

قضايا الشباب في البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العراقية

دراسة تحليلية لبرنامجي شباب وبنات في قناة السومرية وهلا شباب في قناة العراقية

وهو بحث مستقل من رسالة ماجستير

أ.م.د. هادي عبد الله احمد

كرار محمد حاتم

كلية الاعلام - جامعة بغداد

المستخلص

يرمي البحث إلى التعرف على قضايا الشباب في البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العراقية، عن طريق رصد عينة من حلقات البرامج الحوارية التي تناولت قضايا الشباب في القنوات الفضائية العراقية وتحليلها، وهذه البرامج هي: هلا شباب في قناة العراقية و شباب وبنات في قناة السومرية الفضائية، ويصنف هذا البحث ضمن البحوث الوصفية، واعتمد المنهج المسحي، واستخدم الباحث الملاحظة العلمية لجمع المعلومات عن طبيعة البرامج الحوارية التي قدمت مضامين إعلامية تستهدف شريحة الشباب عن طريق متابعة حلقات برنامجي (شباب وبنات وهلا شباب). وتسجيلها وإعادة عرضها مرة أخرى. وقد اعد الباحث لهذا الغرض استمارة التحليل، فقد قام الباحث بتصميم استمارة تحليل المضمون استناداً إلى مشكلة البحث والاهداف والتساؤلات الخاصة بمشكلة البحث، والمتضمنة فئات التحليل التي تم عرضها على الخبراء معتمداً على حساب عدد التكرارات والنسب المئوية مقياساً احصائياً. وقد توصل الباحث الى عدد من النتائج أهمها:

١. إن أبرز القضايا التي ركز فيها كل من برنامج هلا شباب وشباب وبنات هي القضايا الفنية والثقافية التي جاءت بالمرتبة الاولى وتليها القضايا الاجتماعية في المرتبة الثانية.
 ٢. إن تركيز البرامج عينة البحث فيما يخص طبيعة جنس الضيوف اتجهت نحو فئة (ذكر) بنسبة كبيرة بلغت (٨٧,٥%) في برنامج هلا شباب ونسبة (٧٦,٤٧%) في برنامج شباب وبنات وهو ما يدل على تركيز البرنامج على اجراء الحوار مع ضيوف الذكور أكثر من الضيوف الاناث اللواتي كانت نسبة استضافتهم في البرامج عينة البحث فقيرة جداً.
 ٣. إن غالبية ضيوف البرامج هلا شباب وشباب وبنات جاءت في المراتب الثلاثة الاولى (شاعر وناشط مدني وممثل) لكل منهما مما يعكس تركيز هذه البرامج من استضافة ضيوف يحملون هذه الصفات.
 ٤. اختلاف البرامج عينة البحث في اساليب عرض القضايا الحوارية بشكل كبير ومتباين فبرنامج هلا شباب اعتمد على فئة (قضية حوارية واحدة) بنسبة كبيرة بلغت (٩٠%) أما برنامج شباب وبنات فركز من فئة (أكثر من قضية حوارية واحدة) بنسبة مئوية كبيرة بلغت (٩٥%) وبهذا فإن هنالك تبايناً واختلافاً في البرامج عينة البحث في اساليب عرض القضايا.
- كلمات مفتاحية: قضايا الشباب; برامج حوارية; القنوات الفضائية; العراقية.

THE ISSUES OF YOUTH IN THE TALK SHOWS IN THE IRAQI SATELLITE CHANNELS:

(An Analytical Study of the Shabab wa Banat Program at Al-Sumaria TV Channel and of the Hala Shabab at Al-Iraqia TV Channel)

(A Research Drawn from a Master's Thesis)

Mr. Karar Muhammed Hatem,

Mass of Communication, University of Baghdad.

Assistant Professor, Hadi Abdullah Ahmed,

Mass of Communication, University of Baghdad.

Abstract

The purpose of this research is to identify the youth issues in Talk Shows in the Iraqi satellite channels via monitoring a sample of episodes of the Talk Shows episodes which are concerned and analyzed the youth issues in the Iraqi satellite channels, namely, «Hala Shabab Program» at Al-Iraqia satellite Channel and «Shabab wa Banat Program» at Al-Sumaria satellite Channel by recording and re-watching them again. This research is classified as one of descriptive researches. The survey method was adopted in this study.

For this purpose, the researcher prepared an analysis form. The researcher designed the content analysis form based on the research problem, goals and questions related to the research problem, which included the categories of analysis that were presented to the experts, relying on calculating the number of occurrences and percentages as a statistical measure. The researcher reached a number of results, the most important of which are:

- *The most prominent issues, that are displayed on «Hala Shabab» and «Shabab wa Banat» Programs, are focused on the artistry and cultural issues which are ranked firstly, and social issues are ranked secondly.*
- *The programs of the research's sample are focused on (male) gender; according to the nature of the guests' gender, via a large percentage (87.5%) for the program of «Hala Shabab», and (76.47%) for the «Shabab wa Banat» program. These percentages are indicated that the two programs are focused on the dialogue with male guests more than the female guests whose percentages of hosting, in the research sample programs, are very poor.*
- *The majority of programs' guests, «Hala Shabab», «Shabab wa Banat», are*

respectively introduced the three high ranks (poet, civil activist and artist) for each. Such category of people reflects the concentration of this kind of program that hosts guests of these qualities in.

• The programs of the research's sample are also different in the methods of presentation of dialogue issues largely and variously, namely the program of «Hala Shabab» is based on the category of (one dialogue issue) which is presented a large percentage (90%). Whilst, the program of «Shabab wa Banat» is focused on the category (more than one dialogue issue) which is inevitably presented high percentage (95%). Thus, there are variations and differences in the methods of issues presentation in the programs of the research's sample.

Keyworded: Issues of Youth; Talk Shows; Iraqi Satellite Channels.

المقدمة: introduction

تؤدي وسائل الإعلام على اختلاف انواعها واشكالها دوراً كبيراً في حياة الافراد والمجتمعات، واصبحت جزءاً لا يتجزأ من حياتهم اليومية، لما تملكه من خاصية التأثير الكبير في جمهور المتلقين، سواء كانت وسائل الإعلام هذه صحافة أو اذاعة أو تلفزيون، هذا التأثير جعل الدول والحكومات جميعاً تدرك أهمية الإعلام ودوره في تغيير المفاهيم والمعتقدات والافكار، والعمل على تبني آراء جديدة عن طريق التعرض لتلك الوسائل والتعامل معها.

وما زال التلفزيون من بين أهم هذه الوسائل واكثرها تأثيراً، لأنه يجمع بين الصوت والصورة، وله مجموعة من الخصائص تجعله متفوقاً على باقي وسائل الإعلام، فضلاً عن التطورات الحديثة والثورة التكنولوجية التي شهدها العالم، والتي تمخض عنها انظمة اتصالات جديدة ومنها الاقمار الصناعية، التي وفرت للمشاهد الاخبار والاحداث والمعلومات من جميع اصقاع العالم بتقنية البث المباشر، مما قرب المسافات بين القارات وجعل العالم يبدو وكأنه قرية صغيرة.

