالكترونية

أ- توصل البحث الى توافر الاطر في المواقع الالكترونية –محل الدراسة- اذ جاءت اطر المسؤولية بالمرتبة الاولى بنسبة بلغت (٣٤%) وبمجموع تكراراتها البالغة (٤٩٢)، ومن امثلتها((الامانة العامة لمجلس الوزراء توجه بضم رومانيا ضمن قائمة الدول التي يمنع استيراد الدواجن منها)).ويلي ذلك اطر

الصراع التي جاءت بنسبة (٣٣%)، وبتكرارات بلغت (٤٧٨)اطارا، ومن امثلتها ((مقتل واصابة العشرات من "داعش" بقصف جوي جنوبي كركوك)) .

وجاءت بالمرتبة الثالثة اطر الاهتمامات الانسانية البالغة تكراراتها (١٦٦)اطارا، وبنسبة بلغت (١٢%) ومن امثلتها ((رئيس الجمهورية يستقبل كبير موظفي الشؤون الانسانية في الامم المتحدة)).

وفي المرتبة الرابعة جاءت اطر النتائج الاقتصادية التي بلغت تكراراتها (١٥٣) اطارا، وبنسبة بلغت (١١%)، ومن امثلتها ((اعلان مزايدة بيع مواد مكتبية واجهزة تبريد واجهزة كهربائية مستهلكة)).

وبالمرتبة الاخيرة والخامسة فقد جاءت الاطر الاخلاقية بنسبة بلغت (١٠%) ، وبتكراراتها البالغة (١٤٧) اطارا، ومن امثلتها خبر جاء بسياق((توضيح/ نشرت جريدة البينة في عددها الصادر يوم امس الخميس ٢٧ اب ٢٠١٥ تقريرا منقولا عن صحيفة (ديلي ميل اونلاين) البريطانية تداولته بعض مواقع التواصل الاجتماعي ويتضمن انتقادات لمجلس النواب العراقي... نؤكد على ان مجلس النواب العراقي وقت نشر التقرير لم يمارس عمله كونه لم ينتخب هيئة رئاسته بعد و لم تتشكل لجانه النيابية... فهيب بوسائل **الاعلام ان تناءى بنفسها عن تقديم خدمات مجانية الى اعداء العراق من خلال استهداف مؤسساته الدستورية وان تلعب دورها الوطني من خلال نشر الاخبار او التقارير الصحيحة وغير المضللة))**.

ب- كشف البحث عن الاطر المستخدمة في كل موقع الكتروني، اذ جاءت اطر المسؤولية في موقع رئاسة الجمهورية بـــ(٣٧) اطارا وبنسبة قدرها(٨%)، وفي موقع مجلس الوزراء جاءت بـــ(١١٩) اطارا وبنسبة (٢٤%)، اما موقع مجلس النواب فجاءت بـــ(٣٣٦) اطارا وبنسبة (٦٨%) وهي نسبة عالية.

اما اطر الصراع فبلغت تكراراتها (١٧) اطارا في موقع رئاسة الجمهورية وبنسبة (٤%)،وجاء موقع مجلس الوزراء بخمسة تكرارات وبنسبة بلغت (١%)، اما موقع مجلس النوب فقد بلغت تكراراته (٤٥٦) اطارا وبنسبة (٩٥%).

اما اطر الاهتمامات الانسانية فقد بلغت تكراراتها في موقع رئاسة الجمهورية (٣٣) اطارا وبنسبة (٢٠%)، وفي موقع مجلس الوزراء جاءت بـــ(٣٧) اطارا وبنسبة(٢٢%)، اما موقع مجلس النواب فجاءت بـــ(٩٦) تكرارا وبنسبة (٥٨%).

وبالنسبة لأطر النتائج الاقتصادية، فقد جاء موقع رئاسة الجمهورية بثلاثة تكرارات وبنسبة بلغت (٢%) فقط، في حين جاء موقع مجلس الوزراء بـــ(٢١) تكرارا وبنسبة (١٤%)، اما موقع مجلس النواب فقد جاء بـــ(١٢٩) تكرارا وبلغت نسبة الاطر فيه (٨٤%) وهي نسبة عالية.

واخيرا الأطر الاخلاقية فقد جاء موقع رئاسة الجمهورية بـــ(٣٣) تكرارا وبنسبة بلغت (٢٢,٤٥%)، وفي موقع مجلس الوزراء جاءت بـــ(١٥) تكرارا وبنسبة(١٠,٢١%)، اما موقع مجلس النواب فقد جاءت بـــ(٩٩) تكرارا وبنسبة (٦٧,٣٤%).

ت- وفي السياق ذاته بين البحث ان الاطر المستخدمة في المواقع الالكترونية منفردة ، قد جاءت بشكل متفاوت اذ جاءت اطر المسؤولية بـــ(٣٧) تكرارا وبنسبة(٣٠%) في موقع رئاسة الجمهورية، اما اطر الصراع فجاءت بـــ(١٧) تكرارا وبنسبة (١٤%)، اما اطر الاهتمامات الانسانية والاطر الاخلاقية فقد جاءت بـــ(٣٣) تكرارا وبنسبة (٢٧%) لكل منهما، وبلغت نسبة اطر النتائج الاقتصادية (٢%) وبثلاثة اطر فقط.

اما موقع مجلس الوزراء فقد جاءت اطر المسؤولية بـــ(١١٩) اطارا وبنسبة (٦٠,٤٠%)، وجاءت اطر الصراع بخمسة تكرارات وبنسبة (٢,٥٤%)، اما اطر الاهتمامات الانسانية فجاءت بـــ(٣٧) تكرارا وبنسبة(١٨,٧٨%)، اما اطر النتائج الاقتصادية فقد بلغت تكراراها (**٢١**) **تكرارا وبنسبة (١٠,٦٦%)، واخيرا جاءت الاطر الاخلاقية بـــ (١٥) اطارا وبنسبة (٧,٦٢%)**.

