

المعالجة الإعلامية للقضايا الخدمية في القنوات الفضائية العراقية

برنامج أهل المدينة أنموذجاً

د.علياء هيجان صكبان

قسم الإعلام / كلية الإمام الكاظم (ع) الجامعة

media.lecturer12@alkadhum-col.edu.iq / 07700680322

مستخلص:

يهدف هذا البحث إلى التعرف على الاسلوب التي عالجت به البرامج في القنوات الفضائية العراقية القضايا الخدمية متمثلاً ببرنامج أهل المدينة الذي يقدم على شاشة الفضائية الشرقية، وكذلك معرفة الاشكال الفنية الذي استخدمها البرنامج وطبيعة الشخصيات المستضافة فيه واتجاهاتهم، والمصادر التي اعتمدها في الحصول على المعلومات، ومعرفة مضامين القضايا الخدمية والمدة الزمنية التي شغلتها، والإطر الإعلامية الذي تبناها البرنامج في طرحها، واستخدمت الباحثة اداة تحليل المضمون لتحليل مضامين البرنامج للمدة من ١/٧/٢٠٢٣ ولغاية ١/٩/٢٠٢٣، حيث عمدت الباحثة إلى اختيار عينة قصدية وباستخدام اسلوب الحصر الشامل للحلقات اثناء مدة البحث، وتوصل البحث إلى نتائج عدة اهمها:

١. أهتم البرنامج اثناء مدة البحث بالقضايا الخدمية التي تتعلق بتوفير فرص عمل للعاطلين أو الخريجين وبنسبة بلغت ٢٨,٥% و قضايا الكهرباء بنسبة ٢٤,١% بشكل اكبر من القضايا الخدمية الأخرى .
٢. أختار البرنامج ضيوفه من المتحدثين الرسميين بنسبة ٤٠% من الشخصيات التي ضيفها خلال مدة البحث للتعليق وشرح وتفسير القضايا الخدمية وهذا مؤشر على ان البرنامج يصل إلى اصحاب القرار المعنيين بتلك القضايا الخدمية.

٣. تبنى البرنامج في معالجته للقضايا الخدمية عدة إطار وكانت إطار المسؤولية بالمرتبة الأولى وبنسبة ٣٢,٧%، وهذا يعني ان البرنامج تعمد القاء اللوم والمسؤولية في القضايا الخدمية على المسؤولين عليها وذلك بعرض نتائجها السلبية ومعاناة المواطنين وشكواهم ازاء المؤسسات المعنية وهذا ما يؤكد حصول مرتبة الاحتجاج على المرتبة الثانية وبنسبة ٢٢,٤% .

الكلمات المفتاحية: القضايا الخدمية، القنوات الفضائية، المعالجة الإعلامية.

Media treatment of service issues in Iraqi satellite channels

The People of the City program is an example

Dr. Alia Hijan Sakban

Department of Media / Imam Al-Kadhim University College

media.lecturer12@alkadhum-col.edu.iq

Abstract:

This research aims to identify the method in which programs on Iraqi satellite channels dealt with service issues, represented by the People of the City program presented on the Eastern Satellite TV screen, as well as knowing the artistic forms used by the program, the nature of the personalities hosted in it and their trends, and the sources it relied upon to obtain information, and knowing The contents of the service issues, the period of time they occupied, and the media frameworks adopted by the program in presenting them. The researcher used the content analysis tool to analyze the contents of the program

for the period from 7/1/2023 to 9/1/2023, where the researcher chose a purposive sample and used the method of comprehensive inventory of episodes. During the research period, the research reached several results, the most important of which are:

1. During the research period, the program focused on service issues related to providing job opportunities for the unemployed or graduates, at a rate of 28.5%, and electricity issues, at a rate of 24.1%, more than other service issues.
2. The program chose its guests from official speakers, 40% of the personalities it guested during the research period, to comment, explain and interpret service issues. This is an indication that the program reaches the decision-makers concerned with those service issues.
3. In its treatment of service issues, the program adopted several frameworks, and the responsibility frameworks ranked first, at a rate of 32.7%. This means that the program deliberately placed blame and responsibility for service issues on those responsible for them by presenting their negative results and the suffering of citizens and their complaints towards the institutions concerned, and this is what confirms that it achieved a rank Protest ranked second, at 22.4%.

Keywords: service issues, satellite channels, media treatment.

مقدمة:

تسهم القنوات الفضائية من خلال وظائفها المتعددة ولاسيما الاخبارية في تقديم معالجات اعلامية لمختلف القضايا ومنها القضايا الخدمية ،حيث تُعد هذه القنوات حلقة وصل بين المؤسسات الخدمية من جهة والمواطن من جهة اخرى ،ناهيك عن تحليل القضايا وتفسيرها وايجاد الحلول بشأنها ،عن طريق اخذ اراء الخبراء والمختصين والشخصيات ذات العلاقة بالقضايا الخدمية المطروحة، لكن يبقى تتأول هذه القنوات تختلف من قناة إلى اخرى بحسب ملكيتها والطبيعة الايدلوجية الفكرية والسياسية وجهات تمويلها ، مما ينعكس على طبيعة معالجتها لتلك القضايا ، ونحاول في هذه البحث ان نسلط الضوء على طبيعة المعالجة الإعلامية للقضايا الخدمية من خلال برنامج خدمي يقدم من شاشة الشرقية الفضائية وهو برنامج (أهل المدينة) كعينة قصدية من البرامج التي تقدم القضايا الخدمية.

