



\*Corresponding author:

**Ahmed Karim Ahmed**

University:

University of Maysan

College:

Faculty of Political Science

Email:

[ahmed.k.a@uomisan.edu.iq](mailto:ahmed.k.a@uomisan.edu.iq)

**Keywords:**

issues, directed, youth,  
channels

**ARTICLE INFO**

**Article history:**

Received 18 Jul 2022

Accepted 24 Sep 2022

Available online 1 Oct 2022

## Youth issues in directed satellite channels

### An analytical study of the Shabab Tok program on the German DW channel

#### A B S T R U C T

The research intends to identify youth concerns in targeted channels by monitoring a selection of episodes of the show (Shabab Tok) on the German DW channel that deals with youth issues and their analysis.

This study falls under the category of descriptive research, the researcher relies on the survey method and scientific observation to gather information on the program's nature. The episodes constitute material aimed at the young sector. The researcher created a content analysis form based on the study problem, objectives, and research-related questions, all of which center around the core question: What are the youth issues addressed by the German satellite channel DW throughout the research period through the Shabab Tok program? As a statistical metric, the number of repetitions and percentages utilized, yielding a variety of outcomes. For example, the researcher concluded a number of results in the investigated sample program, political issues score first. Religious problems, on the other hand, rank second. Furthermore, the subject of Iraqi Kurdistan's referendum rates first among political concerns, while aberrant religious views rank first among religious issues mentioned in the show, followed by extremism. The category of unemployment was at the forefront of economic difficulties addressed in the program episodes, followed by the category of poverty (poverty).

© 2022 LARK, College of Art, Wasit University

DOI: <https://doi.org/10.31185/>

### قضايا الشباب في القنوات الفضائية الموجهة دراسة تحليلية لبرنامج شباب توك في قناة DW الألمانية

احمد كريم احمد - جامعة ميسان - كلية العلوم السياسية  
الخلاصة:

يهدف البحث الى التعرف على قضايا الشباب في القنوات الفضائية الموجهة عن طريق رصد عينة من حلقات برنامج (شباب توك) في قناة DW الألمانية التي تناولت قضايا الشباب وتحليلها، ويصنف هذا البحث ضمن البحوث الوصفية واعتمد الباحث المنهج المسحي، واستخدام الملاحظة العلمية لجمع المعلومات عن طبيعة البرنامج عن طريق متابعة حلقات برنامج (شباب توك) الذي قدم مضامين تستهدف شريحة الشباب،

واعد الباحث استمارة تحليل المضمون استنادا الى مشكلة البحث والاهداف والتساؤلات الخاصة بمشكلة البحث التي تتمحور حول التساؤل الرئيس ما القضايا الشبابية التي تناولتها القناة الفضائية الألمانية الموجهة DW عن طريق برنامج شباب توك خلال مدة البحث ؟ ، معتمدا على حساب عدد التكرارات والنسب المئوية مقياسا احصائيا وتوصل الباحث الى عدد من النتائج من أهمها ، أن القضايا السياسية هي الاعلى مرتبة بين القضايا التي تم مناقشتها ضمن عينة البحث، وتليها القضايا الدينية ، فيما احتلت قضية استفتاء كردستان العراق المرتبة الأولى بين القضايا السياسية التي تناولتها حلقات البرنامج (عينة البحث ) اما فئة العقائد الدينية المنحرفة فكانت الاعلى مرتبة ضمن القضايا الدينية التي ناقشها البرنامج (عينة البحث) وتليها فئة التشدد والتطرف وجاءت قضية البطالة في مقدمة القضايا الاقتصادية التي تناولتها حلقات البرنامج وحلت بعدها فئة (الفقر).

كلمات مفتاحية : قضايا ، الموجهة ، الشباب ، القنوات

### المقدمة:

تؤدي وسائل الإعلام عامة، والبرامج الحوارية خاصة دوراً مهماً في متابعة العديد من التغيرات والتحولات السياسية والاجتماعية والثقافية والاقتصادية التي شهدتها العالم العربي، فوسائل الإعلام المعاصرة تعد ذات أهمية كبيرة في التأثير على الجمهور وتحديد مواقفه إزاء مختلف القضايا التي تدور حوله، كما تعد البرامج الحوارية من أكثر برامج وسائل الإعلام المعاصرة انتشاراً ونجاحاً في توصيل الرسالة الإعلامية إلى المشاهدين وتؤدي هذه البرامج سواء أكانت ترفيهية، أو سياسية ، أو اجتماعية، أو تثقيفية، أو دينية، دوراً أساسياً في المجتمع لما تفرضه طبيعة التلفزيون في إيصال الرسالة بين المرسل والمستقبل إذ تتحقق المشاركة الجماهيرية في البرامج من خلال تقديم آرائهم ومقترحاتهم وأفكارهم.

واعطت البرامج الحوارية المقدمة بالقنوات الفضائية الموجهة مساحة كبيرة من اجل ابراز قضايا الشباب في ظل ازدياد الحراك السياسي والاجتماعي في المجتمع العربي وارتفاع سقف الحرية المتاح لمناقشة الكثير من الموضوعات الشائكة في مختلف جوانب الحياة يرافق ذلك اهتمام الجمهور العربي بالبرامج الاجتماعية الحوارية ، وتناولت مشكلة البحث طبيعة القضايا الشبابية التي تناولتها القناة الفضائية الألمانية الموجهة عن طريق برنامج شباب توك خلال مدة البحث ، للتعرف على ابرز المضامين السائدة ونوع الحوار في البرنامج (عينة البحث) .

## 1. مشكلة البحث:

ان البرامج الحوارية تمكنت من فرض نفسها كمصدر اعلامي جديد يستقي منه الجمهور العربي معلوماته وتتشكل الاراء والاتجاهات نحو الواقع المعاش والقضايا المثارة على الساحة، كما ان هذه البرامج تُعد مصدراً أساسياً لمعرفة الجمهور العربي بالشؤون العامة فضلاً عن منافسة نشرات الأخبار بشكلها التقليدي والبرامج الاخرى في تقديم عرض لأهم الأحداث الاسبوعية ومنها ما يتعلق بشأن قضايا الشباب في البلدان العربية ، لذا تتمحور مشكلة البحث حول التساؤل الرئيس ما القضايا الشبابية التي تناولتها القناة الفضائية الألمانية الموجهة DW عن طريق برنامج شباب توك خلال مدة البحث ؟ ومن هذا السؤال تفرعت أسئلة أخرى تمثلت في :

- 1- ما اهم مضامين القضايا التي تناولتها حلقات برنامج شباب توك في القناة الفضائية DW عينة البحث ؟
- 2- ما طبيعة القضايا التي ناقشها الشباب ضمن برنامج شباب توك خلا مدة البحث المحددة ؟
- 3- ما اللغة المستخدمة في حلقات البرنامج ( عينة البحث ) ؟
- 4- مانوع الحوار المستخدم في البرنامج ( عينة البحث )؟

## 2. أهداف البحث :

ترمي الدراسة الى تحقيق جملة من الاهداف عن طريق اخضاع البرنامج ( عينة البحث ) للتحليل ومن ابرز الاهداف:

- الكشف عن المضامين التي تناولها برنامج شباب توك ضمن عينة البحث .
- معرفة طبيعة القضايا التي تناولتها حلقات برنامج شباب توك خلال مدة البحث .
- التعرف على نوع اللغة المستخدمة في البرنامج عينة البحث .
- معرفة نوع الحوار في البرنامج ( عينة البحث ) .

