

Local Political Issues in the Program (NaFas Ameen) on the YouTube Platform: An Analytical Study on iNews Channel

مضامين الشأن السياسي المحلي في برنامج (نفس عميق) على منصة اليوتيوب: دراسة تحليلية في قناة آي نيوز

Suad Hameed Majeed *1،

سعاد حميد مجيد *1

Prof. Dr. Alaa Najah Noori*2،

أ.م.د. علاء نجاح نوري *2

Al-Iraqia University – College of Media *2+1

كلية الإعلام – الجامعة العراقية *1+2

ABSTRACT

الخلاصة:

The research analyzes local political issues discussed in the YouTube program (NaFas Ameen), focusing on the types of treatments and dialogue management methods used. It highlights the role of new media in shaping awareness and promoting political dialogue in the local context, contributing to a deeper understanding of digital talk shows' impact on the political public space. Using a descriptive analytical approach, the study reviews and analyzes program episodes, emphasizing topics and dialogue methods. The findings reveal that the program effectively promotes political dialogue and shapes community awareness, demonstrating its positive impact. The research recommends supporting digital talk shows to enhance political participation and increase awareness.

يهدف البحث إلى تحليل الشأن السياسي المحلي في البرامج الحوارية على منصة يوتيوب، عن طريق دراسة تحليلية لبرنامج (نفس عميق)، واستكشاف أنواع المعالجة المستخدمة في البرنامج لتناول هذه الموضوعات، كما يهدف البحث إلى تحديد أساليب إدارة الحوار التي استخدمها البرنامج، تكمن أهمية البحث في تسليط الضوء على دور الإعلام الجديد في تشكيل الوعي وتعزيز الحوار السياسي في السياق المحلي، مما يساهم في فهم أعمق لتأثير البرامج الحوارية الرقمية على الفضاء العام السياسي، ويعتمد البحث على المنهج الوصفي التحليلي، إذ يتضمن التحليل ومراجعة حلقات البرنامج، مع التركيز على الموضوعات والأساليب الحوارية المستخدمة، وتوصل البحث إلى أن البرنامج يؤدي دوراً في تعزيز الحوار السياسي وتشكيل الوعي المجتمعي، وأظهرت النتائج أن البرنامج يتفاعل بفاعلية مع الجمهور، مما يدل على التأثير الإيجابي له، ويوصي البحث بضرورة دعم البرامج الحوارية على المنصات الرقمية لتعزيز المشاركة السياسية وزيادة الوعي.

الكلمات المفتاحية:

الشأن السياسي- البرامج الحوارية - منصة اليوتيوب

Keywords:

Local politics- Talk shows- YouTube platform

Received

Accepted

Published online

استلام البحث

قبول النشر

النشر الإلكتروني

2/6/2025

4 /9/2025

15/4/2026

مقدمة:

تشهد الساحة السياسية العراقية تطورات وتحولات مستمرة، مما يجعل من الضروري وجود منصات إعلامية تسلط الضوء على هذه التغيرات وتناقشها بشكل موضوعي واحترافي، إذ تؤدي البرامج الحوارية دوراً محورياً في تقديم المعلومات والتحليلات السياسية للجمهور، وتسهم في تشكيل الرأي العام وتوجيهه، وفي هذا السياق يأتي هذا البحث ليستكشف دور برنامج (نفس عميق)، الذي يبث عبر قناة "أي نيوز" على منصة اليوتيوب، في تناول الشأن السياسي المحلي العراقي، كما يهدف البحث إلى فهم طبيعة الموضوعات السياسية التي يعالجها البرنامج، واستراتيجيات الحوار والإدارة المستخدمة، بالإضافة إلى تأثير هذه البرامج على الجمهور وتحولات المشهد السياسي، وعن طريق تحليل شامل لمحتوى البرنامج خلال فترة محددة، ويسعى البحث إلى تقديم رؤى جديدة حول كيفية توظيف البرامج الحوارية للمنصات الرقمية في تعزيز الوعي السياسي والمشاركة المجتمعية، وجاء هذا البحث مقسماً إلى ثلاثة مباحث، تضمن المبحث الأول (منهجية البحث)، وناقش المبحث الثاني (البرامج الحوارية السياسية على منصة يوتيوب)، وتضمن المبحث الثالث الدراسة التحليلية وتفسير الجداول وصولاً إلى الاستنتاجات.

المبحث الأول: منهجية البحث

أولاً: مشكلة البحث

في ظل التحولات السياسية السريعة والمتلاحقة التي يشهدها العراق، تظهر الحاجة الملحة لفهم كيفية تناول القنوات الإعلامية لهذه التحولات وأثرها على الجمهور. تعد البرامج الحوارية على المنصات الرقمية أحد أهم الوسائل التي تسهم في نقل وتحليل الأحداث السياسية المحلية، مما يجعلها محور اهتمام الباحثين والمحللين. ومع ذلك، يبقى التساؤل الرئيسي هو مدى فاعلية البرامج الحوارية في تقديم المعلومات والتحليلات للشأن السياسي المحلي على منصة اليوتيوب؟ وانبثقت من التساؤل الرئيس مجموعة من الأسئلة الفرعية هي:

- ١- ما موضوعات قضايا السياسة الداخلية التي يركز عليها البرنامج؟
- ٢- ما أنواع المعالجة الإعلامية التي يستخدمها البرنامج لتناول هذه الموضوعات؟
- ٣- ما أنواع الحوارات التي تم تناولها في برنامج (نفس عميق) على منصة يوتيوب؟

ثانياً: أهمية البحث

يعد هذا البرنامج ذا أهمية كبيرة في التأثير بالاتجاهات المتلقي وتحديد مواقفهم إزاء مختلف القضايا والأحداث التي تتمحور حوله ويسهم بصورة كبيرة في تشكيل الرأي العام ورسم تصوراتهم في الشأن العراقي لذلك لجات الباحثة في بحثها هذا في استقصاء وقراءة البرنامج بتمعن فهو من وجهة نظرها برنامج حوارى مسؤول وعليه فرضية إعلامية ينبغي عليه ان يلتزم بحريته المسؤولة في تغطية الأحداث الجارية ومعرفة الخصائص المهنية فضلاً عن التوصيات الخاصة وضمن التزام البرنامج بماده العلمية دون الأضرار بمسائل الأخلاقيات الإعلام وتسعى هذه القراءة الى تحقيق جملة من الأهداف أهمها:

- ١- الأهمية العلمية: تكمن الأهمية العلمية في معرفة تطور التلفزيون إذ يقدم رؤى جديدة بشأن توظيف القنوات التلفزيونية للمنصات الرقمية في نشر برامجها وموادها الإعلامية فضلاً على انها تسهم تلك المنصات على زيادة مشاهدة البرامج وانتشارها وإن هذا البحث يسهم في الدراسة الأكاديمية بتحليل البرامج الحوارية وزيادة المعرفة في هذا الحقل وذلك عن طريق النتائج التي توصلنا إليها في نهاية الرسالة وهو موضوع جديد عن طريق طرحه وقلة الدراسات المناظرة له وبذلك يشكل البحث إضافة علمية للمكتبة الإعلامية العراقية والعربية.

٢- **الأهمية المجتمعية:** تتعلق أهمية هذه الدراسة بأهمية الكبيرة التي شكلتها القنوات الفضائية باعتبارها إداة من أدوات التطوير التي يحتاج إليها المجتمع العراقي كما التعرف على طبيعة البرامج الحوارية على منصة (اليوتيوب) التي تقوم بتعزيز الوعي السياسي لدى الجمهور عن طريق مشاهدة البرنامج الحوارية على المنصات الرقمية كما تسهم بالتفاعل الإيجابي والحوار بين المتلقين ذلك عن طريق تبادل وجهات نظرهم وآرائهم بشأن القضايا السياسية.

ثالثاً: أهداف البحث:

يسعى هذا البحث إلى التعرف على طبيعة تعامل البرامج الحوارية موضوع البحث مع موضوع تداعيات الشأن السياسي المحلي العراقي، وهل كان تناولها بموضوعية لموضوعات تداعيات الشأن السياسي المحلي العراقي، ولا بد من ترجمة التساؤلات المطروحة في مشكلة البحث بعدد من الأهداف العلمية، إذ يمكن تلخيص هذه الأهداف بما يأتي:

- ١- تحديد موضوعات قضايا السياسية الداخلية التي يركز عليها البرنامج.
- ٢- معرفة أنواع المعالجة الإعلامية التي يستخدمها البرنامج لتناول هذه الموضوعات.
- ٣- بيان أنواع الحوارات التي تم تناولها في برنامج (نفس عميق) على منصة يوتيوب.

رابعاً: حدود البحث ومجالاته

١. الحدود المكانية: حددت في قناة اي نيوز على منصة اليوتيوب والذي تابعت من خلالها الباحثة برنامج (نفس عميق) خلال مدة ستة اشهر ورصدت موضوعات الشأن السياسي المحلي الذي تم تناولها في البرنامج .

٢. الحدود الزمانية: وتمثل بالمدة المحددة الى دراسة المشكلة والتي تبدأ من ١/١٠/٢٠٢٣ الي ٣/٣١/٢٠٢٤.

٣. الحدود الموضوعية: وتشمل متغيرات البحث المستقلة والتابعة والتي تمثلت بالشأن السياسي المحلي في البرامج الحوارية على منصات الرقمية ومنصة اليوتيوب بشكل محدد.

خامساً: نوع البحث ومنهجه

يعد هذا البحث من البحوث الوصفية التي تستهدف تصوير وتحليل وتقويم ودراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة الظاهرة والمنهج المثالي للإجابة على تساؤلات البحث هو المنهج المسحي بشقيه الوصفي والتحليلي إذ يعد المنهج المسحي "محاولة لجمع المعلومات من مفردات مجتمع البحث من أجل التعرف على الوضع الراهن لذلك المجتمع في ضوء متغير بحثي آخر"^(١) ذلك أن المسح يعد جهداً علمياً منظماً للوصول الى بيانات ومعلومات عن الموضوع لأنه من أكثر المناهج العلمية المستخدمة في مجال البحوث والدراسات الإعلامية ولا يقتصر على استخدام أسلوب واحد في عملية جمع البيانات بل يتيح للباحث استخدام مختلف الأساليب كاستمارة تحليل المضمون والمقابلات العلمية والملاحظة العلمية وغيرها من الأدوات لجمع البيانات^(٢) واستخدمت الباحثة في دراستها اداة تحليل المضمون واداة استمارة التحليل لمعرفة المضمون الذي تحمله موضوعات الشأن السياسي المحلي في البرامج.

سادساً: مجتمع البحث وعينته

يتمثل مجتمع البحث برنامج (نفس عميق) في قناة أي نيوز العراقية وما تناوله من مضامين خاصة بتداعيات الشأن السياسي المحلي العراقي وقد اختارت الباحثة البرنامج الحواري (نفس عميق) والذي تمت فيه معالجة موضوعات الشأن السياسي المحلي العراقي ضمن المدة المحددة التي حددتها الباحثة ويعود سبب الاختيار لذلك البرنامج كونه عراقي وقد شهدت مدة البحث الكثير

(١) محمد عبد العزيز الحيزان، البحوث الإعلامية اسسها اساليبها مجالاتها، ط٢، (الرياض: مكتبة الملك فهد الوطنية، ٢٠٠٤م)، ص٩٢.

(٢) شيماء نو الفقار زغيب، مناهج البحث والاستخدامات الاحصائية في الدراسات، (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠٩م)، ص٢٠٩.

