

Employing political television talk shows in shaping awareness among university students: A case study of the program (Alqarar lakum) on Dijlah Satellite Channel

توظيف البرامج السياسية الحوارية التلفزيونية في تشكيل الوعي لدى طلبة الجامعات: دراسة حالة لبرنامج (القرار لكم) في قناة دجلة الفضائية.

AP.Dr Youssef Muhammad Hussein^{1,*}

¹ Department of Media / College of Arts / Al-Mustansiriya University

أ.م.د. يوسف محمد حسين^{١،*}

^١ الجامعة المستنصرية/ كلية الآداب / قسم الاعلام

ABSTRACT

Many television channels resort to diversity in the programs that they display through their daily curriculum, in an attempt to influence the audience and work to create and form public opinion regarding a particular topic through what these programs present or through the relevant figures they host. Political programs on television channels, especially talk shows, are It is one of the important programs that most satellite channels in the world rely on, including Iraqi channels, as it forms the backbone of their curriculum, and because of its importance and follow-up by the public, and its great role in shaping the cognitive awareness of these audiences. The research included the use of political dialogue programs in shaping cognitive awareness, especially for an important segment of society, namely university students in particular.

الخلاصة

تلجأ الكثير من القنوات التلفزيونية إلى التنوع بالبرامج التي تستعرضها عبر منهاجها اليومي محاولة منها للتأثير بالجمهور والعمل على خلق وتشكيل رأي عام تجاه موضوع معين عبر ما تطرحه تلك البرامج أو عبر ما تستضيفه من شخصيات ذوي الشأن، وتعد البرامج السياسية في القنوات التلفزيونية ولا سيما الحوارية منها من البرامج المهمة والتي تعتمد عليها معظم الفضائيات في العالم ومنها القنوات العراقية، إذ تشكل العمود الفقري في منهاجها، ولما لها من أهمية ومتابعة من قبل الجمهور، ودورها الكبير في تشكيل الوعي المعرفي لهذه الجماهير.

وابحث من الدراسات الوصفية التي تعتمد منهج المسح الميداني بالاعتماد على الاستبانة لاستطلاع آراء طلبة الجامعات بشأن توظيف البرامج السياسية الحوارية التلفزيونية، وقد توصل البحث إلى توظيف البرامج السياسية الحوارية في تشكيل الوعي المعرفي ولا سيما لشريحة مهمة في المجتمع، ألا وهي طلبة الجامعات على وجه الخصوص.

الكلمات المفتاحية:

البرامج السياسية - الحوار - الوعي المعرفي - الجمهور - القنوات التلفزيونية

Keywords:

political programs - dialogue - cognitive awareness - audience - television channels.

Received

استلام البحث

23/1/2024

Accepted

قبول النشر

25/3/2024

Published online

النشر الالكتروني

15/6/2024

المقدمة:

تستخدم القنوات التلفزيونية العديد من الفنون الإخبارية في عملها ولا سيما البرامج السياسية وعلى وجه الخصوص الحوارية منها، محاولة منها في التأثير بتلك الجماهير ونشر معلومات معينة في شتى المجالات السياسية والاقتصادية والأمنية والاجتماعية وغيرها ومحاولة تلك القنوات ترسيخ تلك المعلومات في أذهان الجماهير ولا سيما الجماهير المثقفة والتي تمثل شريحة مهمة في المجتمع والتي لها الدور الكبير في تشكيل الرأي العام وبلورته والتأثير بأصحاب القرار، ومن هنا جاء هذا البحث للوقوف على طبيعة توظيف البرامج السياسية ومنها الحوارية في تشكيل الوعي المعرفي لطلبة الجامعات العراقية ومدى انعكاسه على البيئة المجتمعية.

وتضمن البحث ثلاثة محاور، إذ شمل المحور الأول (الاطار المنهجي) عبر تحديد مشكلة وأهمية وأهداف البحث والمجالات التي تضمنها، فضلاً عن تحديد منهج البحث ومجتمع البحث وعينته وصولاً إلى نتائج البحث، أما المحور الثاني لهذا البحث فتمثل ب(الاطار النظري) والتي تحدث فيها الباحثة عن (البرامج السياسية المفاهيم والأهمية والوظائف والأنواع)، بينما كان المحور الثالث لهذه الدراسة فشملت (الاطار العملي)، إذ تضمن الدراسة الميدانية وتفرغ استمارة الاستبيان وتحليل الجداول وتفسيرها وصولاً إلى نتائج واستنتاجات البحث.

المبحث الأول: منهجية البحث

أولاً : مشكلة البحث :

تصاغ مشكلة البحث بشكل يعطي انطباعاً واضحاً على أنها موقف غامض أو تساؤل يراود ذهن الباحث ويحاول إيجاد حل أو جواب مناسب له^(١)، وتتمثل مشكلة البحث بمعرفة الدور الذي تؤديه البرامج السياسية ولا سيما الحوارية منها، في تشكيل الوعي لطلبة الجامعات .

ثانياً : أهمية البحث :

تتجلى أهمية هذا البحث كونه من البحوث القليلة التي تناولت هذا الموضوع وفي الوقوف وتحديد طبيعة الدور الذي يمكن ان تؤديه البرامج السياسية الحوارية في تشكيل الوعي للجمهور ولا سيما طلبة الجامعات منه، ومدى قدرة تلك البرامج على جذب الجمهور وبلورة المعلومات المقدمة عبرها وتوفير المعلومات في المجالات المعروضة في حلقاتها.

ثالثاً: أهداف البحث:

تتمثل أهداف البحث للوقوف ولمعرفة الدور الذي تؤديه البرامج السياسية الحوارية في القنوات الفضائية العراقية سواء كان ذلك الدور إيجابياً أم سلبياً وعلاقته في تشكيل الوعي المعرفي ولمعرفة أبرز الموضوعات التي يفضيها أو يتابعها جمهور طلبة الجامعات في تلك البرامج وهل ان هذه البرامج ساهمت بتشكيل ذلك الوعي لديهم .

(١) عامر إبراهيم قنديلجي، البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات، (بغداد: دار الشؤون الثقافية العامة، ١٩٩٣م)، ص ٦٤.

رابعاً: مجالات البحث:

تشتمل حدود ومجالات البحث ثلاثة مجالات هي:

الأول: المجال المكاني: إذ اختار الباحث طلبة الجامعات العراقية من متابعي برنامج (القرار لكم) في قناة دجلة الفضائية، كونه من البرامج السياسية الحوارية والذي يعرض موضوعات مهمة بمختلف المجالات ولا سيما السياسية والأمنية ويستعرض وجهات نظر مختلفة عبر الضيوف الذين يستضيفهم البرنامج.

الثاني: المجال الزمني: فقد اختار الباحث مدة زمنية شهر واحد من ٢٠٢٤/١/٢م لغاية ٢٠٢٤/٢/١م كونها مدة زمنية حافلة بالأحداث السياسية والأمنية والاقتصادية سواء المحلية منها أو حتى العربية والدولية.

الثالث: المجال البشري: إذ اختار الباحث طلبة الجامعات كجمهور للبحث وحدد طلبة جامعتي المستنصرية والعراقية لما تتضمنه من شرائح متباينة اجتماعياً ومذهبياً.

خامساً : منهج البحث:

لجأ الباحث إلى استخدام منهج المسح الميداني في هذا البحث كونه من اقرب المناهج العلمية المتعلقة بوصف الظاهرة الإعلامية وإعطاء التفسيرات الخاصة بالجدول والمدلولات الرقمية، فضلاً عن استعانة الباحث باستمارة الاستبيان وهي المقياس العلمي الخاص بالبحث الذي صممه الباحث لمعرفة إجابات طلبة الجامعات بالموضوع المدروس وإيجاد التفسيرات المنطقية لتلك الإجابات وصولاً إلى نتائج البحث، وتعرف الاستمارة بأنها مجموعة من الأسئلة الاستفسارات المتنوعة والمرتبطة ببعضها البعض بشكل يحقق الهدف أو الأهداف التي يسعى إليها الباحث، وذلك في ضوء موضوع البحث والمشكلة التي اختارها^(١)، وقام الباحث بتوزيع (١٥٠) استمارة بعد التصميم النهائي لها وعرضها على الخبراء (المحكمين) على مجموعة من الأساتذة في التخصص العلمي والإنساني.

سادساً : مجتمع البحث وعينه :

يتمثل مجتمع البحث بدراسة البرامج السياسية الحوارية في القنوات الفضائية العراقية بشكل عام، ولصعوبة دراسة جميع تلك البرامج، اعتمد الباحث على العينة العشوائية البسيطة وهي العينة التي يتم اختيار مفرداتها من قائمة شاملة لكل المفردات، بحيث تتاح فرص متساوية لكل مفردة يتم اختيارها ضمن العينة بغض النظر عن الاختلاف بين المفردات^(٢)، واختار الباحث برنامج واحد في قناة تلفزيونية عراقية كنموذج عن باقي البرامج الأخرى وهو برنامج (القرار لكم) المعروض على قناة دجلة الفضائية.

(١) أيمن السامرائي وعامر القنديلجي، البحث العلمي الكمي والنوعي بين النظرية والتطبيق ، (الإسكندرية : مركز الإسكندرية للكتاب ، ٢٠٠٥م) ، ص ٢٨٨.

(٢) راضي رشيد وإيثار طارق، البرامج الحوارية ودورها في تشكيل الرأي العام من وجهة نظر طلبة كلية الإعلام ، مجلة كلية التربية الأساسية بالجامعة العراقية، العدد (٧٣) لسنة ٢٠١٢م، ص ٥١١.

سابعاً : اختبارا الصدق والثبات:

صدق البحث فيقصد به اختبار صدق أداة جمع المعلومات والبيانات مدى قدرتها على ان تقيس ما تسعى الدراسة إلى قياسه فعلاً، بحيث تتطابق المعلومات التي يتم جمعها بواسطتها مع الحقائق الموضوعية وتعكس المعنى الحقيقي والفعلي للمفاهيم الواردة بالدراسة بدرجة كافية^(١).

ويطبق الصدق في البحث بعدة طرق وأنواع، منها الصدق الظاهري والذي استخدمه الباحث عن طريق التأكد من العبارات والأسئلة المتضمنة في أداة جمع المعلومات وعن طريق دراسة محتويات أداة جمع المعلومات أو المقياس وتقويمها، إذ عمد الباحث إلى عرض استمارة الاستبيان إلى مجموعة من الخبراء (المحكمين)^(*) في مجال الاختصاص لا بداء آرائهم وملاحظاتهم على الاستمارة وتعديلها ولمعرفة صدق الأداة واتساق فقراتها وذلك باستخدام وتطبيق معادلة (هوليستي) :

$$\text{معادلة هوليسيتي} = \frac{M}{N} \text{----}$$

أي ان M تمثل الفقرات التي اتفق عليها المحكمون وان N تمثل جميع فقرات الاستبيان وبعد تطبيق المعادلة بالشكل الاتي = $\frac{19}{22} = 0.86$.