ويأتي هذ البحث على ثلاث مباحث ضم المبحث الأول منه الإطار المنهجي للبحث فيما تتاول المبحث الثاني تحديدا لمصطلحات البحث، أما المبحث الثالث فخصص لنتائج تحليل المضمون وختمت البحث بالاستنتاجات وقائمة المصادر والمراجع.

المبحث الأول

الإطار المنهجي للبحث

أولاً: مشكلة البحث:

تتلخص مشكلة البحث في رصد وتحليل إطار المعالجة الإعلامية للقضايا الخدمية من خلال برنامج (أهل المدينة) الذي يقدم من قناة الشرقية الفضائية والذي يتابع تطورات القضايا الخدمية التي تكون على تماس مباشر بحياة المواطن واحتياجاته الاساسية لذا يمكن صياغة مشكلة البحث في تساؤل رئيس وهو: ما الاسلوب الذي عالج به برنامج أهل المدينة القضايا الخدمية؟

ثانياً: أهمية البحث:

تتجسد الأهمية النظرية لهذه البحث بقلّة الدراسات المرتبطة بموضوعه ولاسيما فيما يتعلق بالقضايا الخدمية والذي يمكن ان يمثل اضافة نوعية لمكتبة الدراسات الإعلامية، اما الأهمية العملية فتتمثل بإمكانية استفادة القائمين على البرامج من معالجة نقاط الضعف وتعزيز نقاط القوة عن طريق الاستفادة من النتائج التي اليها توصل اليها هذا البحث.

ثالثاً: أهداف البحث:

١. التعرف على الموضوعات أو القضايا الخدمية التي تناولها برنامج أهل المدينة.
٢. التعرف على حجم الاهتمام الذي يوليه البرنامج لقضايا معينة دون غيرها.
٣. الكشف عن طبيعة الشخصيات الفاعلة الذي ضيفها البرنامج لمناقشة تلك القضايا.
٤. الكشف عن اتجاهات المعالجة الإعلامية للقضايا الخدمية في البرنامج.
٥. بيان الاشكال الاخبارية التي استخدمها البرنامج في معالجة القضايا الخدمية المطروحة.
٦. بيان المصادر الاخبارية التي اعتمدها البرنامج في معرفة اخبار وتفاصيل القضايا.
٧. معرفة ترتيب القضايا داخل حلقات البرنامج.
٨. معرفة الإطار الإعلامية المستخدمة في معالجة القضايا الخدمية.

رابعاً: مجتمع البحث وعينته:

يتمثل مجتمع البحث في البرامج التي تتناول القضايا الخدمية في القنوات الفضائية العراقية، اما عينة البحث فاعتمدت الباحثة عينة قصدية من هذه البرامج تمثلت في برنامج (أهل المدينة)، والذي يقدم من على شاشة الشرقية الفضائية ، وعمدت الباحثة إلى اختيار العينة القصدية للوصول إلى برنامج يتناول القضايا الخدمية بكثافة مما يخدم اهداف البحث واداة التحليل ، واستخدمت الباحثة اسلوب الحصر الشامل في تحديد حجم العينة تمثلت في الحلقات المحصورة من ٢٠٢٣/٧/١ ولغاية ٢٠٢٣ /٩/١ ، وواقع (٤٥) حلقة وبمعدل زمني

بلغ (١٨٩٠ دقيقة و٤٢ ثانية) بواقع ٤٢ دقيقة للحلقة الواحدة ، لجأت الباحثة إلى اختيار هذه المدة لتزاحم القضايا الخدمية اثناءها ،ولاسيما فيما يتعلق بقضايا الكهرباء والماء والجفاف والتصحر وغيرها.

خامساً: أداة البحث:

تم تصميم استمارة تحليل المضمون كأداة لجمع المعلومات والبيانات حول معالجة القضايا الخدمية في برنامج أهل المدينة، وبعد تحليل المضمون أداة للوصف الكمي المنظم للمحتوى (العقابي، ٢٠١٧، صفحة ١٣٢).

سادساً: فئات التحليل وتعريفها:

١ **فئة الزمن:** ويقصد بها الوقت المخصص لعرض المضمون المتعلق بالقضايا الخدمية، اذ يشير عنصر الوقت إلى مدى الاهتمام بعرض موضوع القضية بحيث كلما زاد الوقت المخصص كان ذلك دليلاً على حجم الاهتمام الذي يوليه البرنامج للقضية، واعتمدت الدقيقة واجزائها كوحدة للقياس، وتشمل هذه الفئة الفئات الفرعية الآتية:

أ- زمن الكلي للقضايا.

ب- الزمن المخصص لكل قضية خدمية.

٢ - **فئة الاشكال الفنية المستخدمة في معالجة القضايا:** يقصد بها الاشكال الفنية المستخدمة في عرض القضايا، وذلك عن طريق دعمها بأشكال الفنون الإعلامية، وتشمل الفئات الفرعية الآتية:

أ- خبر مجرد: تقديم معلومات عن القضية والتعليق عليها دون اخذ تقرير أو فنون اخرى.