من المستجدات السياسية كإقالة رئيس البرلمان وانتخابات مجالس المحافظات المحلية واختيار رئيس للبرلمان وغيرها من الموضوعات السياسية كما يمتاز بقوة التفاعلية والحضور الجماهيري في المجتمع العراقي، وعملت الباحثة على جمع البيانات من جميع مفردات البحث وذلك عن طريق حصر جميع المضامين التي نشرت ضمن المدة من (١٠/١/٢٠٢٣م لغاية ٣١/٣/٢٠٢٤م)، وذلك لمعرفة طبيعة موضوعات الشأن السياسي المحلي العراقي وكيف تعامل ذلك البرنامج مع موضوعات الشأن السياسي المحلي العراقي وما يطرأ عليه من مستجدات سياسية.

سابعاً: نوع البحث ومنهجه

يعد هذا البحث من البحوث الوصفية التي تستهدف تصوير وتحليل وتقييم ودراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة الظاهرة والمنهج المثالي للإجابة على تساؤلات البحث هو المنهج المسحي بشقيه الوصفي والتحليلي وذلك أن المسح يعد جهداً علمياً منظماً للوصول الى بيانات ومعلومات عن الموضوع واستخدمت الباحثة في دراستها أداة تحليل المضمون وأداة استمارة التحليل لمعرفة المضمون الذي تحمله موضوعات الشأن السياسي المحلي في البرامج.

ثامناً: التعريفات الإجرائية لمصطلحات البحث

١- **الشأن السياسي:** هو وصف محدد ودقيق يستخدم لتحديد وقياس موضوع أو ظاهرة في سياق بحث أو دراسة معينة، ويهدف هذا التعريف إلى تقديم إطار عملي وواضح للمفهوم السياسي إذ يمكن تمييزه وقياسه بدقة ضمن الدراسة.

٢- **البرامج الحوارية:** وهي عبارة عن حوار بين المقدم وضيوف يجري للحصول على معلومات حول قضية معينة سواء تكون سياسية اقتصادية ثقافية اجتماعية وتبادل وجهات النظر بين المتخصصين بغية الوصول إلى حل لتلك القضية وله مساحة زمنية محددة.

٣- **منصة اليوتيوب:** هي منصة رقمية تعد من أكبر المنصات الرقمية لمقاطع الفيديو سهل الاستخدام وبإمكان مشاهدته مجاناً ومشاركة الفيديوهات والتعليق عليها.

تاسعاً: دراسات سابقة

١- دراسة شهد عيد (٢٠٢٣)^(١)

استهدفت هذه الدراسة والتي جاءت بعنوان (أساليب الإقناع في البرامج الحوارية إزاء أزمة تشكيل الحكومة العراقية / دراسة تحليلية لبرنامج الحق يقال في قناة UTV للمدة من ٢٠٢٢/٨/١ ولغاية ٢٠٢٢/١١/١)، إلى محاولة معرفة مختلف الأساليب الإقناعية المستخدمة في البرنامج الحوارية الحق يقال، ومعرفة طبيعة المضامين وكيف يتم توظيف أساليب الإقناع في لغة البرنامج، فضلاً عن معرفة اتجاهات الجمهور نحو القضايا السياسية خصوصاً أزمة تشكيل الحكومة العراقية، وأن تحقيق هذا لا يتم إلا عبر تجزئته إلى أهداف فرعية تساعدنا على تناول الدراسة بموضوعية، ولتحقيق أهداف الدراسة اعتمدت الباحثة على المنهج المسحي واستعمال استمارة تحليل المضمون في الدراسة الميدانية.

انطلاقاً من الكم الهائل من الرموز والمعاني التي طرحها البرنامج عينة الدراسة والتي كان لزاماً علينا أن نتطرق لها ضمن أداة جمع البيانات تحليل المحتوى. وقد جاءت دراستنا في أساليب الإقناع ضمن البرامج الحوارية دراسة تحليلية لبرنامج الحق يقال على UTV، يطرح بعداً تواصلياً حوارياً وحجاجياً مفعماً بالتأويل والدلالة والبلاغة، وعلى العموم فإن دراستنا انطلقت من تساؤل رئيس مفاده: ما أساليب الإقناع الموظفة في البرنامج الحوارية السياسي الحق يقال على UTV؟، وضمن هذا التساؤل قمنا بطرح أسئلة فرعية تتضمن فئات الشكل والمضمون. وقد توصلت الدراسة إلى جملة من الاستنتاجات أهمها:-

(١) شهد عيد فيصل، أساليب الإقناع في البرامج الحوارية إزاء أزمة تشكيل الحكومة العراقية - دراسة تحليلية لبرنامج الحق يقال في قناة UTV للمدة من ٢٠٢٢/٨/١ ولغاية ٢٠٢٢/١١/١م، رسالة ماجستير، الجامعة العراقية، كلية الإعلام، قسم الصحافة الإذاعية والتلفزيونية، ٢٠٢٣م.

- يعتمد البرنامج على لمعلومات والإحصائيات والحجج المنطقية في طرح القضايا ومناقشتها.
 - يميل البرنامج إلى رأي الشارع العراقي في نقل معاناة الشعب ورفض للطبقة السياسية
 - أوضحت النتائج ان مقدم البرنامج شخصية تعرف كيف يثير المقابل لكي يخرج منه كلام يحسب عليه أو كلام لا يريد ان يبوح به.
 - ان عملية انتقاء الضيوف تتم بصورة دقيقة لذلك ان اغلب المستضيفين هم تابعين لجهة هي طرف في الأزمة الحاصلة في الشارع العراقي لبيان موقفهم أمام الشعب العراقي.
- ٢- دراسة أمل فياض (٢٠٢٣)^(١)

تهدف هذه الدراسة إلى استكشاف دور المقاطع المرئية للبرامج الحوارية التلفزيونية التي تُعرض على موقع اليوتيوب في متابعة الجمهور للأحداث السياسية. تبرز أهمية هذه الدراسة في ظل الانتشار الواسع لاستخدام الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي كمصادر رئيسية للمعلومات، خاصة بين فئة الشباب الذين يعتمدون بشكل متزايد على هذه المنصات لمتابعة التطورات السياسية، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي لدراسة تأثير مشاهدة هذه المقاطع على اليوتيوب على وعي الجمهور وفهمهم للأحداث السياسية. استخدمت الدراسة استبيانات تم توزيعه على عينة من المشاهدين تتكون من ٥٠٠ مشارك، بهدف جمع البيانات حول عادات مشاهدة والتفاعل مع المحتوى السياسي على اليوتيوب، كما توصلت إلى عدة استنتاجات مهمة، أبرزها أن المقاطع المرئية للبرامج الحوارية على اليوتيوب تؤدي دورًا كبيرًا في زيادة وعي الجمهور بالأحداث السياسية، إذ توفر محتوى متاحًا في أي وقت ومكان، مما يسهل الوصول إلى المعلومات السياسية. كما أظهرت الدراسة أن هناك تفاعلًا كبيرًا من الجمهور مع هذه المقاطع عن طريق التعليقات والمشاركة، مما يعكس اهتمامًا واسعًا ومشاركة فعالة في النقاشات السياسية، كما تؤكد الدراسة على أهمية اليوتيوب كمنصة رئيسية لنشر الوعي السياسي وتعزيز المشاركة السياسية بين مختلف فئات المجتمع، مشيرة إلى أن المحتوى المرئي الحوارية يمكن أن يكون أداة فعالة لنقل المعلومات وتعزيز التفاعل السياسي في العصر الرقمي.

المبحث الثاني: البرامج الحوارية السياسية على منصة يوتيوب

أولاً: مفهوم البرامج الحوارية السياسية

تعرف على أنها "البرامج التي تتناول مواضيع الأخبار وتستضيف شخصيات يتناولون قضية سياسية ويطغى على أسلوب تقديم هذا النوع من البرامج الحوارية أسلوب التقديم المواجهي فتقابل شخصية بارزة مقابل خصم قوي أو معروف في مجاله ويحتاج هذا القالب البرامجي إلى مقدم متخصص في المجال السياسي باذ يتمتع بالثقافة السياسية والفهم الواعي للمتغيرات والتطورات السياسية كما لا بد وأن تكون له القدرة على التحليل وربط الأحداث السياسية بعضها ببعض"^(٢).

تمثل البرامج الحوارية السياسية إحدى البرامج المهمة التي يستند عليها البناء العام في البث التلفزيوني عند أغلبية القنوات الفضائية التلفزيونية في العالم إذ تشير العديد من الدراسات ان هذه البرامج تشغل مساحة كبيرة في المنهاج البث اليومي فالتلفزيون الأمريكي تصل فيه نسبة البرامج الحوارية الى ٢٠ بالمئة من مجموع العام لساعات البث وفي ايطاليا تصل الى ٤٠ بالمئة اما في الدول العربية تصل معدلها الى ما بين ١٦ - ٢٢ بالمئة وهي في جميع الاحوال تمثل المواقع الاولى بين انواع البرامج التلفزيونية الاخرى^(٣) بعد ان ادرك السياسيون مفعول الوسائل السمعية والبصرية في الحياة الاجتماعية ازداد اهتمام بالحوار التلفزيوني اذ بدأ التلفزيون يقوم في

(١) أمل عزيز فياض، دور المقاطع المرئية للبرامج الحوارية التلفزيونية على موقع اليوتيوب في متابعة الجمهور للأحداث السياسية، رسالة ماجستير، جامعة بغداد، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، ٢٠٢٣م.

(٢) آمنه شريفى بن طاهر، ثنائية التضييل وطموح التغيير ضمن البرنامج الحوارية السياسية -المناظرة انموذجاً، مجلد المواقف للبحوث والدراسات في المجتمع، المجلد ١٨، العدد ١، ٢٠٢٢م، ص ١٩٩.

(٣) أمل عزيز فياض، مرجع سابق، ص ٧٩.

دور البرلمان الموازي في الدول الديمقراطية لذلك سعت السلطات السياسية لتوظيف الحوار السياسي التلفزيوني وتجعله أداة لعرض الكلمة و ادامة حضورها على الشاشة وايضا وجد ممثلو المجتمع المدني مجال لسماع صوتهم والتأثير بالقرار السياسي^(١).

وتوجد مضامين سياسية في البرامج يجب الحرص على توفرها في البرامج السياسية وهي^(٢):-

١_ التشاور يكون كل مجتمع بحاجة ماسة الى وجود قنوات اتصال من اجل التشاور وتبادل الآراء والمعارف حول مختلف القضايا المتعلقة في الافراد والمؤسسات الحكومية وغير الحكومية.

٢_ نقل الميراث الاجتماعي يعمل على نقل المعارف والقيم الاجتماعية من جيل الى جيل اخر.

٣- الرصد او الرقابة تجميع المعلومات الخاصة بالبيئة الداخلية والخارجية حتى يكون المجتمع على معرفة واطلاع بما يجري من احداث باستطاعته التكيف مع المستجدات.

٤_ الترابط قدر لازويل ان ووظيفة الاتصال السياسي هي تحقيق الترابط بالمجتمع اتجاه البيئة الاساس وقضاياها توضيح ما يجري من احداث.

٥- تخفيف الاحساس بالاختلال الوظيفي عندما تبالغ وسائل الإعلام ببث المعلومات الى جمهور لدرجة الاغراق اذ ان ذلك يؤدي شعور الجمهور باللامبالاة او الاختلال الوظيفي.

ثانيا: الوظائف السياسية للبرامج الحوارية

بالإمكان توظيف البرامج الحوارية سياسيا عن طريق تحقيق الوظائف الآتية:

١- التنشئة السياسية: يقصد بها "هي عملية التلقين الرسمي وغير الرسمي المخطط وغير المخطط للمعارف والقيم والسلوكيات السياسية وخصائص الشخصية ذات الدلالة السياسية وذلك في كل مرحلة من مراحل الحياة وعن طريق المؤسسات المختلفة في المجتمع"^(٣) اذ تؤثر البرامج الحوارية السياسية على طريقة تفكير المشاهدين وتؤدي دورا مهما في توفير معلومات محدودة وفورية حول الاحداث السياسية المحلية والإقليمية والعالمية كما تعمل البرامج الحوارية السياسية على تغيير تصورات عن بلد او امة معينة والشعور بالانتماء وغرس الرغبة في التغيير وتشجيع الجمهور على المشاركة السياسية عن طريق نقل مطالبهم واهتماماتهم الى القيادة ونقل تعليمات القيادة الى الجمهور^(٤).