## 3. أهمية البحث:

يكتسب البحث اهميته كونه يناقش موضوعة مهمة تتمثل في قضايا الشباب في القنوات الفضائية الموجهة ويمكن بيان أهمية البحث من النقاط الآتية:

1- الأهمية العلمية : قلة الدراسات العراقية على حد علم الباحث التي تناولت موضوع قضايا الشباب في القنوات الفضائية الموجهة ، يُعد هذا البحث من البحوث المهمة في مجالها وتشكل إضافة جديدة للمكتبة الأكاديمية ببحث علمي إعلامي يتعلق بأحد الأشكال البرمجية المهمة في المشهد الإعلامي والتي تتمثل في البرامج الحوارية في القنوات الموجهة وكيفية تعامل القنوات الفضائية الموجهة معها من ناحية تناول القضايا الشبابية ، فضلا عن اسهام هذا البحث في تنمية بحوث أخرى عن طريق ما يقدمه من مقترحات بالإستناد إلى النتائج التي توصل اليها ، والكشف عن مجالات جديدة تستحق البحث، ودورها في التأثير في الشباب .

2- الأهمية المجتمعية: تعد البرامج الحوارية واحدة من أهم أشكال البرامج التلفزيونية التي تسهم في معالجة الكثير من القضايا التي تهم المجتمع لاسيما المتعلقة بالشباب ، ومساعدة الجمهور في بناء تصوراتهم وايجاد الحلول للقضايا ذات الاهتمام ، ويسهم هذا الشكل البرمجي وتقديمه بطريقة تميزه عن البرامج التلفزيونية الأخرى في جذب جمهور الشباب وخلق رأي لديه عن مختلف القضايا التي تم تناولها في برنامج عينة البحث.

3- الأهمية المهنية : يسهم البحث بإعطاء مؤشرات للجهات المهنية في القنوات الفضائية بشكل عام والقائمين على انتاج البرامج الحوارية الشبابية بشكل خاص عن القضايا الشبابية التي تاتي في مقدمة اهتمامات الشباب من اجل تسليط الضوء عليها و ايجاد المقترحات لعلاجها .

#### 4. مجال البحث:

1 - المجال الزمني : يتمثل بحصر حلقات البرنامج لمدة ثلاثة اشهر للفترة الممتدة من 1\8\2017الى 31\10\2017، للتعرف على القضايا الشبابية السائدة في برنامج شباب توك .

2. المجال المكاني : تنحصر حدود البحث المكانية في المؤسسة الألمانية (قناة DW الفضائية) للارسال وهي من المحطات الخاصة التي تبث على قمر عربسات والنايل سات .

#### 5. منهج البحث وادواته :

يعد هذا البحث وصفيًا حيث يقوم بدراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة ظاهرة أو موقف أو مجموعة من الأحداث أو مجموعة من الأوضاع (غراييه، 2002، 23)، وقد اقتضت مشكلة البحث الحالية أتباع المنهج المسحي والذي يعرف أنه (محاولة منظمة لتحليل وتأويل وتسجيل الوضع الراهن للنظام الاجتماعي أو لجماعة أو لمنظمة).

وأعتمد البحث للوصول إلى الأهداف التي يسعى إلى تحقيقها، طريقة تحليل المضمون، و تتمثل بمجموعة الخطوات المنهجية التي تسعى إلى اكتشاف المعاني الكامنة في المحتوى، والعلاقات الارتباطية بهذه المعاني، من خلال البحث الكمي، الموضوعي والمنظم للسمات الظاهرة في هذا المحتوى (الحمدي، 2000، 220)، كما استخدم الباحث الملاحظة في سياق بحثه العلمي في اختيار البرنامج ( عينة البحث) والحلقات وتسجيل الملاحظات عنها وعن القناة الراعية لها .

#### 6. مجتمع البحث :

تمثل مجتمع البحث الحالي بالبرنامج الترفيهي المعروض على شاشة قناة DW الفضائية الألمانية ولدورة تلفزيونية تمتد على مدى (3) أشهر ، وتم تحديد عينة البحث والتي تعرف أنها (عبارة عن عناصر معينة تعوض عن البرنامج كله، ويعد استخدام العينات بطريقة علمية عملاً منظماً يوفر جهداً ووقتاً كبيراً للحكم على موضوع معين لان الجهد الذي يبذل لدراسة جميع افراد المجتمع يمكن ان يستثمر لتحليل العينة بطرق مختلفة للحصول على النتائج المطلوبة.

وتصنف هذه العينة التي اختارها الباحث ضمن العينات العمدية (القصدية)، ويرى أغلب المختصين أنّ العينة العمدية (القصدية) اذا كان اختيارها قائم على الخبرة ومعرفة الخصائص تعد أفضل من العينة العشوائية في الاعتماد الموثوق للنتائج .

#### 7. الصدق والثبات :

الصدق : يقصد بالصدق أن يكون الاختبار قادراً على قياس ما صمم لأجل قياسه فعلاً، وعلى الرغم من وجود أنواع متعددة للصدق فقد استخدم الباحث الصدق الظاهري، وقد تم التوصل إليه عبر عرض الاستمارة على مجموعة من المحكمين<sup>1</sup> وتم الاخذ بملاحظاتهم بهذا الجانب .

الثبات : في هذا البحث اتبع الباحث طريقة (الاتساق عبر الزمن ) لإجراء ثبات التحليل، إذ تم إجراء التحليل مرتين تفصل بين مدة إنتهاء التحليل الأول وبداية التحليل الثاني مدة شهر، ومن نتائج التحليلين تبين تغييرات قليلة قد حدثت دون أن تؤدي إلى ظهور تغيير جوهرى في النتائج.