ويشغل الجمهور -لاسيما شريحة الشباب، التي تعد من اهم شرائح المجتمع- الركيزة الاساسية لبرامج التلفزيون، لأنه المتلقي للرسالة التي تبثها تلك البرامج، لذلك تولي القنوات الفضائية عناية كبيرة وأهمية خاصة بالبرامج الشبابية، حتى باتت البرامج الشبابية منهاجاً يومياً ثابتاً في العديد من الفضائيات، ومنها الفضائيات العراقية الحكومية منها والخاصة.

لذلك تسعى هذه الدراسة لتسليط الضوء على قضايا الشباب في البرامج الحوارية، ومعرفة الدور الذي تقوم به القنوات الفضائية العراقية في دعمها ومساندتها لها، لما تشكله هذه الشريحة من أهمية كبيرة في المجتمع.

الإطار المنهجي

أولاً: مشكلة البحث: Research problem

وتأتي مشكلة البحث من الدور الذي يمكن أن يقوم به التلفزيون في تناول قضايا الشباب وتلك الشريحة التي تعد من أهم شرائح المجتمع ويعول عليها كثيراً في تأدية دور ايجابي في المجتمع لاسيما وإن العرض يتم بالاعتماد على البرامج الحوارية التي تؤدي دوراً في برامج التلفزيون المختلفة، إذ تحقق البرامج الحوارية المشاركة الجماهيرية، عن طريق تقديم آرائهم ومقترحاتهم، ولذلك يفرض الحوار نفسه بعده أحد اهم اشكال البرامج التلفزيونية، التي تتناول قضايا الشباب بطريقة حوارية. ومن هنا يمكن تحديد مشكلة البحث في التساؤل الرئيس الآتي:

ما اهم قضايا الشباب التي تناولتها البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العراقية؟

ثانياً: اهمية البحث: Research importance

١. الالهية العلمية: يضيف هذا البحث للمكتبة الإعلامية بحثاً جديداً من الناحية العلمية في وقت ندرة الدراسات التي تناولت موضوع قضايا الشباب، ولذلك يرى الباحث انها فرصة جيدة للتخصص في هذا المجال العلمي.

٢. الالهية العملية: يتناول البحث جانباً إعلامياً مهماً، وهو قضايا الشباب في البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العراقية، عن طريق دراسة تحليلية لبرنامج (هلا شباب) في قناة العراقية الفضائية وبرنامج (شباب وبنات) في قناة السومرية الفضائية، ولأن البرامج الحوارية لها دور اساس في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو قضايا مهمة مثل قضايا الشباب، مما يسمح بالاطلاع على احتياجات الشباب ومشكلاتهم، والتعرف على الكيفية التي تستخدمها هذه البرامج في عرضها لهذه القضايا، ومقارنة الاساليب المستخدمة في القنوات التلفزيونية ذات التمويل الحكومي (قناة العراقية) والقنوات ذات التمويل الخاص (قناة السومرية) ورصد الفروقات بينها في طرحها قضايا الشباب.

ثالثاً: أهداف البحث: Research goals

يسعى الباحث لتحقيق الاهداف الاتية:

١. معرفة نوعية القضايا التي تناولها البرامج الحوارية التي تتناول قضايا الشباب في القنوات التلفزيونية الحكومية والخاصة العراقية.
٢. بيان طبيعة الضيوف حسب الجنس.
٣. معرفة صفة أو تخصص الضيوف في البرامج الحوارية.
٤. معرفة اساليب عرض القضايا الحوارية في البرامج عينة البحث.
٥. معرفة نوع اللغة المستخدمة في البرامج الحوارية التي تناولت قضايا الشباب.
٦. معرفة انواع الحوار التي تستخدمها البرامج الحوارية التي تناولت قضايا الشباب.
٧. معرفة اهداف الحوار التي تسعى البرامج الحوارية الى تحقيقها عن طريق تناول قضايا الشباب في الفضائيات العراقية.

رابعاً: منهج البحث ونوعه: Research method and type

استخدم الباحث المنهج المسحي وطريقة تحليل المضمون، ويعد المنهج المسحي من اهم المناهج المستخدمة في الدراسات الاعلامية لاسيما في البحوث الوصفية التي تسعى لتوصيف الظواهر والايضاح والاتجاهات الحالية وتوثيقها (زغيب، ٢٠٠٩، صفحة ١٠٩) . ولما كانت طريقة تحليل المضمون واحدة من ابرز الطرق المهمة المستخدمة في البحوث الوصفية , لذلك سعى الباحث للاعتماد على هذه الطريقة بعد ان حدد فئاته الرئيسية والفرعية اعتمادا على تساؤلات البحث واهدافه لتحليل محتوى البرامج الحوارية التي تتناول قضايا الشباب, وهما كل من برنامجي هلا شباب في قناة العراقية الفضائية وشباب وبنات على قناة السومرية الفضائية, بأسلوب تحليل المضمون وقد عرف تحليل المضمون بانه: «تصنيف المادة المكتوبة او المسموعة او المرئية تحت فئات معينة وفق معايير محددة بما يكشف خصائص هذه المادة من حيث الشكل والمحتوى (بركات، ٢٠١٢، صفحة ٢٥٧) .

خامساً: حدود البحث: research boundaries

المجال المكاني: Spatial boundaries

تمثل المجال المكاني في برامجي الشباب (هلا شباب، شباب وبنات) في القنوات الفضائية العراقية (قناة العراقية - قناة السومرية)

المجال الزمني: Temporal boundaries

تمثل المجال الزمني للبحث في المدة من ٢٠١٧/٦/١ إلى ٢٠١٧/٨/٣١، إي مدة زمنية أمدها ثلاثة أشهر متتالية.

سادساً: مجتمع البحث: research Society

حدد الباحث القنوات الفضائية العراقية (قناة العراقية وقناة السومرية) مجتمعاً للبحث لان قناة العراقية قناة حكومية وقناة السومرية قناة خاصة غير مرتبطة بجهة سياسية.

سابعاً: أدوات البحث: Search tools

- اولاً: الملاحظة: وهي من الادوات المهمة لجمع المعلومات، وهي اداة اساسية في معظم البحوث، وتعد الملاحظة وسيلة لمعرفة الظواهر الاجتماعية التي تتعلق بحياة الافراد والمجتمعات المختلفة، فمعرفة الحقائق والمعلومات عن المجتمعات والنظم والعلاقات الاجتماعية والاعراف والتقاليد، يتطلب تجهيز الحواس لإلتقاط المعلومات او الحقائق وجمعها، والتركيز في ادراكها وتفسيرها، في ظل عملية منهجية وهي الملاحظة (حسن، ٢٠١١، صفحة ٢١٨) .
- ثانياً: تحليل المضمون: استخدم الباحث تحليل المضمون الذي عرفه هولستي على أنه « أي أسلوب بحثي يرمي للخروج باستدلالات عن طريق تشخيص صفات محددة للرسائل تشخيصاً موضوعياً منظماً (احمد، ٢٠٠٤، صفحة ٧٠) .