ب- التأثير العاطفي : ويعرف مدى تأثير الوسائل الإعلامية بتحديد المواقف وتشكيل اتجاهات تجاه الاحداث المتعلقة في البيئة السياسية.

التأثير السلوكي: اي معرفة العلاقة بين التعرض للوسائل الإعلامية والمشاركات الحقيقية في نشاطات البيئة السياسية^(٥).

٢- التعبئة السياسية: يكون للبرامج الحوارية السياسية دورا مهم بالتعبئة السياسية اذ تقوم بتهيئة الافراد نفسيا و ذهنيا ومعنويا لاستقبال قضايا سياسية متوقعة مثلا يسبق ذلك اعلان نتائج الانتخابات غير متوقعة التي لا يستحسنها الفرد فهي تقوم في التمهيد لتقليل بشيء محدد في محيط

(١) خالد محمد غازي، التحرير الصحفي توظيف تكنولوجيا الاتصال، (الجيزة: وكالة الصحافة العربية، ٢٠٢١م)، ص ١٠٩.

(٢) سعد آل سعود، الاتصال والإعلام السياسي، (القاهرة: دار الكتاب الحديث، ٢٠١٠ م)، ص ٥٨- ٥٩.

(٣) ثامر كامل محمد الخزرجي، النظم السياسية الحديثة والسياسات العامة _دراسة معاصرة في استراتيجية إدارة السلطة، (عمان: دار مجدلاوي للنشر، ٢٠٠٤م)، ص ١٢٣.

(٤) أمين عواد المشاقبة، دينا صبيح شقير، التنشئة والثقافة السياسية، (عمان: وزارة الثقافة، ٢٠٢٠م)، ص ٢٩- ٣٠.

(٥) محمد بن سعود البشر، مقدمة في الاتصال السياسي، (الرياض: مكتبة العبيكان، ١٩٩٧م)، ص ٢١.

سياسات واستراتيجيات مرسومة مسبقاً ومن المعتاد ان تكون تلك المهمة تسبق المواقيت الانتخابية بأنواعها المختلفة^(١).

٣- وظيفة التطوير السياسي للأفراد: تتمثل للبرامج الحوارية السياسية دوراً مهماً بتطوير السياسي ونشر الثقافة السياسية عن طريق تقديم مادة حوارية تلبي احتياجات وتطلعات المشاهدين وتؤثر فيهم عن طريق تناول الموضوعات والاحداث الجارية في المجتمع^(٢).

٤- التنقيف السياسي: لا ينشأ الوعي في حالة كاملة الصياغة والتبلور يتم بناء الوعي السياسي على أساس ديناميكيات محددة واضحة في العوامل الداخلية والخارجية وتسهم البرامج الحوارية السياسية في تراكم الآراء والآراء والمفاهيم المكتسبة سابقاً وتطوير البعض الآخر وفهرسة الأفكار والآراء الجديدة باذ يدعم الوعي الاجتماعي بما في ذلك الوعي السياسي والتأثير الفعال على الوجود الاجتماعي عن طريق تزويد الأفراد بالمعرفة والمفاهيم التي يحتاجونها للبناء على المسائل السياسية و شخصيته السياسية و تحركاته السياسية في المجتمع^(٣).

٥- وظيفة الإعلام: تسعى البرامج الحوارية تقديم هذه الوظيفة التي تعد من العناصر التي تؤثر في الثقافة السياسية والمشاركة السياسية^(٤).

ثالثاً: دور البرامج الحوارية في تشكيل الرأي العام

ان وسائل الإعلام المعاصرة ومنها محطات الفضائية عبر برامجها الحوارية وقدراتها على التأثير في تشكيل اداء العام للقضايا المطروحة للنقاش بناء على ما تتميز به هذه البرامج من امكانية وقدرة كبيرة على تنفيذ مراحل تشكيل الرأي العام اذ إن تشكيل الرأي العام يحتاج إلى عرض المعلومات والحقائق عن الموضوعات ذات صلة بالموضوع ومناقشة ليتم معرفة الآراء المختلفة حوله مع الضيوف المتخصصين بموضوع النقاش و الاتفاق على رأي موحد لتلك القضايا التي تؤدي الى تشكيل رأي عام إزاء تلك القضايا^(٥).

وإن الرأي العام هو نتاج حوار الافراد والجماعات وان التلفزيون يتميز بالصورة والصوت واطهار اللغة اللفظية والغير اللفظية كإشارات اليد تعابير الوجه ونظرات العيون كل واحده لها مدلول معين جمهور المشاهد فضلا عن امكانياته الفنية في قدرته على نقل الاحداث والاخبار الى العالم وبناء على هذا يكون من اكثر وسائل التأثير في تشكيل الرأي العام^(٦).

رابعاً: أنواع البرامج الحوارية السياسية

ان البرامج الحوارية ذات انواع متعددة لا سيما البرامج الحوارية السياسية إذ تنقسم الى عدة أقسام نوردها كما يأتي

أ-الحوارات المتعلقة بالاحداث السياسية الأنية والوقائع المدنية الساخنة: يقصد بها الحوارات المواكبة للأحداث ويتم بثها مباشراً مثلاً يجري الحوار بناء على احد الوقائع والاحداث الميدانية

(١) جبار علاوي، الاتصال السياسي،(عمان: دار أمجد للنشر والتوزيع، ٢٠١٥م)،ص ١٤٦.

(٢) علي عبد الفتاح، الإعلام الدبلوماسي والسياسي،(عمان: دار اليازوري للنشر والتوزيع، ٢٠١٦م)، ص ١٨٩.

(٣) جبار علاوي، مرجع سابق، ص ١٤٦.

(٤) غالب كاظم جواد الدعي، التلفزيون وصناعة الرأي العام،(عمان: دار أمجد للنشر والتوزيع، ٢٠١٦م)،ص ص ٨٥-٨٦.

(٥) راضي رشيد، ايثار طارق خليل، البرامج الحوارية ودورها في تشكيل اتجاهات الرأي العام وجهة نظر طلبة كلية الإعلام، مجلة كلية التربية الاساسية الجامعة المستنصرية، المجلد ١٨، العدد ٧٣، ٢٠١٢م، ص ص ١٤-١٥.

(٦) احمد شاهين، صلاح عبد الحميد، الإعلام والرأي العام، (القاهرة: مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، ٢٠٢٢م)، ص ٣٨.

الطارئة عسكرياً أو أمنياً كالقيام بالاحتجاجات والمظاهرات أو يجري حوار المباشر كتعليق على انعقاد الاجتماعات السياسية المهمة يتم التعليق عليها وتحليلها عن طريق اختيار محللين متخصصين في الاستوديو أو عن طريق الهاتف أو عن طريق الاقمار الاصطناعية أو استخدام الحوار عبر الإنترنت^(١).

ب- الحوارات السياسية الساخرة: تمثل من أكثر الأشكال الحوارية السياسية التي تجذب انتباه المشاهدين التأثير بهم و تقسم الى حالتين منها تضم كل اساليب الساخرة في الحوارات السياسية الجاذبة اذ ان في بعض الاحيان يلجا المقدم الى السخرية والتهكم ليحقق اهداف منها كسر الملل والايقاع الجاد في الحوار إضافة نوع من المرح بمجرياته أو ايصال الافكار والمعلومات في قالب مؤثر وطريف وإبراز جوانب الضعف في مواقف الخصم وجوانب القوة في موقف الطرف الآخر^(٢) أما الحالة الاخرى تمثل البرامج الحوارية السياسية الساخرة التي تتميز بفن الكاريكاتير تتناول مواضيع سياسات الحكومة وجوانبها السلبية والشخصيات بعض السياسيين أو الجهات السياسية التي تكون في طرف الخصم وتعتمد هذه البرامج على الكاريكاتير الساخر شكلاً واداء الذي ينعقد من خلالها سياسات الحكومة أو يتقصص شخصية احد السياسيين ويتحدث بلسانه عن طريق اللجوء الى ارتداء اقنعة أو استخدام الدمى التي تمثل الشخصيات السياسية لإبرازها^(٣).

ت- الحوارات السياسية الباردة : وهي الحوارات التي تتناول موضوعات تتعلق بالاستراتيجيات السياسية وما يرتبط بها عن طريق حالات التطبيق كبرنامج بين حدين الذي سبق ان تم بثه على الفضائية السورية ومن خلاله تم تناول مجموعة من المصطلحات السياسية التي تكرر في وسائل الإعلام مثل (الحرب الباردة ،الشرق الاوسط الجديد، الارهاب، اسلحة الدمار الشامل) اذا كان من ابرز اهداف البرنامج التنبيه الراي العام المحلي والعربي لما يتعرض له من تضليل عن طريق تعريفه بالمعاني الحقيقية للمصطلحات والمواضيع المتداولة اعلامياً كما تعريفه حقيقة استخدام الكلمة والصورة التليفزيونية في هذا المجال^(٤).

خامساً: توظيف منصة اليوتيوب للبرامج الحوارية

علماً ان المحطات التلفزيونية لها جمهورها المتابعين للمضامين التي تقدمها على شاشتها كما لبرامج والايخبار وغيرها الا أن الجمهور لديه رغبة المشاركة بأرائه في البرامج الاجتماعية أو السياسية وغيرها لذلك سعة الفضائيات الى توظيف منصة اليوتيوب لنشر محتواها وزيادة جمهورهم واعطاء الجمهور فرصة للتفاعل^(٥) اذ عملت بعض المؤسسات التلفزيونية على اظهار بعض المضامين الإعلامية التي تراها جذابة ومهمة للمتلقي عبر اقتطاع جزء معين من البرنامج ويتم نشرها على منصة اليوتيوب إضافة الى عرض البرنامج بأكمله وأن من المميزات

(١) شيماء عبد المجيد ذياب علاوي ،البرامج السياسية في التلفزيون ودورها في تشكيل الأجندة السياسية لدى الجمهور العربي، أطروحة الدكتوراه غير منشوره، جامعة بغداد، كلية الإعلام ،قسم الصحافة الإذاعية والتلفزيونية، ٢٠٢٠م، ص ٨٥.

(٢) علياء عادل فاخر العبيدي، دور البرامج الحوارية في ترتيب اولويات الجمهور ازاء قضايا الحراك السياسي في العراق، جامعة بغداد غير منشورة، كلية الإعلام، قسم الصحافة الإذاعية والتلفزيونية، ٢٠٢١م، ص ٩٩.

(٣) منذر صالح الزبيدي، دور وسائل الإعلام في صنع القرار السياسي، (عمان: دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع، ٢٠١٣م)، ص ١٩٥-١٩٦.

(٤) شيماء عبد المجيد ذياب علاوي، مرجع سابق، ص ٨٦.

(٥) فاطمة الزهراء عبد الفتاح، الاندماج وصناعة الأخبار، (القاهرة: دار العربي للنشر والتوزيع، ٢٠١٦م)، ص ٢٨.

والخدمات التي تقدمها منصة اليوتيوب دفعت عدد كبير من المستخدمين للبحث عن البرامج التلفزيونية لمتابعتها من خلالها^(١).

وجدير بالذكر الخصائص المميزة لليوتيوب التي جعلت الفضائيات تلجئ إليه بنشر محتواها وهي^(٢):-

١- تضم المنصة مجموعة واسعة من المحتوى الفيديوي من افلام واشرطة الفيديوي والموسيقى ومقاطع البرامج والمواد التلفزيونية

٢- من الممكن انشاء قناة منفصلة لكل مستخدم .

٣- يتم اضافته عنوان رئيس يوضح الفيديوي.