وبالنسبة لموقع مجلس النواب فقد بلغت تكرارات اطر المسؤولية فيه (٣٣٦) تكرارا وبنسبة (٣٠,١١%)، اما اطر الصراع فجاءت بـــ (٤٥٦) تكرارا وبنسبة(٤٠,٨٦%)، وجاءت اطر الاهتمامات الانسانية بـــ(٩٦) تكرارا وبنسبة (٨,٦٠%)، اما اطر النتائج الاقتصادية فجاءت بـــ(١٢٩) تكرارا وبنسبة(١١,٥٥%)، في حين جاءت الاطر الاخلاقية بنسبة (٨,٨٨%) وبمجموع (٩٩) تكرارا.

ثانيا– اتجاه مضمون المادة الاعلامية

تعد اتجاهات الفنون الاعلامية موضوعا هاما يغطي بشكل واضح بناء الصورة الذهنية، وهذا ما سنوضحه في مناقشة تساؤلات البحث لاحقا، ويتضح ان اغلب اتجاهات المضامين الاعلامية كانت تغطي جوانب ايجابية، اذ انها احتلت المرتبة الاولى، والتي بلغت تكراراها (١١٤٨) تكرارا وبنسبة بلغت (٨٠%)، ومثال ذلك ((رئيس الجمهورية يؤكد اهمية العشائر في المصالحة الوطنية وتعزيز السلم الاهلي))، وجاءت بالمرتبة الثانية الاتجاهات غير الواضحة اذ بلغت تكراراها (١٧١) وبنسبة بلغت (١٢%)، ومثال ذلك ((تركيا تلغي صفقة صواريخ ضخمة مع الصين بعد "مخاوف" الناتو))، في حين بلغت الاتجاهات السلبية (١١٧) تكرارا وبنسبة بلغت (٨%) فقط، ومثال ذلك ((نائب عن دولة القانون: العبادي ليس معني بأزمة رئاسة اقليم كردستان)).

أ- وتبين الدراسة اتجاه مضمون المادة في المواقع الالكترونية، اذ يتضح ان تكرارات اتجاه المواد الاعلامية الايجابية في موقع رئاسة الجمهورية قد بلغت (١٢١) تكرارا وبنسبة قدرها(١٠,٥٥%)، وبلغت تكراراتها في موقع مجلس الوزراء بـــ(١٧٨) تكرارا وبنسبة (**١٥,٥٠%**)، **في حين بلغت نسبتها في موقع مجلس النواب (٧٣,٩٥%) وبمجموع (٨٤٩) تكرارا.**

وبالنسبة لاتجاه المواد الاعلامية غير الواضحة، فلم تأت في موقع رئاسة الجمهورية، في حين جاءت بـــ(١٧) تكرارا وبنسبة (١٠%) في موقع مجلس الوزراء، وجاءت في موقع مجلس النواب بمجموع (١٥٤) تكرارا وبنسبة (٩٠%) وهي نسبة عالية.

اما اتجاه المواد السلبية فقد جاءت بتكرارين في موقعي رئاسة الجمهورية وموقع مجلس الوزراء وبنسبة (١,٧١%) لكل منهما، اما موقع مجلس النواب فقد بلغت تكراراته (١١٣) تكرارا وبنسبة(٩٦,٥٨%) وهي نسبة كبيرة.

ب- كشف البحث عن غلبة للاتجاهات الايجابية للمواد الاعلامية في موقع رئاسة الجمهورية اذ بلغت نسبتها(٩٨,٣٧%) وبمجموع (١٢١) تكرارا، في حين لم تأت اتجاهات المواد الاعلامية غير الواضحة بأية نسبة يمكن ان يصنفها الباحث، اما المواد السلبية فجاءت بتكرارين وبنسبة (١,٦٣%).

اما مجلس الوزراء فقد بلغت اتجاهات المواد الإعلامية الايجابية (١٧٨) وبنسبة (٩٠,٣٥%)، في حين بلغت اتجاه المادة غير الواضحة (١٩٧) تكرارا وبنسبة (٨,٦٣%)، اما اتجاه المواد السلبية فقد بلغت (١٧) تكرارا، وبنسبة قدرها(١,٠٢%).

في حين بلغت اتجاهات المواد الايجابية في موقع مجلس النواب (٨٤٩) تكرارا وبنسبة (٧٦%)، وبلغت اتجاه المواد الاعلامية غير الواضحة بمجموع (١٥٤) تكرارا وبنسبة بلغت (١٤%)، وجاءت اتجاه المواد الاعلامية السلبية بـــ(١١٣) تكرارا وبنسبة (١٠%).

ثالثا– الافكار المستخدمة في الاطر

كشف تحليل البحث لموضوعات الاطر الاعلامية الواردة في موقع رئاسة الجمهورية، بروز العديد من القضايا التي بينت لنا الاطر بشكل تفصيلي، اذ برزت قضية (جهود لتوفير اجواء المصالحة الوطنية) وقضية (العراق يخوض حربه ضد داعش) وقضية (برقية تعزية) بنسبة(٨,١٣%) لكل من القضايا السابقة، اما قضية (الاهتمام بأوضاع النازحين) فقد بلغت نسبتها(٧,٣١%)، وبلغت نسبة قضية (اللقاء برؤساء دول ومنظمات دولية) بنسبة (٥,٧٠%)، في حين جاءت قضية (توسيع العلاقات بين العراق ودول العالم في المجال التجاري والتعليمي والسياسي) وقضية(ادانة العراق للعمليات الارهابية في دول العالم) وقضية(تهنئة والمشاركة بأعياد ومناسبات دينية ووطنية) وقضية(الاهتمام بالأقليات) وقضية

