

## دور البرامج الحوارية التلفزيونية في تشكيل الوعي السياسي لدى طلبة جامعة ديالى د. دحام علي حسين العبيدي

جامعة ديالى - كلية القانون والعلوم السياسية

### مستخلص

استهدف البحث دراسة تعرض الشباب الجامعي من الطلاب والطالبات للبرامج الحوارية التي تعرضها القنوات التلفزيونية الفضائية، لما تمثله هذه البرامج من أهمية كبيرة في تشكيل معارف الجمهور بشكل عام والشباب بشكل خاص بما تطرحه من آراء وأفكار إزاء مختلف القضايا التي تهم الراي العام، وذلك من خلال تطبيق دراسة مسحية على عينة من طلبة جامعة ديالى، وعرض الباحث نظرية الاعتماد على المعلومات التي تقدمها وسائل الإعلام لتحقيق أهداف الجمهور وإشباع حاجاته. والفروض التي تقدمها النظرية، والآثار المترتبة على الاعتماد على وسائل الإعلام. وتم تحديد مشكلة البحث من خلال دراسة تعرض طلاب وطالبات جامعة ديالى للبرامج الحوارية وقياس دور هذه البرامج بعدها إحدى وسائل للتعبير عن الآراء لتشكيل معارف الجمهور تجاه القضايا السياسية، ذلك لما تقدمه هذه البرامج من آراء بشأن مختلف القضايا السياسية التي تعد محل اهتمام الجمهور العراقي. وقد تم تحديد النوع الاجتماعي كمتغير مستقل وعلاقته مع نوع البرامج، والمحتوى الذي يتم التعرض فيه، والأسباب والإشباع المتحققة جراء التعرض للبرامج الحوارية.

واعتمدت الدراسة على منهج المسح، وقد اعتمد الباحث أسلوب العينة العشوائية، وبلغ حجم العينة (١٨٠) مفردة موزعة على الطلاب والطالبات بالتساوي. ولمعالجة البيانات الإحصائية تم حساب التكرارات البسيطة، والنسب المئوية، واستخدام اختبار مربع كا ٢ لقياس العلاقة مع المتغيرات، ومعامل ارتباط بيرسون لأجراء الثبات. وقد خلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

- ١- عدم وجود فروق دالة إحصائية بين متغير الجنس ومدى مشاهدة البرامج الحوارية التي تعرضها القنوات التلفزيونية الفضائية.
- ٢- وجود فروق دالة إحصائية بين متغير الجنس وأسباب عدم مشاهدة البرامج الحوارية التي تعرضها القنوات التلفزيونية الفضائية.
- ٣- عدم وجود فروق دالة إحصائية بين متغير الجنس وأسباب مشاهدة البرامج الحوارية.
- ٤- عدم وجود فروق دالة إحصائية بين متغير الجنس والقضايا التي يحرص الجمهور على متابعتها من خلال البرامج الحوارية.
- ٥- عدم وجود فروق دالة إحصائية بين متغير الجنس ومدى ثقة الجمهور بالبرامج الحوارية.

The role of television talk shows in the formation of awareness politically at  
Diyala University Students  
Dr. Daham Ali Hussein al-Obeidi  
Diyala University/ College of Law and Political Science

## Abstract

The study aimed to exposure young university students and students talk programs offered by satellite TV exposure, as it represents these programs great importance In formation Public Knowledge in general And the youth in private Including Posed From Opinions And ideas About Different Issues Raised Which Charges Opinion, And that Through Application Study Survey To Sample From Students of Diyala University , the Researcher display Public Accrediting Theory To Information Which Provided Means Media To achieve Objectives And satisfy Needs And hypotheses .The Problem Search was Determined Through Study of students of Diyala University exposure Programs Talk And measured Role These Programs As One Means To express their Views In Formation Knowledge ? Against Political Issues, That What Provided These Programs Different Opinions about Different Political Issues Which consider Public Interest for Iraqi people. The Determination Type ( Gender ) Variable Independent And its relationship With Type Programs , The Achieved By the Exposure Programs Talk And adopted The study To Use of Method Survey , The Adopted Researcher Style Sample Random , The total Size Sampler (180) Single Distributed To Students Male and female Evenly . To address Data Statistical Account the data Statistics and percentages and the use of Ca 2 square test to measure the relationship with the variables, and Pearson correlation coefficient to conduct stability.

### **The study was summarized to some results:**

1. Not Presence Differences Function Statistically between Variable Gender And the extent of Show Programs Talk Which Exposure TV Channels.
2. There are significant differences between the sex variable and the reasons for not watch talk shows offered by TV satellite.
3. Not Presence Differences Function Statistically Between Variable Gender the reasons Show Talk Programs.
4. Not Presence Differences Function Statistically between Variable Gender the issues that the public are keen to follow the programs talk shows.
5. Not Presence Differences Function Statistically between Variable Gender And the extent of public confidence in the talk show programs.

**المقدمة :**

في ظل تعدد القنوات الفضائية وانتشار البرامج الحوارية وتعدددها ضمن القناة الواحدة واكتساب الكثير منها شعبية كبيرة، إذ أصبحت منبرا للتعبير عن الرأي تجاه مختلف القضايا التي تواجه المجتمع خاصة السياسية منها في وقت تكثر فيه الصراعات السياسية مستخدمة وسائل الإعلام لتحقيق أهدافها ولتوضيح أفكارها أمام الراي العام سعياً منها للتأثير فيه وضمه لجانبها . لذلك تلجأ المؤسسات الأكاديمية والإعلامية الى دراسة هذه البرامج، وتعد دراستنا هذه ضمن هذا السياق بهدف التعرف على دور البرامج الحوارية التي يتم عرضها من خلال القنوات الفضائية في تشكيل معارف الجمهور بشكل عام والشباب الجامعي بشكل خاص ازاء القضايا السياسية، ايماناً من الباحث بأهمية الاعلام بشكل عام والبرامج الحوارية بشكل خاص في التأثير على معارف الجمهور المتلقي من خلال تزويده بالمعلومات التي تمكنه من فهم ما يدور حوله ومن ثم تمكينه من تكوين رأي بشأن القضايا السياسية المطروحة. ذلك لما تتصف به من خصوصية تميزها عن باقي البرامج التلفزيونية.

**مشكلة البحث:** يعد الوعي السياسي لدى الأفراد الخطوة الأولى والأساس الذي تبنى عليه المشاركة السياسية ومن ثم عملية اختيار المرشحين في الانتخابات، لذلك فأن تنمية الوعي السياسي وزيادة معارف الجمهور بشكل عام والشباب الجامعي بشكل خاص يعد من الأهمية الكبيرة لبناء مجتمع واعٍ سياسياً خاصة في ظل الظروف التي يعيشها المجتمع العراقي ، وفي هذا الإطار يؤدي الإعلام دوراً بارزاً في تشكيل الوعي السياسي للشباب الجامعي من خلال تزويدهم بالمعلومات حول الوضع السياسي بما يسهم في تكوين ثقافتهم السياسية ، ولما كانت البرامج الحوارية التلفزيونية بما تقدمه من وجهات نظر مختلفة تجاه مختلف القضايا السياسية في البلد، وبما تمتلكه من عناصر التأثير إذ تعد من أبرز البرامج التي تهتم بعرض الرأي السياسي . فإن مشكلة البحث تتجسد في قياس دور هذه البرامج بعدها إحدى وسائل

التعبير عن الآراء لتشكيل الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي وذلك لما تقدمه من آراء مختلفة حول مختلف القضايا السياسية التي تعد محل اهتمام الجمهور العراقي . ويمكن صياغة المشكلة من خلال إثارة التساؤلات الآتية التي يسعى الباحث من خلال بحثه الإجابة عنها:

- ١- ما معدل تعرض الشباب الجامعي للبرامج الحوارية التي تعرضها القنوات الفضائية.
- ٢- ماهي أسباب تعرض الجمهور لتلك البرامج.
- ٣- ما أهم البرامج الحوارية التي يحرص الجمهور على متابعتها .
- ٤- ما الموضوعات والقضايا التي يحرص الجمهور على متابعتها في البرامج الحوارية.
- ٥- ما مدى ثقة الجمهور ورضاه عن مستوى البرامج الحوارية التي تعرضها القنوات الفضائية.

**أهمية البحث:** تكمن أهمية البحث في التعرف على البرامج الحوارية بعدّها من البرامج المهمة التي تهتم بعرض ونقل الآراء حول مختلف القضايا السياسية والاجتماعية المطروحة والتي تسهم في تنمية معارف الجمهور السياسية من خلال ما تقدم من آراء ووجهات نظر متعددة الى الجمهور والتي تساعده في تشكيل رأيه إزاء هذه القضايا محل النقاش، وتأثير ذلك على مجريات الامور في البلد في ظل الظروف التي تشهدها الساحة السياسية العراقية، لذلك تنبع أهمية هذا البحث من محاولته التعرف على مدى مشاهدة افراد الجمهور من الشباب لهذه البرامج، ودوافعه من مشاهدتها وكذلك مدى رضاه ورأيه في ما تقدمه هذه البرامج وعلاقة ذلك في تشكيل معارفه إزاء مختلف القضايا السياسية.

**أهداف البحث:** يهدف البحث الى إجراء دراسة ميدانية على جمهور البرامج الحوارية في القنوات الفضائية من الشباب الجامعي وذلك بهدف التوصل الى ما يأتي:-

١. معرفة مدى إقبال الشباب على متابعة البرامج الحوارية التي تعرضها القنوات الفضائية العراقية والعربية والاجنبية.
٢. تحديد حجم مشاركة الشباب في هذه البرامج.
٣. التعرف على رأي الجمهور من الشباب بهذه البرامج ومدى ثقته بها.
٤. التعرف على مدى تأثير البرامج الحوارية على اتجاهات ومعارف الجمهور السياسية.

فروض البحث: يسعى الباحث من خلال البحث التحقق من صحة الفروض الآتية: نوع البحث ومنهجه: يعد هذا البحث من البحوث الوصفية التي تهدف إلى تحليل وتقويم ظاهرة معينة، وانسجاماً مع مقتضيات البحث وطبيعته الإجرائية فقد أتبع الباحث المنهج المسحي لجمع البيانات المطلوبة والوصول إلى النتائج المرجوة، وفي إطاره تم استخدام أسلوب المسح الميداني على عينة من الشباب الجامعي لمعرفة حجم مشاهدتهم للبرامج الحوارية التي تعرضها القنوات الفضائية وأهم العوامل المؤثرة في ذلك.

مجتمع البحث: يشمل مجتمع البحث عينة قوامها ١٨٠ مفردة تم توزيعها بطريقة عشوائية على طلبة جامعة ديالى، وقد شمل التوزيع "كلية القانون والعلوم السياسية، وكلية التربية للعلوم الإنسانية، وكلية الهندسة، وكلية العلوم"، للمدة الزمنية من ١-٤-٢٠١٣ لغاية ١-٦ من العام نفسه.

