

الباحث

م.د. عبدالله عبدالمجيد حسن

المعايير المهنية والاخلاقية لمعالجة قضايا الرأي في البرامج الحوارية في القنوات الفضائية
العراقية

Researcher

Dr. Abdullah Abdulmajeed Hassan

Professional and ethical standards for addressing opinion
issues in talk shows on Iraqi satellite channels

عنوان البحث

المعايير المهنية والاخلاقية لمعالجة قضايا
الرأي في البرامج الحوارية في القنوات الفضائية
العراقية

ملخص البحث

مما لا شك فيه ان البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العراقية تشكل مادة اساسية وجاذبه للجمهور بل انها تعد المتنفس الحقيقي للتعبير عن رأي كل من المؤسسات الاعلامية من جهة والجمهور من جهة اخرى وذلك عبر اشراك الاطراف ذات العلاقة في ابداء الرأي اتجاه القضايا الخلافية والتي غالبا ما تشهد خلافا يصل الى مرحلة الشجار بين اطراف القضايا في خروج واضح على اخلاقيات المهنة مما دعى الى ضرورة توحيد الآراء لوضع معايير ثابتة والرجوع اليها كقياس للحد من هذه التجاوزات وقد قمنا في دراستنا التي اعتمدت عينة من الصفوة الاعلامية المتنوعة بالجنس والعمر وسنوات الخبرة واطهرت نتائج تؤكد الفرضية التي ابدت عليها دراستنا وينسب متفاوتة

جمهورية العراق/وزارة التعليم العالي والبحث العلمي/جامعة كركوك/كلية الآداب/مجلة آداب كركوك

معلومات الباحث

اسم الباحث: م.د عبدالله عبد المجيد حسن

البريد الالكتروني:

dr.abdullahabdulmajeed@uokirkuk.edu.iq

الاختصاص العام: الاعلام

الاختصاص الدقيق: الصحافة الاذاعية والتلفزيونية

مكان العمل (الحالي):

القسم: الاذاعة والتلفزيون

الكلية: كلية الاعلام

الجامعة او المؤسسة: جامعة كركوك

البلد: العراق

الكلمات المفتاحية: الكلمات المفتاحية : المعايير ،

المهنية ، الاخلاقية، قضايا، الرأي ،حوارية.

دراسة عينة نخبه اعلامية

معلومات البحث

تاريخ استلام البحث: ٢٠٢٥/١١/٢

تاريخ القبول: ٢٠٢٥/١١/١٦



Researcher information

Researcher: Dr. Abdullah Abdulmajeed

Hassan

E-mail:

dr.abdullahabdulmajeed@uokirkuk.edu.iq

General Specialization: Media

Specialization: Radio and television

journalism

Place of Work (Current): University of

Kirkuk – Faculty of Media

Department: Radio and television

College: Faculty of Media

University or Institution : University of

Kirkuk

Country: Iraq

Key words: : standards, professionalism,

ethics, issues, opinion, dialogue.

Study of a sample of media elites

Research information

Receipt: 2/11/2025

Acceptance: 16/11/2025

The Title

Professional and ethical standards for
addressing opinion issues in talk shows
on Iraqi satellite channels

Abstract

There is no doubt that talk shows on Iraqi satellite channels are essential and attractive to the public. In fact, they are a real outlet for the expression of opinions by both media institutions and the public, by involving the relevant parties in expressing their views on controversial issues that often lead to disputes between the parties involved, in clear violation of professional ethics. This has necessitated the unification of opinions to establish fixed standards that can be referred to as a measure to limit these violations. In our study, which adopted a sample of media elites diverse in gender, age, and years of experience, the results confirmed the hypothesis on which the study was based with varying degrees of accuracy.

لا يمكن عدم الاعتراف لوجود حالة من الفوضى وقد تصل إلى غياب للقانون في وضع غير مسبق يشهده الإعلام العراقي في الفترة الأخيرة في ظل الفراغ التشريعي الواضح فضلاً عن التعارض للقيم و المعايير المهنية مع المصالح الشخصية. الأمر الذي انعكس سلباً على الأنشطة الحالية و خاصة في ميدان الاعلام الفضائي و الإلكتروني مما تسبب في وقوع عدد كبير من الإعلاميين الممارسين للمهنة في أخطاء بالغة الجسامة و ممارسات غير مهنية تبتعد عن القواعد الأخلاقية للمهنة مما زاد من إحباط المتعرضين لوسائل الاتصال و أصبحت الحاجة ملحة لوجود رادع يقوم بتنظيم العمل الإعلامي بشكل عام و القنوات الفضائية بشكل خاص مع ضرورة تحديد أساليب ممارسة جديدة في ظل تحديات تواجه الدولة و مؤسساتها.

يتبلور مفهوم الاخلاقيات المهنية في قيم متفق عليها و متوارثة مثل العدالة و الصدق و الأمانة، و قيم ترتبط بالمهنة مثل وضع تمييز بين الفنون الصحفية الخبر و الرأي و الدقة و الموضوعية و الحياد و تصحيح الأخطاء السابقة و الابقاء على سرية المصادر و الحفاظ على الخصوصية مع منح الجمهور حرية التعبير.

المبحث الأول: منهجية البحث

أولاً: مشكلة البحث

هناك حالة من الجدل تثار عبر الممارسات الإعلامية لوسائل الاتصال العراقية بشقيها الحكومية و الخاصة في تناول قضايا الرأي العام و بشكل خاص في القنوات الفضائية التلفزيونية بشأن تحديد دور الإعلاميين و مسؤوليتهم في أداء مهنتهم بطابع موضوعي و متوازن يراعي فيه جميع القيم الأخلاقية و الإنسانية و يحث على تطبيقها.

و حيث ان الاعلام المرئي يعد الأكثر تأثيراً من بين فروع الاخرى يعاني من الأمية فضلاً عن الضغوطات الأخرى المتعلقة بالموروثات العقائدية و وفقاً لدراسات عدة نجد ان البرامج الحوارية تعد المصدر الأول و الرئيس للمعلومات لفئة واسعة من المتعرضين لوسائل الاتصال فضلاً عن قدرتها على التأثير في الرأي العام سيما و إن أغلب مقدمي هذه البرامج يمتازون بشعبية و مصداقية لدى الجمهور قد

تصل إلى مرحلة النجومية في القطاع الإعلامي التلفزيوني لذا فمن الضروري تقديم تقييم علمي لأداء الإعلام الفضائي التلفزيوني قدر تعلق الأمر بالبرامج الحوارية باعتباره مكوناً رئيسياً للرأي العام و من هنا تتجسد مشكلة البحث في محاولة للتعرف على تقييم الإعلاميين أنفسهم لدورهم و للعوامل المؤثرة للعمل الإعلامي كمهنة ممارسة و تقييم أسلوب ممارسة زملائهم في الفضائيات العراقية و البرامج الحوارية في عرض قضايا الرأي العام مع بيان تأثير الضغوطات و العوامل التي تنعكس على قيمهم و تصوراتهم المهنية و تحديد الأدوار التي يقومون بها و معرفة العوامل المؤثرة عليهم

ثانياً: أهمية البحث

١_ بات الابتذال السمة الأبرز في الساحة الإعلامية لدى القنوات الفضائية العراقية في ممارسة المهنة و شهدت افتقاراً واضحاً إلى التحلي بقواعد الممارسة المهنية على حساب أخلاقيات المهنة سيما في العقدين الأخيرين فيما انهمك الإعلاميون في مصالح شخصية ضيقة ناهيك عن الضغوط الخارجية و المجتمعية دون العودة إلى المسؤولية الاجتماعية للإعلام تجاه المجتمع و ثوابت الدولة

٢_ يرى القطاع الأكبر من الجمهور ان البرامج الحوارية تشكل مصدراً رئيسياً للحصول على المعلومات سيما تلك ذات الطابع الجدلي بل إنها مصدراً للتعرف على القضايا المصيرية في الساحة العراقية و العربية و حتى العالمية مما جعل هذه القنوات الفضائية أشبه بالمجلة أو الجريدة المصورة يتم من خلالها عرض القضايا ذات الاهتمام الشعبي و الجماهيري.

٣_ ان بعض الانظمة السياسية تتخذ من حالة الجدل الواقع في البرامج الحوارية وسيلة للتعبير عن نفسها و طبيعة سياستها و توضيح رأيها ازاء القضايا ذات الاهتمام و الأكثر مساساً بالواقع السياسي و الاجتماعي على حد سواء بل انها تعد هذه البرامج معولاً أساسياً و رئيسياً لتشكيل و بناء الرأي العام برؤى حكومية ودولية.

٤_ في وقت خرجت منه العديد من القنوات الفضائية العراقية عن القيم المهنية و الإعلام المتوازن و تخلت عن دورها الأساسي في توضيح رسالتها الإعلامية الخالصة و ارتفاع الشكاوي من المضمون الهابط و المحتوى المتدني للبعض منها أثناء تقديم البرامج الحوارية و وقوعها تحت طائلة الاصطباغ السياسي و تأثير العائدية المالية و الفكرية للقناة و تأثيرها المباشر عبر السياسة التحريرية أصبح لزاماً الحديث عن قانون اعلامي لتنظيم الحياة الإعلامية في هذا القطاع و معالجة الحالات المرضية فيه

ثالثاً: أهداف البحث

١_ معرفة توجه البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العراقية و مدى التزامها بالقواعد المهنية و الأخلاقية لمعالجة قضايا الرأي العام المطروحة على شاشاتها و مدى توخي الدقة و الموضوعية و الحيادية في أدائها.

٢_ ضرورة التعرف على طبيعة الضغوط التي يتعرض لها الاعلامي العراقي أثناء تقديمه لهذه البرامج بمعنى مشاركة القضايا ذات الاهتمام المجتمعي و معرفة مدى إمكانية إلزام الاعلامي العراقي بالانصياع للمعايير المهنية للعمل الإعلامي.

٣_ عرض السلبيات و الإيجابيات لهذه البرامج في التعامل مع قضايا الرأي العام عبر تقييمها تقيماً موضوعياً و علمياً و دحض أي تجاوز مهني و كشف كل حالات القصور في أداء الممارسين لهذه المهنة

٤_ تقديم معالجة متوازنة و مهنية للبرامج ذات الطابع الحواري في القنوات الفضائية العراقية للقضايا الجديرة بالنقاش عبر عرض رؤى مستقبلية و بإشراف كادر إعلامي مجتمعي و خبراء علميين و أكاديمية.