(ترسيخ الطابع الديمقراطي) وقضية (مساندة دول العالم للعراق في حربه ضد داعش) بنسبة بلغت(٤,٨٧%) لكل من القضايا التي سبقت، اما قضية(جهود السلطات الثلاث لحفظ الامن ومناقشة الموضوعات السياسية) قد بلغت بنسبة (٤,٠٧%)، اما قضية (احياء مناسبات وتوثيق جرائم البعث الصدامي)، وقضية (كشف ومحاربة الفساد)، وقضية (مطالبة العراق بالدعم الدولي ضد الارهاب)، وقضية (مواصلة بناء المؤسسة الامنية) فقد بلغت نسبتها (٣,٢٥%) لكل من القضايا السابقة، في حين جاءت القضايا المتعلقة بـــ(العلاقة بين المركز والاقليم "المشكلات حول الموازنة والنفط والغاز والمناطق المتنازع عليها" الحلول والآليات)، وقضية (تهنئة العراق لبعض الدول بمناسبة عقد اتفاقية) فقد بلغت نسبتها (٢,٤٤%)، اما القضايا المتعلقة بـــ (استذكار شهداء العراق وتعويض ذوي الضحايا)، وقضية (الواقع الخدمي" المشكلات والحلول والآليات") وقضية (ايجاد حلول للازمة السورية)، وقضية (انجاز القوانين في مجلس النواب) فقد بلغت نسبتها (١,٦٣%)، واحتلت القضايا الاخرى الخاصة بقضية (تنشيط الجهد الاستخباراتي) وقضية (ادانة التوغل التركي في الاراضي العراقية) وقضية (المحافظة على الاثار) وقضية(معالجة الازمات المالية) وقضية (المصادقة على الموازنة) واخيرا وقضية (توسيع التعاون الرياضي) فقد احتلت نسبة قدرها(٠,٨٢%) وهي اقل نسبة حازت عليها هذا القضايا.

جدول (١) يبين قضايا الاطر الاعلامية الواردة في موقع رئاسةالجمهورية

القضايا	ت	ن
جهود لتوفير اجواء المصالحة الوطنية	١٠	%٨,١٣
العراق يخوض حربه ضد داعش	١٠	%٨,١٣
برقية تعزية	١٠	%٨,١٣
الاهتمام بأوضاع النازحين	٩	%٧,٣١
اللقاء برؤساء دول ومنظمات دولية	٧	%٥,٧٠
توسيع العلاقات بين العراق ودول العالم في المجال التجاري والتعليمي والسياسي	٦	%٤,٨٧
ادانة العراق للعمليات الارهابية في دول العالم	٦	%٤,٨٧
تهنئة والمشاركة بأعياد ومناسبات دينية ووطنية	٦	%٤,٨٧
الاهتمام بالأقليات	٦	%٤,٨٧
ترسيخ الطابع الديمقراطي	٦	%٤,٨٧
مساندة دول العالم للعراق في حربه ضد داعش	٦	%٤,٨٧

جهود السلطات الثلاث لحفظ الامن ومناقشة الموضوعات السياسية	٥	%٤,٠٦
احياءمناسبات وتوثيق جرائم البعث الصدامي	٤	%٣,٢٥
كشف ومحاربة الفساد	٤	%٣,٢٥
مطالبة العراق بالدعم الدولي ضد الارهاب	٤	%٣,٢٥
مواصلة بناء المؤسسة الامنية	٤	%٣,٢٥
العلاقة بين المركز والاقليم (المشكلات حول الموازنة والنفط والغاز والمناطق المتنازع عليها) الحلول والآليات	٣	%٢,٤٤
تهنئة العراق لبعض الدول بمناسبة عقد اتفاقية	٣	%٢,٤٤
استذكار شهداء العراق وتعويض ذوي الضحايا	٢	%١,٦٣
الواقع الخدمي(المشكلات والحلول والآليات)	٢	%١,٦٣
ايجاد حلول للازمة السورية	٢	%١,٦٣
انجاز القوانين في مجلس النواب	٢	%١,٦٣
تنشيط الجهد الاستخباراتي	١	%٠,٨٢
ادانة التوغل التركي في الاراضي العراقية	١	%٠,٨٢
المحافظة على الاثار	١	%٠,٨٢
معالجة الازمات المالية	١	%٠,٨٢
المصادقة على الموازنة	١	%٠,٨٢
توسيع التعاون الرياضي	١	%٠,٨٢
المجموع	١٢٣	%١٠٠

ويبين جدول (٢) القضايا المتعلقة بموقع مجلس الوزراء والتي برزت بشكل كبير في قضية (تفقد المشاريع الاستثمارية واكمالها ضمن المدة المحددة) وبنسبة بلغت (١٨,٢٧%)، اما قضية (انجاز القوانين واقرارها) فقد بلغت نسبتها (١١,١٦%)، وجاءت قضية(استذكار شهداء العراق وتعويض ذوي الضحايا) بنسبة بلغت (١٠,٦٤%)، وجاءت القضية المتعلقة بـــ(تباحث توسيع العلاقات بين العراق ودول العالم في المجال التجاري والتعليمي والسياسي) بنسبة(٧,٦١%)، اما قضيتا (تضحيات قوات الامن العراقية بمختلف صنوفها)(المحافظة على الآثار) فقد بلغت نسبتها(٤,٥٦%)، وجاءت بعدها قضية (العناية برفات شهداء سبايكر وفتح المقابر الجماعية) وقضية (ازالة التجاوزات والتحذير منها) وقضية (تعزيز الامن والاستقرار الدولي وعدم التدخل بشؤون الدول الاخرى) بنسبة (٤,٠٦%)، وجاءت قضيتا (تهنئة