ب- تقرير ميداني: تخص هذه الفئة الخبر الذي يتم تقديمه ويدعم بتقرير اخباري

تم اعداده في موقع القضية من قبل مراسل البرنامج.

ت- تقرير داخلي: تعني دعم خبر القضية الذي تم تقديمه مسنداً بتقرير اخباري تم اعداده في مقر القناة استناداً إلى المعلومات والبيانات التي جمعت عنها.

ث- مقابلة عبر الانترنت: عبر أحد البرامج التي تنقل الصوت والصورة عبر الشبكة الدولية للمعلومات (الانترنت) مثل سكايب أو عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
ج- مقابلة عبر الهاتف: يتم فيها لقاء شخصية عبر الهاتف والحصول منه على تطورات بشأن احداث القضية.

ح- مقابلة ميدانية: تعني لقاءات التي يجريها مراسلين البرنامج لأحدى الشخصيات التي لها رأي معين في القضية، ويتم اللقاء في موقع خارج الامكنة التابعة للقناة أو في موقع الحدث.

خ- مقابلة داخل الاستوديو: تعني الاستضافات التي يجريها البرنامج لأحدى الشخصيات التي لها موقف معين من القضية داخل استوديو البث اثناء بث البرنامج.

د- استطلاع رأي: اخذ اراء الجمهور ازاء خدمات معينه في مكان عام.

٣_ **فئة نوع الشخصية المستضافة:** نقصد بها الشخصيات التي استضافها البرنامج في عرضه للقضايا الخدمية، وتم تحديد صفات الشخصية في الجانب التحليلي للبحث باعتماد التعريف الذي تقدم به الشخصية في البرنامج. وتتضمن الفئات الفرعية الآتية:

أ. متحدث رسمي، وزير، مسؤول حكومي.

ب. نقابيون، الاطباء، مهندسين، معلمين.

ج. خبير أو متخصصون.

د. كاتب وإعلامي.

هـ. مواطنون.

٤- فئة ترتيب القضية يقصد بها الترتيب الذي تحتله القضية من بين القضايا الأخرى

داخل البرنامج الرئيسي وتقسم هذه الفئة إلى الفئات الفرعية الآتية:

أ-المقدمة: القضايا الثلاث الأولى من البرنامج.

ب-وسط: القضايا الثلاثة ما بعد القضايا الثلاثة الأولى.

ت -الخاتمة: ما بعد قضايا المقدمة والوسط.

٥- فئة اتجاه الشخصية المستضافة: يقصد بها نوع الافكار ووجهات النظر التي يدلي

بها الضيوف في البرنامج، وجرى الاعتماد في تحديد اتجاه الشخصية عن طريق ما

يقوله الضيف في البرنامج ازاء أحد القضايا الخدمية المطروحة، وتقسم هذه الفئة إلى

الفئات الفرعية الآتية:

أ- شخصيات مؤيدة: يقصد بها الافراد الذين يطرحون اراء وافكار تساند وجهة نظر

لجهة معينة من القضية.

ب- شخصيات محايدة: هو الذي يطرح اراء متوازنة ويبين الجوانب السلبية

والايجابية ازاء القضية.

ت- شخصيات معارضة: هي الشخصيات التي تتصف إطروحاتها بالتهجم

والتجريح للمعنيين بالقضايا وتحملهم مسؤولية تطوراتها.

٦/ فئة مصادر اخبار القضايا: يقصد بها الجهة التي اعتمدها البرنامج في استقاء انباء

واحدًا لقضايا الخدمية، وتشمل الفئات الفرعية الآتية:

أ- مصادر داخلية: تشمل هذه الفئة الافراد والمؤسسات التابعة للقناة، (مراسل،

موفد، مندوب) والتي تزودها بوقائع وتطورات القضية.

ب-مصادر خارجية: وتشمل هذه الفئة المصادر الآتية:

• مصدر مسؤول: هي الاخبار التي ترد عبر تصريحات افراد لهم صفة رسمية،

قد يكونوا مخولين بالتحدث إلى وسائل الإعلام.

- وسائل الإعلام: يقصد بها جميع اخبار القضايا التي ترد عبر الصحف والمجلات العربية والعالمية والاذاعات والفضائيات.
- الانترنت: جميع اخبار القضايا الخدمية التي ترد للبرنامج عن طريق شبكة المعلومات الدولية ومواقع التواصل الاجتماعي (المواطنون).
- وكالات الانباء

٧_ فئة الموضوع: وهي الفئة الاكثر استخدامًا في تحليل المضمون والتي تقوم بتصنيف

القضايا حسب موضوعاتها وشملت ما يأتي:

أ. الاقتصادية (الزراعة والصناعة والتجارة)

ب. الصحية.

ت. التعليم.

ث. البيئة

ج. السياحة.

ح. المياه.

خ. تنمية المجتمع المحلي والاهتمام بقطاعات الشباب وتوفير فرص عمل

د. البلديات ومجالس المحافظات.

