دوافع التعرض للبرامج الحوارية السياسية في العراق

الباحث/ رياض عبد الحافظ محمد المرسومي

باحث دكتوراه في قسم الاعلام بكلية الآداب/ جامعة المنصورة

تحت اشراف

أ.د. محمود حسن إسماعيل

أ.د. عبد الهادي أحمد عبد الهادي

ملخص البحث باللغة العربية:

تحظي البرامج الحوارية السياسية في القنوات الفضائية العراقية بنسب مشاهدة كبيرة، والتي يغلب على تناولها القضايا الجارية بحكم الوتيرة المتسارعة في الأحداث سواء على الصعيد الداخلي أو الخارجي. غير أن القضايا الجارية العراقية شكلت مساحة كبيرة من التفاوت في الآراء لدى الجمهور ما بين مؤيد ومعارض لتلك القضايا في الملفات التي تتعامل معها.

ونظراً لتعدد القنوات الفضائية العراقية، فمعظم هذه القنوات لها أهداف ومضامين ورسائل مباشرة وغير مباشرة موجهة إلى الجمهور تؤثر في بنيته واتجاهاته، وتبث هذه القنوات برامج سياسية متنوعة مما يسهم بشكل كبير في تشكيل الوعي السياسي للمشاهد العراقي سواء كانت أهدافها لزيادة وتنمية الوعي السياسي لديهم أو لدفعهم وتوجيهم إلى فكر معين ونمط معين وبذلك تلعب دوراً كبيراً وهاماً في تشكيل الوعي السياسي لدي المشاهد العراقي.

(ISSN: 2536 - 9555)

Motives for exposure to political talk shows in Iraq

Reyad Abd Al Hafez Mohamed

PhD Researcher in the Department of Media, Faculty of Arts, Mansoura University

Summary:

The political talk shows on the Iraqi satellite channels enjoy high levels of viewership, which tend to deal with current issues due to the rapid pace of events, both at the internal and external levels. However, the current Iraqi issues formed a large area of disparity in opinions among the public between supporters and opponents of those issues in the files that deal with them.

In view of the multiplicity of Iraqi satellite channels, most of these channels have goals, contents, and direct and indirect messages directed to the public that affect its structure and trends. And directing them to a specific thought and pattern, thus playing a large and important role in shaping the political awareness of the Iraqi viewer

مقدمة

الحوار نمط من أنماط التعبير، تتحدث شخصيتان أو أكثر يشم حديثهم بالموضوعية والإيجاز والإفصاح، وهو الطابع الذي يشق به الكلام بطريقة تجعله يثير الاهتمام باستمرار.

ويشتمل الحوار على نسب موزونة في المضمون ومنظومة من الإيقاع، وموضع الاتزان والإيقاع في الحوار يكمن في علاقة الفقرة بالفقرات الأخرى، وفي ثنايا كل فقرة تكمن العلاقة الإيقاعية الموزونة بين الكلمة والكلمة الأخرى، وبين الكلمة والجملة في المشاهد والفصول التي يرعى في نظمها ضبط الإيقاع الموسيقي وإذا زاد شيء ما عن حده قليلاً أخلت تلك الزيادة بالإيقاع الكلي، وشوهت اتزانه ويحدث الشى نفسه في حالة حذف أي شيء.

وفي منتصف عقد التسعينات سيطر مقدمو برامج الحوار على محطات الإذاعة المرئية والمسموعة التي نقدم برامج موسيقية، بل وقامت عدة محطات إذاعية متخصصة بإضافة برامج الحوار إلى خريطتها لنزيد من مشاهديها وتوسع شعبيتها خاصة في فترة المساء وساعات الليل المتأخر حيث سيطر التليفزيون على موجات البث الفضائي.

إذ يرى بعض المتخصصين أن الحوار الجيد، هو الذي يجب أن لا يكتب من أجل الجمال الصوتي فحسب، وإنما لكونه حواراً معبر وإن آفة الحوار التي نقضي على حيويته هي الإطناب، ومن السهل أن ينسى مدير الحوار نفسه في الإسهاب والاسترسال، فيترك شخصياته تتحدث كثيراً أو تندمج في حديث لا طائل منه في الوقت الذي يجب إسكاته، لأنها حينئذ تخرج عن موضوع الحوار ونتعدى الحدود المرسومة لها فتضعف قدرتها على الإقناع، لذا يجب على المؤلف أو كاتب النص أن يكون متيقظاً لا يسمح بالخروج عن النص والحديث خارج الموضوع، وأن يسرد الكلمات بحيث يضع كل كلمة في مكانها من أجل أن تأخذ دورها في عرض الأحداث أو تصوير الشخصيات مدركاً أن الإيجاز في استعمال الكلمات هو الأساس في قوة الحوار وحيويته، لأن الحوار ينبغي أن لا يكون صورة من

(ISSN: 2536 - 9555)

الحديث اليومي وإنما يجب أن يبني على نظام دقيق من الرموز والإشارات المعبر بوضوح عن المضمون.

مفهوم الحوار والبرامج الحوارية:

وللحوار مجموعة من التعريفات منها:

١. الحوار في اللغة هو حديث يجري بين شخصين أو أكثر، حيث جاءت كلمة تحاوروا لتعني تراجعوا الكلام بينهم وتجادلوا(١).

٢. هو التواصل مع الآخر من كل الشخصيات بمختلف مستوياتها من حيث درجة الثقافة والعلم والتجربة الإنسانية والخبرات المهنية وصولاً إلى المعلومة والخبر(٢).

٣. كما تعني المحادثة Conversation أي أن هناك عملية تواصلية لهدف معين يجري من أجلها الحوار، فالحوار لقاء هادف بين مذيع أو أكثر وضيف أو أكثر حول موضوع معين، فهو قائم على التفاهم المتبادل بين المذيع والضيف بكل أدوات التواصل اللفظية وغير اللفظية(٣).

٤. ويعرف الحوار الإعلامي بأنه عنصر مشترك في العديد من الأشكال البرامجية، وهو الأساس في الحصول على المعلومات من الضيوف ويتألف من عدة عناصر متداخلة هي: مقدم البرنامج الحواري وضيوفه، والموضوع المطروح ومدى اهتمام المشاهدين به، والمُعد، واللغة المستخدمة فيه، والأسئلة المطروحة والأجهزة والمعدات التي يتطلبها، ووقت وزمن ومكان إجرائه(٤).

٥. كما يقصد بالحوار الإعلامي تفاعل يتم بين شخصين، أحدهما المذيع والآخر ضيف البرنامج حول موضوع أو قضية أو شخصية تهم المستمعين والمشاهدين، بغرض تسليط الضوء على الجوانب المختلفة للموضوع أو القضية أو الشخصية التي يطرحها البرنامج وتبصير الرأي العام بها(٥).

أهمية الحوار:

تتبلور أهمية الحوار في كونه الجسر الذي نصل به الآخر فيحادثك ويفهمك ويتعاون ويتعايش معك وتكتسب منه المنافع وتقدم له الخدمات، وحدث عن أهمية الحوار في كل مجالات الحياة في المجالين النظري والعملي، في الروح والمادة، في الدعوة والتربية والثقافة في الأطر الفكرية، بين الأفراد وبعضها، بين الشعوب وحكامها والشعوب والدول فبالحوار تسري الحياة، فالحوار هو سمة العصر فنحن الآن نسمع عن حوار الأديان، حوار الحضارات، الحوار بين الشرق والغرب... إلخ[٦].

ومن هنا تبرز أهمية الحوار في الآتي:

- يعد الحوار أحد أدوات التقدم البشري.
- الحوار يحقق الديمقراطية داخل المجتمع.
- الحوار علاج ناجح لبعض المشاكل واختلاف وجهات النظر.
- الحوار ضرورة حضارية فبالحوار تتعلم الأمم من أخطائها وتبني مستقبلها.
- الحوار ضرورة حتمية للنضوج، وإصلاح الحوار من خلال تتابع الحديث حيث تكون النية مركزة على سوء الفهم وتصحيحه بالشكل المناسب[٧].

وتنوعت البرامج الحوارية في القنوات الفضائية وتميزت بدورها في تنمية وتنشئة الأجيال الجديدة على قيم العصر، وأهمها الحوار[٨].

تعريف البرامج الحوارية:

تتنوع البرامج الحوارية التي تنتجها محطات التليفزيون، وتهدف أساساً إلى جذب انتباه المشاهدين والتأثير فيهم، والبرنامج التليفزيوني (Television Program) عبارة عن فكرة تجسد وتعالج باستخدام التليفزيون كوسيلة تتوافر لها كل إمكانيات الوسائل الإعلامية، وتعتمد أساساً على الصورة المرئية، سواءً كانت مباشرة أو مسجلة، بتكوين وتشكيل يتخذ قالباً واضحاً ليعالج جميع جوانبها خلال

(ISSN: 2536 - 9555)

مدة زمنية محددة، وتتطور برامج التليفزيون باستمرار حيث نلاحظ ألوان جديدة، وأشكالاً برامجية متغيرة من آن لآخر، ولا تقف عند حد معين[٩].

