

تحليل أساليب القوة الناعمة في البرامج التلفزيونية في قناة ام بي سي العراق

م.د عبدالله عبدالمجيد حسن

جامعة كركوك - كلية الاعلام

Analysis of soft power methods in MBC Iraq TV programs

Dr. Abdullah Abdul Majeed Hassan

Dr.abdullahabdulmajeed@uokirkuk.edu.iq : Email

University of Kirkuk - College of Media

المخلص:

هدف هذا البحث إلى تحليل أساليب القوة الناعمة التي تستخدمها قناة "إم بي سي العراق" في برامجها التلفزيونية، ودراسة تأثير هذه الأساليب على تشكيل الوعي الثقافي والاجتماعي لدى الجمهور العراقي والإقليمي. وتم تحليل محتوى ثلاث برامج تبثها القناة وهي بيت السعد حديث بغداد، كلام نواعم. ومن أهم النتائج: تختلف الموضوعات التي تطرحها البرامج الثلاثة بحسب التوجهات التي تسعى كل واحدة منها لتحقيقها، فبرنامج "بيت السعد" يركز بشكل أساسي على المواضيع الاجتماعية مع اهتمام محدود بالسياسة والاقتصاد، "أما حديث بغداد"، في المقابل، يُخصص مساحة كبيرة للمواضيع السياسية، مع التركيز أيضًا على المواضيع الاجتماعية. أما "كلام نواعم" فيتسم بتركيز أكبر على المواضيع الترفيهية والاجتماعية، مع تناول بعض القضايا الاقتصادية ولكن بنسب أقل. ومن أهم المقترحات: ضرورة استمرار الدراسات حول دور الإعلام في تعزيز القوة الناعمة، ليس فقط في العراق بل في العالم العربي بشكل عام. **الكلمات المفتاحية:** القوة الناعمة – البرامج التلفزيونية – قناة ام بي سي العراق

Abstract:

This research aims to analyze the soft power methods used by MBC Iraq in its television programs, and to study the impact of these methods on shaping the cultural and social awareness of the Iraqi and regional audience. The content of three programs broadcast by the channel was analyzed: Beit Al-Saad, Hadith Baghdad, and Kalam Nawaem. The most important results are: The topics presented by the three programs differ according to the orientations that each one seeks to achieve. The program "Beit Al-Saad" focuses mainly on social topics with limited interest in politics and economics. "Hadith Baghdad", on the other hand, devotes a large space to political topics, with a focus on social topics as well. As for "Kalam Nawaem", it is characterized by a greater focus on entertainment and social topics, while addressing some economic issues, but in smaller proportions. The most important suggestions include: the need to continue studies on the role of the media in enhancing soft power, not only in Iraq but in the Arab world in general.

Keywords: Soft Power – TV Programs – MBC Iraq

المقدمة:

تعتبر وسائل الإعلام من أبرز الأدوات المؤثرة في تشكيل الرأي العام وتوجيهه، ولا سيما في ظل التطور التكنولوجي الكبير الذي شهده عالم الإعلام خلال العقود الماضية، ومن بين هذه الوسائل، تبرز القنوات التلفزيونية كأحد الأساليب الأكثر تأثيراً في المجتمعات الحديثة، إذ تسهم في نقل الثقافة والمعلومات والقيم عبر برامجها المتنوعة. وفي هذا السياق، تكتسب قناة "إم بي سي العراق" مكانة خاصة في العالم العربي، لا سيما في العراق والمنطقة بشكل عام، حيث تسعى إلى تقديم محتوى يلبي احتياجات الجمهور المحلي والإقليمي من خلال برامج تتناول قضايا اجتماعية وثقافية وترفيهية وسياسية وتُعد "القوة الناعمة" أحد المفاهيم الحديثة التي ظهرت في العلاقات الدولية، ويقصد بها القدرة على التأثير في الآخرين من خلال الجاذبية والقدرة على نقل القيم والأفكار بدون اللجوء إلى القوة العسكرية أو الاقتصادية. وفي هذا البحث، سيتم تحليل أساليب القوة

الناعمة التي تستخدمها البرامج التلفزيونية على قناة "إم بي سي العراق"، بهدف فهم كيفية تأثير هذه البرامج في الجمهور المحلي والإقليمي، وكيفية استخدامها كأداة لخلق صورة إيجابية أو لتدمير رسائل ثقافية واجتماعية معينة. ومن خلال دراسة هذه البرامج، سنسعى إلى استكشاف الأساليب التي تعتمد عليها القناة في التأثير على الوعي الجماعي، وكيفية استخدامها في تعزيز الهوية الثقافية العراقية والعربية في مواجهة التحديات المعاصرة.

مشكلة البحث:

تتمثل مشكلة البحث في فهم وتحديد أساليب القوة الناعمة التي تستخدمها قناة "إم بي سي العراق" من خلال برامجها التلفزيونية، وتأثير هذه الأساليب على الجمهور المحلي والإقليمي، وعلى الرغم من أن القناة تقدم مجموعة واسعة من البرامج التي تهدف إلى جذب المشاهدين وتحقيق نجاحات إعلامية، إلا أن هناك نقصاً في الدراسات المتخصصة التي تركز على كيفية استخدام هذه البرامج كأداة للتأثير في الوعي الجماعي، ونقل القيم الثقافية والاجتماعية عبر الوسائل الإعلامية. إضافة إلى ذلك، تثير هذه المشكلة تساؤلات حول مدى فعالية البرامج التلفزيونية في قناة "إم بي سي العراق" في استخدام القوة الناعمة لتغيير أو تعزيز المواقف والمفاهيم السائدة لدى الجمهور، وهل تساهم هذه البرامج في بناء صورة إيجابية عن العراق في المنطقة والعالم، أو أنها قد تتضمن رسائل خفية تؤثر في الهوية الثقافية بطريقة قد تكون غير مرئية للمتابعين. كما أن القنوات التلفزيونية العربية، مثل "إم بي سي العراق"، تلعب دوراً مهماً في نشر الثقافة والهوية العربية في ظل العولمة وتغيرات الإعلام الحديث، مما يجعل من المهم دراسة الأساليب التي تعتمد عليها هذه القناة لتوظيف القوة الناعمة في برامجها. وبذلك، تسعى هذه الدراسة للإجابة على عدة أسئلة محورية، وهي: كيف تستخدم قناة "إم بي سي العراق" القوة الناعمة في برامجها؟ وما هو تأثير هذه البرامج على المشاهدين في العراق والمنطقة؟ وهل هذه البرامج تساهم في تعزيز أو تغيير الوعي الثقافي والاجتماعي لدى الجمهور؟

أهمية البحث:

تتمثل أهمية هذا البحث في تسليط الضوء على دور القنوات التلفزيونية، خصوصاً قناة "إم بي سي العراق"، في استخدام أساليب القوة الناعمة للتأثير في الجمهور، سواء على المستوى المحلي أو الإقليمي؛ حيث تعتبر القنوات الفضائية من أبرز وسائل الإعلام التي تساهم في تشكيل الرأي العام وبناء الصورة الذهنية للأفراد والمجتمعات، ومن ثم فإن فهم كيفية استخدام القوة الناعمة في البرامج التلفزيونية يعكس تأثيراً كبيراً على تشكيل القيم والمواقف الاجتماعية والثقافية وتكتسب هذه الدراسة أهمية خاصة في السياق العراقي، حيث يواجه الإعلام العراقي تحديات كبيرة تتعلق بالهوية الثقافية والتوجهات السياسية والاجتماعية في مرحلة ما بعد التغيير، بالإضافة إلى تأثير العولمة والإعلام العالمي. كما أن البحث يقدم فهماً معمقاً للأدوات والأساليب الإعلامية المستخدمة لنقل رسائل اجتماعية وثقافية بطريقة غير مباشرة، مما يساهم في إثراء الدراسات الإعلامية في العالم العربي بشكل عام، ويساهم في تطوير استراتيجيات إعلامية مستقبلية تهدف إلى تحسين تأثير الإعلام العربي على المجتمعات. ويُعد هذا البحث مهماً للمختصين في الإعلام والتواصل الاجتماعي، حيث يوفر أدوات تحليلية لفهم تأثير الإعلام في تشكيل الوعي الجماعي، ويساعد صانعي السياسات الإعلامية على تحسين الأساليب التي يتم تبنيها في تطوير البرامج التلفزيونية بشكل يساهم في تعزيز الهوية الثقافية والقيم المجتمعية.

هدف البحث:

يهدف هذا البحث إلى تحليل أساليب القوة الناعمة التي تستخدمها قناة "إم بي سي العراق" في برامجها التلفزيونية، ودراسة تأثير هذه الأساليب على تشكيل الوعي الثقافي والاجتماعي لدى الجمهور العراقي والإقليمي.

فرضية البحث:

تستخدم قناة "إم بي سي العراق" أساليب القوة الناعمة في برامجها التلفزيونية بشكل فعال للتأثير على الوعي الثقافي والاجتماعي لجمهورها المحلي والإقليمي، مما يساهم في تعزيز الهوية الثقافية العراقية والعربية ويؤثر على تشكيل المواقف والقيم الاجتماعية.

منهج البحث:

سيتمتع هذا البحث عدة مناهج وأساليب بحثية تساهم في تحليل أساليب القوة الناعمة في البرامج التلفزيونية على قناة "إم بي سي العراق" وتأثيراتها على الجمهور؛ حيث يعتمد البحث بشكل رئيسي على المنهج الوصفي التحليلي، إذ سيتم وصف وتحليل أساليب القوة الناعمة المستخدمة في البرامج المختلفة للقناة، وسيتم من خلال هذا المنهج فحص المحتوى الإعلامي وتحديد الأساليب التي تساهم في تشكيل القيم والمفاهيم الثقافية

والاجتماعية، مع التركيز على كيفية تأثير هذه الأساليب في الجمهور. وسيتم استخدام المنهج النوعي لتحليل محتوى البرامج بشكل دقيق، وذلك من خلال إجراء تحليل خطاب للمحتوى الإعلامي الذي تقدمه القناة.

الإطار النظري:

المبحث الأول: القوة الناعمة:

يعدّ جوزيف ناي (١٩٩٠) أول من ابتكر مفهوم "القوة الناعمة"، وقد عرّفها بأنها "القدرة على التأثير في الآخرين من خلال الجاذبية والإقناع، بدلاً من استخدام القوة العسكرية أو الاقتصادية". ووفقاً لهذا التعريف، تستمد القوة الناعمة من الموارد غير الملموسة مثل الثقافة، القيم السياسية، والسياسات الخارجية الجذابة، وهي أدوات مؤثرة يمكن أن تغير سلوك الدول أو الأفراد دون اللجوء إلى القوة القسرية (Abdul Jalil, 2022). أما المركز الدولي للدراسات الاستراتيجية (٢٠٠٦) فقد عرّف القوة الناعمة بأنها "قدرة الدولة على التأثير في الآخرين عبر الجذب والقدرة على تغيير رغباتهم واهتماماتهم، باستخدام أساليب غير عنيفة مثل الثقافة والتعليم والديبلوماسية العامة". وهذه القوة تتشكل من خلال بناء صورة إيجابية وتعزيز العلاقات من خلال التبادل الثقافي والعلاقات الشخصية (باكير، ٢٠٢١). ويمكن تعريف القوة الناعمة بأنها القدرة على التأثير في الآخرين وتوجيه سلوكهم أو مواقفهم من خلال الجذب والإقناع بدلاً من استخدام القوة العسكرية أو الاقتصادية، وتتجسد هذه القوة في الثقافة، القيم السياسية، الوسائل الإعلامية، والعلاقات الإنسانية، وتستند إلى التأثير غير المباشر مثل الإعلام والفن والتعليم والسياسات الخارجية الجذابة، وتستخدم القوة الناعمة بشكل رئيسي لبناء صورة إيجابية وتعزيز العلاقات دون اللجوء إلى الضغط أو القوة القسرية. وتتعدد أساليب القوة الناعمة التي يمكن أن تستخدمها الدول، المؤسسات الإعلامية، أو حتى الأفراد لتحقيق التأثير غير المباشر على الآخرين؛ حيث تعتمد هذه الأساليب بشكل أساسي على الجذب والإقناع بدلاً من القسر أو التهديد، وتستهدف تشكيل المواقف والسلوكيات عبر وسائل متنوعة. فيما يلي أبرز أساليب القوة الناعمة:

١- **الإعلام والتواصل الجماهيري:** يُعدّ الإعلام من أبرز الأدوات التي تستخدم في توظيف القوة الناعمة، حيث يعتمد الإعلام المرئي والمسموع على البرامج التلفزيونية والإذاعية لنقل الرسائل الثقافية والاجتماعية والسياسية، وتساعد هذه البرامج في التأثير على الوعي الجمعي للأفراد، كما أن الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي أصبحت اليوم منصات مهمة لنشر الأفكار والمفاهيم المختلفة، مما يعزز من تأثير القوة الناعمة عبر التفاعل المباشر مع الجمهور. وبالإضافة إلى ذلك، يمكن للإنتاج الإعلامي والفني، مثل المسلسلات والأفلام، أن يكون وسيلة غير مباشرة لنقل رسائل ثقافية واجتماعية من خلال دمج القيم والمفاهيم في حبكة قصصية جذابة (المبرقع، ٢٠٢٤).

٢- **التعليم والثقافة:** يعدّ التعليم أحد الأساليب الرئيسية في بناء الوعي الثقافي، حيث يساهم في نقل القيم والمفاهيم التي تشكل جزءاً من الهوية الوطنية أو الثقافية؛ فمن خلال برامج التبادل الثقافي والتعليم، يمكن تعزيز الفهم المتبادل بين الشعوب وبناء علاقات دولية طويلة الأمد. إضافة إلى ذلك، فإن الجامعات والمراكز الثقافية تلعب دوراً مهماً في نقل القيم الثقافية والتعليمية، مما يعزز من الفهم المشترك ويساعد في بناء جسور ثقافية بين الدول. كما أن تقديم المنح الدراسية ودعم المشاريع الثقافية يشجع على تبادل المعرفة ويساهم في تحسين العلاقات بين البلدان (Hammodi, 2022).