وبالتالي يكون معدل نسبة الصدق ٨٦ % وهي نسبة صدق عالية في البحث العلمي. أما الثبات فيقصد به ثبات استمارة الاستبيان في إشارة إلى اتساق البيانات التي تجمعها هذه الأداة، والاتساق معناه ان يكون لهذه البيانات منطق واحد أو اتجاه واحد ويلجأ الباحث إلى ذلك الاتساق أو الثبات لان أداة البحث معرضة دائماً للخطأ^(٢).

وان اختبار الثبات هو مدى ثبات أداة جمع المعلومات والبيانات وللتأكد من درجة الاتساق العالية لها بما يتيح قياس ما تقيسه من ظاهرات ومتغيرات بدرجة عالية من الدقة وللحصول على نتائج متطابقة أو متشابهة اذا تكرر استخدامها اكثر من مرة في جمع نفس المعلومات أو في قياس نفس الظاهرات أو المتغيرات^(٣).

ويتحقق الثبات بعدة طرق ومنها أسلوب إعادة الاختبار التي استخدمها الباحث، عن طريق إعادة تطبيق أداة البحث على نفس المبحوثين بعد مدة زمنية (مدة أسبوعين) من اجراء التطبيق الأول، وقام الباحث باحتساب معامل الثبات بين الإجابتين باستخدام طريقة (الفا كرونباخ للاتساق الداخلي) كوسيلة في التحقق من ثبات مقاييس البحث، وبلغ معامل الثبات بمعدل (٨٧،٠)، مما يدل على ثبات أداة الاستبيان لهذا البحث.

(١) سمير محمد حسين ، بحوث الإعلام ، (القاهرة : عالم الكتب ، ١٩٩٩م)، ص ٣١٤.

(*) الخبراء هم كل من : (أ. د رياض خمات جلو / الجامعة المستنصرية – كلية الآداب – قسم الإعلام و أ. د وسام فاضل راضي – كلية الإعلام، جامعة بغداد و أ. م. د غزوان جبار محمد / الجامعة المستنصرية – كلية الآداب – قسم الإعلام).

(٢) أبو طالب محمد سعيد، علم مناهج البحث (الأسس العامة)، (بغداد: مطابع دار الحكمة للطباعة والنشر ، ١٩٩٠م)، ص ١٤٦.

(٣) سمير محمد حسين ، مرجع سابق ، ص ٣٠٩-٣١٠.

المبحث الثاني: البرامج السياسية الحوارية السمات والخصائص

أولاً: توصيف البرامج السياسية:

البرنامج هو منهاج يصف شيئاً أو يعلن عنه، وله صيغ وأشكال خارجية وهي عبارة عن الشكل والمضمون، وإن أفضل البرامج هو الذي يستطيع جذب أكبر عدد ممكن من المشاهدين والتأثير فيهم^(١).

وتعد البرامج السياسية التلفزيونية واحدة من أهم البرامج التي يقوم عليها البناء العام للبث التلفزيوني في غالبية المحطات والقنوات التلفزيونية في العالم، إذ تشير الكثير من الدراسات إلى أن هذه البرامج شغلت مساحة كبيرة في خريطة البث اليومي، ففي التلفزيون الأميركي تصل نسبة هذه البرامج إلى ٢٠ في المئة من المجموع العام لساعات البث، وفي إيطاليا تصل إلى ٤٠ في المئة، وفي الأقطار العربية يصل معدلها إلى ما بين ١٦ و ٢٢ في المئة، وهي في جميع الأحوال تمثل المواقع الأولى من بين أنواع البرامج التلفزيونية الأخرى^(٢).

والبرامج السياسية هي برامج مخصصة للقضايا والأحداث السياسية في وسائل الإعلام المسموعة والمرئية، وتتناول هذه البرامج مختلف الشؤون المتعلقة بالمواضيع السياسية المحلية والإقليمية والدولية ومناقشتها وتحليلها والتواصل أو الخروج بنتائج تخص هذه القضايا، وقد تأخذ هذه البرامج استمرارية من الخبر الإعلامي للوسيلة يومياً أو أسبوعياً أو شهرياً أو تكون ظرفية وضعت لقضية أو حدث معين^(٣).

وتعد البرامج السياسية التلفزيونية من أكثر البرامج تأثيراً في وعي الجمهور وأدراكهم للقضايا السياسية، والأخبار التي تثير اهتمامهم سواء أكانت على المستوى الداخلي أو على المستوى الخارجي، إذ تجد هذه البرامج اهتماماً كبيراً من فئات متنوعة وكبيرة من المشاهدين، وإنها تثير فضول كثير من الناس إلى المتابعة السياسية والتي تؤدي إلى المعرفة السياسية لهم وتثير حماسهم لمواقف معينة تحظى باهتمامهم ومن ثم يقومون بالدفاع عنها^(٤).

ثانياً: أهمية البرامج السياسية:

يمكن أن تؤدي البرامج السياسية التلفزيونية عدد كبير من الأهداف في المجتمع ومنها توجيه السياسات وتوعية الناخبين وتحقيق التوازن والعدالة وأعداد القوانين والتشريعات، فضلاً عن تحسين العلاقات الدولية، وبشكل عام تعتبر البرامج السياسية أداة حاسمة في عملية صنع القرار السياسي وتشكيل السياسات العامة، وتساهم في تحقيق التوازن والعدالة في المجتمع وتحسين الحياة العامة للأفراد^(٥).

(١) فلاح كاظم المحنة، البرامج الإذاعية والتلفزيونية، (بغداد: دار الحكمة، ١٩٨٨م)، ص ١٢٨.

(٢) عبد الكريم السوداني، دور البرامج السياسية الساخرة في تكوين الوعي السياسي لدى طلبة الجامعات من وجهة نظرهم، مجلة الوسط البحرينية، العدد (٨٨) لسنة ٢٠٢٣م (<https://meu.edu.jo>).

(٣) مريم لقرع، البرامج السياسية ودورها في تشكيل المفاهيم السياسية، مجلة حقائق: جامعة الجلفة الجزائرية، العدد (٧) لسنة ٢٠١٧م، ص ١٩٦.

(٤) عبد الكريم السوداني، مرجع سابق.

(٥) موقع إجابة الإلكتروني <https://www.ejaba.com/question>. تاريخ الاسترداد ١٨ - ١ - ٢٠٢٤م.

ثالثاً: أهداف البرامج السياسية:

تعد البرامج السياسية واحدة من أهم البرامج التلفزيونية في معظم القنوات الفضائية في العالم، وإن الاهتمام بها نابع من الأدوار السياسية التي تؤديها في تلبية احتياجات طرفي العملية الاتصالية المتمثلة بالمرسل والمستقبل، وتتمثل هذه الأدوار السياسية لهذه البرامج بتقديم آراء جديدة إلى الجمهور عن موضوعات وقضايا يهتم بها. وزيادة معلومات الجمهور بقصد تحقيق التواصل مع البرامج السياسية التلفزيونية، وغرس وتدعيم القيم والتقاليد السياسية مثل الحرية والمساواة والمشاركة في العملية السياسية، وتكوين الرأي العام والمساعدة في اتخاذ القرارات إزاء القضايا المهمة، وتحقيق التعبئة المطلوبة التي تجعل المواطن قادراً على أداء الفعل المناسب إزاء القضايا السياسية الكبيرة، كما تساعد في التصدي للأفكار المعارضة التي تقدمها البرامج السياسية في القنوات التلفزيونية الأخرى^(١).

لذلك نجد أن البرامج السياسية التلفزيونية تغذي الجمهور بالمعلومات التي تستحوذ على اهتماماتهم من أحداث سياسية واجتماعية واقتصادية، وأن هذه البرامج تتيح الفرصة لتبادل وجهات النظر حول الموضوعات والقضايا والمشكلات ذات الصلة بالحياة العامة للأفراد، عبر تقديمها لشخصيات متخصصة وفاعلة على مسرح الحياة السياسية^(٢)، وهذا الأسلوب تلجأ له معظم القنوات الفضائية سواء كانت المحلية منها أو حتى العربية والدولية، باستضافة عدد من الشخصيات للحوار معها في قضية ما وهو ما يعرف إعلامياً بأسلوب سلطة الشاهد، ونعني بالشاهد هنا هو استخدام شهادات أناس يدعون أن يمثلون الخبرة أو يمتلكونها حقاً ولهم شهرة أو ذيع صانت، أو استخدام عبارات وأقوال وأمثال لإسناد حجة مادة تأييداً لوجهة النظر أو دحضاً لوجهة نظر الآخرين، إذ إن عملية توظيف سلطة المنزلة العلمية والفكرية والسياسية للمرجع الذي نسوق الكلام ويكون منسوب إليه، أو يذكر اسمه أو يظهر وهو يدلي بشهادته استناداً إلى خبرة هذا الشخص بالمدى الذي حوله الحديث تسمى باستدعاء رأي الخبير^(٣).

رابعاً: وظائف البرامج السياسية:

هنالك عدة وظائف يمكن أن تؤديها البرامج السياسية التلفزيونية ويتمثل أهمها:-^(٤).

١- **الرقابة على الأداء الحكومي** : إذ يوصف البرنامج السياسي بأنه مثل الحارس اليقظ ضد الأداء السيئ للسلطة الرسمية، وكذلك كمراقب حريص لمصالح المجتمع وصيانتها من الفساد والمخالفات، فوسائل الإعلام تعمل كرقيب للسلطة السياسية عبر مراقبتها للمؤسسات والأحداث والآراء والتركيز على بعضها، فضلاً عن تقويم أداء الحكومة ضمن مبدأ الحق في المعرفة، وهذا التركيز يلفت انتباه السياسيين لها، بالإضافة إلى أن هذه البرامج تعمل كرقيب للأشخاص، فهي تعلمهم بالأنشطة السياسية والأحداث الجارية، وأن هذه البرامج تهدف إلى التأكد من حقيقة ما ينشر لحماية المجتمع من تسلط

(١) منصور بن كادي، البرامج السياسية في الإعلام الفضائي الجزائري الخاص ودورها في تنمية الوعي السياسي للطالب الجامعي، الجزائر: جامعة محمد خيضر - بسكرة، ٢٠١٥م، ص ١٥٣.

(٢) حسيني وليد، البرامج الحوارية في القنوات الفضائية الجزائرية، مجلة الدراسات الاعلامية، العدد (٣) لسنة ٢٠١٨م، ص ٢٥٨-٢٩٥.

(٣) رجا ال بهيش وعادل هاشم الميالي، المنطق الدعائي والحجاجية الاقتناعية، مجلة الأستاذ: كلية التربية ابن رشد - جامعة بغداد، العدد (٢٠٤) لسنة ٢٠١٣م، ص ١٤.

(٤) يوسف عبد حسين، الإعلام السياسي، (عمان: دار دجلة للنشر والتوزيع، ٢٠١٦م)، ص ٣٠.

النظام السياسي، لذا فإن هذا الدور الرقابي يعمل بشكل أفضل في حالة كون وسائل الإعلام مستقلة تحكمها معاييرها واهتماماتها الخاصة^(١). لذلك يتطلب الأمر من الحكومات احترام عمل وسائل الإعلام كونها حلقة الوصل بين الحكومة والجمهور، فلذلك نجد ان الحكومات تضطر بالإجابة عن جميع تساؤلات تلك الوسائل وبصورة علنية، وبهذا يتم إشباع حاجة الجمهور في الحصول على المعلومات بصورة رسمية، وبهذا يمكن أن تكسب السلطة السياسية احترام الجمهور^(٢)، لذا فإنه من الضروري ان تكون استقلالية للقنوات الفضائية، والتي تعني مقدار سيطرة الحكومة وهيمنتها بصورة رسمية أو غير رسمية على الإعلام^(٣).

