PISSN : 2571-9904 - EISSN : 2602-7763

الأساليب الإقناعية في البرامج التلفزيونية الاستقصائية
دراسة تحليلية لبرنامج "الحرة تتحرى" على قناة الحرة الإخبارية"

Persuasion Methods in Investigative TV Programs
Analytical study for the program "Al-Hurra tatahra" on Al-Hurra News Channel.

ط د. فارق سعيد[1,*] ، د. بن طراد وفاء [2]

[1] مخبر دراسات وأبحاث في الاتصال جامعة باجي مختار عنابة (الجزائر)، said.farek@univ-annaba.org

[2] مخبر دراسات وأبحاث في الاتصال جامعة باجي مختار عنابة (الجزائر)، fofa.trad@gmail.com

تاريخ الاستلام: 12/ 04 / 2022 تاريخ القبول: 30/ 05 / 2022 تاريخ النشر: 30/ 06/ 2022

ملخص:

تهدف هذه الدراسة بشكل أساسي إلى الكشف عن الأساليب الإقناعية في البرامج التلفزيونية الاستقصائية على قناة الحرة الإخبارية من خلال برنامج "الحرة تتحرى"، وهو نوع من أنواع القوالب الفنية في شكل تحقيق تلفزيوني يتناول قضايا غامضة ومتستر عنها. وقد توصلنا في هذه الدراسة إلى أن معد برنامج "الحرة تتحرى" بقناة الحرة الإخبارية وظف الأساليب الإقناعية في مختلف أحداث ومشاهد القضية منها الأساليب العقلية والعاطفية، وهذا من أجل تعزيز القضايا الغامضة، والتي دعمها بالحجج والوثائق والشخصيات الفاعلة، إضافة إلى اعتماده على مصادر المعلومات لإعداد برنامجه الاستقصائي، كما تم استخدام استمالات التخويف لخلق عاملي التوتر والقلق للمشاهد، كما استنتجنا القيم الإخبارية والتي تمثلت في الصراع ، الحداثة والآنية ، الإثارة والاهتمامات الإنسانية من خلال الأساليب الإقناعية.

الكلمات المفتاحية: الأساليب الإقناعية؛ البرامج التلفزيونية الاستقصائية؛ قناة الحرة؛ برنامج الحرة تتحرى.

Abstract:

This study aims mainly at revealing the persuasive methods in the investigative television programs on Al-Hurra News Channel through the program of "Al-Hurra tatahra", which is a kind of an artistic mold in the form of a television investigation that deals with ambiguous and hidden issues. In this study, we found that the producer of the program “Al-Hurra tatahra” of Al-Hurra News Channel employed persuasive methods in various events and scenes of the issue, including mental and emotional methods, in order to strengthen ambiguous issues, which he supported with arguments, documents and effective personalities, in addition to his reliance on sources of information to prepare His investigative program, intimidation solicitations were also used to create stress and anxiety factors for the viewer, We also deduced the news values, which were represented in conflict, modernity and immediacy, excitement and human concerns through persuasive methods.

Keywords: *persuasive methods; investigative television programmes; Al Hurra Channel; program of Al-Hurra tatahra.*

* سعيد فارق

I. مقدمة

يعد التلفزيون وسيلة اتصال جماهيرية تحظى بأهمية كبيرة لدى جماهيره في أنحاء العالم نظرا لما يتم استغلاله في نقل الأحداث والأخبار بالصوت والصورة معا، وهو ما يقوم به القائم بالاتصال في الإعلام السمعي البصري أقرب للواقع وبشكل مريح ويقتنع به المشاهد، حيث أدى انتشار البث الفضائي إلى اتساع دور وسائل الاتصال الجماهيري وازدياد وظائفها الإقناعية في المجتمعات المعاصرة سواء في المجلات التنموية أو في الحرب النفسية والدعائية والإعلان وتطور وسائل الإقناع مما أدى إلى تزايد الجماهير وتعاظم دورها الإقناعي من خلال برامجها التلفزيونية.

كما تعتبر البرامج التلفزيونية الاستقصائية من اهم أنواع القوالب الفنية، فهي عادة ما ترتبط بأحداث سابقة أو جارية تكون قيد المعالجة والتحقيق الإعلامي، حيث يلجأ معد البرامج التلفزيونية الاستقصائية إلى توظف أساليب الإقناع والحجاج والأدلة الموثوقة. كما تتم فيها مناقشة مواضيع مختلفة منها السياسية والأمنية والاجتماعية وغيرها، مما جعلها تحتل مساحة كبيرة في الخارطة البرامجية للعديد من القنوات الإخبارية.

لذا توجهت القنوات الإخبارية إلى إعداد برامج متخصصة بقوالب مختلفة خاصة منها الاستقصائية والتي ارتبطت رسالتها الإعلامية بالقدرة على الإقناع، حيث أصبحت القنوات الفضائية العمومية والمتخصصة منها الإخبارية تتوجه للبحث عن أساليب التأثير وإقناع الجماهير في مختلف المجالات، وهذا عن طريق بث للمضامين الإخبارية في مختلف برامجها الإخبارية التلفزيونية خاصة الاستقصائية التي تعتمد في الأساس على مصادر موثوقة لإخراج فني لتقاريرها وفقا لمعايير مهنية وإعلامية تتحكم فيها السياسة التحريرية و توجه القناة و المحيط الخارجي.

ودراستنا هذه هي محاولة للكشف علن الأساليب الإقناعية التي يتضمنها برنامج الحرة تتحرى على قناة الحرة الإخبارية.

أولا: الإشكالية وتساؤلات الدراسة:

تتنوع أساليب الإقناع تبعا لمقتضيات الموقف و أهداف المرسل وكذلك خصائص القناة التلفزيونية الإخبارية، حيث تتفاوت سماتها وقدراتها الإقناعية حسب التقنيات الفنية المستخدمة، والملاحظ أنه ورغم التقدم الهائل الذي أحرزته القنوات الإخبارية من درجة عالية في التحكم في الصورة والصوت وتطبيق أحدث التقنيات التكنولوجية والرقمية من أجل الاستحواذ على ثقافة العين وتسهيل اختراق وجدان الجماهير، في حين عرفت القنوات الإخبارية تزايدا مستمرا باتساع وظائفها وتنوع القوالب المستخدمة في التحرير الإعلامي ، وأصبحت هذه القنوات التلفزيونية من خلال برامجها تؤدي دورا في التوعية والإرشاد وتوضيح مختلف القضايا الحساسة.

وفي هذا السياق يبرز دور معد البرامج التلفزيونية في مواكبة الأوضاع السابقة والراهنة لتغطية الجوانب المختلفة، بشكل يقدم للمشاهد معلومات وحقائق وآراء تعمق وعيه الفكري. لكن الأكثر أهمية هو الكيفية استخدام وتوظيف الأساليب الإقناعية والطريقة التي تقوم عليها معالجة المواضيع المختلفة.

انطلاقا من كل ذلك وبالضبط من أهمية الإقناع ودوره في مختلف البرامج الاستقصائية، نحاول الإجابة على التساؤل الرئيسي الآتي "ما هي الأساليب الإقناعية المستخدمة في البرامج التلفزيونية الاستقصائية عبر قناة الحرة الإخبارية "؟

وضمن هذا التساؤل نود الإجابة عن التساؤلات الآتية:

ـأسئلة متعلقة بالشكل (ماذا قيل) ؟:

- ماهي اللغة الموظفة في القضايا المتناولة من خلال البرنامج (عينة الدراسة)؟
- ما هو الحجم الزمني للحصص في البرنامج (عينة الدراسة)
-ما هي طبيعة المؤثرات البصرية المستخدمة في البرنامج (عينة الدراسة)؟
-ما هي طبيعة المؤثرات السمعية المستخدمة في البرنامج (عينة الدراسة)؟
-ما طبيعة القوالب الفنية المستخدمة في القضايا المطروحة في البرنامج (عينة الدراسة)؟

أسئلة متعلقة بالمضمون (كيف قيل) ؟:

-ما هي القضايا التي تم تناولها في البرنامج (عينة الدراسة)؟
-ما هو اتجاه المعالجة لمعد البرنامج في القضايا المتناولة في البرنامج (عينة الدراسة)؟
-ماهي الشخصيات والقوى الفاعلة في البرنامج (عينة الدراسة)
-ماهي مصادر المعلومات المعتمد عليها في البرنامج (عينة الدراسة)؟
- ماهي الأماكن الجغرافية المتناولة في قضايا البرنامج (عينة الدراسة)؟
-ما هي الأساليب الإقناعية المستخدمة في البرنامج (عينة الدراسة)؟
- ما هي القيم الإخبارية المستنبطة من الأساليب الاقناعية في البرنامج (عينة الدراسة)؟

- أهداف الدراسة:

-معرفة نوع القضايا والمشكلات التي تناولها البرنامج الاستقصائي.
-رصد مصادر المعلومات التي اعتمد عليها البرنامج الاستقصائي.
-معرفة الأماكن الجغرافية التي تناولتها قضايا البرنامج الاستقصائي.
-التعرف على الشخصيات والقوى الفاعلة في القضايا المتناولة في البرنامج الاستقصائي.
-معرفة اللغة المستعملة في البرنامج من خلال القضايا المختلفة.
-معرفة القوالب الفنية المستخدمة في البرنامج الاستقصائي.
-الكشف عن الأساليب الإقناعية المستخدمة في البرامج التلفزيونية الاستقصائية في تغطيتها للمضامين الإخباري المختلفة.
- استخراج القيم الإخبارية من الأساليب الإقناعية في البرنامج الاستقصائي.

- أهمية الدراسة:

تنبع أهمية الدراسة من متغيراتها، خاصة متغير البرامج التلفزيونية الاستقصائية، التي تحتوي على خصائص مميزة، لذا أصبحت القنوات تهتم بهذه البرامج وتعتبرها مهمة في جذب الجماهير.

كما تنبثق أهمية الدراسة من أن أساليب الإقناع الموظفة في البرامج التلفزيونية الاستقصائية تهتم بما يتعلق بإيصال الرسالة الإعلامية للمتلقي، من أجل فهم حقيقة القضايا والأحداث، وبالتالي إقناع المشاهد.

كما تكمن أهمية الدراسة في أثراء المكتبة الجامعية الجزائرية بموضوع يتطرق لنسق الإقناع ضمن الإعلام الإستقصائي في القنوات الإخبارية. والتي تعد من المواضيع التي لم نحصل على دراسات سابقة من طرف باحثين جزائريين.

- الدراسات السابقة للموضوع:

تستمد دراستنا مشروعيتها المعرفية والمنهجية من مجموعة الدراسات التي تلتقي معها في متغيرين أو أكثر، وقد ساعدتنا نتائج هذه البحوث بشكل كبير في التوجيه النظري والمنهجي لهذه الدراسة، وقد ركزنا على

هذه الدراسات لأن السياق له أهمية في الدراسات الإقناعية. وعليه فإن هذه الدراسة القائمة قد سبق وأن تطرق لبعض من جزئياتها، والتي تمثلت في المتغيرات التابعة أو المستقلة، غير أننا تناولنا الأساليب الإقناعية في مجال البرامج التلفزيونية الاستقصائية كجانب جديد في دراستنا البحثية.