٨_ الإطار الإعلامية للقضية: ويقصد بها الاسلوب المحدد المستخدم في توصيف جانب

أو جوانب القضية، وجعلها اكثر بروزاً في سياق الحلقة، عبر اساليب تدعم القضية

وتفسرها وتفرض معنى عليها، بما يتناسب وتأثير نمط الملكية، والسياسة التحريرية

للقناة، وستقوم الباحثة بتحليل المضمون عبر النموذج الاتي من الإطار الاخبارية التي

تم رصدها في التحليل المبدئي ل ١٠% من عينة حلقات البرنامج (أهل المدينة) والذي

يقدم من على شاشة الشرقية الفضائية:

أولاً: إطار الصراع: وتشمل المعالجات الإعلامية التي استخدمت في التعامل مع القضايا الخدمية، إذ تقدم الأحداث في إطار تنافسي حاد، وتعتمد إلى إبراز الفساد وعدم الثقة في المسؤول وقياس الرسالة بمقياس الربح والخاسر.

ثانياً: إطار الاهتمامات الانسانية: تعني اعطاء المعالجة الإعلامية للقضية الصفة الدرامية المشحونة بالعواطف الانسانية وشخصيتها، وجذب الانتباه إلى اثارها، عبر استخدام صياغات ومفردات تشير لهذا النوع من الإطار.

ثالثاً: إطار المسؤولية: نعني بها الإطار التي تقوم بها المعالجات الإعلامية بتحميل احد أطراف القضية سبب تفاقمها والقاء اللوم عليهم ويضع البرنامج الرسالة للإجابة عن السؤال الاتي (من المسؤول عن) وتحديد في شخصية أو مؤسسة أو قانون أو سلوك أو حكومة محددة.

رابعاً: الإطار الاقتصادية: ونعني بها المعالجات التي تركز على الجوانب الاقتصادية للقضية وتشير إلى التأثير الاقتصادي المتوقع على الافراد أو المؤسسات أو الدولة من القضية.

خامساً: إطار الاحتجاج: هي الإطار الإعلامية التي ترد في البرنامج مبينة احتجاج المواطنين أو العاملين في مؤسسات معينة ازاء خدمات معينة أو مؤسسات خدمية محاولة ايصال صوتهم للجهات المعنية.

ثامناً: صدق وثبات الاداة:

أ. اختبار الصدق:

تم عرض استمارة تحليل المضمون على المحكمين في مجال الإعلام*، وبعد الاخذ بملاحظاتهم واجراء التعديلات اللازمة تم تصميمها بشكلها النهائي، حيث بلغت نسبة الصدق (٨٧،٥%)** وي نسبة مقبولة وجيدة.

ب. اختبار الثبات:

لتحقيق ثبات استمارة التحليل استعانت الباحثة بباحث آخر في المجال الإعلامي لإعادة الاختبار على جزء من العينة (١٠%) منها وبواقع (١١) حلقة وبعد استخدام معادلة هولستي *** لاختبار ثبات التحليل بين التحليل الأول والثاني بلغت قيمة الثبات (٠,٩١) وهي نسبة ثبات عالية تدل على صلاحية الاداة للقياس والتطبيق.

المبحث الثاني**تحديد مصطلحات البحث****أولاً: المعالجة الإعلامية:**

تعرف المعالجة على "انها اسلوب تتناول بعض القضايا في وسائل الإعلام المختلفة من حيث الشكل والمضمون وعناصر التأكيد والابراز والاغفال التي تتعمدها الوسيلة الإعلامية بما يتفق مع أيولوجياتها وخلفياتها الفكرية السياسية وطبيعة تمويلها." (حسين، ٢٠١٤، صفحة ١٥).

اما التعريف المعالجة الإعلامية اجرائيا:

فهي الاسلوب الذي تتناول من خلاله برنامج أهل المدينة القضايا الخدمية من حيث حجم الاهتمام بقضايا معينه دون اخرى والمصادر التي اعتمدها وطبيعة الشخصيات المستضافة واتجاهاتها ازاء تلك القضايا فضلا عن ترتيب تلك القضايا داخل الحلقة ومضامينها والإطر الإعلامية المستخدمة فيها.

ثانياً: القضايا الخدمية:

لعدم وجود تعريف محدد للقضايا الخدمية في الادبيات عرفت الباحثة القضايا الخدمية تعريفا اجرائيا وبما يتفق مع اداة بحثها على انها (القضايا التي تكون على تماس مباشر بحياة الافراد وذات تأثير ملحوظ على حياتهم اليومية أو المستقبلية وترتبط بحقوقهم العامة، كالتعليم

والصحة والطاقة والاسكان وتوفير فرص العمل وخدمات الطرق فضلا عن الجوانب الاقتصادية المتعلقة بدخولهم الشهرية).

ثالثاً: نظرية الإطار الإعلامية:

يعد مفهوم التأطير أحد المفاهيم الجوهرية الذي يتفاعل في تكوينه العديد من المداخل النظرية التي تتناول دور وسائل الإعلام واثرها على الجمهور. (سلام، ٢٠٠٩، صفحة ١٣٤)

والإطر (عبارة عن عملية تفاعلية بين مكونات الاتصال الجماهيري يحكمها سياق ثقافي معين، تبدأ بانتقاء وسائل الإعلام لبعض الجوانب الاحداث أو القضايا والتركيز عليها واهمال جوانب اخرى في ضوء معايير مهنية وايدلوجية للوسيلة الإعلامية للتأثير في استجابات الجمهور اتجاه محتوى معين (احمد، ٢٠٠٩، الصفحات ٣٧-٣٨).