٢-التثقيف السياسي : ان البرامج السياسية تؤدي دوراً مهماً في حياة الإنسان المعاصر، فيما يتعلق بالتثقيف والتوجيه السياسي والأخبار ونقل المعلومات وما يتعلق بها من شرح وتفسيرات لها، لذا فالبرامج السياسية أصبحت أداة مهمة في تطوير معارف الإنسان وتشكيل مفاهيمه واتجاهاته وقناعاته السياسية، وأن التأثير فيها هو في الحقيقة تأثير في الوعي السياسي^(٤)، ما يعني ادراك الكثير من الحكومات قدرة وسائل الإعلام على التأثير ليس على الآراء السياسية للشخص فقط، بل على الطريقة التي تدار بها السياسة عبر تنظيم نشاطاتها الفكرية والتوعوية، والتي تساهم في تشكيل الثقافة السياسية للأفراد والجماعات، ولهذا السبب تهتم الدول بمختلف توجهاتها بالثقافة السياسية لشعوبها، وتحاول توجيهها وتشكيلها بما يخدم مصالحها عبر وسائل الإعلام لكسب الرأي العام السياسي الذي يفترض انه بني على ثقافة سياسية نابعة من وعي الجمهور بما يحيط به من أحداث سياسية^(٥).

٣-التنشئة السياسية : وهي عملية تنموية يتم من خلالها اكتساب المعرفة السياسية وتكوين المواقف والقيم وتشكيل الثقافة السياسية والمحافظة عليها أو تغييرها، بواسطة وسائل الإعلام^(٦)، وللبرامج السياسية دوراً كبيراً في تحقيق التعبئة السياسية في المجتمع، فهي تقوم بتهيئة الأفراد نفسياً ومعنوياً وذهنياً لتقبل أحداث سياسية متوقعة، مثلاً يسبق نتائج بعض الانتخابات السياسية غير المتوقعة التي لا يثق بها بعض الناس، فأنها تقوم بالتمهيد لتقبل شيء معين ضمن اطار سياسات مرسومة مسبقاً^(٧)، لذا فإن البرامج السياسية تستطيع ان تؤدي دوراً مهماً في التنشئة السياسية عبر التدعيم للعقائد المكتسبة أو من زيادة التركيز على قيم معينة من القيم الإنسانية^(٨)، لذا فإن نسبة التفاوت لأهمية وسائل الإعلام

(١) الموقع الإلكتروني (Heather Savigny). (February, 2002). Public Opinion, Political Communication and the Internet (Volume 22, Issue 1)، ص ٨-١.

(٢) مهنا محمد، النظرية العامة للمعرفة الاعلامية للفضائيات العربية والعولمة الاعلامية والمعلوماتية، القاهرة: المكتبة الجامعية، ٢٠٠٢م، ص ٥٢-٥٣.

(٣) محمد محي ومحسن جلوب الكناني، اطر معالجة قناة العالم التلفزيونية الفضائية الاحتجاجات العراقية اللبنانية، مجلة الباحث الاعلامي: العدد (٥٨) لسنة ٢٠٢٢م، ص ٩٩.

(٤) محمد حسين علوان، الوظيفة السياسية للتلفزيون في عصر القنوات الفضائية، المجلة السياسية والدولية العدد (٣٩-٤٠) لسنة ٢٠١٩م، ص ٣٩١-٤١٥.

(٥) سناء الجبور، الاعلام والرأي العام العربي والعالمي. (عمان: دار اسامة للنشر والتوزيع، ٢٠١٠م)، ص ٥.

(٦) عبد الرحيم درويش، مقدمة الى علم الاتصال. (دمياط: مكتبة نانسي دمياط، ٢٠٠٦م)، ص ١٢٨.

(٧) جبار حسين علاوي. ، الاتصال السياسي. (عمان: دار امجد للنشر والتوزيع، ٢٠١٥م)، ص ١٤٦.

(٨) مجد الهاشمي، الاعلام الدبلوماسي والسياسي. (عمان: دار اسامة للنشر والتوزيع، ٢٠٠٨م)، ص ٧٦.

تختلف من جمهور لآخر على وفق انتماءاتهم وتوجهاتهم، فضلاً عن الدور الذي تؤديه الوسيلة الإعلامية في المجتمع على المستويات جميعها وان هذا التفاوت ينعكس على طبيعة العمل السياسي الذي يحدد وجود خطاب موجه للداخل والخارج معاً^(١).

خامساً: مفهوم البرامج الحوارية وخصائصها وأنواع القوالب فيها:

• **مفهوم البرامج الحوارية :** ان اصل كلمة حوار مصدره اللغة اليونانية القديمة ومن كلمة بولموس التي تعني الصراع بالأسلحة وصراع الآراء والأفكار بالآراء وبالأفكار، أي الجدل، كما يعني الصراع من اجل التقدم الإنساني، واستخدام الحوار يعني الكفاح أو الصراع ضد الآراء أو السياسات القديمة الخاطئة ووسيلة وأسلوباً لأقناع الناس بالحقائق، لذا فان ما من عمل سياسي أو فني أو ثقافي مقنع بدون حوار ومن المستحيل الكشف عن آراء جديدة دون اللجوء إلى الحوار والمناقشة^(٢)، والحوار لغوياً يعني الرجوع عن الشيء والى الشيء وهي دلالة تقترب من لفظة الحوار التي تدل على التحدث والتجواب القولي والذي يستلزم وجود طرفين أو أكثر، ولا يتم إلا في جو أدبي يتيح السمع والقول بين المتحاورين^(٣)، أما الحوار اصطلاحاً فهو ضرب من الأدب الرفيع وأسلوب من أساليبه، فهو المراجعة في الكلام ومنه التحاور، وبدلالة أخرى فهو يعني مراجعة في الكلام ولكن بطريقة مؤدبة وبألفاظ حسنة^(٤)، وتعرف البرامج الحوارية : بأنها البرامج التي يستضاف فيها شخص متخصص ليتحدث إلى الناس مباشرة في موضوع معين، ومنها الاحاديث السياسية أو الاجتماعية.. الخ، فيتوقف نجاح البرنامج على شخصية المتحدث، كما يتوقف على حسن عرض الموضوع وطريقة التحدث إلى الجمهور^(٥)، وعرفها آخرون بأنها برامج تقوم على قدرة الكلمات والأفكار المثارة أثناء الحوار على اجتذاب المشاهد سواء كانت بشكل صورة أو معلومات أو احاديث، وبالتالي فان البرامج الحوارية تعد من أكثر القوالب والأشكال انتشاراً في التلفزيون، ولا سيما مع تعدد القنوات الفضائية وتسارع الأحداث ومضامينها ومعطياتها وحاجة الجمهور إلى التعمق في معرفة الأحداث عبر البرامج الحوارية التي شهدت نجاحاً جماهيرياً بتغطيتها موضوعات وأخبار يسعى المشاهد بمتابعتها لينمي معارفه حول الأحداث المحلية والعربية والعالمية^(٦).

(١) احمد حاتم وعبد السلام السامر ، تأثير العامل السياسي على الاداء الصحفي المتخصص في الصحافة العراقية الالكترونية : مجلة الباحث الاعلامي، المجلد (١٥) العدد ٦٢ لسنة ٢٠٢٣م، ص ٦.

(٢) فلاح كاظم المحنة وسؤدد القادري، الفنون الاذاعية والتلفزيونية، (الموصل: دار الحكمة للطباعة والنشر، ١٩٩٠م)، ص ٢٢٨.

(٣) جمعة مصطفى عطية، اللغة والقلم، (بغداد: دار وائل للطباعة والنشر، ٢٠١٧م)، ص ١٦.

(٤) مصطفى فاضل كريم الخفاجي، مفهوم الحوار مع الآخر واهميته في الفكر الانساني، مجلة بابل للدراسات الانسانية، المجلد ٧ (العدد ٤)، ٢٠١٧م، ص ٨٧.

(٥) راضي رشيد وايتار طارق، مصدر سابق، ص ٥١٢.

(٦) فايزة طه الحميد، البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية العربية وعلاقتها بمستوى معرفة المراهقين بالاحداث الجارية، القاهرة: جامعة عين شمس، ٢٠٢٠م، ص ١٢.

• **خصائص البرامج الحوارية:** للبرامج الحوارية عدة خصائص أو سمات تميزها عن غيرها من البرامج وأهمها^(١)، بقدرتها على معالجة الموضوع المطروح بسرعة وإيجاز دون استرسال أو إسهاب، ولا يتدخل المعد أو المحاور بحيث يؤول أو يعطي انطباعات تقويمية، ويتقاسم كل من المعد والمحاور والضيف المسؤولية عن نجاح أو فشل البرنامج الحواري، ولا يحيط بالضرورة بجميع جوانب وعناصر القضية، لكنه يركز على أبرز وأهم العناصر فيها.

وهناك من يضيف مميزات أو خصائص أخرى للبرامج الحوارية وهي:^(٢) الحوار الإذاعي أو التلفزيوني هو نوع إعلامي يحتوي على معلومات لقضية معينة أو حول موضوع معين، مصدرها أشخاص مهمين في المجتمع أو شخصيات عادية برزت في ظروف معينة أو أحداث معينة يقدمها المحاور بتصرف المتلقي عبر مواجهة مباشرة بين المحاور والضيف.

١- تتميز البرامج الحوارية، بأنها يمكن ان تشكل نوعاً إعلامياً مستقلاً، أو تكون مادة إعلامية من برنامج مؤلف من عدة عناصر حول موضوع معين.

٢- تتميز البرامج الحوارية بقدرتها على معالجة المواضيع المطروحة بسرعة وبدون إسهاب.

٣- تتميز البرامج الحوارية بالموضوعية والتوازن في عرض وجهات النظر.

٤- يدور البرنامج الحواري حول موضوعات آنية مهمة يهتم لها الجمهور وي طرح تساؤلات بشأنها.

• **أنواع البرامج الحوارية:** يمكن تقسيم البرامج الحوارية حسب طبيعة الهدف المقصود إلى ثلاثة أنواع وهي:^(٣)

١- **حوار الرأي:** هو ذلك الحوار الذي يقصد به عرض أفكار بعض الناس وآرائهم في مسألة بعينها ويستوي هنا ان يكون صاحب الرأي عالماً كبيراً أو فناناً أو أستاذاً جامعياً.

٢- **حوار المعلومات:** ويقصد بهذا النوع من الحوار (المقابلة) إعطاء معلومات معينة للناس في موضوع ما، ربما لأهميته السياسية والاقتصادية أو الصحية أو غير ذلك من الموضوعات.