<sup>1</sup> أسماء المحكمين :  
1- أ.م.د حسين رشيد ياسين  
2- أ.م.د عادل عبد الرزاق الغريبي  
3- م. د ليث صبار جابر الكعبي  
التخصص  
الاعلام  
اعلام  
الاعلام

## الفصل الثاني الإطار النظري:

### قضايا الشباب والتلفزيون :

تعد فئة الشباب هي المؤثرة في المجتمع لانها نصف الحاضر وكل المستقبل ، وعماد المستقبل ووسيلة التنمية وغايتها لهم الدور الكبير و الفاعل في تشكيل ملامح الحاضر واستشراف آفاق المستقبل والمجتمع لا يكون قويا إلا بشبابه والأوطان لا تبنى إلا بسواعد شبابها وعندما يتم اعداد الشباب والطلبة في المؤسسات المختلفة بشكل صحيح وسليم فانهم سوف يصبحون أكثر قدرة على احتواء قضاياهم بشكل جيد و مواجهة تحديات الحاضر واكثر استعدادا للنجاح والكفاءة في المستقبل ومن ثم القدرة على الامساك بزمام الأمور في البلد وتطويره (لحساوي، 2016، 149).

الشباب هم عماد الحياة بطاقتهم وقوتهم الجسدية والعقلية، وطاقاتهم البناءة وبأفكارهم الخلاقة والإبداعية، وهي المرحلة التي تتلو الطفولة والمراهقة وتسبق الكهولة، وفيها نشاط وحيوية الأطفال وعقل وحكمة الكبار، فتجمع بين أفضل الأشياء في مراحل الإنسان العمرية المختلفة، وفي مرحلة الشباب يتعلم الإنسان الأمور التي تحضره لدخول معترك العمل والحياة، حتى إذا وصل لمرحلة العمل ارتقى بشخصه وبمجتمعه فيناه وطوره ودعمه، وفي مرحلة الشباب تكثر الاهتمامات وتتعدد التطلعات وتتنوع القضايا ( ابو حسن، 2015)، وتختلف المعايير المعينة لموضوع تحديد الفترة العمرية المحددة لسن الشباب بين الدول والمنظمات في العالم، ولكننا نعتمد معايير منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة (اليونسكو) التي تحدد فئة الشباب بأنهم أولئك الذين تتراوح أعمارهم بين 15 و 24 سنة ( الكعبي، 2016، 159) ويعرف نصير بوعلي الشباب ب"الحدائة" وهي نقيض الشيب والهرم وينتقل الى موضوع السن، إذ يقول: " الشباب هم من تتراوح أعمارهم ما بين 15 و 24سنة (نصير ،، 2005، 15).

ولذلك نرى المجتمعات تتطلع الى الدور الكبير للطلبة والشباب في عملية البناء والتطور من اجل كسب المستقبل وضمانه لانها تدرك أن الطلبة والشباب هم العنصر الأساس في عملية التنمية الشاملة في مختلف الجوانب الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والثقافية والاجتماعية والأخلاقية وفي عملية الإصلاح والارتقاء لمختلف الجوانب السلبية في المجتمع، (الحساوي، 2016، 149) <sup>(1)</sup>. والحديث عن قضايا ومشكلات الشباب حديث متشعب ذو شجون ولكن في كل الأحوال لا نستطيع الحديث عنها في وسائل الاعلام بمعزل عن السياق الاجتماعي والسياسي والاقتصادي القائم فالشباب جزء لا يتجزء من التركيبة الاجتماعية لأي مجتمع من المجتمعات البشرية، وبالتالي فإن الحديث عن قضايا الشباب ومشكلاتهم وتناولها عبر وسائل الاعلام هو

حديث عن المجتمع برمته لا سيما وان مشكلاتهم هي بالنتيجة مشكلات المجتمع ككل خصوصاً وانهم يمثلون أكبر الفئات من بين فئات اغلب المجتمعات (السرطان، 2001، 51).

### مفهوم البرامج الحوارية .. الاهداف .. خصائص

تعد البرامج الحوارية من أكثر برامج الراديو والتلفزيون انتشاراً ونجاحاً في توصيل الرسالة الإعلامية إلى ملايين المستمعين والمشاهدين... ويتميز الحوار بأنه تبادلٌ للأراء أو محاوره (ديالوج) Dialogor Dialogue يقدم عن طريق طرح الأسئلة من المقدم والإجابات من المتحدث ( زلطة، 2005، 133) (3)، وتؤدي البرامج الحوارية دوراً أساسياً في برامج التلفزيون المختلفة سواء أكانت ترفيهية أم سياسية أم اجتماعية أم تثقيفية، إذ تُعد واحدة من البرامج التي لها تأثير كبير في الجمهور؛ ذلك مما يتم تقديمه من خلالها من مضامين اعلامية، حيث تعتبر أداة ذات فاعلية قوية في تنمية الوعي وتشكيل الرأي بما يتعلق بالاحداث والقضايا (الحلاحة، 2012، 52).

وتعرف البرامج الحوارية "بأنها البرامج الإذاعية أو التلفزيونية التي يستضاف فيها شخص متخصص أو أكثر ليتحدث الى الناس مباشرة في موضوع معين" (شلبي، 1989، 594).

كما تعرف بأنها "البرامج التي تقوم بشكل أساسي على المحاوره ما بين مقدم البرامج من جانب والضيوف من جانب آخر. ويعد هذا الشكل قاسماً مشتركاً بين البرامج التلفازية على اختلافها (شكري، 1987، 72)(2).

وتهدف البرامج الحوارية إلى تحقيق الأمور الآتية (مجيد، 2008،):-

1. إيصال الحقائق والمعلومات إلى الجماهير بطريقة سلسة وسهلة قريبة إلى نفوسهم وتعرض الجوانب المتعددة جميعها للموضوع بطريقة قريبة من همومهم وأمالهم.
2. محاولة الوصول إلى تقديم حل للموضوع المختلف عليه، وذلك بعرض وجهات نظر مختلفة فعن طريق التهاور يظهر لنا أن وجهات نظر قد فازت على غيرها فتقدم هي بعدها الحل الصحيح للمشكلة المطروحة.
3. تحث البرامج الحوارية الآخرين على المزيد من التفكير في الموضوع الذي عالجه فهي أن أكتفت بالتنبيه إلى أهميته ومناقشة جوانبه المتعددة وما يحيط به من وجهات نظر مختلفة ولكنها لم تنته إلى حقائق معينة بل تركت الباب مفتوحاً أمام المتلقين.
4. التعريف بشخصية ما نتيجة عمل قامت به أو لظرافتها وبما يضيفه وجودها في الأستوديو من إشاعة المرح والتسلية للمشاهدين.