ثامناً: تحديد المصطلحات: Defining terms

- **قضايا الشباب:** وهي جميع الموضوعات التي تخص شريحة الشباب ضمن الفئة العمرية المحصورة بين (١٥ - ٣٥) سنة، وتهتم بشؤونهم، سواء كانت دينية او علمية او سياسية او فنية او ثقافية او رياضية او تكنولوجية... الخ، وتتضمن هذه القضايا طموحاتهم وتطلعاتهم ومشكلاتهم المختلفة، وتتمكن من تحديد الدور الذي يقوم به الشباب في المجتمع العراقي سواء كان هذا الدور ايجابياً او سلبياً.
- **البرامج الحوارية:** وهي البرامج التي تعتمد على الحوار التلفزيوني، وتكون بين مقدم أو أكثر، وبين ضيف أو مجموعة من الضيوف، يتناولون فيها بالحوار والنقاش قضية معينة، وتشترط البرامج الحوارية أن يكون الحديث بطريقة متكافئة بين الضيوف، مع وجود رغبة حقيقية للحوار والتفاهم، في جو يتسم بالهدوء والشفافية والصراحة، بعيداً عن الضغوطات المختلفة، ومن الامثلة على البرامج الحوارية والتي تستهدف شريحة الشباب برنامج هلا شباب في قناة العراقية وبرنامج شباب وبنات في قناة السومرية الفضائية محور بحثنا.
- **القنوات التلفزيونية العراقية:** وهي القنوات التلفزيونية العراقية التي تُعنى بالشأن العراقي وحدثه، سواء كان تابعة لجهات حكومية أو حزبية أو ذات ملكية خاصة.

تاسعاً: الدراسات سابقة: (Previous Studies)

- **دراسة رافي حمدي محمد الحديثي:** (واقع البرامج الحوارية في قناة العراقية - البرامج السياسية نموذجاً - لمدة من ٢٠٠٤/٦/١ ولغاية ٢٠٠٤/٩/١) رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة بغداد، كلية الإعلام، قسم الصحافة الاذاعية والتلفزيونية، ٢٠٠٥. هدفت الدراسة إلى الكشف عن الخصائص الاساسية في البرامج الحوارية في قناة العراقية الفضائية والوقوف على اختصاص العاملين فيها. واستخدم الباحث المنهج الوصفي الذي يهدف الى وصف الظواهر او الوقائع في ضوء توفر المعلومات والملحوظات عنها، واختار البحث العينة العمدية، إذ قام بتوزيع استبانة على العاملين في قناة العراقية الفضائية واستمارة اخرى على عينة من طلبة كلية الإعلام بجامعة بغداد، من خلال دورة برامجية امدها ثلاثة أشهر. وقد توصل الباحث إلى أن اغلبية العاملين في البرامج الحوارية في قناة العراقية الفضائية العراقية من الذكور. إذ كان عددهم (٢٨) قياساً بعدد الاناث اللواتي كان عددهن (٢) وان التحصيل الدراسي للعاملين في البرامج الحوارية السياسية غير عال، اذ لا يوجد بين العاملين من حملة الشهادات العليا.
- **تناولت دراسة لمياء سليمان (قضايا الرأي العام في البرامج التلفزيونية الحوارية) (دراسة وصفية تحليلية لبرنامج قضايا وآراء على قناة الجزائرية) للفترة الممتدة ما بين ديسمبر ٢٠١٤-وفيفري ٢٠١٥، رسالة ماجستير، جامعة محمد خيضر -بسكرة، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، قسم العلوم الانسانية، الجزائر، ٢٠١٥. وكان من بين الاهداف التي سعت الدراسة الى تحقيقها هو التعرف على البرامج التلفزيونية الحوارية ودورها في تشكيل الراي العام عن طريق تحليل محتوى بعض حلقات برنامج (قضايا وآراء) وكذلك التعرف على الموضوعات**

والمضامين التي تركز فيها البرامج التلفزيونية الحوارية وكيف تؤثر هذه المضامين في توجيه الراي العام، كذلك التعرف على الوسائل المستخدمة في تناول وتقديم هذه المضامين للمشاهد. وقد استخدم الباحث المنهج المسحي وطريقة تحليل المضمون لتحليل حلقات برنامج (قضايا وآراء) عن طريق استخدام العينة القصدية لأن مجتمع البحث كبير جدا وعدم قدرة الباحث على الحصول على اعداد البرامج جميعها وقد حدد الباحث ثلاثة أشهر تبدأ من ٢٠١٤/١٢/٦ ولغاية ٢٠١٥/٢/٢٨، ووجد الباحث النتائج الآتية:

١. ان اللغة الاكثر استخداما في برنامج قضايا وآراء هي اللهجة العامية.
٢. ان أبرز الموضوعات التي يركز فيها برنامج قضايا وآراء هي الموضوعات الاجتماعية.
٣. اعتماد برنامج قضايا وآراء على مصادر المعلومات الداخلية أكثر من اعتماده على مصادر المعلومات الخارجية.
٤. ركز برنامج قضايا وآراء من تقديم خدمات عديدة كان اهمها خدمة الاعلام والاخبار.

الإطار النظري: Theoretical context

- **أولاً: مفهوم الشباب:** يُعرف الشباب في اللغة تعني الفتوة والفتاء والحداثة وكلمة شب من شبيب ، وشب الغلام يشب شبابا (منظور، ١٩٨٨، صفحة ٤٨٠).
- وقد اختلفت الآراء كثيرا في تعريف الشباب وأن هنالك تبايناً كبيراً في تحديد مرحلة الشباب، فالبعض منهم ركز في الجوانب البيولوجية متمثلة بالنضج الجنسي والقدرة على الانجاب، ويحددها آخرون على اساس بداية الاندماج في المجتمع (عبد الرزاق و حسام الدين، ٢٠١٤، صفحة ١٢٧)، في حين ذهب آخرون إلى الرأي القائل أن الشباب لا يرتبطون بسن محدد، وإنما هو السلوك والتصرفات الخاصة بموضوع اجتماعي معين (الطائي، ٢٠١١، صفحة ١٩٦). فقد وصفهم معجم العلوم الاجتماعية بأنهم القوى الاجتماعية التي تكون بين مرحلة المراهقة والنضج الجنسي (مذكور، ١٩٧٥، صفحة ٣٣٣). إذ حددها علماء الاجتماع بالمدة الممتدة بين (١٥ - ٢٥) سنة معدين أن هذه المرحلة يكتمل فيها نمو الشباب العضوي في وقت لم يكتمل نموهم النفسي والعقلي (حمدي، ٢٠١٢، صفحة ٦٤). في حين يرى بعض علماء السكان أن فئة الشباب هي الفئة التي تقع اعمارها بين ١٥ - ٣٠ عاماً، وهذا الاختلاف يرجع تبعاً لاختلاف السياق الاجتماعي الذي يتم في اطاره تحديد هذه الفئة (اليوسف، ٢٠١٣، صفحة ١٩). أما الشباب بحسب مفهوم الامم المتحدة فهم: فئة اجتماعية وديموغرافية مهمة تتراوح اعمارهم بين ١٥ إلى ٢٤ سنة (الكعبي، ٢٠١٦، صفحة ١٥٩).