تقوم نظرية الإطار على عدد من الفروض وهي: (مكاوي و السيد، ٢٠١٠، صفحة ٣٢٠)

١. لا تتطوي الاحداث في ذاتها على مغزى معين وانما من خلال وضعها في إطار معين.
٢. تركيز وسائل الإعلام على جوانب معينة من القضية يخلق معايير يستخدمها الجمهور في تقييمهم لها.
٣. اختلاف وسائل الإعلام في تحديد الإطار يؤدي إلى اختلاف احكام الجمهور المرتبط بكل وسيلة ازاء القضايا المثارة.
٤. يحصل تأثير التأطير عند التركيز على مجموعة اعتبارات، مما يجعل الافراد يركزون عليها عند تكوين اراءهم.

وللتأطير انواع متعددة منها: إطر الصراع، إطر الاهتمامات الانسانية، إطر الاحتجاج، الإطر الاخلاقية، إطر اسناد المسؤولية، الإطر الاقتصادية، إطر التشكيك، إطر سابقة التكوين. (جلال، ٢٠١٥، صفحة ٤)

رابعاً: برنامج أهل المدينة:

برنامج تلفزيوني منوع يقدم على شاشة قناة الشرقية الفضائية من الاحد إلى الاربعاء في تمام الساعة ٧:١٥ مساءً بتوقيت بغداد، تقديم الإعلامية ازل السياب ورأفت كامل ولمدة ٤٢ إلى ٤٣ دقيقة، يتناول من خلاله العديد من الموضوعات والقضايا التي تهم الشارع العراقي منها الاجتماعية والخدمية والقانونية وغيرها من القضايا التي تحظى باهتمام كبير من قبل المشاهدين ولاسيما على منصات البرنامج في مواقع التواصل الاجتماعي. (الموقع الالكتروني لقناة الشرقية)

المبحث الثالث

نتائج تحليل المضمون

١/ اشارت نتائج البحث التحليلية الخاصة بالزمن الذي خصه البرنامج لكل قضية خدمية نسبة إلى الزمن الكلي للقضايا الخدمية والبالغ (١٢٥٠ د) إلى حصول القضايا التي تهتم بقطاعات الشباب وتوفير فرص العمل على اكثر مدة زمنية بلغت (٣٩٣ د و ٣ ثا) وبنسبة مئوية بلغت ٢٨,٥ % من بين القضايا الأخرى بينما حلت قضايا الكهرباء بالمرتبة الثانية وبمدة ومنية بلغت (٣٠١د) وبنسبة مئوية بلغت ٢٤,١ %

ويرجع تقدم هذه الفئات إلى مدة البحث المتزامنة مع فصل الصيف واثارة مشاكل الكهرباء فضلاً عن تزامن مدة البحث مع التحضيرات المتعلقة بانتخابات مجالس المحافظات وكما موضح في الدول ادناه.

جدول (١)

يبين الزمن المخصص لكل قضية من زمن القضايا الخدمية الكلي

النسبة المئوية	الزمن	القضايا الخدمية
٥,١%	٤٦٤، ٤ ث	الاقتصادية
٢%	١٩٥، ١٩ ث	الصحة والبيئة
٦,٨%	٨٥، ٢ ث	التعليم
٤,٢%	٣٥٣، ٣ ث	السياحة
٥,٨%	٧٢٦، ٦ ث	المياه
٢٨,٥%	٣٥٦، ٥ ث	الاهتمام بقطاعات الشباب وتوفير فرص العمل
٢٣,٤%	٣٩٣، ٣ ث	البلديات ومجالس المحافظات
٢٤,١%	٣٠١، ١ ث	الكهرباء
١٠٠%	١٢٥٠، ١ ث	المجموع

٢/ تشير نتائج جدول (٢) الخاص بالاشكال الفنية التي استخدمها البرنامج إلى تقدم شكل (التقارير الميدانية) وبنسبة (٢٤) تكرارا من مجموع تكرارات الاشكال الفنية والبالغة (١٠٩) تكرارا وبنسبة مئوية بلغت (٢٢%)، بينما حل شكل خبر مجرد بالمرتبة الاخيرة وبنسبة (٦) تكرارات وبنسبة مئوية بلغت ٥'٥%، وتدل هذه النتيجة على ان برنامج أهل المدينة يقوم بتغطية القضايا الخدمية ميدانيا من خلال ايفاد المراسلين والمندوبين إلى اماكن الاحداث، بينما يدل تنذيل شكل الخبر المجرد إلى اهتمام البرنامج بالتفاصيل للقضايا بشكل اكبر من مجرد نقل معلومات عنها وكما موضح في الجدول الاتي.