5. تعريف المواطنين بالمشكلات التي تتعلق بحياتهم وعرضها من جهات النظر المختلفة .. تمهيداً لتكوين رأي عام حولها.

وتتميز البرامج الحوارية بعدد من السمات والتي من أبرزها (عبد الحميد، 2013، 34) :

1. إن برامج الحوار تتميز بخاصية الأداء والتمثيل إذ أن الحوار التلفزيوني عبارة عن دراما صغيرة فيها الموضوع والشخصيات والإخراج والحركة والإضاءة والديكور وتطور الحدث.
  2. لبرامج الحوار سمة العرض إذ أن لها القدرة على العرض أكثر من أن تروي أو تقص أو تنقل فمهم جداً ماذا يقول المحاور أو المحاور ولكن المهم أيضاً كيف يقول وبأي مظهر أو نبرة صوت وبأية تعابير وجه وبأي جو مسرحي.
  3. خصوصية التلفزيون كونه وسيلة تجمع الصورة والصوت جعلت من برامج الحوار تتميز بسمة الإدراك الحسي أي بمعنى الإدراك السمعي والبصري فالحوار التلفزيوني كلمة لكنه صورة أيضاً لذا على المعد والمخرج والمقدم اختيار الموضوع وجعله ملموساً ومدركاً.
  4. يقود البرامج الحوارية التلفزيونية فريق عمل كامل لاسيما داخل الاستوديو إذ يواجه المحاور والمحاور الأجهزة والمعدات والأضواء وتعليمات المخرج والمنتج والمصورين لذا على المحاور أن يسيطر على ذلك كله ويتصرف بعفوية وطبيعية تجاهه.
  5. في اللحظة التي يبدأ فيها التصوير يصبح المحاور طوال إدارة البرنامج الحوارية وجهاً لوجه أمام المحاور والمشاهدين لذا عليه ان يعتمد في إدارته للبرنامج على ذاكرته وعلى ثروته المعلوماتية والفكرية .
  6. يفرض التنظيم الدقيق والتقييد بوقت البث والموازنة في عملية تخصيص الوقت للبرامج التلفزيونية قيماً على برامج الحوار لهذا على الصحفي التلفزيوني أن يستعمل هذا الوقت بشكل عقلائي وأن يخطط للحوار بمنتهى الدقة وهذا يتطلب مهارات فكرية ومهنية عالية من المحاور.
- وتكون برامج الحوار الإعلامي على ثلاثة أنواع رئيسية هي حوار شخصي وحوار معلومة و حوار الرأي (الحاج، 26، 2020) .

**القنوات الفضائية الموجهة . المفهوم ، الاهداف ، الخصائص:**

يمكن تعريف الإعلام الدولي بشكل عام بأنه الاتصال الذي يتم عبر الحدود الدولية، وهو اتصال بين أفراد وجماعات ودول تنتمي لثقافات مختلفة، يتأثر بالأبعاد السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية بين الدول (العبد، 2009، 18). وتُعرف القنوات الموجهة بأنها " القناة الموجهة من دولة معينة إلى دول اخرى خارج



حدودها ، وتكون برامجها باللغات التي تلائم سكان الدول الموجهة إليهم ، وهي تتجاوز حدود الدولة الواحدة إلى شعوب دول أخرى ، ويتعين أن تكون موجهة إلى الغير وليس إلى الجمهور المحلي ، لذا فهي تصدر من جهات أجنبية وتبث برامجها إلى الجمهور من خارج حدود دولتهم ، وهي تستهدف الوصول إلى مجتمع أو شعب معين باستخدام لغته أو لهجته ، بغرض التأثير فيه نفسياً لتحقيق أهداف سياسية أو اقتصادية أو دينية أو ثقافية للمصدر أو الجهة الراعية لها وتُعرف القنوات الفضائية الموجهة أيضاً بأنها " تلك القنوات التلفازية التي توجه إرسالها عبر الفضاء مستهدفة جمهوراً من المشاهدين خارج حدود الدولة المالكة للقناة ، مستخدمة لغات ولهجات محلية للجمهور المستهدف من البث ، مراعية التوقيت المحلي لتلك المنطقة بغرض التأثير في جمهورها المستهدف نفسياً ، بغية تحقيق أهداف سياسية أو اقتصادية أو ثقافية أو دينية تبتغيها الدولة التي توجه الإرسال ، وفق سياسة إعلامية ودعائية مخطط لها بعناية " (القطبي، 2011، 53)، ويعد الإعلام الدولي أحد الوسائل الفعالة لتنفيذ السياسة الخارجية للدول، بما يجعل له العديد من الوظائف التي يهدف إلى القيام بها، والتي يمكن إجمالها فيما يلي (اللبان، 2016):

1. التأثير في الرأي العام وتوجيهه بشكل معين إزاء بعض القضايا.
  2. نقل ثقافة الدول الأجنبية وتمريضها إلى الشباب للتأثير على نمط حياتهم.
  3. تقديم وجهة نظر الدولة القائمة على الوسيلة وتفسيرها تجاه القضايا والأحداث المختلفة على الساحة الدولية.
  4. التقريب بين وجهات النظر المختلفة والسعي من أجل زيادة وتعزيز التفاهم والوفاق الدوليين.
  5. يهدف الإعلام الموجه للدول العربية كذلك إلى التأثير في العقول والنفوس والأذواق، والتحكم في الوعي العام لدى المجتمعات العربية.
  6. الترويج بمعانيه المتعددة، حيث يعنى الترويج للأفكار وتعميمها والإقناع بها، كما يعنى الدعاية للإنتاج المادي وتعميمه وجعله مقبولاً في الاستهلاك، خاصة وأننا نعيش في مرحلة تتسم بطفرة في الإنتاج والاستهلاك.
- وتتميز القنوات الفضائية الموجهة عن غيرها من القنوات الفضائية ، بمجموعة من الخصائص ومن أبرزها (القطبي، 2011، 53):

1. ملكية القناة الفضائية الموجهة وتمويلها: تعود ملكية القنوات الفضائية الموجهة إلى الدول المستفيدة من البث ، إذ تتولى الدولة الراعية للبث والمالكة للقناة مسؤولية الإشراف على القناة وتمويلها من ميزانية الدولة ، وتُعد قنوات حكومية تعبر عن السياسة العامة للدولة المالكة وتعمل في إطار تلك السياسة كما تعبر عن وجهة نظر الحكومة إزاء القضايا المختلفة ، حتى وإن عملت الدولة على ضمها في إطار شركة إنتاج أو هيئة

عامة أو مستقلة تتلقى أموالها من دافعي الضرائب ، ولذلك لا يمكن عدّ القنوات الفضائية التي تعود ملكيتها إلى القطاع الخاص قنوات موجهة ، حتى وإن بثت إرسالها بلغة الجمهور المستهدف ، ويمكن القول إن ملكية القناة الفضائية الموجهة ومصدر تمويلها تعود للدول وليس للشركات أو المؤسسات الخاصة أو الربحية ويسمى هذا النوع من النظم الإذاعية بنظام الإشراف الحكومي المطلق..