٤- يتم اوصول رسالة الكترونية الى كل مستخدم يشترك ويسجل في قناة حتى يتم اخباره بكل المقاطع الجديدة التي يتم تنزيلها .

فضلاً عن تلك السمات أنه سهل الاستخدام وإضافة تعليق وكذلك إضافة مقاطع صوتية لمقطع الفيديوي والتحكم في درجة الصوت وإضافة الى ما تقدم تساعد سمات الأرشفة التي يتمتع بها اليوتيوب بتسيخ الاحداث والوقائع في ذهن المستخدم عن طريق تكرار المشاهدة للحدث وبعدها يتم تشكيل الآراء بشأنها من الجمهور المتلقي إضافة على انه يوفر للمستخدمين معرفة جوانب اخرى لم يستطيع إدراكها ملاحظتها بالمشاهدة الاولى^(٣).

و نستطيع القول ان ظهور المنصات الرقمية اثر بشكل كبير على القنوات الفضائية ووسائل الإعلام التقليدية الاخرى بسبب مميزاتها اذ جعلت الفضائيات تحجز مواقع خاصه على منصات تواصل اجتماعية لا سيما اليوتيوب لنشر محتوياتها والبرامج و تعد هذه المنصات منصات الاجتماعية اليوم و ركن اساسي من اساسيات نجاح هذه البرامج والمضامين الإعلامية كما يحافظ التلفزيون على جمهوره اذ بدا جمهور المستخدم يفضل استخدام المنصات الرقمية بدلا من مشاهدته التلفزيون اذ يستطيع مشاهدة ومتابعة البرامج والمسلسلات والافلام عبر الجهاز الذكي او الحاسوب في اي زمان ومكان ومتى ما يرغب في المشاهدة و حسب الطلب كما أن عدم وجود فواصل اعلانية وغيرها من المميزات علاوة على ذلك رجع الصدى بسبب تفاعلية المنصات التي وفرتها للمستخدمين عن طريق تقديم آراء والمشاركة والاعجابات التي ساعدت القنوات التلفزيونية على معرفه اهتمامات ورغبات الجمهور و اراء لتحققها يمكن القول إن المنصات الاجتماعية لها دور كبير في توسيع دائرة جمهور البرامج التلفزيونية وزيادة التفاعل معها وبالتالي يمكن اعتبار هذه المنصات أداة هامة للترويج للبرامج التلفزيونية وزيادة شهرتها.

المبحث الثالث: الشأن السياسي المحلي في البرامج الحوارية على منصة اليوتيوب

أجرت الباحثة تحليلاً لمضامين برنامج (نفس عميق)، وهو برنامج حوارية يعرض على قناة أي نيوز، ويهتم بطرح المواضيع السياسية والاقتصادية والاجتماعية التي تهم المواطن العراقي. استخدمت الباحثة أسلوب الحصر الشامل الجزئي لتحديد الموضوعات الخاصة بالشأن السياسي المحلي العراقي التي تناولها البرنامج خلال الفترة الزمنية المحددة للتحليل، وتجدد الإشارة إلى أن البرنامج متاح على منصة اليوتيوب، مما يتيح للباحثين الوصول إلى الحلقات ومشاهدتها في أي وقت، وتم تحليل الموضوعات السياسية التي طُرحت في البرنامج الحوارية (نفس عميق)، وذلك كجزء من الدراسة التحليلية.

(١) حسن السوداني، محمد المنصور، شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيرها على جمهور المتلقي، (عمان : مركز الكتاب الأكاديمي، ٢٠١٦م)، ص ٥١.

(٢) ينظر كل من :-

- فتح حسين عامر، صحافة الفيديو تقنياتها واشكالياتها، (القاهرة: دار العربي للنشر والتوزيع، ٢٠٢٢ م)، ص ١٢٠.

- محمد طه، الفصل المقلوب، (القاهرة: دار البشير للثقافة والعلوم، ٢٠٢٢م)، ص ٨٧.

(٣) غالب كاظم جواد الدعيمي، مرجع سابق، ص ٨٦.

جدول (١): يوضح فئات قضايا السياسة الداخلية

ت	الفئات	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	التأكيد على اجراء انتخابات مجالس المحافظات	٤٩	١٩.٧٦%	الأولى
٢	الاهتمام بموضوعات النزاعات العشائرية	٣٧	١٤.٩٢%	الثانية
٣	التأكيد على انفلات السلاح	٣٥	١٤.١٢%	الثالثة
٤	إبراز قضية تقسيم العراق الى أقاليم	٣٠	١٢.٠٩%	الرابعة
٥	دعوة التيار الصدري للعودة الى العملية السياسية	٢٥	١٠.٩%	الخامسة
٦	الإشارة الى تعاقد رئيس مجلس النواب السابق مع شركات أجنبية	٢٠	٨.٠٦%	السادسة
٧	إبراز التحذير منها شاشة الوضع الأمني	١٩	٧.٦٦%	السابعة
٨	الإشارة الى تداعيات غياب الصدر عن العملية السياسية	١٨	٧.٢٥%	الثامنة
٩	تناول موضوعات انعدام الثقة بين المكونات السياسية	١٥	٦.٠٤%	التاسعة
	المجموع	٢٤٨	١٠٠%	

توضح نتائج جدول (١) والذي تناول فئات قضايا السياسة الداخلية ، اذ جاءت في المرتبة الأولى، فئة (التأكيد على اجراء انتخابات مجالس المحافظات) بنسبة (١٩.٧٦%) وتكرار (٤٩)، بينما احتلت فئة (الاهتمام بموضوعات النزاعات العشائرية) المرتبة الثانية بنسبة (١٤.٩٢%) وتكرار (٣٧)، أما في المرتبة الثالثة، فقد جاء (التأكيد على انفلات السلاح) بنسبة (١٤.١٢%) وتكرار (٣٥). وبرزت قضية تقسيم العراق إلى أقاليم في المرتبة الرابعة بنسبة (١٢.٠٩%) وتكرار (٣٠)، كما جاءت فئة (دعوة التيار الصدري للعودة إلى العملية السياسية) في المرتبة الخامسة بنسبة (١٠.٩%) وتكرار (٢٥)، بينما جاءت (الإشارة إلى تعاقد رئيس مجلس النواب السابق مع شركات أجنبية) في المرتبة السادسة بنسبة (٨.٠٦%) وتكرار (٢٠)، وبالنسبة للمرتبة السابعة حصلت عليها فئة (إبراز التحذير من تدهور الوضع الأمني) بنسبة (٧.٦٦%) وتكرار (١٩)، وجاءت الإشارة إلى تداعيات غياب الصدر عن العملية السياسية في المرتبة الثامنة بنسبة (٧.٢٥%) وتكرار (١٨)، وأخيراً فئة (تناول موضوعات انعدام الثقة بين المكونات السياسية) جاءت في المرتبة التاسعة بنسبة (٦.٠٤%) وتكرار (١٥)، لقد اهتم البرنامج اهتماماً مفصلاً بفئة اجراء انتخابات مجالس المحافظات وتم ذكرها بعدد من الحلقات البرنامج تعد الانتخابات جزء من عملية البناء الديمقراطي في البلد وتسمح للمواطنين بالمشاركة باختيار من يمثلهم كما ذكر حيدر اللامي قيادي في ائتلاف دولة القانون "انتخابات فيصل بن الفساد ولا فساد بين الديمقراطية واللاديمقراطية بين الفوضى واللافوضى هذا الامر حتمي دستوري يجب ان نطبقه فيه تحديات كبيرة به امور كبيرة نعم لكن ليس لدينا سوى هذا الباب ان نقوم به وهو الانتخابات خاصة حتى ان حكومة السيد محمد شياع السوداني قالت يجب ان نقيم في هذه السنة الانتخابات وهذه الانتخابات ضرورية لمجتمع وللشعب العراق فنحن نقوم ما هو ضروري ثانيا القوى السياسية اجتمعت ان تكون هنالك انتخابات الشعب مهياً بان تكون هنالك انتخابات المفوضية مهياً للانتخابات البرلمان

مهياً للانتخابات لذلك ليس وجود مثل هذه العوارض البسيطة تمنع وجود هذا الاستحقاق الشعب^(١).

جدول (٢): يوضح أنواع المعالجة الخاصة بموضوعات الشأن السياسي المحلي

ت	الفئات الفرعية	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	المعالجة المحايدة	٤١	٣٤.١٧%	الأولى
٢	المعالجة الانتقادية	٣٩	٣٢.٥%	الثانية
٣	المعالجة التسويقية	٢١	١٧.٥%	الثالثة
٤	المعالجة التحريضية	١٠	٨.٣٣%	الرابعة
٥	المعالجة التحريضية	٩	٧.٥%	الخامسة
	المجموع	١٢٠	١٠٠%	

يوضح جدول (٢) تفاوت أنواع المعالجة للموضوعات الشأن السياسي المحلي في البرنامج واتضح من التحليل توجد (١٢٠) تكرار تقسمت على (خمسة) فئات اذ حصلت فئة المعالجة المحايدة على المرتبة الاولى على (٤١) تكرار وبلغت نسبتها المئوية (٣٤.١٧%) اذ جاءت فئة المعالجة الانتقادية في المرتبة الثانية وعلى (٣٩) تكرار حصلت عليه ونسبتها (٣٢.٥%) ووردت فئة المعالجة التسويقية بالمرتبة الثالثة وحصلت (٢١) تكرار ونسبتها بلغت (١٧.٥%) وحصلت فئة المعالجة التحريضية على (١٠) تكرار وجاءت بالمرتبة الرابعة ونسبتها (٨.٣٣%) واخيرا جاءت فئة المعالجة المتحيزة على المرتبة الخامسة وحصلت على (٩) تكرار ونسبتها (٧.٥%).

مما يتضح أن البرنامج اعتمد بالمرتبة الاولى على المعالجة المحايدة وبلغت اعلى تكرارات إذ يتم معالجة احداث الشأن السياسي المحلي بطريقة حيادية دون تحيز وميل لاحد الاطراف واجراء نقاش بموضوعية وبطريقة بناءه ويجاد قدر الامكان حلول مقبولة ومتوازنة إذ تسهم على تجنب التوترات والصراعات بين الجوانب المختلفة وكسب ثقة الجمهور وعدد اكبر من المشاهدين وتحقيق انتشار واسع للبرنامج.

فيما جاءت في المرتبة الثانية المعالجة الانتقادية أهتم البرنامج بهذه المعالجة الانتقادية في عرض الجوانب السلبية والإيجابية للموضوعات الشأن السياسي المحلي مما يسهم الحوار بالمعالجة النقدية على تفسير وتحليل الموضوعات السياسية ومعالجتها و لمحاولة لإيجاد حلول مرنة و اراء تصحيحية مما يساعد المشاهدين على فهم اكثر للموضوعات.

ثم جاءت فيما بعد المعالجة التسويقية وهذه المعالجة تعد بمثابة سلاح التنافسي للبرنامج يساعده على مواجهة متغيرات الشأن السياسي المحلي وربطه بالقرارات التي من شأنها ان تسهم في زياده وعي المتلقي الجمهور عن طريق هذا التسويق والهدف منه دعم موقف معين وجعلها ثقافة عامه لدى جميع المتلقين في مختلف في مشاربهم وبيئاتهم والعمل على ابتكار السبل كافة بأخذ يد المتلقي و صرفه عن جميع المؤسسات الإعلامية الأخرى وقد لاحظت الباحثة ان هذه المرتبة قد حازت ما قبل الأخيرة.