٣- **الدبلوماسية العامة:** تستخدم الدول الدبلوماسية الثقافية كأداة لبناء صورة إيجابية في الخارج، وذلك من خلال تنظيم مهرجانات ثقافية، معارض فنية، وبرامج تبادل ثقافي تعكس القيم والموروث الثقافي؛ حيث تساهم العلاقات العامة أيضاً في تسويق الأفكار السياسية أو الاجتماعية عبر فعاليات واحتفالات رسمية تهدف إلى تعزيز العلاقات الدولية. ومن ناحية أخرى، يمكن للدبلوماسية الرياضية أن تكون وسيلة فعالة في استخدام القوة الناعمة، حيث تتيح الفعاليات الرياضية الكبرى فرصاً لتحسين صورة الدولة على الساحة الدولية من خلال النجاح الرياضي أو التنظيم المتميز (باكير، ٢٠٢١).

٤- **العلامات التجارية والماركات العالمية:** تلعب الشركات العالمية دوراً مهماً في نقل القيم الثقافية عبر منتجاتها وخدماتها؛ فالشركات التي تروج لمنتجاتها في الأسواق العالمية لا تقدم فقط سلعاً، بل تحمل في طياتها رسائل ثقافية واجتماعية تعكس جزءاً من هوية الدول المنتجة، وتستخدم الماركات العالمية، مثل "كوكاكولا" و"ماكدونالدز"، قوتها الناعمة ليس فقط للتسويق التجاري، بل أيضاً لتقريب الشعوب والثقافات بعضها من بعض. كذلك، فإن صناعة الموضة والتصميم تعتبر من الأدوات التي يمكن من خلالها نقل أفكار وذوق ثقافي معين، مما يعزز التأثير الثقافي العالمي (Ağırseven, Öрки, 2017).

٥- **التنمية الإنسانية والمساعدات الدولية:** تعدّ المساعدات الإنسانية والتنموية وسيلة مباشرة لتعزيز القوة الناعمة، حيث تقدم الدول المساعدات للدول الأخرى في مجالات مثل التعليم، الصحة، والبنية التحتية، وتظهر هذه المساعدات التزام الدول في تحسين أوضاع الشعوب الأخرى، مما

يعزز صورتها الإيجابية ويساعد في بناء علاقات دولية قائمة على التعاون والمساعدة المتبادلة. بالإضافة إلى ذلك، فإن الاستثمارات في المشاريع التنموية والمستدامة تعزز من تأثير القوة الناعمة عبر تعزيز التنمية المستدامة في الدول المستفيدة (المبرقع، ٢٠٢٤).

٦- **اللغة والنشر:** تعد اللغة من أقوى أدوات القوة الناعمة، حيث أن انتشار لغة معينة يسهم بشكل كبير في نقل الثقافة والمفاهيم. على سبيل المثال، تُعد اللغة الإنجليزية وسيلة قوية في نشر الأفكار والمعرفة على مستوى عالمي، ما يجعلها أداة فعالة في التأثير على الشعوب والثقافات. كما يعد النشر الأدبي والفكري وسيلة مهمة لنقل الرسائل الثقافية والاجتماعية، حيث تساعد الكتب والمقالات والأبحاث العلمية في بناء فهم أعمق بين الشعوب وتغيير التصورات بشأن القضايا العالمية. (Abdul Jalil, 2022)

٧- **المؤسسات والمنظمات الدولية:** تلعب المنظمات الدولية غير الحكومية (NGOs) دوراً مهماً في نشر قيم حقوق الإنسان والتنمية المستدامة عبر أنشطتها في مختلف الدول؛ إذ تساهم هذه المنظمات في توجيه الاهتمام نحو قضايا إنسانية، مما يعزز تأثير القوة الناعمة على المستوى العالمي. وتساهم أيضاً هذه المنظمات في تعزيز التعاون بين الدول والمنظمات المختلفة لتحقيق أهداف مشتركة في مجالات مثل الصحة والتعليم وحقوق الإنسان (باكير، ٢٠٢١). أخيراً، تعدد أساليب القوة الناعمة وتتنوع وفقاً للوسائل التي تُستخدم لنقل الرسائل الثقافية والاجتماعية، بدءاً من الإعلام والتعليم وصولاً إلى الدبلوماسية والمساعدات الإنسانية، وهذه الأساليب تتسم بالقدرة على التأثير في الوعي الجمعي للأفراد والمجتمعات بشكل غير مباشر، مما يجعلها أدوات قوية لبناء علاقات دولية ناجحة وتعزيز الصورة الإيجابية لدولة معينة أو مؤسسة.

المبحث الثاني: دور البرامج التلفزيونية في نقل القيم والمفاهيم:

تلعب البرامج التلفزيونية دوراً كبيراً في نقل القيم والمفاهيم إلى الجمهور، حيث تعتبر إحدى الأدوات الأكثر تأثيراً في تشكيل الوعي الثقافي والاجتماعي؛ فمن خلال المحتوى الذي تقدمه، تساهم البرامج في تعزيز القيم الاجتماعية، الثقافية، والسياسية، كما أنها تؤثر في مواقف وسلوكيات الأفراد بشكل غير مباشر. ويمكن تلخيص أدوار البرامج التلفزيونية في نقل القيم والمفاهيم فيما يلي:

١- **نقل القيم الاجتماعية والثقافية:** تساهم البرامج الاجتماعية على التلفزيون في نقل مفاهيم أساسية مثل التعاون، التضامن، والاحترام المتبادل بين الأفراد، ومن خلال تناول قضايا الأسرة والتربية، تروج هذه البرامج لأفكار حول العلاقات الاجتماعية المثلى. كما أن الدراما والمسلسلات التلفزيونية تعد وسيلة قوية لنقل القيم الإنسانية، مثل الوفاء، الشجاعة، والتسامح، من خلال سرد قصص تعكس تحديات الحياة اليومية، وهذه الأعمال الفنية تساهم في نقل رسائل حول مواضيع مثل العدالة الاجتماعية وحقوق الإنسان (الجبوري، ٢٠١٨).

٢- **البرامج السياسية والإعلامية:** تلعب البرامج السياسية والإعلامية دوراً مهماً في نقل المفاهيم السياسية والإيديولوجية، حيث تساهم في تشكيل مواقف المشاهدين حول قضايا هامة مثل الديمقراطية وحقوق الإنسان، وتقدم هذه البرامج تحليلات وآراء متنوعة تساعد في تكوين الرأي العام حول الأحداث الجارية. إلى جانب ذلك، تقدم البرامج التي تركز على المواضيع التعليمية والصحية معلومات قيمة تساهم في تحسين سلوكيات المجتمع، مثل تعزيز الوعي البيئي أو تشجيع أساليب الحياة الصحية (كمال الدين، ٢٠١٧).

٣- **البرامج الترفيهية:** يمكن أن تروج البرامج الترفيهية مثل المسابقات والعروض المتنوعة لقيم مثل العمل الجماعي والإبداع؛ فمن خلال تقديم عروض مسلية وفكاهية، تُظهر هذه البرامج كيف يمكن تحقيق النجاح من خلال التعاون والاحترام المتبادل. كذلك، تقدم البرامج الموجهة للأطفال تعليمًا غير مباشر لقيم مثل الأمانة والصداقة، مما يساهم في تشكيل سلوكياتهم المستقبلية. (Abdul Jalil, 2022)

٤- **التوجهات الثقافية والتعددية:** تساهم بعض البرامج التلفزيونية في تعزيز الوعي الثقافي من خلال تقديم محتوى يعكس تنوع الثقافات حول العالم، وهذه البرامج تساهم في تعزيز التفاهم والتسامح بين الشعوب، خاصة من خلال برامج تعرض العادات والتقاليد المختلفة أو تركز على التنوع الثقافي. بالإضافة إلى ذلك، تساعد برامج الحوار بين الثقافات على نشر قيم التسامح والسلام العالمي، مما يساهم في تعزيز الروابط الإنسانية بين الشعوب (كمال الدين، ٢٠١٧).