وتعددت تعريفات البرامج الحوارية ومنها:

- تعرف البرامج الحوارية بأنها إحدى القوالب البرامجية التي تقوم على حرية التعبير وإبراز الرأي والرأي الآخر، فهي تستند إلى آلية الحوار المباشر والتلقائي الذي يتسم بالتفاعل بين المتخصصين وقادة الرأي من ناحية، والجماهير من ناحية أخرى، بما يحقق تناول جميع جوانب المشكلات والقضايا التي تواجه المجتمع خلال فترة زمنية معينة[١٠].
- وهي البرامج التي يلتقي فيها شخصان أو أكثر لبحث موضوع معين وتناوله من كافة الجوانب، سواءً اتفقت آراء المشاركين ووجهات نظرهم أو اختلفوا فيما بينهم، وقد لا ينتهي الحوار إلى حل واحد أو استنتاج أخير، بل يمكن ترك الموضوع مفتوحاً للمشاهدين كي ينتهوا إلى آرائهم الخاصة على أساس الحقائق والآراء التي تعرض أثناء المناقشة[١١].
- ويشير دالجرن (Dahlgren) إلى أن البرامج الحوارية هي صوت الشعب وأنها ليست برامج رأي الصفوة[١٢].
- بينما وصفها (وايت White) بأنها التبادل الإخباري للآراء بشكل فوري بين شخصين ويكون هذا التبادل مجسداً في حدث إعلامي عام يتم تصويره في قالب برنامج تليفزيوني، ويعرض بالأساليب التكنولوجية في جهاز التليفزيون[١٣].
- ويمكن أن توصف البرامج الحوارية بأنها نوع من الخطاب الذي يجمع بين العامة أي العامة الناس وبين الخاصة أي المتخصصين وتهتم بالجمهور العام والفئات الخاصة على حد سواء[١٤].

- وهي البرامج التي تتخذ أشكال إذاعية مختلفة منها المقابلات والندوات والمناقشات، وتذاع على الهواء مباشرة وتهدف إلقاء الضوء على الموضوعات والقضايا المهمة للمجتمع وتنوع تلك القضايا ما بين (سياسية- اقتصادية- اجتماعية- نقابية- مهنية- دينية...إلخ) باستضافة المسئولين والمتخصصين والجمهور وتتيح للجمهور فرص المشاركة إما بالحضور داخل الاستديو أو عن طريق اللقاءات الخارجية أو الاتصالات الهاتفية أو البريد العادي أو البريد الإلكتروني لطرح آرائهم واستفساراتهم(١٥).
- تلك النوعية من البرامج التي تناقش قضايا مختلفة وتستند إلى حقائق علمية وتمتد إلى النظرية والتطبيق فهي تعتمد على استضافة المتخصص الذي يدلي برأيه في موضوع للخبر أو النبأ، حيث يمكن تقييم تلك البرامج وفقاً لمادتها.. مادة ثقافية، مادة سياسية، مادة ترفيهية، برامج رياضية، برامج اقتصادية، برامج اجتماعية، برامج تربوية(١٦).

سمات البرامج الحوارية التلفزيونية:

للبرامج الحوارية التلفزيونية ست سمات أساسية، وتتمثل بالنقاط الآتية(١٧):

١-الحالية :Current

إذ أصبحت البرامج الحوارية في القنوات الحكومية والخاصة مصدر من مصادر المعلومات لذي كثير من الناس، وأضحت تنافس الخدمات الإخبارية المختلفة.

٢-الإثارة :Thrills

فقد ازدادت أعداد البرامج الحوارية بازدياد عدد القنوات الفضائية بشكل عام والقنوات الفضائية العراقية بشكل خاص، مما زاد من حدة التنافس بين هذه البرامج، وبذلك اعتمدت هذه البرامج على عنصر الإثارة في سبيل جذب المشاهدين واكتساب شهرة أوسع بين البرامج المنافسة.

(ISSN: 2536 - 9555)

٣-الصراع :Conflict

وهي سمة أصبحت تعتمد عليها البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية العراقية وخاصة مع تعدد الأطراف داخل البرنامج، وكثيراً ما يقوم المحاورون بالبحث عن أكثر الأطراف تناحراً واختلاف في الواقع ويحاول أن يجمع بينهم في برنامج حواري واحد.

٤-ارتفاع نسبة المشاهدين :High Viewership

حيث ازدادت نسبة مشاهدة البرامج الحوارية بشكل ملحوظ في الآونة الأخيرة بِعدّها مصدراً للمعلومات ووسيلة للترفيه، ومحور النقاش مع الآخرين، ومصدرًا للإلمام بكل ما يحدث في العالم من حولنا.

٥-تنوع الجمهور المستهدف The Diversity of The Target Audience:

وسبب ذلك أن معظم القنوات الفضائية العراقية تبث على القمر الصناعي نفسه، وهو النايل سات، وبذلك فإنها تحاول إشباع اهتمامات جمهور متعدد، سواء كان داخل البلد أو خارجه.

٦-التفاعلية :Interactive

إذ تتبع البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية العراقية فرصة مشاركة الجماهير وتفاعلهم سواء من خلال الهاتف أو البريد الإلكتروني أو الرسائل النصيةSMS أو مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى.

ويتوقف نجاح هذا النوع من الأشكال البرامجية على توافر سمات أخرى، وهي[١٨]:

- أهمية جوانب الإثارة والخطورة والتحديات والقرب من الناس في معالجة القصص الخبرية لجذب الاهتمام، فغالباً ما يكون المشاهد على علم بالقصص الخيرية التي تعرضها البرامج الحوارية التلفزيونية.

- أن تهتم البرامج الحوارية التلفزيونية بتقديم محتوى مفيد للمشاهد، فعلى البرنامج الحواري أن يوضح بعض الجوانب المعرفية والسياسية وخبرات الحياة اليومية من خلال ضيوف البرنامج.
- يُعد تواجد الجمهور داخل الأستوديو أحد أبرز سمات البرامج الحوارية التلفزيونية الناجحة؛ إذ يتفاعل مع فقرات البرنامج منتجاً رجع صدي يتضح من خلال ضحكاتهم أو صرخاتهم أو ما يبدر منهم من تعليقات وحركات وغيرها، فوجود الجمهور يزيد من حيوية وفاعلية البرنامج، بما يحقق للمشاهد التسلية والترفيه ويساعده على الهروب من مشكلات الحياة اليومية.
- أن يكون مقدم البرنامج الحواري التلفزيوني متحدثاً لبقاً وجذاباً، وأن يتمتع بروح الدعابة والمرح التي تكسب البرنامج عدداً أكبر من المشاهدين، ومن ثم يعمل هذا المقدم على تقريب المسافة بين المشاهدين والضيوف في المجالات المختلفة.

ومما تجدر الإشارة إليه ضمن هذا الإطار وجود مجموعة من الانتقادات التي وجهت للبرامج الحوارية المقدمة بالتلفزيون، ومن هذه الانتقادات[١٩]**:**

- إن هذه البرامج تعكس معنىً مشوهاً للواقع من خلال تناولها لقضايا شاذة وعرضها للجمهور المشاهد.
- الإثارة في تناول الموضوعات لجذب الجمهور وانعدام الضوابط التي تحكمها، فضلاً عن التركيز على قضايا أقل أهمية على حساب قضايا تشكل أهمية أكبر.
- تدني مستوى الحوار وتحول البرنامج إلى ساحة للعراك بين الضيوف، وعدم التزامهم بآداب وقواعد الحوار، مما قد يؤدي إلى انحراف المشاهد عن متابعة البرنامج.

(ISSN: 2536 - 9555)

- عدم التوازن في تناول الموضوعات السلبية والايجابية والتركيز على السلبيات أكثر، واتجاه بعض البرامج إلى إلهاء الجمهور في قضايا شخصية لا تفيد.
- عرض قدر كبير من المعلومات ومشكلات وقضايا كثيرة، يؤدي إلى إصابة المواطن بالسلبية، فيجد نفسه عاجز وغير قادر على التغيير.
- إن هذه البرامج تصيب الشباب تحديداً بالإحباط، نتيجة ما تبثه من مشكلات اجتماعية تمثل عقبات أمامهم في المستقبل، مما يفقدهم الأمل وعدم التفاؤل بالمستقبل.
- استعراض مقدم البرنامج لمعلوماته ليظهر أمام الجمهور أنه على قدم المساواة مع الضيف، وعدم التزامه الحياد وإعطاء الأحكام والتعليقات الشخصية.
- كثرة الفواصل الإعلامية وعرض ردود فعل مسجلة للجمهور تجاه الحوار كأصوات الضحك أو الصراخ.

الدور الاجتماعي للبرامج الحوارية التلفزيونية:

تؤدي البرامج الحوارية سواءً أكانت ترفيهية، أم سياسية، أم تثقيفية، أم دينية، أم اجتماعية دوراً أساسياً في تشكيل اتجاهات الرأي العام لما تفرضه طبيعة التلفزيون في إيصال الرسالة بين المرسل والمستقبل، وتحقق المشاركة الجماهيرية في البرامج من خلال تقديم آرائهم ومقترحاتهم وأفكارهم.

وتشغل البرامج الحوارية بمختلف أنواعها حيزاً واسعاً من ساعات البث اليومية للعديد من القنوات التلفزيونية، نتيجة الانفتاح الإعلامي الكبير الذي شهده العالم في عصر الأقمار الصناعية، فضلاً عن استمرار حالة التنافس بينها لإثبات وجودها وتقديم البرامج الحوارية التي تلقى إقبالاً جماهيرياً واسعاً في مختلف أنحاء العالم، وتساهم في تشكيل اتجاهات الرأي العام والجمهور، بناءً على ما تحمله من آراء وأفكار سياسية وثقافية واجتماعية، إذ أن هذه البرامج لها القدرة على أن تترك

الأثر في الفرد والمجتمع بطريق غير مباشر بأكثر مما تفعله الدراسات والندوات الجادة[٢٠].