2. البث بلغة الجمهور المستهدف: تبث القنوات الفضائية الموجهة برامجها بلغة الجمهور المستهدف، بغية استمالة ولائهِ اللغوي واهتماماته الدينية والثقافية بشكل مباشر، فالاتصال عبر الحدود الوطنية يتطلب من القائم بالاتصال إستعمال لغة يفهمها المتلقي.

3. توجيه البث لجمهور خارجي: يكون الجمهور الخارجي الأجنبي بالنسبة للدولة الراعية للإرسال هو الجمهور المستهدف من البث، أي أن شعوب الدول الأخرى التي تحاول القنوات الفضائية الموجهة مخاطبتها يكون جمهوراً مستهدفاً من قبل القنوات الفضائية الموجهة.

4. مراعاة عنصر التوقيت للجمهور المستهدف: تعتمد القنوات الفضائية الموجهة في بثها على التوقيت المحلي المعتمد في البلد أو مجموعة البلدان التي يوجه البث الفضائي إلى جمهورها، إذ يلاحظ من خلال بث القنوات الفضائية الموجهة مراعاة عنصر التوقيت ولذلك نرى أن النشرات الإخبارية الرئيسية المسائية على سبيل المثال تُبث عندما يكون التوقيت مساءً في البلد الذي يُوجّه له الإرسال بالرغم من أن التوقيت ربما يكون صباحاً في البلد الذي يُوجّه الإرسال.

5. البث من خارج الحدود الدولية للدول المستهدفة: يكون البث الفضائي الموجه من خارج الحدود الدولية والقومية للدول المستهدفة، أي من أراضي الدولة المالكة للقناة الفضائية الموجهة أو من دولة لها صلة القرب الجغرافي من الدولة أو الدول المستهدفة بالإرسال.

6. البث المقصود للاستقبال الخارجي: يجري عند تخطيط السياسة الإعلامية والبرامجية التمييز بين القنوات الفضائية العامة والقنوات الفضائية الموجهة لجمهور معين، إذ تستهدف الدول التي تمتلك القناة الفضائية الموجهة تحقيق أهداف ومكاسب دعائية وسياسية، ولذلك فإن طبيعة البرامج التي تبث عن طريق القنوات الفضائية الموجهة تحمل أهدافاً دعائية في الغالب.

7. مراعاة عنصر الإتاحة: يُعد عامل الإتاحة من العوامل الهامة التي تسعى القنوات الفضائية الموجهة إلى تحقيقه للجمهور المستهدف أو المتوقع، فالوسيلة الإعلامية يجب أن تكون متاحة للجمهور الذي ينتقي أفراده طريقاً أسهل في تعرضهم.

شبكة صوت ألمانيا أو دويتشه فيله DW

إذاعة صوت ألمانيا أو دويتشه فيله (Deutsche Welle واختصارها DW أي الموجة الألمانية) هي الإذاعة الدولية لألمانيا إلى العالم الخارجي، وهي واحدة من كُبْرَيَات إذاعات العالم الموجهة إلى الخارج. تعمل الإذاعة على التعريف بألمانيا ونشر الصورة الأصلية عنها ودعم التبادل الثقافي عبر محطات التلفزيون والراديو وشبكات الإنترنت. تأسس القسم العربي في 1 أبريل 1959 وكان أول قسم يبث بلغة غير أوروبية وهذا يدل على مدى اهتمام الإذاعة الألمانية بمستمعيها في البلاد العربية.

### برنامج شباب توك عينة البحث

شباب توك برنامج حوارى وتفاعلي اسبوعي تقدمه DW عربية من العاصمة الألمانية برلين ويهتم بقضايا الشباب في العالم العربي. يناقش البرنامج، الذي يقدمه الإعلامي جعفر عبد الكريم، مواضيع مختلفة ويعالج التابوهات والقضايا الخارجة عن المؤلف. يعد برنامج شباب توك صوتاً للشباب العربي من كافة التيارات والأطراف، ويستضيف ضيوفاً من شباب العالم العربي وألمانيا، كما يتواصل برنامج شباب توك مع المشاهدين من خلال الفيسبوك والتويتر، (dw, 2019) ( وتم بث الحلقة الأولى من برنامج شباب توك كاملة من قناة DW (عربية) من بغداد بتاريخ 2015/08/5 ، فيما كانت الحلقة الأخيرة من البرنامج بتاريخ 2019/07/2 ، بعد ثمان سنوات من انطلاق برنامج "شباب توك" ، اذ يودع مقدم البرنامج جعفر عبد الكريم جمهوره في الحلقة الأخيرة ، و أعلن عن عكوفه مع فريق البرنامج للتحضير لمشروع إعلامي جديد على منصات مؤسسة دويتشه فيله.

ويقول جعفر عبد الكريم مقدم البرنامج : "شكلت الحلقات الخاصة لـ"شباب توك" من البلدان العربية عاملاً مهماً في نجاح البرنامج حيث قمنا بجولة في العراق والسودان ومصر والأردن ولبنان وقطر وتونس والمغرب وموريتانيا (عبد الكريم ، 2019).

### الفصل الثالث الاطار العملي : النتائج و تحليل البيانات

#### 1. القضايا الرئيسية في البرنامج (عينة البحث) :

جدول رقم (1) : قضايا الشباب الأكثر تناولاً في برنامج شباب توك

ت	قضايا الشباب	التكرار	النسبة المئوية
1	قضايا سياسية	74	33.33 %
2	قضايا دينية	65	29.27 %

3	قضايا اقتصادية	29	13.06 %
4	قضايا فساد	28	12.61 %
5	قضايا اجتماعية	26	11.71 %
	المجموع	222	100 %

في الجدول رقم (1) أعلاه يتضح أن القضايا السياسية احتلت المرتبة الأولى من ناحية إذ أخذت تكرر (74) وبنسبة مئوية ( 33.33 % )، وهذا يؤشر على ان القضايا السياسية هي المهيمنة على المشهد في العراق وهي التي تمثل الاهتمام الابرز بين شريحة الشباب ، ثم جاءت في المرتبة الثانية القضايا الدينية التي أخذت تكرر ( 65 ) وبنسبة مئوية (29.27 % ) ، بعد ذلك أخذت القضايا الاقتصادية المرتبة الثالثة بتكرار (29) وبنسبة مئوية( 13.06 % ) ، أما قضايا الفساد احتلت المرتبة الرابعة بتكرار (28) وبنسبة مئوية ( 12.61 % ) ، وجاء في المرتبة الخامسة القضايا الاجتماعية بتكرار (26) وبنسبة مئوية بلغت ( 11.71 %).