رابعاً: تساؤلات البحث

١_ ما مدى متابعة المبحوثين وهم الخبراء و الإعلاميون للبرامج الحوارية في الفضائيات العراقية و ما أهم القنوات التي تعرض قضايا الرأي بمهنية و موضوعية و حيادية؟

٢_ ما طبيعة الضغوط التي يتعرض لها الإعلاميون في تناول قضية محددة و ما العوامل التي تؤثر عليهم من عدمها؟

٣_ ما ترتيب الأدوار المهنية الواجب الالتزام بها من قبل الاعلامي العراقي سيما في البرامج الحوارية؟

٤_ ما هو تقييم الخبراء لأداء هذه البرامج مع ذكر الإيجابيات و السلبيات عند تناول المواد المطروحة في القنوات الفضائية للقضايا الأخلاقية؟

٥_ ما مميزات البرامج الحوارية و ما التجاوزات المهنية التي ترتكبها؟

خامساً: نوع ومنهج البحث

يعد البحث الحالي من البحوث الوصفية التفسيرية التي تهدف إلى تحليل الظاهرة الإعلامية و معرفة العوامل المؤثرة فيها بهدف وصفها و تفسيرها و استخراج المؤشرات التي تنظمها. واعتمد البحث على المنهج المسحي عبر جهد علمي مكثف يسعى من خلاله الوصول إلى معرفة بيانات و معلومات عن الظاهرة و موضوع البحث فاعتمد على الجمع بين البحث الكمية و الكيفية من خلال تنويع الأدوات المستخدمة بهدف دراسة المشكلة دراسة علمية مما يؤدي إلى تكامل البناء المنهجي عند تناول.

سادساً: مجتمع وعينة البحث

قام الباحث بسحب عينة متاحة من الإعلاميين العراقيين العاملين في المؤسسات الإعلامية العراقية قوامها ١٢٠ شخص و تم فيها مراعاة تحقيق تمثيل لعدد كبير من المؤسسات الإعلامية ذات التوجهات المختلفة.

سابعاً: أدوات البحث: استخدم الباحث اداتين للبحث..

١_ استمارة استقصاء بالمقابلة تم املائها من قبل الإعلاميين من مختلف المؤسسات الإعلامية في المحافظة و خارجها و من مختلف وسائل الاتصال الجماهيري المستخدمة هنا و عند تصميم الاستمارات تمت مراعاة الإجابة على تساؤلات البحث و بالاعتماد على عدد من الفروض حسب متغيرات البحث

٢_ دليل المقابلة المتعلقة بالبحث: أجريت مقابلة مع (٦) شخصيات من الخبراء في مجال الإعلام مهنيّاً و اكاديمياً و تمت الإجابة على عدة تساؤلات تم من خلالها التعرف على شخصيات المبحوثين و دوافعهم عبر اسئلة متعمقة مع القيام بتحليل للمعلومات العائدة منها.

ثامناً: مقاييس البحث

١_ مقياس الالتزام المهني للعمل الإعلامي ..

قدم الباحث نموذجاً جديداً لمجموعة من المعايير المهنية و الأخلاقية شملت ١٧ عبارة من خلال مقياس بأبعاد ثلاثية و تضمنت العبارات قياس التزام الإعلامي في البرامج الحوارية بأخلاقيات المهنة المتفق

عليها في موثاق الشرف الإعلامي الذي وضعته هيئة الإعلام و الاتصالات و لعل من أهم هذه المفاهيم هو الدقة و الموضوعية و المصادقية و الحيادية و النزاهة و الاعتدال فضلاً عن عبارات أخرى تتعلق بجمع و نشر المادة الإعلامية و نشر الصور و الرسوم و الفصل بين الرأي و الخبر و من ثم القياس من خلال معرفة التزام هذه البرامج عبر وضع ثلاث احتمالات (تلتزم ، تلتزم أحياناً ، لا تلتزم) ومن ثم حساب النسبة المئوية لكل من هذه العبارات

٢_ مقياس الضغوط المؤثرة على الإعلامي ..

احتوى هذا المقياس على ثمان عبارات تضمنت العديد من الضغوط داخل المؤسسة الإعلامية و خارجها عبر مقياس ثلاثي الأبعاد (مؤثر جداً ، مؤثر إلى حد ما، غير مؤثر.) و من ثم احتساب النسبة المئوية لهذه الاختيارات

٣_ مقياس رتبي للأدوار المهنية الملزمة للإعلامي ..

احتوى هذا المقياس على سبع عبارات توجه إلى المبحوث الذي يتوجب عليه إعادة ترتيبها حسب أهميتها و من ثم احتساب النقاط الترجيحية لكل عبارة قبل أن تتم عملية احتساب النسبة المئوية لكل منها

٤_ مقياس تقييم أداء البرامج الحوارية الفضائية ..

إذ احتوى في مضمونه على عدد من الإيجابيات والسلبيات من خلال مقياس ذو أبعاد ثلاثية (موافق، معارض، محايد)

و احتوى المقياس ..

سبع عبارات لوصف التناول الايجابي

سبع عبارات لوصف التناول السلبي .

يقوم المبحوثون بإبداء رأيهم لهذه الاحتمالات بما ينسجم مع واقع الممارسة لهؤلاء الإعلاميين في هذه البرامج و من ثم احتساب النسبة المئوية لكل منها
تاسعاً: الصدق والثبات:

أ-الصدق الظاهري: (Face Validity):

تم عرض استمارة المعايير المهنية والأخلاقية لمقدمي البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العراقية على (٣) محكمين* في تخصص الإعلام لإبداء آرائهم حول ملائمة استمارة الاستبيان لأهداف البحث، حيث تم التعديل والحذف والإضافة وفقاً لآرائهم حتى أصبحت الاستمارة في صورتها النهائية، وحظيت بموافقة الخبراء بنسبة (٨٠%) فأكثر، لذا اعتمدت هذه النسبة معياراً لصلاحية الأسئلة الخاصة باستمارة الاستبيان.

ب-الثبات: (-)(Reliability)

تم حساب الثبات لعبارات استبيان المعايير المهنية والأخلاقية لمقدمي البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العراقية بطريقة ألفا كرونباخ وكانت قيمة الثبات (0.992). وهو مؤشر على أن معامل الثبات يمتلك درجة عالية من الثبات معتمدة احصائياً وتخدم أهداف البحث.

عاشراً: مفاهيم البحث

*المعايير المهنية و الأخلاقية

يمكن تعريف الاخلاقيات المهنية على أنها حزمة القوانين والثوابت التي تعتمد من قبل أفراد او مجموعات مهنية او حرفية للتمييز بين الرضا و الجودة و الخطأ و الصواب مع بيان مقبوليتها من عدمها أي بمعنى انها تقييم للسلوك المهني لهذه المجموعات و الأفراد و عليه لابد من وضع ميثاق لتنظيم هذه القيم و المعايير و المبادئ و التي عادة ما تصاغ من قبل الإعلاميين أنفسهم عبر تجمعات مهنية من أجل تحقيق مجموعة من الأهداف بغية التحكم في نوعية المضمون الإعلامي الذي تقدمه وسائل الإعلام العراقية و وضع حد لحالة عدم المصادقية التي بدأت تشكل تحدياً لهذه المؤسسات مع ضمان عدم اصدار قوانين تكبل حرية الاعلام و تكتم الافواه من أجل تحسين صورة هذه الوسائل أمام الجمهور . و بمقدورنا القول إنها مجموعة من الإرشادات التي تساعد الإعلامي على الالتزام و الانضباط مع ضمان الحقوق لأي من هذه الفئات و على مختلف مسمياتها وهو ما يمكن أن نسميه بميثاق الشرف الإعلامي

*مفهوم البرامج الحوارية

بدايةً لا بد من التعريف بالظاهرة البرمجية الأمريكية التي ظهرت في منتصف القرن الماضي في برنامج سياسي يقدم عبر محطة WWOR الأمريكية و كان يطلق عليه برنامج توك شو Talk Shows و الذي حقق نجاحاً باهراً و بنسب مرتفعة خاصة بالفترة المسائية سيما تلك التي تعمل على التفاعل مع الجمهور مما يجعلها قادرة على إحداث تغيير واضح عبر مناقشتها للقضايا ذات الطابع الجماهيري و يمكن

تعريف البرامج الحوارية بوصفها بالبرامج الجماهيرية التي تعتمد بشكل أساس على اشراك الجمهور مع الضيوف ليكونوا معاً المضمون الأساسي للبرنامج و عادة ما تكون مشاركة الجمهور بعدة أشكال منها الحضور داخل الاستوديو او عبر الهاتف او البريد الإلكتروني و يتم أيضاً الاستعانة ببعض المتخصصين.. تعتمد البرامج الحوارية مبدأ حرية التعبير و إبراز الرأي و الرأي الآخر من خلال حوار تلقائي مباشر يعتمد على التفاعلية بين المتخصصين من جهة و الجماهير من جهة أخرى و تقدم البرامج الحوارية للجمهور المشاهد سواء بال بث المباشر أو عبر تسجيل البرنامج غير ان الجمهور يفضل النوع الأول.

و أظهرت دراسة أمريكية الأهمية البارزة لهذه البرامج و وضحت بأن المرشحين للانتخابات غالباً ما يرغبون بالظهور فيها من أجل توصيل رأيهم او رسالتهم للناخبين بل انها أصبحت الأداة الأكثر تأثيراً سيما في السنوات الأخيرة

احدى عشر: الدراسات السابقة:

١- استهدفت دراسة علياء هيجان صكبان (٢٠٢٣) التعرف على مدى التزام مقدمي البرامج الحوارية في القنوات التلفزيونية في العراق بالمعايير والضوابط المهنية والأخلاقية والمسؤولية، واعتمدت الدراسة المنهج المسحي باستخدام استمارة استبيان وتطبيقها على عينة من الاساتذ الجامعيين باختصاص الاعلام في كليات الاعلام في مدينة بغداد بلغ قوامها ٩٠ مفردة ، وتوصلت نتائج الدراسة الى أن مقدمي البرامج الحوارية التزموا معايير العمل الإعلامي المهنية على نحو مرتفع بنسبة ٧٦%، وانهم التزموا بالمعايير الأخلاقية على نحو متوسط بنسبة ٦٩% ، فضلا عن التزامهم بمعايير الأداء الإعلامي في المسؤولية الاجتماعية بنسبة جيدة بلغت ٧١,٦٧%. (صكبان، ٢٠٢٣)

٢- وحاولت دراسة عبد المحسن سلمان الشافعي (٢٠٢٢) رصد المحتوى الإعلاني المقدم على شاشات القنوات التلفزيونية العراقية والتعرف على طبيعة الأفكار والمواد المتضمنة في الإعلانات والقيم التي تحملها ومدى التزامها بأخلاقيات العمل الإعلامي، وهي من الدراسات الوصفية التي استخدمت منهج المسح من خلال اجراء دراسة تحليل المضمون بالتطبيق على عينة من المحتوى الإعلاني في قناة الشرقية ، وتوصلت نتائج الدراسة الى تعدد وتنوع التجاوزات الأخلاقية ، وتعدد القيم السلبية التي عكستها

الإعلانات وجاء الحقد والكراهية على رأس السلبات، فضلا عن أن اللغة العامية هي الأكثر استخداما فيها. (الشافعي، ٢٠٢٢)

٣- استهدفت دراسة حسن عماد مكاي (٢٠٠٦)، رصد اخلاقيات العمل الإعلامي وحرية التعبير عن الرأي وتطورها والرقابة على وسائل الاعلام، وهي من الدراسات العلمية الوصفية وفق منهجية علمية تحليلية، وتوصلت نتائج الدراسة الى أن مبدأ الحق في التعبير وحرية الرأي باتت من البديهيات والتي نصت عليها الدساتير في العديد من الدول، وأن تفسير هذا الحق مختلف عند ممارسته من مجتمع الى آخر، وأن بعض النظم السياسية ترى أن حرية الصحافة والاعلام هي حجر الزاوية وركن أساسي في الممارسة الديمقراطية، في حين أن هنالك أنظمة تعمل على تقييد هذا الحق بحجة حماية النظام العام والامن. (مكاي، ٢٠٠٦).