٣- **حوار الشخصية:** ويهدف هذا النوع من الحوار إلى تقديم شخصية معينة للجمهور وتكون تلك الشخصية تثير انتباههم بشكل أو بآخر وتكون هذه الشخصيات، أما معروفة للجمهور من قبل وبشكل ثابت كرجال السياسة أو الفن أو الرياضة، وأما ان تكون شخصية عادية ولكنها أثارت انتباه الناس لمناسبة حادث معين كالفوز ببطولة رياضية كبرى، ومن الأساسيات المهمة في الحوار، ان يكون تلقائياً دون نص مكتوب، ويشترط بالأسئلة التي توجه للشخصية المستضيفة، ان تبرز الجوانب المختلفة والابتعاد عن المسائل التي يختلف فيها الرأي العام، وان يعطي مقدم الحوار قدرته على إظهار لهجة الحوار والتفاعل مع طبيعة الموضوع المطروح، وان تطرح الأسئلة بطريقة متتابعة وعلى المحاور

(١) حسن عماد مكاوي، دور التلفزيون اليمني في امداد الجمهور بالمعلومات الصحية، مصر: كلية الاعلام - جامعة القاهرة، ٢٠٠٢م، ص ٤٦.

(٢) اديب خضور، الكتابة للاذاعة والتلفزيون. (دمشق: مركز التعليم المفتوح، ٢٠٠٥م)، ص ٢٣.

(٣) يوسف مرزوق، المدخل الى حرفة الفن الإذاعي، (القاهرة: مكتبة الانجلو المصرية، ١٩٧٧م)، ص ٨٧.

الابتعاد عن الألفاظ التي يكررها في حياته العادية مثل طبعاً ويعني واعتيادي... وان لا يتورط ابداً في السخرية بأحد المتحدثين مهما كان الكلام المنطوق منه^(١).

• القوالب الصحفية للبرامج التلفزيونية : تصنف البرامج التلفزيونية ضمن القوالب غير كاملة النص وهي تكون من عدة أنواع يمكن إيجازها بالآتي:-^(٢)

١- **القالب الوصفي** : يعتبر من أبسط أشكال برامج التلفزيون، وذلك لاعتماده على المذيع أو مقدم البرنامج في المقام الأول، ونظراً لبساطة هذا القالب فان كثير من البرامج من هذا النوع تنتشر على خارطة التلفزيون، وذلك لسرعة إنتاجها وما توفره من أعداد مستمر وسهل لحاجة الشاشة من البرامج.

١- **قالب المقابلة** : يعتبر هذا الشكل شكلاً إذاعياً في المقام الأول، ألا انه ينتشر بكثرة في العديد من البرامج التلفزيونية، ويعتمد هذا القالب كما هو الحال في القالب الوصفي على مقدم البرنامج أيضاً والذي يقوم بإجراء الحوار أثناء المقابلة.

٢- **قالب الفيلم ومقدم البرنامج** : وهو من الأشكال البرمجية السهلة الإعداد والإخراج، إذ يعتمد على شخصية مقدم البرنامج كمحور أساس ولكن بنسبة اقل من القالبيين السابقين، وذلك لوجود عنصر الفيلم كجزء هام ومصاحب للمذيع الذي تكون مهمته هنا تقديم البرنامج والقيام بربط موضوع الافلام المعروضة، ويتميز هذا القالب بمرونته في تغطية مساحة واسعة من أدواق المشاهدين.

٣- **قالب المجلة التلفزيونية** : استعار التلفزيون هذا القالب من المجلات الصحفية بعد ان سبقته الإذاعة بذلك، ويمتاز هذا القالب التلفزيوني بجاذبيته لدى المشاهدين، لأنه يوفر نوعاً من التنوع في الموضوعات، كما ان المجلة التلفزيونية يمكن ان تستمر سنوات دون ان تفقد جاذبيتها ولكن بشرط جودة المضمون ونوعه، وتعد الموضوعات الثقافية هي اصلح المضامين التي يستوعبها قالب المجلة التلفزيونية.

٤- **قالب المحكمة التلفزيونية** : هنالك عدة أشكال لهذا القالب، أهمها البرامج التي تأخذ شكل المواجهة بين اطراف احدى المشكلات الاجتماعية، ونظراً لحساسية هذا النوع من البرامج التلفزيونية، ولكونه يستحوذ على اهتمام جمهور عريض جداً من المشاهدين، فان الشروط التي لابد من ان تتوفر في المعد والمخرج والمذيع شروط قاسية، ربما لا تكون مطلوبة بنفس الدرجة في بعض البرامج التلفزيونية الأخرى.

٥- **قالب المنوعات** : يعتبر هذا القالب التلفزيوني من احب البرامج إلى قلوب المشاهدين، لما يتميز به من حركة وحيوية وتنوع بين فنون الغناء والموسيقى والاستعراضات والمشاهد التمثيلية والمواقف الضاحكة إلى جانب فنون الشعر والزجل والهوايات وغيرها.

٦- **قالب المسابقات** : يتميز هذا القالب بشعبية كبيرة لتحقيق عنصر الصراع والمشاركة بالعواطف والتفكير بين الشاشة والأسر، حيث ان مشاهد المنزل يعتبر ضيف التلفزيون وهو احد أفراد عائلته أو يرى فيه نفسه، ولجأ التلفزيون إلى مثل هذا النوع من البرامج، لخلق نوع من الترابط والالتحام بين

(١) يوسف مرزوق ، المدخل الى حرفة الفن الاذاعي ، مرجع سابق، ص ٨٨.

(٢) فلاح كاظم المحنة ، البرامج الإذاعية والتلفزيونية ، مرجع سابق ، ص ١٧٠-١٧٥.

المشاهدين وبين الشاشة، فضلا عن كونه من القوالب الطيعة والتي يمكن طرح القضايا العامة من خلالها.

خامساً : برنامج القرار لكم بقناة دجلة الفضائية : تعد قناة دجلة الفضائية، إحدى القنوات العراقية تتخذ من العاصمة الأردنية مقراً لها وتعد واحدة من قنوات الأخبار والمملوكة للسياسي العراقي محمد الكربولي، أول بث لها في علم ٢٠١٠ على القمر الصناعي نايلسات وبالتردد (١٢٠٣٣ V) ^(١)، ومن أشهر برامجها السياسية الحوارية هو برنامج (القرار لكم) وهو برنامج يناقش الأحداث السياسية بطريقة منفردة ليقف على أسبابها ويستمع لوجهات النظر المختلفة ليضع الحلول برؤية وطنية، تقديم الإعلامية سحر جميل عباس ^(٢)، ويبث البرنامج على مدار الأسبوع من الأحد إلى الخميس الساعة التاسعة مساءً وعلى مدار ساعة زمنية كاملة مع بعض الحلقات الاستثنائية والتي يكون وقت البرنامج أكثر من ذلك، ويمكن ان يستعرض أو يناقش البرنامج موضوعين في الحلقة الواحدة.

ومن هنا نستنتج ان الصورة السياسية في البرامج التلفزيونية من خلال إعلام الدولة أو غيرها وتبقى هذه الوسائل تعبر عن وجهة نظر السلطة الحاكمة أو المالكة للوسيلة الإعلامية والقوى المرتبطة بها ^(٣).

المبحث الثالث: توظيف البرامج السياسية الحوارية التلفزيونية في تشكيل الوعي الطلبة

١- جنس المبحوثين : اظهرت نتائج البحث لجنس المبحوثين، إذ جاءت بالمرتبة الأولى لجنس (ذكر) وبعدها تكرارات بلغت (٩٠) ونسبة مئوية قدرها (٦٠%) من المجموع الكلي للعينة والبالغة (١٥٠) مبحوثاً، بينما جاءت ثانياً لجنس (أنثى) وبعدها تكرارات بلغت (٦٠) تكراراً ونسبة مئوية قدرها (٤٠%) وكما موضح لنا في الجدول (١).

جدول (١) يبين جنس المبحوثين

ت	الجنس	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١.	ذكر	٩٠	٦٠%	الأولى
٢.	أنثى	٦٠	٤٠%	الثانية
	المجموع الكلي	١٥٠	١٠٠%	

٢- المرحلة الدراسية : أوضحت نتائج البحث ان الفقرات المتعلقة بالمرحلة الدراسية، إذ جاءت بالمرتبة الأولى (مرحلة رابعة) وبعدها تكرارات بلغت (٦٠) ونسبة مئوية قدرها (٤٠%)، بينما جاءت ثانياً (مرحلة ثالثة) وبعدها تكرارات بلغت (٤٥) تكراراً ونسبة مئوية قدرها (٣٠%)، بينما حلت ثالثاً

(١) موقع الموسوعة الحرة (الويكيبيديا) : <https://ar.wikipedia.org/wiki> (٢٧ يناير، ٢٠٢٤م). تم الاسترداد من الموسوعة الحرة ويكيبيديا.

(٢) موقع قناة دجلة الفضائية على شبكة الأنترنت : <https://www.dijlah.tv> (٢٧ يناير، ٢٠٢٤م). تم الاسترداد من موقع قناة دجلة الفضائية الإلكتروني.

(٣) أمير علي وطالب عبد المجيد. موضوعات البرامج التلفزيونية الساخرة وانعكاسها على السياسي العراقي. مجلة الباحث الاعلامي، العدد ٦١ لسنة ٢٠٢٣م، ص ٨٢.

(مرحلة ثانية) وبعدد تكرارات بلغت فقط (٣٠) تكرارات ونسبة مئوية قدرها (٢٠%)، بينما جاء (مرحلة أولى) بالمرتبة الأخيرة، أي رابعاً وبعدد تكرارات (١٥) ونسبة مئوية قدرها (١٠%)، وكما في الجدول (٢).

جدول (٢) يبين المرحلة الدراسية للمبحوثين

ت	الفقرات	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	رابعة	٦٠	٤٠%	الأولى
٢	ثالثة	٤٥	٣٠%	الثانية
٣	ثانية	٣٠	٢٠%	الثالثة
٤	أولى	١٥	١٠%	الرابعة
	المجموع الكلي	١٥٠	١٠٠%	

٣- التخصص العلمي : إذ جاءت بالمرتبة الأولى بالتخصصات الإنسانية بعدد تكرارات بلغت (٩٠) ونسبة مئوية بلغت (٦٠%)، بينما حلت ثانياً للتخصصات العلمية بعدد تكرارات بلغت (٦٠) تكرارات ونسبة مئوية قدرها (٤٠%)، كما موضح لنا في الجدول (٣).

جدول (٣) يبين التخصص العلمي للمبحوثين

ت	الفقرات	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	أنساني	٩٠	٦٠%	الأولى
٢	علمي	٦٠	٤٠%	الثانية
	المجموع الكلي	١٥٠	١٠٠%	

٤- مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العراقية : بينت نتائج البحث إلى تباين مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العراقية من قبل المبحوثين، إذ جاءت بالمرتبة الأولى (أشاهد أحياناً) بعدد تكرارات بلغت (١٢٠) ونسبة مئوية بلغت (٨٠%)، بينما حلت ثانياً (أشاهد دائماً) بعدد تكرارات بلغت (٣٠) تكرارات ونسبة مئوية قدرها (٢٠%) وحلت ثالثاً (لا أشاهد) بدون تكرارات ولا ونسبة مئوية، كما موضح في الجدول (٤).