القضايا الفرعية للفئة الرئيسية ( القضايا السياسية ) في عينة البحث:

جدول رقم (2): نتائج الفئات الفرعية للقضايا السياسية

ت	قضايا سياسية	التكرار	النسبة المئوية
1	استفتاء كردستان العراق	28	83.37 %
2	الأحزاب السياسية	20	27.02 %
3	فساد السياسة الوطنية	13	17.56 %
4	السياسة الداخلية	8	10.81 %
5	السياسة الدولية	5	6.75 %
	المجموع	74	100 %

تؤشر نتائج الجدول رقم (2) ان قضية استفتاء كردستان حازت على المرتبة الأولى بنسبة مئوية بلغت (83.37%) ضمن جدول الترتيب من بين القضايا السياسية التي تمت مناقشتها في حلقات البرنامج في المدة الزمنية من 2017/8/1 الى 2017/10/31 ، اذ يتبين ان قضية استفتاء كردستان العراق والتي كانت تشمل المحاورات ما بين استقلال كردستان وما بين جهات ترفض الانفصال حيث تم الرصد حسب وحدة الموضوع الذي تم تناوله في محاور الحلقة البالغة مدتها 56:00 دقيقة وتبين من خلال الملاحظة في المدة الزمنية للدورة البرمجية التي تم رصدها أن اغلب حلقات البرنامج 56 دقيقة دليل على التزام وفن ادارة الوقت والتحكم المسؤول عند مقدم البرنامج جعفر عبد الكريم ، وبالتالي ظهور النسبة التي تبين من خلالها ان استفتاء كردستان العراق حصل على نسبة (37%) ضمن سلم الترتيب في تحليل البرنامج وهو المحور الاساسي الذي تباينت الاراء حوله ، فيما حلت فئة الأحزاب السياسية بالمرتبة الثانية بنسبة مئوية بلغت (27.02%) ب (20) تكرارا ، وجاءت فئة فساد السياسة الوطنية بالمرتبة الثالثة بنسبة مئوية بلغت (17,56%) ب (13) تكرارا ، اما فئة السياسة الداخلية فكانت بالمرتبة الرابعة ب (8) تكرارات وبنسبة (10.81%) ضمن سلم الترتيب ، وكان التطرق الى السياسات الدولية قد اخذ نصيب قليل من التكرار وهو (5) تكرارات وبنسبة مئوية (6,75%) ضمن جدول الترتيب الخاص بالقضايا السياسية في البرنامج .

القضايا الفرعية للفئة الرئيسية ( القضايا الدينية ) في عينة البحث:

جدول رقم (3): نتائج الفئات الفرعية للقضايا الدينية

ت	قضايا دينية	التكرار	النسبة المئوية
1	عقائد دينية منحرفة	29	44.61%
2	تشدد وتطرف	21	32.3%
3	تأييد عقائد دينية	12	18.46%
4	استهزاء بالدين	3	4.61%
	المجموع	65	100%

يتبين من الجدول رقم (3) للفئات الفرعية للقضايا الدينية التي يشترك فيها الشباب في برنامج شباب توك وأخضعت الدراسة مجموع الحلقات بشكل كامل لتحليل المضمون وتبعاً لوحدة الموضوع ، فكانت الفئات الفرعية اربع فئات هي فئات ( عقائد دينية منحرفة ، التشدد والتطرف، تأييد عقائد دينية، و الاستهزاء بالدين

( فكانت النتائج كالتالي: احتلت المرتبة الاولى فئة العقائد الدينية المنحرفة ضمن القضايا الدينية التي يناقشها البرنامج وبتكرار (29) وبنسبة مئوية (44.61%). اما الفئة الثانية فكانت من نصيب (التشدد والتطرف) بتكرار (21) وبنسبة مئوية (32.3%). اما الفئة الثالثة فكانت (فئة تأييد عقائد دينية) وجاءت بتكرار (12) وبنسبة مئوية (18.46%) ، الفئة الرابعة والأخيرة كانت تحت مسمى (الاستهزاء بالدين) أخذت تكرار (3) وبنسبة مئوية (4.61%).

#### 4- القضايا الفرعية للفئة الرئيسية (القضايا الاقتصادية) في عينة البحث:

##### جدول رقم (4): نتائج الفئات الفرعية للقضايا الاقتصادية

ت	قضايا اقتصادية	التكرار	النسبة المئوية
1	البطالة	13	44.82%
2	الفقر	8	27.58%
3	الضمان الاجتماعي	4	13.79%
4	فرص العمل	4	13.79%
	المجموع	29	100%

يتضح من من خلال مؤشرات الجدول رقم (4) التحليل الكمي للقضايا الاقتصادية التي يشترك فيها الشباب في برنامج شباب توك وأخضعت الدراسة مجموع الحلقات بشكل كامل لتحليل المضمون وتبعاً لوحدة الموضوع ، فكانت الفئات الفرعية اربع فئات هي فئات (البطالة ، الفقر، الضمان الاجتماعي، فرص العمل) فكانت النتائج كالتالي: احتلت المرتبة الاولى فئة البطالة وجاءت بتكرار (13) وبنسبة مئوية (44.82%). اما الفئة الثانية فكانت (الفقر) بتكرار (8) وبنسبة مئوية (27.58%). اما الفئة الثالثة فكانت (الضمان الاجتماعي) والفئة الرابعة (فرص العمل) وجاءتا بتكرار متساوي بمقدار (4) تكرارات لكل فئة بنسبة مئوية (13.79%) لكل منهما.