الدراسة الأولى: للباحثة بكار أمينة بعنوان الأساليب الإقناعية في البرامج الحوارية السياسية بالقنوات الفضائية الإخبارية –دراسة تحليلية لبرنامج "الاتجاه المعاكس" بقناة الجزيرة الإخبارية، هي أطروحة دكتوراه في الإشهار والعلاقات العامة (2019-2020).

تمحورت إشكالية هذه الدراسة حول الأساليب الإقناعية في البرامج الحوارية السياسية بالقنوات الفضائية الإخبارية باستنتاج مختلف الأساليب والإستمالات والحجاج الإقناعي من خلال برامجها الحوارية، ومن هذا المنطلق قد قسمت الباحثة الأسئلة الفرعية إلى أسئلة خاصة بالشكل وأخرى خاصة بالمضمون.

وقد اعتمدت الباحثة على المنهج المسحي مدعم بأسلوب تحليل المضمون كأداة تحليل محتوى البرنامج الحواري، كما اختار الباحثة العينة القصدية لحصص برنامج الاتجاه المعاكس لمدة سنة، وكان عدد الحصص 48 حصة علما أن البرنامج أسبوعي، وقد توصلت الباحثة في النهاية إلى جملة من النتائج مفادها:

-تعدد الأساليب والأليات الحجاجية والإقناعية ضمن البرنامج الحواري السياسي "الاتجاه المعاكس"، إذ تعددت هذه الأساليب وفق ما هو عاطفي وعقلي.

-تخللتها مجموعة من الآليات التي توافق الإقناع وهي الآليات الحجاجية اللغوية المنطقية والنفسية، كما أشارت الباحثة إلى أهمية اللغة من جهة كبلاغة ضمن البرامج الحوارية السياسية، وأهمية لغة الجسد التي تعكس بطريقة قصدية أو غير قصدية ما لا تبوح به اللغة اللفظية دون إهمال الصورة المرئية وجمالياتها الدلالية. (بكار ، 2019-2020)

الدراسة الثانية: للباحثة ذهبية سيدهم بعنوان الأساليب الإقناعية في الصحافة المكتوبة الجزائرية –دراسة تحليلية للمضامين الصحية في جريدة الخبر-، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع – جامعة منتوري قسنطينة-(2004-2005).

أشارت الباحثة في إشكاليتها إلى الأساليب الاقناعية في الصحافة المكتوبة، وطرق توظيفها في الرسالة الإعلامية الصحية، لكي تسهل للقارئ فهما وتحسيسه بضرورة الوقاية من العديد من الأمراض.

وعلى هذا الأساس طرحت الباحثة أسئلة فرعية للإجابة عن إشكاليتها الرئيسية وهي الاتي: ما هي الكيفية التي تغطي بها جريدة الخبر الأحداث والظواهر الصحية؟ وما هي الأساليب الإقناعية التي تستخدمها الصحافة المكتوبة في تحريرها للمواضيع الصحية؟

كم اعتمدت الباحثة على المنهج المسحي، مستخدمة تحليل المضمون كأداة بحثية، واعتمدت على أسلوب العينة القصدية تم اختيار وحداتها بالأسلوب القصدي، أي اختيار 12 عددا من كل شهر، والذي احتوى عدد ممكن من المواضيع الصحية، إستثناء لباقي الأعداد.

وتوصلت الباحثة في دراستها إلى أهم النتائج مفادها:

-أن التحليل لعينة من المضامين الصحية يوضح أن الصحافة المكتوبة وعلى رأسها جريدة "الخبر " النموذج الخاضع للتحليل، تستخدم في تحريرها للمواضيع الصحية أسلوب تقديم الأدلة والشواهد، أسلوب التكرار بالتنويع، أسلوب الوضوح والضمنية، أسلوب استخدام الاحتياجات الموجودة، أسلوب تقديم جانب واحد أو جانبي الموضوع المؤيد والمعارض وأسلوب تأثير رأي الأغلبية، كما تميزت المعالجة الصحفية للمضامين الصحية تتميز بسيطرة الطابع السردي الإخباري، في حين أكثر المواضيع تناولا هي المواضيع المتعلقة بالصحة العمومية.ويقوم بتحرير المواضيع الصحية صحفيون غير مختصين في توجه المواد الصحية إلى فئات واسعة من الجمهور الغير متجانس من حيث (العمر، الجنس، المستوى الثقافي). (سيدهم ، 2004-2005)

الدراسة الثالثة: للباحثة أرداتشة سعيدة الاستمالات الاقناعية في الإعلان المتلفز دراسة تحليلية لمضمون قناة MBC، مذكرة ماجستير في علوم الاعلام والاتصال جامعة منتوري قسنطينة (2008-2009)

حاولت الباحثة من هذه الدراسة الإجابة الإشكالية الآتية: ماهي الاستمالات الإقناعية التي تستعمل في الإعلان المتلفز عبر الفضائية MBC.

كما هدفت هذه الدراسة إلى توظيف الاستمالات الإقناعية من اجل التأثير في المتلقي للرسالة، ومحاولة استقطاب عدد كبير من الجماهير.

استخدمت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي، واختارت العينة الدائرية، حيث تمثلت في الثلاثي الأول من سنة 2009 أي من جانفي إلى مارس، واستخدمت استمارة تحليل المضمون كأداة لجمع البيانات.

وتوصلت الباحثة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

-أن الإعلان المتلفز عبر شاشة MBC استهدف النساء مما يعكس الدور الإقناعي الذي تلعبه المرأة كعامل جذب الانتباه وكعنصر تشويقي، مما يؤكد أن المرأة عامل مؤثر في قرار الشراء.

-تنوعت الاستمالات الإقناعية التي يوظفها الإعلان المتلفز عبر قناةMBC ، بين الاستمالات العاطفية والعقلية، إلا أن العاطفية كانت هي الغالبية والأكثر ظهورا خاصة استمالات الدفء والمكانة انطلاقا من التركيز على بعث الإحساس بالشعور الإيجابي ومكانة مميزة. أما الاستمالات العقلية فقد ركزت بالدرجة الأولى على استمالات السمات وذكر تفاصيل وخصائص المنتج، كما سجلت الدراسة غياب استمالة الأخبار ولعدم تناسب طبيعتها القائمة على تقديم أرقام وإحصاءات. (أبرادتشة، 2008-2009)

الدراسة الرابعة: للباحثة "نزهة حانون" الأساليب الإقناعية في الصحافة الجزائرية المكتوبة " ميثاق السلم والمصالحة الوطنية نموذجا دراسة لجريدتي "النصر والخبر "مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، تخصص اتصال وعلاقات عامة. جامعة قسنطينة(2008-2007)

تمحورت إشكالية الدراسة في :ما هي الأساليب الإقناعية التي تستخدمها الصحافة المكتوبة الجزائرية في تحرير مضامينها؟

كما طرحت الباحثة أسئلة فرعية لتجيب عن الإشكالية تمثلت في:

-ما هي الأساليب الإقناعية التي استخدمتها الصحافة المكتوبة الجزائرية في تحريرها لميثاق السلم والمصالحة الوطنية؟

-ما هي الأساليب الإقناعية الأكثر استخداما للإقناع بالأفكار الواردة بمضمون المصالحة الوطنية؟

استخدمت الباحثة المنهج الوصفي، واعتمدت على أداة تحليل المضمون، كما وظفت العينة الدائرية قدر حجمها بـ 6 أعداد من كلا الجريدتين (النصر والخبر)، أي وجود 12 عدد موجها للتحليل.

وخلصت الباحثة إلى نتائج أهمها:

-أن الصحيفتان محل الدراسة قد استخدمتا كل الأساليب الإقناعية العلمية على النحو التالي:

-تقديم الأدلة والشواهد وهذا بهدف لإقناع القارئ بموضوع المصالحة الوطنية وإضفاء المصداقية على الموضوع عن طريق تقديم الأدلة العقلية وتقديم استشهادات بالأرقام والإحصائيات والأحداث الواقعية والمعلومات، وكذلك الأدلة العاطفية من خلال التأثير على المشاعر وتقديم الاحتياجات النفسية المتمثلة في هدا الموضوع في تحقيق "الأمن والسلم".

-استخدام أسلوب الوضوح والضمنية في كل من جريدة الخبر وجريدة النصر. بنسب متقاربة

- استخدام أسلوب ترتيب الحجج الإقناعي داخل النص الإعلامي في كلا الجريدتين.

- استخدمت أسلوب التحيز، أسلوب التعميم على أساس غير علمي، أسلوب الاعتماد على صياغة إنشائية غير محددة ووغير دقيقة، أسلوب الاستغلال السيئ للجوانب الدينية، أسلوب التطرف في التخويف والترغيب، أسلوب استناد إلى أسماء لها احترامها لدى القارئ، وأسلوب التركيز على النواحي العاطفية لدى القارئ، إضافة إلى أن الأساليب الإقناعية تتباين نسبة استخدامها من موضوع إلى آخر ومن جريدة إلى أخرى. (حنون ، 2007-2008)

ثانيا: مفاهيم الدراسة

سنتناول في هذا العنصر مفاهيم الدراسة والتي ستوضح لنا توجه الدراسة ونتائجها، من خلال إبراز مفهوم الأساليب الإقناعية، ونوضح مفهوم البرامج التلفزيونية التي تحتوي على رسالات إعلامية مختلفة منها الظاهرة والخفية عبر قناة الحرة، ونعطي تعريف مختصر لهيئة المؤسسة وهي قناة الحرة الإخبارية الناطقة باللغة العربية، إضافة إلى برنامجها الحرة تتحرى وهو برنامج استقصائي في شكل تحقيق معد من قبل صاحب البرنامج.

1. 2 -الإقناع: مصطلح يطلق على مجموعة من الأساليب المستخدمة في مختلف العمليات الاتصالية، يعرفه "علي برغوث" على أنه استخدام المتحدث أو الكاتب للألفاظ والإشارات التي تؤثر في اتجاهاته أو ميولاته أو سلوكياته. (برغوث، 2005، صفحة 6)

الإقناع بمفهوم أخر هو ذلك التأثير الذي يشير إلى عملية اتصال تبدأ من المصادر لتصل إلى المستقبل مع توفر إرادة لذلك في حين أن مصطلح التأثير يشير إلى الحالة التي يكون عليها الفرد بعد التعرض لعملية الإقناع واستقبال الرسائل وتفاعله معها فهو نتيجة للتأثير. (مصباح، 2006، الصفحات 17-18)

ولذلك فإن الإقناع هو عملية اتصالية تقوم على إعداد الرسائل مبرمجة سابقا والتي تعتمد على مخاطبة قل ووجدان المشاهد والمتلقي للرسالة الإعلامية بهدف التأثير في سلوكياتهم واتجاهاتهم نحو مختلف القضايا السائدة.