جدول (٢)

يبين الأشكال الفنية المستخدمة في معالجة القضايا الخدمية

النسبة المئوية	التكرار	الأشكال الفنية
٥,٥%	٦	خبر مجرد
٢٢%	٢٤	تقرير ميداني
٧,٣%	٨	مقابلة عبر الانترنت
١٧,٤%	١٩	مقابلة الهاتف
١٩,٣%	٢١	مقابلة ميدانية
٨,٣%	٩	مقابلة داخل الاستوديو
١١%	12	استطلاع رأي
٩,٢%	١٠	تقرير داخلي
١٠٠%	١٠٩	المجموع

٣/ تشير نتيجة جدول (٣) والخاص ببيان نوع الشخصيات المستضافة إلى تقدم فئة الضيوف من المتحدثين الرسميين بالمرتبة الأولى و بواقع (٢٢) تكرارا من مجموع التكرارات الكلية والبالغة (٥٥) تكرارا وبنسبة مئوية بلغت ٤٠%، بينما حلت فئة مواطنون بالمرتبة الثانية وبمعدل تكرار بلغ (١٧) تكرارا وبنسبة مئوية بلغت ٢٢% تكرارا، فيما جاءت فئة نقابيون بالمرتبة الأخيرة وب(٦) تكرارات فقط وبنسبة مئوية بلغت ١٠,٩%، وتشير هذه النتائج إلى ان برنامج أهل المدينة يقوم بطرح المشاكل المتعلقة بالقضايا الخدمية على الشخصيات ذات العلاقة والمسؤولين في وزارات ودوائر الدولة للوصول إلى حلول بشأنها، ومن جهة أخرى في تأخذ اراء المواطنين أو شكواهم ازاءها ما جعل الفئتين تتقدم على الفئات الأخرى وكما هو مبين في الجدول ادناه .

جدول (٣)

يبين نوع الشخصيات المستضافة في برنامج أهل المدينة

نوع الشخصية	التكرار	النسبة المئوية
متحدث رسمي	٢٢	٤٠%
نقابيون	٦	١٠,٩%
خبراء متخصصون	٧	١٢,٧%
كاتب أو اعلامي	٣	٥,٥%
مواطنون	١٧	٣٠,٩%
المجموع	٥٥	١٠٠%

٤/كشفت نتائج جدول (٤) والمتعلق باتجاهات الشخصيات المستضافة في البرنامج ازاء القضايا الخدمية عن تقدم اتجاه (مؤيد) بالمرتبة الأولى وبمعدل تكرار بلغ (٢٣) تكرارا من مجموع تكرارات الاتجاهات والبالغة (٥٥) اتجاهاً وبنسبة مئوية بلغت ٤١,٨%، بينما حلت فئة معارض بالمرتبة الثانية وبنسبة مئوية بلغت ٣٦,٤%، فيما جاءت فئة معارض بالمرتبة الاخيرة وب(١٢) تكرار فقط وبنسبة مئوية بلغت ٢١,٨%، و ترى الباحثة ان هذه النتيجة منطقية عطا على الجدول السابق حيث كانت أغلب الشخصيات المستضافة من المؤسسات المعنية بالقضايا مما يجعلهم غير معارضين لها بإعطاء مبررات معينة، وكما مبين في الجدول الاتي.

جدول (٤)

يبين اتجاه الشخصيات المستضافة في البرنامج ازاء القضايا الخدمية

الاتجاه	التكرار	النسبة المئوية
مؤيد	٢٣	٤١,٨%
محايد	١٢	٢١,٨%
معارض	٢٠	٣٦,٤%
المجموع	٥٥	١٠٠%

٥/ يشير جدول رقم (٥) والخاص بترتيب القضايا الخدمية في حلقات برنامج أهل المدينة ان أغلب القضايا الخدمية وردت في مقدمة البرنامج ويتكرر بلغ ٩١ قضية من مجموع القضايا البالغ (١٦١) قضية وبنسبة مئوية ٥٦% ، بينما جاءت ٢٦% من القضايا في وسط البرنامج ويتكرر بلغ ٤٣ قضية، فيما جاءت ال ٢٧ قضية المتبقية في ختام البرنامج، وتدل هذه النتيجة اعطاء الأولوية في البرنامج لطرح ومناقشة القضايا الخدمية وهذا ما يؤكد حجم الاهتمام بها دون غيرها من القضايا والجدول ادناه يوضح ذلك.

جدول (٥)

يبين ترتيب القضايا الخدمية في حلقات برنامج أهل المدينة

ترتيب القضايا	التكرار	النسبة المئوية
المقدمة	٩١	٥٦,٥%
الوسط	٤٣	٢٦,٧%
الخاتمة	٢٧	١٦,٨%
المجموع	١٦١	١٠٠%

٦/ يتبين من نتائج جدول (٦) المتعلق بالمصادر الاخبارية التي استقى منها البرنامج معلومات وتفاصيل القضايا الخدمية حصول (المصادر المسؤولة) على اكثر عدد من التكرارات بلغ ٥٤ تكرارا من مجموع مصادر القضايا والبالغة (١٦١) وبنسبة مئوية بلغت ٦٣٣% ، بينما جاءت مصدر المراسلين والمندوبين بالمرتبة الثانية بعدد تكرارات بلغ ٤٩ وبنسبة بلغت ٣٠،٤% ، وجاءت مواقع الانترنت والتواصل الاجتماعي بالمرتبة الثالثة وبعدد تكرار بلغ ٢٤ تكرارا وبنسبة ١٤،٩ ، تلتها وسائل الإعلام والوكالات بنسب اقل ، وتدل هذه النتيجة إلى اعتماد البرنامج على المصادر المسؤولة الموثوقة من المؤسسات المعنية بالقضايا وهذا ما يؤكد صحة النتيجة في جدول (٣) الخاصة باستضافة المسؤولين فضلا عن امتلاكه لشبكة من المراسلين والموفدين في جميع المحافظات العراقية لتغطية القضايا ميدانيا وهذا ما يعطي البرنامج اكثر مصداقية وواقعية في التعامل مع القضايا كما موضح في جدول ادناه.