٥- **البرامج الدينية والروحية:** تلعب البرامج الدينية دوراً محورياً في نقل القيم الروحية والأخلاقية، إذ تساهم في تعزيز المفاهيم الدينية مثل الرحمة، التسامح، والعدالة، وهذه البرامج ليست فقط وسيلة للتعليم الديني، بل تركز أيضاً على النواحي الروحية التي تساعد الأفراد في مواجهة تحديات الحياة اليومية بناءً على قيم دينية (Kökder, 2024).

٦- **البرامج الاقتصادية والمهنية:** تعتبر البرامج التي تتناول مواضيع اقتصادية ومهنية مثل ريادة الأعمال أو التنمية المهنية أداة مهمة في نشر القيم المرتبطة بالنجاح المهني والإبداع؛ حيث تشجع هذه البرامج على تعلم مهارات جديدة، مما يساهم في تحسين الأداء الشخصي والمهني. كذلك،

تعمل على تعزيز قيم مثل الاستقلالية والمثابرة، والتي يمكن أن تحفز الأفراد على التفكير النقدي واتخاذ خطوات إيجابية في حياتهم المهنية (Ağırseven, Örki, 2017).

٧- التأثيرات النفسية والوجدانية:

تؤثر البرامج التلفزيونية على الجمهور أيضًا على مستوى العاطفة؛ فمن خلال قصص إنسانية أو موضوعات تحفز التفكير والتأمل، يمكن للبرامج أن تثير مشاعر التعاطف وتُعزز من قيم الإنسانية، وتلعب هذه التأثيرات العاطفية دورًا في خلق بيئة اجتماعية أكثر تعاطفًا وتعاونًا، حيث تدفع الأفراد إلى التفكير في تأثير أفعالهم على الآخرين (الجبوري، ٢٠١٨). تعتبر البرامج التلفزيونية أداة مؤثرة جدًا في نقل القيم والمفاهيم في المجتمع. سواء كانت برامج اجتماعية، تعليمية، ترفيهية، أو دينية، تساهم هذه البرامج في تشكيل الوعي الجماعي وتعزيز القيم الثقافية والاجتماعية؛ فمن خلال التأثير المباشر وغير المباشر على مواقف الأفراد وسلوكياتهم، تسهم البرامج التلفزيونية في بناء هوية جماعية وتعزيز الفهم المتبادل بين الأفراد في المجتمع.

الإطار العملي:

المبحث الأول: لمحة عن قناة ام بي سي العراق:

قناة MBC العراق هي إحدى القنوات التابعة لمجموعة MBC الإعلامية، التي تُعد من أكبر وأشهر المجموعات الإعلامية في العالم العربي. تم إطلاق القناة في عام ٢٠١٩ بهدف تقديم محتوى موجه للجمهور العراقي والعربي بشكل عام، مع التركيز على الثقافة العراقية والموضوعات الاجتماعية والسياسية التي تهم المجتمع العراقي. وتهدف القناة إلى تقديم مجموعة متنوعة من البرامج التي تلبي اهتمامات المشاهدين في العراق، بدءًا من البرامج الإخبارية والتوثيقية إلى البرامج الترفيهية والفنية، وتتناول القناة مواضيع تتعلق بالشأن العراقي المحلي، إضافة إلى المواضيع الإقليمية والعالمية ذات الصلة. يشمل محتوى قناة MBC العراق برامج حوارية، مسابقات، برامج اجتماعية، وبرامج منوعة تجمع بين الترفيه والتثقيف، كما تحرص القناة على تقديم محتوى موجه للعائلة، مع التركيز على تقديم برامج تلبي احتياجات مختلف الأعمار والفئات الاجتماعية. وتعد القناة منصة هامة للمحتوى المحلي العراقي، وتعمل على جذب المشاهدين من مختلف الشرائح الاجتماعية من خلال تبني أساليب إعلامية مبتكرة تجمع بين الاحترافية والواقعية، مما يعزز مكانتها بين القنوات الفضائية العراقية والعربية.

المبحث الثاني: لمحة عن البرامج التي سيتم تحليلها:

١- حديث بغداد: برنامج حوار سياسي، يذاع عبر قناة MBC العراق من الأحد إلى الخميس، يتناول قضايا اجتماعية وإنسانية وسياسية داخل المجتمع العراقي.

٢- كلام نواعم: برنامج حوار يتناول الموضوعات الاجتماعية وكذلك الموضوعات الخاصة بالمرأة، وكل ما يخص الأسرة العربية ومناقشة قضايا جريئة وهامة. يتم عرضه على قناة MBC1 منذ عام ٢٠٠٢.

٣- بيت السعد: برنامج يستضيف نخبة من نجوم الوطن العربي في حلقات يتخللها فقرات غنائية وتمثيلية وحوارات شيقة حول أبرز القضايا الاجتماعية والإنسانية التي مرت بحياتهم.

المبحث الثالث: نتائج تحليل المحتوى:

أولاً: فئات الشكل:

١- المعلومات العامة حول البرامج التلفزيونية: الجدول (١): المعلومات العامة حول البرامج التلفزيونية

اسم البرنامج	بيت السعد	حديث بغداد	كلام نواعم
موعد البرنامج	يوميًا	يوميًا	يوميًا
وقت البرنامج	٩ مساءً	٥.٣٠ مساءً	٦.٣٠ مساءً
مدة البرنامج	٩٠ دقيقة	١٢٠ دقيقة	٩٠ دقيقة

المصدر: إعداد الباحث من خلال الجدول السابق تعرض البرامج الثلاثة التي تم ذكرها يوميًا على قناة MBC العراق، وكل منها يتم بثه في توقيت محدد، "بيت السعد" يعرض في الساعة ٩ مساءً ويستمر لمدة ٩٠ دقيقة، بينما "حديث بغداد" يُبث في الساعة ٥:٣٠ مساءً لمدة ساعتين. أما "كلام نواعم" فيُعرض في الساعة ٦:٣٠ مساءً ويستمر ٩٠ دقيقة. ومن خلال هذه المعلومات، يمكن ملاحظة تنوع في مواعيد وبرامج البث، ما قد

يؤثر على الجمهور المستهدف، حيث يُعرض "حديث بغداد" في وقت مبكر من المساء، مما قد يناسب المشاهدين بعد العمل أو الدراسة، بينما البرامج الأخرى تُبث في أوقات متأخرة نسبياً.