وقد وجدت الباحثة حصول المعالجة المتحيزة على المرتبة الاخيرة مما يدل ان البرنامج يتقصى الموضوعية او الحرية وحاول ان يكون وصفيا لا معياريا ولا نبالغ ان الموضوعية الكاملة لا توجد في اعلى المؤسسات الإعلامية شريكها وغربيها لكن عن طريق تحليلنا لان البرنامج حاول

(١) تاريخ الحلقة، ٣٢/١٠/٢٠٢٣ ينظر الى الرابط: <https://2u.pw/CdOK64vV>

جهد الامكان يبتعد عن التحيز الإعلامي والابتعاد عن الادلجة والتمركز حول فكره معينة والابتعاد فضلا عن ابتعاده أيضا اثاره العواطف وما لها من دور في التحيز الإعلامي.

جدول (٣): يبين أساليب تقديم موضوعات الشأن السياسي المحلي

ت	الفئات الفرعية	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	تقديم الحقائق	٥٢	٤٣.٣٤%	الاولى
٢	التحليل والتفسير	٣٧	٣٠.٨٣%	الثانية
٣	التوجيه والإرشاد	٢١	١٧.٥%	الثالثة
٤	التضخيم والتهويل	١٠	٨.٣٣%	الرابعة
	المجموع	١٢٠	١٠٠%	

توزعت اغلب اساليب تقديم الموضوعات للشأن السياسي المحلي ووجدنا انها بلغت (١٤٥٧) تفرقت على (أربعة) فئات تقدمت بي المرتبة الاولى في تقديم الحقائق وحصلت على (٥٢) تكرار وبلغت نسبتها المئوية (٤٣.٣٤%) وجاءت فئة التحليل والتفسير في المرتبة الثانية وحصلت على (٣٧) تكرار وبلغت نسبتها (٣٠.٨٣%) كما جاءت فئة التوجيه والإرشاد بالمرتبة الثالثة وحصلت على (٢١) تكرار ونسبتها (١٧.٥%) فيما وردت اخر الحقل فئة التضخيم والتهويل بالمرتبة الرابعة وحصلت على (١٠) تكرار ونسبتها تبلغ (٨.٣٣%) وهذا يدل على ما يأتي:

- أن البرنامج اعتمد في اساليب تقديم الموضوعات بالدرجة الاولى على تقديم الحقائق فرسالة البرنامج بوجه عام هو عبارة عن حقائق وادله وبيانات تقدمها الى فئة المتلقين وهذا المرسل (البرنامج) قد لاحظنا إنه حصل على المرتبة الاولى في ان يوصل الحقيقة بما هي حقيقية الى المستقبلين (المشاهدين) والتي تضم المعلومات والمفاهيم والحقائق بأجمعها باختلاف صورها سواء ببساطه او تعقيد.

ثم تلتها المرتبة الثانية فئة تحليل والتفسير وهذا يدل على ان البرنامج اعتمد عليها بشكل جيد جدا والمعروف ان المؤسسات الإعلام لا تهتم بمعزل عن تأثيرات النظام الاجتماعي السائد فالإعلام ابن بيئته وطريقة التعامل مع تلك الوسائل تتأثر بما اخذ المجتمع من مرجعيات ماضويه فيحاول في البرنامج إزالة الغموض ووضع الأجندة وزياده نظم القيم والسلوكيات والابتعاد عن التأثيرات الوجدانية للمتلقى فضلا عن التأثيرات السلوكية وبعد ان يقوم هذا الاسلوب بإزالة الغموض وزياده المعلومات يحاول ان يبينها بصورة واضحة وجليه وارسالها الى جميع المشاهدين .

ثم فئة التوجيه والإرشاد في المرتبة الثالثة عن طريق هذا الاسلوب حاول البرنامج ان يكون احد العوامل الرئيسة والدعائم والاستراتيجية لتجسيد المشاريع الحضارية في مجتمعنا والمعروف ان الإعلام ورسالته هو القلب النابض للمنظومة التكوينية والتوجيه والإرشاد ليكتمل في الاخير الهدف العام المنشود المتمثل في اعداد جمهور يتسم بالتفكير الايجابي والفعال والمنضبط وفق قيم مبادئ وقوانين. ثم في المرتبة الاخيرة فئة التضخيم والتهويل في هذا الحقل ان البرنامج حاول ان يبتعد عن التهويل والتضخيم للحقائق لأنه اراد ان يكون البرنامج محايد.

جدول (٤): يوضح فئات انواع الحوار المستخدم في البرنامج

ت	الفئات الفرعية	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	حوار الراي	٥٥	٤٥.٨٤%	الاولى
٢	حوار معلومات	٥٢	٤٣.٣٣%	الثانية
٣	حوار شخصية	١٣	١٠.٨٣%	الثالثة
	المجموع	١٢٠	١٠٠%	

تنوعت فئات انواع الحوار الى ثلاثة فئات فرعية ووجدنا خلال تحليلنا أن هناك (١٢٠) مجموع التكرارات لها اذ جاءت فئة حوار الراي في المرتبة الاولى وحصلت على (٥٥) تكرار وبلغتها

نسبتها المئوية (٤٥.٨٤%) وحصلت فئة حوار المعلومة على (٥٢) تكرار وكانت نسبتها المئوية (٤٣.٣٣%) وجاءت في المرتبة الثانية وكذلك جاءت فئة حوار الشخصية في المرتبة الثالثة وحصلت على (١٣) تكرار ونسبتها بلغت (١٠.٨٣%) ونعلل ذلك كما يأتي:

- حوار الراي وهذا الحوار عادة ما يستضيف به شخصيات ذات الثقل في المسائل المطروحة فيستضيفها للتعرف على وجهه نظرها وطرح الاشكاليات والحلول وامداد الجمهور باذ يات ذلك الراي .

- حوار المعلومة وهذا النوع غايته الحصول على بيانات ومعلومات معينة حول المسألة المطروحة فكان البرنامج يسعى الحصول عليها من مصادرها المباشرة وتقديمها الى جمهورها وكثيرا ما كان البرنامج يستضيف شخصيات عقب الاجتماعات الرسمية او في بداية الزيارات الرسمية او وقوع احداث هامه في المستوى العام فالغاية هنا اخذ المعلومة وطرحها بصورة سريعة ومباشرة وعاده ما يتولد من هذا الحوار اخبار جديده لم يسبق نشرها مما يثير دائرة الاهتمام بالنسبة للمتلقى من اذ تفاصيل المعلومة وحدثتها وهذا متوقف على مهارة المحاور وثقافته .

- طبيعة الحوار الشخصي وهو الحوار يحق لنا القول اجتماعي انساني بامتياز له لم يركز عليها لان البرنامج سياسي قد تناول الحوارات الشخصية بقله.

جدول (٥): يبين اللغة المستخدمة من قبل المقدم وضيوف البرنامج

ت	الفئات الفرعية	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	استخدام اللهجة العامية	٨١	٦٧.٥%	الاولى
٢	اللغة الإعلامية الوسطى	٣٩	٣٢.٥%	الثانية
٣	اللغة الفصيحة	٠	٠%	الثالثة
	المجموع	١٢٠	١٠٠%	

تباينت فئات اللغة المستخدمة من قبل المقدم وضيوف البرنامج وتوزعت على (ثلاثة) فئات ومجموع تكرارات كان (١٢٠) تكرار اذ جاءت فئة استخدام اللهجة العامية في المرتبة الاولى وحصلت على (٨١) تكرار وكانت نسبتها (٦٧.٥%) ثم جاءت فئة اللغة الإعلامية الوسطى في المرتبة الثانية وحصلت على (٣٩) تكرار وبلغت نسبتها المئوية (٣٢.٥%) وحصلت فئة اللغة الفصيحة على (٠) تكرار ونسبتها كانت (٠%) وهذا يدل على ما يأتي:

- يتضح من النتائج غالبا ما راينا بصورة جلية ان البرنامج يحاول ان يأخذ اللغة الإعلامية الوسطى لكنه دون شعور ينزلق مع ضيفة نحو اللغة العامية ولذلك يريدون ان يوصلوا الفكرة الى جميع الفئات المستهدفة من الجمهور وحصول فئة اللهجة العامية على المرتبة الأولى للبرنامج فكان ينبغي ان هذا البرنامج بمساعدة اللغة ان يقوم بوظيفته وهي تحقيق مبادا التواصل بين المرسل والمتلقي وتعمل على تزويد المشاهد بوثائقه الاخبار والمعلومات والاهم من وجهه نظري رفع مستوى الوعي وثقافة الجمهور فهنا وقعت اشكالية في البرنامج وهذه الاشكالية دائمة ما تكون مثار جدلا فسلامة اللغة الإعلامية هنا اسمحوا لي بالقول انها كانت مضطربة ولم تكن على نسق واحد و صار لازما بذل جهد مضاعف لخلق التوازن بين المرسل والجمهور من جهة والتوازن بين المحاور والضيف من جهة اخرى لكي يستقيم الامر ويكون وفق سياقة الإعلامي فتارة المحاور يستخدم اللغة الفصيحة والضيف يتحدث بلهجة عامية واضحة كانت مما خلق انكسارا لدى المتلقي وقد تزايدت ظاهرة التحدث باللهجة العامية وغير الفصيحة وقد لاحظنا في

بعض حلقاته ان يقم مصطلحات في اللغة الدارجة لتحل محل اللغة الإعلامية الوسطى ولدرجة ان بعض العنوانات قرانا اللهجة العامية مثال ذلك لو تركض ركض الوحوش غير مقاعدك ما تحوش .

- وحصول فئة اللغة الإعلامية على المرتبة الثانية وكانت نسبة غير مرضية يتضح من النتائج غالبا ما راينا بصورة جلية ان البرنامج يحاول ان يأخذ اللغة الإعلامية الوسطى لكنه دون شعور ينزلق مع ضيفة نحو اللغة العامية ولذلك يريدون ان يوصلوا الفكرة الى جميع الفئات المستهدفة من الجمهور.

- وحصول فئة اللغة الفصيحة على صفر تكرار نعلل ذلك ونقول من المؤسف ان اللغة الفصيحة بما تمتلك من مقومات حضارية وتاريخية تجعلها من اهم اللغات الحية في العالم فضلا عن موروثه الديني وهي التي استطاعت عبر مسارها طويل ان تحتفظ بمنزلتها على الرغم من تلك التحديات التي عاصرتها وحاولت طمس هويتها لكنها بقت وضاهه ولاحظناها في كثير من وسائل الاتصال الحديثة والإعلام كيف أدت وظيفتها بصورة لماعه لما لها من تأثير ونفوذ معنوي هائل على الملايين الا أن البرنامج قد اغفل هذه الجزئية المهمة التي من وجهه نظري عامل مهم في نجاح وانجاح البرنامج ولا اعرف السبب في الاهمال هذا.

جدول رقم (٦): يوضح فئات أساليب إدارة الحوار

ت	الفئات الفرعية	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	استدراج الضيف	٤٩٢	٣٣.٧٧%	الاولى
٢	إثارة الأسئلة المفتوحة	٤٨٩	٣٣.٥٧%	الثانية
٣	الاعتماد على الأسئلة المغلقة	١٤٩	١٠.٣٢%	الثالثة
٤	توظيف الاسئلة المركبة	١٢٣	٨.٤٤%	الرابعة
٥	توجيه النقد	١١٠	٧.٥٤%	الخامسة
٦	اللجوء الى الأسئلة الاستفزازية	٩٤	٦.٤٥%	السادسة
	المجموع	١٤٥٧	١٠٠%	

تفاوتت أساليب إدارة الحوار في البرنامج كان مجموع تكراراتها (١٤٥٧) تكرارا وتقسمت على (سنة) فئات لكن اعتمد البرنامج على استدراج الضيف في المرتبة الاولى اذ حصلت على (٤٩٢) تكرار ونسبتها (٣٣.٧٧%) وجاءت فئة إثارة الأسئلة المفتوحة في المرتبة الثانية حصلت على (٤٨٩) تكرار ونسبتها (٣٣.٥٧%) ثم جاءت فئة الاعتماد على الأسئلة المغلقة بالمرتبة الثالثة وحصلت على (١٤٩) تكرار نسبتها (١٠.٣٢%) ثم جاءت فئة توظيف الاسئلة المركبة في المرتبة الرابعة وحصلت على (١٢٣) تكرار وبلغت نسبه (٨.٤٤%) وحصلت فئة توجيه النقد على (١١٠) تكرار وكانت نسبتها المئوية (٧.٥٤%) ثم جاءت فئة الأسئلة الاستفزازية حصلت على (٩٤) تكرار وجاءت بالمرتبة السادسة (٦.٤٥) نسبتها المئوية كانت وهذا يدل على ما يأتي:- يتضح لنا أن البرنامج لجأ عده اساليب لإدارة الحوار حصلت بالمرتبة الاولى اسلوب فئة استدراج الضيف إذ استخدم القائم بالاتصال هذا الاسلوب الاستدراج الضيف والحصول على كل ما يريده من معلومات التي تخدم القضية المطروحة وسياسة القناة وتساوده على جذب انتباه المشاهدين.