فللبرامج الحوارية في التلفزيون دوراً فعالاً ومؤثر في توجيه المجتمعات والتأثير عليها في مجمل القضايا المختلفة من خلال العقائد والأخلاق والسلوك، إذ احتلت مجالاً كبيراً في حياة الناس اليومية، وأصبح من الصعوبة الاستغناء عنها، لأنها صارت جزءاً من تركيبة المجتمع ونظامه، والمتتبع لواقع البرامج الحوارية يجد المئات من هذه البرامج التي توجه وتدير مجتمعنا العربي والإسلامي، إلا أن الكثير منها لا يخدم قضايا المجتمع على الوجه المطلوب، بل بعضها يتجاهل قضايا المجتمع، وبعضها يتعمد الإضرار بالمجتمع من خلال ما يبثه من مواد هابطة شوهت عقول قطاعات عريضة من أبناء المجتمع، بسبب المفاهيم والأفكار التي تنشرها[٢١].

وفي دراسة أجريت عام ٢٠٠٧ حول التلفزيون الفضائي مساحة للتنفس للشباب العربي، تبين تغليب القضايا الخارجية والدولية على القضايا المحلية، وغياب المشكلات التي تعاني منها المجتمعات العربية كالفقر والبطالة وقضايا الشباب في معظم البرامج الحوارية، كما أكدت الدراسة أن ٦٢.٥% من عينة الدراسة من الشباب يفضلون متابعة الأفلام والموسيقى والغناء على مشاهدة البرامج الحوارية، لأنها لا تهتم بالشباب وتتجاهل مشكلاتهم خاصةً فيما يتعلق منها بعلاقته بالنظم السياسية الحاكمة، وأظهرت الدراسة فشل الشباب العربي في تكوين صوت خاص به في الإعلام العربي، وبالمقابل نجح في إيجاد مساحة للتنفس والهروب من خلال البرامج الترفيهية الموسيقية[٢٢].

وفي دراسة حول تناول برامج التلفزيون لقضايا الفساد بالعراق وعلاقتها بتشكيل معارف الجمهور تجاهها، ظهر أن أهم الأسباب التي تدفع المبحوثين عينة الدراسة لمشاهدة البرامج الحوارية هو مساعدتها في اكتسابهم معلومات عن قضايا

(ISSN: 2536 - 9555)

ومشكلات الفساد الإداري والمالي في العراق، ومشاركة أبناء المجتمع في مشكلاتهم وهمومهم المالية والإدارية[٢٣].

وفي الدراسة التي أجرتها (سارة محمد إبراهيم طه) اتضح وجود علاقة بين تعرض المراهقين للبرامج الحوارية وتشكيل ميولهم السياسية، وكانت ميول عينة الدراسة ايجابية تجاه القضايا المطروحة للنقاش من خلال البرامج الحوارية، واحتلت القضايا السياسية مقدمة القضايا التي تعرضها هذه البرامج[٢٤].

وكشفت دراسة (سحر محمد صوفي) أن أهم أسباب مشاهدة البرامج الحوارية هو التنوع في المضامين التي تقدمها وارتباط هذه المضامين بالمجتمع، فضلاً عن الأفكار الجادة المقدمة من خلال برامج الحوار التلفزيوني[٢٥].

وحول دور البرامج الحوارية وإعلانات التوعية بالتلفزيون المصري في ترتيب أولويات قضايا الطفولة لدى الرأي العام كشفت دراسة أُجريت حول هذا الموضوع أن أهم دوافع التعرض للبرامج الحوارية هي معرفة المعلومات عن قضايا الطفولة، واكدت على أن البرامج الحوارية تزيد من قدرة وضع أجندة الريف مقابل الحضر بالنسبة لقضايا الطفولة، كما تزيد في وضع أجندة المستويات الأكثر تعليماً مقارنة بالأقل[٢٦].

وهناك عدد كبير من البحوث التي تؤكد على وجود ارتباط إيجابي بين مشاهدة البرامج التلفزيونية وسلوك المتلقي في مجتمعه، وهنا يوجد شيء ذو أهمية كبرى، وهو توجيه استجابات الجمهور المتلقي للمادة المعروضة إيجابياً، وذلك بالرغم من عدم وجود تشابه مطلق بين ما هو معروض من خلال البرامج الحوارية والموقف أو السلوك الذي يصدر من المشاهد فيما بعد[٢٧].

وفي هذا السياق يمكن الإشارة إلى عدد من الوظائف الإيجابية التي يمكن أن تؤديها البرامج الحوارية التلفزيونية في المجتمع[٢٨]:

- الإسهام بفاعلية في الارتقاء بالمجتمع العربي وتطويره، وتكوين وعي حضاري يتكيف مع روح العصر.
- الايجابية نحو الاهتمام بالأسرة، وتأكيد دور المدرسة في توجيه النشء والأحداث توجيهاً هادفاً في إطار قيم وتراث المجتمع العربي المسلم.
- ضرورة تخلص البرامج الحوارية التلفزيونية من آثارها السلبية حفاظاً على أمن المجتمع.
- دعم خطط المسؤولين عن تنفيذ السياسات الأمنية في البلد، وتوجيههم لحماية المجتمع من الجريمة والسلوك المنحرف.
- تجنب الإشارة إلى كل ما يمت إلى الجريمة بصلة، والاهتمام بالتحليل الموضوعي، وبذل الجهد للارتقاء بوعي أفراد المجتمع، ومناهضة الجريمة والأفعال السلبية بكل صورها.
- العمل بكل السبل الممكنة لمحاربة الغزو الثقافي والإعلامي الأجنبي بجميع أشكاله، وسد الطريق أمام البرامج الحوارية المشبوهة التي تزين الجريمة والسلوك المنحرف، وتحرض على إشاعة روح الكراهية والتصعيد الطائفي.

عوامل نجاح البرامج الحوارية:

يمكن القول أن البرامج الحوارية هي برامج يرتبط نجاحها بالعناصر الآتية:

١ – طرافة الموضوع وأهميته:

ولعل برامج الحوار التي لا يتوافر بداخلها هذا الشرط الأساسي تصبح منذ البداية عديمة النفع بالنسبة للمشاهد التليفزيوني بصفة عامة... وعلى اختلاف الفئة التي ينتمي إليها هذا المشاهد، فالأحداث خاصة في العصر الحديث أصبحت أحداثاً متتابعة ومتغيرة ومتنوعة... يقع إذاً على عاتق المُعد أن يختار من بين تلك الموضوعات الهامة، ويضاف إلى ذلك طرافة الموضوع، أي تميزه بعناصر إضافية تهم الجمهور المشاهد من حيث القوالب الفنية والفكرية.

(ISSN: 2536 - 9555)

٢- شخصية المحاور أو الكاتب أو المُعد التليفزيوني:

أ. واسع الاطلاع والثقافة.

ب. متعدد المصادر للحصول على المعلومات.

ج. أن يكون ملماً بتلك الشخصيات اللامعة والمرموقة والمتخصصة في المجالات المتعددة من حيث قدراتها وإمكانياتها الفكرية والذهنية والثقافية والفنية.

د. يجب أن يتمتع المُعد والمذيع التليفزيوني لهذا النوع من البرامج بلباقة وقدرات في الحديث مرتفعة، إلى جانب الصفات الشخصية الجاذبة من حيث المظهر واللياقة والبساطة.

هـ. أن يعد الأسئلة المرتبطة بموضوع الحوار إعداداً جيداً.

٣- القوالب الفنية والفكرية:

إن البرامج الحوارية قد تستغرق مدة طويلة تصل إلى الساعة، فقد يصاب المشاهد والضيف أيضاً بالإرهاق والملل، فيلجأ المُعد في العديد من المواقف حتى يتجنب هذه الحالة إلى إدخال مادة وقوالب فنية وفكرية في البرامج الحوارية.

وبصفة عامة تلك القوالب العديدة الفنية والفكرية تتطلب إمكانيات وقدرات بشرية مدربة تدريباً عالياً وإمكانيات مالية مرتفعة، حتى تحقق تلك البرامج الهدف والتأثير والنجاح المطلوب منها.

٤- نوع الحوار:

ويرتبط نوع الحوار بوصفه محركاً أساسياً للبرامج الحوارية، بطبيعة الشخصية المتحاورة، أو ضيف البرنامج... وهناك عدة أنواع للحوار، وكلها أنواع تفرض قالباً وإيقاعاً فنياً وفكرياً خاصة في البرنامج الحواري.

أخلاقيات البرامج الحوارية:

ويمكن إيجاز أخلاقيات الحوار الحضاري المتمدن وشروطه المعرفية، ذلك الحوار الذي يسهم في إضاءة كثير من القضايا السياسية والفكرية والاجتماعية

وينمي روح التفاعل الإيجابي بين المتحاورين وبشري وعي مشاهديه في الآتي[٢٩]:

١. إن القضايا التي يجري التحاور بشأنها إنما هي من القضايا الخلافية التي لا ينبغي لأحد أن يزعم لنفسه امتلاك الحقيقة الكاملة بشأنها، لذلك فإن هدف المتحاورين ليس هو الدفاع عن قناعاتهم فقط وإنما محاولة الوصول إلى قناعات مشتركة ومتكاملة بشأن القضية موضوع البحث.

٢. ينبغي أن ينطلق المتحاورون من قناعة راسخة وحقيقة بأن معرفتهم حول القضية التي يجري الحوار حولها قد تكون معرفة مباشرة ولكنها ليست معرفة كلية أو شاملة أو نهائية.