- **ثانياً: البرامج التلفزيونية الحوارية:** الحوار: هو العملية التي تجري عن طريقها تبادل الآراء والافكار ووجهات النظر بين محاورين اثنين او اكثر بهدف بيان حقيقة مؤكدة أو رأي معين قد يرفضه الآخر أو يقبله ، فإن قبله فيكون حواراً قصيراً وان رفضه يطول الحوار بينهما لكي يقتنع الآخر، وقد لا يقتنع الطرف الاخر وبذلك تبقى مسألة الخلاف قائمة بينهما مما يؤدي إلى

استمرار الحوار إلى أوقات أخرى (كافي، ٢٠١٥، الصفحات ١١-١٢). والبرامج الحوارية هي البرامج الإذاعية والتلفزيونية التي تقوم على اساس استضافة شخص او اكثر من المتخصصين في مجال معين ليتحدثوا إلى الجمهور مباشرة في موضوع محدد، سواء كان الموضوع دينياً أو سياسياً أو اقتصادياً أو ثقافياً... الخ (الحديثي، ٢٠٠٤، صفحة ٢٢).

ثالثاً: أهداف الحوار التلفزيوني

للحوار مجموعة من الاهداف منها:

١. الإعلام والايخبار: ويقصد بها أن الحوار وسيلة اساسية في تقديم معلومات واخبار حديثة الوقوع عن الاحداث المهمة كافة (شبيب، ٢٠١٢، صفحة ٧٧٥).
٢. التنقيف: يرمي الحوار في العصر الحاضر إلى زيادة ثقافة المتلقين أو توجيه السلوك بالاتجاه الصحيح (الكناني، ٢٠١٢، صفحة ٨٤).
٣. التعليم: يؤدي الحوار دوراً كبيراً في مجال التعليم سواء تم ذلك عن طريق توفير المعلومات او التفاعل بواسطة الحوار بين المعلم والطالب ومن ثم رفع المستوى الدراسي. (عبد العظيم، ٢٠١٠، صقحة ٤٧)
٤. الشرح والتفسير: من اهم اهداف الحوار العمل على شرح ما يحصل من احداث وظواهر وامور في جوانب الحياة كافة وتفسيرها (سليمان، ٢٠١٥، صفحة ٧٢).
٥. وظيفة خدمة المجتمع وتنميته: يسهم الحوار مع المتخصصين وما يقدمونه من معلومات وتوجيهات في رفع المستوى التنموي للجمهور (الكناني، ٢٠١٢، صفحة ٨٤).
٦. التسلية والترفيه: يقدم الحوار التسلية والترفيه عن طريق تناول المواقف والاحداث عن الجوانب الطريفة في حياة الشخصية محل الحوار التي تضيف نوعاً من البهجة والسعادة والفرح وبذلك تحقيق التسلية والامتع (الساري، ٢٠١٢، صفحة ٣٣).

رابعاً: أنواع الحوار وأشكاله

اتخذ الحوار أنواعاً وأشكالاً متعددة، ومن اهم انواع الحوار هي:

١. حوار الشخصية: يرمي هذا النوع الى معرفة تفاصيل الحياة الشخصية للضيف، وتعد برامج حوار الشخصية من أكثر البرامج نجاحاً في الآونة الاخيرة (هيلارد، ٢٠٠٨، صفحة ٢٦٦).
٢. حوار المعلومات: ويسعى هذا النوع من الحوار لتقديم معلومات بشأن قضية أو مشكلة أو موضوعات تهم الجمهور (البطريق و عبد الغفار، ٢٠٠٥، صفحة ٤٤).
٣. حوار الرأي: وهو الحوار الذي يسعى لعرض آراء الضيف أو مجموعة من الضيوف عن قضية معينة او تشكيل رأي عام عن قضية معينة (العيثاوي، ٢٠١٨، صفحة ٧٥).

الإطار الميداني (العملي): Field framework (practical)

- أولاً: يرمي جدول (١) الى معرفة خصائص عينة البحث التحليلية على وفق برامج الشباب في القنوات الفضائية العراقية:

جدول (١) يبين خصائص عينة البحث التحليلية

القناة	البرنامج	عدد حلقات البرنامج الخاضعة للتحليل
العراقية	هلا شباب	٢٠
السومرية	شباب وبنات	٢٠

توضح بيانات الجدول (١) خصائص عينة الدراسة التحليلية للبرامج التي تعرض عن طريقها قضايا الشباب في القنوات الفضائية العراقية، وهي قناة العراقية عن طريق برنامج (هلا شباب) وعدد حلقات البرنامج الخاضعة للتحليل (٢٠) حلقة، وقناة السومرية الفضائية من عن طريق برنامج (شباب وبنات) وعدد الحلقات الخاضعة للتحليل (٢٠).

جدول (٢): يوضح طبيعة القضايا التي يتناولها برنامجا هلا شباب وشباب وبنات

طبيعة القضايا	هلا شباب		شباب وبنات	
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
قضايا فنية وثقافية	١٦	٦٩,٥٦	٢٨	٥٨,٣٣
قضايا اجتماعية	٤	١٧,٣٩	١١	٢٢,٩١
قضايا رياضية	٠	٠	٥	١٠,٤١
قضايا تعليمية	١	٤,٣٤	٠	٠
قضايا إعلامية	٢	٨,٦٩	٢	٤,١٦
قضايا ترفيهية	٠	٠	١	٢,٠٨
قضايا تكنولوجية	٠	٠	١	٢,٠٨
المجموع	٢٣	١٠٠	٤٨	١٠٠

يمثل الجدول السابق النتائج المتعلقة بالقضايا التي يتناولها برنامج هلا شباب وبرنامج شباب وبنات، فقد تصدرت القضايا الفنية والثقافية في برنامج هلا شباب بعدد تكرارات بلغ (١٦) من مجموع (٢٣) تكراراً وبنسبة مئوية بلغت (٦٩,٥٦%) وفي المرتبة الثانية جاءت القضايا الاجتماعية اذ بلغت (٤) تكرارات بنسبة مئوية بلغت (١٧,٣٩%) وفي المرتبة الثالثة جاءت الإعلامية بعدد تكرارات بلغت (٢) وبنسبة مئوية بلغت (٨,٦٩%) اما القضايا التعليمية فجاءت بعدد تكرار بلغ (١) وبنسبة مئوية بلغت (٤,٣٤%).

أما برنامج شباب وبنات نلاحظ فيه تركيز البرنامج أيضاً من القضايا الفنية والثقافية إذ بلغ عدد تكرار (٢٩) تكراراً من مجموع (٤٨) وبنسبة مئوية بلغت (٦٠,٤١%) تليها القضايا الاجتماعية بعدد تكرارات بلغت (١١) تكراراً وبنسبة مئوية بلغت (٢٢,٩١%) وجاءت بعدها القضايا التعليمية بتكرار واحد وبنسبة مئوية بلغت (٢,٠٨%) وجاءت القضايا الترفيهية بالمرتبة الاخيرة بتكرار واحد وبنسبة مئوية بلغت (٢,٠٨%).

الجدول (٣) يوضح طبيعة جنس ضيوف برنامج هلا شباب وشباب وبنات.