الجدول (١) عينة الدراسة وتوزيعها حسب متغير الجنس والتخصص العلمي. جدول

المجموع		علوم صرفة		علوم انسانية		الجنس
%	ت	%	ت	%	ت	
٥٠	٩٠	٤٠	٣٦	٦٠	٥٤	ذكور
٥٠	٩٠	٤٠	٣٦	٦٠	٥٤	اناث
١٠٠	١٨٠	٤٠	٧٢	٦٠	١٠٨	المجموع

أداة جمع البيانات: تم جمع البيانات من خلال استخدام استمارة الاستبيان وقد تكونت الاستمارة من (١٧) سؤالاً بعد اختبارها للتأكد من صدقها وثباتها. فضلاً عن البيانات الديموغرافية للطلبة، وتضمنت أسئلة مغلقة وأسئلة مفتوحة بما يحقق أهداف البحث.

الصدق والثبات: تم تحقيق الصدق من خلال عرض استمارة الاستبيان على مجموعة من المحكمين المختصين في الاعلام والعلوم السياسية \*، وذلك للتأكد من صلاحيتها، كما تم اجراء اختبار اولي على عينة من مجتمع البحث للتأكد من وضوح الاسئلة، وبناء على الاختبار وراي المحكمين تم إعادة ترتيب وصياغة بعض الاسئلة، وتم استخدام معامل بيرسون لأجراء الثبات من خلال إعادة توزيع الاستبيان على ١٠% من عينة البحث بعد ثلاثة أسابيع من تنفيذ الدراسة الميدانية، وكانت نسبة الثبات ٨٧,٥% وهي نسبة جيدة تدل على عدم وجود اختلاف كبير في

إجابات المبحوثين، إذا أخذنا في الاعتبار إن الدراسة تتعامل مع آراء واتجاهات تتسم بالتغيير.

أساليب المعالجة الإحصائية: لمعالجة البيانات احصائياً لجأ الباحث الى الاختبارات والمعاملات الاحصائية الآتية :

١. التكرارات البسيطة والنسب المئوية.

٢. مربع كا ٢ لقياس العلاقة مع المتغيرات.

٣. معامل ارتباط بيرسون.

الدراسات السابقة: تناولت العديد من الدراسات العربية والاجنبية السابقة موضوع الوعي السياسي وعلاقته بوسائل الإعلام وتأثير ذلك على المشاركة السياسية للجمهور بشكل عام والشباب الجامعي بشكل خاص . ونشير هنا الى مجموعة من هذه الدراسات والتي تُعد الأقرب لدراستنا :-

١- دراسة حنان محمد اسماعيل، "دور المادة الاخبارية التلفزيونية في تدعيم مفهوم المشاركة السياسية لدى شباب القاهرة الكبرى" (١). هدفت الدراسة الى التعرف على دور المادة الإخبارية التلفزيونية في تدعيم المشاركة السياسية لدى الشباب، وقد استخدمت الدراسة منهج المسح على عينة من الشباب في القاهرة شملت ٤٢٠ مفردة من خلال استمارة استبيان. وقد توصلت الى مجموعة من النتائج ابرزها: اعتماد نسبة كبيرة من العينة على التلفزيون في الحصول على الاخبار .

- ارتفاع نسبة الاهتمام السياسي لدى افراد العينة إذ اشار ٣٠% انهم يهتمون جداً، و ٦٠% يهتمون الى حد ما.

- انخفاض نسبة المشاركين في العملية الانتخابية إذ اشار ٧٥% بعدم التصويت الانتخابات مقابل ٢٥% من المصوتين.

- أظهرت النتائج ضعف دور متابعة الاخبار التلفزيونية في الانتخابات.

- ضعف الانتساب للأحزاب السياسية بين أفراد العينة إذ ن نسبة عدم المنتمين للأحزاب السياسية بلغت ٩٣% من أفراد العينة.

٢- دراسة محمد عبد الوهاب الفقيه، "دور التلفزيون اليمني في تزويد الشباب بالمعلومات السياسية"<sup>(٢)</sup>. هدفت الدراسة الى معرفة دور

التلفزيون في تزويد الشباب اليمني بالمعلومات السياسية، وقد سعت الدراسة الى معرفة القضايا التي تستحوذ على اهتماماتهم، واستخدمت الدراسة منهج المسح من خلال مسح تحليلي للمضمون الإخباري والسياسي بالتلفزيون اليمني، بالإضافة الى مسح عينة من شباب مدينة صنعاء، وقد شملت العينة ٤٠٠ مفردة كانت نسبة الطلبة فيها ١٣% وقد توصلت الدراسة الى عدة نتائج اهمها:

- بلغت نسبة الذين يشاهدون التلفزيون اليمني من المبحوثين ٨٤%.

- حلّ التلفزيون اليمني في المرتبة الأولى من بين مصادر المعلومات السياسية لدى العينة ، وجاء الراديو في المرتبة الثانية ثم القنوات العربية.

- تصدرت القضايا السياسية اليمنية المرتبة الأولى من اهتمامات المبحوثين بنسبة ٣٢% ، ثم القضايا الاقتصادية بنسبة ٣١% ، ثم القضايا الاجتماعية بنسبة ٢٩%.

٣- دراسة أميمة محمد عمران، " دور الصحافة الحزبية في المشاركة السياسية"<sup>(٣)</sup>. استهدفت الدراسة التعرف على الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام في المشاركة السياسية للمرأة الريفية. وقد استخدمت الدراسة المنهج المسحي من خلال استخدام استمارة استبيان طبقت على عينة من السيدات العاملات الريفيات بلغت ١١٠. وتوصلت الدراسة الى عدة نتائج من أبرزها:

- تحرص المرأة الريفية على متابعة ما تعرضه وسائل الإعلام من مواد وموضوعات سياسية وجاء التلفزيون في مقدمة الوسائل التي تعتمد عليها المرأة ويليه الصحف ثم الراديو.

- هناك عزوفٌ من جانب المرأة الريفية عن ممارسة أشكال المشاركة السياسية.

- هناك علاقة ذات دلالة احصائية إيجابية بين معدل التعرض للراديو ومعدل المشاركة السياسية للمرأة الريفية.

- توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين التعرض للمواد السياسية بوسائل الإعلام ومعدل المشاركة في العمل السياسي.

٤- دراسة نائلة ابراهيم عمارة- دور وسائل الإعلام في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور المصري نحو الانتخابات الرئاسية ٢٠٠٥<sup>(٤)</sup>. استهدفت الدراسة التعرف على تأثير التغطية الاعلامية على معارف واتجاهات الجمهور المصري نحو المرشحين في الانتخابات الرئاسية في عام ٢٠٠٥. واستخدمت الدراسة منهج المسح من خلال استمارة استبيان تم تطبيقها على عينة عشوائية طبقية تم سحبها من محافظات القاهرة الكبرى قوامها ٤٠٠ مفردة. وقد خلصت الدراسة الى عدة نتائج اهمها:

- يوجد تباين بين المعتمدين على وسائل الاعلام في مستوى المعرفة بالانتخابات الرئاسية، فالأكثر اعتمادا على القنوات الفضائية العربية أكثر عمقا في المعرفة بالانتخابات المصرية، والأكثر اعتمادا على الصحف أكثر معرفة بشكل عام.

- الذين يعتمدون على وسائل الاعلام الحكومية أكثر ايجابية في اتجاهاتهم نحو العملية الانتخابية، بينما الأكثر اعتماداً على الصحف المستقلة والحزبية أكثر سلبية في اتجاهاتهم.

- الذين يتمتعون بمستوى اقتصادي وتعليمي عال هم الأكثر معرفة بالانتخابات الرئاسية المصرية، وهم الاقل ايجابية في اتجاهاتهم نحو الانتخابات.

وقد أفاد الباحث من هذه الدراسات في تصميم وأعداد استمارة البحث وكذلك في تفسير نتائج البحث ، فضلاً عن تحديد مشكلة بحثه.

#### المفاهيم الواردة في البحث:

البرامج الحوارية: وتشمل برامج المناقشات التي يتم من خلالها طرح الآراء التي تعرضها القنوات التلفزيونية والتي تتناول قضايا المجتمع ومشكلاته من خلال استضافة عدد من الشخصيات المختصة والمسؤولة للتعبير عن آرائهم وما يعرفونه من معلومات حول تلك القضايا، وقد تكون هناك مشاركة جماهيرية فيها سواء بالحضور أو من خلال الهاتف أو البريد الإلكتروني أو الرسائل ( sms ).

المعارف السياسية: ويقصد به اكتساب الأفراد ومنهم الشباب المعارف والمعلومات الخاصة بالعملية السياسية والنظام الاجتماعي والسياسي



القائم في البلد والمشاكل التي تواجهه وكذلك الطموحات التي يسعى لتحقيقها.

الوعي السياسي: يشار إلى الوعي بأنه ادراك الإنسان لنفسه و لمحيطه وما يدور حوله وهو يتخذ اشكالا متنوعة منها الوعي السياسي الذي يعد ضرورة إنسانية في ظل الواقع الذي تمر به المجتمعات. فهو يساعد على تحليل الأحداث بصورة موضوعية بعيدة عن العواطف وتأثيرات البيئة والمبالغة في تقييم الواقع. ويُعرّف الوعي السياسي بأنه "مجموعة من القيم والاتجاهات والمبادئ السياسية التي تتيح للفرد ان يشارك مشاركة فعالة في أوضاع مجتمعه ومشكلاته: يطلها ويحكم عليها ويحدد موقفه منها ويدفعه إلى التحرك من أجل تطويرها وتغييرها"<sup>(٥)</sup>.

المشاركة السياسية: يقصد بها الانشطة التي يقوم بها المواطن بإرادته وبشكل تطوعي بهدف التأثير في عملية اختيار الحاكم، وكذلك الاسهام في أشكال العمل السياسي وصنع القرار في بلده من خلال متابعة الامور السياسية والمشاركة في التصويت والنقاشات السياسية. ومن خلالها يقوم الفرد بدور في الحياة السياسية لمجتمعه بقصد تحقيق أهداف التنمية على أن تتاح الفرصة لكل مواطن أن يسهم في وضع هذه الاهداف وتحديدها على أن يكون دافع المواطن دافعا ذاتيا كعمل تطوعي يترجم الشعور بالمسؤولية الاجتماعية تجاه أهدافهم والمشكلات المشتركة لمجتمعهم<sup>(٦)</sup>. ويعرفها صموئيل هانتغتون بأنها: "ذلك النشاط الذي يقوم به المواطنون العاديون بقصد التأثير في عملية صنع القرار الحكومي، سواء كان هذا النشاط فرديا أم جماعيا ، منظما أم عفويا، متوصلا، أم متقطعا، سلميا أم عنيفا، شرعيا أم غير شرعي، فعالا أم غير فعال"<sup>(٧)</sup>. وبذلك فهي سلوك وفعل يقوم به المواطن للتعبير عن اتجاهاته ومعارفه السياسية.