والمشاركة بأعياد ومناسبات دينية ووطنية) وقضية (دمج المؤسسات ، ونقل الصلاحيات الادارية، والاطلاع على عمل الاقسام الادارية) بنسبة قدرها (٣,٥٥%)، في حين جات قضية (تعديل القوانين) بنسبة بلغت(٣,٠٤%)، وتأتي بعدها القضايا المتعلقة بـــ (وقوف دول العالم مع العراق بمختلف المجالات) وقضية (الاهتمام بأوضاع النازحين واعادتهم لديارهم) وقضية (تفعيل برنامج حكومة المواطن الالكترونية) بنسبة قدرها (٢,٥٤%)، واما قضية (دعم الطبقات الفقيرة) وقضية(الاهتمام بالأقليات) وقضية (العطل والدوام الرسمي) وقضية (اعادة النظر في تسعيرة الخدمات والمنتجات) فقد بلغن نسبتها (١,٥٣%)، وبالنسبة لقضية (كشف ومحاربة الفساد) وقضية (احترام المرأة واعطائها حقوقها) وقضية (الرد على تقارير لمنظمات دولية بشأن حقوق الانسان) وقضية (الاعلان عن مناقصات) وقضية (تأمين مشاركة العراق في تصفيات اسيا) فقد بلغت نسبتها(١,٠٢%)، واخيرا جاءت قضية(مساعدة الامم المتحدة للعراق) وقضية (حظر الشركات التي تتعامل مع اسرائيل) وقضية (دعم العراق بالسلاح ضد داعش) وقضية (استذكار جرائم النظام البعثي السابق) والتي بلغت نسبتها (٠,٥١%) فقط.

جدول (٢) يبين قضايا الاطر الاعلامية الواردة في موقع مجلس الوزراء

القضايا	ت	ن
تفقد المشاريع الاستثمارية واكمالها ضمن المدة المحددة	٣٦	%١٨,٢٧
انجاز القوانين واقرارها	٢٢	%١١,١٦
استذكار شهداء العراق وتعويض ذوي الضحايا	٢١	%١٠,٦٤
تباحث توسيع العلاقات بين العراق ودول العالم في المجال التجاري والتعليمي والسياسي	١٥	%٧,٦١
تضحيات قوات الامن العراقية بمختلف صنوفها	٩	%٤,٥٦
المحافظة على الآثار	٩	%٤,٥٦
العناية برفات شهداء سبايكر وفتح المقابر الجماعية	٨	%٤,٠٦
ازالة التجاوزات والتحذير منها	٨	%٤,٠٦
تعزيز الامن والاستقرار الدولي وعدم التدخل بشؤون الدول الاخرى	٨	%٤,٠٦
تهنئة والمشاركة بأعياد ومناسبات دينية ووطنية	٧	%٣,٥٥
دمج المؤسسات ، ونقل الصلاحيات الادارية، والاطلاع على	٧	%٣,٥٥

عمل الاقسام الادارية		
تعديل القوانين	٦	%٣,٠٤
وقوف دول العالم مع العراق بمختلف المجالات	٥	%٢,٥٤
الاهتمام بأوضاع النازحين واعادتهم لديارهم	٥	%٢,٥٤
تفعيل برنامج حكومة المواطن الالكترونية	٥	%٢,٥٤
دعم الطبقات الفقيرة	٣	%١,٥٣
الاهتمام بالأقليات	٣	%١,٥٣
العطل والدوام الرسمي	٣	%١,٥٣
اعادة النظر في تسعيرة الخدمات والمنتجات	٣	%١,٥٣
كشف ومحاربة الفساد	٢	%١,٠٢
احترام المرأة واعطائها حقوقها	٢	%١,٠٢
الرد على تقارير لمنظمات دولية بشأن حقوق الانسان	٢	%١,٠٢
الاعلان عن مناقصات	٢	%١,٠٢
تأمين مشاركة العراق في تصفيات اسيا	٢	%١,٠٢
مساعدة الامم المتحدة للعراق	١	%٠,٥١
حظر الشركات التي تتعامل مع اسرائيل	١	%٠,٥١
دعم العراق بالسلاح ضد داعش	١	%٠,٥١
استذكار جرائم النظام البعثي السابق	١	%٠,٥١
المجموع	١٩٧	%١٠٠

ورصد البحث العديد من القضايا في موقع مجلس النواب، كما يبين جدول (٣)ادناه، اذ احتلت قضية (العراق يطلب الدعم الدولي لحربه ضد داعش لتحرير الاراضي التي يسيطر عليها داعش) الترتيب الاول اذ بلغت نسبتها (١٢,٢٦%)، وتبين لنا القضية بشكل واضح اطر الصراع المتوافرة في مضمون المادة الاعلامية في موقع مجلس النواب، وجاءت قضية (انجاز قراءة مشروع قانون وانهائه، والتصويت على القوانين وتعديلها)بنسبة قدرها (٧,٣٣%)، اما قضية(تعاون وبحث للعلاقات بين العراق ودول العالم "علمي، اقتصادي، سياسي، تعليمي") فقد جاءت بنسبة (٦,٩٧%) وجاءت قضية (الاهتمام بأوضاع النازحين، واعادتهم الى ديارهم، واعادة اعمار المناطق المحررة) بنسبة(٤,٨٢%) اما (الموازنة والتصويت عليها، تواجه تحديات وعجز) فقد بلغت نسبتها (٤,٧٣%)، وبلغت نسبة قضيتي(استذكار شهداء