## 5- القضايا الفرعية للفئة الرئيسية ( قضايا الفساد ) في عينة البحث:

جدول رقم (5): نتائج الفئات الفرعية لقضايا الفساد

ت	قضايا الفساد	التكرار	النسبة المئوية
1	الفساد الإداري	15	53.57%
2	الرشوة	10	35.71%
3	الفساد الأخلاقي	2	7.10%
	المجموع	28	100%

في الجدول رقم (5) احتلت فئة قضايا الفساد الإداري المرتبة الأولى من بين فئات الفساد الإداري وبنسبة مئوية (53.57%) بـ (15) تكرارا ضمن جدول الترتيب ، وظهر ذلك عن طريق تحليل حلقات البرنامج ويشمل الفساد الإداري ، المؤسسات الحكومية أو غير الحكومية ، وان احد ابرز اسبابه يتمثل في المحسوبية وتفضيل الانتماءات الحزبية أو غيرها على الانتماء الوطني ، فيما جاءت فئة الرشوة في المرتبة الثانية وبنسبة مئوية (35.71%) بـ (10) تكرارات وكما تبين في البرنامج فإن اسبابها كثيرة ابرزها غياب الدور الرقابي الحكومي الذي أتاح الفرصة هكذا ممارسات ، اما فئة الفساد الأخلاقي فقد جاءت في المرتبة الثالثة بـ (2) تكرار ضمن سلم الترتيب وكانت كنتيجة حتمية للظروف القاسية التي يمر بها العالم العربي كما جاء في البرنامج على لسان الضيوف.

## 6- القضايا الفرعية للفئة الرئيسية ( القضايا الاجتماعية ) في عينة البحث

جدول رقم (6): نتائج الفئات الفرعية للقضايا الاجتماعية

ت	قضايا اجتماعية	التكرار	النسبة المئوية
1	العلاقات الاسريه	11	42.30%
2	التمييز الجنسي	9	34.61%

3	الانعزال والوحدة	4	15.38%
	الرعاية الصحية	1	7.68%
	المجموع	26	100%

تؤشر نتائج الجدول رقم (6) ان فئة العلاقات الاسرية احتلت المرتبة الأولى من بين القضايا الاجتماعية اذ حققت نسبة مئوية (42.30%) في جدول الترتيب ، ولعدة أسباب أوضحت في البرنامج منها شكل الاسره في العالم العربي وخصوصيتها ، يأتي بعد ذلك فئة التمييز الجنسي التي جاءت بالمرتبة الثانية بـ (34.61%) في سلم الترتيب ، اذ تبين عن طريق الإحصائيات والدراسات التي عرضت في حلقات البرنامج التي خضعت للتحليل أن هناك تمييز على أساس الجنس ما بين الأنتى والذكر من ناحية العمل والممارسات الدينيه وغيرها ، اما المرتبة الثالثة حصلت عليها فئة الانعزال والوحده بنسبة مئوية بلغت (15.38%) وبينت اسباب ذلك حسب ما جاء في البرنامج نتيجة ظروف اجتماعيه قاسيه او بسبب البطاله او نتيجة عائق اللغة بالنسبه للمهاجرين العرب في الدول الاجنبيه ، وفي المرتبة الرابعه جائت فئة الرعايه الصحيه بتكرار واحد وبنسبة مئوية (7.68%) في جميع حلقات البرنامج التي خضعت للتحليل.

#### 7- اللغة المستخدمة في البرنامج ( عينة البحث )

#### جدول رقم (7): نتائج فئات اللغة المستخدمة في البرنامج

ت	اللغة المستخدمة	التكرار	النسبة المئوية
1	اللغة الوسطية ( الاعلامية )	20	54%
2	اللهجة العامية	13	35%
3	اللغة الفصحى	4	11%
	المجموع	37	100%

يتضح من الجدول رقم ( 7 ) ان اللغة الوسطى التي تجمع بين اللهجة الدارجة واللغة الفصحى هي اللغة هي التي كانت متفوقة في حلقات البرنامج وحلت بالمرتبة الأولى بنسبة مئوية بلغت (54%) بـ (20) تكرارا ، فيما جاءت اللهجة العامية في المرتبة الثانية بنسبة مئوية (35%) بـ(13) تكرارا ضمن سلم الترتيب ، اما



اللغة الفصحى فكانت في المرتبة الأخيرة بنسبة (11%) ب(4) تكرار ضمن سلم الترتيب ، وهذا يؤشر على حرية التعبير في نوع اللغة المستخدمة في البرنامج لطرح قضايا الشباب .

## 8- نوع الحوار في البرنامج ( عينة البحث )

### جدول رقم (8): نتائج نوع الحوار في البرنامج

ت	نوع الحوار	التكرار	النسبة المئوية
1	حوار الرأي	21	51,21%
2	حوار الشخصية	14	34,14%
3	حوار المعلومة	6	14,63%
	المجموع	41	100%

تظهر نتائج الجدول رقم ( 8 ) ان تركيز البرنامج على طرح قضايا الشباب على ( حوار الرأي ) بنسبة مئوية بلغت ( 51,21%) ب(21) تكرارا في المرتبة الأولى ، اما ( حوار الشخصية ) فحل بالمرتبة الثانية بنسبة مئوية ( 34,14%) ب(14) تكرارا ضمن جدول الترتيب ، فيما جاء ( حوار المعلومة ) بالمرتبة الثالثة بنسبة مئوية بلغت ( 14,63%) ، وهذا يبين ان القائمين على البرنامج استخدموا أنواع الحوارات بشكل متفاوت لطرح قضايا الشباب .

### • الاستنتاجات :

- 1- أن القضايا السياسية هي الاعلى مرتبة بين القضايا التي تم مناقشتها ضمن البرنامج خلال عينة البحث، وتليها القضايا الدينية التي جاءت بالمرتبة الثانية .
- 2- قضية استفتاء كردستان العراق كانت في مقدمة القضايا السياسية التي تناولتها حلقات البرنامج (عينة البحث ) وحلت بعدها قضية الأحزاب السياسية .
- 3- ان العقائد الدينية المنحرفة هي الاعلى مرتبة ضمن القضايا الدينية التي يناقشها البرنامج (عينة البحث) وتليها فئة التشدد والتطرف.
- 4- قضية الفساد الإداري احتلت المقدمة من بين قضايا الفساد التي تم مناقشتها في البرنامج ضمن (عينة البحث ) فيما جاءت فئة الرشوة في المرتبة الثانية .

5- قضية العلاقات الاسرية احتلت المرتبة الأولى من بين القضايا الاجتماعية يأتي بعد ذلك فئة التمييز الجنسي كاهم القضايا التي استحوذت على اهتمام الشباب ضمن حلقات البرنامج ( عينة البحث ).