2.2 -الأساليب الإقناعية: هي مجموع من العناصر القادرة على خلق رد فعل معبْ مقصود لدل المستقطب، بحيث تؤدم عن طريق التأثير العاطفي والمعرفي إلى إقناع الجمهور المستهدف، ومن ثم تحقيق أهداف القائم بالاتصال. (كشكول، 2015، صفحة 22)

إذن فالأساليب الإقناعية هي تلك الطرق والعوامل الشكلية والفكرية التي تخاطب الجمهور المستهدف والمتلقي للرسالة الإعلامية من اجل إثارة وجدانه والتأثير فيه وتغيير سلكوه واتجاهاته نحو مختلف القضايا.

2. 3 -البرامج التلفزيونية الاستقصائية: وهي نوع من أنواع البرامج التلفزيونية التي تجمع بين عدد من الفنون والأشكال البرامجية في آن واحد، إذ تجمع بين التحقيق والحوار بكل أنواعه، والخبر، والاستفتاء، تهدف إلى كشف الحقائق حول القضايا الغامضة والحساسة والبحث في عمق الأحداث المتستر عنها، وقد تصل إلى الحكم في النهاية أو الاكتفاء بعرض جوانب هذا الحدث بالحقائق المدعومة بالوثائق والأدلة والشهادات الحية، ووضعها أمام أنظار الرأي العام (داود سبع، 2019، صفحة 73).

ولهذا فإن البرامج التلفزيونية الاستقصائية تعمل على كشف الحقائق في المجتمع والاعتماد على مصادر متعددة لبيان الحقيقة التي تبحث عنها في وقت وجيز.

2 .4-قناة الحرة الإخبارية: بدأت قناة الحرة التلفزيونية الأمريكية الناطقة باللغة العربية بثها بعد ظهر يوم الجمعة 13فبراير2004، بدأت القناة بثها اليومي بأربع عشرة ساعة يومياً من الأخبار والبرامج، وسرعان ما أصبحت تبث اربعاً وعشرين ساعة يومياً من الأخبار والبرامج على القمرين "عربسات" و "نايل سات .تخضع قناة الحرة في إدارتها إلى شبكة تلفزيون الشرق الأوسط"Middle East TV Network Link" وهي مؤسسة غير

تجارية وغير ربحية، بمعنى أخر تخدم مصالح قومية أمريكية ترعاها وزارة الخارجية الأمريكية. (كريم الجبوري، 2013-2014، صفحة 24)

2 .5 -برنامج الحرة تتحرى: هو برنامج تلفزيوني استقصائي يبث على قناة الحرة الإخبارية يبحث في مختلف القضايا العربية والأجنبية، عن طريق التنقيب عن الأحداث المستورة والغامضة والحساسة، وبثها للرأي العام والجمهور المستهدف. يبث كل يوم سبت على الساعة GMT16:30 ، مختص بالصحافة الاستقصائية يسعى إلى كشف الأسرار وتوضيح الحقائق ويرصد موضوعات قلما تناقش على وسائل إعلامية أخرى. (الصفحة الرسمية لقناة الحرة الاخبارية، 2022)

ثالثا: الإجراءات المنهجية للدراسة التحليلية

3. 1-نوع الدراسة ومنهجها

تعتمد هذه الدراسة على المنهج الوصفي وفقا للدراسات المسحية، وقد اخترنا هذا المنهج لعدة اعتبارات خاصة بطبيعة الدراسة ومتطلباتها التي تتلاءم مع هذا المنهج على اعتبار أن المنهج الوصفي هو دراسة للحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة ظاهرة أو موقف أو مجموعة من الناس، أو مجموعة الأحداث أو مجموعة الظواهر. (عبد الحميد، 2009، صفحة 22)

3. 2-مجتمع الدراسة والعينة:

تمثل مجتمع الدراسة في الحصص التلفزيونية عبر برنامج الحرة تتحرى على قناة الحرة الإخبارية، واخترنا بطريقة قصدية عينة الدراسة ابتداءً من تاريخ 05 سبتمبر 2021 إلى 30 اكتوبر2021م، أي 08 حصص من برنامج "الحرة تتحرى" لمدة شهرين من سنة 2021م، وذلك توافقا مع الإمكانيات البحثية والزمنية، وما رأيناه متوافقا مع أهداف الدراسة، وهذا النوع من العينات يسهل علينا الوصول إلى مفردات العينة بطريقة مباشرة.

وقد كانت مفردات العينة وفقا للجدول التالي:

الجدول رقم(1): مفردات عين الدراسة

العدد	عنوان الحصة	تاريخ الحصة
1	نساء داعش من الجحيم إلى المجهول ج1	05سبتمبر2021م
2	نساء داعش من الجحيم إلى المجهول ج2	12سبتمبر2021م
3	طريق الحرير الجديد ...حزام الصين الخانق ج1	19سبتمبر 2021م
4	طريق الحرير الجديد ... حزام الصين الخانق ج2	25سبتمبر2021م
5	الصين ... تجارة اللقاح	09اكتوبر2021م
6	وجه النظام الدامي	16 أكتوبر 2021م
7	كتيبة النوفيتشوك...قتلة روسيا الجدد ج1	23 اكتوبر2021م
8	كتيبة النوفيتشوك ... قتلة روسيا الجدد ج 2	30اكتوبر2021م

3. 3-أداة استمارة تحليل المضمون للدراسة وتقسيمها على فئات التحليل:

وبما أن الإشكالية المطروحة في دراستنا تطالب دراسة وصفية للمادة الإعلامية محور الدراسة، وذلك بتحليلها الدقيق، يوصلنا إلى استخلاص نتائج محكمة ومضبوطة، فقد الاعتماد على أداة تحليل المضمون على اعتبارها أداة مناسبة للدراسة الكمية والكيفية لمضمون وسيلة الإعلام وهي أداة لملاحظة ووصف الرسالة الإعلامية. (محمد حسين، 1995، صفحة 132)وذلك برصد وتسجيل البينات او الوحدات التي من خلالها يتم الحساب،وقد انقسمنت الاستمارة على(12)فئة أساسية، لكل فئة عدة فئات فرعية وفقا ماتطلبته الدراسة، وهي كالاتي:

3. 3 .1 فئات الشكل :كيف قيل؟

ونقصد بها تلك الفئات التي تصف المضمون الشكلي للرسالة الإعلامية المراد دراستها وعادة ما تحاول الإجابة عن سؤال: كيف قيل؟ وهي أحد ركائز تحليل المضمون، فالشكل الذي يقدم به المضمون إلى جمهور المشاهدين من خلال مختلف القنوات التلفزيونية، وتم تحديد الفئات التالية:

-**فئة اللغة المستخدمة:** هي اللغة المتحدث بها في الحصص من خلال البرنامج سواء من مقدم الحصة أو ضيفه أو بثه لتقرير بلغة أخرى مترجم.

-**فئة الحجم الزمني:** ويقصد بها الحجم الساعي **للقضايا** في الحصص في البرنامج لعينة الدراسة.

- **فئة طبيعة المؤثرات البصرية**: وتمثل المعالجة الصورية المستخدمة في البرنامج، مثلا: الجرافيكس بكل أنواعه خرائط، ورسوم بيانية، ووثائق، وصور فوتوغرافية، إبراز شريط عناوين لأسماء شخصيات فاعلة في البرنامج، وإخفاء ملامح وجه الشخصيات المتحدثة، واقتباس شريط فيديو من الأرشيف.

- **فئة طبيعة المؤثرات السمعية**: وتشمل الجو العام، ونبرة صوت مقدم البرنامج، والموسيقى، والصوت المستخدمة في البرنامج.

- **فئة طبيعة القوالب الفنية:** هي القوالب المستخدمة في معالجة القضايا المطروحة وطرحها في البرنامج وتتمثل في القوالب التالية: قالب الحديث الحواري، قالب الاعتراف، قالب التفصيلي، القالب العرض، قالب القصصي.

3.3. 2 فئات المضمون ماذا قيل؟

وهي الفئات التي تتعمق في مضمون لرسالة الإعلامية المراد دراستها وعادة ما تحاول الإجابة عن سؤال: ماذا قيل؟ وهي أحد ركائز تحليل المضمون، التي تستخرج لنا الجوانب الخفية من المادة الإعلامية الذي لا ينتبه إليها جمهور المشاهدين عند المشاهدة في القنوات التلفزيونية، وتم تحديد الفئات التالية.

- **فئة القضايا:** وهي المواضيع الأكثر نقاشا، كما تمثل جل المواضيع التي يتطرق إليها القائم بالاتصال من خلال هذه الرسائل الإعلامية في البرنامج.

-فئة اتجاه المعالجة للقائم بالاتصال: ويقصد بها شخصية مقدم البرنامج (شخصية مؤيدة، محايدة، معارضة) في مختلف القضايا التي تناولها في الحصص.

-**فئة الشخصيات والقوى الفاعلة**: وتعني الأفراد الفاعلين في القضايا المطروحة في البرنامج والتي تدور حولهم الأحداث من الجهات أو الشخصيات الرئيسة التي اعتمد عليها البرنامج محل البحث في معالجته للقضايا المتناولة.

-**فئة مصادر المعلومات:** وهي تلك الصادر الموثوقة من شخصيات ومسؤولين وموظفين وخبراء وغيرهم، أو وثائق سرية التي اعتمد عليها صاحب البرنامج في تناول قضاياه الغامضة والحساسة المتستر عنها.

-**فئة الأماكن الجغرافية:** وتتمثل في بعض الدول والمناطق الجغرافية التي تناولتها حصص البرنامج كطرف في القضايا المطروحة.

- **فئة الأساليب الإقناعية:**

والتي تنقسم إلى 3 فروع:

- **الأساليب الإقناعية العقلية:** تتمثل في الاستشهاد بالمصادر الموثقة، بناء النتائج على مقدمات، تقديم أسباب وتفسيرات للقضية، تقديم الأرقام والإحصائيات، التخفي والتنكر واستخدام الكاميرا السرية، تقديم شعارات، تأكيد على وجهة نظر أخرى.

- **الأساليب الإقناعية العاطفية:** وتشمل الإشارات والرموز، الاستعارات، تكرار العرض لبعض الفقرات، وإعطاء الأمثلة، ووصف الأحداث، عرض الرأي على أنه حقيقة.
- **استمالات التخويف** :خلق التوتر في نفسية المشاهد، القلق، الشعور بالوحدة، الخوف.

- **فئة القيم الإخبارية:** وتتمثل في قيم الصراع، الإثارة، الحداثة والآنية، الاهتمامات الإنسانية.