٣. في مناقشة القضايا ذات الطابع العقدي، وهي من أخطر القضايا وأكثرها إثارة للعواطف مثل: قضايا الاختلافات المذهبية والسياسية، تشتد حدة الصراع وتكاد تنعدم فرص التحاور المعرفي المثمر، فإذا كان المتحاورون في هذه المسائل يمثلون اتجاهات متناقضة على أرض الواقع فإن الحوار الذي يجري في الفضائيات قد يمثل فرصة لتوضيح المواقف.

٤. تأسيساً على ما سبق، على كل متحاور أن يؤمن بأن رأي الآخر هو خطأ يحتمل الصواب ورأي صاحب القضية صواب يحتمل الخطأ، وعلى المتحاورين النظر عميقاً في حجج الطرف الآخر ليس لدحضها وإنما من أجل البحث عن إمكانات التكامل بين أوجه الصواب ونبذ أوجه القصور في كل رأي.

٥. فن الحوار لا يعني إبراز قدرات المحاور الكلامية، وهي قدرات ذات أهمية جوهرية في الحوار، وإنما يعني أن الإصغاء إلى الآخر وفهم مقاصده بحسن نية وإظهار روح الإنصاف لدى المحاور إزاء آراء الطرف الآخر.

(ISSN: 2536 - 9555)

٦. الانتباه إلى أن الحوار ليس معركة يجب كسبها، أو أنها يجب أن تنتهي بانتصار أحد الطرفين واندحار الطرف الآخر، وإنما هو مسعى حضاري ومعرفي على المستويين الذاتي والاجتماعي.
٧. إن إدارة الحوار يسبقها إعداد وتخطيط يقوم به مُعد البرنامج الذي قد يكون مقدماً له في الوقت نفسه ويساعده في ذلك أشخاص آخرون، ويقوم هؤلاء بأدوار خطيرة ومهمة في التأثير على اتجاهات الحوار ودفعها إلى نتائج معينة قد لا تكون نتيجة فعلية لمسار الحوار نفسه، ومن المفترض أن هؤلاء لا يفعلون شيئاً إلا بناءً على توجيه مسبق من مُعد البرنامج.

إيجابيات وسلبيات البرامج الحوارية:

١) إيجابيات البرامج الحوارية:

١. إمداد الفرد بالمعلومات عن الأحداث الجارية ومختلف القضايا، فأصبح الفرد الآن يعتمد على البرامج الحوارية في التعرف على ما يحدث داخل المجتمع من أحداث، والمشكلات والقضايا التي يعاني منها المجتمع، بل أنها لا تقف عند حد الإخبار ولكنها تقوم بالتحليل والتفسير لجوانب القضية أو الحديث.
٢. طرح مختلف الآراء ووجهات النظر لمختلف القضايا والأحداث، وذلك من خلال الخبراء والمتخصصين في الموضوع محور النقاش مما يساعد الأفراد على تكوين رأي صائب تجاهها وبالتالي يسهم في تشكيل الرأي العام في المجتمع.
٣. تُعد منبراً يقوم من خلالها الأفراد بالتعبير عن آرائهم ومشكلاتهم وإيصال أصواتهم للمسئولين.
٤. الكشف عن السلبيات التي توجد داخل المجتمع وذلك يعمل على تنوير الرأي العام والمسئولين الحكوميين مما يسهم في إيجاد حلول لها.

٥. إثراء النقاش الاجتماعي حول الأحداث والقضايا والمشكلات التي توجد داخل المجتمع من خلال توفير خلفية معلوماتية عنها للجمهور مما يسهم في الحراك المجتمعي واستنارة الرأي[٣٠].

٢) سلبيات البرامج الحوارية:

ضعف الأداء في بعض البرامج نتيجة لاستسهال فريق الإعداد أو قصور المعالجة أو محاولة التركيز على الجوانب الشيقة أو المثيرة، فالتركيز على المواقف المتطرفة والتي كثيراً ما تكون هامشية وتقديمها للمشاهد كما لو أنها هي المواقف الرئيسية أو السائدة، وفي بعض هذه البرامج يتولى فريق الإعداد تحريض كل مشارك ضد الآخر أو الحرص على استضافة أصحاب المواقف المتشددة.

تأثر معالجة بعض البرامج للموضوعات بنوعية الضيوف، فإذا كان الضيوف لا يمثلون كل الاتجاهات أصبحت القضية منقوصة إذ تقتصر على وجهة نظر واحدة.

قيام بعض برامج الرأي بتحوير موضوع النقاش في شكل جديد ويأخذ المشاهد إلى أبعاد فرعية وبالتالي فقدان الحقيقة لأن الوقت محدود داخل الحلقة، وأحياناً تكون المداخلات التليفونية التي ليس لها علاقة بالموضوع المطروح سبباً لضياع الوقت، وبالتالي لا يستطيع ضيوف البرنامج الإجابة عن التساؤلات المطروحة، وهذه الأمور تجعل المشاهد في حالة تشويش.

التشابه الذي يصل إلى حد التطابق في الموضوعات والضيوف وكأنه قد تم استنساخها في وقت واحد وهذا يحولها إلى ما يشبه الصحيفة المرئية، إضافة إلى أن بعض هذه البرامج تصيب المواطنين بالإحباط لأنها تناقش موضوعات ومشكلات دون أن تقدم حلاً لها.

(ISSN: 2536 - 9555)

أسلوب طرح ومناقشة القضايا المطروحة والذي يغلب عليه في كثير من الأحيان طابع الإبهار والصراع وتناقض الآراء أكثر من الوصول للجوهر الحقيقي للقضايا المطروحة للنقاش والخروج بحلول لها[٣١].

الصعوبات والتحديات التي تواجه البرامج الحوارية:

١. معوقات تتعلق بالمذيع:

توجد بعض الأخطاء التي يقع فيها المذيع خلال تقديم البرنامج الحواري ومن أهمها ما يلي:

أ- **رفع الكلفة بينه وبين الضيف:** يجب على المذيع أن يعرف أسلوب الحوار الإعلامي الذي يستخدمه في حواراته مع مختلف الشخصيات، فقد يكون الضيف مسئولاً أو إنساناً بسيطاً، وفي كل الأحوال يجب أن يلقى كل منهما الاحترام الواجب، ولا يضفي على هذا المسئول صفات تجعله يبدو أمام الناس منافقاً، لذلك لا يجب أن يرفع المذيع الكلفة بينه وبين ضيفه الذي يمكن أن يكون صديقاً شخصياً[٣٢].

ب- **المقاطعة:** كثيراً ما يقوم المذيع بمقاطعة الضيف، وقد تبدو تلك المشكلة من أهم مشكلات البرامج الحوارية، حيث إنه لا يصح أن يقاطع المذيع ضيفه، ولكن عندما يتطرق الضيف إلى قضايا أخرى ليس مطلوباً أن يتحدث فيها، فهنا يحق للمذيع أن يقاطعه بشكل مهذب بين فقرات الكلام لكي يحول الحديث إلى موضوع آخر حتى لا يسترسل الضيف في الكلام أكثر مما ينبغي، وهذه المقاطعة فن يحتاج إلى لياقة شديدة من المحاور[٣٣].

٢. معوقات تتعلق بالضيف:

هناك العديد من المعوقات التي تواجه البرنامج الحواري التليفزيوني والتي تتعلق بأنواع الضيوف، حيث أن المحاور عادةً يقابل نوعيات مختلفة من

الأشخاص، وكل ضيف له شخصيته وصفاته والتي تنعكس على أدائه في البرنامج:

- **الضيف المتأثر العاطفي: Emotional Interviewee:**

يقصد به الضيف الذي يتأثر بالموقف أو القصة التي يسردها إلى حد البكاء وفي هذه الحالة فإن المحاور لا يحتاج إلى كلمات، ولكن من الأفضل أن يظل صامتاً، كما لا بد أن يتعامل مع الضيف بحساسية وأن يطرح الأسئلة بشكل مباشر وأن يطرح الأسئلة الضرورية فقط.

- **الضيف العدواني: Hostile Interviewed**

إذا لاحظ المحاور العدوانية لدى الضيف، فلابد أن يحاول معرفة أسبابها والتي يمكن أن تتمثل في: الغضب أو التوتر، وعدم الرغبة في التعاون مع المحاور ربما بسبب المعلومات المطلوبة أو السؤال المطروح، ووجود انطباع مسبق شيء عن المحاور أو عن الجهة التي يعمل بها، وربما من تأثير أحداث أو وقائع أو محادثات جرت قبل بدء البرنامج (سلوك لفظي أو غير لفظي قام به المحاور). وبإمكان المحاور تقليل هذه العدوانية من خلال تغيير الموضوع، الصمت، أو استخدام أسئلة مفتوحة أو غير مباشرة.

- **الضيف البخيل: Reticent Interviewee**

هو الضيف الذي ليس له الرغبة في الحديث، والذي قد يكون بسبب المحاور نفسه أو الموضوع أو الرغبة في إدلاء معلومات أو قد تكون صفة أو سمة شخصية، وبالتالي لا بد أن يبدأ المحاور في تغيير أسلوبه من الرسمية إلى الحميمية ومن الأسئلة المفتوحة إلى الأسئلة المغلقة.

- **الضيف الثرثار: Talking Interviewee**

هو عكس الضيف البخيل، كثير الكلام ولديه رغبة في الحديث لأي شخص وفي أي وقت، وعلى المحاور أن يقوم باستخدام الأسئلة المغلقة، وعند اللزوم يمكن استخدام المقاطعة الصريحة.