جدول (٦)

يبين مصادر اخبار القضايا الخدمية في البرنامج

النسبة المئوية	التكرار	المصادر الاخبارية
٣٠،٤%	٤٩	مراسل /مندوب
٣٣،٦%	٥٤	مصدر مسؤول
١٤،٣	٢٣	وسائل الإعلام
١٤،٩	٢٤	مواقع الانترنت والتواصل الاجتماعي
٦،٨	١١	وكالات
١٠٠%	١٦١	المجموع

٧/ يتضح من نتائج جدول (٧) الخاص بنوع وتكرار القضايا الخدمية التي يتناولها البرنامج ان قضايا التي تتعلق بتوفير فرص عمل للشباب من اكثر القضايا تدأولا في البرنامج وتكرار بلغ ٣٥ تكرارا من مجموع تكرار القضايا والبالغة ١٦١ وبنسبة مئوية بلغت ٢١,٧% ، وهذا ما يؤيد صحة النتيجة في جدول رقم (١)

والمترتبة بالمساحة الزمنية التي احتلتها هذه الفئة من بين الفئات الأخرى، بينما حلت قضايا الصحة والبيئة في المرتبة الاخيرة وتكرار بلغ ٨ وبنسبة ٥%، وتأتي هذه النتيجة لكثرة الاعتصامات والمظاهرات المطالبة بتوفير فرص عمل أو الوظائف للاختصاصات معينة ولاسيما بعد المصادقة على موازنة ٢٠٢٣. حيث كانت حلقات هذه البرنامج تغطيات ميدانية مكثفة كما موضح في جدول الاتي.

جدول (٧)

يبين نوع وتكرار القضايا الخدمية التي تناولها البرنامج اثناء مدة البحث

النسبة المئوية	التكرار	القضايا الخدمية
٧,٥%	١٢	الاقتصادية
٥%	٨	الصحة والبيئة
١١,٨%	١٩	التعليم
٦,٨%	١١	السياحة
١١,٢%	١٨	المياه
٢١,٧%	٣٥	الاهتمام بقطاعات الشباب وتوفير فرص العمل
١٦,٨%	٢٧	البلديات ومجالس المحافظات

الكهرباء	٣١	١٩,٣%
المجموع	١٦١	١٠٠%

٨/ كشفت نتائج جدول (٨) الخاصة بالإطر الإعلامية التي استخدمها البرنامج في معالجته للقضايا الخدمية إلى ان البرنامج استخدم ٥ انواع من الإطر حيث جاءت إطر المسؤولية بالمرتبة الأولى و بواقع (٣٢) تكرارا وبنسبة ٣٢,٧% ، وهذا يعني ان مقدمي البرنامج حأوروا المسؤولين عن القضايا بألقاء اللوم عليهم ومسؤولية تدهور بعض القضايا وتفاقمها ، بينما حلت إطر الاهتمامات الانسانية بالمرتبة الثانية و بواقع ٢٦ تكرارا وبنسبة ٢٦,٥% حيث عرضت حلقات البرنامج معاناة المواطنين من بعض الجوانب الخدمية ونقلت شكاوهم ومناشداتهم سواء ميدانيا من مناطقهم أو عبر مواقع التواصل الاجتماعي ، بينما حلت إطر الاحتجاج بالمرتبة الثالثة و بواقع (٢٢) تكرارات وبنسبة مئوية بلغت ٢٢,٤% ، حيث غطت حلقات البرنامج احتجاجات الجمهور ومواقفهم ازاء بعض القضايا الخدمية أو عن بعض المشاريع الخدمية المتلكئة، وجاءت إطر الاقتصادية بالمرتبة الرابعة وبتكرار بلغ (٩) تكرارات وبنسبة مئوية بلغت ٩,٢% حيث بين البرنامج في بعض حلقاته النتائج الاقتصادية المترتبة عن بعض القضايا الايجابية منها والسلبية ، واحتلت إطر الصراع المرتبة الخامسة والاخيرة و بعدد تكرارات بلغ ١١ تكرارا وبنسبة مئوية بلغت ١١,٢% ، حيث كشفت حلقات البرنامج عن بعض الصراعات والتنافس على المناصب الخدمية سواء بين السياسيين كأفراد أو بعض المؤسسات الخاصة، و جدول اناه يوضح ذلك.