4.3. -وحدات التحليل: هي الوحدات التي يتم عليها القياس واستخدامها في تحليل مضمون المادة الإعلامية، وبعدها يتم تقسيم المضمون إلى وحدات والتي تسهل القيام بدراسة كل عنصر أو فئة منها وحساب التكرار الخاص بها، والتي تفيدنا في تفسير النتائج الكمية وهي كما يلي:

3. 4. 1 -وحدة الموضوع: تستخدم في مختلف أنواع القضايا أو الأحداث البارزة، وذلك لمعرفة اتجاه المعالجة، مصادر الأخبار والمعلومات، القوالب الفنية، القيم الإخبارية.

3. 4. 2-وحدة القياس: المقصود بها التكرار، ومن ثمة استخراج النسب المئوية، حيث استخدمت في تحديد القضايا، والتي تم قياسها بالدقائق والثواني، وقد تم استخدام مقياس الزمن (د/ثا) في عملية التحليل لمعرفة الزمن المخصص للحصص التلفزيونية.

4. الشروط العلمية لصدق الأداة: عرضت استمارة تحليل المضمون للتحكيم على 4 أربعة أساتذة من قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة باجي مختار عنابة، حيث قمنا بحساب معامل الصدق وثبات بطريقة هوليستي وهي طريقة خاصة بمنهج تحليل المضمون، تبين أن الأداة قابلة للدراسة بمستوى ثبات عال بلغ 0.83.

وفي الجدول التالي نبين طريقة حساب نسبة الاتفاق بين المحكمين بطريقة هوليستي لاستخراج معامل الثبات وصدق أداة تحليل المضمون:

جدول رقم (2): توضيح صدق **الأداة لمحاور الدراسة**

محاور استبيان أداة تحليل المضمون	الاتفاق	الاختلاف	النسبة الاتفاق
المحور الأول	4	0	% 100
المحور الثاني	3	1	% 75
المحور الثالث	3	1	% 75
المجموعة	10	2	% 83.33

وللتوضيح أكثر: طريقة هوليستي = عدد الفقرات أو المحاور المتفق عليه من قبل الأستاذة (قسمة) / جميع الأساتذة المتفق والغير متفق على محاور الاستمارة.

ويتمثل في معادلة التالية: holisti= m/n

ويتم ذلك بقسمة نسب الاتفاق على 100، ثم جمعها وتقسيمها على 3 أي المحاور الثلاثة، ومنها نستنتج معامل ثبات وصدق الأداة.

والعملية هي كالاتي: في المحور الأول نسبة الاتفاق 100/ 100 =1 هي نسبة الاتفاق.

والمحور الثاني 75 /100=0,75 هي نسبة الاتفاق.

أما المحور الثالث 75 /100=0.75 هي نسبة الاتفاق.

وعند جمع نسب الاتفاق للمحاور تكون العملية كالاتي: 1+0,75+0.75=2.5 نسبة الاتفاق ومن ثم يتم تقسيمها على 3 عدد محاور الاستمارة: 3/2.5=0.83.

ونستنتج من خلال هذه العملية أن معامل ثبات وصدق الأداة قابل للدراسة بمستوى ثبات عال بلغ0.83.

رابعا: عرض النتائج وتفسيرها ومناقشتها

4 . 1-تفريغ وتحليل البيانات الخاصة بفئات الشكل:

جدول رقم (3): فئة اللغة المستخدمة في البرنامج عينة الدراسة

العدد	الفئة	د/ثا	النسبة المئوية
1	اللغة العربية الفصحى	165.40د	%91.63
2	اللغة الفرنسية	5.10د	% 2.83
3	اللغة الإنجليزية	6.5د	% 3.60
4	لغة أجنبية أخرى مترجمة	3،5د	% 1.94
	المجموعة	180،50 د	% 100

يوضح الجدول أعلاه أن أكبر نسبة من اللغة المستخدمة في حصة "الحرى تتحرى" هي اللغة العربية بنسبة 91.63% كون هذه القناة ناطقة باللغة العربية وهي أمريكية الأصل وبثها من العراق تهتم بالشؤون المشرق العربي، تلتها نسبة 3.60 % للغة الإنجليزية وهي للأشخاص الأجانب الناطقين باللغة الإنجليزية في التحقيق الإعلامي في البرنامج، كما نجد اللغة الفرنسية جاءت بنسبة 2.83% قريبة التوافق مع الإنجليزية، في حين تأتي اللغات الأجنبية الأخرى المترجمة إلى اللغة العربية بنسبة 1.94% وهي نسبة ضئيلة الاستخدام وهذا حسب نوعية و طبيعة القضية والتي تستدعي هؤلاء الأجانب.

جدول رقم (4): فئة الحجم الزمني للحصص في البرنامج عينة الدراسة

العدد	عنوان الحصة	الحجم الساعي	النسبة المئوية للحصة	النسبة الكلية
1	نساء داعش من الجحيم إلى المجهول ج1	21،41 د	%11.27	%24.25
2	نساء داعش من الجحيم إلى المجهول ج2	24،48 د	%12.88	
3	طريق الحرير الجديد ...حزام الصين الخانق	22،07د	%11.61	%24.28
4	طريق الحرير الجديد ... حزام الصين الخانق	24،08 د	%12.67	
5	الصين ... تجارة اللقاح	24،43 د	%12.86	%12.86
6	إيران، وجه النظام الدامي	24،19 د	%12.73	%12.73
7	كتيبة النوفيتشوك...قتلة روسيا الجدد ج1	24،05 د	%12.66	%25.95
8	كتيبة النوفيتشوك ... قتلة روسيا الجدد ج 2	25،25 د	%13.29	
	المجموعة	189،96 د	%100	%100

تشير نتائج الجدول أعلاه إلى أعلى نسبة حصلت عليها حصة كتيبة النوفيتشوك ... قتلة روساي الجدد بجزأين إذ بلغت نسبة 25،95 % وقد اشتملت على تفاصيل دقيقة حول هذه الكتيبة في روسا، ثم تأتي في المرتبة الثانية حصة طريق الحرير... حزام الصين الخانق بجزأين بنسبة 24،28 % والتي تناولت الكشف عن طريق الحرير الذي يخنق مرور الصين في تجارتها العالمية، في حين بلغت نسبة 24،25 لحصة نساء داعش من الجحيم إلى المجهول بجزأين، وكانت في المرتبة الثالثة التي عالجت قضية نساء داعش في المشرق العربي واختفائهم بزوال تنظيم داعش. كما حصلت حصة الصين ...تجارة اللقاح على نسبة86،12% في المرتبة الرابعة وعالجت الحصة قضية لقاح كورونا بين العلاج ضد المرض والتجارة لمصالحها العالمية، وجاءت في أخر المرتبة حصة وجه النظام الدامي بنسبة 73،12%، والتي عالج فيها معد البرنامج قضية فوز إبراهيم رئيسي المتهم بارتكاب جرائم ضد الإنسانية حسب تقارير دولية، والمرفوض شعبيا.

جدول رقم (5): فئة طبيعة المؤثرات البصرية **المستخدمة في البرنامج**

العدد	فئة المؤثرات البصرية	التكرار	النسبة

1	صور فوتوغرافية	73	%23.10
2	جرافيكس(عرض بينات- مخططات- خرائط)	81	%25.63
3	وثائق رسمية	47	%14.87
4	إبراز شريط العناوين لأسماء الشخصيات الفاعلة CG	55	%17.41
5	اقتباس شريط فيديو من الأرشيف	51	%16.14
6	إخفاء ملامح وجه الشخصيات المتحدثة	9	%2.85
	المجموعة	316	% 100

يوضح الجدول أعلاه أن فئة الجرافيكس احتلت المرتبة الأولى في توظيفها في البرنامج بنسبة 25.63% وهي على شكل معالجة صورية للبرنامج في قضايا متنوعة، كما جاءت نسبة فئة الصور الفتوغرافية في المرتبة الثانية والتي بلغت 23.10 %، في حين استخدم القائم بالاتصال شريط العناوين لأسماء الشخصيات الفاعلة CG في كل الحصص عينة الدراسة بنسبة17.41%، في حين حصلت فئة اقتباس شريط فيديو من الأرشيف على نسبة 16.14%، ويعود ذلك إلى طبيعة القضايا المتناولة في البرنامج لها علاقة بالقضية الحالية، كما وظف معد البرنامج الوثائق الرسمية كفئة في البرنامج بنسبة 14.87%، وتأتي في المرتبة الأخيرة فئة إخفاء ملامح وجه الشخصيات المتحدثة في البرنامج بنسبة 2.85% .

تبين من خلال المعطيات السابقة أن فئات المؤثرات البصرية كانت قريبة من بعضها ويرجع هذا لتوفرها بشكل كبير في البرنامج الاستقصائي، ونستنتج أن القائم بالاتصال حرص على توظيف كل المؤثرات البصرية للدلالة على قضية معينة وتعزيزها بالحجج.

جدول رقم (6): فئة طبيعة المؤثرات الصوتية **المستخدمة في البرنامج**

العدد	فئة المؤثرات الصوتية	التكرار	النسبة
1	الصوت الطبيعي للجو العام	102	%32.59
2	صوت المقدم	95	%30.35
3	موسيقى ترغيب	15	%4.79
4	موسيقى ترهيب	89	%28.43
5	الصمت	12	%3.83
	المجموعة	313	% 100

يتضح من الجدول أن الصوت الطبيعي للجو العام تم استخدمه بالدرجة الأولى في حصص البرنامج عينة الدراسة وبنسبة 32.59%، الذي استخدمها القائم بالاتصال في البرنامج على الصوت الحي المحيط للحدث المصور، في حين تتبعه فئة صوت المقدم بنسبة 30.35% وهو عنصر محوري للبرنامج كونه المسؤول الأول عن البرنامج، كما استخدم موسيقى ترهيبية بنسبة 28.43% والتي اتضحت في القضايا الحساسة منها الأحداث الدموية في إيران وقضية داعش وقتلة روسيا الجدد، وتأتي فئة موسيقى ترغيب بنسبة 4.79% في حصة الصين تجارة اللقاح كون القضية مازالت في العلاج مما دفع القائم بالاتصال إلى طرح وجهات نظر حول القضية للرأي العام. أما فئة لحظات الصمت في الحصص عينة الدراسة فقد تحصلت على نسبة3.83% في جميع القضايا لفترات زمنية متقطعة حسب الفواصل الصورية للأحداث.