(ISSN: 2536 - 9555)

- **الضيف الغامض:Evasive Interviewee**

هو الضيف الذي يتجنب الإجابة على الأسئلة التي تجعله يظهر مشاعره أو معلومات خاصة، وعلى المحاور أن يكون مصراً على أسئلته من خلال إعادة الصياغة، إشاعة جو من الألفة والبهجة.

- **الضيف المرتبك: Confused interviewee**

يمكن أن يرتبك الضيف من الموضوع أو السؤال، وعلى المحاور ألا يتسبب في إحراجه أو إثارة غضبه، ويمكن للمحاور أن يتغلب على ذلك من خلال إعادة السؤال بصياغة مختلفة أو الرجوع إليه في وقت لاحق.

- **الضيف المراوغ:**

هو الضيف الذي يتهرب من الإجابة وينتقل من موضوع إلى آخر، ويسأل المحاور عن دوافعه، ويضحك ويسخر ويقلل من قيمة السؤال والتركيز على كلمة بعينها فقط في السؤال.

وعلى المحاور أن يستمع إلى الإجابات ويعيد طرح الأسئلة، وعدم التردد في مسح هذه الحيل الهروبية في المونتاج إذا كان البرنامج مسجلاً.

- **الضيف الجديد:**

هو الضيف الذي ليس له خبرة في العمل الإعلامي، وبالتالي يجب على المحاور ألا يختار لهذه الشخصية موضوعاً صعباً أو يحتاج إلى تركيز بالغ ويحاول أن يقلل من تشتت الضيف وارتباكه.

- **الضيف الممل:**

هو الضيف الذي يمكن أن نشعر معه بالملل، وللتغلب على هذه المشكلة يعتمد المحاور على مهاراته وقدراته على استخراج المعلومات الشيقة والمثمرة الموجودة لدي الضيف.

- **الضيف الأنوي:**

هو الضيف الذي يتحدث عن نفسه كثيراً ويذكر كلمة أنا كثيرة، ويمكن للمحاور أن يتغلب على هذه المشكلة من خلال الانتقال من الحديث عما يخص الشخص نفسه إلى ما يخص العامة[٣٤].

٣. مشكلات تتعلق بالمواقف الحوارية[٣٥]:

هناك أيضاً العديد من المشكلات التي تتعلق بالموقف الحواري مثل:

أ- الحوار الطارئ:

وهو الحوار غير المُعد والذي ينشأ في ظروف معينة، وذلك النوع من الحوار يرتكز علي كون المحاور لديه فكرة عامة عن الموضوع، كما أن الحوار الطارئ يحتاج إلى فهم كامل للموضوع حتى لا يتورط المحاور في أسئلة ساذجة خارج الموضوع.

ب- الحوار خارج الاستديو:

قد يكون الحوار خارج الاستديو ضروري للحصول على معلومات معينة ومن أهم المشكلات التي تواجه مثل هذا النوع من الحوارات:

- التشويش.
- تحتاج إلى توافر أجهزة وكاميرات ومعدات خارج الاستديو مما يلزم التأكد من مدى صلاحية هذه الأجهزة.
- من الصعب إعداد الضيف للحوار.

ج- حوارات الهواء:

وهي الحوارات التي تجري على الهواء مباشرة، وبالرغم من تلقائيتها فإن محاور هذه البرامج لا بد أن تتوافر لديه ثقافة عريضة ومهارات خاصة وقدرة على مواجهة الكثير من المشكلات أو التعليقات أو المواقف التي قد تحدث على الهواء أمام الجماهير.

(ISSN: 2536 - 9555)

البرامج السياسية العراقية:

تعد البرامج السياسية واحدة من أهم البرامج التي يقوم عليها البناء العام للبث التلفزيوني في غالبية المحطات والقنوات التلفزيونية في العالم، إذ تشير الكثير من الدراسات إلى أن هذه البرامج شغلت مساحة كبيرة في خريطة البث اليومي، ففي التلفزيون الأميركي تصل نسبة هذه البرامج إلى ٣٠ في المئة من المجموع العام لساعات البث، وفي إيطاليا تصل إلى ٤٠ في المئة، وفي الأقطار العربية بصل معدلها إلى ما بين ١٦ و٢٢ في المئة، وهي في جميع الأحوال تمثل المواقع الأولى من بين أنواع البرامج التلفزيونية الأخرى.

وتشير الدراسات أيضاً إلى أن هذا النوع من البرامج يحظى باهتمام ومتابعة المشاهدين، إذ تشير إحدى الدراسات العربية إلى أن البرامج السياسية تحظى بمتابعة المشاهدين بانتظام.

ولعلنا نتساهل عن سر الاهتمام بالبرامج السياسية من قبل المحطات والقنوات التلفزيونية الفضائية وكذلك عن سر اهتمام المشاهدين بهذا النوع من البرامج، وباختصار يمكن القول أن سر هذا الاهتمام يعود إلى ما يمكن أن تلبيه هذه البرامج من حاجات ترتبط بطرفي عملية الاتصال (المرسل والمستقبل) إذ يمكن إجمال الحاجات التي تليها هذه البرامج بالنسبة إلى المرسل، **كالاتي:**

زيادة معلومات الجمهور بهدف تحقيق التواصل معه عبر استثمار وسائل الاتصال التي يعد التلفزيون من أهمها إذ يستطيع أن يعمل باعتباره مضاعفاً لمصادر المعلومات، وخلق آراء جديدة لدى الجمهور عن موضوعات وقضايا يهتم بها، وغرس وتدعيم القيم والتقاليد السياسية مثل الحرية والمساواة واحترام القانون والمشاركة في الفعاليات السياسية عموماً، والسعي إلى تكوين الرأي العام واتخاذ القرارات إزاء القضايا المهمة، وتحقيق التعبئة المطلوبة التي تجعل من المواطن قادراً على أداء فعله إزاء الحوادث السياسية الكبيرة، والتصدي للأفكار التي

تطرحها البرامج السياسية في القنوات التلفزيونية الأخرى والتي أصبح بإمكان المشاهد الاطلاع عليها بسهولة من خلال البث الفضائي.

أما بالنسبة إلى اسباب اهتمام الجمهور (المُستقبِل) بالبرامج السياسية فيمكن تحديدها، كالآتي:

ما يتعلق بطبيعة الإنسان نفسه، فهو كائن اتصالي بطبيعته وهو بحاجة دائماً إلى الاختلاط وزيادة معرفته بالأشياء، وحدوث الأزمات السياسية وما يمكن أن تشكله هذه الأزمات من خطر على حياة الفرد وتهديد مصيره، والاهتمامات الخاصة للأفراد في التعرض إلى البرامج السياسية، وهو أمر يرتبط بالكثير من المتغيرات الاجتماعية والنفسية، فكلما زادت هذه الاهتمامات كلما زاد التعرف على البرامج.

وتشير الكثير من الدراسات إلى أن مضمون الاتصال أو الرسالة يُعد من العوامل المؤثرة في تحقيق هدف الاتصال، وعليه يشترط توفير الكثير من المواصفات في مضمون البرامج السياسية التلفزيونية كالوضوح والملامسة لحاجات الجمهور، ودرجة تلبية المضمون للاحتياجات وتجانسه مع الأفكار والمعتقدات الثقافية والحضارية والدينية للأفراد، وكذلك نوع الاستمالات العاطفية والعقلية التي يحركها لديهم.

ومن هنا نجد أن عنصر الجمهور وطبيعته من العناصر التي تدخل باعتبارها عوامل مؤثرة في تحقيق هدف الاتصال إذ تدخل اهتمامات الجمهور في المضمون وكذلك آراؤه ومعتقداته الشخصية وكذلك درجة المعلومات التي يحملها الفرد عن الموضوع واتجاهاته نحو نفسه ونحو المجتمع وتأثير المجتمع عليه، ويلعب عنصر التعليم والتنشئة السياسية والتربوية والأسرية دوراً مهماً في درجة تأثير المضامين المقدمة إلى البرامج السياسية.

(ISSN: 2536 - 9555)

وترتبط درجة تأثير البرنامج السياسي التلفزيوني بشخصية القائم بالاتصال، إذ تزداد درجة التأثير كلما زادت درجة ثقة الجمهور به، فضلاً عما يمتلكه من مقومات الشخصية التلفزيونية الناجحة.

ويأتي أيضاً دور الوسيلة (التلفزيون) وما يمكن أن توفره من عناصر ذات تأثير كبير من خلال سهولة وصولها إلى الجمهور وقلة كلفتها وكذلك قلة الجهد المطلوب من الجمهور، فقد أصبح التلفزيون في المقدمة وسائل الاتصال تأثيراً في حياة الجماهير، وأصبح أيضاً من عوامل توحيد الأفكار والمشاعر بين الناس، إذ يوحد عاداتهم وتقاليدهم وأنماط سلوكهم وقيمهم لأن الآلاف منهم يشاهدون المؤثرات نفسها فهو يساعد على تحقيق وحدة الفكر ويسهم في اقتراب الأذواق الجمالية، وقد عد علماء النفس والاجتماع والسياسة والاتصال التلفزيون مؤسسة إنسانية تمارس دور المؤسسات التعليمية في حياة الفرد.

واستناداً لما تقدم يمكن القول إن تأثير البرامج السياسية التلفزيونية لا يمكن أن يتركز على خصوصية التلفزيون كوسيلة إعلامية فحسب، وإنما يرتكز أيضاً على شخصية القائم بالاتصال ومعرفته بطبيعة الجمهور المخاطب وصوغ مضمون الرسالة واللغة المستخدمة فيها واختيار الشكل المناسب إلى البرامج، ففي الوقت الذي تتعدد المضامين السياسية للرسائل التلفزيونية فإنها تطرح وفقاً للكثير من الأشكال والمعالجات الفنية.

