



(اعتمادُ الجمهورِ على الصِّراعِ المقدَّمِ في البرامجِ الحواريةِ السياسيةِ بمواقعِ القنواتِ الفضائيةِ ودوره في تشكيلِ الرأي العامِّ الرِّقِّيِّ إزاءها) في تشكيلِ الرأي العامِّ الرِّقِّيِّ إزاءها

(اعتمادُ الجمهورِ على الصِّراعِ المقدَّمِ في البرامجِ الحواريةِ السياسيةِ بمواقعِ القنواتِ الفضائيةِ ودوره في تشكيلِ الرأي العامِّ الرِّقِّيِّ إزاءها)

الباحثة : م.م انفال حسن فاضل
جامعة بغداد /كلية الإعلام

المشرف: أ.د. عمار طاهر محمد
جامعة بغداد /كلية الإعلام

البريد الإلكتروني Email : anf.al.hasan2202p@comc.uobaghdad.edu.iq

الكلمات المفتاحية: القنوات الفضائية ، البرامج الحوارية السياسية ، تشكيل الرأي العام الرقمي ، المواقع الالكترونية ، مواقع القنوات الفضائية العراقية .

كيفية اقتباس البحث

محمد، عمار طاهر ، انفال حسن فاضل ، (اعتمادُ الجمهورِ على الصِّراعِ المقدَّمِ في البرامجِ الحواريةِ السياسيةِ بمواقعِ القنواتِ الفضائيةِ ودوره في تشكيلِ الرأي العامِّ الرِّقِّيِّ إزاءها)،مجلة مركز بابل للدراسات الانسانية، تموز ٢٠٢٦، المجلد: ١٦، العدد: ٧ .

هذا البحث من نوع الوصول المفتوح مرخص بموجب رخصة المشاع الإبداعي لحقوق التأليف والنشر (Creative Commons Attribution) تتيح فقط للآخرين تحميل البحث ومشاركته مع الآخرين بشرط نسب العمل الأصلي للمؤلف، ودون القيام بأي تعديل أو استخدامه لأغراض تجارية.

مسجلة في
ROAD

مفهرسة في
IASJ

"The public's reliance on the conflict presented in political talk shows on satellite channel websites and its role in shaping the advanced public opinion towards it"

**Supervisor: Prof. Dr.
Ammar Taher Mohammed**
/ University of Baghdad /
College of Media

**Researcher: Assistant
Lecturer Anfal Hassan Fadhel**
/ University of Baghdad /
College of Media

Keywords : Satellite channels, political talk shows, digital public opinion formation, websites, Iraqi satellite channel websites.

How To Cite This Article

Mohammed, Ammar Taher , Anfal Hassan Fadhel , "The public's reliance on the conflict presented in political talk shows on satellite channel websites and its role in shaping the advanced public opinion towards it", Journal Of Babylon Center For Humanities Studies, July 2026, Volume:16, Issue 7.



This is an open access article under the CC BY-NC-ND license
(<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>)

[This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International License.](http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/)

Abstract:

The research showed the importance of studying the audience's dependence on the conflict presented in the Iraqi satellite channels in Zagros and UT.V satellite channels, which has a significant impact on shaping digital public opinion. When these channels show heated discussions and conflicts between guests, they attract the attention of viewers and arouse their interest, which prompts them to interact and participate in discussions via the social media of the satellite channels. Therefore, the study showed the importance of the conflict style, including verbal altercations in political talk shows presented by Iraqi satellite channels, especially in Zagros channels in the program (Clearly) and (UTV) channels in the program The Truth is Told. The research problem was launched from the main question:





What is the conflict in political talk shows on satellite channels and what is its role in shaping digital public opinion among the audience?

As for the most important objectives of the research, they can be summarized as follows:

-¹ Investigating the audience's dependence on political talk shows on the two channels and their role in shaping digital public opinion.

-² Knowing the cognitive, emotional and behavioral effects resulting from the audience's reliance on the selected channels that adopt the conflict style in presenting political topics.

Therefore, this research sheds light on the great impact of the conflicts presented by Iraqi satellite channels, especially in Zakros and UTV channels, in shaping digital public opinion. The descriptive survey method was used to study the phenomenon of conflict in talk shows, as the characteristics, variables and relationships were revealed in terms of intensity and direction, and the sample programs were analyzed, in addition to the systematic comparison between the sample program.

As for the research community in the field study, it includes individuals who use social networking sites and interact with political talk shows with episodes of the programs (The Truth is Told and the Clearly Program), an available sample was chosen by chance by distributing the form to followers present in the live broadcast of the program, while the research tools included observation, questionnaire and scale.

The researcher recommends a number of recommendations, including:

1. Study the semiotics of communication in programs that contain conflict methods.
2. There should be specific goals for the program, such as raising awareness or providing accurate information, rather than focusing on conflict only.
3. A culture of respect should be promoted among participants, which contributes to creating a more positive dialogue environment.

الملخص

أوضح البحث أهمية دراسة اعتماد الجمهور على الصراع المقدم في القنوات الفضائية العراقية في قناتي زاكروس وقناة UT.V الفضائية ، مما له تأثير كبير على تشكيل الرأي العام الرقمي. فعندما تعرض هذه القنوات مناقشات حادة وصراعات بين الضيوف، فإنها تجذب انتباه المشاهدين وتثير اهتمامهم، مما يدفعهم إلى التفاعل والمشاركة في النقاشات عبر وسائل التواصل الاجتماعي التابعة للقنوات الفضائية .

﴿ اعتماد الجمهور على الصراع المقدم في البرامج الحوارية السياسية بمواقع القنوات الفضائية ودوره

في تشكيل الرأي العام الرقيّ إزاءها ﴾

لذا؛ أوضحت الدراسة أهمية أسلوب الصراع بما يحتويه من مشادات كلامية في البرامج الحوارية السياسية التي تقدمها القنوات الفضائية العراقية لا سيما في قناتي زاكروس في برنامج (بوضوح) وقناة (يو تي في) في برنامج الحق يقال.

انطلقت مشكلة البحث من التساؤل الرئيس:

ما هو الصراع في البرامج الحوارية السياسية بالقنوات الفضائية وما دوره بتشكيل الرأي العام الرقمي لدى الجمهور؟

أمّا أهم أهداف البحث فيمكن إجمالها بالآتي:

١-التقصي عن اعتماد الجمهور على البرامج الحوارية السياسية في القناتين ودورهما في تشكيل الرأي العام الرقمي .

٢-معرفة الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية نتيجة اعتماد الجمهور على القنوات المختارة التي تعتمد أسلوب الصراع في طرحها للموضوعات السياسية .

لذا فإن هذا البحث يسلط الضوء على التأثير الكبير للصراعات التي تعرضها القنوات الفضائية العراقية، لا سيما في قناتي زاكروس ، و يو تي في، في تشكيل الرأي العام الرقمي ، تم استخدام المنهج المسحي الوصفي لدراسة ظاهرة الصراع في البرامج الحوارية ، اذ تم الكشف عن الخصائص والمتغيرات والعلاقات من حيث الشدة والاتجاه ، و تم تحليل برامج العينة ، فضلا عن المقارنة المنهجية بين برنامج العينة.