الاطار النظري: تعتمد هذه الدراسة في اطارها النظري على مدخل نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام إذ إن هذه النظرية تقوم على اساس وجود علاقة قوية بين الجمهور والاعلام والنظام الاجتماعي. وان قدرة وسائل الاعلام على تحقيق التأثير على معارف وسلوك الجمهور تزداد

عندما تقوم هذه الوسائل بنقل المعلومات التي يحتاجها الجمهور بشكل متميز ووافٍ، واحتمال التأثير هذا تزداد قوته عندما تكون هناك حالة من عدم الاستقرار والاضطراب يشهدها المجتمع. ويتراوح تأثير وسائل الاعلام بين القوة والضعف تبعاً للظروف المحيطة، إذ تكون أكثر تأثيراً في ظل غياب المعلومات أو انعدامها وتزداد امكانية التأثير الى درجة كبيرة عندما تكون هناك درجة عالية من عدم الاستقرار في المجتمع بسبب الصراع أو التغيير الذي يحدث في المجتمع. وتعد هذه النظرية من النظريات البنائية التي تقوم على ان المجتمع تركيب عضوي تتعدد فيه الأنظمة وتتفاعل سويًا ومن بينها وسائل الإعلام التي ترتبط بالأفراد والجماعات والنظم الاجتماعية الأخرى بعلاقات متبادلة<sup>(٨)</sup>. إن محور هذه النظرية يستند إلى ان الجمهور يعتمد على المعلومات التي تقدمها وسائل الإعلام لتحقيق أهدافه وإشباع حاجاته<sup>(٩)</sup>. فهي عملية توظيف للمعلومات التي تم التعرض لها لاتخاذ القرار بشأن موضوع ما<sup>(١٠)</sup> فتسيطر وسائل الإعلام على مصادر المعلومات التي يحتاجها الفرد في حياته اليومية أكثر من غيرها، الأمر الذي يجعل اعتماد الأفراد عليها أمراً ضرورياً لا يمكن الاستغناء عنه وإن كان بدرجات متفاوتة نظراً لتباينهم واختلافهم في أهدافهم ومصالحهم وحاجاتهم<sup>(١١)</sup>. ويشتمل هذا النموذج على ثلاثة انماط من التأثيرات: التأثير المعرفي، والتأثير العاطفي، والتأثير السلوكي، وتأثير الاتصال الجماهيري في هذه الحقول الثلاثة هي وظيفة مرتبطة إلى حد كبير بدرجة اعتماد الجمهور على المعلومات التي تقدمها وسائل الاعلام<sup>(١٢)</sup>. ويفترض هذا النموذج انه حينما يكون التغيير الاجتماعي والصراع مرتفعين، فإن المؤسسة القائمة، والمعتقدات والممارسات التي تواجه التحدي تجبر الناس على إعادة تقييم آرائهم، وتضعهم أمام اختيارات عدة وفي مثل هذه الاوقات فإن اتكال الناس "التبعية" على وسائل الاعلام يزداد للحصول على المعلومات التي تساعدهم على الاختيارات<sup>(١٣)</sup>. ويصاحب الغموض احياناً التهديد الذي ينشأ في الاوقات العصيبة التي يمر بها المجتمع كالأزمات والكوارث والاضطرابات السياسية والصراع بين الجماعات في المجتمع والحروب، ففي مثل هذه الحالات يتجه الناس الى وسائل الإعلام

ويعتمدون عليها لكي يعرفوا ماذا يجري وما يحدث وما يمكن ان يفعلوه أمام هذه التهديدات التي تواجههم، ويزداد الاعتماد على وسائل الاعلام من قبل الجمهور لأنها متاحة لهم وهي الأفضل لجمع وتنسيق المعلومات ونشرها مما يساعد في حل حالات الغموض للحياة اليومية للناس<sup>(١٤)</sup>. ان النقطة المهمة في هذه النظرية ان وسائل الاعلام ستؤثر بالناس الى درجة اعتمادهم عليها في تلقي المعلومات ومساعدتهم على مواجهة بعض القضايا المتعلقة بالقلق والخوف.

#### • فروض نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام<sup>(١٥)</sup>.

١- استخدام وسائل الإعلام لا يحدث بمعزل عن تأثيرات النظام الاجتماعي لذلك فان الاعتماد على وسائل الاعلام لا يتم بشكل متساوٍ بين اعضاء المجتمع فهو لا يحدث بمعزل عن تأثيرات النظام الاجتماعي الذي يعيشه الأفراد.

٢- استخدام الجمهور لوسائل الاعلام وتفاعله معها يتأثر بما يتعلمه الفرد من المجتمع ومن وسائل الاتصال، ويتأثر الفرد بما يحدث نتيجة تعرضه لوسائل الاتصال.

٣- يزداد اعتماد الجمهور على وسائل الاعلام في الحصول على المعلومات في حالة مرور المجتمع بحالة التغير الاجتماعي والسياسي والاقتصادي وكذلك عند حدوث الازمات والصراعات .

٤- ينتج عن الاعتماد على وسائل الاعلام عدد من التأثيرات المختلفة المعرفية، والوجدانية والسلوكية.

٥- يختلف الجمهور من حيث اعتماده على وسائل الاعلام فالصفوة قد يكون لهم مصادر خاصة بهم غير الوسائل التقليدية المتاحة لعامة الناس، فجمهور الصفوة يتمتع بمصادر متنوعة أكثر من الجمهور العام الذي يعتمد على وسائل الإعلام باعتبارها أحد المصادر الاساسية.

٦- النظام يعد الإعلامي مهماً لأفراد المجتمع، وتزداد درجة اعتماد الجمهور عليه في حالة إشباعه لاحتياجاته، وتقل درجة اعتماد الفرد على النظام الاعلامي في حالة وجود قنوات بديلة للمعلومات.

\* آثار الاعتماد على وسائل الاعلام: تحدث وسائل الاعلام مجموعة من التأثيرات جراء الاعتماد عليها من قبل الجمهور في الحصول على المعلومات وهي

أولاً- الآثار المعرفية : تشمل الآثار المعرفية لوسائل الاعلام وفقاً لنظرية الاعتماد على عدة آثار هي:

١- الغموض وهي المشكلة التي يواجهها الأفراد نتيجة وجود نقص في المعلومات وعدم كفايتها، فالغموض يمكن ان يحدث لأن الناس يفتقرون الى المعلومات الكافية لفهم الحدث أو تفسيره بالشكل الصحيح. إن هذا الغموض في المعلومات يمكن حله من خلال ما تقدمه وسائل الإعلام من معلومات لاستكمال النقص، وتشير البحوث إن نسبة الغموض تزداد حينما تقع أحداث غير متوقعة مثل الكوارث او الانقلابات أو مقتل رئيس، وحينما تقدم وسائل الإعلام معلومات غير متكاملة أو متضاربة عن الحدث يحدث احساس بالغموض من قبل الجمهور، فهم يدركون الحدث لكنهم لا يستطيعون تفسيره او معرفة أسبابه<sup>(١٦)</sup>. فالغموض يدفع الناس الى إنشاء علاقات اعتماد مع وسائل الإعلام، وهو يمكن ان يحل سريعاً اذا قدمت المعلومات سريعاً او يستمر الى فترات اطول في حالة غياب المعلومات.

٢- تشكيل الاتجاه: تلعب وسائل الإعلام دوراً مهماً في تشكيل اتجاهات افراد الجمهور نحو القضايا الجدلية المثارة في المجتمع كالمشاكل البيئية والأزمات السياسية والفساد الإداري والسياسي والاضطرابات والحروب. وقد أكدت الدراسات التي أجريت على الناخب الأمريكي ان المناقشات السياسية كان لها الاثر الكبير على قرارات الناس<sup>(١٧)</sup>.

٣- ترتيب الاولويات : تقوم وسائل الإعلام بانتقاء وتصنيف المعلومات حول موضوعات معينة ان عملية التركيز هذه تجعل من هذه القضايا في مقدمة اهتمامات الجمهور، وبذلك فان وسائل الاعلام تلعب دوراً في ترتيب سلم اولويات الجمهور الذي يعتمد على تلك الوسائل في معرفة القضايا البارزة والمشكلات الملحة من بين القضايا المختلفة المطروحة، يشير الباحثون الى ان هناك علاقة قوية بين حجم وكثافة التغطية الاعلامية للقضايا السياسية وبين تقدير الجمهور لهذه القضايا<sup>(١٨)</sup>.

٤- اتساع المعتقدات: تسهم وسائل الاعلام في توسيع المعتقدات التي يدركها افراد الجمهور، إذ انهم يتعلمون من خلالها على اناس واماكن واشياء عديدة، ويتم تنظيم هذه المعتقدات في فئات تنتمي إلى الأسرة والدين أو السياسة بما يعكس الاهتمامات الرئيسية للأنشطة الاجتماعية<sup>(١٩)</sup>.

٥- القيم: هي مجموعة المعتقدات التي يشترك فيها أفراد جماعة ما يرغبون في ترويجها والحفاظ عليها مثل الامانة ، والحرية ، والمساواة ، والتسامح وتقوم وسائل الإعلام بدور كبير في توضيح اهمية القيم عن طريق تقديم المعلومات التي تعجل بالصراع الاجتماعي بين أعضاء الجمهور، وبين القيم، وأياً كان شكل المعلومات التي تقدمها وسائل الإعلام فإنها تتضمن توضيحاً للصراع بين القيم مما يدفع الافراد للنظر في مواقفهم.

#### ثانياً: التأثيرات الوجدانية :

ويقصد بالتأثيرات العاطفية المشاعر والعواطف التي يكونها الانسان تجاه ما يحيط به، والتي تحدث عندما تقدم وسائل الاعلام معلومات معينة عبر رسائل اعلامية تؤثر على مشاعر الافراد في الاتجاه الذي تستهدفه وسائل الاعلام. ومن امثلة هذه التأثيرات:

#### ١- الفتور العاطفي:

وهو الشعور الذي ينتج جراء كثرة التعرض الى موضوعات العنف في وسائل الإعلام مما ينتج عدم الرغبة في تقديم المساعدة الى الاخرين في اوقات العنف الحقيقي، وتشير الدراسات الى ان الاستثارة الناتجة عن مشاهدة أعمال العنف في وسائل الإعلام تتناقص تدريجياً بمرور الوقت وتؤدي في النهاية الى الفتور العاطفي<sup>(٢٠)</sup>. ويرى دورك هايم إن الأفراد الذين يعتمدون على وسائل الإعلام كمصدر رئيس للمعلومات عن جماعتهم يتعرضون لتغيرات كبيرة في معنوياتهم عندما يكون هناك تغيرات ملحوظة في كم ونوعية المعلومات التي تقدمها لهم وسائل الإعلام عن جماعتهم وفئاتهم<sup>(٢١)</sup>.

٢- الخوف والقلق: عندما تعرض وسائل الإعلام أحداث العنف والرعب والكوارث والاعتقالات فأنها تثير الخوف والقلق لدى الجمهور المتلقي من ان يقعوا ضحايا العنف في الواقع.

٣- الاغتراب: من بين التأثيرات الوجدانية لوسائل الإعلام رفع الروح المعنوية لدى المواطنين أو تزايد شعورهم بالاغتراب. ويؤكد كلاب klapp إن المجتمعات التي تقوم وسائل الإعلام فيها بأدوار اتصال رئيسة، ترفع الروح المعنوية لدى الأفراد نتيجة زيادة الشعور الجمعي والتوحيد والاندماج ، وخاصة إذا كانت وسائل الإعلام تعكس الفئات الاجتماعية التي ينتمي إليها الأفراد<sup>(٢٢)</sup>. ويلاحظ أن اغتراب الأفراد يزداد عندما يجد ان معلومات وسائل الإعلام لا تعبر عن ثقافته وانتماياته العرقية والدينية.