جدول (٤) يبين مشاهدة القنوات الفضائية الإخبارية العراقية

ت	الفقرات	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	أشاهد أحياناً	١٢٠	٨٠%	الأولى
٢	أشاهد دائماً	٣٠	٢٠%	الثانية
٣	لا أشاهد	-	-	الثالثة
	المجموع الكلي	١٥٠	١٠٠%	

٥- مشاهدة البرامج السياسية الحوارية : أظهرت نتائج البحث ان المبحوثين تتباين إجاباتهم بشأن مشاهدة البرامج السياسية الحوارية، إذ جاءت بالمرتبة الأولى (أشاهد أحيانا) بعدد تكرارات بلغت (١٣٥) ونسبة مئوية بلغت (٩٠%)، وحلت ثانيا (أشاهد دائما) بعدد تكرارات بلغت (١٥) تكرارات ونسبة مئوية قدرها (١٠%) وحلت ثالثا (لا أشاهد) بدون تكرارات ولا ونسبة مئوية، كما موضح لنا في الجدول (٥).

جدول (٥) يبين مشاهدة البرامج السياسية الحوارية

ت	الفقرات	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	أشاهد أحيانا	١٣٥	٩٠%	الأولى
٢	أشاهد دائما	١٥	١٠%	الثانية
٣	لا أشاهد	-	-	الثالثة
	المجموع الكلي	١٥٠	١٠٠%	

٦- مشاهدة قناة دجلة الفضائية: وضحت نتائج البحث ان جميع المبحوثين يشاهدون قناة دجلة الفضائية ولكن بصورة متباينة بين طبعيتين من المشاهدة، إذ جاءت بالمرتبة الأولى (أشاهد أحيانا) بعدد تكرارات بلغت (١٣٢) ونسبة مئوية بلغت (٨٨%)، بينما حلت ثانيا (أشاهد دائما) بعدد تكرارات بلغت (١٨) تكرارات ونسبة مئوية قدرها (١٢%)، كما موضح لنا في الجدول (٦).

جدول (٦) يبين مشاهدة قناة دجلة الفضائية

ت	الفقرات	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	أشاهد أحيانا	١٣٢	٨٨%	الأولى
٢	أشاهد دائما	١٨	١٢%	الثانية
٣	لا أشاهد	-	-	الثالثة
	المجموع الكلي	١٥٠	١٠٠%	

٧- مشاهدة برنامج القرار لكم بقناة دجلة : جاءت نتائج البحث ان مشاهدة برنامج القرار لكم بقناة دجلة تختلف بين مبحوث ومبحوث آخر واتفق جميعهم على مشاهدة البرنامج موضوع الدراسة وهذا ما يفسر لنا الأهمية الكبيرة للبرنامج من قبل المبحوثين، إذ جاءت بالمرتبة الأولى (أشاهد أحيانا) بعدد تكرارات بلغت (١٣٤) ونسبة مئوية بلغت (٨٩،٣٤%)، بينما حلت ثانيا (أشاهد دائما) بعدد تكرارات بلغت (١٦) تكرارات ونسبة مئوية قدرها (١٠،٦٦%)، كما موضح لنا في الجدول (٧).

جدول (٧) يبين مشاهدة برنامج القرار لكم بقناة دجلة

ت	الفقرات	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	أشاهد أحيانا	١٣٤	٨٩,٣٤%	الأولى
٢	أشاهد دائما	١٦	١٠,٦٦%	الثانية
٣	لا أشاهد	-	-	الثالثة
	المجموع الكلي	١٥٠	١٠٠%	

٨- الكيفية بمشاهدة برنامج القرار لكم بقناة دجلة الفضائية : وضحت نتائج البحث إلى الكيفية المستخدمة من قبل المبحوثين بمشاهدة برنامج القرار لكم بقناة دجلة الفضائية، إذ جاءت بالمرتبة الأولى (عبر جهاز التلفزيون) بعدد تكرارات بلغت (١١٥) ونسبة مئوية بلغت (٨٩,٣٤%)، بينما حلت ثانيا (الاثنين معاً) بعدد تكرارات بلغت (٢٠) تكرارات ونسبة مئوية قدرها (١٠,٦٦%) وحلت ثالثاً (عبر الموقع الإلكتروني) بعدد تكرارات بلغت (١٥) تكرارات ونسبة مئوية قدرها (١٠,٦٦%)، كما موضح لنا في الجدول (٨) وهذا يفسر لنا ان المبحوثين يفضلون التلفزيون كجهاز أو وسيلة تقليدية في متابعة البرنامج موضوع الدراسة .

جدول (٨) الكيفية بمشاهدة برنامج القرار لكم بقناة دجلة الفضائية

ت	الفقرات	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	عبر جهاز التلفزيون	١١٥	٨٩,٣٤%	الأولى
٢	الاثنين معاً	٢٠	١٠,٦٦%	الثانية
٣	عبر الموقع الإلكتروني	١٥	١٠%	الثالثة
	المجموع الكلي	١٥٠	١٠٠%	

٩- طبيعة الموضوعات المتابعة في البرنامج : بينت نتائج البحث ان اختلاف المبحوثين في متابعة الموضوعات ذات الشؤون المختلفة والتي يطرحها البرنامج في حلقاته، إذ جاءت بالمرتبة الأولى (موضوع سياسي) بعدد تكرارات بلغت (٦٠) ونسبة مئوية بلغت (٤٠%)، بينما حلت ثانيا (موضوع غير محدد) بعدد تكرارات بلغت (٥٤) تكرارات ونسبة مئوية قدرها (٣٦%) وحلت ثالثاً (موضوع امني) بعدد تكرارات بلغت (٢٠) تكرارات ونسبة مئوية قدرها (١٣,٣٣%)، أما رابعا (موضوع اجتماعي) بعدد تكرارات بلغت (١٦) تكرارات ونسبة مئوية (١٠,٦٦%)، أما خامسا فكانت (لموضوع اقتصادي) بدون تكرار ولا نسب مئوية، كما موضح لنا في الجدول (٩) وهذا يفسر لنا ان إلى الأهمية الكبيرة للموضوعات ذات الشأن السياسي لدى المبحوثين وما تشكله إرهابات العملية السياسية في العراق والتحول الديمقراطي فيه من اثر كبير في اهتمامات المبحوثين .

جدول (٩) يبين طبيعة الموضوعات التي المتابعة في البرنامج

ت	الفقرات	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	موضوع سياسي	٦٠	٤٠%	الأولى
٢	موضوع غير محدد	٥٤	٣٦%	الثانية
٣	موضوع أمني	٢٠	١٣,٣٣%	الثالثة
٤	موضوع اجتماعي	١٦	١٠,٦٧%	الرابعة
٥	موضوع اقتصادي	-	-	الخامسة
	المجموع الكلي	١٥٠	١٠٠%	

١٠ - أسباب مشاهدة برنامج القرار لكم : أشارت نتائج البحث ان أسباب مشاهدة برنامج القرار لكم يعود إلى عدة أسباب، إذ جاءت بالمرتبة الأولى (للإحاطة بالمعلومات التي تشغل الشارع) بعدد تكرارات بلغت (٩٠) من مجموع (٣٣٠) ونسبة مئوية بلغت (٦٠%)، بينما حلت ثانيا (لمعرفة آخر التطورات السياسية) بعدد تكرارات بلغت (٧٥) تكرارات ونسبة مئوية قدرها (٥٠%) وحلت ثالثا (لزيادة الوعي السياسي لدي بشأن الصراع السياسي بين الأحزاب) بعدد تكرارات بلغت (٦٠) تكرارا ونسبة مئوية قدرها (٤٠%)، أما رابعا فكان (لمعرفة آخر التطورات الأمنية) بعدد تكرارات بلغت (٤٥) تكرارات ونسبة مئوية (٣٠%)، أما خامسا فكانت بسبب (لإشباع الفضول) ب(٣٠) تكراراً ونسبة مئوية بلغت (٢٠%)، وحلت سادسا (لتطوير معلوماتي وإغنائها) بعدد تكرارات بلغت (١٨) تكرارات ونسبة مئوية (١٢%)، وجاءت سابعا وأخيراً (لمعرفة ابرز الموضوعات التي يركز عليها البرنامج) وحصلت على ١٢ تكرارا ونسبة مئوية (٨%) وكما موضح لنا في الجدول (١٠)، وهذا يفسر لنا ان الجمهور يهتم بمتابعة الأمور والقضايا التي تخص الشارع العراقي بسبب حالة المتغيرات والتقلبات السياسية والأمنية التي يعيشها العراق مما يجعل الجمهور في حالة من الشغف بمتابعة الأحداث.

جدول (١٠) يبين أسباب مشاهدة برنامج القرار لكم

ت	الفقرات	التكرار	النسبة	المرتبة
١	للإحاطة بالمعلومات التي تشغل الشارع	٩٠	٦٠%	الأولى
٢	لمعرفة آخر التطورات السياسية	٧٥	٥٠%	الثانية
٣	لزيادة الوعي السياسي لدي بشأن الصراع السياسي بين الأحزاب	٦٠	٤٠%	الثالثة
٤	لمعرفة آخر التطورات الأمنية	٤٥	٣٠%	الرابعة
٥	لإشباع الفضول	٣٠	٢٠%	الخامسة
٦	لتطوير معلوماتي وإغنائها	١٨	١٢%	السادسة
٧	لمعرفة ابرز الموضوعات التي يركز عليها البرنامج	١٢	٨%	السابعة
	المجموع الكلي	٣٣٠(*)	١٠٠%	

(*) المجموع الكلي لهذا الجدول (٣٣٠) وليس (١٥٠) وذلك لوجود أكثر من اختيار من قبل المبحوثين

١١- أسباب تفضيل برنامج القرار لكم عن سائر البرامج الأخرى : وأظهرت نتائج البحث ان ذلك يعود إلى عدة أسباب، إذ جاءت بالمرتبة الأولى (كونه يتسم بالحياد والموضوعية) بعدد تكرارات بلغت (٤٨) وبنسبة مئوية بلغت (٣٢%)، بينما حلت ثانيا (يخرج ضيوفه ويتنزع الإجابات منهم) بعدد تكرارات بلغت (٣٥) ونسبة مئوية قدرها (٢٣،٣٤%) وحلت ثالثا بسبب (كونه يتسم بالإثارة والتشويق) بعدد تكرارات بلغت (٣٠) تكرارا ونسبة مئوية قدرها (٢٠%)، أما رابعا فكان بسبب (كونه يستعرض المعلومات بدقة وتوازن) بعدد تكرارات بلغت (٢٥) تكرارات ونسبة مئوية (١٦،٦٦%)، أما خامسا فكانت بسبب (كونه يتسم بالصدق بطرح المعلومات) ب(٨) تكرارات فقط ونسبة مئوية بلغت (٥،٣٤%)، وحلت سادسا (بجميع ما ذكر) بعدد تكرارات بلغت (٤) تكرارات فقط ونسبة مئوية (٢،٦٦%)، كما موضح لنا في الجدول (١١) ، وهذا يفسر لنا ان الجمهور يضع في اعتباره بمتابعة البرنامج عدة اعتبارات مهنية وتأتي في مقدمتها الحيادية والموضوعية في التعاطي مع الأحداث والقضايا التي يستعرضها البرنامج.