أمّا فيما يتعلق بمجتمع البحث في الدراسة الميدانية فيتضمن الافراد الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي ويتفاعلون مع البرامج الحوارية السياسية مع حلقات برنامجي (الحق يقال وبرنامج بوضوح) ، تم اختيار عينة متاحة بالصدفة عن طريق توزيع الاستمارة على المتابعين الموجودين في البث المباشر للبرنامج ، أمّا ادوات البحث فتضمنت الملاحظة والاستبانة والمقياس.

توصي الباحثة بعدد من التوصيات ومن ضمنها:

- ١.دراسة سيميائية الاتصال في البرامج التي تحتوي على اساليب الصراع.
- ٢.يجب أن تكون هناك أهداف محددة للبرنامج، مثل تعزيز الوعي أو تقديم معلومات دقيقة، بدلاً من التركيز على الصراع فقط.
- ٣.ينبغي تعزيز ثقافة الاحترام بين المشاركين، مما يسهم في خلق بيئة حوارية أكثر إيجابية.



المقدمة :

ان الصراع في البرامج الحوارية السياسية يمكن أن يعكس التوترات الاجتماعية والسياسية السائدة في المجتمع العراقي، وبالتالي يصبح الجمهور أكثر وعياً بالقضايا المطروحة. هذا الوعي يمكن أن يؤدي إلى تغييرات في الآراء والمواقف تجاه القضايا المختلفة، مما يساهم في تشكيل الرأي العام الرقمي.

تكمن أهمية هذا البحث من الناحية الأكاديمية في فهم كيفية تأثير وسائل الإعلام على تشكيل الرأي العام، لا سيما في سياق الصراعات السياسية والاجتماعية ، و يمكن أن تسلط الدراسة الضوء على كيفية استخدام الجمهور لهذه القنوات كمصدر رئيسي للمعلومات، وكيف يؤثر ذلك على سلوكهم وآرائهم وما هي هذه التأثيرات في عصر الرقمنة . اما من الناحية الميدانية، ان تقديم نتائج البحث يمكن أن يوفر مؤشرات علمية هامة للقائمين على الاتصال في البرامج الحوارية السياسية وإدارات القنوات الفضائية.

اوضح البحث عدت موضوعات من ضمنها (تأثير مواقع البرامج الحوارية على الجمهور ، و القنوات الفضائية وتشكيل الرأي العام ، فضلاً عن البرامج الحوارية السياسية في مواقع التواصل الاجتماعي، والتعرف على الرأي العام الرقمي والمواقع الالكترونية ، وتشكيل الرأي العام عبر مواقع القنوات الفضائية).

الاطار المنهجي

اولاً- مشكلة البحث :

تتمثل المشكلة البحثية لاعتماد الجمهور على الصراع المقدم في القنوات الفضائية العراقية في التساؤل الرئيس التالي : **ما مدى اعتماد الجمهور على البرامج الحوارية السياسية بالتلفزيون والصراع المقدم بها ؟** اذ يتفرع من هذا التساؤل الاسئلة التالية :

١. ما دور مواقع البرامج الحوارية السياسية في تشكيل الرأي العام الرقمي لدى الجمهور .
٢. ما التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية التي تحققت لدى الجمهور نتيجة اعتمادهم على البرامج الحوارية التي تعتمد على اسلوب الصراع في طرحها للموضوعات السياسية؟

ثانياً- اهداف البحث :

- ٣-التقصي عن اعتماد الجمهور على البرامج الحوارية السياسية في قناتي يوتي في وذاكروس الفضائيتين ودورها في تشكيل الرأي العام الرقمي.
- ٤-معرفة الاثار المعرفية والوجدانية والسلوكية نتيجة اعتماد الجمهور في قناتي يوتي في وذاكروس الفضائيتين التي تعتمد اسلوب الصراع في طرحها للموضوعات السياسية .



(اعتماد الجمهور على الصراع المقدّم في البرامج الحوارية السياسية بمواقع القنوات الفضائية ودوره في تشكيل الرأي العام الرقّي إزاءها)

٥-فروض البحث :

واستخدمت الباحثة فروض الاستنباطية اذ لجأت الى نظرية اعتماد الجمهور على وسائل الاعلام وكما يأتي:

الفرض الاول: كلما زاد الصراع في البرامج الحوارية السياسية في القنوات الفضائية قلت الآثار المعرفية لدى جمهور الرأي العام الرقمي.

الفرض الثاني: كلما زاد الصراع في البرامج الحوارية السياسية في القنوات الفضائية زادت الآثار الوجدانية لدى جمهور الرأي العام الرقمي.

الفرض الثالث: كلما زاد الصراع في البرامج الحوارية السياسية في القنوات الفضائية زادت الآثار السلوكية لدى جمهور الرأي العام الرقمي.

ثالثاً- اهمية البحث :

١-الناحية الاكاديمية:

إنّ دراسة اعتماد الجمهور على الصراع المقدّم في القنوات الفضائية العراقية تعد ذات أهمية أكاديمية كبيرة لعدة أسباب. أولاً، تساعد هذه الدراسة في فهم كيفية تأثير وسائل الإعلام على تشكيل الرأي العام، لا سيما في سياق الصراعات السياسية والاجتماعية. اذ تؤدي القنوات الفضائية دوراً مهماً في تقديم المعلومات وتوجيه النقاشات العامة، مما يؤثر على كيفية تصور الجمهور للأحداث. ثانياً، يمكن أن تسلط الدراسة الضوء على كيفية استخدام الجمهور لهذه القنوات كمصدر رئيسي للمعلومات، وكيف يؤثر ذلك على سلوكهم وآرائهم وما هي هذه التأثيرات . في عصر الرقمنة ، إذ أصبح من الضروري فهم كيفية تفاعل الأفراد مع المحتوى الإعلامي وكيف يمكن أن يسهم ذلك في تشكيل مواقفهم وآرائهم تجاه القضايا المختلفة.

٢.الناحية الميدانية:

من الناحية الميدانية، تقديم نتائج البحث يمكن أن يوفر مؤشرات علمية هامة للقائمين على الاتصال في البرامج الحوارية السياسية وإدارات القنوات الفضائية. هذه المؤشرات تتعلق بتأثير الصراع على الجمهور، حيث يمكن أن تسلط الضوء على الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة عن مشاهدة هذه البرامج.

عندما يتم تحليل تأثير الصراع في مواقع البرامج الحوارية السياسية ، يمكن أن يتضح كيف تشكل هذه البرامج الرأي العام الرقمي. اذ ان الجمهور يتفاعل مع محتوى هذه البرامج بطرق متعددة، مما يؤثر على آرائهم ومواقفهم تجاه القضايا المطروحة. بالتالي، نتائج البحث تضع القائمين على



البرامج الحوارية وإدارات القنوات أمام مسؤولية كبيرة لفهم هذه التداعيات واتخاذ قرارات مستنيرة لتحسين جودة المحتوى وتأثيره على الجمهور.