المبحث الثاني: الاطار النظري

البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العراقية، المميزات، العيوب و الخروقات المهنية يرى الخبراء في مجال الإذاعة والتلفزيون ان البرامج الحوارية أصبحت البديل الطبيعي الأوحد لطرح المشاكل المجتمعية و مناقشة القضايا ذات الإهتمام في ضوء تراجع ملحوظ لدور الصحافة المقروءة، فضلاً عن كون هذه البرامج أصبحت الأكثر وصولاً للشريحة الأكبر من الجمهور فالبرامج التلفزيونية مجموعة متنوعة من المحتوى الذي يتم بثه عبر القنوات التلفزيونية وتتضمن مجموعة من القوالب والاشكال وتستهدف فئات مختلفة من الجمهور ومن اشهرها أصبحت البرامج الحوارية. (الجميل، ٢٠٢٥). وأوضح الباحثون العديد من مميزاتا و لعل من أبرزها :

- ١- حسن اختيار المواضيع التي تهم العدد الأكبر من الجماهير.
 - ٢- الاعداد الجيد للحوارات في البرامج وطرحها بشكل موضوعي وعرض وجهات نظر مختلفة.
 - ٣- القيام بدور توعوي لأفراد الجمهور.
 - ٤- دورها الأساسي في كشف حالات الفساد و تشديد الرقابة على الأداء الحكومي.
- وباتت البرامج الحوارية البديل الناجح و الرئيسي لطرح المشاكل المجتمعية و مناقشة القضايا ذات الاهتمام لا سيما بعد التراجع الواضح للدور الذي كانت تلعبه الصحف المقروءة كما إن البرامج الحوارية

هي الأكثر وصولاً لفئة كبيرة و واسعة من الجمهور. ويمكن بيان ايجابياتها المتنوعة بالآتي: (سميسم، ١٩٩٤). انتقاء المواضيع ذات الاهتمام الأكبر من قبل الجماهير.

١- حسن إعداد هذه الحوارات لاتباع المنهجية والموضوعية في طرح المشاكل ذات الاهتمام الكبير من قبل الجمهور والذي يتم فيه عرض وجهات نظر مختلفة.

٢- الدور الرئيسي لها في التوعية بأهمية هذه المشاكل التي تعاني منها الدولة مع الجمهور.

٣- إيجاد سبل لتعظيم الدور الرقابي للإعلام على الطبقة الحاكمة وكشف كل مظاهر الفساد فيها

كما أنه لابد من الإشارة إلى دور مواقع التواصل الاجتماعي للتعبير عن هموم الجماهير ونقل صوتها و إظهاره للعالم بل نعد إن هذه البرامج أصبحت المتنفس الرئيسي للجمهور كما أنه لابد من الإشارة على ان البرامج الحوارية اقل ضرراً و أكثر اتزاناً من وسائل التواصل الاجتماعي حتى وصفت انها البديل الناجح لتعريف الجمهور بما يحدث من حوله و ونقل ارائه إلى الخبراء و المسؤولين بغية مناقشتها و إيجاد الحلول اللازمة لها (ثروت، ٢٠٠٨).

السلبيات في البرامج الحوارية:

ويرى فريق اخر ان لهذه البرامج سلبيات تفوق ايجابياتها كثيراً فهي: تقوم بتصدير الأزمة وقد يصل الأمر احياناً إلى افتعال الازمات التي لا وجود لها أساساً عبر اصرارها على مناقشتها والسعي في تطويرها بما يفجر المشكلة دون تقديم الحلول اللازمة لها مما يسهم في تفاقم الأزمة عبر هذا الإصرار الغير مبرر لذا نلاحظ ان قسم كبير من الجمهور بدأ ينصرف عنها مع انخفاض نسبة مشاهدتها بشكل كبير لفقدانها مصداقيتها بشكل واضح لدى الجمهور (شيماء ، ٢٠١٧). حيث أن الجمهور يختار وينتقي البرامج التي تؤيد اتجاهاته في ظل وجود عوامل كثيرة يمكن أن تؤثر على متابعته للبرامج. (الجميل، التماس سائقي الأجرة للمعلومات المرورية من الإذاعة المحلية المسموعة وانعكاسه على وعيهم المروري، ٢٠٢٤)

الخروقات والتجاوزات في البرامج الحوارية:

لعل من أبرز التجاوزات التي تمارسها هذه البرامج هي البحث عن الإثارة و خلق مواضيع ساخنة دون التأكد من مصادر المعلومات او التدقيق في صياغة الحقائق سعياً وراء الحصول على السبق الصحفي و اللجوء إلى ألفاظ تحمل معاني عديدة قد تفتح باباً للتأويل و التركيز على السلبيات و إبراز الجانب المظلم

فهي بذلك تقوم بذات الدور الذي تلعبه صحافة الإثارة او حتى الصحافة الصفراء. (عليوي، عبد الهادي، و حسن، ٢٠٢١). ونلاحظ ان عدداً كبيراً من هذه البرامج تخدم اجندات بعينها و تهدف للتلاعب بمشاعر الرأي العام و يمكننا القول ان المشادات الكلامية و التراشق اللفظي يثبت حالة من عدم الالتزام المهني و الأخلاقي للإعلامي المحاور مما يظهر و يبرز الرؤية الضبابية بين الإعلام من جهة و السياسي من جهة أخرى و الاخير غالباً ما يعمل وفق أجندات تخدم جهات محددة تخضع للمال السياسي الأمر الذي جعل من هذه البرامج أدوات للحصول على مكاسب سياسية و تحقيق أهداف ذات طابع شخصي نفعي بل انه وسيلة تستخدم من قبل رأس المال السياسي و الذي غالباً ما يختبئ خلف مزاعم الحرية الإعلامية مثيراً في ذلك نزاعاً فكرياً بين هذا الطرف أو ذاك و قد يصل الأمر إلى التشكيك في الثوابت الوطنية و غالباً ما يقود ذلك إلى زرع الفتنة و الخوض في أعماق الحياة الشخصية بعيداً عن المصلحة العامة للجمهور

وكذلك الضغوط التي يتعرض لها الإعلامي الحواري عند تناوله لقضايا الرأي العام والجهات المؤثرة على عمله. (هاشم، ٢٠١٢).

وهناك ضغوط ذاتية للإعلامي و هي ان يبقى برنامجه الأول دائماً من حيث المشاهدة الجماهيرية و جاذباً لرجال الاعلان و شركات الاعلان التجارية ، و ضغوط السياسة التحريرية للقناة الفضائية التي تسعى دوماً إلى جذب اهتمام المشاهد و تحرص ان تبقى محل تقديرهم و اهتمامهم ، و ضغوط رأس المال و المعلنين الذين يسعون إلى الحصول على نسب مشاهدة جماهيرية مرتفعة عبر تفجير قضايا ساخنة تحظى باهتمام الجمهور بشكل كبير.

ولا بد من الإشارة إلى الضغط الذي يمثله مالك القناة الذي يحرص هو الآخر أن تكون هذه البرامج الحوارية تخدم مصالحه جنباً إلى جنب مع طموحه السياسي مع تحقيق الرضى الوظيفي بما ينسجم مع سياسة البلد العامة و إشراك الرأي العام الذي يسعى ان يرى نفسه في هذه القضايا المثارة ، كما يجب أن نذكر عن وجود ضغوط اقتصادية للبحث عن عدد كبير من المتصلين بغية الحصول على مردود مادي من شركات الاتصال بما يسهم بزيادة مرتقبة في حصيللة الإعلام التجاري (حامد، ٢٠١٦).

و يمكننا القول و حسب رأي الخبراء الإعلاميين المختصين ان كلاً من الضغوط المادية و الإعلامية تعد المحرك الأقوى للبرامج الحوارية بغية الحصول على نسب عالية من المشاهدة ثم يأتي دور المعلن و

مالك القناة و تأثيره في السياسة التحريرية و القيود التي تضعها الدولة على الحرية المتاحة في الحوار و أخيراً الضغط الواضح لوسائل التواصل الاجتماعي التي غالباً ما تشكل رأي عام يقود هذه المنظومة و كل ذلك ينطبق على الإعلام في القطاع الخاص أما الإعلام في القنوات الحكومية فغالباً ما يكون الضغط تحت طائلة فقر الإمكانيات المادية و الخضوع للسقف المالي المحدود الأمر الذي ينعكس سلباً على ضعف الاعداد و تجهيز كادر العمل لهذه البرامج في تلك القنوات. (الجبوري، ٢٠١٨).

ظاهرة الإعلامي النجم و إمكانية استمرارها في البرامج الحوارية في القنوات الفضائية :

١-تباينت الآراء حول ظاهرة الإعلامي النجم فيرى المروجون لها ان نجومية الإعلامي مطلب أساسي و هام من أجل العمل في القنوات الفضائية التلفزيونية لأن جاذبيته تعوض غياب المذيع التقليدي الذي بدأ دوره يتراجع تدريجياً كما أنه يجذب المعلن و المشاهد سيما و انه ينسجم مع رغبات مالك القناة و يعبر عن مصالحه.

٢- يرى البعض ان ظاهرة الإعلامي النجم مصنوعة من أصحاب الشركات الاعلانية و مالكي القنوات الفضائية التلفزيونية و في الحقيقة انها لا تعبر عن نجومية حقيقية في المضمار الإعلامي بل إنها تقدم الفرد و تضمن تجميل صورته أمام الشاشة حتى يصبح مألوفاً و مقبولاً لدى المشاهد و من خلاله تستطيع تنفيذ سياسة محددة متفق عليها.