الجنس	هلا شباب		شباب وبنات	
	التكرار	النسبة٪	التكرار	النسبة٪
ذكر	٢١	٨٧,٥	٣٩	٧٦,٤٧
انثى	٣	١٢,٥	١٢	٢٣,٥٢
المجموع	٢٤	١٠٠	٥١	١٠٠

نلاحظ من الجدول السابق تقارباً كبيراً في النسبة بين هلا شباب وشباب وبنات فيما يخص الجنس باتجاه فئة (ذكر) فتضمن برنامج هلا شباب (٢١) تكراراً ونسبة مئوية بلغت (٨٧,٥٪) في حين تضمن برنامج شباب وبنات (٣٩) تكراراً ونسبة مئوية بلغت (٧٦,٤٧٪)، أما عن نسبة الاناث في برنامج هلا شباب فجاءت بعدد (٣) تكرارات ونسبة مئوية بلغت (١٢,٥٪) , اما برنامج شباب وبنات، فقد وصل عدد التكرار إلى (١٢) تكراراً ونسبة مئوية بلغت (٢٣,٥٢٪) وهذا يدل على أن القنوات الفضائية العراقية تولي الشباب من فئة الذكور اهتماماً كبيراً وتسعى لاستضافتهم في برامجها الحوارية المخصصة لعرض قضايا الشباب وابرار مواهبهم وطاقتهم ومشكلاتهم وابرارها للرأي العام، وهو قد يعكس غياب المرأة عن المشهد الإعلامي خلافاً لما تمتلكه من ثقل حقيقي في المجتمع.

الجدول (٤) يوضح صفة ضيوف برنامج هلا شباب وشباب وبنات

صفة الضيف	هلا شباب		شباب وبنات	
	التكرار	النسبة٪	التكرار	النسبة٪
شاعر	٥	٢٠,٨٣	٧	١٣,٧٢
ناشط مدني	٤	١٦,٦٦	٨	١٥,٦٨
ممثل	٣	١٢,٥	٨	١٥,٦٨
مطرب	٣	١٢,٥	٢	٣,٩٢
كاتب	٢	٨,٣٣	٢	٣,٩٢
عازف وملحن	١	٤,١٦	٤	٧,٨٤
رسام	٠	٠	٤	٧,٨٤
باحث اجتماعي	١	٤,١٦	٢	٣,٩٢
مسؤول رسمي	١	٤,١٦	١	١,٩٦
اعلامي	٢	٨,٣٣	٢	٣,٩٢
فنان تشكيلي	١	٤,١٦	٠	٠
مصمم ازياء	١	٤,١٦	١	١,٩٦
موهوب في مجال السحر وخفه اليد			١	١,٩٦
مخترع			١	١,٩٦
رياضي	٠	٠	٦	١١,٧٦
المجموع	٢٤	١٠٠	٥١	١٠٠

نلاحظ من الجدول السابق أن الضيف الذي يحمل صفة (شاعر) حاز على المرتبة الاولى بنسبة (٢٠,٨٣٪) في برنامج هلا شباب. وتشير هذه النسبة الى رغبة الشباب في الشعر، ولكنة الشعراء

في اوساطهم، ورغبة منهم في الظهور الإعلامي، فهم دائماً ما يلبون دعوة هذه البرامج ، وجاء في المرتبة الثانية الضيف الذي يحمل صفة (ناشط مدني) بنسبة (١٦,٦٦٪) وتشير هذه النسبة إلى حالة الانفتاح والعلومة التي اسهمت في توعية الشباب تجاه القضايا الانسانية ومساعدة المجتمع وحرص الشباب على تأدية دور ايجابي في المجتمع، بعدها جاء الضيف الذي يحمل صفة (ممثل) والضيف الذي يحمل صفة (مطرب) بنسبة(١٢,٥٪) لكل منهما، وبعدهما جاء الضيف الذي يحمل صفة (كاتب) بنسبة(٨,٣٣٪) اما الضيف الذي يحمل صفة (إعلامي) فقد حصل على نسبة مئوية بلغت (٨,٣٣٪) أما الضيف الذي يحمل صفة (عازف وملحن) والضيف الذي يحمل صفة (باحث اجتماعي) والضيف الذي يحمل صفة (مسؤول رسمي) و الضيف الذي يحمل صفة (فنان تشكيلي) و الضيف الذي يحمل صفة (مصمم ازياء) فكانت نسبهم متساوية بواقع (٤,١٦٪) وبتكرار (١) .

أما برنامج شباب وبنات فجاء الضيف الذي يحمل صفة (ناشط مدني وصفة ممثل) بالمرتبة الاولى بتكرار بلغ(٨) وبنسبة مئوية بلغت (١٥,٦٨٪) تليها صفة (شاعر) بعدد (٧) تكرارات وبنسبة مئوية بلغت (١٣,٢٢٪) بعدها حاز الضيف الذي يحمل صفة (رياضي) بمجموع تكرارات بلغت (٦) وبنسبة مئوية قدرها(١١,٧٦٪) تليها صفة(عازف وصفة رسام) بعدد تكرارات بلغت(٤) وبنسبة مئوية بلغت(٧,٨٤٪) لكل منهما، فيما تشارك الضيف الذي يحمل صفة (مطرب) والضيف الذي يحمل صفة (كاتب) والضيف الذي يحمل صفة (باحث اجتماعي) و الضيف الذي يحمل صفة(إعلامي) و الضيف الذي يحمل صفة(متخصص في المكياج السينمائي) بنسبة مئوية بلغت (٣,٩٢٪) وجاءت نتائج كل من الضيف الذي يحمل صفة(مسؤول رسمي) و الضيف الذي يحمل صفة (مصمم ازياء) والضيف الذي يحمل صفة (متخصص العاب خفة) والضيف الذي يحمل صفة (مخترع) بتكرار (١) وبنسبة مئوية قدرها(١,٩٦٪).

جدول (٥) يوضح اساليب عرض القضايا الحوارية في برامج عينة البحث

برنامج شباب وبنات		برنامج هلا شباب		اساليب عرض القضايا الحوارية
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
٥	١	٩٠	١٨	قضية حوارية واحدة
٩٥	١٩	١٠	٢	أكثر من قضية حوارية
١٠٠	٢٠	١٠٠	٢٠	المجموع

يوضح الجدول السابق أن برنامج هلا شباب يعتمد بشكل مطلق على عرض (قضية حوارية واحدة) في عرض القضايا المختلفة وتناولها، اذ جاءت تكرارات هذه الفئة بعدد بلغ(١٨) تكراراً، من أصل (٢٠) حلقة وبنسبة مئوية بلغت (٩٠٪) في حين حصلت فئة (أكثر من قضية حوارية واحدة) على عدد تكرار بلغ(٢) تكرارين، وبنسبة مئوية بلغت (١٠٪) فقط، في حين جاءت نتائج برنامج شباب وبنات مغايرة تماماً، اذ لم تسجل فئة (قضية حوارية واحدة) إلا نسبة قليلة جدا وهي (٥٪) وبواقع (١) تكرار واحد في حين جاءت نتائج فئة (أكثر من قضية حوارية واحدة) بعدد تكرارات بلغت (١٩) تكراراً من أصل(٢٠) وبنسبة مئوية بلغت (٩٥٪).

جدول (٦) يوضح نوعية اللغة المستخدمة في البرامج عينة البحث.