العراق وتعويض ذوي الضحايا) و(جرائم النظام البعثي، ومقاومته، واستذكار جرائمه، وحضره بقانون المسائلة والعدالة) نسبة قدرها (٣,٣٠%)، يتلو ذلك قضايا (تفعيل التسامح ولغة الحوار وروح التسامح) و(المشكلات بين الاقليم والمركز" قانون النفط والغاز، المناطق المتنازع عليها، آليات وضع ضوابط بينهما") وقضية(زيادة الاستثمار والتخطيط لتنفيذ المشاريع ، و تفقد المشاريع الاستثمارية واكمالها ضمن المدة المحددة) والتي جاءت بنسبة (٢,٧٦%)، اما قضية (صرف الرواتب) فقد بلغت (٢,٤٠%)، وبلغت نسبة قضية(كشف ومحاربة الفساد) وقضية (اتفاق ومعارضة على قانون الحرس الوطني وقضاياه) بنسبة بلغت (٢,٢٣%)، وبلغت قضية (الازمة السورية واليمنية) نسبة قدرها (١,٨٧%)، اما القضية الخاصة بـــ(دمج المؤسسات ، ونقل الصلاحيات الادارية ، الادارة اللامركزية، والادارة السيئة) فقد بلغت نسبتها (١,٧٠%)، وجاءت قضيتا (ايقاف الفصل العشائري بالنساء) و(ازمة طوز خرماتو) بنسبة اقل اذ بلغت (١,٦٠%)، اما قضيتا (جهود لتوفير اجواء المصالحة الوطنية) وقضية (قرارات وتوصيات جلسات البرلمان) فقد بلغت نسبتها (١,٥٢%)، وجاءت قضيتا (احترام المرأة واعطائها حقوقها) والقضية المتعلقة بـــ(مقتل مواطنين) بنسبة (١,٤٣%)، اما قضية (توثيق جرائم داعش) فقد بلغت (١,٣٣%)، وبلغت نسبة قضيتا (ادانة العراق للعمليات الارهابية في دول العالم) والقضية الرامية لـــ(تحسين حال جواز السفر العراقي) بنسبة بلغت (١,٢٤%)، اما القضايا (مناقشة مشروع قانون الاحزاب) و(حماية الفقراء "الرعاية الاجتماعية") و(مقتل ارهابين واعتقالهم) فقد جاءت بنسبة (١,١٥%) لكل منهما، بينما جاءت القضايا (الاشادة بالقوات الامنية العراقية والانتصارات التي تحققت ضد داعش) و(تكذيب اخبار) و(برقية تعزية) و(التحقيق في قضية سقوط الموصل) و(متابعة وضع الاقليات ومعاناتهم التي تعرضت للإبادة من قبل داعش) بنسبة بلغت (١,٠٧%) لكل قضية من القضايا، في حين جاءت قضية (تهنئة والمشاركة بأعياد ومناسبات دينية ووطنية) بنسبة (٠,٩٧%)، اما قضية (صراع بين الاحزاب ، وحفظ وحدة الحزب) فقد بلغت نسبتها (٠,٨٩%)، (مشروع قانون النفط والغاز) و(التمثيل السياسي للأقليات) بنسبة قدرها (٠,٧٠%)، وجاءت قضايا (مجزرة الثرثار وتداعياتها) و(معالجة انتشار المخدرات والمشروبات الكحولية) و(منح الطلبة امتيازات للانخراط بالطب العدلي) و(هنالك ادلة تثبت تورط دول وسياسيين مع داعش) و(اتهامات بين مؤسسات وسياسيين) و(قانون العفو العام) و(تعزيز الامن والاستقرار الدولي وعدم التدخل بشؤون الدول الاخرى) و(العثور على مقابر جماعي) و(تشكيل لجان) و(حل ازمة المناطق التي كانت تسيطر عليها داعش باستقبال شيوخ مناطق المدن) و(انضمام العراق لاتفاقيات ومعاهدات دولية) و(تعويض المتضررين) جاءت بنسبة بلغت (٠,٦٢%) لكل منها، وحققت قضية (تصدير النفط والمنتجات) نسبة بلغت (٠,٥٣%)، اما قضيتا (تيسير اعمال الاغاثة الدولية) و(اطلاق التعيينات) فقد بلغت نسبة تواجدهما (٠,٤٣%) لكل منهما،

وحققت قضايا (مشاركة العراق في ملتقيات وندوات ومؤتمرات دولية ومحلية) و (مجزرة سبايكر) و(مساعدة الامم المتحدة للعراق) و(تنظيم اعمال المحاماة) و(اهمية العشائر ودورها في بناء الوطن) حققت نسبة قدرها (٠,٣٥%) لكل منهما، كما وجاءت قضايا المتعلقة بـــ (نواب يزورون مكاتب مجالس المحافظات) و(رفع حضر التجوال) و(القضاء على الجرائم) وقضية(تزايد حالات التمثيل بالجثث) بنسبة بلغت (٠,٢٦%)، وجاء من بعد ذلك القضايا المتعلقة بـــ (المحافظة على الاثار) و(منع بيع الاعضاء البشرية) و(تفعيل الدور الرقابي) و(دعم المنتوج المحلي) و(داعش صناعة اجنبية لتشوية الاسلام) و(امريكا تحاول السيطرة على العالم) و(اقامة معارض لحادثة الطف) بنسبة (٠,١٧%)، والقضية الاخيرة جاءت بنسبة (٠,٨%) والتي تتمثل بموضوع (اشتراط دخول النازحين لمدنهم انخراطهم بالحشد الشعبي).