٣- ان الشخصيات الإعلامية المصنوعة تقتقر إلى مقومات مهنية و نادراً ما تجد من بينهم من يمتلك القدرة على قيادة الحوار و ديمومته لفترة طويلة أمام الشاشة و لذلك غالباً ما يستعين بخبرات أخرى في الاعداد و التقديم حتى ينجح بمهمته و يبقى محافظاً على مكانته.

٤- تباينت الآراء حول إمكانية استمرار هذه الظاهرة و يرى البعض إنها على وشك الاضمحلال بسبب الوعي المتصاعد لدى الجمهور ناهيك عن الضغط الواضح و المتواصل بمواقع التواصل الاجتماعي التي لن تكف عن توجيه الانتقاد لنجوم الإعلام الفضائي و الذي قد يؤدي إلى تضاؤل و خفوت نجوميتهم بعد أن تكشف للعلن وجود صفقات بين الإعلاميين من جهة و بين رجال الدولة و أصحاب المصالح من جهة أخرى.

٥_ يعتقد البعض ان هذه الظاهرة ستستمر بقدر تحقيقها لفوائد و مكاسب مادية مع تحقيق نسب مشاهدة مرتفعة.

٦_ و هنا لا بد من الإشارة ان استمرار هذه الظاهرة مرتبط بقدرة ممارسيها على تطوير ذاتهم و جذب جماهيرهم على اعتبار انها أصبحت ظاهرة عولمية في كل شاشات المعمورة اي ان النجم الإعلامي يتميز بثقافة واسعة و آراء متجددة و لديه شبكة اتصالات اعلامية و منظومة علاقات متميزة مع قادة الرأي لذا يراهن عليه على انه افضل من يدير الحوار و يعرض وجهات النظر المختلفة و المتناقضة و يتوجب عليه الالتزام بكافة المعايير المهنية و الأخلاقية حتى يحقق الموضوعية المنشودة و يبتعد عن الأنانية سيما و انها تختلف بين القنوات الفضائية العراقية فيما بينها فضلاً عن اختلافها عن بقية الدول.

المبحث الثالث: نتائج البحث

المحور الأول : المتغيرات الديموغرافية للمبحوثين :

١-الجنس:

الجدول (١) يبين توزيع المبحوثين حسب الجنس

المرتبة	النسبة المئوية	التكرارات	الجنس
الأولى	69.17%	83	ذكور
الثانية	30.83%	37	إناث
—	100%	120	المجموع

كشفت بيانات الجدول أعلاه ان فئة (الذكور) كانت اعلى من فئة (الإناث) المشاركات في هذا الاستبيان من عينة البحث بفارق نسبي بين الفئتين مقداره ٣٨,٣٣% اذ حلت فئة الذكور في المرتبة الأولى بواقع (٨٣) تكرارا وبنسبة (٦٩,١٧%) تليها في المرتبة الثانية فئة الإناث بواقع (٣٧) تكرارا وبنسبة (٣٠,٨٣%).

الجدول (٢) يوضح توزيع مفردات العينة وفقاً لسن المبحوثين.

ت	السن	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
1	من ٢٠-٣٥	34	28.33%	الثانية
2	من ٣٦-٥٠	67	55.83%	الأولى
3	من ٥١ سنة فأكثر	19	15.83%	الثالثة
	المجموع	120	100%	-

أظهرت نتائج الجدول (٢) أن الفئة العمرية (من ٣٦ إلى ٥٠ سنة) حلت بالمرتبة الأولى بواقع (٦٧) تكراراً ونسبة بلغت (٥٥,٨٣%)، بينما حلت فئة (من ٢٠ إلى ٣٥ سنة) سنة بالمرتبة الثانية محققة (٣٤) تكراراً ونسبة (٢٨,٣٣%)، وأخيراً جاءت فئة (من ٥١ سنة فأكثر) في المرتبة الأخيرة وسجلت (١٩) تكراراً ونسبة بلغت (١٥,٨٣%).

٣-مجال العمل:

الجدول (٣) يبين توزيع المبحوثين حسب مجال العمل.

ت	مجال العمل	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
1	صحافة	12	10%	الرابعة
2	فضائيات	56	46.67%	الأولى
3	إذاعة	24	20%	الثالثة
4	مواقع الكترونية	28	23.33%	الثانية
	المجموع	120	100%	-

بينت نتائج الجدول (٣) أن فئة (فضائيات) احتلت المرتبة الأولى بواقع (٥٦) تكراراً ونسبة بلغت (٤٦,٦٧%)، بينما حلت فئة (مواقع الكترونية) بالمرتبة الثانية بتكرار (٢٨) ونسبة (٢٣,٣٣%)، أما فئة

(إذاعة) فقد حصلت على المرتبة الثالثة وسجلت (٢٤) تكراراً ونسبة بلغت (٢٠%)، بينما جاءت فئة (صحافة) في المرتبة الأخيرة بتكرار (١٢) ونسبة بلغت (١٠%).

٤- سنوات الخبرة:

الجدول (٤) يبين توزيع المبحوثين حسب سنوات الخبرة.

ت	سنوات الخبرة	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
1	اقل من ٥ سنوات	30	25%	الثالثة
2	من ٥ - ١٠ سنة	34	28.33%	الثانية
3	من ١٠ - ١٩ سنة	42	35%	الأولى
4	اكثر من ٢٠ سنة	14	11.67%	الرابعة
	المجموع	120	100%	-

أظهرت نتائج الجدول (٤) أن فئة (من ١٠ - ١٩ سنة) حلت بالمرتبة الأولى بواقع (٤٢) تكراراً ونسبة بلغت (٣٥%)، بينما حلت فئة (من ٥ - ١٠ سنة) في المرتبة الثانية محققة (٣٤) تكراراً ونسبة (٢٨,٣٣%)، في حين حلت فئة (اقل من ٥ سنوات) في المرتبة الثالثة وسجلت (٣٠) تكراراً ونسبة (٢٥)، وأخيراً جاءت فئة (اكثر من ٢٠ سنة) في المرتبة الأخيرة وحصلت على (١٤) تكراراً ونسبة بلغت (١١,٦٧%).

٥- حسب رأيك ما هي القنوات الفضائية العراقية الملتزمة مهنيّاً في برامجها الحوارية ؟

الجدول (٥) يبين رؤية المبحوثين عن القنوات الفضائية العراقية الملتزمة مهنيّاً في برامجها الحوارية.

ت	اسم القناة	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
1	العراقية/ دائرة حوار/ محمد الغزي	86	22.69%	الأولى
2	الشرقية/ على الحافة/ سجي الجبوري	47	12.40%	الثالثة
3	السومرية/ من الاخير/ حسام الحاج	37	9.76%	الرابعة
4	الفرات/ النقطة / علي وجيه	9	2.37%	العاشر

5	سامراء/ حوار السلطة/ نصير العواد	31	8.18%	السابعة
6	التغيير/ من بغداد/ نجم الربيعي	62	16.36%	الثانية
7	العهد/ سياسي الابعاد/ بتول الحسين	12	3.17%	التاسعة
8	البغدادية/ البغدادية والناس/ رامي الحمداني	23	6.07%	الثامنة
9	الرشد/ الثامنة/ احمد الطيب	33	8.71%	السادسة
10	دجلة/ المقاربة/ سامر جواد	35	9.23%	الخامسة
11	أخرى تذكر	4	1.06%	الحادي عشر
المجموع		379 ^(ii*)	100%	-

كشفت نتائج الجدول (٥) والخاصة بالقنوات الفضائية العراقية الملتزمة مهنيًا في برامجها الحوارية ، وتبين أن قناة (العراقية/ دائرة حوار/ محمد الغزي) حلت بالمرتبة الأولى بواقع (٨٦) تكراراً ونسبة مئوية قدرها (٢٢,٦٩%)، من مجموع (٣٧٩) تكراراً، تلتها قناة (التغيير/ من بغداد/ نجم الربيعي) في المرتبة الثانية وسجلت (٦٢) تكراراً ونسبة بلغت (١٦,٣٦%)، بينما جاءت قناة (الشرقية/على الحافة/ سجي الجبوري) في المرتبة الثالثة وحصلت (٤٧) تكراراً ونسبة (١٢,٤٠%)، في حين جاءت قناة (السومرية/من الاخير/ حسام الحاج) بالمرتبة الرابعة وحازت على (٣٧) تكراراً ونسبة مئوية بلغت (٩,٧٦%)، لتأتي قناة (دجلة/ المقاربة/ سامر جواد) بالمرتبة الخامسة بواقع (٣٥) تكراراً ونسبة (٩,٢٣%)، أما قناة (الرشد/ الثامنة/ احمد الطيب) فقد حلت بالمرتبة السادسة وحصلت على (٣٣) تكراراً ونسبة بلغت (٨,٧١%)، تلتها قناة (سامراء/ حوار السلطة/ نصير العواد) بالمرتبة السابعة وسجلت (٣١) تكراراً ونسبة (٨,١٨%)، في حين جاءت قناة (البغدادية/ البغدادية والناس/ رامي الحمداني) بالمرتبة الثامنة وسجلت (٢٣) تكراراً ونسبة مئوية بلغت (٦,٠٧%)، بينما جاءت قناة (العهد/ سياسي الابعاد/ بتول الحسين) بالمرتبة التاسعة محققة (١٢) تكراراً ونسبة مئوية بلغت (٣,١٧%)، بينما حلت قناة (الفرات/ النقطة / علي وجيه) بالمرتبة العاشرة وسجلت (٩) تكرارات ونسبة مئوية بلغت (٢,٣٧%)، واخيراً جاءت فئة (أخرى تذكر) بالمرتبة الاخيرة وسجلت (٤) تكرارات ونسبة مئوية بلغت (١,٠٦%).

ومن المعطيات الاحصائية نستنتج أن قناة (العراقية/ دائرة حوار/ محمد الغزي)، وقناة (التغيير/ من بغداد/ نجم الربيعي)، تصدرت باقي القنوات الأخرى والخاصة بالقنوات الفضائية العراقية الملتزمة مهنيًا في برامجها الحوارية، وتعكس هذه النتيجة أن برنامجي (دائرة حوار) الذي يقدمه الإعلامي محمد الغزي

على قناة العراقية، و(من بغداد) الذي يقدمه الإعلامي نجم الربيعي على قناة التغيير، قد تصدراً قائمة البرامج الحوارية على مستوى القنوات الفضائية العراقية، من حيث الالتزام بالمعايير المهنية، واعتماد أسلوب الطرح المتوازن، وتقديم محتوى حوارى يركز على الموضوعية والتنوع في الرؤى، ويُعزى هذا التميز إلى التزام كلا البرنامجين بالمعايير الصحفية الرصينة، وقدرتهما على استقطاب ضيوف متنوعي الخلفيات، ما أسهم في تعزيز النقاش العام حول القضايا الوطنية والسياسية.