رابعاً - مجتمع البحث:

إنّ مجتمع البحث في البحث يتضمن الأفراد الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي ويتفاعلون مع البرامج الحوارية السياسية مع حلقات برنامجي (الحق يقال مع عدنان الطائي وبرنامج بوضوح مع محمد جبار) في مواقع قناتي يو تي في وزاكروس، هذا التفاعل المباشر يمكن أن يوفر رؤية قيمة حول آراء الجمهور وتوجهاتهم تجاه القضايا السياسية المطروحة في هذه البرامج، أن تحليل تفاعلات مجتمع البحث مفيداً لفهم كيف تؤثر البرامج الحوارية السياسية على الآراء العامة.

أسباب اختيار مجتمع البحث :

١. التفاعل العالي: يميل جمهور البرنامجين إلى التفاعل مع المحتوى عن طريق التعليقات والمشاركة في النقاشات.
٢. الاهتمام بالقضايا السياسية والاجتماعية: غالباً ما يكون جمهور البرنامجين (الحق يقال، بوضوح) مهتماً بالقضايا السياسية والاجتماعية، مما يدفعهم لمتابعة البرامج التي توضح هذه المواضيع.
٣. تنوع الآراء: يمكن أن يتكون جمهور البرنامجين من مجموعة متنوعة من الآراء والخلفيات، مما يثري النقاشات ويعكس وجهات نظر مختلفة.
٤. التأثير بالمحتوى: ان البرامج الحوارية (الحق يقال ، بوضوح) يمكن أن تؤثر بشكل كبير على آراء الجمهور وسلوكياتهم، لا سيما عندما توضح قضايا مثيرة للجدل.
٥. سهولة الوصول: يمكن لجمهور البرنامجين الوصول إلى المحتوى بسهولة عبر الهواتف الذكية والأجهزة اللوحية، مما يزيد من عدد المشاهدين.

خامساً - عينة البحث:

تم اختيار عينة (متاحة) بالصدفة عن طريق توزيع الاستمارة على المتابعين المتواجدين في البث المباشر للبرامج في ساعات وإيام البث للبرنامج الحواري السياسي، ان اختيار عينة (متاحة) بالصدفة عن طريق توزيع الاستمارة على المتابعين المتواجدين في البث المباشر للبرامج يعد طريقة فعالة لجمع البيانات، فهذه الطريقة تتيح الوصول إلى جمهور حقيقي يتفاعل مع المحتوى في الوقت الفعلي، مما يعكس آراءهم وتجاربهم بشكل مباشر، فضلاً عن ذلك تم مراعاة النقاط الآتية:

١٠ (اعتماد الجمهور على الصراع المقدم في البرامج الحوارية السياسية بمواقع القنوات الفضائية ودوره

في تشكيل الرأي العام الرقيّ إزاءها)

١. تمثيل العينة: أن العينة المختارة بالصدفة تمثل الفئات المختلفة من الجمهور المستهدف لضمان نتائج موثوقة في البحث .
٢. توقيت الاستبيان: قد يؤثر توقيت توزيع الاستمارة في نوعية الردود، لذا حرصت الباحثة على اختيار الجمهور في اوقات الذروة اذ وجدت تفاعل أكبر خلال أوقات الذروة للبحث .
٣. تأثير السياق: تفاعل الجمهور في البحث المباشر قد يكون مختلفاً عن تفاعلهم عند مشاهدة البرنامج في وقت لاحق، لذا أخذت الباحثة ذلك في الاعتبار عند تحليل النتائج.
- تم اختيار عينة متاحة بالصدفة عن طريق توزيع الاستمارة على المتابعين المتواجدين في البحث المباشر على ٦٠٠ شخص ، اذ ان هذه الطريقة تعد فعالة لجمع البيانات وتوسيع نطاق التفاعل مع الجمهور و له العديد من المميزات، منها:
١. سهولة الوصول: يمكن الوصول إلى جمهور كبير بسرعة، حيث يتواجد المتابعون بالفعل في المكان المناسب.
٢. التفاعل الفوري: يتيح لك جمع البيانات في الوقت الحقيقي، مما يعكس آراء الجمهور بشكل مباشر دون تأخير.
٣. تنوع الآراء: يمكن أن تشمل العينة مجموعة متنوعة من الأشخاص، مما يساعد في الحصول على رؤى مختلفة حول الموضوعات المطروحة في البرنامج.
٤. تكلفة منخفضة: عادةً ما تكون هذه الطريقة أقل تكلفة مقارنة بأساليب جمع البيانات الأخرى .
٥. زيادة الوعي: قد يؤدي توزيع الاستمارة أثناء البحث المباشر إلى زيادة الوعي بالبرنامج، مما قد يشجع المزيد من المشاهدين على المشاركة.
٦. تفاعل الجمهور: يمكن أن يعزز هذا النوع من التفاعل العلاقة بين البرنامج والجمهور، مما يزيد من ولائهم واهتمامهم بالمحتوى.

سادساً_ أدوات البحث:

١-الملاحظة:

تم استخدام الملاحظة العلمية من قبل الباحثة ، عن طريق ملاحظة تفاعل الجمهور مع مقاطع الفيديو التي تحتوي على صراع وارتفاع نسبة مشاهدة هذه المقاطع في حال احتوائها على صراع ، ولاسيما في مواقع القنوات الفضائية وعلى منصاتها التفاعلية.



٢ - المقياس:

صممت الباحثة مقياس للتحقق من فروض البحث الثلاث التي استنبطتها من نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام بأثارها المعرفية والوجدانية والسلوكية وقد احتوى المقياس فروض ثانوية عدة تترجم الفروض الرئيسية .

سابعاً_ مجالات البحث:

أ. المجال المكاني :

لقد اختارت الباحثة الحدود الجغرافية للعراق على مساحة ممتدة تصل الى إجمالي ٤٣٨,٣٢٠ كيلومتر مربع، وذلك للأسباب الآتية:

١. تنوع الآراء والثقافات مما يثري النتائج ويساعد في تقديم صورة شاملة عن تأثير هذا النوع من البرامج على المجتمع العراقي .

٢. ان العينة المختارة من البرامج موجهة للمجتمع العراقي .

ب. المجال البشري :

يتمثل هذا المجال في جمهور محافظات العراق، ممن يبلغ من العمر ١٨ عاما فاكثر وقد تم اختيار هذا المجال للأسباب الآتية:

١. متابعة الجمهور للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية العراقية .

٢. ان الجمهور الذي يتابع برامج معينة يكون أكثر احتمالا للتفاعل مع المحتوى، مما يؤدي إلى مزيد من المشاركة والنقاش .

٣. عن طريق دراسة جمهور العينة ، يمكنك فهم سلوكياتهم واهتماماتهم بشكل أعمق .

٤. الجمهور غالبا ما يمتلكون وجهات نظر متنوعة، مما يثري النقاشات ويجعلها أكثر عمقا.

٥. الأشخاص من ١٨ سنة فما فوق عادة ما يكون لديهم القدرة على فهم القضايا المعقدة والمشاركة في حوارات مثمرة.