جدول (١١) يبين أسباب تفضيل برنامج القرار لكم عن سائر البرامج الأخرى

ت	الفقرات	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	كونه يتسم بالحياد والموضوعية	٤٨	٣٢%	الأولى
٢	يخرج ضيوفه ويتنزع الإجابات منهم	٣٥	٢٣،٣٤	الثانية
٣	كونه يتسم بالإثارة والتشويق	٣٠	٢٠%	الثالثة
٤	كونه يستعرض المعلومات بدقة وتوازن	٢٥	١٦،٦٦%	الرابعة
٥	كونه يتسم بالصدق بطرح المعلومات	٨	٥،٣٤%	الخامسة
٦	جميع ما ذكر	٤	٢،٦٦%	السادسة
	المجموع الكلي	١٥٠	١٠٠%	

١٢- الآراء بالأداء الإعلامي لمقدمة البرنامج (سحر جميل عباس) : بينت نتائج البحث ان ذلك يعود إلى عدة آراء، إذ جاءت بالمرتبة الأولى (متوسط) بعدد تكرارات بلغت (٩٠) وبنسبة مئوية بلغت (٦٠%)، بينما حلت ثانيا (جيد) بعدد تكرارات بلغت (٤٥) تكرارات ونسبة مئوية قدرها (٣٠%) وحلت ثالثا (ضعيف) بعدد تكرارات بلغت (١٥) تكرارا ونسبة مئوية قدرها (١٠%)، كما في الجدول (١٢).

جدول (١٢) الآراء بالأداء الإعلامي لمقدمة البرنامج (سحر جميل عباس)

ت	الفقرات	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	متوسط	٩٠	٦٠%	الأولى
٢	جيد	٤٥	٣٠%	الثانية
٣	ضعيف	١٥	١٠%	الثالثة
	المجموع الكلي	١٥٠	١٠٠%	

١٣. الآراء بالتفضيل بالشخصية المستضيفة في البرنامج : وضحت نتائج البحث ان ذلك يعود إلى عدة آراء، إذ جاءت بالمرتبة الأولى (للشخصية التي تمثل الحكومة) بعدد تكرارات بلغت (٩٠) وبنسبة مئوية بلغت (٦٠%)، بينما حلت ثانيا (للشخصية المستقلة) بعدد تكرارات بلغت (٦٠) تكرارات ونسبة مئوية قدرها (٤٠%) وحلت ثالثا (للشخصية الحزبية) بدون تكرارات ولا ونسبة مئوية، كما موضح لنا في الجدول (١٣) وهذا يفسر تفضيل الجمهور بالشخصية الحكومية المستضيفة في البرنامج لكون تلك الشخصية تمتلك المعلومة الدقيقة المرتبطة بحدث ما، فضلا عن ثقة الجمهور بالمعلومات التي تصدر من تلك الشخصيات كونها تمثل الرأي الحكومي بالقضية محل النقاش.

جدول (١٣) الآراء بالتفضيل بالشخصية المستضيفة في البرنامج

ت	الفقرات	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	شخصية تمثل الحكومة	٩٠	٦٠%	الأولى
٢	شخصية مستقلة	٦٠	٤٠%	الثانية
٣	شخصية حزبية	-	-	الثالثة
	المجموع الكلي	١٥٠	١٠٠%	

١٣- طبيعة الصفة التي تفضلها بالشخصية المستضيفة : أظهرت نتائج البحث ان ذلك يعود إلى عدة مستويات، إذ جاءت بالمرتبة الأولى (خبير /متخصص) بعدد تكرارات بلغت (٧٥) وبنسبة مئوية بلغت (٥٠%)، بينما حلت ثانيا (بجميع الفقرات) بعدد تكرارات بلغت (٣٠) تكرارات ونسبة مئوية قدرها (٢٠%) وحلت ثالثا (اكايمي) بعدد تكرارات بلغت (٢٠) تكرارا ونسبة مئوية قدرها (١٣,٣٤%)، أما رابعا فكان التفضيل (لشخصية البرلمان) بعدد تكرارات بلغت (١٥) تكرارات ونسبة مئوية (١٠%)، أما خامسا فجاءت (لشخصية المواطن) بعدد تكرارات (١٠) ونسبة مئوية بلغت (٦,٦٦%) ، كما موضح لنا في الجدول (١٤) وهذا يفسر لنا ان الجمهور يربح ويفضل الشخصية الخبيرة والمتخصصة في مجال القضية محل البحث والنقاش لأنها تعطي المعلومات بشكل علمي وبدون تجميل أو محاباة لطرف ما.

جدول (١٤) يبين طبيعة التفضيل بصفة الشخصية المستضيفة

ت	الفقرات	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	خبير (متخصص)	٧٥	٥٠%	الأولى
٢	جميعهم	٣٠	٢٠%	الثانية
٣	اكاديمي	٢٠	١٣,٣٤%	الثالثة
٤	برلماني	١٥	١٠%	الرابعة
٥	مواطن	١٠	٦,٦٦%	الخامسة
	المجموع الكلي	١٥٠	١٠٠%	

١٤. طبيعة الموضوعات المفضلة لديك بمتابعتها بالبرنامج : وضحت نتائج البحث ان ذلك يعود إلى عدة تفضيلات، إذ جاءت بالمرتبة الأولى (الشأن المحلي) بعدد تكرارات بلغت (١٢٥) ونسبة مئوية بلغت (٨٣,٣٤%)، بينما حلت ثانيا (الشأن الدولي) بعدد تكرارات بلغت (١٥) ونسبة مئوية قدرها (١٠%) وحلت ثالثا (الشأن العربي) بعدد تكرارات بلغت (١٠) تكرارا ونسبة مئوية قدرها (٦,٦٦%)، كما موضح لنا في الجدول (١٥) وهذا يفسر لنا ان الجمهور يفضل متابعة الأحداث المحلية بشكل كبير عن سائر الموضوعات الأخرى سواء العربية أو الدولية منها.

جدول (١٥) يبين طبيعة الموضوعات المفضلة بمتابعتها بالبرنامج

ت	الفقرات	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	الشأن المحلي	١٢٥	٨٣,٣٤%	الأولى
٢	الشأن الدولي	١٥	١٠%	الثانية
٣	الشأن العربي	١٠	٦,٦٦%	الثالثة
	المجموع الكلي	١٥٠	١٠٠%	

١٥. كيفية متابعتك البرنامج (القرار لكم) : اظهرت نتائج البحث لهذه الفئة يعود إلى عدة طرق، إذ جاءت بالمرتبة الأولى (بشكل غير محدد) بعدد تكرارات بلغت (١٢٠) ونسبة مئوية بلغت (٨٠%)، بينما حلت ثانيا (بشكل أسبوعي) بعدد تكرارات بلغت (٣٠) تكرارات ونسبة مئوية قدرها (٢٠%) وحلت ثالثا (بشكل شهري) بدون تكرارات ولا ونسبة مئوية، ورابعاً (بشكل يومي) أيضاً بدون تكرارات ولا ونسبة مئوية وكما موضح لنا في الجدول (١٦).

جدول (١٦) يبين كيفية متابعتك البرنامج (القرار لكم)

ت	الفقرات	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	بشكل غير محدد	١٢٠	٨٠%	الأولى
٢	بشكل أسبوعي	٣٠	٢٠%	الثانية
٣	بشكل شهري	-	-	الثالثة
٤	بشكل يومي	-	-	الرابعة
	المجموع الكلي		١٠٠%	

١٤- مدى مساهمة مقدمة البرنامج في نجاح البرنامج : وضحت نتائج البحث إلى ذلك لعدة أراء، إذ جاءت بالمرتبة الأولى (نعم) بعدد تكرارات بلغت (٩٠) وبنسبة مئوية بلغت (٦٠%)، بينما حلت ثانيا (نوعاً ما) بعدد تكرارات بلغت (٤٥) تكرارات ونسبة مئوية قدرها (٣٠%) وحلت ثالثاً (لا) بعدد تكرارات بلغت (١٥) تكرارات ونسبة مئوية قدرها (١٠%)، كما موضح لنا في الجدول (١٧).

جدول (١٧) يبين مساهمة مقدمة البرنامج في نجاح البرنامج

ت	الفقرات	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	نعم	٩٠	٦٠%	الأولى
٢	نوعاً ما	٤٥	٣٠%	الثانية
٣	لا	١٥	١٠%	الثالثة
	المجموع الكلي	١٥٠	١٠٠%	

١٥- إمكانية التأثير برأي احد الضيوف المستضيفه والتي تطرح موضوع معين : وضحت نتائج البحث ان ذلك يعود إلى عدة أراء، إذ جاءت بالمرتبة الأولى (نوعاً ما) بعدد تكرارات بلغت (١٢٠) وبنسبة مئوية بلغت (٨٠%)، بينما حلت ثانيا (نعم) بعدد تكرارات بلغت (٣٠) تكرارات ونسبة مئوية قدرها (٢٠%) وحلت ثالثاً (لا) بدون تكرارات ولا نسبة مئوية، كما موضح لنا في الجدول (١٨).

جدول (١٨) يبين إمكانية التأثير برأي أحد الضيوف المستضيفه والتي تطرح موضوع معين

ت	الفقرات	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	نوعاً ما	١٢٠	٨٠%	الأولى
٢	نعم	٣٠	٢٠%	الثانية
٣	لا	-	-	الثالثة
	المجموع الكلي	١٥٠	١٠٠%	

١٦- الطرق المفضلة باستضافة ضيوف البرنامج : وضحت نتائج البحث ان ذلك يعود إلى عدة تفضيلات، إذ جاءت بالمرتبة الأولى (داخل الاستديو) بعدد تكرارات بلغت (١٢٠) وبنسبة مئوية بلغت

(٨٠%)، بينما حلت ثانيا (عبر الأقمار الصناعية) بعدد تكرارات بلغت (٣٠) تكرارات ونسبة مئوية قدرها (٢٠%) وحلت ثالثا (عبر الاتصال الهاتفي) بدون تكرارات ولا ونسبة مئوية كما في الجدول (١٩).

جدول (١٩) يبين الطرق المفضلة باستضافة ضيوف البرنامج

ت	الفقرات	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	داخل الاستديو	١٢٠	٨٠%	الأولى
٢	عبر الأقمار الصناعية	٣٠	٢٠%	الثانية
٣	عبر الاتصال الهاتفي	-	-	الثالثة
	المجموع الكلي	١٥٠	١٠٠%	

٢٠-مدى قدرة البرامج السياسية الحوارية في تغيير الواقع والتأثير بالرأي العام: وضحت نتائج البحث ان ذلك بشكل متباين في إجابات المبحوثين، إذ جاءت بالمرتبة الأولى (نعم قادرة) بعدد تكرارات بلغت (٧٥) ونسبة مئوية بلغت (٥٠%)، بينما حلت ثانيا (لا ليست قادرة) بعدد تكرارات بلغت (٤٥) تكرارات ونسبة مئوية قدرها (٣٠%) وحلت ثالثا ب(لا أعرف) بعدد تكرارات بلغت (٣٠) تكرارا ونسبة مئوية قدرها (٢٠%)، كما في الجدول (٢٠) وهذا يفسر لنا قدرة البرامج السياسية الحوارية في تغيير الواقع والتأثير والرأي العام.