٦- حسب رأيك ماهي البرامج ذات المشاكل المهنية عند تناولها لقضايا الرأي العام ؟

الجدول (٦) يبين رؤية الباحثين عن البرامج ذات المشاكل المهنية عند تناولها لقضايا الرأي العام.

ت	اسم البرنامج والقناة	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
1	من جهة رابعة/ الرابعة/ منى سامي	81	21.89%	الأولى
2	استوديو التاسعة/ دجلة / انور الحمداني	36	9.73%	السادسة
3	الحق يقال/ يو تي في/ عدنان الطائي	63	17.03%	الثانية
4	بوضوح/ زاكروس / محمد جبار	27	7.30%	السابعة
5	القرار لكم/ دجلة/ سحر عباس جميل	45	12.16%	الرابعة
6	الكأس/ علي نوري	41	11.08%	الخامسة
7	حوار التاسعة/ الفلوجة/ علي فرحان	13	3.51%	الثامنة
8	استوديو الجماهير/ دجلة / حيدر زكي	56	15.14%	الثالثة
9	أخرى	8	2.16%	التاسعة
	المجموع	370 ^(iii*)	100%	—

كشفت نتائج الجدول (٦) والخاصة بالبرامج ذات المشاكل المهنية عند تناولها لقضايا الرأي العام، وتبين أن برنامج (من جهة رابعة/ الرابعة/ منى سامي) حلت بالمرتبة الأولى بواقع (٨١) تكراراً وبنسبة مئوية قدرها (٢١,٨٩%)، من مجموع (٣٧٠) تكراراً، تلاها برنامج (الحق يقال/ يو تي في/ عدنان الطائي) في المرتبة الثانية وسجل (٦٣) تكراراً ونسبة بلغت (١٧,٠٣%)، بينما جاء برنامج (استوديو الجماهير/ دجلة / حيدر زكي) في المرتبة الثالثة وحقق (٥٦) تكراراً ونسبة (١٥,١٤%)، في حين جاء برنامج (القرار

لكم/ دجلة/ سحر عباس جميل) بالمرتبة الرابعة محققاً (٤٥) تكراراً ونسبة مئوية بلغت (١٢,١٦%)،
ليأتي برنامج (الكأس/ علي نوري) بالمرتبة الخامسة بواقع (٤١) تكراراً ونسبة (١١,٠٨%)، أما برنامج
(استوديو التاسعة/ دجلة / انور الحمداني) فقد حل بالمرتبة السادسة وحصل على (٣٦) تكراراً ونسبة
بلغت (٩,٧٣%)، تلاها برنامج (بوضوح/ زاكروس / محمد جبار) بالمرتبة السابعة وسجل (٢٧) تكراراً
ونسبة (٧,٣٠%)، في حين جاء برنامج (حوار التاسعة/ الفلوجة/ علي فرحان) بالمرتبة الثامنة وسجل
(١٣) تكراراً ونسبة مئوية بلغت (٣,٥١%)، واخيراً جاءت فئة (أخرى تذكر) بالمرتبة الأخيرة وسجلت
(٨) تكرارات ونسبة مئوية بلغت (٢,١٦%).

ومن المعطيات الاحصائية نستنتج أن برنامج (من جهة رابعة/ الرابعة/ منى سامي)، وبرنامج (الحق
يقال/ يو تي في/ عدنان الطائي)، تصدرت باقي البرامج الأخرى الخاصة بالبرامج ذات المشاكل المهنية
عند تناولها لقضايا الرأي العام، وتعكس هذه النتيجة أن برنامجي (من جهة رابعة)، الذي تقدّمه الإعلامية
منى سامي، و(الحق يُقال)، الذي يقّمه الإعلامي عدنان الطائي عبر قناة يو تي في، قد تصدراً قائمة
البرامج التي برزت فيها إشكاليات مهنية عند تناول قضايا الرأي العام. ويُعزى ذلك إلى تكرار وقوع تلك
البرامج في ممارسات تتنافى مع المعايير المهنية للعمل الإعلامي، مثل غياب التوازن في عرض وجهات
النظر، أو استخدام خطابٍ يتسم بالتحيز أو الإثارة.

٧- حسب رأيك ماهي طبيعة التجاوزات المهنية في البرامج الحوارية الفضائية ؟

الجدول (٧) يبين رؤية الباحثين عن طبيعة التجاوزات المهنية في البرامج الحوارية الفضائية.

ت	التجاوزات المهنية	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
1	التهويل البالغ به في طرح المشكلة في البرنامج الحواري	78	17.45%	الأولى
2	الانحياز غير المبرر لوجهة نظر على حساب الأخرى.	18	4.03%	التاسعة
3	اتباع أسلوب التلفيق عبر نشر الشائعات.	33	7.38%	الثامنة
4	طرح المعلومة بدون الاعتماد على مصادر موثوقة.	54	12.08%	الرابعة

5	التجاوز على الشخصيات العامة.	43	9.62%	الخامسة
6	الاستماته في الدفاع عن سياسة القناة وتغليب المصلحة الشخصية.	61	13.65%	الثالثة
7	اتباع اسلوب التحيز التركيز على الاثارة والشو الاعلامي.	72	16.11%	الثانية
8	استخدام الفاظ نابيه هابطه في الحوار.	37	8.28%	السادسة
9	عدم منح فرصة حق الرد للمتضرر.	10	2.24%	العاشره
10	الاساليب العنجهية لمقدمي البرامج في تركيزه على وجهة نظره الشخصية.	35	7.83%	السابعة
11	أخرى	6	1.34%	الحادي عشر
المجموع		447 ^(iv*)	100%	-

كشفت نتائج الجدول (٧) والخاصة بطبيعة التجاوزات المهنية في البرامج الحوارية الفضائية ، وتبين أن فئة (التحويل البالغ به في طرح المشكلة في البرنامج الحواري) حلت بالمرتبة الأولى بواقع (٧٨) تكراراً ونسبة مئوية قدرها (١٧,٤٥%)، من مجموع (٤٤٧) تكراراً، تلتها فئة (اتباع اسلوب التركيز على الاثارة والشو الاعلامي.) في المرتبة الثانية وسجلت (٧٢) تكراراً ونسبة بلغت (١٦,١١%)، بينما جاءت فئة (الاستماته في الدفاع عن سياسة القناة وتغليب المصلحة الشخصية.) في المرتبة الثالثة وحققت (٦١) تكراراً ونسبة (١٣,٦٥%)، في حين جاءت فئة (طرح المعلومة بدون الاعتماد على مصادر موثوقة.) بالمرتبة الرابعة محققة (٥٤) تكراراً ونسبة مئوية بلغت (١٢,٠٨%)، لتأتي فئة (التجاوز على الشخصيات العامة.) بالمرتبة الخامسة بواقع (٤٣) تكراراً ونسبة (٩,٦٢%)، أما فئة (استخدام الفاظ نابيه هابطه في الحوار.) فقد حلت بالمرتبة السادسة وحصلت على (٣٧) تكراراً ونسبة بلغت (٨,٢٨%)، تلتها فئة (عنجهية مقدم البرنامج في تركيزه على وجهة نظره الشخصية.) بالمرتبة السابعة وسجلت (٣٥) تكراراً ونسبة (٧,٨٣%)، في حين جاءت فئة (اتباع اسلوب التلفيق عبر نشر الشائعات.) بالمرتبة الثامنة وسجلت (٣٣) تكراراً ونسبة مئوية بلغت (٧,٣٨%)، بينما جاءت فئة (الانحياز غير المبرر لوجهة نظر على حساب الاخرى.) بالمرتبة التاسعة محققة (١٨) تكراراً ونسبة مئوية بلغت (٤,٠٣%)، بينما حلت

فئة (عدم منح فرصة حق الرد للمتضرر). بالمرتبة العاشرة وسجلت (١٠) تكرارات ونسبة مئوية بلغت (٢,٢٤%)، واخيرا جاءت فئة (أخرى تذكر) بالمرتبة الاخيرة وسجلت (٦) تكرارات ونسبة مئوية بلغت (١,٣٤%).

ومن المعطيات الاحصائية نستنتج أن فئة التهويل البالغ به في طرح المشكلة في البرنامج الحواري، وفئة اتباع اسلوب التركيز على الاثارة والشو الاعلامي، تصدرت باقي الفئات الأخرى والخاصة بطبيعة التجاوزات المهنية في البرامج الحوارية الفضائية، وتعكس هذه النتيجة أن التهويل المبالغ فيه في تناول القضايا داخل البرامج الحوارية، إلى جانب اعتماد أسلوب الإثارة والشو الإعلامي، يُعدّ من أبرز أنماط التجاوزات المهنية التي تتكرر بشكل لافت، وقد تصدّر هذا النمط على غيره من أنماط التجاوز الأخرى، مما يعكس توجّهًا واضحًا لدى بعض القنوات الفضائية نحو تقديم محتوى قائم على الجذب الجماهيري أكثر من الالتزام بالمعايير المهنية والأخلاقية للعمل الإعلامي. ويرتبط هذا التوجّه غالبًا بالسعي نحو رفع نسب المشاهدة على حساب دقة المعلومات وموضوعية الطرح.

٨- ما هي الضغوط المؤثرة على عمل الإعلامي باعتقادك ؟

الجدول (٨) يبين رؤية الباحثين عن الضغوط المؤثرة على عمل الإعلامي.