٦. الجمهور له تأثير كبير على تشكيل الرأي العام، مما يجعل برامج الصراع أكثر أهمية في تشكيل وجهات النظر.

ت. المجال الزمني :

يتمثل المجال الزمني خلال الفترة التي تم فيها توزيع الاستمارة وذلك من ١٧ /٥/ ٢٠٢٤ الى ١٧ /٦/ ٢٠٢٤ .

﴿ اعتماد الجمهور على الصّراع المقدّم في البرامج الحوارية السياسية بمواقع القنوات الفضائية ودوره

في تشكيل الرأي العام الرقّي إزاءها ﴾

ثامناً_ مصطلحات البحث:

البرامج الحوارية السياسية: هي البرامج التلفزيونية التي تستضيف عدد من الضيوف من مختلف الخلفيات السياسية والآراء لمناقشة موضوع معين ، تشتمل البرامج السياسية في موضوع بحثنا على برنامج بوضوح على قناة زاكروس الفضائية وبرنامج الحق يقال على قناة يو تي في الفضائية .

الرأي العام الرقمي: هو التعبير عن الآراء والمشاعر حول القضايا المختلفة عن طريق الانترنت ، لاسيما في مواقع قناتي زاكروس و يو تي في .

مواقع القنوات الفضائية العراقية: هي المواقع الالكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي للعينة والتي اشتملت على مواقع قناة زاكروس الفضائية ومواقع قناة يو تي في الفضائية.

الاطار النظري

ثالثاً: تأثير مواقع البرامج الحوارية على الجمهور:

أن ظهور وسائل الإعلام الإلكترونية، مع استخدام علم النفس في هندسة الجمهور، ساهما بشكل مباشر في انتقال الشعوب في صراعها مع النخب المسيطرة إلى مرحلة جديدة تماما من الخداع والخضوع وتوجيه الرأي العام نحو أهداف هذه البرامج. (فهيم، ٢٠١٤، صفحة ١٠)

إذ يعد الرأي العام والتأثير فيه موضوعاً يهم كافة الأجهزة والجماعات والهيئات التي تمثل قناعات وتحركات الجماهير، ولذا يسعون دائماً للتأثير فيه والتحكم به، كلما أتيح لهم لذلك سبيلاً، وهذا يشير إلى أن هناك مهنة أو صناعة أو ما يطلق عليه البعض "هندسة" للجماهير، بحيث ينتج من توظيف عدة متغيرات والتحكم بها، و ما نطلق عليه الرأي العام إذ يشترك في هذا التحكم صناعات السياسة وأذرعهم التنفيذية والأمنية والمخابراتية بشكل أساس، وغيرهم من أصحاب الأفكار والنفوذ، وأصحاب المصالح المتنوعة، الذين يسعون جميعاً إلى التأثير في القواعد العريضة من مستقبلي رسائلهم، وتكتمل الصورة في تلك الصناعة، بتوظيف عوامل الدين والقيم والثقافة، مع آراء خبراء الاجتماع وعلوم النفس والدعاية والعلاقات العامة لخدمة تلك الأهداف، ورسم سياسات للتأثير والصياغة وطرق العرض لتلك القضايا. (دواره، ٢٠٢٣، صفحة ٣٥٣)

القنوات الفضائية وتشكيل الرأي العام:

تؤثر وسائل الإعلام المختلفة (صحافة، إذاعة، وتلفزيون، وشبكات التواصل الاجتماعي) في تشكيل وإعادة تكوين الرأي العام إزاء الظواهر المختلفة في المجتمع، ويأتي تأثير هذه الوسائل ١١مجتمعة كجزء من عوامل أخرى مثل العادات والتقاليد والتعليم والاعتبارات السياسية والاقتصادية الاجتماعية، وتسهم وسائل الإعلام في تغيير الرأي العام عن طريق إبراز أحداث



معينة وتسليط الضوء عليها، فضلاً عن الكيفية التي تتم فيها تغطية تلك الأحداث، وإعادة ترتيب أولويات الجمهور بما ينسجم مع المجتمع. (الجمال، ٢٠٠٩، صفحة ١٠٤)

إنّ للإعلام بوسائله المختلفة دوراً كبيراً في بناء الفرد وتنشئته وبناء المجتمع وثقافته، وفي صياغة الرأي العام وتوجيهه بما يؤثر في صنع القرار في الدول، فضلاً عن دور الإعلام في معالجة مشكلات المجتمع وقضايا أبنائه، لاسيما في ظل الدور الكبير لوسائل الإعلام الجماهيري، والتي أصبحت جزءاً رئيسياً في حياتنا اليومية. (جفجوف، ٢٠١٨، صفحة ١٣٩)

ومن بين وسائل الإعلام يتجلى دور التلفزيون والقنوات الفضائية العراقية بقدراتها التأثيرية في تشكيل الرأي العام لا سيما الرقمي، إزاء الموضوعات التي تهتم أفراد المجتمع في زمن معين.

وهذا يعني أن الرسائل التي ينقلها التلفزيون والقنوات الفضائية يمكنها أن تقوم بدور مهم في تشكيل وعي الأفراد تجاه العديد من القضايا والموضوعات السياسية وحتى غير السياسية في مختلف جوانب الحياة بما يسهم في تدعيم وصياغة رأي عام مشارك في عمليات التنمية في المجتمع، فالتلفزيون ومنذ اختراعه عمل وبما يملكه من مواصفات وخصائص على تدعيم الفرص لكلا الجانبين (الرأي العام والسياسيين) على حد سواء وفي المدد الاخيرة أخذت تلك العلاقة بين التلفزيون والرأي العام في التطور فأصبح الارتباط بينهما وثيقاً جداً وأصبحا يشتركان في أن كلا منهما مقياس للآخر وان كليهما مقياس لتحضر الامم والشعوب. (الموسوي، ٢٠٢٠، صفحة ١٢٣)

البرامج الحوارية السياسية في مواقع التواصل الاجتماعي:

بدأت القنوات الفضائية في توسيع دورها الإعلامي والاتجاه إلى مواقع التواصل الاجتماعي لإنشاء صفحات خاصة بالبرامج وعرض مقاطع تتضمن القضايا التي تم تداولها في البرنامج وذلك مع انتشار البث الفضائي واتساع دور الإعلام وزيادة أساليب الإقناع الخاصة بالبرامج الحوارية وطرق معالجتهم للقضايا الواردة، ثم قيامها بسؤال المستخدمين عبر الصفحة حول آرائهم ومقترحاتهم حول القضايا الواردة في الحلقة، ومحتوى الحلقة، وأداء مقدمي البرنامج على مدار الحلقة، وطرق معالجة القضايا الواردة. (إبراهيم، ٢٠٢٣، صفحة ٢٦٥)

فمنذ انطلاق ثورة مواقع التواصل الاجتماعي وتطبيقات الإعلام الرقمي سارعت القنوات الفضائية لحجز نطاقها على هذه المنصات عن طريق إنشاء مواقع لها على مواقع التواصل الاجتماعي إذ أصبح أمراً شائعاً في الوقت الحالي، مما يتيح للبرنامج الفضائي الوصول إلى جمهور أوسع وتواصل أفضل مع المستخدمين، إذ يمكن للقنوات الفضائية إنشاء حسابات على منصات التواصل الاجتماعي مثل يوتيوب وتويتر، وفيس بوك، وإنستغرام، وغيرها.