جدول رقم (7): فئة طبيعة القوالب الفنية **المستخدمة في البرنامج**

العدد	فئة طبيعة القوالب الفنية	التكرار	النسبة
1	قالب الحديث الحواري	75	%39.68
2	قالب الاعتراف	35	%18.52
3	القالب التقريري	63	%33.33
4	القالب القصصي	4	%2.12
	المجموعة	189	% 100

يبرز الجدول أعلاه أن قالب الحديث الحواري تحصل على أعلى نسبة قدرت بـ39.68%، استخدم الصحفي الاستقصائي هذا القالب بكفاءة عالية ضمن الحصص في البرنامج، واتضح من خلال حديث القوى الفاعلة في الأحداث والقضايا التي تناولها البرنامج ودورهم في إنتاج الحدث، ثم يأتي القالب التقريري في المرتبة الثانية بنسبة قدرت بـ 33.33% باستخدام معد البرنامج وثائق رسمية وتوظيف مواقع رسمية وجعلها تقرير رسمي لتنسيق الأحداث في برنامجه، ثم يأتي قالب الاعتراف في المرتبة الثالثة بنسبة 18.52%، وتجلى ذلك في الاعترافات التي أدلى بها الأشخاص ذو العلاقة بقضية خاصة في قضية نساء وأطفال داعش وكتيبة النوفتشيك قتلة روسيا الجدد، وأخيرا قالب القصصي بنسبة 2.12%،حيث استخدم صحفي البرنامج طريقة الراوي القصصي للمعلومات والآراء المتعلقة بموضوع الحصة وأغفل توظيف عوامل الصراع وإبراز الحقيقة ومرونة ترتيب المعلومات.

4 . 2 -تفريغ وتحليل البيانات الخاصة بفئات المضمون

جدول رقم (8): فئة القضايا التي تناولتها حصص البرنامج عينة الدراسة

العدد	فئة القضايا	التكرار	النسبة المئوية
1	نساء داعش من الجحيم إلى المجهول ج1	2	% 20
2	نساء داعش من الجحيم إلى المجهول ج2		
3	طريق الحرير الجديد ...حزام الصين الخانق ج1	2	% 20
4	طريق الحرير الجديد ... حزام الصين الخانق ج2		
5	كتيبة النوفيتشوك...قتلة روسيا الجدد ج1	2	% 20
6	كتيبة النوفيتشوك ... قتلة روسيا الجدد ج 2		
7	الصين ... تجارة اللقاح	1	%10
8	ايران ،،،وجه النظام الدامي	1	%10
	المجموعة	8	% 100

تبين من نتائج الجدول أعلاه أن من أبرز القضايا التي ركز البرنامج في تناولها في عينة الدراسة هي ثلاثة قضايا بنسب متساوي قدرت بـ 20% لكل من القضايا الآتية: نساء **داعش من الجحيم إلى المجهول**، طريق الحرير الجديد ...حزام الصين الخانق، كتيبة النوفيتشوك ... قتلة روسيا الجدد، إذ اشتملت القضية الأولى بالترتيب على تفاصيل دقيقة حول نساء داعش في كل من العراق وسوريا من القيود إلى مصيرهم المجهول التي فرضها تنظيم القاعدة وعالجت الحصة عودة نساء عربيات إلى بلادهم مثل تونس، وتطرقت إلى التحاق المقاتلين بالتنظيم من دول عربية مثل تونس، والذي صرح به "إياد الدهماني" مسؤول حكومي تونسي سابق في كانون الأول /ديسمبر 2016م التحاق أقل من 3 الألاف سنة 2014، في حين صرحت تقرير رسمية من موقع فرونت لان الأمريكي بعدد الملتحقين من 4 ألاف إلى 6 ألاف و500 فردا وحسب التقرير أن تونس هي

الدولة الأولى في العالم من حيث عدد الملتحقين بالتنظيم، وعالجت في الحلقة الثانية من نفس القضية مقتل زعيم داعش "أبو بكر البغدادي" في عملية عسكرية أمريكية وهذا التصريح على لسان رئيس الولايات المتحدة الأمريكية "دونالد ترامب" والذي دفع بمقتله بنساء وأطفال داعش العودة إلى بلادهم ومنهم العالقين المنطقة ورفض تونس وفرنسا استقبالهم حيث أخذت جدلا واسعا في القضية.

أما القضية الثانية ركزت على تفاصيل طريق الصين الجديد حزام الصين الخرق ،والتي عالجت خطة إحياء الطريق القديم الذي ربط شرق أسيا وأوروبا غربيا والذي اعلن فيها الرئيس "شي جينبينغ" الصيني في خريف 2013 عن مبادرة الحزام والطريق وذلك لتعزيز مكانتها كقوة عالمية، والتي عالجت الحصة في حلقتين متتاليتين، كما عالج البرنامج قضية كتيبة النوفيتشوك قتلة روسيا الجدد في حلقتين متتاليتين على اساها أنها قضية حساسة وغامضة أخذت حيز زمني كبير، حيث تناول مُعد البرنامج ملف قضية القاتل الجديد النوفيتشوك أو الوافد الجديد باللغة الروسية، وهو غاز سم وسلاح بيولوجي استعمله "فلاديمير بوتين" في اغتيال معارضه السياسيين،

كما تأتي بعدها قضيتين بنسب متساوي بلغت 10% وهي: قضية الصين ... تجارة اللقاح وقضية إيران ...وجه النظام الدامي، حيث فتح مُعد البرنامج تحقيق حول لقاحات الصينية المضادة لفيروس كورونا ومدى فاعليتها ونسبة ارتفاع عدد الإصابات بالكوفيد في العالم ومدى استغلال لقاحاتها في تحسين صورتها أمام العالم وانعاش اقتصادها بعد أشهر من الخسائر وهذا حسب تصريحات خبراء الصحة ومسؤولين حكوميين، ومثال ذلك في التحقيق والذي صرح به "وائل صفوت" مستشارة التوعية في منظمة الصحة العالمية على أن اللقاح غير فعال، كما صرح "سمير خليف" رئيس مركز العلاج المناعي بجامعة جورج تاون الأمريكية أنه لا يوجد لقاح فعال بنسبة 100%، حيث تشير تقارير أميركية ومنها صحيفة "نيويرك تايمز الأمريكية" أن السيشل والشيلي والبحرين والمنغوليا تم تلقيح سكانها بنسبة 50 إلى 68% باللقاحين "سينوفوك" و "سينوفارم" الصينيين، حيث عارضت تقارير أميركة هذه اللقاحات الغير فعالة، وفي المقابل صرحت المتحدثة باسم وزارة الخارجية الصينية "هواتشونينغ" أن بعض وسائل الإعلام الغربية حاولت تشويه فعالية اللقاح الصيني، ويرجع ذلك إلى احتمالية المنافسة الاقتصادية بين الدول الغربية والصين، ويأتي ذلك بتصريح على لسان "صوفيا زيلسر" الباحثة في السياسة الصينية في الشرق الأوسط وشمال إفريقيا من معهد للشؤون الدولية في هونغ كونغ أن الصين استعملت اللقاحات الديبلوماسية من اجل الاستثمارات والنفوذ في الشرق الأوسط وشمال إفريقيا ،وانها لعبت دور المنقذ من اجل المكسب السياسي والاقتصادي واعتبارها كلاعب أساسي على المسرح العالمي.

أما القضية الثانية الخاصة بحصة إيران... وجه النظام الدامي، عالج مُعد البرنامج ملف الجرائم الجماعية التي ارتكبها النظام الإيراني في عام 1988م بحق المعارضين السياسيين، إضافة إلى قضية فوز "إبراهيم رئيسي" بالرئاسيات في إيران عام 2021م، والمظاهرات الرافضة لتنصيه رئيسا لدولة إيران في العديد من الدول الغربية والأمريكية، وفي هذا التحقيق صرحت صحيفة واشنطن بوسط الأمريكية أن الانتخابات

كانت مزورة وأن "إبراهيم رئيسي" قاتل ومخيف وغير نادم، قضى حياته المهنية داخل مؤسسات النظام الفاشي، ومتهم بارتكاب جرائم ضد الإنسانية، في حين جاء تقرير منظمة العفو الدولي في يونيو 2021م تعارض تنصيبه رئيسا ووجب إخضاعه للتحقيق في جرائم إنسانية كالقتل والتعذيب والإخفاء القصري. كما طالب منظمات دولية وأممية بمحاكمة "إبراهيم رئيسي" أمام المحكمة الجنائية الدولية وأن الحصانة الديبلوماسية لا تحميه من الجرائم الإنسانية، من خلال تصريح خاص بـ "جيفري روبرتسون" قاض سابق في المحاكم الدولية، في حين طالب طاهر بومدرة" الرئيس السابق لمكتب الأمم المتحدة لحقوق الإنسان مجلس الأمن أن يتخذ القرار لتحويل القضية إلى محكمة الجنائية الدولية.

جدول رقم (9): فئة اتجاه المعالجة لمعد البرنامج **(عينة الدراسة)**

العدد	الفئة	د/ثا	النسبة المئوية
1	محايد	47.89	% 29.75
2	معارض	77.92	%48.41
3	مؤيد	35.15	%21.84
	المجموعة	160.96 د	% 100

تشير بيانات الجدول إلى أن نسبة اتجاه المعارضة لمعد البرنامج بلغت 48.41 % وهي أكبر نسبة من بين الفئات الأخرى وهذا راجع إلى تأثير السياسية الإعلامية للقناة على مهنته وكذلك طبيعة القضية وخاصة قضية كتيبة النوفيتشوك قتلة روسيا الجدد وقضية إيران النظام الدامي وحصة الصين ...تجارة اللقاح والتي عارض فيها القائم بالاتصال تفاصيلها، في حين بلغت نسبة 29.75 % لفئة الحياد لمعد البرنامج في قضية نساء داعش من الجحيم إلى المجهول، في حين جاءت نسبة 21.84 % لفئة التأييد لمعد البرنامج لقضية طريق الحرير الجديد ...حزام الصين الخانق الذي تناول فيها التوسع الاستثماري للصين وربط كل من أوروبا الغربية واسيا الشرقية بالتجارة العالمية بطريق الحرير.

جدول رقم (10): فئة الشخصيات أو القوى الفاعلة في البرنامج

العدد	الفئة	التكرار	النسبة المئوية
1	شخصيات معارضة	11	%26،19
2	مسؤول حكومي	7	%16.67
3	مسؤول عسكري	5	%11.90
4	خبير عربي	8	%19.05
5	خبير أجنبي	7	%16.67
6	مواطنين	4	%9.52
	المجموعة	42	% 100

توضع نتائج الجدول أعلاه أن أكبر نسبة للشخصيات الفاعلة هي الشخصيات المعارضة والتي تقدر بـ 26،19 %، واحتلت فئة الخبير العربي المرتبة الثانية بنسبة 19،05 %، وتساوت فئتي المسؤول الحكومي والخبير الأجنبي بنسبة 16،67 %، ثم تليها فئة المسؤول العسكري بنسبة 11،90%، في حين تنخفض نسبة فاعلية المواطنين المقدرة بـ 9،52 % وهذا حسب طبيعة كل قضية المعالجة في البرنامج الاستقصائي.