٢-الإخراج والتصوير:الجدول (٢): فئات الإخراج والتصوير

فئات الإخراج والتصوير	بيت السعد	حديث بغداد	كلام نواعم	المجموع
أسلوب التصوير				
استخدام الكاميرا الثابتة	5	3	4	12
%	33%	20%	27%	27%
استخدام الكاميرا المتحركة	10	12	10	32
%	67%	80%	73%	73%
زوايا التصوير				
عالية	4	3	5	12
%	27%	20%	33%	27%
منخفضة	7	8	6	21
%	47%	53%	40%	47%
مائلة	4	3	4	11
%	27%	20%	27%	26%
الألوان				
الألوان الدافئة	7	9	8	24
%	47%	60%	53%	53%
الألوان الباردة	8	6	7	21
%	53%	40%	47%	47%
الإضاءة				
طبيعية	6	7	6	19
%	40%	47%	40%	43%
اصطناعية	9	6	9	24
%	60%	40%	60%	57%
ساطعة	4	5	4	13
%	27%	33%	27%	30%
خافتة	11	8	11	30
%	73%	53%	73%	70%

المصدر: إعداد الباحث تعكس نتائج الجدول (٢) تنوعاً ملحوظاً في أساليب الإخراج والتصوير بين البرامج الثلاثة؛ ففي برنامج "حديث بغداد"، يتم استخدام الكاميرا المتحركة بشكل أساسي (٨٠٪)، مما يعكس الأسلوب الديناميكي والحواري الذي يعتمد على التنقل بين الزوايا واللقطات. كما يُستخدم في هذا البرنامج زوايا تصوير منخفضة بنسبة كبيرة (٥٣٪)، مما يعزز من الإحساس بالقوة والانتماء للمشاهد، ويعكس أيضاً أجواء أكثر حيوية باستخدام الإضاءة الاصطناعية بنسبة ٦٠٪. أما برنامج "كلام نواعم"، فيُظهر أسلوباً مشابهاً إلى حد ما في استخدام الكاميرا المتحركة (٧٣٪)، وهو ما يتماشى مع طبيعة البرنامج التفاعلية، ويُستخدم أيضاً اللون الدافئ بنسبة كبيرة (٥٣٪)، مما يساهم في خلق جو من الراحة والحميمية. كما يتم توظيف الإضاءة الاصطناعية بشكل رئيسي (٦٠٪)، مع بعض الاستخدام للإضاءة الساطعة بنسبة ٢٧٪ لتعزيز الجوانب التفاعلية. في المقابل، برنامج "بيت السعد" يتبع أسلوباً أكثر هدوءاً، حيث يُستخدم فيه الكاميرا الثابتة بنسبة ٣٣٪، ما يعكس تركيزاً أكبر على

الثبات والاستقرار في التصوير، وتستخدم الزوايا المرتفعة بشكل أكبر (٣٣٪)، مما يعزز من الإحساس بالمسافة والوضوح في المشهد، وفيما يتعلق بالألوان، يتم استخدام الألوان الباردة بشكل أكبر (٥٣٪)، ما يضفي طابعاً أكثر رسمية أو هادئاً. بالإضافة إلى ذلك، يُستخدم في البرنامج الإضاءة الخافتة بنسبة ٧٣٪، ما يعكس جواً دافئاً وهادئاً. ويظهر مما تقدّم أن كل برنامج يعتمد على أساليب وإخراج وتصوير تخدم طبيعته المختلفة، بينما يميل "حديث بغداد" و"كلام نواعم" إلى الأسلوب الديناميكي والتفاعلي مع استخدام الكاميرا المتحركة والإضاءة الاصطناعية، يركز "بيت السعد" على الثبات والهدوء، مما يعكس توجهات مختلفة في تقديم المحتوى والتفاعل مع الجمهور.

٣- القوالب المستخدمة في البرامج: الجدول (٣): القوالب المستخدمة في البرامج

المجموع	كلام نواعم	حديث بغداد	بيت السعد	القوالب المستخدمة في البرنامج
42	14	18	10	قالب حوار
53%	47%	60%	50%	%
22	6	12	4	قالب خبري
27%	20%	40%	20%	%
11	8	1	2	قالب فكاهي
14%	27%	3%	10%	%
8	2	3	3	قالب سردي
10%	7%	10%	15%	%
2	0	1	1	قالب تحقيقي
3%	0%	3%	5%	%
85	30	35	20	المجموع

المصدر: إعداد الباحث يظهر التحليل في الجدول (٣) تنوعاً في القوالب المستخدمة في البرامج الثلاثة، مما يعكس تنافساً في أهداف كل برنامج وطبيعته؛ فبرنامج "حديث بغداد" يعتمد بشكل أساسي على القوالب الحوارية والخبرية، حيث يُشكل **القالب الحواري** نسبة كبيرة من محتوى البرنامج (٦٠٪)، ما يعكس طابعه التفاعلي والإخباري. كما يركز البرنامج على تناول الأخبار وتحليلها باستخدام **القالب الخبري** (40٪)، مما يتناسب مع طبيعته التي تهتم بالقضايا السياسية والاجتماعية الراهنة. أما في برنامج "كلام نواعم"، فيلاحظ استخدام قوي للقالب الفكاهي (٢٧٪)، مما يعكس الطابع الترفيهي والمزمن للبرنامج الذي يتناول المواضيع الاجتماعية بأسلوب خفيف ومرح، وفي الوقت نفسه، يظل **القالب الحواري** أحد العناصر الرئيسية (٤٧٪) في هذا البرنامج، لكنه يُستخدم بنسبة أقل مقارنة بـ "حديث بغداد"، والقوالب الأخرى مثل السردية والخبرية تحظى بنسب أقل في هذا البرنامج، مما يشير إلى أن التركيز الأكبر يكون على المواضيع الترفيهية والحوارية. وفي "بيت السعد"، يتصدر القالب الحواري (٥٠٪) مشهد البرامج، مما يعكس اهتمامه بالقضايا الاجتماعية والعائلية ويعزز التفاعل المباشر مع الجمهور. كما يُستخدم القالب الخبري بنسبة ٢٠٪، ولكنه أقل من البرامج الأخرى، ما يعكس أن القضايا الإخبارية لا تشكل الجزء الأكبر من محتوى البرنامج. ورغم أن **القالب الفكاهي** يظهر بنسبة محدودة (١٠٪)، إلا أن القالب السردية يمثل جزءاً من البرنامج (١٥٪)، مما يعكس اهتمامه بسرد القصص وربط المواضيع بحكايات واقعية. بالمجمل، يمكن القول إن "حديث بغداد" يركز على القوالب الحوارية والخبرية، بينما "كلام نواعم" يميل إلى إضافة عنصر الفكاهة في المحتوى مع التركيز أيضاً على الحوار. أما "بيت السعد" فيجمع بين الحوار والسردية، مع التركيز على تقديم محتوى اجتماعي خفيف.

ثانياً: فئات المضمون:

١- الموضوعات التي يطرحها البرنامج: الجدول (٤): الموضوعات التي تطرحها البرامج

المجموع	كلام نواعم	حديث بغداد	بيت السعد	المواضيع التي يطرحها البرنامج
25	8	5	12	اجتماعية
37%	27%	20%	60%	%
19	2	14	3	سياسية
27%	7%	56%	15%	%
13	10	2	1	ترفيهية
19%	33%	8%	5%	%
9	4	3	2	ثقافية
13%	13%	12%	10%	%