ثالثاً: التأثيرات السلوكية: وهي محصلة التأثيرات الوجدانية والمعرفية التي لن يكون لها تأثير اجتماعي ان لم تتحول الى سلوك، وتشغل التأثيرات السلوكية الناجمة عن الاعتماد على وسائل الإعلام اهتمام العديد من الناس ، وتشير الدراسات في مجال السلوك السياسي الى ان الاعلام يزيد من النشاط السياسي<sup>(٢٣)</sup>. وقد حصر ملفن ديفلر وروكيتش هذه الآثار في سلوكين أساسيين هما:-

١- التنشيط: يعني قيام الفرد بعمل ما نتيجة التعرض للوسيلة الاعلامية، واعتماده على ما تقدمه من معلومات، وهو النتاج الأخير للتأثيرات المعرفية والعاطفية مثل اتخاذ مواقف مؤيدة او معارضة جراء التعرض المكثف لوسائل الاعلام، وقد يكون التنشيط نافعا كالإقلاع عن التدخين او التبرع للمحتاجين، او ضارا اجتماعيا مثل التورط في أعمال العنف ضد المجتمع والجرائم والاضطرابات<sup>(٢٤)</sup>.

٢- الخمول: ويعني عدم النشاط وعدم القيام بالفعل اي عدم المبالاة والسلبية وعدم المشاركة في المجتمع، نتيجة التعرض للرسائل الاعلامية المبالغ فيها، وقد يتمثل بعدم المشاركة السياسية وعدم الإدلاء بالتصويت في الانتخابات والمشاركة في أي عمل مفيد للمجتمع<sup>(٢٥)</sup>.

## الدراسة الميدانية :

جدول (٢) يوضح مدى مشاهدة أفراد العينة للبرامج الحوارية التلفزيونية

مدا المشاهدة	ذكور		اناث		المجموع	
	%	ت	%	ت	%	ت
دائما	١٠	٥,٦	٤,٤	٨	١٨	١٠
أحيانا	٤٠	٢٢,٢	٢٥,٦	٤٦	٨٦	٤٧,٨
نادرا	٣٢	١٧,٨	١٨,٩	٣٤	٦٦	٣٦,٧
لا	٨	٤,٤	١,١	٢	١٠	٥,٥
المجموع	٩٠	٥٠	٩٠	٥٠	١٨٠	١٠٠

تشير بيانات الجدول السابق (٢) إلى أن ٩٤,٥% من مجموع أفراد العينة يشاهدون البرامج الحوارية منهم ٤٧,٨% يشاهدونها أحيانا، و ٣٦,٧% نادرا . مقابل ١٠% يشاهدونها بشكل دائم في حين أشار ٥,٥% الى انهم لا يشاهدونها. وقد أثبت التحليل الاحصائي عدم صحة الفرض الذي يشير الى وجود علاقة ذات دلالة بين الجنس ومدى مشاهدة البرامج الحوارية إذ ان قيمة كا ٢ المحسوبة ٤,٣ وهي أصغر من قيمة كا الجدولية ٧,٨ عند درجة حرية ٣ ومستوى معنوية ٠,٠٥.

جدول (٣) يبين أسباب عدم مشاهدة البرامج الحوارية التلفزيونية بشكل دائم

أسباب عدم المشاهدة	ذكور		اناث		المجموع	
	%	ت	%	ت	%	ت
لا أتق بمصادقيتها	٣٨	٩,٦	٤٦	١١,٧	٨٤	٢١,٣
لا تقدم نقدا موضوعيا او حلولا للقضايا محل النقاش	٤٢	١٠,٦	٣٦	٩,١	٧٨	١٩,٨
مواعيد هذه البرامج لا تناسبني	٢٤	٦,١	٢٨	٧,١	٥٢	١٣,٢
عدم مواكبة الأحداث بالسرعة المطلوبة	٤	١	٣٢	٨,١	٣٦	٩,١
لا احب مشاهدة البرامج بصفة عامة	٠		٣٤	٨,٦	٣٤	٨,٦
استعانة معظم هذه البرامج بضيوف غير متخصصين في القضية محل النقاش	٢٢	٥,٦	١٠	٢,٥	٣٢	٨,١
ضعف مضمون هذه البرامج	١٨	٤,٥	١٠	٢,٦	٢٨	٧,١
أسباب أخرى	٢٠	٥	٢	٠,٦	٢٢	٥,٦
لا تقدم بأسلوب حديث ومتطور	١٤	٣,٥	٤	١,١	١٨	٤,٦
ضعف مستوى مقدمي هذه البرامج	٢	٠,٥	٨	٢	١٠	٢,٥
المجموع	١٨٤	٤٦,٧	٢١٠	٥٣,٣	٣٩٤	١٠٠

تشير بيانات الجدول السابق رقم (٣) إلى إن أهم أسباب عدم مشاهدة البرامج الحوارية بشكل دائم هو عدم الثقة بمصادقية

الشخصيات التي تكون ضيوفاً لهذه البرامج إذ بينت ٢١,٣ من مجموع التكرارات ذلك، وقد حل سبب عدم تقديم هذه البرامج نقداً موضوعياً أو حلولاً للقضايا محل النقاش في المرتبة الثانية بنسبة ١٩,٨% من مجموع التكرارات، وجاء سبب عدم مناسبة اوقات هذه البرامج في المرتبة الثالثة بنسبة ١٣,٢%. من مجموع التكرارات. بينما حل سبب ضعف مستوى مقدمي البرامج في المرتبة الأخيرة من بين أسباب عدم مشاهدة البرامج الحوارية بشكل دائم. وقد أثبت التحليل الاحصائي صحة الفرض الذي يشير إلى وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين متغير الجنس واسباب عدم مشاهدة البرامج الحوارية التلفزيونية إذ بلغت قيمة كا ٢١ المحسوبة ٨٦,٥ وهي أكبر من قيمة كا الجدولية (١٦,٩) عند درجة حرية ٩ ومستوى معنوية ٠,٠٥ وهذا ما يثبت صحة الفرض الذي يشير الى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الجنس وأسباب عدم المشاهدة.

جدول (٤) يوضح أسباب مشاهدة البرامج الحوارية

كا	المجموع		اناث		ذكور		اسباب المشاهدة
	%	ت	%	ت	%	ت	
١١,٧٦	٣٧,٨	١٥٠	٢١,٢	٨٤	١٦,٦	٦٦	متابعة الأحداث والقضايا الجارية
	١٩,٦	٧٨	٩,٨	٣٩	٩,٨	٣٩	تساعدني في تكوين رأي حول القضايا السياسية
	١٥,٦	٦٢	٨,٨	٣٥	٦,٨	٢٧	بها وجهات نظر متعددة يمكن الاستفادة منها
	٨,٣	٣٣	٥,٢	٢١	٣	١٢	اهتمامها بعلوم المجتمع
	٦,٨	٢٧	٤,٢	١٧	٢,٥	١٠	لأنها حلقة الوصل بين الجمهور والمسؤولين
	٦,٥	٢٦	٣	١٢	٣,٥	١٤	الحرية في الطرح
	٢,٣	٩	٠,٨	٣	١,٥	٦	تقدم نقداً موضوعياً وحلولاً للقضايا التي تناقشها
	١,٨	٧	١,٨	٧		٠	يعالج مضمونها الأحداث بواقعية وسرعة
	٠,٥	٢	٠,٢٥	١	٠,٢٥	١	أسلوب التقديم
	٠,٥	٢	٠,٢٥	١	٠,٢٥	١	أخرى
	٠,٢٥	١	٠,٢٥	١		٠	الموضوعية والصدق في عرض الاحداث من مختلف الزوايا
	١٠٠	٣٩٧	٥٥,٧	٢٢١	٤٤,٣	١٧٦	المجموع

يتضح من الجدول السابق (٤) كانت متابعة الأحداث والقضايا الجارية قد احتلت المرتبة الأولى من بين أسباب متابعة الجمهور



للبرامج الحوارية إذ حصلت على ٣٧,٨% من مجموع خيارات أفراد العينة، وقد حل سبب "تساعدني في تكوين رأي حول القضايا السياسية" في المرتبة الثانية من خيارات الجمهور بنسبة ١٩,٦%، في حين جاء "تعدد الآراء ووجهات النظر التي تعرض من خلال البرامج الحوارية" في المرتبة الثالثة من بين أسباب مشاهدة الجمهور للبرامج الحوارية التي تعرضها القنوات التلفزيونية، بينما جاءت "المصادقية في طرح الآراء" في المرتبة الأخيرة بنسبة ٠,٢% من بين الأسباب التي تدفع الشباب لمتابعة البرامج الحوارية. وقد اثبت التحليل الاحصائي عدم صحة الفرض القائل بوجود علاقة ذات دلالة احصائية بين متغير الجنس وأسباب مشاهدة البرامج الحوارية إذ بلغت قيمة كاي ٢ المحسوبة (١١,٧٦) وهي أصغر من قيمة كاي الجدولية (١٨,٣) عند درجة حرية ١٠ ومستوى معنوية ٠,٠٥.

جدول (٥) يوضح البرامج الحوارية التي يحرص على مشاهدتها الجمهور في القنوات التلفزيونية الفضائية

المجموع		اناث		ذكور		البرامج
٢٣,٧	٥٩	٤,٣	١١	١٩,٣	٤٨	ستوديو الساعة ٩
١١,٦	٢٩	٨	٢٠	٣,٦	٩	اغلبية صامتا
١٠	٢٥	٢	٥	٨	٢٠	الاتجاه المعاكس
٦,٤	١٦	٣,٢	٨	٣,٢	٨	ساعة ونصف
٤,٨	١٢			٤,٨	١٢	بين قوسين
٤,٨	١٢	١,٦	٤	٣,٢	٨	العراق الى ابن
٣,٦	٩	٢	٥	١,٦	٤	قضية راي عام
٣,٦	٩	١,٢	٣	٢,٤	٦	بلا حدود
٣,٢	٨		٤	١,٦	٤	بالحرف الواحد
٣,٢	٨	٣,٢	٨			الهوى لك
٢,٨	٧	١,٦	٤	١,٢	٣	ملفات قانونية
٢,٨	٧	١,٢	٣	١,٦	٤	الخلاصة
٢,٤	٦	١,٦	٤	٠,٨	٢	سحور سياسي
٢	٥	٠,٤	١	١,٦	٤	المجلس الرياضي
٢	٥	٠,٤	١	١,٦	٤	السياسة اكاذيب على الشعوب
٢	٥	٠,٤	١	١,٦	٤	مع الحدث
٢	٥	٢	٥			الحوار المختصر
١,٦	٤			١,٦	٤	ضع بصمتك
١,٦	٤	٠,٤	١	١,٢	٣	السؤال لك

١,٦	٤			١,٦	٤	حوار مفتوح
١,٦	٤	١,٦	٤			فضاء الحرية
١,٢	٣	١,٢	٣			بين السياسة والفن
١,٢	٣	١,٢	٣			الشعب يريد
١٠٠	٢٤٩	٣٩,٤	٩٨	٦٠,٦	١٥١	المجموع

تشير بيانات الجدول السابق (٥) إلى ان برنامج الساعة ٩ قد احتل صدارة البرامج التي يفضلها الجمهور بنسبة ٢٣,٧% من مجموع خيارات المبحوثين، وقد حل برنامج اغلبيية صامته في المركز الثاني من اجمالي الخيارات بنسبة ١١,٦% والمركز الاول من خيارات الاناث بنسبة ٢٠,٦% من مجموع خيارات الاناث. وجاء برنامج الاتجاه المعاكس في المرتبة الثالثة من بين البرامج التي يفضلها المبحوثون بنسبة ١٠%. بينما حل كل من برنامج الشعب يريد وبرنامج بين السياسة والفن في المرتبة الاخيرة من بين البرامج التي يفضل المبحوثون متابعتها بنسبة ١,٢% لكل منهما من بين خيارات المبحوثين.