جدول رقم (11): فئة مصادر المعلومات الموظفة في البرنامج عينة الدراسة

العدد	الفئة	التكرار	النسبة المئوية
1	وثائق رسمية	12	% 22.22
2	خبراء ومتخصصون	20	%37.03
3	شاهد عيان	6	%11.11

4	خبير أجنبي	7	%12.96
5	مخبر سري	1	%1.85
6	مسؤول حكومي	6	%11.11
7	موظفون	2	%3.70
	المجموعة	54	% 100

توضع نتائج الجدول أعلاه أن بيانات فئة مصدر المعلومات متنوعة والتي تم اعتمادها في البرنامج، وهذا من أجل جمع المعلومات الموثوقة والرسمية، إذ احتلت فئة الخبراء والمتخصصون المرتبة الأولى من بين المصادر المعتمد عليها في البرنامج بنسبة 37.03 %، أما فئة الوثائق الرسمية فقد جاءت بالمرتبة الثانية بنسبة 22.22 %، ثم تلتها فئة الخبير الأجنبي بنسبة 12.96%، كما تساوت فئة شاهد عيان مع فئة المسؤول الحكومي بنسبة 11.11%،في حين تنخفض نسبة فئة المخبر الرسمي المقدرة بـ 1.85% ومعها فئة الموظفون بنسبة 3.70% نظرا لقلة الوصول لهما حسب طبيعة القضايا 3.70%.

كما تدل النتائج على أن البرنامج التلفزيوني الاستقصائي اعتمد على الخبراء المتخصصين في القضايا المطروحة لتعطي مصداقية والدقة في الطرح الموضوعي، لأنه نابع من مصادر متخصصة، مما يمثل دليلا على مصداقية المعلومة. إضافة إلى الوثائق الرسمية فهي تلك مصدر موثوق عادة ما يكون مختوم من جهات رسمية وحكومية، تعتبر مرجعا يستعان به في هذه البرامج التلفزيونية الاستقصائية.

جدول رقم (12): فئة الأماكن الجغرافية التي تناولتها حصص البرنامج (عينة الدراسة)

العدد	الأماكن الجغرافية	التكرار	النسبة المئوية
1	العراق	72	% 25.99
2	سوريا	72	% 25.99
3	الصين	35	% 12.64
4	إيران	43	%15.52
5	روسيا	55	%19.86
	المجموعة	277	% 100

نلاحظ من الجدول أعلاه أن أكبر نسبة كانت بالتساوي لفئة الأماكن الجغرافية (العراق وسوريا) قدرت بـ 25.99% ويرجع ذلك في القضية التي شغلت الرأي العام والمنطقة العربية المشرقية وهي قضية داعش ونسائهم كقضية محورية في تنظيم القاعدة، في حين حصلت دول روسيا في المرتبة الثانية على نسبة 86،19% ويعود هذا إلى أنها كانت محور قضية كتيبة النوفيتشوك قتلة روسيا الجدد المدعومين من جهات غير رسمية، ثم تلتها دولة ايران بنسبة 15.52 % ،وفي الأخير دولة الصين التي بلغت نسبة 12.64% في قضية تجارة اللقاح الخاص بوباء كورونا الذي تتهمه جهات رسمية وغير رسمية بالمتاجرة فيه من أجل مصالحها و المشكوك في مصداقيته الصحية و الطبية نحو الشعوب.

جدول رقم (13): فئة الأساليب الإقناعية المستخدمة في البرنامج

العدد	فئة الأساليب الإقناعية العقلية	التكرار	النسبة المئوية
1	التخفي والتنكر واستخدام الكاميرا السرية	6	%6.08
2	تقديم الأرقام والإحصائيات	25	%17
3	تقديم شعارات	15	%10.20
4	الاستشهاد بالمصادر الموثقة	46	%31.29
5	بناء النتائج على مقدمات	12	%8.16

6	تقديم أسباب وتفسيرات للقضية	23	%15.65
7	التأكيد على وجهة نظر أخرى	20	%13.61
	المجموعة	147	% 100
العدد	فئة الأساليب الإقناعية العاطفية	التكرار	النسبة المئوية
1	الإشارات والرموز	24	%16.11
2	الاستعارات	14	%9.40
3	تكرار العرض لبعض الفقرات	19	%12.75
4	إعطاء الأمثلة	25	%16.78
5	عرض الرأي على أنه حقيقة	55	%36.91
6	وصف الأحداث	12	%8.05
	المجموعة	149	% 100
العدد	فئة استمالات التخويف	التكرار	النسبة المئوية
1	خلق التوتر في نفسية المشاهد	22	%47.83
2	القلق اتجاه قضية خاصة	11	%23.91
3	الشعور بالوحدة من مشكلة معينة	6	%13.04
4	تصوير مشهد مخيف	7	%15.22
	المجموعة	46	% 100

تشير بيانات الجدول أعلاه إلى مختلف الأساليب الإقناعية سواء العقلية والعاطفية والتي تضمنت فروع مختلفة، وبالإضافة إلى استمالات التخويف التي وظفها القائم بالاتصال في قناة الحرة في برنامجه الحرة تتحرى.

يتضح من الجدول رقم (13): بالنسبة لفئة الأساليب الإقناعية العقلية تبين أن القائم بالاتصال استخدم أسلوب الاستشهاد بالمصادر الموثقة احتل المرتبة الأولى بنسبة 31.29% وبتكرار 46 مرة على حساب عينة الدراسة، واحتمال ذلك هو التأثير في الجمهور وإقناعهم بصدق المعلومة وحقيقة القضية المطروحة، ثم تأتي في المرتبة الثانية فئة تقديم الأرقام والإحصائيات بنسبة 17% وبتكرار 25 مرة، وهذا دليل على قيمة الحجة في الأرقام الإحصائية لتفسير بعض المعطيات في القضية المطروحة. كما تأتي في المرتبة الثالثة فئة تقديم أسباب وتفسيرات للقضية بنسبة 15.65% وبتكرار 23 مرة، اعتبارا لكل قضية في البرنامج يقوم القائم بالاتصال بإعطاء تفسيرات وتوضيحات للقضية لكي تصل الرسالة الإعلامية للمشاهد. واحتل أسلوب التأكيد على وجهة نظر أخرى المرتبة الرابعة بنسبة 13.61% وبتكرار 20 مرة، وهذا من اجل إعطاء فرصة للمتدخلين عبر البرنامج لإبداء رأيهم في قضية معينة. ثم تأتي في المرتبة الخامسة فئة تقديم الشعارات بنسبة 10.20% وبتكرار15 مرة، ويتضح ذلك في بعض القضايا خاصة قضية داعش ونسائه هناك لافتات العلم وشعارات تنظيم الدولة الإسلامية وبالإضافة إلى شعارات مستخدمة في قضية ايران وجه النظام الدامي الرافضة لحكم إبراهيم رئيسي، وتأتي في المرتبة السادسة فئة أسلوب بناء النتائج على مقدمات بنسبة 8.16% وبتكرار12مرة، حيث عمد القائم بالاتصال بناء بعض نتائجه على المقدمات في الحصص حول القضية لان المقدمة عادة ما توضح صورة القضية وما يريده القائم بالاتصال من القضية والبرنامج ككل. ثم تحل في المرتبة الأخيرة فئة التنكر واستخدام الكاميرا السرية بنسبة 6.08% وبتكرار 6 مرات، وهذا الأسلوب يستخدم عادة في حالة الحاجة للحصول على المعلومة التي عادة ما يخفيها البعض عمدا، ويبدو أن مُعد البرنامج استخدم أسلوب التخفي والتنكر بنسبة اقل من الأساليب الأخرى وهذا يعود إلى طبيعة القضايا المتناولة في البرنامج.

أما فيما يخص فئة الأساليب الإقناعية العاطفية والتي تتضح بياناتها في نفس الجدول وهي كالتي:

جاءت في مقدمة الأساليب وفي المرتبة الأولى فئة عرض الرأي على أنه حقيقة بنسبة 36.91% وبتكرار55 مرة، وهي أغلب الاستمالات السائدة في البرنامج التي وظفها معد البرنامج وجعلها حقيقة واقعة في البرنامج نحو المشاهد. ثم تأتي في المرتبة الثانية فئة أسلوب إعطاء الأمثلة 16.78% وبتكرار25 مرة ويرجع ذلك لتدعيم القضية بمثال قديم متوافق مع طبيعة القضية لإضفاء عنصر التدعيم، كما جاءت فئة الإشارات والرموز في المرتبة الثالثة بنسبة16.11% وبتكرار 24 مرة للدلالة عن معاني هادفة والتي تطرقنا لها في البرنامج عينة الدراسة حاصة في قضية نساء داعش حصة ايران النظام الدامي. أما في المرتبة الرابعة حلت فئة تكرار العرض لبعض الفقرات بنسبة 12.75% وبتكرار 19 مرة، ومن المحتمل ذلك هو تذكير المشاهد وإقناعه بالحدث وتأكيد على القضية المتناولة. ثم تحل الفئتين الأخيرتين المتقاربتين في النسبة على التوالي استخدم معد البرنامج الاستعارات ووصف الأحداث بنسبتي 9.40%، 8.05%، وبتكرارين 14 مرة و12 مرة، للتعبير عن القضايا الحساسة والغامضة في شكل أساليب لغوية ودلالات لفظية وصيغ أفعال التفضيل خاصة في قضية إيران النظام الدامي وقضية نساء داعش من الجحيم إلى المجهول وكتيبة النوفيتشوك قتلة روسيا الجدد.

أما فيما يخص فئة استمالات التخويف والتي تجلت بياناتها في نفس الجدول أعلاه، أن معد البرنامج قد استخدم في برنامجه "الحرة تتحرى" مختلف الاستمالات في معظم حصصه التي دارت على قضايا حساسة، خاصة وتطرقنا في الحصة التي تناولت قضية الصين.. تجارة اللقاح، حيث أثرت خطورة الوباء في الشعوب عندما ظهر وتفشى وباء كورونا أواخر سنة 2019، والذي حير العلماء من الأطباء الذين سارعوا للقضاء عليه من خلال التجارب السريرية والتي مرت بمراحل عدة إلى غاية انخفاض نسبة الإصابات في العالم ولتنخفض نسبة الإصابات مع بداية سنة 2022، وكذا قضية نساء داعش الذي تضمن العديد من عناصر التخويف، ومع ذلك نجد في المرتبة الأولى من فئة الاستمالات هي خلق التوتر في نفسية المشاهد والتي استخدمها البرنامج لترهيب المشاهد بنسبة 47.83 % وبتكرار 22 مرة ، ثم تأتي في المرتبة الثانية فئة القلق اتجاه قضية خاصة، حيث استهدف القائم بالاتصال من خلالها مباشرة المشاهد في قضية تخصه أو تهمه، حيث حصلت هذه الفئة على نسبة قدرت بـ23.91% وبتكرار 11مرة. وتحل في المرتبة الثالثة فئة الشعور بالوحدة من مشكلة معينة بنسبة 13.04% وبتكرار 6 مرات، أما الفئة الأخيرة استخدم معد البرنامج أسلوب إدراج بعض الصور أو تصوير حدث مخيف (قتل، تعذيب، انفجارات عنيفة) بنسبة 15.22% وبتكرار 7 مرات. والتي شهدناها في البرنامج من خلال القضايا المتناولة، خاصة في حصة التي تناولت كتيبة النوفيتشوك ... قتلة روسيا الحدد وقضية نظام الدامي لإيران. وحصة نساء داعش التي تمثلت في القتل والاغتصاب والإجهاض وغيرها.