-ولجوء القائم بالاتصال الى اثاره الاسئلة المفتوحة في البرنامج ركز عليها البرنامج بنسبه جيدة اذ انها تدفع الضيف الى اعطاء معلومات واسعة وتفصيلية للموضوع واعطاء رأيه بالمشكلة المثارة للنقاش مما تساعد الجمهور على فهم المشكلة بوضوحها وهذه هي الاسئلة العائمة.

- وابرز البرنامج اعتماده على الأسئلة المغلقة لما لها من أهمية ومحاولة الحصول على اجابة محددة مركزية او فيها شيء من الحساسية او اثاره بعض الامور التي ليس من الصحيح ان تطرح وان لا تثار الابدائية منها وتكون اجابتها بنعم او لا.

-أما حصول اسلوب توظيف الاسئلة المركبة على المرتبة الرابعة مما يدل ان البرنامج ركز على توظيف الأسئلة المركبة في ادارته للحوار لان هذه الأسئلة توجه عدة اسئلة في سؤال واحد مما تؤدي الى تشتت الضيف وارباهه ويجيب على جزء ويترك جزء اخر كذلك ينعكس سلبا على المشاهد الذي يتابع الحوار اذ يشتت ذهنه اذ لاحظت الباحثة ان حاول القائم بالاتصال الابتعاد عنها قدر الامكان حتى لا يتسبب يشتت تركيز الضيف ويحصل على اجابة غير واضحة للسؤال.

-ولاحظنا حصول فئه اللجوء الى الاسئلة الاستفزازية على المرتبة الاخيرة مما يدل ان البرنامج ابتعد عن طرح هذه الأسئلة التي قد تؤدي الى توتر بين الضيوف واثاره الجدل مما ينعكس سلبا على البرنامج.

جدول (٧): يوضح مصادر المعلومات التي اعتمد عليها البرنامج

ت	الفئات الفرعية	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	ضيوف البرنامج	١٩٥	٥٠.٢٦%	الأولى
٢	عرض الوثائق	١٠٠	٢٥.٧٨%	الثانية
٣	القوانين	٤٠	١٠.٣٠%	الثالثة
٤	مصادر خاصة	٣١	٧.٩٩%	الرابعة
٥	صحيفة	١٥	٣.٨٧%	الخامسة
٦	وكالات الانباء	٧	١.٨٠%	السادسة
	المجموع	٣٨٨	١٠٠%	

تبينت المصادر المعلومات التي اعتمد عليها البرنامج اذ وجدنا عن طريق تحليلنا ان هنالك (٣٨٨) مجموع التكرارات الخاصة بهذه الفئة جاءت فئة ضيوف البرنامج في المرتبة الاولى وحصلت على (١٩٥) تكرار وبلغت نسبتها (٥٠.٢٦%) وجاءت فئة عرض الوثائق في المرتبة الثانية اذ حصلت على (١٠٠) تكرار وكانت نسبتها المئوية (٢٥.٧٨%) ثم جاءت فئة القوانين في المرتبة الثالثة وحصلت على (٤٠) تكرار وبلغت نسبتها (١٠.٣٠%) ووردت فئة مصادر خاصة في المرتبة الرابعة وحصلت على (٣١) تكرار وكانت نسبتها المئوية (٧.٩٩%) ثم حصلت فئة صحيفة على (١٥) تكرار وكانت نسبتها (٣.٨٧%) وجاءت في المرتبة الخامسة واخيرا حصلت فئة وكالات الانباء على (٧) تكرار وبلغت نسبتها (١.٨٠%) وجاءت في المرتبة السادسة ونعلل ذلك كما يأتي:

-ضيوف البرنامج : اعتمد البرنامج بصورة رئيسة على اخذ المعلومة من ضيوفه لتكون المعلومة مباشرة فهم يشكلون عصب المحتوى الاساسي للحلقات المعروضة فان نجاح البرنامج مرهون ومصداقيته بهذه الركيزة المهمة ونقلها للمشاهدين لذا احتلت المرتبة الأولى.

-عرض الوثائق: إن عملية عرض الوثائق التي تتم داخل البرنامج تعد من الخطوات الاساسية التي تضمن وصول المعلومة من مصدرها الى المشاهد وهذه الوثائق تفتح باب الحوار والتحليل للضيف وبعدها المشاركة التفاعلية للمشاهدين من هنا تكمن اهمية عرض الوثائق اعلاميا والذي رصدناه في المرتبة الثانية للبرنامج ويحقق جانبين مهمين في بناء الراي العام فالجانب الاول هو كشف الوثائق المتلقي ليكون مطلع عليها وثانيها هو توظيف هذه المعلومة في تفسير وتوضيح الجوانب الشائكة منها.

-قوانين : عمد البرنامج الى عرض القوانين وتفسيرها وشرحها مع مختصين وعرضها في بداية البرنامج وذلك لمعرفة المسبقة بان القانون مرتبط ارتباطا وثيقا بالإعلام وبعدها بالمجتمع ولا سيما في ضوء ما يمر به البلد من احداث سياسية تضع الجميع على فهم القانون وبناءه اجتماعيا فيحاول البرنامج ضرورة التوفيق الناجح بين ممارسة هويته الإعلامية و مساحته والاطر

القانونية فيستطيع البرنامج عن طريق عرض المواد القانونية وربطها بالأحداث ان يكون راي عاما يساهم في تحريك المجتمع كما هو حاصل الان.

-المصادر الخاصة: يلجأ البرنامج بأخذ معلوماته من جوانب متعددة والمعلومات هي القاعدة الاساسية في البرنامج وهناك معلومات تمارس الدور الرئيسي والمحرك ومن شأنها ان تطور الاحداث على الساحة وتبلور الثقافة العامة إلا أن هنالك معلومات لا يمكن الافصاح عن مصادرهما ولذلك لما تمثل من خطورة على ناقلها او معطيها نظرا لما لها من تبعات فمحاوله البرنامج الدؤوبة في الحصول على المعلومة جعلت منه ان يبحث في اكثر من زاوية توصله للكثير منها دون الافصاح لذلك حصلت هذه الفئه على المرتبة الرابعة.

-الصحيفة: بما ان البرنامج حوارى نقاشي ويتضمن طرعا للآراء المتباينة ويتناول القضايا المتعلقة سياسيا واجتماعيا فيروم ان يكون شموليا ومشاركيا مع الجماهير لذا يحاول الاستعانة في جمع معلومة من مصادر مختلفة ومنها المصادر الإعلامية صحفية ورقية ام إلكترونية تناسب وقت وزمان الموضوع المطروح وقد حازت على نسبة لا بأس بها.

-وكالات الانباء: استعان البرنامج بوكالات الانباء ولا سيما المشهورة منها ببعض المعلومات وان كانت غير مكتملة الا أنها تعد بمثابة مفتاح لمصادر اخرى للمعلومة وخيوط لأخبار متعلقة فيما بعضها والبعض الاخر اذ توفر هذه الوكالات عين اخرى للبرنامج خارج نطاقه الجغرافي وتجعله في قلب الحدث مما يمكنه التواصل مع مصادر اخرى واخذ التصريحات من ضيوفه وبذلك يعزز امكانية التوصل الى الحقائق وان طبيعة اخذ البرنامج من تلك الوكالات هي طبيعة ذات بعد تكاملي لكنها تضع على عاتق معدي البرنامج ومقدم البرنامج مهمة التحري بدقة المعلومات التي تطرحها الوكالات.

جدول (٨): يوضح منشى المعلومات التي اعتمد عليها البرنامج

ت	الفئات الفرعية	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	الأدلة والوثائق	٤٢	٣٥%	الاولى
٢	معلومات شخصية	٤١	٣٤.١٧%	الثانية
٣	الدراسات وابحاث العلمية	٣٠	٢٥%	الثالثة
٤	استبانات رسمية وغير رسمية	٧	٥.٨٣%	الرابعة
	المجموع	١٢٠	١٠٠%	

تباينت أنواع منشى المعلومات في برنامج (نفس عميق) الخاصة في موضوعات الشأن السياسي المحلي اذ بلغت عن طريق تحليلنا ان هناك (١٢٠) تكرار تقسمت على (اربعة) فئات فجاءت فئه الأدلة والوثائق بالمرتبة الاولى وحصلت على (٤٢) تكرار والنسبة المئوية لها (٣٥%) فيما جاءت فئه معلومات شخصية في المرتبة الثانية وحصلت على (٤١) تكرار وبلغت نسبتها (٣٤.١٧%) وكذلك جاءت فئه الدراسات وابحاث العلمية بالمرتبة الثالثة حصلت على (٣٠) تكرار وبلغت نسبتها المئوية (٢٥%) بينما جاءت فئه استبانات رسمية وغير رسمية في المرتبة الرابعة حصلت على (٧) تكرار وكانت نسبتها (٥.٨٣%) وذلك يدل كما يأتي:

-المعروف ان التأثير الكبير التي تحدثها الوثائق والأدلة هي من اصدق الصور في البرنامج ومن الفئات المهمة وقد جاءت المرتبة الاولى وما لها من فهم يسير من قبل الجمهور وتظهر اهمية الوثائق التي تعد منشأ للمعلومة وحرى بالباحثة أن تقول انها علم وفن قائم بحد ذاته لكن هذه الوريقات لا يتسع المجال لشرحها وعرضها وهذه الصور هي مرتبطة بصدق البرنامج وكلمته وهي تقدم ادق التفاصيل وتساعد على بناء منظومة البرنامج برمته.

-بينما ركز البرنامج على معلومات الشخصية لضيوف بصورة كبيرة حتى حصلت هذه الفئة على المرتبة الثانية لكن هي رافد مهم للمعلومة في البرنامج الا إننا لا نطمئن بصحتها ووثاقتها فهي تحتل اكثر من وجه سيما مرتبطة بثقافة الشخص ومزاجه دون الادلة والوثائق التي ينبغي

تواجدها وتوفرها لتأكيد صحة الكلام وتشير الدراسات والابحاث لان المعلومات الشخصية اغلبها هي معلومات أن جاز لنا القول هي معلومات يخلو كثيرها من الصحة غايتها جذب انتباه المتلقي -بينما فئة الأبحاث والدراسات إذ حصلت على المرتبة الثالثة ان البرنامج عندما يستضيف شخصيات فاعلهم هم لا يستندون بما يطرحون من مرجعيات تابعه لدراسات او ابحاث ويصرحون بما يملي عليهم النظام السياسي والواقع الاجتماعي -وحصلت فئة الاستبانات الرسمية وغير الرسمية على المرتبة الرابعة ما يدل ان البرنامج لم يستند عليها لان طرح الاستبانات في البرنامج انه تطفئ روحية البرنامج وتفاعله مع الجمهور.