شباب وبنات		هلا شباب		اللغة المستخدمة
النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	
٨١,٢٥	٣٩	٨٦,٩٥	٢٠	اللهجة العامية
٢,٠٨	١	٨,٦٩	٢	اللغة العربية الفصحى
١٦,٦٦	٨	٤,٣٤	١	اللغة الوسطى
١٠٠	٤٨	١٠٠	٢٣	المجموع

نلاحظ من تحليل (٢٠) حلقة لكل من برنامج هلا شباب وشباب وبنات تفوق اللهجة العامية بشكل كبير, إذ كان مجموع تكرار برنامج هلا شباب (٢٠) تكراراً وبنسبة مئوية بلغت (٨٦,٩٥٪)، أما برنامج شباب وبنات فجاءت تكراراته (٣٩) تكراراً وبنسبة مئوية بلغت (٨١,٢٥٪)، وهذا يعكس ارتفاع سقف حرية التعبير في البرامج عينة البحث وايضا يشير إلى أن معظم الضيوف الذين تمت استضافتهم هم من الشباب وهم بدورهم يفضلون استخدام اللهجة العامية للتعبير عن شخصياتهم وآرائهم ومواجهة رهبة الكاميرا والظهور الإعلامي, الذي يعد المرة الأولى لمعظمهم, مع عدم ممانعة معدّي البرامج عينة البحث ومقدميها على استخدام اللهجة العامية, ما دام استخدامها يضمن وصول الفكرة إلى شريحة المشاهدين أأأأ أو الجمهور المستقبل.

أما اللغة الوسطى فجاءت تكراراتها بواقع (١) تكرار واحد في برنامج هلا شباب وبنات وبنسبة مئوية بلغت (٤,٣٤٪) أما برنامج شباب وبنات فكان عدد تكراراته (٨) وبنسبة مئوية بلغت (١٦,٦٦٪)

أما اللغة العربية الفصحى فجاءت في المرتبة الأخيرة بمجموع تكرارات (٢) في برنامج هلا شباب وبنسبة مئوية بلغت (٨,٦٩٪) أما برنامج شباب وبنات فكانت تكراراته (١) وبنسبة مئوية بلغت (٢,٠٨٪).

جدول (٧) يمثل أنواع الحوار في برامج عينة البحث هلا شباب وشباب وبنات

شباب وبنات		هلا شباب		فئة نوع الحوار
النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	
٨١,٢٥	٣٩	٦٥,٢١	١٥	حوار الشخصية
١٨,٧٥	٩	٢١,٧٣	٥	حوار المعلومات
٠	٠	١٣,٠٤	٣	حوار الرأي
١٠٠	٤٨	١٠٠	٢٣	المجموع

تظهر نتائج الجدول السابق، أن تركيز برنامجي هلا شباب وشباب وبنات على (حوار الشخصية) بشكل كبير بعدد تكرارات بلغت (١٥) تكراراً، في برنامج هلا شباب وبنسبة مئوية بلغت (٦٥,٢١٪) أما في برنامج شباب وبنات فكانت التكرارات (٣٩) تكراراً وبنسبة مئوية بلغت (٨١,٢٥٪)، أما عن (حوار المعلومات) فكانت النتائج تشير إلى مجموع تكرارات (٥) في برنامج هلا شباب والذي حصل على نسبة مئوية بلغت (٢١,٧٣٪) أما في برنامج شباب وبنات فكان مجموع التكرارات لهذا النوع من الحوار (٩) تكرارات وبنسبة مئوية بلغت (١٨,٧٥٪). أما (حوار الرأي) فالنتائج تشير إلى (٣) تكرارات في برنامج هلا شباب فقط من أصل (٢٣) قضية حوارية طرحت في البرنامج وبنسبة مئوية بلغت (١٣,٠٤٪)، أما في برنامج شباب وبنات فهذا النوع من الحوار كان معدوماً تماماً والذي حصل على نسبة (صفر).

جدول (٨) يمثل اهداف الحوار في برنامج هلا شباب وشباب وبنات

شباب وبنات		هلا شباب		اهداف الحوار
النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	
٧٠,٨٣	٣٤	٦٩,٥٦	١٦	التثقيف
٨,٣٣	٤	١٣,٠٤	٣	الاعلام والاخبار
٨,٣٣	٤	٨,٦٩	٢	التوعية والارشاد
٦,٢٥	٣	٤,٣٤	١	التسلية والامتناع
٠	٠	٤,٣٤	١	الشرح والتفسير
٦,٢٥	٣	٠	٠	التعليم
١٠٠	٤٨	١٠٠	٢٣	المجموع

يبين الجدول (٨) طبيعة اهداف الحوار في برامج عينة البحث هلا شباب وشباب وبنات ويظهر أن الاهداف المتعلقة بالتثقيف جاءت بالمرتبة الاولى لكلا البرنامجين فحصل برنامج هلا شباب على مجموع تكرارات بلغت (١٦) تكراراً وبنسبة مئوية بلغت (٦٩,٥٦٪)، أما برنامج شباب وبنات فحصل على مجموع تكرارات بلغت (٣٤) وبنسبة مئوية بلغت (٧٠,٨٣٪). أما الإعلام والاخبار فجاءت تكراراتها بواقع (٣) تكرارات في برنامج هلا شباب وبنسبة مئوية بلغت (١٣,٠٤٪) أما برنامج شباب وبنات فحصل على مجموع تكرارات بلغت (٤) وبنسبة مئوية بلغت (٨,٣٣٪). أما وظيفة التعليم لم تسجل مطلقاً في برنامج هلا شباب أما برنامج شباب وبنات فحصلت على عدد تكرار بلغ (٣) وبنسبة مئوية بلغت (٦,٢٥٪). أما وظيفة التوعية والارشاد فجاءت تكراراتها (٢) تكرارين وبنسبة مئوية بلغت (٨,٦٩٪) في برنامج هلا شباب، أما حصيلته برنامج شباب وبنات فجاء بعدد تكرارات بلغت (٤) تكرارات وبنسبة مئوية بلغت (٨,٣٣٪). أما وظيفة التسلية والامتناع فجاءت تكراراتها بواقع (١) تكرار واحد في برنامج هلا شباب وبنسبة مئوية بلغت (٤,٣٤٪) أما برنامج شباب وبنات فقد بلغ عدد تكرار البرنامج (٣) تكرارات وبنسبة مئوية بلغت (٦,٢٥٪). أما الشرح والتفسير فجاءت تكراراتها بواقع (١) تكرار واحد في برنامج هلا شباب وبنسبة مئوية بلغت (٤,٣٤٪).

الجدول (٩) يبين شكل الحوار في برنامج هلا شباب وشباب وبنات

شباب وبنات		هلا شباب		شكل الحوار
النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	
٩٣,٧٥	٤٥	٩٥,٦٥	٢٢	حوار بوساطة شخصية واحدة
٦,٢٥	٣	٤,٣٤	١	حوار بوساطة غير شخصية
١٠٠	٤٨	١٠٠	٢٣	المجموع

نلاحظ من النتائج تقارباً كبيراً بين البرنامجين في فئة شكل الحوار إذ جاء التركيز على فئة (حوار مع شخصية واحدة) بشكل مطلق وكبير وهذا يظهر جلياً عن طريق عدد التكرارات والنسب المئوية فبلغ تكرار هلا شباب (٢٢) تكراراً وبنسبة مئوية بلغت (٩٥,٦٥٪) أما برنامج شباب وبنات فجاءت عدد تكراراته (٤٥) تكراراً وبنسبة مئوية بلغت (٩٣,٧٥٪) أما فئة الحوار غير شخصية واحدة، فظهر بشكل قليل

في البرنامجين فجاءت تكرارات برنامج هلا شباب لهذه الفئة بعدد تكرارات بلغ (١) تكرار وبنسبة مئوية بلغت (٤,٣٤%) اما برنامج شباب وبنات فجاءت تكراراته بعدد (٣) تكرارات وبنسبة مئوية (٦,٢٥%).