جدول رقم (14): فئة القيم الإخبارية المستنبطة من الأساليب الإقناعية من البرنامج (عينة الدراسة)

العدد	فئة القيم الإخبارية	التكرار	النسبة المئوية
1	الصراع	16	%50
2	الآنية والحداثة	2	%06.25
3	الإثارة	8	%25
4	الاهتمامات الإنسانية	6	%18.75
	المجموعة	32	% 100

تشير بيانات الجدول إلى أن قيم الصراع حصلت على نصف النسب المئوية مقابل القيم الأخرى في الحصص عينة الدراسة والتي سجلت أعلى نسبة قدرت بـ 50 % وبتكرار 16 مرة، حيث ظهرت قيمة الصراع في قضية نساء داعش وأطفالهم وعودتهم إلى بلادهم العربية بين أخذ ورد وبين قبول ورفض حكوماتهم

العربية، كما نجد هذه القيمة في قضية إيران .... وجه النظام الدامي الذي شهد صراع سياسي بين الأحزاب السياسية والرئيس " إبراهيم رئيسي " الذي رفض شعبيا مما خلق صراع تم ملاحظته من خلال الأساليب الإقناعية في البرنامج، كما تليها قيمة الإثارة بنسبة 25% وبتكرار 8 مرات، والتي تهدف بالأساس لجذب الجمهور خاصة في قضية "الصين تجارة اللقاح"، كما جاءت قيمة الاهتمامات الإنسانية في المرتبة الثالثة 18.75 % وبتكرار 6 مرات خاصة في قضية "نساء وأطفال داعش من الجحيم إلى المجهول". أما فيما يخص قيمة الآنية والحداثة فكانت نسبتها ضئيلة كون البرنامج مسجل في شكل تحقيق تلفزيوني يتناول قضايا مكتوم عنها قيد التحقيق مستمرة من الماضي إلى الحاضر، والتي لاحظناها في قضية "الصين تجارة اللقاح" وقضية "نساء داعش"، من خلال تقديم مستجدات عن الأحداث.

خامسا: نتائج الدراسة

توصلنا في هذه الدراسة إلى الإجابة عن التساؤل الرئيسي للدراسة والذي تمثل في: ما هي الأساليب الإقناعية المستخدمة في البرامج التلفزيونية الاستقصائية عبر قناة الحرة الإخبارية؟ وتم الإجابة عن الأسئلة الفرعية، والتي تجيب عن السؤال الرئيسي من ناحية الشكل والمضمون. وبناءً على البيانات التي ذكرت في الجداول السابقة التي تضمنت التحليل الكمي والكيفي توصل الباحث إلى جملة من النتائج من بينها حسب فئات الشكل وهي كالاتي:

- استخدم معد البرنامج من خلال تحليله للقضية المطروحة اللغة العربية بنسبة كبيرة بلغت 91.63% لأن القناة موجهة باللغة العربية وتهتم بشؤون الشرق الأوسط والعالم العربي، في حين تأتي اللغتين الإنجليزية والفرنسية ولغات أخرى بنسب ضئيلة لقلة استخدامها، حيث يتم ترجمتها من قبل مترجمين في القناة إلى اللغة العربية لكي يسهل للمشاهد فهم القضية المطروحة في البرنامج كون القضية موجهة للمشاهد العربي.
- كشفت الدراسة أن الحجم الزمن للقضايا في الحصص كان متقارب في البرنامج (عينة الدراسة) والذي ركز عليها معد البرنامج الذي لم يتجاوز 26 دقيقة لكل الحصص، في حين كان زمن القضايا الثلاثة الأولى السابقة في النتائج كان لها جزأين للقضية، أما القضيتين المتناولتين في حصتي "الصين ... تجارة اللقاح" و"ايران ،،،وجه النظام الدامي كانت لكلاهما حلقة واحدة فقط، وهذا حسب طبيعة القضية وتفاصيلها.
- تبين لنا من خلال الدراسة توظيف المؤثرات البصرية في البرنامج (عينة الدراسة) بنسب متفاوتة لكي يؤثر على المشاهد ودليل ذلك في دراسات علم النفس أن الصورة لها أثار نفسية وعقلية للمتلقي، حيث استخدم الجرافيكس بصورة جلية واحتل المرتبة الأولى في حصص عينة الدراسة بنسبة 25.63%، والتي تمثل شكل من أشكال معالجة صورية توضيحية للقضية المطروحة في شكلها القريب للإقناع ، كما استخدم الصور الفتوغرافية وهي من بين المؤثرات البصرية التقريبية للحدث وقدرت نسبة استخدامها بـ 23.10 %، في حين استخدم القائم بالاتصال أو معد البرنامج تقنية مرئية وهي شريط العناوين لأسماء الشخصيات الفاعلة CG في كل الحصص عينة الدراسة بنسبة17.41%، من اجل التعريف بالشخصيات الفاعلة في القضية، إضافة إلى تقديم عنوان خاص للقضية، كما قام بإقتباس شريط فيديو من الأرشيف بنسبة 16.14%، ويعود ذلك إلى طبيعة القضايا المتناولة في البرنامج لها علاقة بالقضية المعالجة الآنية، كما استخدم معد البرنامج الوثائق الرسمية في القضايا بنسبة 14.87%، لكي يبرهن ويستشهد بها. وفي الوقت نفسه حافظ معد البرنامج على الخصوصية الفردية الاجتماعية من خلال إخفاء ملامح وجه الشخصيات المتحدثة في القضية بنسبة 2.85%. تبين من خلال هذا أن فئات المؤثرات

البصرية كانت قريبة من بعضها ويرجع هذا لتوفرها بشكل كبير في البرنامج الاستقصائي، ونستنتج أن القائم بالاتصال حرص على توظيف كل المؤثرات البصرية للدلالة على قضية معينة وتعزيزها بالحجج والبراهين لإقناع المشاهد وتهيئته لفهم القضية.

- أظهرت نتائج التحليل (عينة الدراسة) في البرنامج أن معد البرنامج قد استخدم المؤثرات السمعية في مختلف القضايا المطروحة وهي كالاتي: الصوت الطبيعي للجو العام تم استخدمه بالدرجة الأولى في حصص البرنامج بنسبة 32.59%، للدلالة على الصوت الحي المحيط للحدث المصور، في حين برز صوت المقدم بنسبة 30.35% وهو عنصر محوري للبرنامج كونه المسؤول الأول عنة البرنامج، كما استخدم موسيقى ترهيبية بنسبة 28.43% في شكلها التدريجي، والتي من خلالها يُستدرج المشاهد و اتضحت ذلك في القضايا الحساسة منها الأحداث الدموية في إيران وقضية داعش وقتلة روسيا الجدد، ووظف كذلك موسيقى ترغيب بنسبة ضئيلة قدرت بـ 4.79% في حصة الصين تجارة اللقاح كون القضية تدور حولها شكوك عديدة ، مما دفع القائم بالاتصال إلى طرح وجهات نظر حول القضية للرأي العام. في حين تخلل البرنامج في حصصه لحظات الصمت بنسبة 3.83% في جميع القضايا لفترات زمنية متقطعة حسب الفواصل الصورية للأحداث.
- بينت الدراسة أن معد البرنامج وظف القوالب الفنية المستخدمة في القضايا المطروحة في البرنامج (عينة الدراسة) ، حيث احتل قالب الحديث الحواري نسبة أعلى قدرت بـ39.68%، كما استخدم معد البرنامج الاستقصائي هذا القالب بكفاءة عالية في حصصه، واتضح من خلال حوار القوى الفاعلة في الأحداث والقضايا التي تناولها البرنامج ودورهم في إنتاج الحدث، ثم يأتي القالب التقريري في المرتبة الثانية بنسبة قدرت بـ 33.33% باستخدام معد البرنامج وثائق رسمية وتوظيف مواقع رسمية وجعلها تقرير رسمي لتنسيق الأحداث في برنامجه، كما وظف قالب الاعتراف وتجلى ذلك في الاعترافات التي أدلى بها الأشخاص ذو العلاقة بقضية خاصة في قضية نساء وأطفال داعش وكتيبة النوفتشيك قتلة روسيا الجدد، ودعم معد البرنامج حصصه بالقالب القصصي بنسبة 2.12%،حيث استخدمه كأسلوب روائي للحدث بالمعلومات والآراء المتعلقة بموضوع الحصة وأغفل توظيف عوامل الصراع وإبراز الحقيقة ومرونة ترتيب المعلومات.

-أما فيما يخص نتائج الدراسة من ناحية المضمون فتمثلت كالتي:

- أظهرت نتائج التحليل أن القضايا التي تم تناولها في البرنامج (عينة الدراسة) والتي أخذت حيز كبير من المعالجة بالتساوي هي ثلاثة 3 قضايا بالترتيب قدرت نسبتها بـ20 % وهي قضايا مقسمة إلى حلقتين وتمثلت في الحصص الآتية "نساء داعش من الجحيم إلى المجهول" ج1وج2، والقضية الثانية "طريق الحرير الجديد .....حزام الصين الخانق" ج1.و ج2، و "قضية كتيبة النوفيتشوك...قتلة روسيا الجدد" ج1 وج2.ويرجع ذلك لأهميتها الاستراتيجية في منطقة الصراع الدولي والغربي تسليط الضوء عليها، ثم تأتي حصة "الصين ... تجارة اللقاح" وحصة ايران ،،،وجه النظام الدامي بنسبة متساوية قدرت بـ10 % لكل منهما. إذ يظهر لنا الانحياز الواضح في تناول المعالجة الإعلامية لقضايا الثلاثة السابقة دون أخرى.