جدول (٩): يبين الشخصيات الفاعلة في البرنامج

ت	الفئات الفرعية	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	مسؤول حكومي	٧٢	٣٧.٥%	الاولى
٢	شخصيات حزبية	٣٧	١٩.٢٨%	الثانية
٣	محلل سياسي	٣٠	١٥.٦٣%	الثالثة
٤	الخبراء المتخصصون	٢٧	١٤.٠٦%	الرابعة
٥	باحث واكاديمي	١٧	٨.٨٥%	الخامسة
٦	الإعلاميين	٩	٤.٦٨%	السادسة
	المجموع	١٩٢	١٠٠%	

توزعت فئة الشخصيات الفاعلة في البرنامج الى (سنة) فئات وكان عدد مجموع تكراراتها (١٩٠) تكرار إذ جاءت في المرتبة الاولى مسؤول حكومي حصلت على (٧٢) تكرار وبلغت نسبتها (٣٧.٥%) كما جاءت فئة شخصيات حزبية بالمرتبة الثانية وحصلت (٣٧) تكرار إذ بلغت نسبتها (١٩.٢٨%) وكذلك جاءت فئة محلل سياسي بالمرتبة الثالثة وحصلت على (٣٠) تكرار ونسبة مئوية كانت (١٥.٦٣%) ووردت فئة الخبراء المتخصصون بالمرتبة الرابعة وحصلت على (٢٧) تكرار وكانت نسبتها (١٤.٠٦%) وحصلت فئة باحث واكاديمي على (١٧) تكرار كانت نسبتها (٨.٨٥%) وجاءت في المرتبة الخامسة اما فئة الإعلاميين حصلت على (٩) تكرار وكانت نسبتها (٤.٦٨%) وبلغت المرتبة السادسة وذلك يدل على ما يأتي:

-يتبين من النتائج الخاصة بالشخصيات الفاعلة في البرنامج اعتمد البرنامج بالدرجة الاولى على المسؤولين الحكوميين ومنهم اعضاء مجلس النواب وذلك لان البرنامج حوارى سياسي يطرح قضايا مختلفة يحتاج الى استضافة عدد من النواب والمسؤولين الحكوميين لديهم إطلاع واسع بمجريات الامور لذلك الحصول على تحليل وتفسير وراي مباشر من صناع القرار بشأن القضايا السياسية المحلية والخارجية وتقديم معلومات للمشاهد مما يؤدي الى مما يؤدي الى مما يضيف مصداقيه للجمهور الذي يتابع البرنامج .

-واعتمد البرنامج على الشخصيات السياسية الحزبية في البرنامج مما يدل ان استضافه الشخصيات حزبيه يتمثل مختلف وجهات النظر والآراء المختلفة ومختلف التوجهات السياسية لفهم الصراعات والتوترات التي تنشأ بين الكتل السياسية اذ يسهم بتوفير فرصه للحوار والنقاش فيما بينهم لتوضيح مواقفهم واتجاهاتهم.

-واعتمد البرنامج بالمرتبة الثالثة على الخبراء المتخصصين وكانت فئة الخبراء المتخصصين جيدة مما يدل ان البرنامج حرص على استضافه الخبراء المتخصصين اذ يمكن لهذه الشخصيات الفعالة في البرنامج تقديم تحليل وتفسير معمق وتوضيح دقيق بشأن القضايا السياسية المختلفة في زياده فهم ووعي المشاهد للإحداث والتطورات السياسية عن طريق تقديم المعلومات والخبرات سواء كانت قانونية امنية اقتصادية وغيرها .

-كما رأت الباحثة ان حصول فئة المحلل السياسي على المرتبة الرابعة وهي نسبه ضعيفة بالنسبة للبرنامج سياسي يتم يهتم بطرح القضايا والسياسية للإحداث ويعرض يوميا ولا سيما يعد استضافه المحلل السياسي بالبرنامج الحوارى السياسي جزء اساسى جزء اساسى على اثره

الحوار السياسي وتقديم رؤى متخصصة وتحليل دقيق حول القضايا السياسية الهامة بسبب معرفته وخبرته بأشياء السياسي.

-وقد حازت فئة باحث واكاديمي على المرتبة الخامسة وهذه النسبة غير مرضية مما يدل ان البرنامج ركز على الشخصيات الحكومية والسياسية وأخص المتحزبة اكثر من الباحثين والأكاديميين هي الأولى في الحضور في نافذه البرنامج وذلك لانهم يحملون تراكم الخبرات والنظريات المعرفية وبذلك يكون التحليل موضوعيا وفق رؤى اليات ممنهجة وتقديم اراء مختلفة مستقلة غير متحيزة ونلاحظ حصول فئة الإعلاميين على المرتبة السادسة والاخيرة لإخذ وجهه نظرهم حول قضية سياسية معينة يكون اديهم اطلاع عليها.

جدول (١٠): يوضح الفنون التلفزيونية المعتمدة في البرنامج

ت	الفئات الفرعية	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	الصور	٥٤٩	٥٩.٧٤%	الأولى
٢	مقاطع فيديو	١٥٦	١٦.٩٨%	الثانية
٣	مقابلات تلفزيونية	١٢٠	١٣.٥%	الثالثة
٤	تغريدات	٦٢	٦.٧٥%	الرابعة
٥	أرشيف	٢٥	٢.٧٢%	الخامسة
٦	بصمات صوتية	٧	٠.٧٦%	السادسة
	المجموع	٩١٩	١٠٠%	

تنوعت الفئات الفرعية لفئة الرئيسة الفنون التلفزيونية المعتمدة في البرنامج تقسمت الى (ستة) فئات ووجدنا أن هناك (٩١٩) تكرار جاءت في المرتبة الأولى فئة الصور حصلت على (٥٤٩) تكرار وكانت نسبتها (٥٩.٧٤%) ثم جاءت في المرتبة الثانية مقاطع فيديو حصلت على (١٥٦) تكرار وبلغت نسبتها (١٦.٩٨%) ووردت فئة مقابلات تلفزيونية بالمرتبة الثالثة وحصلت على (١٢٠) تكرار وكانت نسبتها المئوية (١٣.٥%) اما فئة تغريدات حصلت على (٦٢) تكرار وبلغت نسبتها (٦.٧٥%) وجاءت في المرتبة الرابعة كذلك جاءت فئة أرشيف في المرتبة الخامسة وحصلت على (٢٥) تكرار وكانت نسبتها المئوية (٢.٧٢%) واخيرا فئة بصمات صوتية جاءت في المرتبة السادسة وكان عدد تكرارها (٧) وبلغت نسبتها المئوية (٠.٧٦%) وهذا يدل على ما يأتي:

-الصورة في افاقها البصرية تكرر دلالات متجزره عند المشاهد ولا سيما ان ثقافتنا العصرية هي ثقافة بصرية وما تؤسسه الصورة من مكونات هي داعمة المعلومات وخبر البرنامج قد استعان بها البرنامج في حلقات عديده وحصلت الصورة الى المرتبة الأولى مما يدل ان الصورة لها قيمة نفسية وثقافية واجتماعية في التأثير على الاتجاهات المشاهدين وحاول البرنامج ان يوظفها في اتجاهات معينة حسب القضية المطروحة للنقاش باذ يتم دمج هذه الصور في اذهان الجمهور لتمارس لاحقا دورا في تحديد تفضيلاتهم السياسية وانطباعاتهم نحو هوية الحكومة للصورة دور يمكننا القول انها لها دور في تحقيق الاجماع عن طريق ولوجها وقدرتها التسلل الذكي لمشاعر المشاهد وعواطفه.

-ان السياق الفيديو له تأثير هائل على المشاهد المتلقي تتداخل صورة مع عوامل وشروط سياسية وتاريخية واجتماعية وتنتشر هذه المقاطع في عملية الاستقطاب وجذب المشاهد وهذه المقاطع من وجهه نظر الباحثة انها تؤثر بصورة مباشرة على صناعة الصورة السياسية في الأيدولوجية التي يورموها البرنامج وهي عملية ليس جديدة قديمة لكنها ضمن نظام الرقمي الموجود قد اخذت حيزها واهميتها لما لها من وثائق مباشرة يبين عرضها و عين المتلقي لذلك ركز البرنامج على استخدامها بصورة واضحة في حلقات عديدة فهذه المقاطع هي فعل اجتماعي مؤثر ثقافيا بالدرجة الأولى ويحمل دلالات رمزية جديدة تلاقي التكنولوجيا لتدمج التكنولوجيا في ادوات الحجج والاقناع فتحول من وسيط مشاهد الى وثيقة للمحاجة فيها اقناع وتوثيق وارشفة.

- تمثل المقابلات التلفزيونية نقطة مهمة والتحضير لها ليس بالأمر الهين وادارتها تعتمد على استعداد الشخص وثقافته وقد حازت على المرتبة الثالثة في البرنامج بما يدل ان البرنامج ارتكز على هذه المقابلات التي تعد مفتاح ادارته لكل ملف تناوله البرنامج والغاية من هذه المقابلات هو عدم تشوية المعنى المقصود في المسائل المطروحة من اذ توفير المعلومات الكثيرة والعميقة والمباشرة حول الموضوع المراد عرضه للمشاهد لذا يعد هذا الركن مهما في البرنامج ويبيغ الأعداد له جيداً واخذ المعلومات الأشمل من قبل الضيوف او الضيف بغيت وصولها للمشاهد.

- اما التغريدات كانت التغريدات في البرنامج في المرتبة الرابعة وهي منصة مهمة لعرض المسائل العالقة بين الطرفين او لتصريح مهم لجهات سياسية مختلفة يتكئ عليها البرنامج لعرض اراء التحولات الراهنة في المشهد السياسي فالبرنامج لا يستطيع مغادره هذه المنصة يوظفها في بداية البرنامج كي يعزز مزايا وخصائصه وهو يعرف مدى اعتماد الجمهور عليها اذ تتيح له (المشاهد) الذي اضحى متفاعل مع البرنامج مما يتيح له امكانية التداول لتلقي المعلومة فما عاد المتلقي وعاء مستقل بل اصبح مشاركاً فعالاً وصانعاً للحدث السياسي وهذه غايه البرنامج ان يكون المشاهد مشاركاً في الراي الجمعي واحياناً يتجاوز الراي العام المحلي الى العالم وهو في عرضه في بداية البرنامج يسارع يعرف الاحداث وتدفق المعلومات بصورة يصعب التحكم في التكهن في تأويلاتها المتلقي وهو في مرحلة سباق للشد وجذب المتلقي كانه يمارس عليه العصف الذهني للمشاهدين.

- الارشيف يحاول البرنامج في عرض الارشيف وهو فن تفاعل يتميز في تحسسه ومعرفته بمشاهده فيقوم بعرض جزء من حلقات سابقة يناغم بها مشاعر الجمهور ويحاول ان يرفع من نسبه التأثير لان هنا نطق بذاكره المشاهد ومرجعياته ومتابعة البرنامج في ترسيخ ما يريده من توجيه لرسالته فيقوم البرنامج عن طريق المرجعيات الذهنية على تقديم مادة اشمل واوسع عرض لبعض الحلول والاستفادة من النقد البناء الفعال بمواجهة ومعالجة اوجه القصور التي تعترى مسار الالتزام بالنتائج المرضية وضرورة الاعتماد على لغة تفاعلية مبنية على المصادقية فضلاً عن زيادة فرص الاقناع والتأثير بالمضمون الإعلامي وترسيخ البرنامج وتدعيمه.

-البصمات الصوتية لجا اليها البرنامج وحاول طرحها في عملية صنع القرار عبر تحديد مشكلتها واختيار المعلومات التي فيها هو يعلم مال البصمات الصوتية من عمق تأثير ومفهوم صناعه القرار السياسي وتعد رافداً من روافد المعلومة ويعتمدها البرنامج ويعتمد الى استخراج المعلومات والحصول عليها بمختلف الادوات كما في البصمة الصوتية التي لها صبغه خاصه لدى المتلقي العراقي عبر ما تقدمه من معلومات ذات اطار يحدده صناع القرار.