#### • التوصيات :

- 1- اهمية اهتمام الباحثين في الجانب الاعلامي بدراسة قضايا الشباب كونهم الشريحة الاوسع في المجتمع .
- 2- يوصي الباحث القنوات الفضائية المحلية في الدول العربية بايلاء قضايا الشباب في البرامج الحوارية الاهتمام المطلوب واعطائها المساحة الاكبر .
- 3- عمل حملات اعلامية وتغطيات واسعة من قبل القنوات الفضائية لاهم المشاكل التي يعاني منها الشباب والاستعانة بالخبراء في مختلف المجالات من اجل ايجاد المعالجات لمشاكل الشباب .
- 4- عمل خطة برامجية مشتركة بين الدول العربية تاخذ على عاتقها مناقشة اهم القضايا التي يعاني منها الشباب العربي .

#### المصادر:

1. ابو حسن ،فداء .(2015) ، بحث عن الشباب، موقع علمي (موضوع: اكبر موقع عربي بالعالم).
2. بو علي ،نصير (2005)، التلفزيون الفضائي وأثره على الشباب في الجزائر، دار الهدى،الجزائر.
3. بياجي ، شيرلي .(1986) ، المقابلة الصحفية .. فن، ترجمة كمال عبد الرؤوف القاهرة: الجمعية المصرية لنشر المعرفة والثقافة العالمية.
4. الحاج ،كمال (2020) ،البرامج الحوارية الاذاعية والتلفزيونية، الجامعة الافتراضية السورية.
5. الحسنوي، موفق عبد العزيز و الحسنوي، انتصار عباس (2016) فاعلية تقنيات الإعلام الحديثة في تنمية قيم المواطنة الصالحة عند الطلبة، مجلة الباحث الإعلامي، العدد31، بغداد، العراق.
6. الحلاحلة ،علي .(2012)، القيم الاجتماعية في البرامج الحوارية في التلفزيون الأردني من وجهة نظر طلبة الجامعات الأردنية ، رسالة ماجستير ، جامعة الشرق الأوسط ، عمان الأردن .
7. زلطة ،عبد الله محمد .(2005)، الكتابة للراديو والتلفزيون، القاهرة ، دار الفكر العربي..
8. السرحان ،محمود .(2001) ، الإعلام الأمني والشباب، السعودية:جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية .
9. شكري ،عبد المجيد .(1987) ،الإذاعات المحلية لغة العصر، دار الفكر العربي، القاهرة.
10. شلبي ،كرم (1989) ، معجم المصطلحات الإعلامية، دار الشروق، القاهرة.
11. العبد ،نهى عاطف .(2009) ، الإعلام الدولي، القاهرة، الدار العربية للنشر والتوزيع.
12. عبد الحميد ، محمد(2000) ، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، (القاهرة، عالم الكتب).

13. عبد الحميد، فايزة طه.(2013)، البرامج الحوارية بالفتوات الفضائية، المكتب العربي للمعارف، القاهرة
14. غرايبه ، فوزي.(2002) أساليب البحث العلمي في العلوم الاجتماعية والإنسانية ، عمان، دار وائل للنشر.
15. القطبي، حيدر أحمد علّو.(2011) ، القيم الإخبارية في القنوات الفضائية الموجهة إلى المنطقة العربية، اطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام - جامعة بغداد، قسم الصحافة الإذاعية والتلفزيونية، بغداد.
16. الكعبي، علي عبد الأمير.(2016) ، دراسات في سكان العراق، بيروت، الساقى للطباعة والنشر.
17. اللبان ، شريف درويش(2016) ، المنطقة العربية والرسالة الإعلامية الدولية الموجهة، المركز العربي للبحوث والدراسات، القاهرة.
18. مجيد ،محمد كاظم (2008) ، الأشكال والأساليب الفنية للبرامج الحوارية في قناة البغدادية الفضائية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام - جامعة بغداد ،قسم الصحافة الإذاعية والتلفزيونية. 2008.
19. الموقع الرسمي للشبكة دي دبليو <http://www.dw.com>
1. Abu Hassan, Fida. (2015), a search for young people, a scientific site (topic: the largest Arab site in the world).
  2. Bouali , Nasir (2005), Satellite TV and its Impact on Youth in Algeria, Dar Al-Huda, Algeria
  3. Biagi, Shirley. (1986), the press interview. Art, translated by Kamal Abdel-Raouf, Cairo: The Egyptian Association for the Dissemination of Knowledge and World Culture..
  4. Al-Hajj, Kamal (2020), radio and television talk shows, the Syrian Virtual University..
  5. Al-Hasnawi, Muwaffaq Abdul-Aziz and Al-Hasnawi, Intisar Abbas (2016) The Effectiveness of Modern Media Techniques in Developing the Values of Good Citizenship among Students, Journal of Media Researcher, Issue 31, Baghdad, Iraq..
  6. Halahleh, Ali (2012). Social values in talk shows on Jordanian television from the point of view of Jordanian university students, a master's thesis, Middle East University, Amman, Jordan..
  7. Zalata, Abdullah Muhammad. (2005), Writing for Radio and Television, Cairo, Arab Thought House..

8. Al-Sarhan, Mahmoud. (2001), Security Media and Youth, Saudi Arabia: Naif Arab University for Security Sciences..

. Shukry, Abdel-Majid. (1987), local radio stations, the language of the age, Dar Al-Fikr Al-Arabi, Cairo..

Shalaby, Karam (1989), A Dictionary of Media Terms, Dar Al-Shorouk, Cairo. 10.

11.Al-Abed, Noha Atef. (2009), International Media, Cairo, Arab House for Publishing and Distribution.

Abdel Hamid, Mohamed (2000), Scientific Research in Media Studies, (Cairo, World of Books..12

13.Abdel Hamid, Fayza Taha. (2013), talk shows on satellite channels, the Arab Office for Knowledge, Cairo.

14.Gharaibeh, Fawzi. (2002) Methods of scientific research in the social and human sciences, Amman, Wael Publishing House.

15.Al-Qutbi, Haider Ahmed Alo. (2011), News Values in Satellite Channels directed to the Arab Region, unpublished Ph.D. thesis, College of Mass Communication - University of Baghdad, Department of Radio and Television Journalism, Baghdad..

16.Al-Kaabi, Ali Abdul-Amir. (2016), Studies in the Population of Iraq, Beirut, Al-Saqi for Printing and Publishing.

17.Al-Labban, Sherif Darwish (2016), The Arab Region and the Directed International Media Message, The Arab Center for Research and Studies, Cairo.

18.Majeed, Muhammad Kazem (2008), Artistic Forms and Styles for Talk Shows on Al-Baghdadiah Satellite Channel, unpublished MA thesis, College of Mass Communication - University of Baghdad, Department of Radio and Television Journalism. 2008.

19 .The official website of the DW Network <http://www.dw.com>