جدول (٢٠) يبين قدرة البرامج السياسية الحوارية في تغيير الواقع والتأثير بالرأي العام

ت	الفقرات	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	نعم قادرة	٧٥	٥٠%	الأولى
٢	لا ليست قادرة	٤٥	٣٠%	الثانية
٣	لا أعرف	٣٠	٢٠%	الثالثة
	المجموع الكلي	١٥٠	١٠٠%	

٢١-مدى مساهمة برنامج القرار لكم بتشكيل الوعي لطلبة الجامعات : وضحت نتائج البحث ان المساهمة جاءت بشكل متباين في إجابات المبحوثين، إذ جاءت بالمرتبة الأولى (ساهم إلى حد ما) بعدد تكرارات بلغت (١٠٥) ونسبة مئوية بلغت (٧٠%)، بينما حلت ثانيا (لم يساهم) بعدد تكرارات بلغت (٣٠) تكرارات ونسبة مئوية قدرها (٢٠%) وحلت ثالثا (ساهم إلى حد كبير) بعدد تكرارات بلغت (١٥) تكرارا ونسبة مئوية قدرها (١٠%)، كما موضح لنا في الجدول (٢١) وهذا يفسر لنا ان قدرة و مساهمة برنامج القرار لكم موضوع البحث بتشكيل الوعي لطلبة الجامعات .

جدول (٢١) يبين مدى مساهمة برنامج القرار لكم بتشكيل الوعي لطلبة الجامعات

ت	الفقرات	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	ساهم إلى حد ما	١٠٥	٧٠%	الأولى
٢	لم يساهم	٣٠	٢٠%	الثانية
٣	ساهم إلى حد كبير	١٥	١٠%	الثالثة
	المجموع الكلي	١٥٠	١٠٠%	

٢٢- المضامين التي يتبناها البرنامج والمتعلقة بتشكيل الوعي المعرفي : بينت نتائج البحث ان المضامين التي يتبناها البرنامج والمتعلقة بتشكيل الوعي المعرفي تباينت بين ثمانية فقرات كمقياس لكل منها بدائله بالإجابة ما بين (اتفق ومحاييد ولا اتفق) ، اذ حلت فقرة (يكشف البرنامج عن ملفات مهمة في المجتمع) ب (اتفق) بعدد تكرارات بلغت (٩٠) ونسبة مئوية قدرها (٦٠%) ، وجاءت ثانياً فقرة (يعطي البرنامج صورة واضحة عن الوضع في العراق ولا سيما السياسي) ، اذ نالت ب (اتفق) التي حلت ثانيا بعدد تكرارات بلغت (١٢٠) تكرار ونسبة مئوية بلغت (٨٠%) ، وحلت ثالثاً فقرة (يركز البرنامج على الموضوعات المثيرة للجدل بالمجتمع) ، اذ حلت اتفق اولاً بعدد تكرارات (٧٥) ونسبة مئوية (٥٠%) ، أما رابعاً فكان لفقرة (يحاول البرنامج ان يكون محط أنظار المشاهدين وفقاً للشخصيات التي يستضيفها) ، اذ نالت (اتفق) عدد تكرارات (١٣٠) ونسبة مئوية (٨٦,٦٧%) ، وجاءت خامساً فقرة (يكسر البرنامج مبدأ الديمقراطية في العراق عبر التحوار بين الضيوف) للبدل لا اتفق) بعدد تكرارات (٦٠) ونسبة (٤٠%) ، اما سادساً فكان للفقرة (يبين البرنامج حالة الصراع بين الأحزاب السياسية) ب(اتفق) وبعدد تكرارات (٧٠) ونسبة (٤٦,٦٧%) ، وسابعاً لفقرة (يعطي البرنامج معلومات مهمة للمواطن فيما يتعلق بالأنظمة والقوانين) ب (اتفق) وبعدد تكرارات (٣٥) ونسبة مئوية (٩٠%) ، وحلت أخيراً أي ثامناً فقرة (يمثل البرنامج محطة للمواطن لتعزيز الجوانب المعرفية لديه) ب (اتفق) وبعدد تكرارات (٩٠) ونسبة (٦٠%) ، وكما يوضح ذلك الجدول (٢٢).

جدول (٢٢) يبين المضامين التي يتبناها البرنامج والمتعلقة بتشكيل الوعي المعرفي

ت	الفقرات	البدائل	التكرار	النسبة	المرتبة
١	يكشف البرنامج عن ملفات مهمة في المجتمع	اتفق	٩٠	٦٠%	الأولى
		محايد	٤٥	٣٠%	الثانية
		لا اتفق	١٥	١٠%	الثالثة
		المجموع	١٥٠	١٠٠%	
٢	يعطي البرنامج صورة واضحة عن الوضع في العراق ولا سيما السياسي	اتفق	١٢٠	٨٠%	الأولى
		محايد	١٨	١٢%	الثانية
		لا اتفق	١٢	٨%	الثالثة
		المجموع	١٥٠	١٠٠%	
٣	يركز البرنامج على الموضوعات المثيرة للجدل بالمجتمع	اتفق	٧٥	٥٠%	الأولى
		محايد	٣٠	٢٠%	الثالثة
		لا اتفق	٤٥	٣٠%	الثانية
		المجموع	١٥٠	١٠٠%	
٤	يحاول البرنامج ان يكون محط أنظار المشاهدين وفقاً للشخصيات التي يستضيفها	اتفق	١٣٠	٨٦,٦٧%	الأولى
		محايد	٢٠	١٣,٣٣	الثانية
		لا اتفق	-	-	الثالثة
		المجموع	١٥٠	١٠٠%	
٥	يكرس البرنامج مبدأ الديمقراطية في العراق عبر الحوار بين الضيوف	اتفق	٤٠	٢٦,٦٧%	الثالثة
		محايد	٥٠	٣٣,٣٣%	الثانية
		لا اتفق	٦٠	٤٠%	الأولى
		المجموع	١٥٠	١٠٠%	
٦	يبين البرنامج حالة الصراع بين الأحزاب السياسية	اتفق	٧٠	٤٦,٦٧%	الأولى
		محايد	٦٠	٤٠%	الثانية
		لا اتفق	٢٠	١٣,٣٣	الثالثة
		المجموع	١٥٠	١٠٠%	
٧	يعطي البرنامج معلومات مهمة للمواطن فيما يتعلق بالأنظمة والقوانين	اتفق	١٣٥	٩٠%	الأولى
		محايد	٦	٤%	الثالثة
		لا اتفق	٩	٦%	الثانية
		المجموع	١٥٠	١٠٠%	
٨	يمثل البرنامج محطة للمواطن لتعزيز الجوانب المعرفية لديه	اتفق	٩٠	٦٠%	الأولى
		محايد	٤٥	٣٠%	الثانية
		لا اتفق	١٥	١٠%	الثالثة
		المجموع	١٥٠	١٠٠%	

❖ نتائج البحث :

- ١- تفلوت إجابات المبحوثين بشأن مشاهدة البرامج السياسية الحوارية، إذ حلت بالمرتبة الأولى (أشاهد أحياناً) بعدد تكرارات بلغت (١٣٥) وبنسبة مئوية بلغت (٩٠%).
- ٢- اختلاف المبحوثين في متابعة الموضوعات ذات الشؤون المختلفة والتي يطرحها البرنامج في حلقاته، إذ جاءت بالمرتبة الأولى (موضوع سياسي) بعدد تكرارات بلغت (٦٠) وبنسبة مئوية بلغت (٤٠%).
- ٣- ان أسباب مشاهدة برنامج القرار لكم يعود إلى عدة أسباب، إذ جاءت بالمرتبة الأولى (للإحاطة بالمعلومات التي تشغل الشارع) بعدد تكرارات بلغت (٩٠) من مجموع (٣٣٠) وبنسبة مئوية بلغت (٦٠%).
- ٤- أسباب تفضيل برنامج القرار لكم عن سائر البرامج الأخرى يعود إلى عدة أسباب، إذ حلت بالمرتبة الأولى (كونه يتسم بالحياد والموضوعية) بعدد تكرارات بلغت (٤٨) وبنسبة مئوية بلغت (٣٢%).
- ٥- ان تفضيل الجمهور بالشخصية المستضيفة في البرنامج يعود إلى عدة أراء، إذ جاءت بالمرتبة الأولى (شخصية تمثل الحكومة) بعدد تكرارات بلغت (٩٠) وبنسبة مئوية بلغت (٦٠%).
- ٦- تفضيل الجمهور بطبيعة الصفة التي تفضلها بالشخصية المستضيفة يعود إلى عدة مستويات، إذ جاءت بالمرتبة الأولى (بالخبير / المتخصص) بعدد تكرارات بلغت (٧٥) وبنسبة مئوية بلغت (٥٠%).
- ٧- قدرة البرامج السياسية الحوارية في تغيير الواقع والتأثير والرأي العام جاء بشكل متباين في إجابات المبحوثين، إذ جاءت بالمرتبة الأولى (نعم قادرة) بعدد تكرارات بلغت (٧٥) وبنسبة مئوية (٥٠%).
- ٨- مساهمة برنامج القرار لكم بتشكيل الوعي لطلبة الجامعات، جاءت بشكل متباين في إجابات المبحوثين، إذ نالت المرتبة الأولى (ساهم إلى حد ما) بعدد تكرارات بلغت (١٠٥) وبنسبة مئوية (٧٠%).

❖ استنتاجات البحث :

- ١- الأهمية الكبيرة للموضوعات ذات الشأن السياسي لدى المبحوثين وما تشكله إرهاصات العملية السياسية في العراق والتحول الديمقراطي فيه من أثر كبير في اهتمامات المبحوثين .
- ٢- ان الجمهور يهتم بمتابعة الأمور والقضايا التي تخص الشارع العراقي بسبب حالة المتغيرات والتقلبات السياسية والأمنية التي يعيشها العراق مما يجعل الجمهور في حالة من الشغف بمتابعة الأحداث.
- ٣- ان الجمهور يضع في اعتباره بمتابعة البرنامج عدة اعتبارات مهنية وتأتي في مقدمتها الحيادية والموضوعية في التعاطي مع الأحداث والقضايا التي يستعرضها البرنامج.
- ٤- تفضيل الجمهور للشخصية الحكومية المستضيفة في البرنامج لكون تلك الشخصية تمتلك المعلومة الدقيقة المرتبطة بحدث ما، فضلاً عن ثقة الجمهور بالمعلومات التي تصدر من تلك الشخصيات كونها تمثل الرأي الحكومي بالقضية محل النقاش.

- ٥- ان الجمهور يربح ويفضل الشخصية الخبيرة والمتخصصة في مجال القضية محل البحث والنقاش لأنها تعطي المعلومات بشكل علمي وبدون تجميل أو محاباة لطرف ما.
- ٦- ان الجمهور يفضل متابعة الأحداث المحلية بشكل كبير عن سائر الموضوعات الأخرى سواء العربية أو الدولية منها.
- ٧- قدرة البرامج السياسية الحوارية في تغيير الواقع والتأثير بالرأي العام .
- ٨- قدرة و مساهمة برنامج القرار لكم موضوع البحث بتشكيل الوعي لطلبة الجامعات .