جدول (٦) يبين مدى اسهام البرامج الحوارية بتزويد الجمهور بالمعلومات عن القضايا السياسية

المدى	ذكور	اناث	المجموع	كا
دائما	٣٦	١٤	٥٠	٢٧,٨
الى حد ما	٤٦	٦٦	١١٢	٦٢,٢
لا	٨	١٠	١٨	١٠
المجموع	٩٠	٩٠	١٨٠	١٠٠

توضح بيانات الجدول السابق (٦) ان نسبة عالية من بين افراد العينة أشاروا الى ان البرامج الحوارية تمدهم بمعلومات جديدة لم يكونوا يعرفونها من قبل عن القضايا السياسية وبنسبة ٩٠% إذ أشار ٦٢,٢% منهم انها تمدهم الى حد ما في حين اشار ٢٧,٨% الى انها تزودهم دائما بالمعلومات الجديدة وهذا يدل إلى أهمية البرامج الحوارية لما تمثله من مصدر كبير للمعلومات حول القضايا السياسية، بينما اشار ١٠% من مجموع افراد العينة الى انها لا تمدهم بمعلومات لم يعرفوها من قبل . وقد اثبت التحليل الاحصائي وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين متغير الجنس ومدى إمداد البرامج الحوارية الجمهور بالمعلومات عن القضايا السياسية إذ بلغت قيمة كاي المحسوبة ١٥,٣٨ وهي اكبر اقل من قيمة كاي الجدولية (٥,٩٩) عند درجة حرية ٢ ومستوى معنوية ٠,٠٥.

جدول (٧) يبين القضايا السياسية العراقية التي يرى الجمهور انها مهمة في الوقت الحالي

القضايا	ذكور		اناث		المجموع		٢٤
	ت	%	ت	%	ت	%	
الاعتصامات والمظاهرات	١٩	٨,٤	١٤	٦,١	٣٣	١٤,٥	١٤,٤
الفساد	٢٣	١٠,١	١٠	٤,٤	٣٣	١٤,٥	
الامن	١٢	٥,٣	١١	٤,٨	٢٣	١٠,١	
التدخل الاجنبي في شؤون العراق	١١	٤,٨	٨	٣,٥	١٩	٨,٤	
الطائفية	١٥	٦,٦	٤	١,٨	١٩	٨,٤	
الأقاليم	١٠	٤,٤	٦	٢,٦	١٦	٧	
الانتخابات	٨	٣,٥	٨	٣,٥	١٦	٧	
الوحدة الوطنية	٩	٤	٣	١,٣	١٢	٥,٣	
البطالة	٥	٢,٢	٦	٢,٦	١١	٤,٨	
انعدام الثقة بين المسؤولين	٧	٣	٤	١,٨	١١	٤,٨	
المعتقلون	٦	٢,٦	٣	١,٣	٩	٤	
سوريا واثرها على العراق	٤	١,٨	٢	٠,٨	٦	٢,٦	
المصالحة الوطنية	٢	١,٤	٤	٤,٤	٦	٢,٦	
الثورات العربية	٣	٢,٢	٢	٠,٨	٥	٢,٢	
التهمير	١	٠,٥	٢	٠,٨	٣	١,٣	
التعذيب في السجون	١	٠,٥	٢	٠,٨	٣	١,٣	
حقوق المرأة			٢	٠,٨	٢	٠,٨	
المجموع	١٣٦	٥٩,٩	٩١	٤٠,١	٢٢٧	١٠٠	

توضح إجابات المبحوثين كما يبينها الجدول السابق (٧) إن قضايا الفساد والاعتصامات قد احتلت المرتبة الأولى من بين اهتماماتهم إذ حصلت على ١٤,٥% لكل منهما من بين اختيارات الجمهور وقد حلت قضية الامن في المرتبة الثانية بنسبة ١٠% من مجموع الخيارات، وجاءت قضايا الطائفية والتدخل الاجنبي في شؤون العراق في المرتبة الثالثة من حيث اهتمامات الجمهور بنسبة ٨,٤% من مجموع الخيارات لكل منهما. فيما جاءت قضية حقوق المرأة في المرتبة الاخيرة من بين اهتمامات افراد العينة بنسبة ٠,٩% . وقد أوضح التحليل الاحصائي عدم صحة الفرض الذي يشير إلى وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين متغير الجنس و اهتمامات الجمهور تجاه القضايا التي تناولها البرامج الحوارية إذ بلغت قيمة كا

المحسوبة (١٤,٤) وهي اصغر من قيمة كا ٢ الجدولية (٢٦,٢٩) عند درجة حرية ١٦ ومستوى معنوية ٠,٠٥.

جدول (٨) اهم القضايا السياسية التي عرضتها البرامج الحوارية من وجهة نظر المبحوثين

القضايا	ذكور		اناث		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%
الفساد	٣٢	٢٢,٥	٢٨	٢٥,٤	٦٠	٢٣,٨
الامن	٢٨	١٩,٧	٢٧	٢٤,٥	٥٥	٢١,٨
التظاهرات والمطالب الشعبية	٢٤	١٦,٩	١٠	٩,١	٣٤	١٣,٤
البطالة	٤	٢,٨	١٤	١٢,٧	١٨	٧,١
الصراع بين الكتل	١٠	٧	٦	٥,٤	١٦	٦,٣
التفرد بالسلطة	٩	٦,٣	٣	٢,٧	١٢	٤,٧
الاعتقالات والمساجين	٣	٢,١	٦	٥,٤	٩	٣,٥
الخدمات	٣	٢,١	٥	٤,٥	٨	٣,١
الاقليم	٤	٢,٨	٤	٣,٦	٨	٣,١
الطائفية والتطرف	٦	٤,٢	٢	١,٨	٨	٣,١
التسقيط السياسي	٧	٤,٩			٧	٢,٧
التدخل الخارجي في الشأن العراقي	٣	٢,١	٣	٢,٧	٦	٢,٤
مشكلة التوازن بين مكونات الشعب	٥	٣,٥			٥	٢
الفقر	٢	١,٤	٢	١,٨	٤	١,٦
تشكيل مجالس المحافظات	٢	١,٤			٢	٠,٨
المجموع	١٤٢	١٠٠	١١٠	١٠٠	٢٥٢	١٠٠

تظهر بيانات الجدول السابق (٨) ان اهم القضايا التي نالت اهتمام الجمهور من بين القضايا التي تناولتها البرامج الحوارية جاءت قضية الفساد في المرتبة الاولى بنسبة ٢٣,٨ % من مجموع الخيارات، وحلت قضية الامن في المرتبة الثانية بنسبة ٢١,٨ % وجاءت قضية المظاهرات والمطالب الشعبية ثالثا من حيث الاهتمام بنسبة ١٣,٤ % من مجموع خيارات المبحوثين. بينما حلت قضية تشكيل مجالس المحافظات في المرتبة الاخيرة بنسبة ٠,٨ % من مجموع الخيارات.

جدول (٩) يبين مدى ثقة المبحوثين في معالجة البرامج الحوارية للقضايا السياسية المختلفة

٢كا	المجموع		اناث		ذكور		مدى الثقة
	ت	%	ت	%	ت	%	
٠,٠٦	٢,٢	٤	٢,٢	٢	٢,٢	٢	اثق بها كثيرا
	٥٨,٩	١٠٦	٥٧,٨	٥٢	٦٠	٥٤	اثق بها الى حد ما
	٣٨,٩	٧٠	٤٠	٣٦	٣٧,٨	٣٤	لا اثق بها
	١٠٠	١٨٠	١٠٠	٩٠	١٠٠	٩٠	المجموع

توضح إجابات المبحوثين كما يبينها الجدول السابق (٩) ان غالبية افراد العينة يتقنون الى حد ما بالبرامج الحوارية إذ اشار ٥٨,٩ % الى ذلك في حين اشار ٢,٢ % فقط انهم يتقنون كثيرا بها بينما اجاب ٣٨,٩ % من مجموع العينة انهم لا يتقنون بالبرامج الحوارية. وقد اثبت التحليل الاحصائي عدم وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين متغير الجنس ومدى ثقة المبحوثين في معالجة البرامج

الحوارية للقضايا السياسية اذ بلغت قيمة كا ٢ المحسوية (٠,٠٦) وهي اصغر من قيمة كا ٢ الجدولية (٥,٩٩) عند درجة حرية ٢ ومستوى معنوية ٠,٠٥.

جدول (١٠) يبين مدى تأييد المبحوثين لاستخدام أساليب المعالجة الآتية في البرامج الحوارية في معالجة القضايا المختلفة

العبارات	الجنس	مؤيد	محايد	معارض	المجموع			
استخدام أساليب الاستدلال والاستشهاد (الإحصائيات مواد فلمية تصريحات رسمية الصور	ذكور	٦٤	٣٥,٦	٢٤	١٣,٣	١,١	٩٠	٥٠
	إناث	٧٢	٤٠	١٦	٨,٩	٢	١,١	٩٠
	المجموع	١٣٦	٧٥,٦	٤٠	٢٢,٢	٤	٢,٢	١٨٠
استخدام التقارير الميدانية في معالجة القضايا	ذكور	٦٢	٣٤,٥	٢٨	١٥,٦	٠	١,١	٩٠
	إناث	٥٦	٣١,١	٣٢	١٧,٨	٢	١,١	٩٠
	المجموع	١١٨	٦٥,٦	٦٠	٣٣,٣	٢	١,١	١٨٠
استخدام العناصر المرئية المختلفة لإبراز القضايا المختلفة	ذكور	٥٦	٣١,١	٣٤	١٨,٩	٠	١,١	٩٠
	إناث	٦٢	٣٤,٥	٢٨	١٥,٦	٠	١,١	٩٠
	المجموع	١١٨	٦٥,٦	٦٢	٣٤,٤	٠	١,١	١٨٠
أداء المذيع المحاور لرايه الشخصي في موضوع القضية والدفاع عنه	ذكور	٢٨	١٥,٦	٢٦	١٤,٤	٣٦	٢٠	٩٠
	إناث	٣٢	١٧,٧	٢٤	١٣,٣	٣٤	١٨,٩	٩٠
	المجموع	٦٠	٣٣,٣	٥٠	٢٧,٧	٧٠	٣٨,٩	١٨٠
محاولة إثارة الخلاف والجدال بين الضيوف حول موضوع القضية	ذكور	٦	٣,٣	١٨	١٠	٦٦	٣٦,٦	٩٠
	إناث	١٢	٦,٧	١٦	٨,٩	٦٢	٣٤,٥	٩٠
	المجموع	١٨	١٠	٣٤	١٨,٩	١٢٨	٧١,١	١٨٠

تشير بيانات الجدول السابق (١٠) إلى ان استخدام أساليب الاستدلال من إحصائيات والاستشهاد بالتصريحات الرسمية في معالجة القضايا محل النقاش قد حصل على اعلى نسبة تأييد من قبل افراد العينة بنسبة ٧٥,٦% في حين جاءت التقارير الميدانية والعناصر المرئية في المرتبة الثانية من بين اساليب المعالجة التي يمكن استخدامها في البرامج الحوارية إذ حصل كل منهما على ٦٥,٦%. بينما جاء اسلوب اثاره الخلاف والجدال بين الضيوف ( اطراف الحوار) على اعلى نسبة معارضة؛ إذ اشار ٧١,١% من افراد العينة الى ذلك. وهذا ما يشير الى عدم تحييز الجمهور أسلوب إثارة الخلاف بين الضيوف، إذ ان من شأن هذا الأسلوب في إدارة الحوار اخراج النقاش من اطاره المعرفي والعقلاني الذي لا يوصل الى التفاهم والحلول.