ت	الضغوط المؤثرة	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
1	السياسة التحريرية للقناة والضغوط الواضحة لمساندة اتجاه معين	82	30.15%	الأولى
2	التركيز على الربح المادي وفق سياسة اعلانية	27	9.93%	الرابعة
3	عامل الزمن في السبق الصحفي	9	3.31%	التاسعة
4	وجود مصادر للأخبار وجمع الحقائق	18	6.62%	السادسة
5	اعتماد الاعلامي على موهبته الشخصية دون الخضوع للتدريب المهني المستمر	25	9.19%	الخامسة
6	التدخل المستمر من مالكي القناة سواء الحكومية او القطاع الخاص	44	16.18%	الثانية
7	مدى القدرة على الحصول على معلومات دقيقة	13	4.78%	الثامنة

8	عدم مسؤولية قانون الاعلام على جميع الاعلاميين	32	11.76%	الثالثة
9	امكانية الحفاظ على مصادر المعلومة والاحتفاظ بسريتها	17	6.25%	السابعة
10	أخرى	5	1.83%	العاشر
	المجموع	272 ^(٧*)	100%	-

كشفت نتائج الجدول (٨) والخاصة بالضغط المؤثرة على عمل الإعلامي ، وتبين أن فئة (السياسة التحريرية للقناة والضغط الواضحة لمساندة اتجاه معين) حلت بالمرتبة الأولى بواقع (٨٢) تكراراً ونسبة مئوية قدرها (٣٠,١٥%)، من مجموع (٢٧٢) تكراراً، تلتها فئة (مدى القدرة على الحصول على معلومات دقيقة) في المرتبة الثانية وسجلت (١٣) تكراراً ونسبة بلغت (٤,٧٨%)، بينما جاءت فئة (عدم مسؤولية قانون الاعلام على جميع الاعلاميين) في المرتبة الثالثة وحقت (٣٢) تكراراً ونسبة (١١,٧٦%)، في حين جاءت فئة (التركيز على الربح المادي وفق سياسة اعلانية) بالمرتبة الرابعة محققة (٢٧) تكراراً ونسبة مئوية بلغت (٩,٩٣%)، لتأتي فئة (اعتماد الاعلامي على موهبته الشخصية دون الخضوع للتدريب المهني المستمر) بالمرتبة الخامسة بواقع (٢٥) تكراراً ونسبة (٩,١٩%)، أما فئة (وجود مصادر للأخبار وجمع الحقائق) فقد حلت بالمرتبة السادسة وحصلت على (١٨) تكراراً ونسبة بلغت (٦,٦٢%)، تلتها فئة (امكانية الحفاظ على مصادر المعلومة والاحتفاظ بسريتها) بالمرتبة السابعة وسجلت (١٧) تكراراً ونسبة (٦,٢٥%)، في حين جاءت فئة (اتباع اسلوب التلفيق عبر نشر الشائعات) بالمرتبة الثامنة وسجلت (٣٣) تكراراً ونسبة مئوية بلغت (٧,٣٨%)، بينما جاءت فئة (عامل الزمن في السبق الصحفي) بالمرتبة التاسعة محققة (٩) تكراراً ونسبة مئوية بلغت (٣,٣١%)، واخيرا جاءت فئة (أخرى تذكر) بالمرتبة الاخيرة وسجلت (٥) تكرارات ونسبة مئوية بلغت (١,٨٣%).

ومن المعطيات الاحصائية نستنتج أن فئة السياسة التحريرية للقناة والضغط الواضحة لمساندة اتجاه معين، وفئة مدى القدرة على الحصول على معلومات دقيقة، تصدرت باقي الفئات الأخرى والخاصة بالضغط المؤثرة على عمل الإعلامي، وتعكس هذه النتيجة أن السياسة التحريرية التي تتبعها المؤسسة الإعلامية تُعد من أبرز العوامل المؤثرة في استقلالية الأداء الإعلامي ومصادقيته. كما كشفت النتائج عن وجود ضغوط واضحة تُمارس على الإعلاميين بهدف دفعهم إلى تبني توجهات سياسية أو أيديولوجية معينة، ما يؤثر سلباً على حياديتهم المهنية.

٩- حدد أهم الأدوار المهنية التي يتوجب على مقدمي البرامج الحوارية الالتزام بها.

العبارة	الاستجابات					المرجح	المعياري	مئوي	نوع	البيان
	نقد بشدة	نقد	حايد	نقد	ثبته					
1	ك	66	24	16	8	4	737	81	ق	توفير معلومات عن قضايا ذات أهمية في تثقيف الجمهور
	%	55	20	13.33	6.67					
2	ك	59	26	17	12		722	8	ق	الحرص على كشف قضايا الفساد ومراقبة ومتابعة اداء المسؤولين
	%	49.17	21.67	14.16	10					
3	ك	56	22	21	12	3	708	7	ق	تقديم الدعم اللازم لسياسة الدولة عبر التصدي للأخطار المحيطة بها
	%	46.67	18.33	17.5	10					
4	ك	52	26	19	12	3	714	7	ق	ارشاد الجمهور في الشؤون الاجتماعية وتعزيز دوره في التأثير في قضايا الرأي العام
	%	43.33	21.67	15.83	10	9				
5	ك	69	21	14	12	4	702	8	ق	منح الجمهور الفرصة الكافية للتعبير عن الرأي اتجاه القضايا وطرح وجهات النظر بحرية كاملة
	%	57.5	17.5	11.67	10	3				
6	ك	53	22	19	14	3	695	7	ق	تبني حالة التغيير المجتمعي عبر الالتزام بقيم عليا
	%	44.17	18.33	15.83	11.67					

م.د. عبدالله عبدالمجيد حسن
المعايير المهنية والاخلاقية لمعالجة قضايا الرأي في البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العراقية

7	مناقشة الموضوعات التي من شأنها جلب الجمهور عبر اشراكهم بالنقاش وبحرية كاملة	ك	49	26	20	14	3	681	7	ة
	%	40.83	21.67	16.67	11.67	9				
المجموع										
							5	708	1	جداً

الجدول (٩) يبين أهم الأدوار المهنية التي يتوجب على مقدمي البرامج الحوارية الالتزام بها. ن = (١٢٠).
يوضح الجدول السابق ان أهم الأدوار المهنية التي يتوجب على مقدمي البرامج الحوارية الالتزام بها يتم توضيحها وفق ما يأتي:

جاءت فئة (منح الجمهور الفرصة الكافية للتعبير عن الرأي اتجاه القضايا وطرح وجهات النظر بحرية كاملة) بالترتيب الأول بوسط مرجح (4.16) وبوزن مؤوي (83.2%)، يليها فئة (توفير معلومات عن قضايا ذات اهمية في تثقيف الجمهور) بالترتيب الثاني بوسط مرجح (4.13) وبوزن مؤوي (82.6%)، ثم فئة (الحرص على كشف قضايا الفساد ومراقبة ومتابعة اداء المسؤولين) بالترتيب الثالث بوسط مرجح (4) وبوزن مؤوي (80%)، بينما جاءت فئة (مناقشة الموضوعات التي من شأنها جلب الجمهور عبر اشراكهم بالنقاش وبحرية كاملة) بالترتيب السابع بوسط مرجح (3.73) وبوزن مؤوي (74.6%).
وتكشف لنا نتائج الجدول السابق أن المتوسط العام لدرجة أهم الأدوار المهنية التي يتوجب على مقدمي البرامج الحوارية الالتزام بها بلغ (٥,٣٥)، وبنسبة بلغت (١٠٧%) وهو مستوى كبيرة جداً.

ونستنتج من تحليل نتائج الجدول السابق ان درجة أهم الأدوار المهنية التي يتوجب على مقدمي البرامج الحوارية الالتزام بها يتمثل في أن مقدمو البرامج الحوارية يُعدون عنصراً محورياً في العملية الإعلامية، لما لهم من دور مهني يتجاوز مجرد إدارة النقاش، ليشمل تحقيق أهداف جوهرية تتعلق بالتثقيف والتنوير، ويتمثل أحد أبرز هذه الأدوار في إتاحة الفرصة الكافية للجمهور والمشاركين للتعبير عن آرائهم بحرية كاملة، خاصة تجاه القضايا العامة التي تمس الشأن المجتمعي، بما يسهم في تعزيز مبدأ المشاركة المجتمعية وتكريس ثقافة الحوار.

١٠- من وجهة نظرك ما مدى أهمية تمتع مقدمي البرامج الحوارية بالحرية في طرح المواضيع ومناقشتها؟

الجدول (١٠) يبين مدى أهمية تمتع مقدمي البرامج الحوارية بالحرية في طرح المواضيع ومناقشتها.

ت	الاستجابات	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة	درجة الحرية	قيمة كا ٢		مستوى الدلالة
						المحسوبة	الجدولية	
1	مهم جداً	88	73.33%	الأولى		91.4	5.99	دالة
2	مهمة	26	21.67%	الثانية				
3	غير مهمة	6	5%	الثالثة				
	المجموع	120	100%	–				

كشفت بيانات جدول (١٠) أن (٧٣,٣٣%) من أفراد عينة البحث يرون أن مقدمي البرامج الحوارية يتمتعون بتأثير رئيسي في طرح المواضيع ومناقشتها، بينما أشار (٢١,٦٧%) من أفراد عينة البحث أن مقدمي البرامج الحوارية يتمتعون بتأثير ثانوي في طرح المواضيع ومناقشتها، بالمقابل أشار (٥%) أفراد عينة البحث أن البرامج الحوارية ليس لها أي تأثير في طرح المواضيع ومناقشتها.

وبإجراء اختبار Chi-Square Tests تبين وجود فروق ذات دلالة احصائية في مدى أهمية تمتع مقدمي البرامج الحوارية بالحرية في طرح المواضيع ومناقشتها حيث بلغت قيمة كا ٢ المحسوبة (٩١,٤)، وهي أكبر من القيمة الجدولية (٥,٩٩) وهي دالة احصائية عند مستوى دلالة (٠,٠٥) ودرجة حرية (٢) ولصالح استجابة تأثير رئيسي. أي أن هناك اختلافات واضحة بين المبحوثين في مدى أهمية تمتع مقدمي البرامج الحوارية بالحرية في طرح المواضيع ومناقشتها. وتؤشر لنا هذه النتيجة أن مقدمي البرامج الحوارية يعدون من الفاعلين الرئيسيين في تشكيل الرأي العام، نظراً لما يتمتعون به من حضور إعلامي وتأثير مباشر على الجمهور، ولا يقتصر دورهم على عرض المعلومات أو إدارة الحوار فحسب، بل يمتد إلى توجيه النقاش العام من خلال اختيار الموضوعات، وتحديد زوايا الطرح، وأسلوب إدارة الضيوف والمداخلات.