﴿ اعتماد الجمهور على الصّراع المقدّم في البرامج الحوارية السياسية بمواقع القنوات الفضائية ودوره

في تشكيل الرأي العام الرّقّي إزاءها ﴾

وقد تميزت البرامج الحوارية بمواقع التواصل الاجتماعي بوصفها شريكا فاعلا يسهم بقدر كبير في عملية تشكيل وتطوير الوعي السياسي والاقتصادي والثقافي والفني وغيره من المجالات الحياتية، فضلا عما يتمتع به من خصائص ما بين التفاعلية، والا تزامنية، والكونية، والانتشار. (الجابري، ٢٠٢٠، صفحة ٧٢٤)

الرأي العام الرقمي والموقع الإلكتروني :

أضحى للفضاء الإلكتروني دور مهماً في صناعة وتشكيل الرأي العام على المستويين المحلي والعالمي فالداخل والخارج اصبحا متفاعلان عن طريق الخبر المفتوح والسماء المفتوحة للاتصال. واسهم الإعلام الجديد في بروز دور الأفراد والجماعات الذين يمكنهم من استخدام الفضاء الإلكتروني لنقل وتبادل وانتاج المعلومات ونشرها بين قطاع عريض من الجمهور، وبما يفتح ذلك المجال للتأثير على أولويات القضايا لدى الرأي العام وطبيعة ونمط الفاعلين وطبيعة التأثير على تشكيل الرأي العام وطبيعة المساهمين فيه. (الصادق، ٢٠١٠، صفحة ٢)

إنّ هذا التفاعل الفوري والمفتوح يسهم في تشكيل الرأي العام بطرق متعددة، حيث يصبح الأفراد ليس فقط مستهلكين للمعلومات، بل أيضاً منتجين لها. وبالتالي، فإن الفضاء الإلكتروني يعزز من قدرة المجتمع على التأثير في القضايا العامة، مما يساهم في تشكيل اتجاهات وآراء جديدة تتماشى مع التغيرات الاجتماعية والسياسية.

ومن الجدير بالذكر ان شبكات التواصل الاجتماعي تقوم بدور فعال في امداد الانسان بكثير من المعلومات والمواقف والاتجاهات ،مساهمة في تشكيل وعيه و بأعداده ليكون اكثر قدرة على التأثير في الاخرين واستمالتهم ،فهي تسهم في ترجمة المعلومات من والى اللغة العربية لأجل تسهيل عملية التواصل بين الشباب وازالة الفوارق الحضارية، فضلا عن تميز هذه الشبكات بعدة مميزات منها التشاركية والتفاعلية والحضور الدائم غير المادي . (الامير، ٢٠١٦، صفحة ١١٨)

المواقع الالكترونية:

تعرف المواقع الالكترونية على انها مواقع تعتمد على وسائط الاتصال الالكتروني، بهدف التأثير في المجتمع عن طريق عملية ارسال المعلومات الى المتلقي وفسح المجال للمشاركة وتبادل الادوار، وتجتمع فيها كافة وسائل الاتصال التقليدية والحديثة، وتقتصر استخدام هذه المواقع على المستخدمين الذين يجيدون استخدام الحاسبة الالكترونية وغيرها من الوسائل الحديثة المستخدمة في الاتصال بالشبكة ويتمتعون بثقافة الانترنت. (حسن، ٢٠١٩، صفحة ٦٦)



وتعرف مواقع القنوات الفضائية بأنها "مجموعة من العناصر أو ما يمكن تسميته بالصفحة، ويتكون كل موقع من مجموعة من الصفحات والعكس صحيح، وهي أنواع متميزة وعالية التكيف، يمكن للشخص الوصول إليها تلقائياً". (Mohammed، 2021، 12)

إنّ المواقع المقصودة تُعرف عادةً بشبكات التواصل الاجتماعي التابعة للقنوات الفضائية العراقية إذ تستخدم هذه المنصات التكنولوجية الحديثة لتسهيل التواصل وتبادل المعلومات بين القناة ولاسيما البرنامج الحواري وبين الجمهور.

وتشتمل هذه الشبكات فيسبوك، تويتر، وإنستغرام، والـخ . فضلا عن الموقع الإلكتروني للقناة والتي يعرض عليها الحلقات بأكملها حسب سياسة القناة ، حيث يمكن للقائمين على الموقع الإلكتروني الخاص بالقناة أو البرنامج نشر المحتوى، التعليق، والمشاركة في المناقشات، وتعتمد هذه المواقع على قدرة المستخدمين على استخدام الحاسوب والإنترنت، مما يتيح لهم التفاعل والمشاركة بفعالية ، مع محتوى المقاطع المنشورة في البرنامج.

تشكيل الرأي العام الرقمي عبر مواقع القنوات الفضائية :

يؤثر الفضاء الإلكتروني في تشكيل الرأي العام لأنه يجمع بين سمات الاعلام التقليدي علاوة على تفاعله مع المتلقي فالسمة التفاعلية للإعلام الجديد أصبحت من سمات العصر وقد شجع على استمالة الجمهور وتوجهه بضرورة المشاركة، إذ يقوم الاعلام الجديد بدور مهم ومؤثر في توجهات الرأي العام واتجاهاته، وتشكيله، عن طريق الضخ المستمر والهائل لوسائل الاتصال، فمن المعلوم ان اي شخص لا يمكنه تكوين موقف أو رأي معين الا بتوافر المعلومات لديه، ما يؤكد على قدرة الاعلام الجديد على إحداث تغييرات في المفاهيم والممارسات الفردية والمجتمعية عن طريق نشر المعرفة والتوعية والتنوير وتكوين الرأي تجاه القضايا المختلفة . (حسن، ٢٠١٩، صفحة ٦٩)

علاوة على ذلك، ان الضخ المستمر للمعلومات عبر وسائل الاتصال الحديثة يسهم في تشكيل المواقف والآراء. فالأفراد لا يمكنهم تكوين وجهات نظر معينة دون توافر المعلومات اللازمة، وهذا يبرز قدرة الإعلام الجديد على إحداث تغييرات في المفاهيم والممارسات سواء على المستوى الفردي أو المجتمعي. عن طريق نشر المعرفة والتوعية، إذ يسهم الإعلام الجديد في تشكيل آراء الناس تجاه القضايا المختلفة وتكوين الرأي العام الرقمي في مواقع القنوات الفضائية التي تنشر مقاطع الصراع لجمهورها ، مما يعكس تأثيره العميق في الحياة اليومية.