جدول (١١) يوضح درجة تقييم المبحوثين لاستخدام أساليب المعالجة في البرامج الحوارية

المجموع		ضعيف		متوسط		جيد		الجنس	العبارات
٥٠	٩٠	٢,٢	٤	٢٦,٧	٤٨	٢١,١	٣٨	ذكور	مستوى تمثيل الضيوف من حيث التخصص لمختلف جوانب القضية
٥٠	٩٠	٤,٤	٨	٢٧,٨	٥٠	١٧,٨	٣٢	اناث	مستوى التوازن في عرض مختلف آراء الضيوف المشاركين في البرنامج
١٠٠	١٨	٦,٧	١٢	٥٤,٤	٩٨	٣٨,٩	٧٠	المجموع	المستوى اللغوي الذي يستخدمه المذيع في معالجة القضية
٥٠	٩٠	٤,٤	٨	٢٠	٥٨	١٣,٣	٢٤	ذكور	مستوى انصات المذيع لحديث ضيوفه اثناء معالجة القضية
٥٠	٩٠		٣٢	٢٧,٨	٤٠	١٠	١٨	اناث	مستوى انصات المذيع لحديث ضيوفه اثناء معالجة القضية
١٠٠	١٨	٢٢,٢	٤٠	٤٧,٨	٩٨	٢٣,٣	٤٢	المجموع	حجم المشاركة المتاحة للجماهير للتعبير عن آرائهم
٥٠	٩٠	٣,٣	٦	٢٠	٣٦	٢٦,٧	٤٨	ذكور	مستوى انصات المذيع لحديث ضيوفه اثناء معالجة القضية
٥٠	٩٠	٥,٥	١٠	٢٧,٨	٥٠	١٦,٧	٣٠	اناث	مستوى انصات المذيع لحديث ضيوفه اثناء معالجة القضية
١٠٠	١٨٠	٨,٩	١٦	٤٧,٨	٨٦	٤٣,٣	٧٨	المجموع	حجم المشاركة المتاحة للجماهير للتعبير عن آرائهم
٥٠	٩٠	٧,٨	١٤	٢٠	٣٦	٢٢,٢	٤٠	ذكور	حجم المشاركة المتاحة للجماهير للتعبير عن آرائهم
٥٠	٩٠	١٠	١٨	٢٣,٣	٤٢	١٦,٧	٣٠	اناث	حجم المشاركة المتاحة للجماهير للتعبير عن آرائهم
٥٠		١٧,٨	٣٢	٤٣,٣	٧٨	٣٨,٩	٧٠	المجموع	حجم المشاركة المتاحة للجماهير للتعبير عن آرائهم
٥٠	٩٠	٢٣,٣	٤٢	١٢,٢	٢٢	١٤,٤	٢٦	ذكور	حجم المشاركة المتاحة للجماهير للتعبير عن آرائهم
٥٠	٩٠	٢١,١	٣٨	١٦,٧	٣٠	١٢,٢	٢٢	اناث	حجم المشاركة المتاحة للجماهير للتعبير عن آرائهم
١٠٠	١٨	٤٤,٤	٨٠	٢٨,٩	٥٢	٢٦,٧	٤٨	المجموع	حجم المشاركة المتاحة للجماهير للتعبير عن آرائهم

تشير بيانات الجدول أعلاه (١١) إلى ان مستوى اللغة التي يستخدمها المذيع المحاور قد حل في المرتبة الاولى من حيث التقدير والرضى اذ اشار ٤٣,٣% من مجموع افراد العينة الى ذلك، وجاء مستوى تمثيل الضيوف من حيث التخصص ومستوى انصات المذيع لحديث الضيوف في المرتبة الثانية بنسبة ٣٨,٩% لكل منهما. بينما حل مستوى التوازن في عرض الآراء لجميع الاطراف في المرتبة الاخيرة بنسبة تأييد جيد ٢٣,٣% مما يشير الى ان مقدمي البرامج الحوارية لم يكونوا حياديين وعادلين في اعطاء الوقت بالتساوي لكل الاطراف وهذا ما يبعد المقدم عن الموضوعية والحيادية في إدارة الحوار.

جدول (١٢) يبين الأهداف التي ينبغي على البرامج الحوارية تحقيقها / من وجهة نظر المبحوثين

المجموع		اناث		ذكور		الأهداف
%	ت	%	ت	%	ت	
٢٨,٢	٨٨	٢٧,٨	٤٤	٢٨,٣	٤٤	موضوع النقاش
٢٦,٣	٨٢	٢٤,٧	٣٩	٢٧,٩	٤٣	ضرورة ان توصل البرامج الى حلول ومقترحات
٢٠,٢	٦٣	١٩	٣٠	٢١,٤	٣٣	إعطاء تصور واف عن الموضوع للجماهير
١٦,٧	٥٢	١٨,٤	٢٩	١٤,٩	٢٣	التأكيد على ماله علاقة بالمواطنين
٤,٨	١٥	٣,٢	٥	٦,٥	١٠	أخرى
٣,٢	١٠	٥,٧	٩	٠,٦	١	جميع الأهداف السابقة
٠,٦	٢	١,٣	٢		٠	اعتماد الأسلوب النقدي في المعالجة
١٠٠	٣١٢	١٠٠	١٥٨	١٠٠	١٥٤	المجموع

تشير بيانات الجدول السابق ( ١٢ ) إلى ان الالتزام بموضوع النقاش قد احتل صدارة الأهداف التي يرى المبحوثون انه يجب على البرامج الحوارية تحقيقها لكلا الجنسين، إذ اشار ٢٨,٢% من مجموع افراد العينة الى ذلك. بينما جاء هدف التوصل الى حلول ومقترحات في المرتبة الثانية وبنسبة ٢٦,٣% . وجاء هدف اعطاء تصور وافٍ عن الموضوع في المرتبة الثالثة بنسبة ٢٠,٢% بينما جاء هدف إظهار الخلاف بين المتحاورين في المرتبة الأخيرة.

جدول (١٣) يبين العوامل المؤثرة في اتجاهات معالجة / برامج الراي للقضايا المختلفة

المجموع		لا تؤثر		تؤثر الى حد ما		تؤثر بشكل كبير		الجنس	العبارات
٥٠	٩٠	٣,٣	٦	٢٧,٨	٥٠	١٨,٩	٣٤	ذكور	السياسة
٥٠	٩٠	١,١	٢	٣٠	٥٤	١٨,٩	٣٤	اناث	التحريرية
١٠٠	١٨٠	٤,٤	٨	٥٧,٨	١٠٤	٣٧,٨	٦٨	مجموع	الخاصة بالقناة
٥٠	٩٠	١,١	٢	١٦,٧	٣٠	٣٢,٢	٥٨	ذكور	ثقافة مقدم البرنامج والمهام
٥٠	٩٠	٢,٢	٤	١٥,٥	٢٨	٣٢,٢	٥٨	اناث	بالجوانب المتعلقة بالنقاش
١٠٠	١٨٠	٣,٣	٦	٣٢,٢	٥٨	٦٤,٤	١١٦	مجموع	النقاش
٥٠	٩٠	٥,٥	١٠	١٠	١٨	٣٤,٤	٦٢	ذكور	نمط ملكية القناة
٥٠	٩٠	٦,٧	١٢	١٧,٨	٣٢	٢٥,٦	٤٦	اناث	وطبيعة التمويل
١٠٠	١٨٠	١٢,٢	٢٢	٢٧,٨	٥٠	٦٠	١٠٨	مجموع	
٥٠	٩٠	٢,٢	٤	٢٠	٣٦	٢٧,٨	٥٠	ذكور	جماعات الضغط
٥٠	٩٠	٣,٣	٦	٢٣,٣	٤٢	٢٣,٣	٤٢	اناث	والمصالح
١٠٠	١٨٠	٥,٥	١٠	٤٣,٣	٧٨	٥١,١	٩٢	مجموع	
٥٠	٩٠	٥,٥	١٠	٢٨,٩	٥٢	١٥,٥	٢٨	ذكور	اهتمامات واذواق جمهور المشاهدين
٥٠	٩٠	١٠	١٨	٢٠	٣٦	٢٠	٣٦	اناث	
١٠٠	١٨٠	١٥,٥	٢٨	٤٨,٩	٨٨	٣٥,٥	٦٤	مجموع	
٥٠	٩٠	٦,٧	١٢	١٢,٢	٢٢	٣١,١	٥٦	ذكور	توجهات السلطة في المجتمع
٥٠	٩٠	١٠	١٨	٨,٩	١٦	٣١,١	٥٦	اناث	
١٠٠	١٨٠	١٦,٧	٣٠	٢١,١	٣٨	٦٢,٢	١١٢	مجموع	

١- ثقافة مقدم البرنامج والمهام بالجوانب المتعلقة بالقضية موضوع النقاش: توضح بيانات الجدول السابق ( ١٣ ) ان ثقافة المقدم للبرامج الحوارية تعد من اهم العوامل من حيث التأثير في معالجة البرامج الحوارية للقضايا المختلفة إذ اشار ٦٤,٤% من مجموع أفراد العينة وبنسبة متساوية لكلا الجنسين إلى ان ثقافة المقدم تؤثر بشكل كبير، وإشار ٣٢,٢% إلى انها تؤثر إلى حد ما. بينما افصح ٣,٣% من افراد العينة الى انها لا تؤثر.