اقتصادية	2	2	6	10
%	10%	8%	20%	14%
المجموع	20	35	30	85

المصدر: إعداد الباحث يشير الجدول (٤) إلى تنوع كبير في الموضوعات التي تطرحها البرامج الثلاثة، مع تركيز كل برنامج على مواضيع معينة حسب طبيعته؛ فبيت السعد يركز بشكل رئيسي على **المواضيع الاجتماعية**، حيث تشكل نسبة ٦٠٪ من محتواه، وهذا يعكس الطابع الاجتماعي والعائلي للبرنامج، الذي يتناول قضايا الحياة اليومية والتحديات الاجتماعية التي يواجهها الأفراد والعائلات. بينما **المواضيع السياسية** تمثل ١٥٪ فقط من البرنامج، مما يشير إلى أنه ليس موجهًا بشكل رئيسي لمناقشة القضايا السياسية. في المقابل، يخصص البرنامج نسبة أقل للمجالات الأخرى مثل **المواضيع الترفيهية** (٥٪) و**الثقافية** (١٠٪). أما **حديث بغداد** "يختلف بشكل كبير في تركيزه على **المواضيع السياسية**، حيث تشكل ٥٦٪ من محتواه، مما يعكس طبيعة البرنامج التي تتعامل مع الأحداث السياسية الراهنة في العراق والعالم العربي. كما يُظهر البرنامج اهتمامًا كبيرًا **بالمواضيع الاجتماعية** (٢٠٪)، ولكنه أقل اهتمامًا بالموضوعات الترفيهية (٨٪) و**الثقافية** (١٢٪). أما **المواضيع الاقتصادية** تظهر بنسبة ٨٪ فقط، مما يعكس اهتمامًا محدودًا بقضايا الاقتصاد مقارنة بالمواضيع الأخرى. أما **"كلام نواعم"**، فيميل بشكل أكبر إلى **المواضيع الترفيهية** (٣٣٪)، ما يتماشى مع طبيعة البرنامج التي تقدم مواضيع متنوعة بأسلوب مرّن يتضمن الترفيه والمناقشات الاجتماعية بأسلوب خفيف، ويُخصص البرنامج أيضًا جزءًا ملحوظًا **للمواضيع الاجتماعية** (٢٧٪)، مع بعض التركيز على **المواضيع الاقتصادية** (٢٠٪)، مما يشير إلى اهتمامه بقضايا الحياة العملية والعصرية. بينما تبقى **المواضيع السياسية** في **"كلام نواعم"** نسبة صغيرة (٧٪)، مما يوضح أن السياسة ليست محورًا رئيسيًا في البرنامج. أخيرًا، تختلف الموضوعات التي تطرحها البرامج الثلاثة بحسب التوجهات التي تسعى كل واحدة منها لتحقيقها. **بيت السعد** يركز بشكل أساسي على **المواضيع الاجتماعية** مع اهتمام محدود بالسياسة والاقتصاد. أما **حديث بغداد**، في المقابل، يُخصص مساحة كبيرة للمواضيع السياسية، مع التركيز أيضًا على المواضيع الاجتماعية. أما **"كلام نواعم"** فيتسم بتركيز أكبر على **المواضيع الترفيهية** والاجتماعية، مع تناول بعض القضايا الاقتصادية ولكن بنسب أقل.

٢- الشخصيات التي يستضيفها البرنامج: الجدول (٥): الشخصيات التي تستضيفها البرامج

الشخصيات التي يستضيفها البرنامج	بيت السعد	حديث بغداد	كلام نواعم	المجموع
شخصيات إعلامية	5	10	3	18
%	25%	29%	10%	18%
شخصيات عامة ومشاهير	7	10	12	29
%	35%	29%	40%	34%
شخصيات متخصصة	4	7	5	16
%	20%	20%	17%	19%
شخصيات عامة من الجمهور	4	8	10	22
%	20%	22%	33%	29%
المجموع	20	35	30	85

المصدر: إعداد الباحث يعكس الجدول (٥) تنوعًا في نوعية الشخصيات التي يتم استضافتها في البرامج الثلاثة، حيث تختلف توجهات كل برنامج في استضافة الأشخاص بناءً على طبيعته وموضوعاته؛ فبرنامج **"بيت السعد"** يعتمد بشكل كبير على الشخصيات العامة والمشاهير، حيث تشكل نسبة ٣٥٪ من الشخصيات المستضافة في البرنامج، وهذا يعكس طابعه الاجتماعي والترفيهي الذي يركز على القضايا اليومية والشخصيات المعروفة التي قد تقدم رأيها حول مختلف الموضوعات. بالإضافة إلى ذلك، يتم استضافة الشخصيات الإعلامية بنسبة ٢٥٪، وهو ما يعكس حضور بعض الإعلاميين لتقديم رؤى أو تحليلات حول موضوعات معينة، كما يتم استضافة الشخصيات المتخصصة بنسبة ٢٠٪، مثل الخبراء في مجالات محددة، مما يساهم في إثراء المحتوى. أما الشخصيات العامة من الجمهور، فتتمثل ٢٠٪ من الشخصيات المستضافة، وهو ما يشير إلى مشاركة الجمهور في البرنامج والمساهمة في الحوار. وفي **"حديث بغداد"**، يُستضاف شخصيات إعلامية بنسبة ٢٩٪، مما يعكس تركيز البرنامج على الشخصيات الإعلامية التي يمكنها تقديم تحليلات ووجهات نظر حول القضايا السياسية والاجتماعية، ويستضيف البرنامج شخصيات عامة ومشاهير بنسبة ٢٩٪، ويبدو أن البرنامج يجذب أيضًا الشخصيات المعروفة للمشاركة في الحوارات السياسية والاجتماعية. بينما يتم استضافة الشخصيات المتخصصة بنسبة ٢٠٪، وهذا يتناسب مع طبيعة البرنامج التي تتطلب رأي الخبراء في القضايا المختلفة، أما الشخصيات العامة من

الجمهور، فتظهر بنسبة ٢٢٪، مما يدل على إشراك الجمهور في الحوار وإعطائهم مساحة للتعبير عن آرائهم. أما في "كلام نواعم"، فتستضيف شخصيات عامة ومشاهير بنسبة ٤٠٪، وهو ما يتماشى مع الطابع الترفيهي والحواري للبرنامج الذي يتناول موضوعات حياتية وعصرية من خلال مشاركات المشاهير. بالإضافة إلى ذلك، يتم استضافة شخصيات عامة من الجمهور بنسبة ٣٣٪، مما يعكس تمكين الجمهور من المشاركة في الحوارات والمناقشات، وبينما الشخصيات الإعلامية تُستضاف بنسبة أقل (١٠٪)، ما يشير إلى أن البرنامج يركز أكثر على الآراء الشخصية والحوارات مع المشاهير والجمهور، وتمثل الشخصيات المتخصصة تمثل ١٧٪ من المشاركين، وهي نسبة أقل من البرامج الأخرى، مما يعكس أقل اهتمام بالخبراء المتخصصين مقارنة بالمشاهير والجمهور.