١١- حدد المعايير المهنية الواجب الالتزام بها من قبل مقدمي البرامج الحوارية؟

الجدول (١١) يبين المعايير المهنية الواجب الالتزام بها من قبل مقدمي البرامج الحوارية. ن= (١٢٠)

العبارة	الاستجابات					مرجح	راف	مئوي	نوي	تية
	ك	بشدة	تفق	حايد	تفق	تددة				
1	التعاطي مع الجمهور والنظر في مشاكلهم	ك	78	16	13	8	5	8	جداً	
		%	65	13.33	10.83	6.67	4			
2	التفريق بين الرأي والخبر	ك	75	18	12	11		8	جداً	
		%	62.5	15	10	9.17	3			
3	اعطاء فرصة الرد للمتضرر بشكل واضح	ك	67	14	15	13		7	قليلة	
		%	55.83	11.67	12.5	10.83	9			
4	تجنب الانحياز او التعاطف مع اي طرف	ك	62	17	19	14		7	قليلة	
		%	51.67	14.17	15.83	11.67	6			
5	طرح الآراء بطريقة متوازنة	ك	58	20	17	15		7	قليلة	1
		%	48.33	16.67	14.17	12.5	8			
6	الاحترام الكامل للخصوصية	ك	54	22	18	14		7	قليلة	1
		%	45	18.33	15	11.67				
7	تجنب تجزئة الحقيقة او تحريفها	ك	73	19	14	8		8	جداً	
		%	60.83	15.83	11.67	6.67				
8	نسب المعلومة الى مصدرها الصحيح الموثوق	ك	51	25	21	12		7	قليلة	1
		%	42.5	20.83	17.5	10	9			
9	توخي الامانة في عرض المواد القلمية والرسوم والصور	ك	56	20	18	14		7	قليلة	1
		%	46.67	16.67	15	11.66				

10	احترام الذوق العام	ك	65	20	12	14	3	75	ة		
		%	54.17	16.67	10	11.66					
11	احترام قرارات القضاء وعدم التأثير عليه	ك	74	18	13	9	4	84	جداً		
		%	61.67	15	10.83	7.5					
12	توخي المصادقية في التقارير التلفزيونية بكل اشكالها	ك	64	21	15	12	4	80	ة		
		%	53.33	17.5	12.5	10					6
13	احترام حقوق الملكية الفكرية وعدم انتهاكها	ك	53	25	21	12	3	70	ة	1	
		%	44.17	20.83	17.5	10					
14	الابتعاد عن استخدام العناوين الخادعة	ك	55	27	19	9	3	70	ة	1	
		%	45.83	22.5	15.83	7.5					8
15	تجنب التشهير في الخصوم والمنافسين	ك	66	19	14	12	4	80	ة		
		%	55	15.83	11.67	10					
16	احترام الافكار السياسية والاتجاهات الفكرية والدينية وعدم الاساءة لها	ك	56	24	17	12	3	70	ة	1	
		%	46.67	20	14.17	10					9
17	التحلي بثقافة الاعتراف بالخطأ ومعرفة الصواب	ك	64	21	13	11	3	75	ة		
		%	53.33	17.5	10.83	9.17					9
				المجموع					75	ة	

يوضح الجدول السابق (١١) ان المعايير المهنية الواجب الالتزام بها من قبل مقدمي البرامج الحوارية يتم توضيحها وفق ما يأتي:

جاءت فئة (التعاطي مع الجمهور والنظر في مشاكلهم) بالترتيب الأول بوسط مرجح (٤,٢٨) وبوزن مؤوي (٨٥,٦%)، يليها فئة (التفريق بين الرأي والخبر) بالترتيب الثاني بوسط مرجح (٤,٢٤) وبوزن

مئوي (٨٤,٨%)، ثم فئة (تجنب تجزئة الحقيقة او تحريفها، احترام قرارات القضاء وعدم التأثير عليه) بالترتيب الثالث بوسط مرجح (4.21) وبوزن مئوي (84.2%)، بينما جاءت فئة (الاحترام الكامل للخصوصية، نسب المعلومة الى مصدرها الصحيح الموثوق) بالترتيب الرابع عشر بوسط مرجح (3.77) وبوزن مئوي (75.4%).

وتكشف لنا نتائج الجدول السابق أن المتوسط العام لدرجة المعايير المهنية الواجب الالتزام بها من قبل مقدمي البرامج الحوارية بلغ (٣,٩٧)، ونسبة بلغت (٧٩,٤%) وهو مستوى كبيرة.

ونستنتج من تحليل نتائج الجدول السابق أن المعايير المهنية تُعد من الركائز الأساسية التي ينبغي على مقدمي البرامج الحوارية الالتزام بها لضمان المصداقية والمهنية في الطرح الإعلامي، وهناك تفاوت في درجة الالتزام بهذه المعايير؛ إذ يُلاحظ أن بعض المعايير تحظى باهتمام أكبر من غيرها، ومن أبرز هذه المعايير: التفاعل مع الجمهور والنظر في مشكلاتهم، والتفريق بين الرأي والخبر، حيث يُتوقع من مقدم البرنامج أن يوضح للمشاهد الفرق بين ما يُمثل وجهة نظر شخصية وما يُعد حقيقة إخبارية قابلة للتحقق، كما يُعد تجنب تجزئة الحقيقة أو تحريفها معياراً أساسياً في المحافظة على نزاهة المحتوى الإعلامي، إلى جانب احترام قرارات السلطة القضائية وعدم التأثير على مسار العدالة، الأمر الذي يُعد جزءاً من الالتزام بمبدأ الفصل بين السلطات.

في المقابل، تظهر بعض أوجه القصور في معايير مهنية أخرى لم تلق ذات المستوى من الالتزام، ومن أبرزها: احترام الخصوصية، حيث تُسجل ملاحظات على تجاوز بعض البرامج للحدود المقبولة في التطرق إلى الحياة الشخصية للأفراد دون مبرر مهني واضح. كما يُسجل ضعف في نسبة المعلومات إلى مصادرها الصحيحة والموثوقة، مما يؤثر سلباً على مصداقية البرامج، ويضعف ثقة الجمهور بها.

١٢- حدد دور الاعلامي النجم في قيادة البرامج الحوارية ؟

الجدول (١٢) يبين دور الاعلامي النجم في قيادة البرامج الحوارية. ن=(١٢٠)

العبارة	الاستجابات					مرجح	راف المعيار	مئوي	ن	ت
	فق بشدة	فق	حايد	اتفق	شدة					
1 اصفاء عنصري الجانبية والحضور على البرنامج	ك	75	15	14	10	6	4	8	ة	
	%	62.5	12.5	11.67	8.33					

2	يرفد القناة التلفزيونية بمردود مالي من جراء الإعلانات	ك	66	19	13	13	8	ة	
		%	55	15.83	10.83	10.83			
3	طريقة جديدة لضمان متابعة الجمهور	ك	73	16	13	12	4	ة	
		%	60.83	13.33	10.83	10			
4	عدم الالتزام بالقواعد المهنية وقيادة الحوار حسب رأيته	ك	78	19	11	8	4	جداً	
		%	65	15.83	9.17	6.67			
5	الانحياز للرأي الشخصي والدفاع عن وجهة نظره	ك	58	22	15	13	3	ة	
		%	48.33	18.33	12.5	10.83			
6	الاصرار على المشاركة في الاجابة على سؤاله (مقاطعة الضيف).	ك	57	27	15	12	3	ة	
		%	47.5	22.5	12.5	10			
7	يجعل من البرنامج وسيلة طاردة للجمهور	ك	53	25	16	14	3	ة	
		%	44.17	20.83	13.33	11.67			
المجموع.							4	8	ة

يوضح الجدول السابق (١٢) ان دور الاعلامي النجم في قيادة البرامج الحوارية يتم توضيحها وفق ما يأتي:

جاءت فئة (عدم الالتزام بالقواعد المهنية وقيادة الحوار حسب رأيه) بالترتيب الأول بوسط مرجح (٤,٣٢) وبوزن متوي (٨٦,٤%)، يليها فئة (اضفاء عنصري الجاذبية والحضور على البرنامج) بالترتيب الثاني بوسط مرجح (٤,١٩) وبوزن متوي (٨٣,٨%)، ثم فئة (طريقة جديدة لضمان متابعة الجمهور) بالترتيب الثالث بوسط مرجح (٤,١٥) وبوزن متوي (٨٣%)، بينما جاءت فئة (يجعل من البرنامج وسيلة طاردة للجمهور) بالترتيب السابع بوسط مرجح (٣,٧٧) وبوزن متوي (٧٥,٤%).

وتكشف لنا نتائج الجدول السابق أن المتوسط العام لدرجة دور الاعلامي النجم في قيادة البرامج الحوارية بلغ (٤,٠٣)، ونسبة بلغت (٨٠,٦%) وهو مستوى كبيرة.

ونستنتج من تحليل نتائج الجدول السابق ان دور الاعلامي النجم في قيادة البرامج الحوارية يتمثل في

١٣-الجوانب الايجابية للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية.

الجدول (١٣) يبين الجوانب الايجابية للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية.

ت	الجوانب الإيجابية	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
1	تم تخصيص مساحة كافية لمناقشة القضايا	72	16.40%	الثانية
2	انتقاء موضوعات ذات طابع جماهيري	36	8.20%	السابعة
3	القيام بربط البرامج بالقضايا القومية	18	4.10%	التاسعة
4	طرح وجهات نظر مختلفة ومتباينة	88	20.05%	الأولى
5	منحت الجمهور حق المشاركة	27	6.15%	الثامنة
6	منحت اوقات متوازنة ومتكافئة للضيوف	54	12.30%	الرابعة
7	توعية الجمهور بأهمية القضايا وخطورتها	63	14.35%	الثالثة
8	تشكيل الآراء اتجاه القضايا بنزاهة وكفاءة	44	10.02%	الخامسة
9	التحلي بالموضوعية في تناول القضايا	37	8.43%	السادسة
	المجموع	439	100%	-

كشفت نتائج الجدول (١٣) والخاصة بالجوانب الايجابية الإيجابية للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية، وتبين أن فئة (طرح وجهات نظر مختلفة ومتباينة) حلت بالمرتبة الأولى بواقع (٨٨) تكراراً ونسبة مئوية قدرها (٢٠,٠٥%)، من مجموع (٤٣٩) تكراراً، تلتها فئة (تم تخصيص مساحة كافية لمناقشة القضايا) في المرتبة الثانية وسجلت (٧٢) تكراراً ونسبة بلغت (١٦,٤٠%)، بينما جاءت فئة (توعية الجمهور بأهمية القضايا وخطورتها) في المرتبة الثالثة وحقت (٦٣) تكراراً ونسبة (١٤,٣٥%)، في حين جاءت فئة (منحت اوقات متوازنة ومتكافئة للضيوف) بالمرتبة الرابعة محققة (٥٤) تكراراً ونسبة مئوية بلغت (١٢,٣٠%)، لتأتي فئة (تشكيل الآراء اتجاه القضايا بنزاهة وكفاءة) بالمرتبة الخامسة بواقع

(٤٤) تكراراً ونسبة (١٠,٠٢%)، أما فئة (التحلي بالموضوعية في تناول القضايا). فقد حلت بالمرتبة السادسة وحصلت على (٣٧) تكراراً ونسبة بلغت (٨,٤٣%)، تلتها فئة (انتقاء موضوعات ذات طابع جماهيري) بالمرتبة السابعة وسجلت (٣٦) تكراراً ونسبة (٨,٢٠%)، في حين جاءت فئة (منحت الجمهور حق المشاركة). بالمرتبة الثامنة وسجلت (٢٧) تكراراً ونسبة مئوية بلغت (٦,١٥%)، واخيراً جاءت فئة (القيام بربط البرامج بالقضايا القومية) بالمرتبة الأخيرة وسجلت (١٨) تكراراً ونسبة مئوية بلغت (٤,١٠%).