٢- توجهات السلطة جاءت في المرتبة الثانية بين العوامل المؤثرة على معالجة البرامج الحوارية للقضايا التي تناقشها، إذ أشار ٦٢,٢% من مجموع افراد العينة الى انهم يعتقدون ان توجهات السلطة تؤثر بشكل كبير على طريقة معالجة البرامج الحوارية للقضايا محل النقاش . كما أوضح ٢١,١% انها تؤثر إلى حد ما، بينما أشار ١٦,٧% إلى أنها لا تؤثر. إذ يشكل عامل التوجيه الحكومي العنصر المباشر في مجال الضغوط السياسية على وسائل الاعلام، وهيئات التحرير في عملية اختيار الاخبار والموضوعات بسبب ما هو معروف من امكانيات الحكومات في التحكم والتأثير على وسائل الاعلام ومضامينها<sup>(٢٦)</sup>.

٣- نمط ملكية القناة والارباح حل نمط الملكية في المرتبة الثالثة بين العوامل المؤثرة بشكل كبير على معالجة البرامج الحوارية إذ اشار ٦٠% من مجموع افراد العينة، كما اشار ٢٧,٨% انها تؤثر الى حد ما. بينما اشار ١٢,٢% الى انها لا تؤثر. ان اصحاب وسائل الاعلام يتصرفون كما يتصرف اي رجل اعمال اخر وهو يسعى وراء تحقيق الربح، ويدعمون تصرفاتهم باللوائح والتعليمات التي تؤمن لهم الربح<sup>(٢٧)</sup>.

٤- جماعات الضغط والمصالح أظهرت إجابات المبحوثين أن ٥١,١% منهم أشاروا الى ان جماعات الضغط والمصالح لها تأثير كبير على معالجة البرامج الحوارية للقضايا المختلفة كما اشار ٤٣,٣% إلى أنها تؤثر إلى حد ما، في حين أشار ٥,٥% إلى أنها لا تؤثر.

٥- السياسة التحريرية أظهرت إجابات المبحوثين ان ٣٧,٨% منهم أشاروا الى ان السياسة التحريرية لها تأثير كبير على معالجة البرامج الحوارية للقضايا المختلفة، كما اشار ٥٧,٨% منهم الى انها تؤثر الى حد ما، بينما أوضح ٤,٤% فقط إلى انها لا تؤثر. إذ ان لكل مؤسسة إعلامية لها سياستها الخاصة بها سواء اعلنت ذلك ام لم تعلن، وتظهر هذه السياسة في ضوء عمل هيئة التحرير في اختيارها للأخبار والموضوعات، أو من اهمالها للبعض الاخر<sup>(٢٨)</sup>.

٦- اهتمامات واذواق المشاهدين. بينت إجابات المبحوثين ان ٣٥,٥% من مجموع افراد العينة انها تؤثر كثيرا، كما بين ٤٨,٩% منهم الى انها تؤثر الى حد ما . إذ تؤكد الابحاث التي اجريت حول الجمهور



ودوره في العملية الاتصالية على تأثير الجمهور كمشارك فعال وعنصر ايجابي لا يمكن اغفاله في عملية الاتصال الجماهيري، وهذا ما اكدته نظرية الاستجابة لطلب الجماهير<sup>(٢٩)</sup>. فالرسائل التي يقدمها القائم بالاتصال تحددتها توقعاته عن ردود أفعال الجمهور.

جدول (١٤) يبين مدى تقدير المبحوثين مراعاة البرامج الحوارية للمعايير المهنية

العبارة		دائما		أحيانا		نادرا	
	ت	%	ت	%	ت	%	
التوازن واعطاء فرص متكافئة لكافة الاطراف للتعبير عن آرائها	٢٢	١٢,٢	١٢٤	٦٨,٩	٣٤	١٨,٩	
التزام مقدم البرامج بالموضوعية والحياد في طرح القضايا	٤٤	٢٤,٥	١١٢	٦٢,٢	٢٤	١٣,٣	
البعد عن الاثارة والمبالغة في مناقشة القضايا	١٨	١٠	٨٠	٤٤,٤	٨٢	٤٥,٦	
استخدام اللغة الراقية	٤٢	٢٣,٣	١٠٥	٥٨,٣	٣٣	١٨,٣	
مراعاة عدم التعرض للحياة الشخصية للمسؤولين عند تقييم أدائه في العمل	٣٦	٢٠	٨٢	٤٥,٦	٦٢	٣٤,٤	
البعد عن استخدام الالفاظ الايحائية التي يمكن ان تتجه بالجمهور الى امور اخرى	٣٦	٢٠	٩٢	٥١,١	٥٢	٢٨,٩	

في ما يتعلق بمدى مراعاة البرامج الحوارية للمعايير المهنية من وجهة نظر الجمهور تظهر بيانات الجدول السابق رقم (١٤) إلى ضعف مراعاة هذه المعايير بشكل دائم فكانت نسبتها بين ١٠% (البعد عن الاثارة) إلى ٢٤,٥% في اعلى مستوى وهو التزام المقدم بالموضوعية والحياد، أما تقدير المبحوثين مراعاة البرامج للمعايير أحيانا فقد جاء معيار التوازن واعطاء فرص متكافئة لكل الاطراف في المرتبة الاولى بنسبة ٦٨,٩%. بينما جاء معيار البعد عن الاثارة في المرتبة الاخيرة من حيث مراعاة البرامج الحوارية له اذ اشار ٤٥,٦% من مجموع افراد العينة الى ان البرامج الحوارية نادرا ما تراعي ذلك..... جدول (١٥) يبين مشاركة المبحوثين في البرامج الحوارية

المجموع	ذكور		اناث		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%
نعم	٨	٨,٩	١٢	١٣,٣	٢٠	١١,١
لا	٨٢	٩١,١	٧٨	٨٦,٧	١٦٠	٨٨,٩
المجموع	٩٠	١٠٠	٩٠	١٠٠	١٨٠	١٠٠

تشير بيانات الجدول (١٥) إلى إن معظم أفراد العينة لم يشتركوا أو يتصلوا بهذه البرامج إذ أشار ٨٨,٩% منهم الى ذلك، الا ان نسبة المشاركين

لاتعد قليلة إذ اشار ١١,١ % من مجموع افراد العينة الى انهم سبق وان شاركوا في هذه البرامج مما يشير الى وجود تفاعل من قبل الجمهور مع ما يطرح من قضايا في هذه البرامج.

جدول (١٦) يبين الوسيلة التي استعملها المبحوثون للمشاركة في البرنامج

الوسيلة	ذكور		اناث		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%
ارسال sms	٢	١٨,٢	٨	٦٦,٦	١٠	٤٣,٥
مكالمة تلفونية	٦	٥٤,٥	٢	١٦,٧	٨	٣٤,٨
ارسال ايميل	٠,٣	٢٧,٣	٢	١٦,٧	٥	٢١,٧
ارسال فاكس	٠		٠		٠	
اخرى	٠		٠		٠	
المجموع	١١	١٠٠	١٢	١٠٠	٢٣	١٠٠

تشير بيانات الجدول السابق (١٦) إلى ان اغلب المشاركات التي قام بها المبحوثون جاءت عن طريق رسائل ال sms إذ حصلت على نسبة ٤٣,٥% من مجموع الخيارات وحلت المشاركة عن طريق المكالمة التلفونية في المرتبة الثانية بنسبة ٣٤,٨% ، بينما جاءت المشاركة عن طريق البريد الإلكتروني (الأميل) في المرتبة الثالثة من بين خيارات المبحوثين بنسبة ٢١,٧%.

جدول (١٧) يوضح رأي الجمهور بأهمية البرامج الحوارية

العبارات	مؤيد		محايد		معارض		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
البرامج الحوارية تسهم في معرفة الجمهور بالقضايا السياسية	١٤٠	٧٧,٨	٣٨	٢١,١	٢	١,١	١٨٠	١٠٠
البرامج الحوارية تزود الجمهور بمهارات الحوار والافتتاح	١٠٠	٥٥,٥	٧٠	٣٨,٩	١٠	٥,٦	١٨٠	١٠٠
البرامج الحوارية تقدم وجهات نظر مختلفة	١٤٢	٧٨,٩	٣٦	٢٠	٢	١,١	١٨٠	١٠٠
تعد مصدراً مهماً لدى الجمهور للحصول على المعلومات حول القضايا السياسية	١١٦	٦٤,٤	٥٢	٢٨,٩	١٢	٦,٧	١٨٠	١٠٠
تقدم الحلول البناءة للمشاكل السياسية العراقية	٣٠	١٦,٧	٩٠	٥٠	٦٠	٣٣,٣	١٨٠	١٠٠
تساعد الجمهور على معرفة مختلف الآراء حول القضايا السياسية	٩٨	٥٤,٤	٦٨	٣٧,٨	١٤	٧,٨	١٨٠	١٠٠
تسهم في تعديل الفهم الخاطي للقضايا السياسية التي يعاني منها المجتمع	٦٢	٣٤,٤	٧٢	٤٠	٤٦	٢٥,٦	١٨٠	١٠٠

وحول رأي الجمهور في ما تقدمه البرامج الحوارية تشير إجابات أفراد العينة كما يوضحها الجدول (١٧) إلى إن تقديم البرامج الحوارية وجهات نظر مختلفة قد حصلت على أعلى نسبة تأييد إذ اشار ٧٨,٩% الى انهم يؤيدون

ذلك، وحلت مساهمة البرامج الحوارية في معرفة الجمهور بالقضايا السياسية في المرتبة الثانية بنسبة تاييد ٧٧,٨% ، وجاءت عبارة بعدها مصدراً مهماً للحصول على المعلومات حول القضايا السياسية في المرتبة الثالثة بنسبة تاييد ٦٤,٤%. بينما حلت فقرة تقدم البرامج الحوارية الحلو للمشاكل السياسية العراقية على ادنى نسبة تاييد إذ أشار ١٦,٧ % من أفراد العينة إلى ذلك.

### اختبار فروض البحث

الفرض الاول: أثبت التحليل الاحصائي عدم صحة الفرض الذي يشير الى وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين متغير الجنس ومدى مشاهدة البرامج الحوارية التي تعرضها القنوات التلفزيونية الفضائية. إذ كانت قيمة كا ٢ المحسوبة ٤,٣ وهيه أصغر من قيمة كا ٢ الجدولية ٨,٧ عند درجة حرية ٢، ومستوى معنوية ٠,٠٥ .

الفرض الثاني: اثبت التحليل الاحصائي صحة الفرض القائل بوجود علاقة ذات دلالة احصائية بين متغير الجنس وأسباب عدم مشاهدة البرامج الحوارية التي تعرضها القنوات التلفزيونية الفضائية، إذ بلغت قيمة كا ٢ المحسوبة ٨٦,٥ وهي اكبر من قيمة كا ٢ الجدولية ١٦,٩ عند درجة حرية ٩، ومستوى معنوية ٠,٠٥ .

الفرض الثالث: أثبت التحليل الإحصائي عدم صحة الفرض القائل بوجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير الجنس وأسباب مشاهدة البرامج الحوارية إذ بلغت قيمة كا ٢ المحسوبة ١١,٧ وهي اصغر من قيمة كا ٢ الجدولية ١٨,٣ عند درجة حرية ١٠، ومستوى معنوية ٠,٠٥ .

الفرض الرابع: أثبت التحليل الإحصائي عدم صحة الفرض القائل وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين متغير الجنس والقضايا التي يحرص الجمهور على متابعتها من خلال البرامج الحوارية ، إذ بلغت قيمة كا ٢ المحسوبة ١٤,٤ وهي أصغر من قيمة كا ٢ الجدولية ٢٦,٢٩ عند درجة حرية ١٦، ومستوى معنوية ٠,٠٥ .