النتائج :

التأثيرات المعرفية:

توزعت إجابة عينة الدراسة لفقرات التأثيرات المعرفية كما يأتي:

الفرض الاول: كلما زاد الصراع في البرامج الحوارية السياسية في القنوات الفضائية قلت الآثار المعرفية لدى جمهور الراي العام الرقمي. كما هو موضح في الجدول رقم (١) ادناه:

الفقرات	اتفق		محايد		لا اتفق		الدلالة المعنوية
	العدد	%	العدد	%	العدد	%	
تعرفني هذه البرامج بالواقع السياسي للبلد	265	49.5	240	44.9	30	5.6	186.82 2 > 0.001
لا يسهم الصراع في هذه البرامج بزيادة معرفتي بالقضايا الجارية	171	32	203	37.9	161	30.1	5.398 0.07
يسهم الصراع في البرامج الحوارية عن كشف الغموض على بعض الحقائق السياسية	375	70.1	130	24.3	30	5.6	353.36 4 > 0.001
لا استسقي معلوماتي منها لأنها عبارة عن مشادات كلامية غير مثمرة	297	55.5	157	29.3	81	15.1	134.63 9 > 0.001
يسهم الصراع في البرامج الحوارية بمعرفتي في اتجاهات المحاورين والاحزاب السياسية	323	60.4	133	24.9	79	14.8	184.20 9 > 0.001
ان الطرف الاكثر عنفا يجعلني اصدق وجهة نظره نحو القضية	54	10.1	190	35.5	291	54.4	158.62 8 > 0.001
تسهم اهمية الصراع في هذه البرامج في ترتيب اولوياتي نحو القضايا الموجودة في المجتمع كونها تأخذ الحيز الاكبر من الجدل في البرنامج	136	25.4	205	38.3	194	36.3	15.413 > 0.001
ان اثاره الصراع حول موضوع معين لا يجعلني اغير معتقداتي حول هذه القضية	311	58.1	118	22.1	106	19.8	148.44 5 > 0.001
ان اثاره الجدل حول موضوع معين يجعلني اعتقد ان هذا الموضوع هو الالهم في الوقت الحالي	126	23.6	145	27.1	264	49.3	62.74 > 0.001

الفقرات	اتفق		محايد		لا اتفق		الدلالة المعنوية
	العدد	%	العدد	%	العدد	%	
غالباً ما تركز مقاطع هذه البرامج على المواضيع المثيرة للجدل وتعتمد التكرار فيهما من دون مناقشة هذه القضايا بمهنية	299	55.9	223	41.7	13	2.4	246.11 6 > 0.001
هذه الصراعات السياسية يمكنها ان تعطني فرصة للاستماع إلى وجهات نظر متنوعة وتوسيع آفاقي السياسية	235	43.9	219	40.9	81	15.1	80.404 > 0.001
ان ما تعرضه من الأفكار المتناقضة والمواقف المتضاربة، يمكنني ان اتعلم واكتسب رؤية أوسع حول القضايا المثيرة للجدل.	258	48.2	214	40	63	11.8	117.31 2 > 0.001
ان الادلة والشواهد التي يطرحها أطراف الصراع تجعلني اصدق الآراء المطروحة	122	22.8	214	40	199	37.2	27.323 > 0.001
ان مقاطعة الضيف تشتت افكاري اتجاه المعلومات المطروحة	273	51	194	36.3	68	12.7	119.89 2 > 0.001
ان الصراع في البرامج الحوارية يجعلني اعرف توجهات الضيف وموقفه	412	77	111	20.7	12	2.2	486.73 3 > 0.001

ثانيا: التأثيرات الوجدانية:

الفرض الثاني: كلما زاد الصراع في البرامج الحوارية السياسية في القنوات الفضائية زادت الآثار الوجدانية لدى جمهور الراي العام الرقمي.

تبين من الجدول رقم (٢) لوصف إجابات أفراد مجتمع الدراسة على فقرات التأثيرات الوجدانية الاتي:

الفقرات	اتفق		محايد		لا اتفق		الدلالة المعنوية
	العدد	%	العدد	%	العدد	%	
لدي رغبة بمشاهدة مشاهد العنف والمشادات الكلامية في البرامج.	146	27.3	226	42.2	163	30.5	19.921 > 0.001
اشعر بالتشويق والحماس عند مشاهدة	197	26.7	195	36.8	143	36.4	10.512 >

الفقرات	اتفق		محايد		لا اتفق		الدلالة المعنوية
	العدد	%	العدد	%	العدد	%	
المشاهد العنيفة في البرامج الحوارية							0.001
ان الصراع في برامج الحوار يشعرني بالغضب نحو الازواضع السياسية الجارية	254	47.5	148	27.7	133	24.9	48.789 > 0.001
يشعري الصراع في البرامج الحوارية بالإحباط	246	46	231	43.2	58	10.8	122.426 > 0.001
تثير لدي مشاعر عدائية نحو الاشخاص والقضايا المتحاور حولها	184	34.4	283	52.9	68	12.7	129.873 > 0.001
عند تعلقي على مواقع البرامج الحوارية لا اجد لها كوسيلة للتحرر من الضغوط اليومية أو لتجربة الإثارة بشكل آمن.	104	19.4	230	43	201	37.6	48.834 > 0.001
ان الضغوط الاجتماعية والمجتمعية والتأثيرات النفسية يمكن أن تؤدي إلى زيادة الاهتمام بالعنف ومتابعته في البرامج الحوارية السياسية.	202	37.8	194	36.3	139	26	13.193 > 0.001
أن الصراع والتوتر يمكن أن يؤدي إلى زيادة المشاهدة والاهتمام بالبرنامج.	256	47.9	211	39.4	68	12.7	108.071 > 0.001
ان مشاهدة العنف في البرامج الحوارية يجعلني اشعر بالتوتر وعدم الاستقرار اتجاه الازواضع السياسية	179	33.5	259	48.4	97	18.1	73.585 > 0.001
ان مشاهدة العنف في البرامج الحوارية تجعلني اشعر بالأثارة الاعلامية	193	36.1	175	32.7	167	31.2	1.989 0.4

ثالثا: التأثيرات السلوكية:

الفرض الثالث: كلما زاد الصراع في البرامج الحوارية السياسية في القنوات الفضائية زادت الآثار السلوكية لدى جمهور الراي العام الرقمي.

تبين من الجدول رقم (٣) ادناه لوصف إجابات أفراد مجتمع الدراسة على فقرات التأثيرات السلوكية الاتي:

الفقرات	اتفق		محايد		لا اتفق		الدالة المعنوية
	العدد	%	العدد	%	العدد	%	
ان الصراع في البرامج الحوارية يسهم في تشكيل آرائى ومواقفى حول القضايا المطروحة	215	40.2	176	32.9	144	26.9	14.179 > 0.001
ان الخلافات التى تحدث داخل البرنامج تجعلنى انحاز لآحد أطراف الصراع	153	28.6	243	45.4	139	26	35.723 > 0.001
توفر مواقع هذه البرامج منصة للنقاش والتفاعل المباشر حول القضايا المختلفة التى تثيرها.	253	47.3	234	43.7	48	9	143.892 > 0.001
ان محتوى هذه البرامج جعلنى اعبر عن آرائى حول المواضيع التى تثيرها.	106	19.8	332	62.1	97	18.1	198.845 > 0.001
مضمون هذه البرامج يجعلنى اشاركها بين اصدقائى	178	33.3	189	35.3	168	31.4	1.237 0.5
هذه البرامج تخلق لدى مسارات جديدة لتنظيم وبناء جماعات للمناقشة حول القضايا التى تطرحها البرامج الحوارية	187	35	209	39.1	139	26	14.370 0.001
ان مشاهدة هذا النوع من البرامج تؤدي الى زيادة العداء فى المجتمع	315	58.9	156	29.2	64	12	180.834 > 0.001
مشاهدة المشاهدات الكلامية تثير احباطى نحو العملية السياسية واوضاع البلد	314	58.7	162	30.3	59	11	184.557 > 0.001
ان ما تعرض مقاطع البرامج من افكار متناقضة تجعلنى ارغب فى التعليق عليها	194	36.3	248	46.4	93	17.4	69.424 > 0.001
ان المقاطع الصراع تجعلنى اذهب لمشاهدة الحلقة بأكملها	209	39.1	160	29.9	166	31	8.011 0.02
تسهم هذه البرامج فى تغيير اتجاهى نحو القضايا المطروحة	138	25.8	224	41.9	173	32.3	20.976 > 0.001

الفقرات	اتفق	محايد	لا اتفق	الدلالة المعنوية
	العدد	%	العدد	%
تسهم هذه البرامج في تغيير اتجاهاتي نحو الشخصيات المستضيفة	196	36.6	231	43.2
تسهم هذه البرامج في تشكيل اتجاهاتي عن أبرز الشخصيات السياسية	218	40.7	225	42.1
انحياز أحد الاطراف نحو قضية معينة يجعلني اشكل اتجاهاتي نحو هذه القضية	93	17.4	257	48
ان الصراع داخل البرنامج يجعلني اكون مجموعات في مواقعها للمناقشة حول المواضيع التي يقوم عليها الجدل	134	25	201	37.6
ان هذه المقاطع في مواقع التواصل الاجتماعي تحظى بمشاهدات عالية من قبل الجمهور	267	49.9	209	39.1
غالباً ما تركز مقاطع هذه البرامج على المواضيع المثيرة للجدل وتعتمد التكرار فيهما من دون مناقشة هذه القضايا بمهنية	324	60.6	198	37

ملخص النتائج:

نتائج المقياس وفقاً لنظرية الاعتماد:

١- وافقت عينة الدراسة على جميع فقرات التأثيرات المعرفية، ووافقت عينة الدراسة على إجمالي محور التأثيرات المعرفية بوزن نسبي مئوي (٧٥.٠٨%) وكانت التأثيرات المعرفية في الترتيب الأول لمقياس التأثيرات.

٢- وافقت عينة الدراسة على جميع فقرات التأثيرات الوجدانية، ووافقت عينة الدراسة على إجمالي محور التأثيرات الوجدانية بوزن نسبي مئوي (٦٩.٧٦%) وكانت التأثيرات الوجدانية في الترتيب الثالث لمقياس التأثيرات.

٣- وافقت عينة الدراسة على جميع فقرات التأثيرات السلوكية، ووافقت عينة الدراسة على إجمالي محور التأثيرات السلوكية بوزن نسبي مئوي (٧٢.٤٩%) وكانت التأثيرات السلوكية في الترتيب الثاني لمقياس التأثيرات.

التحقق من صحة فروض الدراسة:

الفرض الاول: لا توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين متابعة البرامج الحوارية السياسية بالتلفزيون والصراع وبين التأثيرات المعرفية.

يوضح الجدول ادناه العلاقة الارتباطية بين متابعة البرامج الحوارية السياسية بالتلفزيون والصراع وبين التأثيرات المعرفية لا يوجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية أقل من (٠.٠١) بين متابعة البرامج الحوارية السياسية بالتلفزيون والصراع وبين التأثيرات المعرفية حيث بلغت قيمة معامل الارتباط (٠.٤٩٨) وهي قيمة دالة إحصائياً.

جدول رقم (٤) يبين العلاقة الارتباطية بين متابعة البرامج الحوارية السياسية بالتلفزيون والصراع وبين التأثيرات المعرفية

المتغيرات	متابعة البرامج الحوارية السياسية بالتلفزيون والصراع		
	معامل الارتباط	الدلالة المعنوية	اتجاه العلاقة
التأثيرات المعرفية	0.194	> 0.001	عكسية

مما سبق ثبت صحة الفرض الاول: لا توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين متابعة البرامج الحوارية السياسية بالتلفزيون والصراع وبين التأثيرات المعرفية.

٤-الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين متابعة البرامج الحوارية السياسية بالتلفزيون والصراع وبين التأثيرات الوجدانية.

يوضح الجدول ادناه العلاقة الارتباطية بين متابعة البرامج الحوارية السياسية بالتلفزيون والصراع وبين التأثيرات الوجدانية وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية أقل من (٠.٠١) بين متابعة البرامج الحوارية السياسية بالتلفزيون والصراع وبين التأثيرات الوجدانية حيث بلغت قيمة معامل الارتباط (٠.٣٣٢) وهي قيمة دالة إحصائياً.

جدول رقم (٥) يبين العلاقة الارتباطية بين متابعة البرامج الحوارية السياسية بالتلفزيون والصراع وبين التأثيرات الوجدانية

المتغيرات	متابعة البرامج الحوارية السياسية بالتلفزيون والصراع		
	معامل الارتباط	الدلالة المعنوية	اتجاه العلاقة
التأثيرات الوجدانية	0.332	> 0.001	طردية

مما سبق ثبت صحة الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين متابعة البرامج

(اعتماد الجمهور على الصراع المقدم في البرامج الحوارية السياسية بمواقع القنوات الفضائية ودوره في تشكيل الرأي العام الرقّي إزاءها)

الحوارية السياسية بالتلفزيون والصراع وبين التأثيرات الوجدانية.

٥-الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين متابعة البرامج الحوارية السياسية بالتلفزيون والصراع وبين التأثيرات السلوكية.

يوضح الجدول السابق العلاقة الارتباطية بين متابعة البرامج الحوارية السياسية بالتلفزيون والصراع وبين التأثيرات السلوكية وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية أقل من (٠.٠١) بين متابعة البرامج الحوارية السياسية بالتلفزيون والصراع وبين التأثيرات السلوكية حيث بلغت قيمة معامل الارتباط (٠.٥١١) وهي قيمة دالة إحصائياً.

جدول رقم (٦) يبين العلاقة الارتباطية بين متابعة البرامج الحوارية السياسية بالتلفزيون والصراع وبين التأثيرات السلوكية

المتغيرات	متابعة البرامج الحوارية السياسية بالتلفزيون والصراع		
	معامل الارتباط	الدلالة المعنوية	اتجاه العلاقة
التأثيرات السلوكية	0.511	> 0.001	طردية

مما سبق ثبت صحة الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين متابعة البرامج الحوارية السياسية بالتلفزيون والصراع وبين التأثيرات السلوكية.