١٤- الجوانب السلبية للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية.

الجدول (١٤) يبين الجوانب السلبية للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية.

ت	الجوانب السلبية	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
1	تجاوزات لا اخلاقية في طرح القضايا	44	9.48%	السادسة
2	مبالغة مقدم البرنامج بالتدخل في طرح رأيه	103	22.20%	الأولى
3	الاعتماد بشكل مباشر على اثاره الخلافات	62	13.36%	الثالثة
4	تبني اراء تحريضية والحث على التمييز والاقصاء	27	5.82%	الثامنة
5	الاعتماد على اسلوب الاثارة في طرح القضايا	46	9.91%	الخامسة
6	عدم التوازن في انتقاء ضيوف البرنامج	25	5.39%	التاسعة
7	عدم مراعات آداب الحوار	58	12.5%	الرابعة
8	استخدام الفاظ نابيه وجارحة في البرنامج	35	7.54%	السابعة
9	عدم منح حق الرد والتصحيح للمتضرر	64	13.79%	الثانية
	المجموع	464	100%	-

كشفت نتائج الجدول (١٤) والخاصة بالجوانب الايجابية الإيجابية للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية، وتبين أن فئة (مبالغة مقدم البرنامج بالتدخل في طرح رأيه) حلت بالمرتبة الأولى بواقع (١٠٣) تكراراً ونسبة مئوية قدرها (٢٢,٢٠%)، من مجموع (٤٦٤) تكراراً، تلتها فئة (عدم منح حق الرد

والتصحيح للمتضرر) في المرتبة الثانية وسجلت (٦٤) تكراراً ونسبة بلغت (١٣,٧٩%)، بينما جاءت فئة (الاعتماد بشكل مباشر على اثاره الخلافات) في المرتبة الثالثة وحقت (٦٢) تكراراً ونسبة (١٣,٣٦%)، في حين جاءت فئة (عدم مراعات آداب الحوار) بالمرتبة الرابعة محققة (٥٨) تكراراً ونسبة مئوية بلغت (١٢,٥%)، لتأتي فئة (الاعتماد على اسلوب الاثارة في طرح القضايا) بالمرتبة الخامسة بواقع (٤٦) تكراراً ونسبة (٩,٩١%)، أما فئة (تجاوزات لا اخلاقية في طرح القضايا) فقد حلت بالمرتبة السادسة وحصلت على (٤٤) تكراراً ونسبة بلغت (٩,٤٨%)، تلتها فئة (استخدام الفاظ نابيه وجارحة في البرنامج) بالمرتبة السابعة وسجلت (٣٥) تكراراً ونسبة (٧,٥٤%)، في حين جاءت فئة (تبني اراء تحريضية والحث على التمييز والاقصاء) بالمرتبة الثامنة وسجلت (٢٧) تكراراً ونسبة مئوية بلغت (٥,٨٢%)، واخيراً جاءت فئة (عدم التوازن في انتقاء ضيوف البرنامج) بالمرتبة الاخيرة وسجلت (٢٥) تكراراً ونسبة مئوية بلغت (٥,٣٩%).

النتائج العامة للبحث:

١_ أظهرت نتائج البحث وجود مشاهدة مرتفعة للبرامج الحوارية الفضائية (التوك شو) حيث بلغت نحو ٨٨٪ من عينة البحث كما سجلت وجود قنوات و برامج ملتزمة و أخرى غير مهنية تشهد تجاوزات سواءاً من الضيف او المذيع .

٢_ أشارت نتائج البحث الى وجود حالة تنوع الضيوف و عرض الآراء بموضوعية مما ينعكس إيجاباً على مشاهدي القنوات .

٣_ أظهرت نتائج البحث و بنسبة ٧٧٪ من عينة المبحوثين عن وجود تجاوزات مهنية و قد تصل إلى اللاأخلاقية .

٤_ عبرت عينة المبحوثين عن وجود ضغوط تقع على الإعلامي في ممارسته لمهنته تتمثل بالسياسة التحريرية و ملكية القناة و عوامل ضاغطة أخرى ، عبر عن ذلك نحو ٨٦٪ المبحوثين..

٥_ أعتبر الاعلاميون المبحوثون و بنسبة ٧٧٪ إن المساحة المتاحة من الحرية للإعلامي تسهم إيجاباً في معالجة القضايا.

٦_ أجمع ٧١٪ من المبحوثين إن التواصل مع الجمهور هو من أهم المعايير الأخلاقية و المهنية التي يتوجب على الإعلامي الالتزام بها.

٧_ تباينت آراء المبحوثين تجاه اعتماد البرامج الحوارية في القضايا على النجم الإعلامي حيث ترى نسبة ٦١٪ إنها جاذبة و من شأنها رفع نسبة المشاهدة فضلاً عن توفير دخل اعلاني إضافي فيما يرى ٣٩٪ إنها تسهم في فقدان البرامج الحوارية لموضوعيتها .

٨_ جاءت تقييمات المبحوثين للبرامج الحوارية في الفضائيات العراقية بجملة من الإيجابيات عبر تخصيص مساحة لقضايا الرأي بلغت نسبة ٣٠٪

٩_ يرى المبحوثون أن البرامج الحوارية يمكن أن تعتمد كوسيلة معالجة للقضايا منها تفعيل موثيق الشرف الإعلامي .

المراجع

- ١- احمد مزهر عليوي، عبد الهادي احمد عبد الهادي، و اسماعيل محمود حسن. (ت ١، ٢٠٢١). دور مضامين الاخبار التلفزيونية في القنوات الفضائية العراقية في تعزيز تفاعلية مستهلكها في شبكات التواصل الاجتماعي/مجلد ٣٢/ العدد ٣٢/ الجزء الخامس. مجلة وادي النيل للدراسات والبحوث الانسانية والاجتماعية والتربوية، الصفحات ص ١٣٢-١٣٦.
- ٢- حاتم جسام الجميلي. (١ ك ١، ٢٠٢٤). التماس سائقي الأجرة للمعلومات المرورية من الإذاعة المحلية المسموعة وانعكاسه على وعيهم المروري. مجلة سر من رأى للدراسات الانسانية/مجلد ٢٠/ عدد ٨٢، صفحة ص ٣٣٠.
- ٣- حاتم جسام الجميلي. (١ حزيران، ٢٠٢٥). اتجاهات الدبلوماسيين العراقيين نحو توظيف البرامج التلفزيونية في بناء السمعة الدولية للعراق. مجلة كلية القلم الجامعة/ مجلد التاسع/ العدد ١٨، صفحة ص ١٢٣.
- ٤- حامد شهاب. (٢٠١٦). فن تسريب الاخبار والحرب النفسية ٢٠١٦. بغداد: دار الجواهري للنشر.
- ٥- حسن عماد مكايي. (٢٠٠٦). اخلاقيات العمل الاعلامي، دراسة مقارنة (المجلد الرابعة). القاهرة: دار المصرية اللبنانية.
- ٦- حميدة سميسم. (آذار، ١٩٩٤). مفهوم الخطاب الدعائي. صفحة ص ١٩.
- ٧- راضي رشيد الجبوري. (١ حزيران، ٢٠١٨). دور البرامج التلفزيونية الثقافية في تنمية معارف وخبرات طلبة الجامعات العراقية برنامج خواطر أنموذجاً/دراسة تحليلية ميدانية/ العدد ٢١. المجلة العربية لبحوث الاعلام والاتصال.
- ٨- رباب عبد الرحمن هاشم. (٢٠١٢). دور برامج الحوار التلفزيونية المقدمة بالقنوات الحكومية والخاصة في تشكيل اتجاهات الجمهور. المجلة المصرية لبحوث الإعلام ، ع ٤٢، الصفحات ص ١٢-١٣.

٩- شيماء مصطفى. (آب، ٢٠١٧). البرامج الحوارية ودورها في تشكيل القيم السياسية للجمهور/ المجلد ١٨/ العدد ٢. مجلة البحث العلمي في الآداب/ جامعة عين شمس، صفحة ص ١١١.

١٠- عبد المحسن سلمان الشافعي. (٢٠٢٢). المحتوى الاعلامي في القنوات الفضائية العراقية ومدى الالتزام باخلاقيات الاعلام/ قناة الشرقية انموذجاً. مجلة الباحث الاعلامي / كلية الاعلام/ جامعة بغداد/ العدد ٤٤/، صفحة ص ٩٣-١٢٤.

١١- علياء هيجان صكبان. (٢ حزيران، ٢٠٢٣). تقييم الاداء الاعلامي لمقدمي البرامج السياسية في القنوات الفضائية العراقية/ المجلد ٧/ العدد ٢. مجلة كلية الامام الكاظم (ع).

١٢- وفاء عبد الخالق ثروت. (٢٠٠٨). دور البرامج الحوارية في التلفزيون المصري في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو التعديلات الدستورية. المجلة المصرية لبحوث الرأي العام/ العدد الثاني/ المجلد التاسع، الصفحات ص ٤٦٥-٥٢٥.

الهوامش

- (*) ١- أ.د. دحام علي حسين العبيدي/ أستاذ الإذاعة والتلفزيون/ كلية الاعلام جامعة كركوك
- ٢- أ.م.د. حاتم جسام محمد الجميلي/ أستاذ الإذاعة والتلفزيون المساعد/ كلية الاعلام/ جامعة كركوك
- ٣- أ.م.د. جواد محمد أمين عيسى/ أستاذ الإذاعة والتلفزيون المساعد/ كلية الاعلام/ جامعة كركوك
- (*) ii يتضح ان عدد التكرارات يبلغ (٣٧٩)، بينما حجم عينة البحث هي (١٢٠)، ويرجع سبب ارتفاع عدد التكرارات كون الإجابة على هذا السؤال كانت تسمح باختيار أكثر من بديل.
- (*) iii يتضح ان عدد التكرارات يبلغ (٣٧٠)، بينما حجم عينة البحث هي (١٢٠)، ويرجع سبب ارتفاع عدد التكرارات كون الإجابة على هذا السؤال كانت تسمح باختيار أكثر من بديل.
- (*) iv يتضح ان عدد التكرارات يبلغ (٤٤٧)، بينما حجم عينة البحث هي (١٢٠)، ويرجع سبب ارتفاع عدد التكرارات كون الإجابة على هذا السؤال كانت تسمح باختيار أكثر من بديل.
- (*) v يتضح ان عدد التكرارات يبلغ (٢٧٢)، بينما حجم عينة البحث هي (١٢٠)، ويرجع سبب ارتفاع عدد التكرارات كون الإجابة على هذا السؤال كانت تسمح باختيار أكثر من بديل.