نتائج البحث: (The Results)

١. إن أبرز القضايا التي ركز فيها كل من برنامج هلا شباب وشباب وبنات هي القضايا الفنية والثقافية التي جاءت بالمرتبة الاولى وتليها القضايا الاجتماعية في المرتبة الثانية.

٢. ان تركيز البرامج عينة البحث فيما يخص طبيعة جنس الضيوف اتجهت نحو فئة (نكر) بنسبة كبيرة بلغت (٨٧,٥%) في برنامج هلا شباب ونسبة (٧٦,٤٧%) في برنامج شباب وبنات وهو ما يدل على تركيز البرنامج على اجراء الحوار مع ضيوف الذكور أكثر من الضيوف الاناث التي كانت نسبة استضافتهم في البرامج عينة البحث فقيرة جدا.

٣. ان غالبية ضيوف البرامج هلا شباب وشباب وبنات جاءت في المراتب الثلاثة الاولى (شاعر وناشط مدني وممثل) لكل منهما مما يعكس تركيز هذه البرامج على استضافة ضيوف يحملون هذه الصفات.

٤. اختلاف البرامج عينة البحث في اساليب عرض القضايا الحوارية بشكل كبير ومتباين فبرنامج هلا شباب اعتمد على فئة (قضية حوارية واحدة) بنسبة كبيرة بلغت (٩٠%) اما برنامج شباب وبنات فركز على فئة (أكثر من قضية حوارية واحدة) بنسبة مئوية كبيرة بلغت (٩٥%) وبهذا فان هنالك تبايناً واختلافاً في البرامج عينة البحث في اساليب عرض القضايا.

٥. إن اللغة الأكثر استخداما في البرامج عينة البحث هي (اللهجة العامية) اذ بلغت نسبتها في برنامج هلا شباب (٨٦,٩٥%) اما برنامج شباب وبنات فبلغت النسبة (٨١,٢٥%) لأن كلا البرنامجين يستهدفا الوصول الى أكبر شريحة ممكنة من الضيوف وان استضافة شباب غير معتادين على الظهور الاعلامي يحتم على مقدمي هذه البرامج استخدام اللهجة العامية لإدارة الحوار لسهولة اللهجة العامية وتعود الضيوف الشباب على التكلم بها مما يضمن نجاح الحوار.

٦. تبين ان نوع الحوار المستخدم في البرامج عينة البحث هو حوار الشخصية اذ كانت نسبة هلا شباب من هذا النوع من الحوار هي (٦٥,٢١%) اما برنامج شباب وبنات فكانت النسبة المئوية الخاصة بهذا النوع من الحوار اعلى بكثير اذ بلغت (٨١,٢٥%) اما في المرتبة الثانية جاء حوار المعلومات وبعدها حوار الراي الذي يكاد يكون معدوماً, وتوضح النتائج ان الحوار يجري من شباب لتعريف عن شخصياتهم وقضاياهم وهذا ما يفسر كثرة استخدام حوار الشخصية في هذه البرامج , اذ ان حوار المعلومات وحوار الراي يحتاج الى شخصيات تمتلك القدرة والخبرة والتخصيص لتدلي بمعلومات او تعطي رايتها عن قضية معينة وهو ما كان غائباً في البرامج عينة البحث.

٧. ان اهداف الحوار او اهداف البرامج عينة البحث فكانت (التثقيف) والذي جاء متقدما على بقية الاهداف الاخرى اذ جاءت نسبة برنامج هلا شباب (٦٩,٥٦%) اما برنامج شباب وبنات فجاءت نسبتها المئوية قريبة اذ بلغت (٧٠,٨٣%) وهذا يفسر ان برامج العينة تسعى الى للاهتمام بالجانب الثقافي عبر اجراء الحوار مع ضيوف اهتماماتهم او تخصصاتهم في الفن والثقافة.

٨. الفئة في برنامج هلا شباب (٩٥,٦٥٪) وفي برنامج شباب وبنات فبلغت النسبة (٩٣,٧٥٪) في حين انعدمت فئة (حوار مع غير شخصية).

الاستنتاجات: Conclusions

١. التركيز على الضيوف الذكور يعكس حالة اجتماعية عامة وهي ان المرأة لم تأخذ دورها كاملا في الحياة العامة.
٢. ان البرنامجين ركزا على من يتصفون بالحيوية والشهرة في اجراء الحوار مع الضيوف فجاءت صفات (شاعر وناشط مدني وممثل) في المراتب الاولى.
٣. ان تناول قضية واحدة من برنامج (هلا شباب) الذي يعرض من قناة العراقية، وتعدد قضايا برنامج (شباب وبنات) من السومرية انما يعكس هامش الحرية الذي تتمتع به القنوات الخاصة عن تلك التي لها علاقة بالدولة بشكل ما.
٤. ان استخدام اللهجة العامية بشكل يكاد يكون مطلقا يعكس في أحد جوانبه تواضع المستوى الثقافي للضيوف من ناحية ويؤشرالى عدم اهتمام البرنامجين باللغة العربية الفصحى.
٥. تراجع حوار الراي يعكس تهميش البرنامجين لراي شريحة من الشباب التي تتمتع بخصائص تسمح لها بإعطاء رأيها عن قضية معينة، وهذا الامر غاية في الاهمية لا يجوز تجاهلها والتركيز على حوار الشخصية حيث الاضواء والبحث عن الشهرة في احيان كثيرة.
٦. الحوار مع شخصية واحدة في طرح كل قضية كانت هي النسبة الاعلى مما يؤشرالى ضعيف في الاعداد اذ يمكن استضافة غير ضيف ومحاورتهم معا مما يغني البرنامج ويثريه.
٧. ان اقتصار الحوار على فئة (وجها لوجه داخل الاستوديو) قد يسبب قدرا من الملل وكان من الافضل الافادة من التكنولوجيا في عقد حوارات مع ضيوف اخرين في اماكن نشاطهم عبر الاقمار الصناعية مما يزيد من حيوية البرنامجين.
٨. التركيز على طرح القضايا الشبابية المحلية بنسبة مئة بالمئة لا تتفق مع واقع الحال في العالم الذي اخترلته وسائل التواصل الاجتماعي ليصبح بحجم الكف، وقد اصبحت الكثير من قضايا الشباب متشابهة عربيا وعالميا، وان الاقتصار على القضايا المحلية يعكس ضعفا في الاعداد وكذلك في رسم اهداف البرنامجين.