جدول (٨)

يبين الإطر الإعلامية التي استخدمها البرنامج في معالجة القضايا الخدمية

النسبة المئوية	التكرار	الإطر الإعلامية
١١,٢%	١١	إطر الصراع
٢٦,٥%	٢٦	إطر الاهتمامات الانسانية

إطر المسؤولية	٣٢	٣٢,٧%
الإطر الاقتصادية	٩	٩,٢%
إطر الاحتجاج	٢٢	٢٢,٤%
المجموع	٩٨	١٠٠%

استنتاجات البحث:

١. اهتم البرنامج اثناء مدة البحث بالقضايا الخدمية التي تتعلق بتوفير فرص عمل للعاطلين أو الخريجين وبنسبة بلغت ٢٨,٥% و قضايا الكهرباء بنسبة ٢٤,١%, بشكل اكبر من القضايا الخدمية الأخرى .
٢. استخدم البرنامج شكل التقارير الميدانية في معالجته للقضايا الخدمية أكثر من الاشكال الفنية الأخرى وبنسبة ٢٢% وهذا ما يؤكد امتلاك البرنامج لشبكة من المراسلين يغطون القضايا من ميدانها.
٣. اختار البرنامج ضيوفه من المتحدثين الرسميين بنسبة ٤٠% من الشخصيات التي ضيفها خلال مدة البحث للتعليق وشرح وتفسير القضايا الخدمية وهذا مؤشر على ان البرنامج يصل إلى اصحاب القرار المعنيين بتلك القضايا الخدمية.
٤. كانت أغلب اتجاه الشخصيات المستضافة مؤيدة لما يطرح من افكار ومناقشات وتفسيرات بشأن القضايا الخدمية المطروحة فيه وبنسبة ٤١,٨% وهذا نتيجة منطقية كون أغلب الشخصيات من المتحدثين الرسميين في الدوائر الخدمية المعنية بالقضية فهم يقدمون تبريرات لخدماتهم.
٥. جاءت أغلب القضايا الخدمية التي طرحها البرنامج في حلقاته في مقدمة الحلقات وبنسبة ٥٦,٥% من القضايا الأخرى غير الخدمية وهذا ما يؤكد الاهتمام البالغ للبرنامج بهذا النوع من القضايا ويوضح سبب اختيار الباحث له كنموذج من البرامج الأخرى.

٦. اعتمد البرنامج على المصادر الاخبارية المختلفة في الحصول على المعلومات التي تتعلق بالقضايا الخدمية وكانت المصادر الرسمية اكثرها تكرارا وبنسبة ٣٣,٦%، وهذا يعني ان البرنامج يهتم بأخذ المعلومات من مصادرها الرسمية أو التصريحات الخاصة بمكاتب الإعلام والعلاقات الخاصة بالمؤسسات والدوائر الخدمية مما يعطي مصداقية للمعلومات المنقولة.

٧. تبنى البرنامج في معالجته للقضايا الخدمية عدة إطر وكانت إطر المسؤولية بالمرتبة الأولى وبنسبة ٣٢,٧%، وهذا يعني ان البرنامج تعمد القاء اللوم والمسؤولية في القضايا الخدمية على المسؤولين عليها وذلك بعرض نتائجها السلبية ومعاناة المواطنين وشكواهم ازاء المؤسسات المعنية وهذا ما يؤكد حصول مرتبة الاحتجاج على المرتبة الثانية وبنسبة ٢٢,٤% .

مصادر البحث:

١. أشرف جلال، إطر المعالجة الإعلامية لظاهرة الارهاب في الإعلام المصري، مركز الجزيرة للدراسات، ٢٠١٥.
٢. جاسم طارش العقابي، مناهج البحث الإعلامي، العراق، بغداد، مطبعة عدنان للنشر، ٢٠١٧.
٣. سلام عبدة، الإطر الاخبارية للمعالجة الصحفية للقضايا العربية في المجلات المصرية، عدد ٣٣، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ٢٠٠٩.
٤. زكريا احمد احمد، نظريات الإعلام مدخل لاهتمامات وسائل الإعلام وجمهورها، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، مصر، ٢٠٠٩.
٥. مها محمد حسين، معالجة مندوبين ومراسلون العرب للقضايا العربية، مصر مكتبة عبيد للمعارف، ٢٠١٤، ص ١٥.

٦. حسين عماد مكاوي وليلى السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط٩، الدار المصرية اللبنانية، ٢٠١٠

٧. الموقع الإلكتروني لقناة الشرقية الفضائية تمت زيارته بتاريخ ٢٠/٧/٢٠٢٣

www.alsharqiya.com

*المحكمون وهم كل من:

أ.د. وسام فاضل راضي / قسم الصحافة الاذاعية / كلية الإعلام / جامعة بغداد.

أ.م.د. حسين ناصر حسين / قسم الإعلام / كلية الإمام الكاظم (ع) الجامعة.

أ.م.د. حيدر احمد علو / قسم الصحافة الاذاعية والتلفزيونية / كلية الإعلام / جامعة بغداد.

** تم احتساب الصدق وفق المعادلة الآتية: عدد الفئات التي اتفق عليها المحكمون × ١٠٠

عدد الفئات الكلية

*** تم احتساب الثبات وفق معادلة هولستي

$$n1+n2 \div r2 = m2$$

حيث أن:

M2: عدد الفئات التي اتفق على نتائجها الباحثان

N1: عدد الفئات التي رمزها الباحث الأول

N2: عدد الفئات التي رمزها الباحث الثاني