الاستنتاجات

بناءً على ما تم تحليله توصلت الباحثة إلى الاستنتاجات الآتية:

١. أن الوضع السياسي والأمني في العراق يعاني من تحديات متعددة تتنوع بين القضايا الانتخابية، النزاعات العشائرية، وانفلات السلاح، علاوة على ذلك، هناك مخاوف بشأن تقسيم البلاد، وضرورة إعادة التيار الصدري إلى العملية السياسية، وكذلك قضايا تتعلق بالفساد والتعاقدات الخارجية، وهذه المواضيع تبرز الحاجة إلى تعزيز الاستقرار السياسي وبناء الثقة بين المكونات السياسية لضمان مستقبل أكثر أمناً واستقراراً للبلاد.

٢. أن وسائل الإعلام أو الجهات المعنية بموضوعات الشأن السياسي المحلي ومنها برنامج (نفس عميق) تميل إلى تبني معالجات محايدة وانتقادية بدرجة أكبر من المعالجات التسويقية والتحريضية، وهذا يشير إلى اهتمام أكبر بتقديم تغطية متوازنة ونقدية للأحداث السياسية، مع تقليل التركيز على التحريض والتسويق، ويعكس هذا التوزيع رغبة في توفير معلومات دقيقة وموضوعية للجمهور، مع الاهتمام بمساءلة الجهات السياسية وتحليل أدائها.

٣. أن الجهات المعنية بتقديم موضوعات الشأن السياسي المحلي ومنها برنامج (نفس عميق) تفضل تقديم معلومات دقيقة وموثوقة للجمهور، مع التركيز على توضيح وتحليل الأحداث بشكل مفصل، ويظهر هذا التوجه اهتماماً بإرشاد وتوعية بدلاً من الاعتماد على أساليب التضخيم والتهويل، ويعكس هذا النهج رغبة في تعزيز الفهم العميق والمتوازن للأحداث السياسية، مما يسهم في تشكيل رأي عام مستنير وقادر على التفاعل بشكل واعٍ مع القضايا السياسية المحلية.

٤. ان برامج (نفس عميق) يفضل استخدام حوارات الرأي والمعلومات بدرجة كبيرة، مما يعكس اهتماماً بتبادل وجهات النظر والحقائق بشكل رئيسي، ويشير هذا إلى توجه نحو تعزيز النقاشات المبنية على الآراء والمعلومات الموضوعية، مع تقليل التركيز على الحوارات الشخصية التي تركز على الأفراد بدلاً من القضايا والأفكار.

٥. أن هناك تفضيلاً واضحاً لاستخدام اللهجة العامية في برنامج (نفس عميق)، مما يشير إلى رغبة في التواصل بشكل أكثر بساطة وقرباً من الجمهور، واستخدام اللغة الإعلامية الوسطى يعكس سعياً لتحقيق توازن بين الرسمية والتواصل المباشر، اما عدم استخدام اللغة الفصيحة يشير إلى تفضيل تجنب التعقيد اللغوي والابتعاد عن الرسمية المفرطة في الحوارات.

المصادر والمراجع

(١) أمل عزيز فياض، دور المقاطع المرئية للبرامج الحوارية التلفزيونية على موقع اليوتيوب في متابعة الجمهور للأحداث السياسية، رسالة ماجستير، جامعة بغداد، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، ٢٠٢٣م.

(٢) أمين عواد المشاقبة، دينا صبيح شقير، التنشئة والثقافة السياسية، (عمان: وزارة الثقافة، ٢٠٢٠م).

(٣) آمنه شريفي بن طاهر، ثنائية التضييل وطموح التغيير ضمن البرنامج الحوارية السياسية - المناظرة انموذجا، مجلد المواقف للبحوث والدراسات في المجتمع، المجلد ١٨، العدد ١، ٢٠٢٢م. (٤) احمد شاهين، صلاح عبد الحميد، الإعلام والرأي العام، (القاهرة: مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، ٢٠٢٢م).

(٥) جبار علاوي، الاتصال السياسي، (عمان: دار أمجد للنشر والتوزيع، ٢٠١٥م).

(٦) خالد محمد غازي، التحرير الصحفي توظيف تكنولوجيا الاتصال، (الجيزة: وكالة الصحافة العربية، ٢٠٢١م).

(٧) سعد ال سعود، الاتصال والإعلام السياسي، (القاهرة: دار الكتاب الحديث، ٢٠١٠م).

(٨) شهد عيد فيصل، أساليب الإقناع في البرامج الحوارية إزاء أزمة تشكيل الحكومة العراقية - دراسة تحليلية لبرنامج الحق يقال في قناة UTV للمدة من ٢٠٢٢/٨/١ ولغاية ٢٠٢٢/١١/١، رسالة ماجستير، الجامعة العراقية، كلية الإعلام، قسم الصحافة الإذاعية والتلفزيونية، ٢٠٢٣م.

(٩) شيماء ذو الفقار زغيب، مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات، (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠٩م).

(١٠) شيماء عبد المجيد ذياب علاوي، البرامج السياسية في التلفزيون ودورها في تشكيل الأجندة السياسية لدى الجمهور العربي، أطروحة الدكتوراه غير منشوره، جامعة بغداد، كلية الإعلام، قسم الصحافة الإذاعية والتلفزيونية، ٢٠٢٠م.

(١١) علي عبد الفتاح، الإعلام الدبلوماسي والسياسي، (عمان: دار اليازوري للنشر والتوزيع، ٢٠١٦م).

- ١٢) علياء عادل فاخر العبيدي، دور البرامج الحوارية في ترتيب اولويات الجمهور ازاء قضايا الحراك السياسي في العراق، جامعة بغداد غير منشورة، كلية الإعلام، قسم الصحافة الاذاعية والتلفزيونية، ٢٠٢١م.
- ١٣) فاطمة الزهراء عبد الفتاح، الاندماج وصناعة الأخبار، (القاهرة: دار العربي للنشر والتوزيع، ٢٠١٦م).
- ١٤) محمد بن سعود البشر، مقدمة في الاتصال السياسي، (الرياض: مكتبة العبيكان، ١٩٩٧م).
- ١٥) محمد عبد العزيز الحيزان، البحوث الإعلامية اسسها اساليبها مجالاتها، ٢، (الرياض: مكتبة الملك فهد الوطنية، ٢٠٠٤م).
- ١٦) محمد طه، الفصل المقلوب، (القاهرة: دار البشير للثقافة والعلوم، ٢٠٢٢م).
- ١٧) منذر صالح الزبيدي، دور وسائل الإعلام في صنع القرار السياسي، (عمان: دار ومكتبه الحامد للنشر والتوزيع، ٢٠١٣م).
- ١٨) حسن السوداني، محمد المنصور، شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيرها على جمهور المتلقي، (عمان: مركز الكتاب الأكاديمي، ٢٠١٦م).
- ١٩) راضي رشيد، ايثار طارق خليل، البرامج الحوارية ودورها في تشكيل اتجاهات الرأي العام وجهة نظر طلبة الإعلام، مجلة كلية التربية الاساسية الجامعة المستنصرية، المجلد ١٨، العدد ٧٣، ٢٠١٢م.
- ٢٠) ثامر كامل محمد الخزرجي، النظم السياسية الحديثة والسياسات العامة _ دراسة معاصرة في استراتيجية إدارة السلطة، (عمان: دار مجدلاوي للنشر، ٢٠٠٤م).
- ٢١) غالب كاظم جواد الدعي، التلفزيون وصناعة الرأي العام، (عمان: دار أمجد للنشر والتوزيع، ٢٠١٦م).
- ٢٢) فتح حسين عامر، صحافة الفيديو تقنياتها واشكالياتها، (القاهرة: دار العربي للنشر والتوزيع، ٢٠٢٢م).

- 1) Ahmed Shaheen, Salah Abdel Hamid, Media and Public Opinion, (Cairo: Tiba Publishing and Distribution Foundation, 2022).
- 2) Ali Abdul Fattah, Diplomatic and Political Media, (Amman: Dar Al-Yazouri Publishing and Distribution, 2016).
- 3) Aliaa Adel Fakher Al-Obaidi, The Role of Talk Shows in Prioritizing the Public Regarding Political Movement Issues in Iraq, Unpublished Master's Thesis, University of Baghdad, College of Media, Department of Radio and Television Journalism, 2021.
- 4) Amal Aziz Fayyad, The Role of Visual Clips of Television Talk Shows on YouTube in Audience Follow-Up of Political Events, Master's Thesis, University of Baghdad, College of Media, Department of Radio and Television, 2023.
- 5) Ameen Awad Al-Mashaqba, Dina Sabeih Shuqair, Socialization and Political Culture, (Amman: Ministry of Culture, 2020).
- 6) Amna Sharifi Bin Taher, The Duality of Misinformation and the Ambition for Change in Political Talk Shows - Al-Munathara as a Model, Attitudes Journal for Research and Studies in Society, Vol. 18, No. 1, 2022.
- 7) Fath Hussein Amer, Video Journalism: Techniques and Issues, (Cairo: Dar Al-Arabi Publishing and Distribution, 2022).

- 8) Fatima Al-Zahra Abdel Fattah, *Integration and News Making*, (Cairo: Dar Al-Arabi Publishing and Distribution, 2016).
- 9) Ghalib Kazem Jiyad Al-Daami, *Television and Public Opinion Making*, (Amman: Dar Amjad Publishing and Distribution, 2016).
- 10) Hassan Al-Sudani, Mohammed Al-Mansour, *Social Media Networks and Their Impact on the Audience*, (Amman: Academic Book Center, 2016).
- 11) Jabar Alawi, *Political Communication*, (Amman: Dar Amjad Publishing and Distribution, 2015).
- 12) Khaled Mohammed Ghazi, *Press Editing: Utilizing Communication Technology*, (Giza: Arab Press Agency, 2021).
- 13) Mohammed Abdulaziz Al-Hayzan, *Media Research: Foundations, Methods, Fields*, 2nd edition, (Riyadh: King Fahd National Library, 2004).
- 14) Mohammed bin Saud Al-Bishr, *Introduction to Political Communication*, (Riyadh: Obeikan Library, 1997).
- 15) Mohammed Taha, *Flipped Classroom*, (Cairo: Al-Bashir Foundation for Culture and Sciences, 2022).
- 16) Mundhir Saleh Al-Zubaidi, *The Role of Media in Political Decision-Making*, (Amman: Dar Al-Hamed Library and Publishing, 2013).
- 17) Radi Rasheed, Ithar Tariq Khalil, *Talk Shows and Their Role in Shaping Public Opinion: The Perspective of Media Students*, *Journal of the College of Basic Education, Al-Mustansiriya University*, Vol. 18, No. 73, 2012.
- 18) Saad Al Saud, *Communication and Political Media*, (Cairo: Dar Al-Kitab Al-Hadith, 2010).
- 19) Shahed Eid Faisal, *Persuasion Methods in Talk Shows Regarding the Iraqi Government Formation Crisis - Analytical Study of Al-Haq Yuqal Program on UTV Channel from 1/8/2022 to 1/11/2022*, Master's Thesis, Al-Iraqiya University, College of Media, Department of Radio and Television Journalism, 2023.
- 20) Shaimaa Abdel Majeed Dhiab Alawi, *Political Programs on Television and Their Role in Shaping the Political Agenda of the Arab Public*, Unpublished PhD Dissertation, University of Baghdad, College of Media, Department of Radio and Television Journalism, 2020.
- 21) Shaimaa Thulfiqar Zughayb, *Research Methods and Statistical Uses in Studies*, (Cairo: Egyptian Lebanese House, 2009).
- 22) Thamer Kamel Mohammed Al-Khazraji, *Modern Political Systems and Public Policies: A Contemporary Study in Power Management Strategy*, (Amman: Majdalawi Publishing House, 2004).