٣- استراتيجيات التأثير: الجدول (٦): استراتيجيات التأثير

استراتيجيات التأثير	بيت السعد	حديث بغداد	كلام نواعم	المجموع
فكاهي	2	1	10	13
%	10%	3%	33%	15%
عاطفي	8	5	6	19
%	40%	14%	20%	24%
عقلي	5	15	8	28
%	25%	43%	27%	33%
تخويفي	1	2	1	4
%	5%	6%	3%	5%
سخرية بناءة	2	1	3	6
%	10%	3%	10%	7%
مختلط	2	11	2	15
%	10%	31%	7%	19%
المجموع	20	35	30	85

المصدر: إعداد الباحث يظهر الجدول (٦) اختلافات ملحوظة في استراتيجيات التأثير المستخدمة عبر البرامج الثلاثة، ما يعكس التوجهات المميزة لكل برنامج في كيفية التأثير على الجمهور؛ ففي برنامج "بيت السعد"، يهيمن التأثير العاطفي، حيث يعكس البرنامج تركيزاً كبيراً على التأثير في مشاعر المشاهدين من خلال المواضيع الاجتماعية والعائلية. كما يظهر أن البرنامج يعتمد أيضاً على الاستراتيجيات العقلية والفكاهية، لكنه لا يعتمد كثيراً على التخويف أو السخرية البناءة، بينما في "حديث بغداد"، يتم التركيز بشكل أكبر على التأثير العقلي، حيث يستخدم البرنامج التحليل العقلاني بشكل أساسي عند مناقشة القضايا السياسية والاجتماعية. ومع ذلك، لا يخلو من التأثير العاطفي والفكاهي، لكن بنسبة أقل مقارنة بالاستراتيجية العقلية. أما برنامج "كلام نواعم"، فيتميز باستخدام قوي للاستراتيجية الفكاهية، حيث يعتمد على الأسلوب المرح في تناول المواضيع الاجتماعية، مع بعض التركيز على التأثير العاطفي والعقلي، وهذا يعكس طابعه الترفيهي الاجتماعي. كما أن البرنامج لا يولي اهتماماً كبيراً للأساليب التخويفية أو السخرية البناءة مقارنة بالبرامج الأخرى. أخيراً، يظهر أن "بيت السعد" يعتمد بشكل رئيسي على التأثير العاطفي، بينما "حديث بغداد" يستخدم أسلوب التحليل العقلي بشكل أكبر، و"كلام نواعم" يتجه بشكل واضح نحو الأسلوب الفكاهي في التأثير على جمهوره.

٤- اتجاهات التأثير: الجدول (٧): اتجاهات التأثير

اتجاهات التأثير	بيت السعد	حديث بغداد	كلام نواعم	المجموع
إيجابي	14	18	22	54
%	70%	51%	73%	63%
سلبي	2	7	1	10
%	10%	20%	3%	12%
محايد	2	6	4	12
%	10%	17%	13%	14%
مختلط	2	4	3	9
%	10%	11%	10%	11%
المجموع	20	35	30	85

المصدر: إعداد الباحث يظهر الجدول (٧) اختلافات واضحة في اتجاهات التأثير عبر البرامج الثلاثة "بيت السعد"، "حديث بغداد"، و"كلام نواعم"؛ ففي "كلام نواعم"، يسجل التأثير الإيجابي أعلى نسبة (٧٣٪)، ما يعكس الطابع الترفيهي للبرنامج الذي يهدف إلى تقديم محتوى يبث التفاؤل والإيجابية، مع التركيز على المواضيع الاجتماعية التي تثير الاهتمام بطريقة محبة للجمهور. وفي "بيت السعد"، تميل الحلقات أيضًا إلى التأثير الإيجابي (٧٠٪)، مع التركيز على القيم الإنسانية والعائلية التي تهدف إلى تقوية الروابط العاطفية بين أفراد المجتمع، بينما في "حديث بغداد"، يُلاحظ أن التأثير الإيجابي يشكل ٥١٪ من المحتوى، ما يعكس الطابع التحليلي والسياسي للبرنامج، حيث لا يقتصر على إظهار الجوانب الإيجابية، بل يمتد أحيانًا إلى مناقشة قضايا معقدة قد تتضمن عناصر سلبية. وفيما يتعلق بالتأثير السلبي، يظهر "حديث بغداد" أعلى نسبة (٢٠٪)، وهو ما يعكس طبيعة الموضوعات التي يتناولها، حيث يركز على تحليل الأزمات السياسية والاجتماعية التي قد تحمل طابعًا سلبيًا في بعض الأحيان. أما "بيت السعد" و"كلام نواعم"، فيظهران نسبة منخفضة من التأثير السلبي (١٠٪ و٣٪ على التوالي)، مما يعكس تفضيلهما لتجنب التأثيرات السلبية المباشرة والتركيز على الجوانب الإيجابية والترفيهية. وبالنسبة للتأثير المحايد، نجد أن "حديث بغداد" يسجل النسبة الأعلى (١٧٪)، مما يشير إلى أنه في بعض الحلقات يعرض آراء متعددة حول القضايا السياسية دون اتخاذ موقف قاطع أو تحليلي. كما أن "كلام نواعم" يسجل نسبة معتدلة من التأثير المحايد (١٣٪)، ما يعني أن البرنامج في بعض الأحيان يتبنى موقفًا غير منحاز تجاه بعض القضايا الاجتماعية. أما "بيت السعد"، فيُظهر نسبة أقل من التأثير المحايد (١٠٪)، مما يعكس توازنًا في بعض المواضيع التي قد لا تحمل تحليلًا حادًا أو تأثيرًا مباشرًا. وأخيرًا، بالنسبة للتأثير المختلط، يظهر أن "حديث بغداد" يسجل أعلى نسبة (١١٪)، ما يشير إلى استخدامه لأسلوب مزيج من التأثيرات الإيجابية والسلبية في معالجة بعض القضايا السياسية والاجتماعية التي تتطلب عرض وجهات نظر متعددة. بينما في "بيت السعد" و"كلام نواعم"، تُستخدم الاستراتيجية المختلطة بنسبة أقل (١٠٪ و٧٪ على التوالي)، مما يعكس تنوعًا بسيطًا في أسلوب التأثير بين الجوانب الإيجابية والسلبية.

٥- الهدف من هذه البرامج: الجدول (٨): الهدف من هذه البرامج

الهدف من هذه البرامج	بيت السعد	حديث بغداد	كلام نواعم	المجموع
توعوي	10	5	6	21
%	50%	14%	20%	25%
إخباري	4	12	4	20
%	20%	34%	13%	24%
ترفيهي	4	5	18	27
%	20%	14%	60%	32%
إعلاني	1	0	1	2
%	5%	0%	3%	2%
تعليمي	1	13	1	15
%	5%	37%	3%	18%
المجموع	20	35	30	85

المصدر: إعداد الباحث يوضح الجدول (٨) الأهداف المختلفة التي تسعى البرامج الثلاثة لتحقيقها؛ حيث يظهر أن "كلام نواعم" يركز بشكل رئيسي على الجانب الترفيهي (60٪)، مما يعكس طابعه الاجتماعي والترفيهي الذي يقدم محتوى خفيفًا وممتعًا للجمهور. في المقابل، "بيت السعد" يولي اهتمامًا كبيرًا للجانب التوعوي (50٪)، حيث يهدف إلى تعزيز الوعي الاجتماعي والقيم الإنسانية، أما "حديث بغداد" فيتميز بتركيزه الأكبر على الأهداف الإخبارية (34٪) والتعليمية (37٪)، حيث يسعى لتقديم تحليلات معمقة للأحداث والقضايا السياسية والاجتماعية. وفيما يتعلق بالأهداف الأخرى، فجميع البرامج تظهر نسبة ضئيلة في الأهداف الإعلانية (2٪) تقريبًا، مما يشير إلى أن الإعلان ليس جزءًا رئيسيًا من محتوى هذه البرامج.