المصادر باللغة العربية

- ابراهيم بيومي مذكور. (١٩٧٥). معجم العلوم الاجتماعية . مصر: مطابع الهيئة المصرية العامة للكتاب.
- ابن منظور. (١٩٨٨). لسان العرب، الجزء الثاني . بيروت: دار لسان العرب .
- اسماعيل محمود حسن. (٢٠١١). مناهج البحث الاعلامي . القاهرة: دار الفكر العربي.
- رافي حمدي الحديثي. (٢٠٠٤). واقع البرامج الحوارية في قناة العراقية الفضائية: رسالة ماجستير غير منشورة. بغداد، جامعة بغداد: كلية الاعلام.
- روبرت ايل هيلارد. (٢٠٠٨). الكتابة للتلفزيون والاذاعة ووسائل الاعلام الحديثة. (مؤيد حسن فوزي، المترجمون) غزة: دار الكتاب الجامعي.
- شيماء ذو الفقار زغيب. (٢٠٠٩). مناهج البحث والاستخدامات الاحصائية في الدراسات الاعلامية. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
- طعيمة رشدي احمد. (٢٠٠٤). تحليل المحتوى في العلوم الانسانية: مفهومه-اسسه-استخداماته . القاهرة: دار الفكر العربي.
- عادل عبد الرزاق، و صفد حسام الدين. (٢٠١٤). التلفزيون وتوعية الشباب الجامعي بتحديات الهوية الثقافية في العراق . مجلة الباحث الاعلامي(٢٦).
- عبد العزيز بركات. (٢٠١٢). مناهج البحث الاعلامي. القاهرة: دار الكتاب الحديث.
- عبد الكريم فهد الساري. (٢٠١٢). تكنيك الحديث والمقابلات الصحفية. عمان: دار اسامة للنشر والتوزيع.
- عبد الله احمد اليوسف. (٢٠١٣). الشباب والثقافة المعاصرة رؤية قرآنية في معالجة التحدي الثقافي (الإصدار ٢). بيروت: منشورات ضفاف.
- علي عبد الامير الكعبي. (٢٠١٦). دراسات في سكان العراق. بيروت: الساقى للطباعة والنشر.
- لمياء سليمان. (٢٠١٥). قضايا الراي العام في البرامج التلفزيونية الحوارية: (رسالة ماجستير غير منشورة). الجزائر، جامعة محمد خيضر، بسكرة: كلية العلوم الانسانية.
- محسن جلوب الكناني. (٢٠١٢). تقنيات الحوار الاعلامي . عمان: دار اسامة للنشر والتوزيع .
- محمد الفاتح حمدي. (٢٠١٢). استخدام الشباب الجزائري لوسائل الاتصال والاعلام الحديثة وانعكاسها على قيمهم الثقافية والاجتماعية . مجلة المستقبل العربي(٣٩٨).
- مصطفى حميد كاظم الطائي. (٢٠١١). الاعلام والتنمية البشرية: دراسة في النظريات والتجارب التنموية العالمية . الشارقة: الافاق المشرقة ناشرون.
- مصطفى يوسف كافي. (٢٠١٥). هندسة الحوار والاقناع. عمان: دار الحامد للنشر والتوزيع.
- نسمة احمد البطريق، و عادل عبد الغفار. (٢٠٠٥). الكتابة للإذاعة والتلفزيون. القاهرة: مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح.
- هادي احمد العيثاوي. (٢٠١٨). محاضرات في الصحافة الاذاعية والتلفزيونية. بغداد: دار الكتب والوثائق.
- هدى مالك شبيب. (٢٠١٢). التسويق في البرامج التلفزيونية الحوارية . الاسناد(٢٠١).

- 1 - Zuayeb, Shaima Zulfikar, *Methods of research and statistical uses in media studies*, Cairo, the Egyptian Lebanese House, 2009, p. 109.
- 2-AbdulAziz, Barakat, *Methods of Media Research*, Cairo, Dar al-Kitab al-Hadith, 2012, p. 257.
- 3-Ismail, Mahmoud Hassan, *Media Research Methods*, Cairo, Dar Al-Fikr Al-Arabi, 2011, p. 218.
4. Ta'imah, Roshdy Ahmed, *Analysis of Content in Human Sciences - Concept - Foundations - Uses*, Cairo, Dar Al-Fikr Al Arabi, 2004, p. 70.
- 5 - Ibn Manzoor, *the tongue of the Arabs, Part II*, Beirut, Dar Sanan Arabs, 1988, p 480.
- 6 - Abdul Razzaq, Adel, Hossam, Safad, *TV and raising the awareness of youth university challenges of cultural identity in Iraq*, *Journal of Media Researcher*, No. 26, 2014, p. 127.
- 7-Al-Taei, Mustafa Hameed Kazem, *Media and Human Development, A Study in theories and Experiences Development*, Global, Sharjah, Prospects Publishers, 2011, p. 196.
- 8-Madkour, Ibrahim Bayoumi, *Dictionary of Social Sciences*, Egypt, Egyptian General Book Press, 1975, p. 333.
- 9-Hamdi, Mohamed El-Fateh, *The Use of Algerian Youth for Modern Media and Reflections on their Cultural and Social Values*, *Al-Mustaqbal Al-Arabi Magazine*, Beirut, Center for Arab Unity Studies, No. 398, p.
- 10-Al-Yousef, Abdullah Ahmed, *Youth and Contemporary Culture: A Qur'anic Vision in Addressing the Cultural Challenge*, Beirut, 2, Dafaf Publications, 2013, p. 19.
11. Al-Kaabi, Ali Abdul-Amir, *Studies in the Population of Iraq*, Beirut, Saki Press, 2016, p. 159.
- 12-Kafi, Mustafa Youssef, *Engineering Dialogue and Persuasion*, Amman, Dar Al-Hamed Publishing and Distribution, 2015, p.
- 13-Hadithi, Rafi Hamdi, *The Reality of Talks in Iraqi Satellite TV*, Unpublished Master Thesis, University of Baghdad, College of Information, 2004, p. 22.
- 14-Shabib, Huda Malik, *Marketing in the talk show*, Professor, No. 201, 2012, p.
- 15-Kanani, Mohsen Glob, *Techniques of Media Dialogue*, Amman, Dar Osama Publishing and Distribution, 2012, p. 84.
16. Abdel-Azim, Reem Ahmed, *Media Dialogue Training Program for Skills Development*, former source, p. 47
- 17-Sulaimani, Lamia, *Issues of Public Opinion in Dialogue Television Programs*, Unpublished Master Thesis, Mohammed Khaydar-Biskra University, Faculty of Humanities, Algiers, 2015, p.
- 18 - Mohsen Glob Kanani, *ibid.*, P. 84.
- 19-Abdul Karim Fahad Al-Sari, *Technic Hadith and Press Interviews*, Amman, Dar Osama Publishing and Distribution, 2012, p. 33.
20. Robert E. Hillard, *Writing for Television, Radio and Modern Media*, former source, p. 266.
- 21-Penguin, Nesma Ahmed and Abdel Ghaffar, Adel, *Writing for Radio and Television*, Cairo, Cairo University Center for Open Education, 2005, p. 44.
- 22-Al-Ithawi, Hadi Ahmed, *Lectures in Radio and Television Journalism*, Baghdad, House of Books and Documents, 2018, p