وتعرف البرامج السياسية بأنها (البرامج التي تتناول مشكلة من مشكلات الساعة أو التي تقوم بعرض الحدث السياسي وتسعى إلى إيضاح مدى تأثير في حياة الناس اليومية وبصيغة تعكس التقبل[٣٦].

وللبرامج السياسية وظيفة مهمة في التلفزيون إذ أنها تشكل مادة رئيسية لأغلب محطات التلفزيون في العالم، وقد توسعت محطات التلفزيون في عملية نقل الحدث السياسي وقت وقوعه ووظفت الصناعة والتقنية المتطورة في تحقيق هذا الهدف، ولم يعد النقل المباشر للأحداث ليشمل أهم الأحداث العالمية[٣٧].

وتتبع أهمية البرامج السياسية من رغبات الفرد الأولية وحاجات المجتمع الحياتية والمعاشية اليومية، إذ ترتبط حاجات الفرد خصوصاً والحاجات الاجتماعية عموماً بالسياسة فهي تحتل مكانة مهمة وبارزة بين مجمل البرامج التي يبثها التلفزيون وأخذت هذه البرامج نستخدم وسائل إيضاح متعددة ومؤشرة[٣٨].

وتشير أغلب دراسات الباحثين إلى تفضيل الفرد للبرامج السياسية ذات الصورة المتحركة وذات الحوار الساخن وذات القضايا المرتبطة بحقوق الفرد ذاته[٣٩].

وهو حق من حقوق الفرد والمكفول بموجب القوانين الدولية لحقوق الإنسان والتي ورد في مبادئها ما يشير إلى ذلك بصراحة فإن للإنسان حق التزود بالمعلومات الصحيحة والحقائق السياسية الجارية حوله سواء أكانت سلبية أم إيجابية وبما يساعد في تكوين رأي ثابت في القضايا المختلفة ويعبر عن هذا الرأي تعبيراً سياسياً وموضوعياً[٤٠].

أشكال البرامج السياسية في التلفزيون العراقي:

البرامج السياسية في التلفزيون العراقي تعرض بأشكال متعددة وهي مواكبة للأحداث ومغطية لكل ما هو جديد في الساحة السياسية.

- **قوالب البرامج السياسية:**

- القالب الإخباري لمعالجة الأحداث الطارئة اليومية.
- قالب الحوار (برامج حوارية) تعالج القضايا السياسية خلال أسبوع برؤية أعمق وأطول.
- قالب البرامج السياسية الوثائقية وهي توثق للأحداث السياسية الكبرى وهذه تفرضها طبيعة الحدث أو المناسبات مثلاً (ذكرى الاستقلال) أو (تداعيات السلام).

فريق عمل البرامج السياسية:

ينقسمون إلى طاقم فني وتحريري:

(ISSN: 2536 - 9555)

التحريري يشمل: المعد– المنتج– الباحث– المخرج– المقدم.

الفني يشمل: المصورين– فني الصوت– الإضاءة– التحكم في الصورة وغيرها من المعينات.

والبرامج السياسية في التلفزيون العراقي قليلة جداً نسبة لـ:

- قلة المتخصصين في التقديم.
- قلة المتخصصين في الإعداد.

– البرامج السياسية ودورها في تطوير الوعي السياسي:

التلفزيون كأقوى وسيلة للاتصال يلعب دوراً كبيراً في تنمية الوعي السياسي فهو وسيلة تكاد تكون الأولى في الأخبار لما يمتاز به من صورة وصوت وفورية في نقل الحدث.

نجد أن نسبة المشاهدة للبرامج السياسية في التلفزيون العراقي عالية جداً وهذا يشكل وعي سياسي بالأحداث السياسية الجارية حول المواطن، ونجد أنه ومن منتصف التسعينات حراك سياسي نتيجة لعوامل كثيرة (خارجية وداخلية) وهذا أوجد نوع من التنافس كبير جداً في عرض القضايا السياسية المختلفة الموجودة في الساحة السياسية، وتعمل البرامج السياسية على طرح وجهات النظر المختلفة مؤيدة أو معارضة لوجهة نظر المتلقي، وتعمل على توعية الجمهور سياسياً لأن التوعية هي إحدى وظائف التلفزيون في الجانب السياسي، وأيضاً الإرشاد والتثقيف السياسي للجمهور، ومن مكونات البرامج السياسية (العامل الذاتي– العامل الموضوعي) هذا بالنسبة لمعد ومقدم البرنامج السياسي.

وتعد الوظيفة السياسية إحدى أبرز وظائف التلفزيون التي يمكن أن تتجلى بشكل مباشر عبر الأخبار والبرامج السياسية الحوارية وغيرها، وبشكل غير مباشر في البرامج الثقافية وحتى الترفيهية كالموسيقى والغناء والمسابقات، بل إن هناك دراسات ذهبت إلى أن الوظيفة السياسية هي الوظيفة الأساسية لوسائل الإعلام بشكل عام والتليفزيون بشكل خاص إزاء المجتمع، ومنها تتفرع الوظائف

الأخرى[٤١]، وينسجم هذا المذهب مع القول بأن الصحافة والإعلام ووسائلهما جزء لا يتجزأ من السياسة، وفرع من فروعها[٤٢].

وتتعاظم الوظيفة السياسية للتلفزيون في المجتمعات المختلفة ديموقراطية كانت أنظمة الحكم فيها أو دكتاتورية بوصفها تختزل قدرة التلفزيون على الإسهام في تشكيل الرأي العام، والتأثير في الحياة السياسية، عبر القضايا والملفات التي يسلط الضوء عليها، ويخاطب شرائح المشاهدين المختلفة بشأنها، لا سيما بعد تحوله إلى البث الفضائي، ويبدو أن التأثيرات التي يحتلها التلفزيون دفعت بالعديد من الأنظمة في المنطقة والعالم إلى اتخاذ واجهة سياسية لبرامجها ومشاريعها[٤٣].

وتتكون الوظيفة السياسية لوسائل الإعلام ومنها التلفزيون من وظائف عديدة، لا وظيفة واحدة، وهذه الوظائف هي[٤٤]:

أ. **الوظيفة الإخبارية ومراقبة البيئة الخارجية:** وتتمثل بالإعلام، وتحديد الأحداث التي يراد إبرازها، والأخرى التي تغفل.

ب. **الرقابة:** وتتمثل بتحديد ما يتلقاه المشاهد من أخبار ومعلومات.

ج. **الوظيفية التفسيرية للأحداث:** وتتمثل بتفسير الأحداث ووضعها في سياقها العام.

د. **التنشئة السياسية:** وتتمثل بتشكيل ثقافة سياسية جديدة، أو المحافظة على ثقافة قائمة في تغييرها.

وقد انعكست التحولات الديمقراطية– التي أعادت صياغة أنظمة السياسة والحكم في العراق والمنطقة والعالم– وما رافقها من قفزات تقنية، على الوظيفة السياسية لوسائل الإعلام، وفي مقدمتها التلفزيون– تنسجم مع تلك التحولات والقفزات– **وتكون على وفق الآتي:**

أ. تمد الرؤساء والمسئولين بالمعلومات عن الأحداث الجارية والبيئة السياسية من حولهم بالطرق الممكنة[٤٥].

(ISSN: 2536 - 9555)

ب. تهيئ للرؤساء والمسؤولين القنوات اللازمة لنقل رسائلهم، وشرح سياساتهم وبرامجهم، لكي يحصلوا على ثقة المواطن في الانتخابات[٤٦].

ج. يعتمد عليه الرؤساء والمسؤولون في تفسير الأحداث وتحليلها، وتسويق القرارات والمفاهيم السياسية، من قبيل الحرية، والمساواة، وطاعة القوانين، وتوجيه التصويت الانتخابي، وتدعيم الشعور بالمواطنة[٤٧].

د. توجه نظر الرأي العام نحو القضايا والأحداث التي يريد الرؤساء والمسؤولون توجيه الأنظار لها، كما تعكس اهتمامات الرأي العام، وتظهر بصفة المدافع عن مصالحه[٤٨].

هـ. تضفي على القضايا السياسية أهمية والتصاق بالواقع المعاش[٤٩].

و. تحدد قائمة (أجندة) الأخبار المحلية والقومية والدولية[٥٠].

ز. توثق الصلة بين الشعب والسلطة، لا سيما في إطار مقاومة معوقات التنمية السياسية، مثل التطرف والإرهاب والجريمة المنظمة[٥١].

ح. تقاوم الشائعات وتفندها[٥٢].

ط. تتلاعب وتؤثر في العملية السياسية، عبر الدعاية والحرب النفسية، وبث أخبار يراد منها إثارة ردود الأفعال العامة لدى الأنصار والخصوم، وفرض مطالب جديدة، أو إثارة النخبة السياسية من أجل بعض المكاسب أو الإصلاحات[٥٣].