الفرض الخامس: أثبت التحليل الإحصائي عدم صحة الفرض القائل وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير الجنس ومدى ثقة الجمهور بالبرامج الحوارية، إذ بلغت قيمة كا ٢ المحسوبة ٠,٠٦ وهي اصغر من قيمة كا ٢ الجدولية ٥,٩ عند درجة حرية ٢، ومستوى معنوية ٠,٠٥ .

**نتائج البحث:**

١- ان الغالبية العظمى من الشباب الجامعي يشاهدون ويمدنيات مختلفة البرامج الحوارية التي تعرضها القنوات التلفزيونية الفضائية، إذ شكلت نسبتهم ٩٤،٥% من مجموع أفراد العينة منهم ٤٨،٩% إناث و ٤٥،٦% ذكور.

٢- ان برنامج الساعة التاسعة قد احتل المرتبة الاولى من بين البرامج الحوارية التي يفضل الشباب الجامعي متابعتها دائما إذ اشار ٢٣،٧ من مجموع أفراد العينة إلى ذلك وبنسبة ١٩،٣% من الذكور، و ٤،٤% من الإناث.

٣- اهم اسباب مشاهدة جمهور العينة للبرامج الحوارية حل سبب متابعة الاحداث والقضايا الجارية في المرتبة الاولى من بين اسباب متابعة الجمهور للبرامج الحوارية إذ حصلت على ٣٧،٨% من مجموع خيارات أفراد العينة، موزعين ٢١،٢% إناث، و ١٦،٦% ذكور .

٤- اهم اسباب عدم مشاهدة البرامج الحوارية بشكل دائم هو عدم الثقة بمصداقية الشخصيات التي تكون ضيوفاً لهذه البرامج إذ حصلت على ٢١،٣ من مجموع التكرارات ، موزعين ١١،٧% من الإناث، و ٩،٦% من الذكور. وقد حل سبب عدم تقديم هذه البرامج نقدا موضوعيا وكذلك عدم تقديم حلول للقضايا محل النقاش بنسبة ١٩،٨% من مجموع التكرارات .

٥- اهم القضايا التي نالت على اهتمام الجمهور من بين القضايا التي تناولتها البرامج الحوارية حلت قضية الفساد في المرتبة الاولى بنسبة ٢٣،٨% من مجموع الخيارات، و قضية الامن في المرتبة الثانية بنسبة ٢١،٨% وجاءت قضية المظاهرات والمطالب الشعبية ثالثا من حيث الاهتمام بنسبة ١٣،٤% من مجموع خيارات المبحوثين .

٦- أظهرت نتائج البحث ان ٩٠% من المبحوثين أشاروا إلى ان البرامج الحوارية تمدهم بالمعلومات عن القضايا السياسية، إذ أشار ٢٧،٨% منهم إلى إنها تسهم بشكل كبير، و ٦٢،٢% أشاروا إلى إنها تسهم إلى حد ما .

٧- أهم العوامل التي تؤثر بشكل كبير على معالجة البرامج الحوارية للقضايا المختلفة جاءت ثقافة مقدم البرنامج والمأمه بالجوانب المتعلقة بالقضية موضوع النقاش في المرتبة الاولى اذ اشار ٤٤،٤% من مجموع أفراد العينة إلى ذلك وبنسبة متساوية لكلا الجنسين، وحلت توجهات الساطة في المرتبة الثانية بنسبة ٢٢،٢% وبنسبة متساوية لكلا الجنسين. و نمط ملكية القناة والأرباح في المرتبة الثالثة إذ حصلت على تأييد ٦٠% من مجموع أفراد العينة، منهم ٣٤،٤% من الذكور، و ٢٥،٦% من الإناث.

#### التوصيات:

نظرا لأهمية وتأثير البرامج الحوارية على آراء واتجاهات افراد الجمهور خاصة الشباب، وبالتالي تأثيرها على مجريات الامور في المجتمع على كافة الاصعدة السياسية والاجتماعية، لذلك يوصي الباحث على القائمين على هذه البرامج مراعاة الآتي :-

- ١- الابتعاد عن الموضوعات التي من شأنها تعميق الخلافات بين الاطراف والتي من شأنها اثاره مشاعر الناس وعواطفهم بشكل يعمق الخلافات بين مكونات المجتمع والتي تضر بالمصلحة الوطنية.
- ٢- اختيار اطراف الحوار على اساس سليمة وان يمتلكوا الحرية الفكرية والثقة بالنفس فضلاً عن تمتعهم بثقافة عالية في المجال محل النقاش، لتقديم تصور ومقترحات ببناء حول الموضوع محل النقاش للاستفادة من آرائهم.
- ٣- اعتماد المنهج الفكري العلمي البناء في ادارة الحوار والابتعاد عن اثاره العواطف.
- ٤- الابتعاد عن اثاره الانفعالات والتشنجات بين أطراف الحوار ، وان يتم الحوار في اجواء هادئة بغية الوصول الى آراء ومقترحات ببناء من شأنها الإسهام في معالجة المشاكل السياسية في البلد.

هوامش البحث:

- ١ - حنان محمد إسماعيل، دور المادة الإخبارية التلفزيونية في تدعيم مفهوم المشاركة السياسية لدى شباب القاهرة الكبرى، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ١٩٩٦
- ٢- محمد عبد الوهاب الفقي، دور التلفزيون اليمني في تزويد الشباب بالمعلومات السياسية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ١٩٩٧
- ٣- اميمة محمد عمران، دور الصحافة الحزبية في المشاركة السياسية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الآداب، جامعة المنيا، ١٩٩٩
- ٤- نائلة ابراهيم عمارة، دور وسائل الاعلام في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور المصري نحو الانتخابات الرئاسية ٢٠٠٥، المؤتمر السنوي الثاني عشر لكلية الاعلام، جامعة القاهرة، من ٢-٤ مايو ٢٠٠٦، الاعلام وتحديات المجتمعات العربية، الجزء الأول، ص ص ٢٥٧-٣٠٤
- ٥- احمد حسين اللقاني وآخرون، معجم المصطلحات التربوية: المعرفة في المناهج وطرق التدريس، القاهرة، عالم الكتب، ١٩٩٦، ص ٢٠٤.
- ٦- حنان يوسف، الاعلام والسياسة مقارنة ارتباطية، القاهرة، اطلس للنشر والانتاج الاعلامي، ٢٠٠٦، ص ٦٤.
- ٧- مي العبدالله، الاتصال والديمقراطية، بيروت، دار النهضة العربية، ٢٠٠٥، ص ٣٧٢
- 8 - d. fleur & s.b. rokeach, theories of mass communication, New York, Mack press. P 253
- ٩- صالح خليل ابو اصبع، الاتصال الجماهيري، عمان، دار الشروق، ١٩٩٩، ص ٢١٨ .
- ١٠- اماني السيد فهمي، الاتجاهات العالمية الحديثة لنظريات التأثير في الراديو والتلفزيون، المجلة المصرية لبحوث الاعلام، كلية الاعلام، جامعة القاهرة عدد ٦، ١٩٩٩، ص ص ٢٠٧-٢٤٩،
- 11- Dennis Mc Quail , Mass Communication Theory- An Introduction, 4th Edition , Sage Publication Inc., London , 2000 ,p12.
- ١٢- صالح خليل أبو اصبع، استراتيجيات الاتصال وسياسته وتأثيره، عمان، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، ٢٠٠٥، ص ١٠٨ نقلا عن
- s.j.Ball- Rokeach & Melvin DE fleur A. Dependency Model of Mass Media Effects in inter' Media: interpersonal Communication in a Media Word eds. Gary pert & Roberts Catha cart, ( new York oxford University pressm1979) pp. 229-242
- ١٣- سعاد جبر سعيد، سيكولوجيا الاتصال الجماهيري، عمان، جدار للكتاب، ٢٠٠٨، ص ١٠٣
- ١٤- ملفن ديفلروساندرا بول روكيتش، نظريات وسائل الاعلام، ط ٣، ترجمة كمال عبد الرؤوف، القاهرة، الدار الدولية للنشر والتوزيع، ١٩٩٩، ص ٤٣٠-٤٣١
- ١٥- انظر:
- مرفت الطرابيشي وآخرون، نظريات الاتصال، القاهرة، دار الايمان للطباعة، ٢٠٠٦، ص ١٤٣-١٤٤
- منال هلال المزاهرة نظريات الاتصال، عمان، دار المسيرة، ٢٠١٢، ص ٢١٣-٢١٤
- محمود حسن اسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، القاهرة، الدار العالمية للنشر والتوزيع، ٢٠٠٣، ص ٢٧٨-٢٨٠

- ١٦- حسن عماد مكاوي، وليلى حسين الاتصال ونظرياته المعاصرة، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، ط٤، ٢٠٠٤ ص ٣٢٦
- ١٧- خلدون عبدالله، الاعلام وعلم النفس، عمان، دار اسامة، ٢٠٠٩، ص ٣٤
- ١٨- احمد زكريا احمد، نظريات الاعلام، القاهرة، المكتبة المصرية، ٢٠٠٨، ص ٧
- ١٩- حسن عماد مكاوي وليلى حسين، مصدر سابق، ص ٣٢٧
- ٢٠- سامي محسن ختاتنة وآخرون، علم النفس الإعلامي، عمان، دار المسيرة، ٢٠١٠، ص ١٨٧،
- ٢١- مرفت الطرابيشي وآخرون، مصدر سابق، ص ١٤٠،
- ٢٢- منال هلال المزاهرة، مصدر سابق، ٢٠١٢ ص ٢٢٩.
- ٢٣- رضا عكاشة، تأثيرات وسائل الإعلام، المكتبة العالمية للنشر والتوزيع، القاهرة، ٢٠٠٦، ص ٢١٠
- ٢٤- محمد عبد الحميد، نظريات الاعلام واتجاهات التأثير، ط ٣، القاهرة، عالم الكتب، ٢٠٠٤، ص ٣٠٤.
- ٢٥- ( حسني نصر وليلى حسين، مصدر سابق، ص ٣٢٩)
- ٢٦- يوسف مرزوق، الخدمة الاخبارية في الاذاعة الصوتية، الاسكندرية، دار المعرفة الجامعية، ١٩٩٩، ص ١٣٠
- ٢٧- جون ماكسويل هاملتون وجورج أ- كرمسكي، صناعة الأخبار في كواليس الصحف الامريكية، ترجمة احمد محمود، القاهرة، دار الشروق، ٢٠٠٠، ص ٣٤
- ٢٨- جيهان احمد رشتي، الاسس العلمية لنظريات الاعلام، القاهرة، دار الفكر العربي، ١٩٧٨، ص ٣٣٤
- ٢٩- دنس ماكويل، الإعلام وتأثيراته، ترجمة عثمان العربي، القاهرة، المجلس الاعلى للثقافة، ١٩٩٢، ص ١٢٠
- \*تم عرض الاستمارة للتحكيم على كل من : أ.د جليل وادي، أ.م.د حسين رشيد، أ.م.د طلال الشمري