جدول (٣) يبين قضايا الاطر الاعلامية الواردة في موقع مجلس النواب

القضايا	ت	ن
العراق يطلب الدعم الدولي لحربه ضد داعش لتحرير الاراضي التي يسيطر عليها داعش	١٣٧	%١٢,٢٦
انجاز قراءة مشروع قانون وانهائه، والتصويت على القوانين وتعديلها	٨٢	%٧,٣٣
تعاون وبحث للعلاقات بين العراق ودول العالم(علمي، اقتصادي، سياسي، تعليمي)	٧٨	%٦,٩٧
الاهتمام بأوضاع النازحين، واعادتهم الى ديارهم، واعادة اعمار المناطق المحررة	٥٤	%٤,٨٢
الموازنة والتصويت عليها، تواجه تحديات وعجز	٥٣	%٤,٧٣
استذكار شهداء العراق وتعويض ذوي الضحايا	٣٧	%٣,٣٠
جرائم النظام البعثي، ومقاومته، واستذكار جرائمه، وحضره بقانون المسائلة	٣٧	%٣,٣٠

والعدالة		
تفعيل التسامح ولغة الحوار وروح التسامح	٣١	%٢,٧٦
المشكلات بين الاقليم والمركز(قانون النفط والغاز، المناطق المتنازع عليها، آليات وضع ضوابط بينهما)	٣١	%٢,٧٦
زيادة الاستثمار والتخطيط لتنفيذ المشاريع ، و تفقد المشاريع الاستثمارية واكمالها ضمن المدة المحددة	٣١	%٢,٧٦
صرف الرواتب	٢٧	%٢,٤٠
كشف ومحاربة الفساد	٢٥	%٢,٢٣
اتفاق ومعارضة على قانون الحرس الوطني وقضاياه	٢٥	%٢,٢٣
الازمة السورية واليمنية	٢١	%١,٨٧
دمج المؤسسات ، ونقل الصلاحيات الادارية ، الادارة اللامركزية، والادارة السيئة	١٩	%١,٧٠
ايقاف الفصل العشائري بالنساء	١٨	%١,٦٠
ازمة طوز خرماتو	١٨	%١,٦٠
جهود لتوفير اجواء المصالحة الوطنية	١٧	%١,٥٢
قرارات وتوصيات جلسات البرلمان	١٧	%١,٥٢
احترام المرأة واعطائها حقوقها	١٦	%١,٤٣
مقتل مواطنين	١٦	%١,٤٣
توثيق جرائم داعش	١٥	%١,٣٣
ادانة العراق للعمليات الارهابية في دول العالم	١٤	%١,٢٤
تحسين حال جواز السفر العراقي	١٤	%١,٢٤
مناقشة مشروع قانون الاحزاب	١٣	%١,١٥
حماية الفقراء (الرعاية الاجتماعية)	١٣	%١,١٥
مقتل ارهابين واعتقالهم	١٣	%١,١٥
الاشادة بالقوات الامنية العراقية والانتصارات التي تحققت ضد داعش	١٢	%١,٠٧
تكذيب اخبار	١٢	%١,٠٧
برقية تعزية	١٢	%١,٠٧

التحقيق في قضية سقوط الموصل	١٢	%١,٠٧
متابعة وضع الاقليات ومعاناتهم التي تعرضت للإبادة من قبل داعش	١٢	%١,٠٧
تهنئة والمشاركة بأعياد ومناسبات دينية ووطنية	١١	%٠,٩٧
صراع بين الاحزاب ، وحفظ وحدة الحزب	١٠	%٠,٨٩
مشروع قانون النفط والغاز	٨	%٠,٧٠
التمثيل السياسي للأقليات	٨	%٠,٧٠
مجزرة الثرثار وتداعياتها	٧	%٠,٦٢
معالجة انتشار المخدرات والمشروبات الكحولية	٧	%٠,٦٢
منح الطلبة امتيازات للانخراط بالطب العدلي	٧	%٠,٦٢
هنالك ادلة تثبت تورط دول وسياسيين مع داعش	٧	%٠,٦٢
اتهامات بين مؤسسات وسياسيين	٧	%٠,٦٢
قانون العفو العام	٧	%٠,٦٢
تعزيز الامن والاستقرار الدولي وعدم التدخل بشؤون الدول الاخرى	٧	%٠,٦٢
العثور على مقابر جماعية	٧	%٠,٦٢
تشكيل لجان	٧	%٠,٦٢
حل ازمة المناطق التي كانت تسيطر عليها داعش باستقبال شيوخ مناطق المدن	٧	%٠,٦٢
انضمام العراق لاتفاقيات ومعاهدات دولية	٧	%٠,٦٢
تعويض المتضررين	٧	%٠,٦٢
تصدير النفط والمنتجات	٦	%٠,٥٣
تيسير اعمال الاغاثة الدولية	٥	%٠,٤٣
اطلاق التعيينات	٥	%٠,٤٣
مشاركة العراق في ملتقيات وندوات ومؤتمرات دولية ومحلية	٤	%٠,٣٥
مجزرة سبايكر	٤	%٠,٣٥
مساعدة الامم المتحدة للعراق	٤	%٠,٣٥
تنظيم اعمال المحاماة	٤	%٠,٣٥
اهمية العشائر ودورها في بناء الوطن	٤	%٠,٣٥
نواب يزورون مكاتب مجالس المحافظات	٣	%٠,٢٦

رفع حضر التجوال	٣	%٠,٢٦
القضاء على الجرائم	٣	%٠,٢٦
تزايد حالات التمثيل بالجثث	٣	%٠,٢٦
المحافظة على الاثار	٢	%٠,١٧
منع بيع الاعضاء البشرية	٢	%٠,١٧
تفعيل الدور الرقابي	٢	%٠,١٧
دعم المنتوج المحلي	٢	%٠,١٧
داعش صناعة اجنبية لتشوية الاسلام	٢	%٠,١٧
امريكا تحاول السيطرة على العالم	٢	%٠,١٧
اقامة معارض لحادثة الطف	٢	%٠,١٧
اشتراط دخول النازحين لمدنهم انخراطهم بالحشد الشعبي	١	%٠,٨
المجموع	١١١٦	%١٠٠

مناقشة النتائج

ثمة علاقة بين دور العلاقات العامة الدولية في المواقع الالكترونية وبناء الصورة، اذ ان النتائج التي توصل اليها البحث، لا تجيب على كل الاستفهامات وليس لديها القدرة على توضيح العلاقة بين المتغيرات بشكل كامل، لذلك سيناقش البحث النتائج على وفق التساؤل الرئيس: **كيف سيساعد تأطير المضامين الاعلامية لبناء صورة للعراق في المواقع الالكترونية؟**