٦- القيم التي تطرحها البرامج: الجدول (٩): القيم التي تطرحها البرامج

القيم التي تطرحها البرامج	بيت السعد	حديث بغداد	كلام نواعم	المجموع
التسامح	4	2	6	12
%	20%	6%	20%	14%
المساواة	3	3	5	11
%	15%	9%	17%	13%
الاحترام	5	4	7	16

19%	23%	11%	25%	%
15	6	5	4	التعاون
18%	20%	14%	20%	%
13	3	8	2	الديمقراطية
15%	10%	23%	10%	%
11	3	7	1	العدالة
13%	10%	20%	5%	%
11	4	6	1	الحرية
13%	13%	17%	5%	%
85	30	35	20	المجموع

المصدر: إعداد الباحث يظهر الجدول (٩) أن برنامج "كلام نواعم" يركز بشكل كبير على القيم الاجتماعية مثل التسامح والمساواة، بالإضافة إلى الاحترام والتعاون، مما يعكس طابعه الترفيهي والاجتماعي. أما "بيت السعد" فيولي اهتماماً أكبر لقيم الاحترام والتعاون، بينما "حديث بغداد" يبرز في طرح القيم الديمقراطية والعدالة، مع تركيز خاص على القضايا السياسية والاجتماعية. كما يظهر أن "حديث بغداد" يعزز بشكل أكبر قيم الحرية والديمقراطية مقارنة بالبرامج الأخرى، في حين أن "كلام نواعم" و"بيت السعد" يميلان إلى طرح القيم الاجتماعية بشكل أكثر وضوحاً.

استنتاجات البحث:

١. تتعدد أساليب القوة الناعمة وتتنوع وفقاً للوسائل التي تُستخدم لنقل الرسائل الثقافية والاجتماعية، بدءاً من الإعلام والتعليم وصولاً إلى الدبلوماسية والمساعدات الإنسانية، وهذه الأساليب تتسم بالقدرة على التأثير في الوعي الجمعي للأفراد والمجتمعات بشكل غير مباشر، مما يجعلها أدوات قوية لبناء علاقات دولية ناجحة وتعزيز الصورة الإيجابية لدولة معينة أو مؤسسة.
٢. تعتبر البرامج التلفزيونية أداة مؤثرة جداً في نقل القيم والمفاهيم في المجتمع. سواء كانت برامج اجتماعية، تعليمية، ترفيهية، أو دينية، تساهم هذه البرامج في تشكيل الوعي الجماعي وتعزيز القيم الثقافية والاجتماعية؛ فمن خلال التأثير المباشر وغير المباشر على مواقف الأفراد وسلوكياتهم، تساهم البرامج التلفزيونية في بناء هوية جماعية وتعزيز الفهم المتبادل بين الأفراد في المجتمع.
٣. يركز برنامج "حديث بغداد" على القوالب الحوارية والخبرية، بينما "كلام نواعم" يميل إلى إضافة عنصر الفكاهة في المحتوى مع التركيز أيضاً على الحوار، أما "بيت السعد" فيجمع بين الحوار والسردية، مع التركيز على تقديم محتوى اجتماعي خفيف.
٤. تختلف الموضوعات التي تطرحها البرامج الثلاثة بحسب التوجهات التي تسعى كل واحدة منها لتحقيقها، فبرنامج "بيت السعد" يركز بشكل أساسي على المواضيع الاجتماعية مع اهتمام محدود بالسياسة والاقتصاد، أما "حديث بغداد"، في المقابل، يُخصص مساحة كبيرة للمواضيع السياسية، مع التركيز أيضاً على المواضيع الاجتماعية. أما "كلام نواعم" فيتسم بتركيز أكبر على المواضيع الترفيهية والاجتماعية، مع تناول بعض القضايا الاقتصادية ولكن بنسب أقل.
٥. يظهر التحليل أن "بيت السعد" يعتمد بشكل رئيسي على التأثير العاطفي، بينما "حديث بغداد" يستخدم أسلوب التحليل العقلي بشكل أكبر، و"كلام نواعم" يتجه بشكل واضح نحو الأسلوب الفكاهي في التأثير على جمهوره.
٦. يظهر التحليل أن برنامج "كلام نواعم" يركز بشكل رئيسي على الجانب الترفيهي (٦٠٪)، مما يعكس طابعه الاجتماعي والترفيهي الذي يقدم محتوى خفيفاً وممتعاً للجمهور. في المقابل، "بيت السعد" يولي اهتماماً كبيراً للجانب التوعوي (٥٠٪)، حيث يهدف إلى تعزيز الوعي الاجتماعي والقيم الإنسانية، أما "حديث بغداد" فيتميز بتركيزه الأكبر على الأهداف الإخبارية (٣٤٪) والتعليمية (٣٧٪).
٧. يركز برنامج "كلام نواعم" بشكل كبير على القيم الاجتماعية مثل التسامح والمساواة، بالإضافة إلى الاحترام والتعاون، مما يعكس طابعه الترفيهي والاجتماعي. أما "بيت السعد" فيولي اهتماماً أكبر لقيم الاحترام والتعاون، بينما "حديث بغداد" يبرز في طرح القيم الديمقراطية والعدالة، مع تركيز خاص على القضايا السياسية والاجتماعية.

التوصيات:

١. يُوصى بتعزيز آليات التفاعل بين الإعلام والجمهور من خلال استخدام منصات التواصل الاجتماعي، حيث يمكن لمقدمي البرامج الاستفادة من هذه المنصات لتوسيع دائرة التأثير وتعزيز الحوار حول القضايا الاجتماعية والثقافية والسياسية.
٢. ضرورة استمرار الدراسات حول دور الإعلام في تعزيز القوة الناعمة، ليس فقط في العراق بل في العالم العربي بشكل عام.

٣. تطوير مزيد من البرامج التي تركز على تعزيز الهوية الثقافية والوطنية وتعليم القيم الاجتماعية، مما يساعد في توجيه الرسائل الثقافية والتاريخية بطريقة تساهم في تعزيز الوحدة الوطنية.

المصادر والمراجع:

- باكير، علي (٢٠٢١): نحو إطار نظري في صناعة القوة الناعمة. مجلة سياسات عربية، المجلد ٩، العدد ٥٣.
- الجبوري، راضي رشيد (٢٠١٨): دور البرامج التلفزيونية الثقافية في تنمية معارف وخبرات طلبة الجامعات العراقية. المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، العدد ٢١، ص ص ١١٠ - ١٣١.
- كمال الدين، شيماء مصطفى (٢٠١٧): البرامج الحوارية ودورها في تشكيل القيم السياسية للجمهور (برنامج الحياة اليوم نموذجاً). المجلد ١٨، العدد ٢، ص ص ١ - ١٧.
- المبرقع، حوراء محمد علي (٢٠٢٤): القوة الناعمة والهوية الاجتماعية. مجلة العلوم الأكاديمية، المجلد ٣٥، العدد ٢، ص ص ٣٨١-٤٠٢.
- Muhammad Akram Abdul Jalil A. (2022): The soft power of television talk shows in threatening civil peace. *Journal of the College of Basic Education*, 26(108), 126-146.
- Aqeed Khalid Hammodi (2022): "Soft power and political challenges", JMAUC, vol. 14, no. 3, pp. 92-105.
- Nehir Ağırseven, Armağan Öрки (2017): Evaluating Turkish TV Series as Soft Power Instruments. *OPUS International Journal of Society Researches*, 836 – 853.
- Zehra Korkmaz Kökdere (2024): Soft Power in Turkish Foreign Policy: Impacts of Turkish TV Series. *Research Articles*, Volume: 6 Issue: 1, 38.