الاستنتاجات :

١. عن طريق ما تم ذكره، يمكننا استنتاج أن التأثيرات المعرفية في البرامج الحوارية السياسية تؤدي دوراً مهماً في سلوك الأفراد وتفاعلهم مع المعلومات المحيطة بهم. هذه البرامج تساعد في الكشف عن الصراعات السياسية. ومن الجدير بالذكر أن الجمهور لا يستسقي منها المعلومات لأنها عبارة عن مشادات كلامية غير مثمرة ، لذلك فأن التأثيرات المعرفية تتأثر بمستوى الصراع كلما زاد الصراع في البرامج الحوارية كلما قلت التأثيرات المعرفية.

٢. أن الصراع في البرامج الحوارية السياسية يمكن أن يزيد من مشاعر الإحباط والقلق لدى الجمهور تجاه الأوضاع السياسية الجارية في البلد. فعندما تتصاعد التوترات وعدم الاستقرار السياسي، يشعر المشاهدون بعدم الرضا والاستياء، مما يعكس تأثير هذه المشاهد على مشاعرهم.

٣. أن البرامج الحوارية السياسية لها تأثيرات وجدانية قوية على الجمهور، حيث تثير مشاعر عدائية نحو الأشخاص والقضايا المطروحة للنقاش. هذا التوتر والصدمات تعكس كيف يمكن أن تؤثر هذه البرامج على العلاقات الاجتماعية ومواقف الأفراد تجاه القضايا السياسية.



٤. أن الصراع في البرامج الحوارية ليس فقط وسيلة لجذب الانتباه، بل هو أيضاً أداة فعالة في تشكيل آراء الجمهور. عندما يتصاعد التوتر بين المشاركين، يمكن أن يؤثر ذلك بشكل كبير على كيفية استيعاب الجمهور للموضوعات المطروحة، مما يؤدي إلى تغييرات في مواقفهم وآرائهم. هذه الديناميكيات تعكس كيف يمكن أن تكون البرامج الحوارية منصة لتأثيرات سلوكية عميقة.

التوصيات :

١. دراسة سيميائية الاتصال في البرامج التي تحتوي على أساليب الصراع.
 ٢. يجب أن تكون هناك أهداف محددة للبرنامج، مثل تعزيز الوعي أو تقديم معلومات دقيقة، بدلاً من التركيز على الصراع فقط.
 ٣. ينبغي تعزيز ثقافة الاحترام بين المشاركين، مما يساهم في خلق بيئة حوارية أكثر إيجابية.
- المصادر و المراجع:**

١. احمد فهمي. (٢٠١٤). هندسة الجمهور كيف تغير وسائل الاعلام الافكار والتصرفات (المجلد الاولى). مجلة البيان _ مكتبة الملك فهد الوطنية .
٢. الزهرة بو جفجوف. (٢٠١٨). الإعلام الالكتروني والقضايا الاجتماعية في الجزائر تقنية البودكاست الفكاهي أنموذجاً. الباحث الاعلامي، العدد ٤٢.
٣. جنار نامق حسن. (٢٠١٩). دور المواقع الالكترونية الكوردية في تشكيل الرأي العام حول انتهاك الحقوق /اليزيدية. عمان الاردن : دار غيداء للنشر والتوزيع .
٤. حسين علي نور الموسوي. (٢٠٢٠). الدعوات السياسية في القنوات الفضائية . عمان : دار امجد للنشر والتوزيع .
٥. راجي نصير دواره. (اكتوبر، ٢٠٢٣). خداع الرأي العام في السياسة الدولية صناعة العدو في السياسة الامريكية انموذجاً. مجلة كلية القانون والعلوم السياسية، العدد ٢٢ .
٦. راسم محمد الجمال. (٢٠٠٩). نظام الاتصال والاعلام الدولي . القاهرة : الدار المصرية اللبنانية .
٧. عادل عبد الصادق. (ديسمبر، ٢٠١٠). الفضاء الالكتروني والرأي العام ، تغيير المجتمع والادوات والتأثير. قضايا استراتيجية ، المركز العربي لباحث الفضاء الالكتروني .
٨. علي عبد الهادي عبد الامير. (٢٠١٦). اتجاهات اساتذة الجامعات نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام الالكتروني وني ازاء الازمات الامنية. مجلة الباحث الاعلامي، عدد ٣٢ .
٩. لارا امجد محمد ، ميار فؤاد ابراهيم. (يوليو، ٢٠٢٣). استراتيجيات الاقناع المستخدمة في معالجة قضايا حقوق الانسان في البرامج الحوارية ومدى تفاعل الجمهور معها عبر شبكات التواصل الاجتماعي. المجلة العربية لبحوث الاتصال والاعلام الرقمي، العدد الرابع .
١٠. لبنى الجابري. (يوليو، ٢٠٢٠). فعالية الاعلام الرقمي في التسويق السياسي وتأثيره على تشكيل الاتجاهات السياسية لدى الشباب المصري. المجلة العربية لبحوث الاعلام والاتصال .



11.- Zaeid.H.F.,and Mohammed.A.T.(2021).political contents on the electronic websites of Iraqi satellite channels. Review of international geographical education online,11(12)

Sources and References:

- 1.Ahmed Fahmy. (2014). Audience Engineering How Media Changes Ideas and Behaviors (Volume 1). Al Bayan Magazine - King Fahd National Library.
- 2.Zahra Bou Jefjouf. (2018). Electronic Media and Social Issues in Algeria, Comic Podcast Technology as a Model. Media Researcher, Issue 42.
- 3.Chinar Namiq Hassan. (2019). The Role of Kurdish Websites in Shaping Public Opinion on Violation of Yazidi Rights. Amman, Jordan: Ghaida Publishing and Distribution House.
- 4.Hussein Ali Nour Al-Moussawi. (2020). Political Calls on Satellite Channels. Amman: Amjad Publishing and Distribution House.
- 5.Raji Nasir Dawara. (October, 2023). Deceiving Public Opinion in International Politics, Making the Enemy in American Politics as a Model. Journal of the Faculty of Law and Political Science, Issue 22.
- 6.Rasim Muhammad Al-Jamal. (2009). The International Communication and Media System. Cairo: Dar Al-Masryah Al-Lubnaniah.
- 7.Adel Abdel Sadek. (December, 2010). Cyberspace and public opinion, changing society, tools and influence. Strategic issues, Arab Center for Cyberspace Research.
- 8.Ali Abdel Hadi Abdel Amir. (2016). University professors' attitudes towards the role of social networking sites in shaping electronic public opinion towards security crises. Media Researcher Magazine, Issue 32.
- 9.Lara Amjad Muhammad, Mayar Fouad Ibrahim. (July, 2023). Persuasion strategies used in addressing human rights issues in talk shows and the extent of audience interaction with them via social media networks. Arab Journal of Communication and Digital Media Research, Issue Four.
- 10.Lobna Al-Jabri. (July, 2020). The effectiveness of digital media in political marketing and its impact on shaping political trends among Egyptian youth. Arab Journal of Media and Communication Research.
11. -Zaeid.H.F., and Mohammed.A.T.(2021).political contents on the electronic websites of Iraqi satellite channels. Review of international geographical education online,11(12).