ويذهب باحثون إلى مديات أبعد، بشأن ما يمكن للتلفزيون أن يقدمه سياسياً على صعيد نقله للأحداث والوقائع، إذ يرون بأنه إلى جانب عرضه رؤية مختلفة عن تلك التي تعرضها وسائل الإعلام الأخرى من قبيل أن الخطاب المتلفز الذي يوجهه رئيس دولة أو وزير أو أي مسؤول وسياسي، يكون وقعه أكثر على المتلقي من الخطاب المطبوع[٥٤]– فإنه قد يقدم حدثاً مختلفاً أيضاً اعتماداً على إمكاناته وأهمها الصورة التي تعد بألف كلمة، لذلك يحرص السياسيون على إبقاء التلفزيون بشكل أو بآخر تحت هيمنتهم[٥٥]. ولكن ماذا عن التلفزيونات التي لا تقع ضمن

دائرة هيمنة الرؤساء والمسؤولين والسياسيين وهي كثيرة هذه الأيام؟، أو تلك التي تقع ضمن دائرة هيمنة جبهة سياسية دون أخرى، أو خصم سياسي؟ إنها بالتأكيد ستحمل أنباء غير سارة للجبهة المستهدفة أو السياسي الخصم المستهدف، لأنها ستثير الشك في أوساط أتباعهما عبر التقاط الأخطاء، وتوجيه الاتهامات، والتشويه، وصولاً إلى إسقاط الثقة وهي أخر حصن يلوذ به المسؤول والسياسي للظفر بتأييد الرأي العام، ولا سيما الناخبين(٥٦).

وحتى هؤلاء– المستهدفين من الجمهور والناخبين– لن يكونوا بمنأى عن تأثير بعض الفضائيات الخاصة التي تعرض أنماط ممارسات سياسية في المجتمعات الديمقراطية على مستوى القيادات السياسية والنخب والمؤسسات، فقد يشعرون نتيجة التعرض لتلك القنوات بتخلف واقعهم السياسي، الأمر الذي قد يثير في بعضهم احباطاً نتيجة يأسهم من إمكان تغيير الواقع، وقد يحفز بعضهم لتغيير ذلك الواقع(٥٧)، كما يحدث حالياً في بعض البلدان العربية، فالفضائيات– لا سيما الخاصة والتي تقترب من الحياد– إن لم تكن أجبرت الكثير من الحكومات والأنظمة على تغيير سياساتها الداخلية والخارجية– أثر الكشف عن مساوئ سياساتها، وإشاعة مفاهيم الديمقراطية والعدالة وحقوق الإنسان –فإنها أسهمت في التغيير(٥٨).

وفي جميع الأحوال، يُعد من الضروري التنويه هنا إلى:

هذه الوظائف والمهام السياسية تمرر عبر مواد متلفزة، حددتها منظمة الأمم المتحدة للتربية والثقافة والعلوم (يونسكو) بالبرامج المتعلقة بالشئون السياسية والنشرات الإخبارية(٥٩).

وفي العالم العربي ترتبط أهمية البرامج السياسية للقنوات الفضائية بفاعلية القضايا السياسية التي تتناولها، وتماسها مع الجمهور لا النخبة السياسية(٦٠)، ولعل ما شهدته وتشهده بعض البلدان العربية من ثورات وتغيرات في أنظمتها السياسية، وكذلك اضطرابات وتظاهرات جماهيرية طالبت بالحرية وإسقاط الأنظمة الدكتاتورية خير مثال على ذلك.

(ISSN: 2536 - 9555)

ويؤخذ على بعض الفضائيات، لا سيما تلك المرتبطة بالأنظمة السياسية، أنها تميل إلى استخدام الدعاية، والترويج للأنظمة، والتركيز في بث ما يتوافق مع خطها السياسي والأيديولوجي، وتسليط الأضواء على القضايا والموضوعات العامة التي تثير شكوكاً أو تسبب مشكلات، مقابل الابتعاد عن القضايا والموضوعات التي تتحسس منها تلك الأنظمة(٦١).

وأضحت الدعاية السياسية عبر الفضائيات أشد تأثيراً وأقوى فاعلية من جميع أشكال الدعاية الأخرى، وما عزز ذلك اجتيازها حدود الدولة نحو العالمية(٦٢)، مستهدفة فيما تستهدفه تغيير الآراء والقناعات والمواقف باتجاه تتبناه الأنظمة أو الأحزاب والحركات السياسية(٦٣).

وباتت الفضائيات ولا سيما في المنطقة العربية أدوات سياسية بين أصحابها، وميادين للصراع بين الأنظمة والجهات المعارضة لها في الداخل والخارج من جهة، وبين أنظمة دول عربية من جهة أخرى، وهو ما ينعكس على قنوات لها ثقلها الإعلامي عربية ودولية كالعربية والجزيرة كلما شهدت العلاقات السعودية– القطرية توترات جديدة أو تصعيداً، وبين طائفة وأخرى داخل إطار الدولة الواحدة كما هو الحال في لبنان وفضائية المستقبل التابعة لآل الحريري ضد فضائية المنار التابعة لحزب الله، ولا يعزى ذلك لغير تأثير الملكية في محتوى ما تبثه الفضائيات(٦٤)، وما يؤكد ذلت أنها تنفق أكثر مما تجني، وبحسب إحصائية فإن الكُلفة السنوية لعمليات الوسائل الإعلامية العربية على اختلافها تبلغ ١٧ مليار دولار أميركي، في حين أن صافي الإنفاق على الإعلانات في دول الخليج لا يكاد يتجاوز ٣ مليارات دولار في العام ٢٠٠٤، ومن يتكبد الفرق هنا تكون له السطوة(٦٥)، وحتى في الدول العربية التي توجد فيها قنوات فضائية تجارية بوصف التلفزيون بأنه ممثل السلطة الحاكمة، ويمكن عبره انتقاد أي طرف عدا الجهة التي تموله(٦٦).

ولا يشذ العراق بطبيعة الحال عن هذا السياق، فمسيرة تلفزيونه منذ تأسيسه وحتى التغيير الذي تحقق في نيسان من العام ٢٠٠٣، كان البعد السياسي هو

الأبرز فيها، إذ كان التلفزيون يسير إلى جانب السلطة الحاكمة التي تعده إحدى وسائلها الفعالة لتسويغ سياساتها، وخلق التأييد لها، فضلاً عن أهداف سياسية أخرى، وبموجب تلك العلاقة حرصت الحكومات السياسية المتعاقبة على بذل العطاء على التلفزيون[٦٧].

ولا يقتصر الأمر على الأنظمة التي حكمت ما قبل نيسان ٢٠٠٣، فالمسئولون والساسة الذين تقلدوا مقاليد السلطة بعد هذا التاريخ حرصوا على الهيمنة على التلفزيون، وأسسوا فضائيات تمثل وتتحدث باسم كياناتهم السياسية، مثل الفرات وبغداد والحرية والرافدين وأشور، أو باسم محافظاتهم مثل ديالي والموصلية فضلاً عن كونهم شديدي الحذر إزاء قضايا الإعلام وملفاته وموضوعاته التي يتداولها، وكثيراً ما ينشغلون بتصحيح بعض الأخبار والتصريحات والمواقف[٦٨].

هوامش ومراجع البحث:

[١] المعجم الوجيز، القاهرة، مجمع اللغة العربية، ١٩٩٥، ص ١٧٧.

[٢] وجدي الحكيم، فن الحوار الإذاعي والتليفزيوني، مجلة الفن الإذاعي، القاهرة، اتحاد الإذاعة والتليفزيون، ٢٠٠٧، ع ١٨١، ص ٧.

[٣] طارق سيد أحمد الخليفي، فن الكتابة الإذاعية والتليفزيونية، الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية، ٢٠٠٥، ص ١٤٠.

[٤] محسن جلوب الكناني، تقنيات الحوار الإعلامي، ط١، عمان، الأردن، دار أسامة، ٢٠١٢، ص٧٨.

[٥] عادل عبد الغفار، الأسس العلمية في إعداد وتقديم وإخراج البرامج الإذاعية والتلفزيون، بدون دار نشر، ٢٠٠٦، ص٣٧.

[٦] هند عوض عبد الحميد، مهارة الحوار بين الاتصال المباشر والإلكتروني- دراسة مقارنة، الإسكندرية: المكتب الجامعي الحديث، ٢٠١٥، ص ص ١٠١-١٠٣.

[٧] هند عوض عبد الحميد، مرجع سابق، ص١٠٣.

(ISSN: 2536 - 9555)

(٨) حسان بن عمر، سامي بن أحمد، مهارات الاتصال وقت الحوار، السعودية، مركز النشر العلمي، ٢٠٠٨، ص ٢٤٧.

(٩) محمد معرض، المدخل إلى فنون العمل التليفزيوني، القاهرة، دار الكتاب الحديث، ٢٠٠٨، ص ١١٥.

(١٠) جيلان محمود عبد الرازق، أساليب تغطية القضايا في برامج الرأي المذاعة على الهواء (Talk show) في القنوات الفضائية العربية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ٢٠٠٤، ص ٥٨.

(١١) إيمان عز الدين دواية، دور البرامج الحوارية وإعلانات التوعية بالتليفزيون المصري في ترتيب أولويات قضايا الطفولة لدى الرأي العام، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة عن شمس، معهد الدراسات العليا الطفولة، ٢٠٠٥، ص ٢١٩.

(12) Nico capentier, Managing Audience Participation The construction of Participation in an Audience Discussion program, European Journal of communication, 2001, Vol. 16, No 2. P 10.

(13) Dolf Zellmann & peter Vonderer, Media Entertainment The psychology of its Appeal, (London: Lawrence Eribaum Associates, 2000) P.p. 113 -134.

(١٤) سوزان القليني، انتاج القوالب الإعلامية وتطبيقاتها، القاهرة، دار النهضة العربية، ٢٠٠٧، ص ١٨.