لقد اوضحنا في الاطار النظري وجود ممارسات فاعلة في تقديم الاطر الاعلامية، باختيارها جوانب محددة من الواقع المعاش، وتأطيرها في الرسالة بشكل بارز، واوضحنا الكيفية التي تبرز الأطر والقضايا بالأسلوب التي يكتب فيه ممارس العلاقات العامة الدولية الموضوع، والكيفية التي يختار فيها المواقع الاعلامية المميزة، والمواد الفلمية والايضاحية والمتحدثين الذين يوفرهم لوسائل الإعلام لتقديمها للجمهور بشكل مقنع ومؤثر، لما لهذه **العوامل من تأثير على هدف الرسالة الاتصالية، وهي تغيير الاتجاهات والاقناع وبالتالي بناء الصورة الذهنية الايجابية، فكيف ساعد تأطير المضامين الاعلامية في بناء الصورة في مواقع الرئاسات الثلاثة؟**

لقد اشارت نتائج البحث الى ان(اطر المسؤولية) جاء بالمرتبة الاولى، اذ تعمد المواقع الالكترونية على معرفة اسباب القضايا والمشكلات وايجاد الحلول لها وهذا يعود الى الاعمال التي تقوم بها الرئاسات المتعلقة بحلحلة الاوضاع في العراق، ولكن هل قامت الرئاسات بحل مشكلات المجتمع سواء على الصعيد الداخلي او العربي او الدولي؟

ان بروز هذا الاطار لا يعني ان صورة العراق جيدة اذا ان الواقع مزيف بعض الشيء، فأن ما تقوم به الرئاسات لم يحل القضايا والمشكلات التي يعانيها العراق على الاقل، كما وان بروز هذا الاطار مرده كثرة الاعمال الصغيرة التي تنفذ والتناول الاعلامي لهذا المجال، كما ان (اطار الصراع) يأتي مقاربا وبشكل كبير لأطر المسؤولية، ما يجعلنا نستنتج بشكل جلي، أن صورة العراق من الممكن ان تكون سلبية لدرجة كبيرة، كما ان بناء الرسالة الاتصالية يوضح لنا اعتماد القائمين على الاتصال بنقل كم كبير من اطر الصراع في المحتوى الاعلامي، وهو امر خاطئ لان تناول اطر القتال والحرب والصراعات بهذا الحجم سيعطي وبشكل مباشر صورة سلبية عن البلد.

وهذا يتناقض تماما مع ما وجده الباحث في اتجاه مضمون المادة الاعلامية فقد وجد الباحث ان اتجاه الخبر او الفنون الاعلامية بعامة كان ينحو للإيجابية وبنسبة بلغت (٨٠%)، وهو امر فيه خلط، فعلى الرغم من ان محاربة الارهاب امر ايجابي لما تنتهجه داعش من اعمال ارهابية وكونها مجاميع متطرفة ضد الانسانية، وما سعي العراق في قتال هذه المجاميع الا علامة ايجابية، الا ان ذلك لا يعني ان بناء الصورة سيكون ايجابيا، لان البلد الذي يعيش في ظل ازمات وصراعات، والبلد الذي يولد التطرف من بنائه الاجتماعي ستكون صورته سلبية لا ريب، وهنا لابد لممارسي العلاقات العامة الدوليين تجنب ما يمكن ان تفهمه الشعوب بشكل سلبي نتيجة التكرار اليومي، وهنا يأتي دور ممارسي العلاقات العامة بما يمتلكونه من مهارات وقدرات في تحويل كل تلك الصراعات والازمات الى صراع مجدي من اجل الخير ضد الشر، وتأطير الاخبار والفنون الاعلامية الاخرى باطر الاهتمامات الانسانية، والمسؤولية الاخلاقية، فالملاحظ ان اغلب المضامين الاعلامية التي اوجزنا قضاياها في جدول (١) و(٢) و(٣)، شاهد على مدى الضعف الاعلامي الذي تعانيه المواقع الالكترونية، فلم تنقل المواقع سوى (العراق يطلب الدعم الدولي لحربه ضد داعش لتحرير الاراضي التي يسيطر عليها) و(دعم العراق بالسلاح ضد داعش) و(العراق يخوض حربه ضد داعش)، و لم توظف حرب العراق ضد داعش وتجييره لصالح العراق المسالم والقوي والمحارب للشر، ولصالح العراق الحضاري بتأريخه وتراثه الذي بفضله انعم على الانسانية الرخاء والامان.

ان تجيير هذه الانتصارات امرا هاما لان النصر يحقق بناء الصورة الطيبة، ولكنه بحاجه لمبدعين وممارسي علاقات عامة يوظفون كل ذلك النصر في انكسار الباطل واندحاره وتمجيد الحق العراقي، فضلا عن اهمية تقديم صور اخرى عن العراق، عراق الفنون والبناء والابداع، وتقديم مواطن الجمال، والتجارب الانسانية

والاجتماعية المضيئة.

ان الفساد والصراعات والطائفية وضعف التعليم وسقوط الموصل ونمو المليشيات وتراجع العراق في سلم الصحة والامن وكثرة البطالة، وغيرها من الامراض ادت الى تشويه صورة العراق، وهو امر يوضح المسؤولية الكبيرة التي تقع على عاتق الدولة العراقية ان تنجزه وعلى ممارسي العلاقات العامة ان تصححه.

الاستنتاجات

١. عدم وجود تخطيط لإدارة المواقع الالكترونية بشكل يسهل عملية بناء صورة طيبة للعراق.

٢. عدم وجود طابع اعلامي متميز في صفحات المواقع الالكترونية، وهذا يعود الى قلة تنوع الفنون الاعلامية المستخدمة وركة المضمون الاعلامي وقلة الاطر الايجابية..