❖ مراجع البحث:-

- ١- أبو طالب محمد سعيد، علم مناهج البحث (الأسس العامة)، (بغداد : مطابع دار الحكمة للطباعة والنشر، ١٩٩٠م).
- ٢- احمد حاتم وعبد السلام السامر، تأثير العامل السياسي على الاداء الصحفي المتخصص في الصحافة العراقية الالكترونية : مجلة الباحث الاعلامي، المجلد (١٥) العدد (٦٢) لسنة ٢٠٢٣م.
- ٣- اديب خضور، الكتابة للاذاعة والتلفزيون. (دمشق: مركز التعليم المفتوح، ٢٠٠٥م).
- ٤- امير علي وطالب عبد المجيد. موضوعات البرامج التلفزيونية الساخرة وانعكاسها على السياسي العراقي. مجلة الباحث الاعلامي، العدد ٦١ لسنة ٢٠٢٣م.
- ٥- جبار حسين علاوي، الاتصال السياسي، (عمان: دار امجد للنشر والتوزيع، ٢٠١٥م).
- ٦- جمعة مصطفى عطية، اللغة والقلم، (بغداد: دار وائل للطباعة والنشر، ٢٠١٧م).
- ٧- حسن عماد مكايي ، دور التلفزيون اليمني في امداد الجمهور بالمعلومات الصحية. مصر: كلية الاعلام - جامعة القاهرة، ٢٠٠٢م.
- ٨- حسيني وليد، البرامج الحوارية في القنوات الفضائية الجزائرية، مجلة الدراسات الاعلامية، العدد (٣) لسنة ٢٠١٨م.
- ٩- راضي رشيد وإيثار طارق، البرامج الحوارية ودورها في تشكيل الرأي العام من وجهة نظر طلبة كلية الإعلام، مجلة كلية التربية الأساسية بالجامعة العراقية، العدد (٧٣) لسنة ٢٠١٢م.
- ١٠- رجاء ال بهيش وعادل هاشم الميالي، المنطق الدعائي والحجاجية الاقناعية، مجلة الأستاذ : كلية التربية ابن رشد - جامعة بغداد، العدد (٢٠٤) لسنة ٢٠١٣م.
- ١١- سمير محمد حسين، بحوث الإعلام، (القاهرة : عالم الكتب، ١٩٩٩م).
- ١٢- سناء الجبور، الاعلام والرأي العام العربي والعالمي، (عمان: دار اسامة للنشر والتوزيع، ٢٠١٠م).
- ١٣- عامر إبراهيم قنديلجي، البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات ، (بغداد : دار الشؤون الثقافية العامة، ١٩٩٣م).

- ١٤- عامر القنديلجي وأيمان السامرائي، البحث العلمي الكمي والنوعي بين النظرية والتطبيق، (الإسكندرية : مركز الإسكندرية للكتاب ، ٢٠٠٥م) .
- ١٥- عبد الرحيم درويش، مقدمة الى علم الاتصال، (دمياط: مكتبة نانسي دمياط، ٢٠٠٦م) .
- ١٦- عبد الكريم السوداني، دور البرامج السياسية الساخرة في تكوين الوعي السياسي لدى طلبة الجامعات من وجهة نظرهم، مجلة الوسط البحرينية، العدد (٨٨) لسنة ٢٠٢٣م (<https://meu.edu.jo>)
- ١٧- فايزة طه الحميد، البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية العربية وعلاقتها بمستوى معرفة المراهقين بالاحداث الجارية، (القاهرة : جامعة عين شمس، ٢٠٢٠م) .
- ١٨- فلاح كاظم المحنة، البرامج الإذاعية والتلفزيونية، (بغداد : دار الحكمة، ١٩٨٨م) .
- ١٩- فلاح كاظم المحنة وسؤدد القادري، الفنون الاذاعية والتلفزيونية، (الموصل: دار الحكمة للطباعة والنشر، ١٩٩٠م) .
- ٢٠- مجد الهاشمي ، الاعلام الدبلوماسي والسياسي، (عمان: دار اسامة للنشر والتوزيع، ٢٠٠٨م) .
- ٢١- محمد حسين علوان الوظيفة السياسية للتلفزيون في عصر القنوات الفضائية، المجلة السياسية والدولية العدد (٣٩-٤٠) لسنة ٢٠١٩م .
- ٢٢- محمد محي ومحسن جلوب الكناي، اطر معالجة قناة العالم التلفزيونية الفضائية الاحتجاجات العراقية اللبنانية. مجلة الباحث الاعلامي : العدد (٥٨) لسنة ٢٠٢٢م.
- ٢٣- مريم لقرع، البرامج السياسية ودورها في تشكيل المفاهيم السياسية، مجلة حقائق : جامعة الجلفة الجزائرية، العدد (٧) لسنة ٢٠١٧م.
- ٢٤- مصطفى فاضل كريم الخفاجي، مفهوم الحوار مع الاخر واهميته في الفكر الانساني. مجلة بابل للدراسات الانسانية، المجلد (٧) العدد (٤)، ٢٠١٧م .
- ٢٥- منصور بن كادي، البرامج السياسية في الإعلام الفضائي الجزائري الخاص ودورها في تنمية الوعي السياسي للطلاب الجامعي، الجزائر : جامعة محمد خيضر – بسكرة ، ٢٠١٥م .
- ٢٦- مهنا محمد ، النظرية العامة للمعرفة الاعلامية للفضائيات العربية والعولمة الاعلامية والمعلوماتية، (القاهرة: المكتبة الجامعية، ٢٠٠٢م) .
- ٢٧- يوسف عبد حسين، الإعلام السياسي، (عمان : دار دجلة للنشر والتوزيع، ٢٠١٦م) .
- ٢٨- يوسف مرزوق، المدخل الى حرفية الفن الاذاعي،(القاهرة : مكتبة الانجلو المصرية، ١٩٧٧م) .
- ٢٩- <https://ar.wikipedia.org/wiki> . (٢٧ يناير، ٢٠٢٤م). تم الاسترداد من الموسوعة الحرة ويكيبيديا.
- ٣٠- <https://www.dijlah.tv> . (٢٧ يناير، ٢٠٢٤م). تم الاسترداد من موقع قناة دجلة الفضائية الالكتروني.
- ٣١- موقع إجابة الإلكتروني <https://www.ejaba.com/question> . تاريخ الاسترداد ١٨ ١، ٢٠٢٤م.

٣٢- الموقع الإلكتروني (Heather Savigny) (February 2002 م). Political ,Public Opinion . Issue1 ,Volume22)In contemporary society public .Communication and the Internet

Research references: -

1-Abu Talib Muhammad Saeed, Research Methodology (General Foundations),(Baghdad: Dar Al-Hekma Printing and Publishing Press, 1990).

2- Ahmed Hatem and Abdul Salam Al-Samer, The influence of the political factor on the performance of specialized journalists in the Iraqi electronic press: Media Researcher Magazine, Volume (15) Issue 62 of 2023 .

3-Adeeb Khaddour, writing for radio and television.(Damascus: Open Education Center, 2005).

4-Amir Ali and Talib Abdul Majeed. Topics of satirical television programs and their impact on Iraqi politicians. Media Researcher Magazine, Issue No. 61 of 2023 .

5-Jabbar Hussein Allawi, political communication. (Amman: Dar Amjad for Publishing and Distribution, 2015).

6-Jumaa Mustafa Attia, Language and the Pen.(Baghdad: Dar Wael for Printing and Publishing, 2017).

7-Hassan Imad Makkawi, the role of Yemeni television in providing the public with health information. Egypt: Faculty of Information - Cairo University, 2002.

8-Hosseini Walid, talk shows on Algerian satellite channels, Journal of Media Studies, Issue (3) for the year 2018.

9-Radi Rashid and Ethar Tariq, talk shows and their role in shaping public opinion from the point of view of students at the Faculty of Information, Journal of the Faculty of Basic Education at the Iraqi University, Issue (73) for the year 2012 .

10-Raja Al-Bahish and Adel Hashim Al-Mayali, Propaganda Logic and Persuasive Argumentation, Al-Ustad Magazine: College of Education, Ibn Rushd - University of Baghdad, Issue (204) for the year 2013 .

11-Samir Muhammad Hussein, Media Research,(Cairo: Alam al-Kutub, 1999).

12-Sanaa Al-Jabour, Arab and international media and public opinion. Amman: Dar Osama for Publishing and Distribution, 2010 AD).(

13-Amer Ibrahim Qandilji, Scientific Research and the Use of Information Sources,(Baghdad: General Cultural Affairs House, 1993).

14-Amer Al-Qandilji and Iman Al-Samarrai, Quantitative and Qualitative Scientific Research between Theory and Application, Alexandria: Alexandria Book Center, 2005).

15-Abdul Rahim Darwish, Introduction to Communication Science,(Damietta: Nancy Damietta Library, 2006).

16-Abdul Karim Al-Sudani, The role of satirical political programs in forming political awareness among university students from their point of view, Bahraini Al-Wasat Magazine, Issue (88) for the year 2023 (<https://meu.edu.jo/>

17-Fayza Taha Al-Hamid, talk shows on Arab satellite channels and their relationship to the level of adolescents' knowledge of current events. Cairo: Ain Shams University, 2020.

18-Falah Kadhim Al-Mahanna, Radio and Television Programs, Baghdad: Dar Al-Hekma, 1988).

19-Falah Kadhim Al-Mahna and Saudad Al-Qadiri,. Radio and television arts,(Mosul: Dar Al-Hekma for Printing and Publishing, 1990).

20-Majd Al-Hashemi, diplomatic and political media.(Amman: Dar Osama for Publishing and Distribution, 2008).

21-uhammad Hussein Alwan: The political function of television in the era of satellite channels. Political and International Journal, Issue (39-40) for the year 2019.

22-Muhammad Mohi and Mohsen Jalob Al-Kanani, frameworks for the Al-Alam TV channel's handling of the Iraqi-Lebanese protests. Media Researcher Magazine: Issue (58) for the year 2022.

23-Maryam Laqraa, Political Programs and their Role in Forming Political Concepts, Facts Magazine: University of Djelfa, Algeria, Issue (7) for the year 2017 .

24-Mustafa Fadel Karim Al-Khafaji, the concept of dialogue with others and its importance in human thought. Babel Journal of Human Studies, Volume (7) Issue (4), 2017.

25-Mansour Ben Kadi, political programs in the private Algerian satellite media and their role in developing the political awareness of university students, Algeria: Mohamed Kheidar University - Biskra, 2015 .

26-Muhanna Muhammad, the general theory of media knowledge of Arab satellite channels and media and information globalization,(Cairo: University Library,2002).

27-Youssef Abd Hussein, Political Media,(Amman: Dar Dijlah for Publishing and Distribution, 2016).

28-Youssef Marzouk, Introduction to the Craftsmanship of Radio Art, (Cairo: Anglo-Egyptian Library, 1977).

29-<https://ar.wikipedia.org/wiki>. (January 27, 2024). Retrieved from the free encyclopedia Wikipedia..

-30-<https://www.dijlah.tv>. (January 27, 2024). Retrieved from the Dijlah Satellite Channel website..

-31-Ejaba website <https://www.ejaba.com/question>. Redemption date: 18 January 2024 .

-32-Heather Savigny website (February, 2002). Public Opinion, Political Communication and the Internet. In contemporary public society (Volume22, Issue1..