(١٥) آمال حسن الغزاوي، مرجع سابق، ص ٢١.

(١٦) نسمة أحمد البطريق، الكتابة للإذاعة والتليفزيون، القاهرة، الدار العربية للنشر والتوزيع، ٢٠٠٩، ص ٦٧.

(١٧) أحمد أحمد أحمد عثمان، مرجع سابق، ص ٧٦.

(18) Bell, P., et al., 2006, 0p. cit., pp. 197-210.

(١٩) أميرة عبد الرحمن محمد عبد المتجلي، مرجع سابق، ص ص ١١٤–١١٥.

(٢٠) راضي رشيد حسن وإيثار طارق خليل، البرامج الحوارية ودورها في تشكيل اتجاهات الرأي العام من وجهة نظر طلبة الإعلام برنامج ولكم القرار أنموذجاً، بحث منشور في مجلة كلية التربية الأساسية، الجامعة العراقية، العدد الثالث والسبعون، ٢٠١٢، ص ٥١.

(٢١) سحر محمد صوفي، تقييم معايير الأداء المهني لمقدمي البرامج الحوارية في القنوات الفضائية المصرية الخاصة، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، ٢٠١٩، ص ١٠٨.

(22) Imad Karam. Satellite Television: A Breathing space For Arab Youth. Arab Media and Political Renewal Community. In: Naomi Sakr, Legitimacy and Life. (London: Ib. Touris, 2007) p. 197.

(٢٣) مجاشع محمد على التميمي، مرجع سابق، ص ٤٣٢.

(٢٤) سارة محمد إبراهيم طه، مرجع سابق، ص ١٦٧.

(٢٥) سحر محمد صوفي، مرجع سابق، ص ٢٣٧.

(٢٦) إيمان عز الدين دواية، دور البرامج الحوارية وإعلانات التوعية بالتلفزيون المصري في ترتيب أولويات قضايا الطفولة لدى الرأي العام، رسالة ماجستير (غير منشورة)، جامعة عين شمس، معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الطفل، ٢٠٠٥، ص٢١٤.

(٢٧) صالح حسين، العنف الاجتماعي والسياسي والإعلامي من منظور علم النفس الاجتماعي ط١، القاهرة، دار الكتاب الحديث، ٢٠١٤، ص ص ١٩٨-١٩٩.

(٢٨) محمود عزت اللحام وآخرون، الإعلام الأمني، عمان، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، ٢٠١٠، ص ١١٥.

(٢٩) باقر جاسم محمد، أخلاقيات الحوار وشروطه المعرفية، يونيو ٢٠٠٦.

http://www.m.ahewar.org

(٣٠) أميرة عبد الرحمن محمد عبد المتجلي، مرجع سابق، ص١١٣.

(٣١) حنان صلاح عبد العليم، مرجع سابق، ص ٩١.

(٣٢) ريهام سامي حسين، مرجع سابق، ص١٠٠.

(ISSN: 2536 - 9555)

(٣٣) بركات عبد العزيز، مرجع سابق، ص ١٢٥.

(٣٤) أميرة عبد الرحمن محمد عبد المتجلي، مرجع سابق، ص ص ١١٨–١٢٠.

(٣٥) ريهام سامي حسين، مرجع سابق، ص ١٠٣.

(٣٦) كرم شلبي، معجم المصطلحات الإعلامية، القاهرة، دار الشروق، ١٩٨٤، ص ٢٤٥.

(٣٧) جان جبران كرم، مدخل إلى لغة الإعلام، دار الجيل، من دون مكان طبع، ١٩٨٩، ص١٢٨.

(٣٨) ثامر مهدي، الأخبار والبرامج الخبرية، مجلة البحوث، العدد (٢٠) نيسان، بغداد، دار الحرية للطباعة، ١٩٨٩، ص ١١٨.

(٣٩) إبراهيم إمام، مصدر سابق، ص ١١.

(٤٠) انشراح الشال، الدش والإنترنت والتلفزيون في إطار علم الاجتماع الإعلامي، القاهرة، المدينة برس للطباعة والنشر والتسويق الإعلامي، ٢٠٠٣، ص ١٧٠.

(٤١) حسن عماد مكاوي وليلي حسين السيد، مصدر سابق، ص ٧٦.

(٤٢) فاضل البدراني، واقع الصحافة العراقية في زمن الاحتلال الأمريكي، مجلة المستقبل العربي، العدد ٣٤٧، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، كانون الثاني، ٢٠٠٨، ص ١١٥.

(٤٣) مصطفى حميد كاظم الطائي، الفنون الإذاعية والتلفزيونية وفلسفة الإقناع، الإسكندرية، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، ٢٠٠٧، ص ٨٧.

(٤٤) جيهان رشتي، الأسس العلمية لنظرية الإعلام، القاهرة، دار الفكر العربي، ١٩٧٨، ص٣٥٦.

(٤٥) حيدر محمود محسن، دور القنوات الفضائية العراقية في ترتيب أولويات الجمهور العراقي إزاء انتخابات مجالس المحافظات العراقية، أطروحة دكتوراه غير منشورة، العراق، جامعة بغداد، كلية الإعلام، ٢٠١٠، ص ١٣٠.

(٤٦) محمد حسن العامري، وعبد السلام محمد السعدي، الإعلام والديموقراطية في الوطن العربي، القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، ٢٠٠٩، ص ٢٣٥.

(٤٧) حسن عماد مكاوي، وليلي حسين السيد، مصدر سابق، ص ٣١٩.

(٤٨) حيدر محمود محسن، دور القنوات الفضائية العراقية في ترتيب أولويات الجمهور العراقي إزاء انتخابات مجلس المحافظات العراقية، مصدر سابق، ص ١٣٠.

(٤٩) محمد حسام الدين إسماعيل، الصورة والجسد، دراسات تقنية في الإعلام المعاصر، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، ٢٠٠٧، ص ٨٢.

(٥٠) جون كورنر، التلفزيون والمجتمع: الخصائص، التأثير، النوعية، الإعلان، ترجمة: أديب خضور، دمشق، المكتبة الإعلامية، ١٩٩٩، ص ٧٠.

(٥١) الدسوقي عبده إبراهيم، التلفزيون والتنمية، الإسكندرية، دار الوفاء لدنيا النشر والطباعة، ٢٠٠٤، ص ١٢٠.

(٥٢) فارس عطوان، الفضائيات العربية ودورها الإعلامي، ط٢، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، ٢٠٠٩، ص ٧٩.

(٥٣) مجد الهاشمي الإعلام الدبلوماسي والسياسي، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، ٢٠٠٩، ص ٧٩.

(٥٤) حيدر محمود محسن، دور القنوات الفضائية العراقية في ترتيب أولويات الجمهور العراقي إزاء انتخابات مجلس المحافظات العراقية، مصدر سابق، ص ١٤٠.

(٥٥) حسين على نور الموسوي، الدعوات السياسية في القنوات التلفزيونية المحلية دراسة تحليلية مقارنة للدعوات المهمة في القنوات التلفزيونية (العراقية الحرية الفرات)، أطروحة دكتوراه عير منشورة، العراق، جامعة بغداد، كلية الإعلام، ٢٠٠٨، ص ٧١.

(٥٦) انشراح الشال، مدخل إلى علم الاجتماع الإعلامي، القاهرة، مكتبة نهضة مصر، ١٩٨٠، ص ١٧٢.

(ISSN: 2536 - 9555)

[٥٧] فاطمة حسين عواد، الإعلام الفضائي، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، ٢٠١٠، ص ص٨٤-٨٥.

[٥٨] حسن إسماعيل عبيد، الفضائيات وآثارها على الأسرة والمجتمع الرؤى الراهنة والتحديات المستقبلية (مداخلة سوسيولوجية)، بحوث وأوراق عمل الملتقى العربي الأول (أثر الفضائيات على الأسرة العربية)، القاهرة، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، ٢٠٠٧، ص ٩.

[٥٩] صفد حسام الساموك، صناعة البرامج السياسية في التلفزيون الفضائي العربي والمستجدات المعاصرة للإعلام، مجلة أصل، العدد ٤٣، بغداد، هيئة الإعلام والاتصالات، آب- أيلول ٢٠١٠، ص ١٥.

[٦٠] المرجع نفسه، ص١٨.

[٦١] مي العبد الله، الاتصال والديمقراطية، بيروت، دار النهضة العربية، ٢٠٠٥، ص ٢٠٢.

[٦٢] صباح ياسين، الإعلام النسق القيمي وهيمنة القوة، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، ٢٠٠٩، ص ص ١٤٣-١٤٤.

[٦٣] فارس عطوان، مصدر سابق، ص ١٢-١٣.

[٦٤] مأمون فندي، حروب كلامية: الإعلام والسياسية في العالم العربي، بيروت، دار الساقي، ٢٠٠٨، ص ٨١، ص ١٧٥.

[٦٥] المرجع نفسه، ص ص ٢٦-٢٧.

[٦٦] محمود دهبية، الإعلام المعاصر، عمان، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، ٢٠١٠، ص ١٠٢.

[٦٧] وسام فاضل راضي، الإذاعة والتلفزيون في العراق، بغداد، دار النهرين للتوزيع والإعلان والنشر، ٢٠١٠، ص ٣٢.

[٦٨] هادي نعمان الهيتي، تعددية وسائل الإعلام وحرية الرأي والتعبير، في كتاب الإعلام العراقي حرية التعبير والوصول إلى المعلومة، بغداد، هيئة الإعلام والاتصالات، كتاب الهيئة ١، ٢٠١٠، ص ٦٠.