٣. لم تحظ المواقع الالكترونية بأهمية كبيرة كوسيلة اتصالية في بناء صورة العراق، ومرد **ذلك الى اللبس والاهمال في تقييم المواقع الالكترونية كوسيلة اتصال فاعلة في صناعة التأثير.**

التوصيات

١- رفد المواقع بأخبار العراق ونشاطاته، وتناول الاخبار الدولية وتأطيرها بشكل يوضح اهتمام العراق بأوضاع الدول الاخرى وشؤونها، وتساوق قضايا الدول واهتمامات العراق، والسعي الى اقتراح حلول لمشكلاتهم على وفق تداعيات الارث الحضاري الكبير الذي يزخر به العراق في السلم.

٢. اقامة نشاطات خاصة ونوعية بطريقة غير مباشرة لبناء صورة للعراق وتضمينها في نشاطات المسؤولية الاجتماعية، او السلم الاهلي، او ضمن اي فعالية تدعو لجهود الامن والسلام والرفاهية.

٣. اقامة حملات لبناء صورة العراق على ان تكون المواقع الالكترونية احدى اهم تلك الوسائل، وتخصيص ميزانية بذلك، والافادة من الخبراء والمتخصصين في مجال العلاقات العامة الدولية بإقامة مثل هذه الحملات.

المقترحات

١- اجراء مزيد من الدراسات والبحوث المتعلقة بموضوع العلاقات العامة الدولية، وما يتفرع منها كموضوعات الدبلوماسية الشعبية والقوى الناعمة، ومحاولة تطبيق نظريات ونماذج العلاقات العامة في البيئة العراقية خاصة نظرية الامتياز ونموذج النفوذ الشخصي والمترجم الثقافي، والبحث في المتغيرات البيئية المتعلقة ببيئة الانترنت والبيئة المجتمعية وارهاصات نهايات ما بعد الحداثة.

٢- استخدام النهوج النوعية، والعمل على تطبيق واعتماد نظريات الاتصال والعلاقات العامة في بحوث العلاقات العامة الدولية، في محاولة اغناء الجانب النظري ولمعرفة مدى امكانية تطبيق النظريات في العلاقات العامة الدولية.

٣- تأسيس ادارة تسمى" الدبلوماسية الرقمية" على قرار ما دأبت عليه بعض الدول ومنها الولايات المتحدة الامريكية، وفق آلية يضعها الخبراء، تكون سندا موازيا للخط الحكومي، على ان تتاح لها كامل الحرية في آلية العمل لبناء صورة العراق، على وفق بنود القانون العراقي ومراعية بذلك كل مواثيق الشرف ومبادئ حقوق الانسان العالمية، تعمل وتنظم بقانون.

الهوامش

(١) صفاء صنكور جبارة، صورة بريطانيا في الصحافة العراقية ١٩٤٥-١٩٥٨ "دراسة الصورة في التغطية الاخبارية"، اطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية الاعلام، جامعة بغداد، ٢٠٠٤، ص١٥٦.

(٢) نقلا عن: عراك غانم محمد التميمي، ستراتيجيات العلاقات العامة في المواقع الالكترونية الحكومية،دراسة تحليلية لأساليب ومضامين مواقع الوزارات العراقية التعليم العالي والبحث العلمي – المالية – النفط،رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة بغداد ٢٠١٢، ص: ٢١.

(٣) أمل محمد فوزي منتصر، مجالات إستخدام شبكة المعلومات الدولية(الانترنت) في الانشطة الإتصالية (رسالة ماجستير، جامعة القاهرة، كلية الإعلام) ٢٠٠٤، ص ص: ٢٢- ٢٣.

(4) Bryan H. Reber, Bruce K. Berger, Framing analysis of activist rhetoric: How the Sierra succeeds or fails at creating salient messages, public relations review, 31(2005)p: 187.

(5) Bingjie Liu, Lori Pennington-Gray, Bed bugs bite the hospitality industry? A framing analysis of bed bug news coverage, Tourism Management 48(2015) p: 34.

(6) KerenDarmon, et.al,krafting the obesity message: a case study in framing and issues management, public relations review, 34 (2008) p: 375 .

(٧)- ينظر: معد عاصي علي، دور التلفزيون في تشكيل الأطر الأخبارية للجمهور، اطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية الاعلام، جامعة بغداد ، ٢٠١٤ ، ص ص: ٥١-٥٣.

- Stephen D. Reese, framing public life, abridging model for media study,(paper presented to the inaugural conference for the center for the mass communication research, university of south Carolina Columbia, October, 12- 14, 1997, pp: 5-11.

(٨) د. أحمد زكريا أحمد، نظريات الإعلام: مدخل لاهتمامات وسائل الإعلام وجمهورها، (مصر: المكتبة العصرية، ٢٠٠٨) ص ص: ٢٩٩-٣٠٠.

(9) Graig E carr all and May well mc combs, agenda- setting effects of business news on the public,s images and opinions about major corporations, corporate reputation review, (1) 2003, pp: 37- 38.

(10) Xiufang Li (Leah)&Naren Chitty, Reframing national image: A methodological framework, Conflict & communication online, v 8, n 2 (2009), p: 5-6.

(11) Poter A. kerr, the framing of fundamentalist Christians: Network Television News,1980-2000, pp: 212- 213.

(١٢) د. أحمد زكريا أحمد، نظريات الإعلام: مدخل لاهتمامات وسائل الإعلام وجمهورها،م س ذ، ص ص:٣٠١-٣٠٣.

(13) Look: pippa Norris, the restless search light network news framing of the post-cold war world, political communication, 12 (1995) pp: 357- 358 .

(١٤) ينظر:- د.أحمد زكريا، نظريات الإعلام...، م. س. ذ، ص ص ٢٧٨- ٢٨٠.

-Holli A. semetno and patti M. Valken Burg, framing European politics: acontent analysis of press and television news, journal of communication, 50(2) 2000, p: 95.