- تميز اتجاه المعالجة لمعد البرنامج في تنوله للقضايا بدور المعارض بنسبة أعلى قدرت بـ 48.41 % وهي أكبر نسبة من بين الفئات الأخرى وهذا راجع إلى تأثير السياسية الإعلامية للقناة على مهنته وكذلك طبيعة القضية وخاصة قضية كتيبة النوفيتشوك قتلة روسيا الجدد وقضية إيران النظام الدامي وحصة الصين ...تجارة اللقاح والتي عارض فيها القائم بالاتصال تفاصيلها، وهذا لا يعكس مهنية واحترافية معد البرنامج، حيث فتح المجال لأصحاب التوجهات المعارضة لبعض القضايا لمطروحة في البرنامج (عينة الدراسة).
- كما ركز معد البرنامج على الشخصيات والقوى الفاعلة في حصصه بصورة جلية وهم الخبراء الأجانب والعرب و المسؤولين الحكوميين و العسكريين وهذا لطبيعة القضايا المتناولة ، في حين يجد الباحث أن فئة الشخصيات المعارضة هي من استحوذت على جل الحصص بنسبة 26.19% لتدل على معارضة شرسة لبعض سياسات الدول خاصة "تجارة اللقاح" و"قضية قتلة روسيا الجدد" وحصة "إيران النظام الدامي"، ولعل ذلك راجع إلى المنافسة الأمريكية للدول الأسيوية ومنها الصين وروسيا وإيران بمبدأ من أمريكا هي من تحكم العالم اقتصاديا وسياسيا، ويبرز ذلك من خلال الصراعات الدولية من خلال تناول الأحداث من زاوية معارضة أو مؤيدة ومحايدة، ضف إلى ذلك التصريحات المتهجمة والشرسة بين الغرب والشرق المتقدمين.
- بينت الدراسة أن معد البرنامج اعتمد على مصادر متنوعة للمعلومات للقضايا المختلفة (عينة الدراسة)، وهذا من أجل جمع المعلومات الموثوقة والرسمية، إذ احتلت فئة الخبراء والمتخصصون المرتبة الأولى بنسبة 37.03 %، تليها الوثائق الرسمية بنسبة 22.22 %، كما استند للخبراء الأجانب والعرب في تحليل بعض الجزئيات من القضية، واعتمد كذلك على شهود عيان والتي تساوت مع المسؤولين الحكوميين بنسبة 11.11%، في حين تنخفض نسبة توظيف المخبر السري ومعها فئة الموظفون نظرا لقلة الوصول لهما حسب طبيعة القضايا.
- أما الأماكن الجغرافية التي تناولها معد البرنامج في قضايا المطروحة (عينة الدراسة) فتمثلت في سوريا والعراق ولهما أكبر نسبة كانت بالتساوي قدرت بـ 25.99% ويرجع ذلك في القضية التي شغلت الرأي العام والمنطقة العربية المشرقية وهي قضية داعش ونسائهم كقضية محورية في تنظيم القاعدة، كما تتطرق إلى دول روسيا في المرتبة الثانية والتي حصلت على نسبة 86،19% ويعود هذا إلى أنها كانت محور قضية كتيبة النوفيتشوك قتلة روسيا الجدد المدعومين من جهات غير رسمية، ثم تليها دولة ايران في قضية نظامها الدامي ، وفي الأخير جمهورية الصين وهذا حسب طبيعة القضايا منها قضية تجارة اللقاح الخاص بوباء كورونا الذي تتهمه جهات رسمية وغير رسمية بالمتاجرة فيه من أجل مصالحها و المشكوك في مصداقيته الصحية و الطبية نحو الشعوب.
- أوضحت النتائج أن البرنامج(عينة الدراسة) وظف الأساليب الإقناعية، والتي تمثلت في العاطفية والعقلية والاستمالات التخويفية، حيث أظهرت نتائج التحليل أن معد البرنامج قد وظف أساليب الإقناع العاطفية بصورة جلية بالنسبة **لفئة الأساليب** الإقناعية العقلية تبين أن البرنامج استخدم أسلوب الاستشهاد بالمصادر الموثقة في المرتبة الأولى بنسبة 31.29% ويرجع ذلك إلى التأثير في الجمهور وإقناعهم

بصدق المعلومة وحقيقة القضية المطروحة، كما عزز معد البرنامج القضية بأسلوب تقديم الأرقام والإحصائيات بنسبة 17% ، ويشير ذلك إلى أهمية القضية لتفسير بعض المعطيات في القضية المطروحة. في حين اعتمد معد البرنامج في أسلوبه على تقديم أسباب وتفسيرات للقضية بنسبة 15.65% والتي احتلت المرتبة الثالثة، وهذا من اجل إعطاء القضية قيمة إعلامية لكي تصل الرسالة الإعلامية للمشاهد. كما وظف أسلوب التأكيد على وجهة نظر أخرى في المرتبة الرابعة بنسبة 13.61%، وهذا من اجل إعطاء فرصة للمتدخلين عبر البرنامج لإبداء رأيهم في قضية معينة. واستخدم أسلوب تقديم الشعارات بنسبة 10.20% في المرتبة الخامسة، ويتضح ذلك في بعض القضايا خاصة قضية داعش ونسائه هناك لافتات العلم وشعارات تنظيم الدولة الإسلامية وبالإضافة إلى شعارات مستخدمة في قضية إيران وجه النظام الدامي الرافضة لحكم إبراهيم رئيسي، في حين اعتمد على أسلوب أسلوب بناء النتائج على مقدمات بنسبة 8.16% ويأتي في المرتبة السادسة ، حيث عمد القائم بالاتصال بناء بعض نتائجه على المقدمات في الحصص حول القضية لأن المقدمة عادة ما توضح صورة القضية وما يريده القائم بالاتصال من القضية والبرنامج ككل. كما وظف البرنامج أسلوب التنكر واستخدام الكاميرا السرية بنسبة 6.08% نظرا لخصوصية القضية، وهذا الأسلوب يستخدم عادة في حالة الحاجة للحصول على المعلومة التي عادة ما يخفيها البعض عمدا، ويبدو أن مُعد البرنامج استخدم أسلوب التخفي والتنكر بنسبة أقل من الأساليب الأخرى وهذا يعود إلى طبيعة القضايا المتناولة في البرنامج.

- تبين كذلك من الدراسة أن البرنامج وظف الأساليب الإقناعية العقلية والتي تمثلت في أسلوب عرض الرأي على أنه حقيقة بنسبة 36.91% في المرتبة الأولى، وهي أغلب الاستمالات السائدة في البرنامج التي وظفها معد البرنامج وجعلها حقيقة واقعة في البرنامج نحو المشاهد. كما وظف البرنامج أسلوب إعطاء الأمثلة بنسبة 16.78% في المرتبة الثانية، ويرجع ذلك لتدعيم القضية بمثال قديم مناسب مع طبيعة القضية لإضفاء عنصر التعزيز التأكيد، كما اعتمد معد البرنامج على أسلوب توظيف الإشارات والرموز بنسبة 16.11%في المرتبة الثالثة، للدلالة عن معاني الرسالة الإعلامية، والتي اتضحت في الحصة التي تناولت قضية نساء داعش حصة إيران النظام الدامي. ووظف أسلوب تكرار العرض لبعض الفقرات بنسبة 12.75%، ولعل تكرار بعض الفقرات هو من اجل خلق صورة ذهنية واتجاه معين لدى المشاهد عن قضية معينة وتذكيره وإقناعه بالحدث وتأكيد على القضية المتناولة. كما استخدم أسلوب تقديم الاستعارات ووصف الأحداث بنسبتي 9.40%، 8.05%، وهذا للتعبير عن القضايا الحساسة والغامضة في شكل أساليب لغوية ودلالات لفظية وصيغ أفعال التفضيل خاصة في قضية إيران النظام الدامي وقضية نساء داعش من الجحيم إلى المجهول وكتيبة النوفيتشوك قتلة روسيا الجدد.
- أوضحت لنا النتائج فيما يخص فئة استمالات التخويف أن معد البرنامج قد استخدم في برنامجه مختلف الاستمالات وفي كل حصصه التي دارت على قضايا غامضة، ومع ذلك نجد في المرتبة الأولى من فئة الاستمالات هي خلق التوتر في نفسية المشاهد والتي استخدمها البرنامج لترهيب المشاهد بنسبة 47.83 %، كما استخدم أسلوب مثيرة للقلق اتجاه قضية خاصة، حيث استهدف القائم بالاتصال من خلالها مباشرة المشاهد في قضية تخصه أو تهمه، حيث حصل هذا الأسلوب على نسبة قدرت بـ23.91%.

كما وظف البرنامج صور وفيديوهات وأحداث مقلقة تخلق الشعور بالوحدة مثل وفيات وباء كورونا في حصة "الصين تجارة اللقاح" إزاء مشكلة معينة بنسبة 13.04% في المرتبة الثالثة، أما الفئة الأخيرة والتي استخدم فيها معد البرنامج أسلوب إدراج بعض الصور أو تصوير حدث مخيف (قتل، تعذيب، انفجارات عنيفة) بنسبة 15.22%. والتي شهدها الباحث في البرنامج من خلال القضايا المتناولة، خاصة في حصة التي تناولت كتيبة النوفيتشوك ... قتلة روسيا الحدد وقضية نظام الدامي لإيران. خاصة وتطرق الباحث في الحصة التي تناولت قضية الصين ... تجارة اللقاح، حيث أثرت خطورة الوباء في نفسية الشعوب وخلق الذعر فيهم عندما ظهر وتفشى وباء كورونا أواخر سنة 2019، والذي حير العلماء من الأطباء الذين سارعوا لمحاصرته من خلال التجارب السريرية والتي مرت بمراحل عدة إلى غاية انخفاض نسبة الإصابات في العالم ولتنخفض نسبة الإصابات مع بداية سنة 2022، وكذا قضية نساء داعش الذي تضمن العديد من عناصر التخويف منها القتل والاغتصاب والإجهاض وغيرها.

- أفرزت لنا نتائج تحليل القيم الإخبارية إلى أن قيم الصراع حصلت على نصف النسب المئوية مقابل القيم الأخرى في البرنامج عينة الدراسة والتي سجلت أعلى نسبة قدرت بـ 50 %، حيث تجلت قيمة الصراع في قضية نساء داعش وأطفالهم وعودتهم إلى بلدانهم العربية بين قبول ورفض حكوماتهم العربية، كما نجد هذه القيمة في قضية إيران .... وجه النظام الدامي والذي تمثل في الانتفاضة الشعبية ضد تنصيب " إبراهيم رئيسي " رئيسا لإيران بسبب ارتكابه جرائم ضد الإنسانية، والذي خلق صراع تم ملاحظته من خلال الأساليب الإقناعية في عينة الدراسة، كما استنبطنا قيمة الإثارة بنسبة 25%، والتي هدفت إلى جذب الجمهور خاصة في قضية "الصين تجارة اللقاح"، واستنتجنا كذلك قيمة الاهتمامات الإنسانية بنسبة 18.75 % والتي لحضناها في قضية "نساء وأطفال داعش من الجحيم إلى المجهول". كما ورد في البرنامج قيمة الآنية والحداثة بنسبة ضئيلة لأن البرنامج مسجل في قالب تحقيق تلفزيوني يتناول قضايا غامضة التي لا تزال في التحقيق، والتي رأينها في قضية "الصين تجارة اللقاح" وقضية "نساء داعش"، التي قدمها البرنامج في شكل مستجدات عن الأحداث.

سادسا: خاتمة

في ختام هذه الدراسة التي حاولنا فيها معرفة الأساليب الإقناعية التي استخدمها معد برنامج "الحرة تتحرى" على قناة الحرة الإخبارية من خلال دراسة تحليلية لعينة من نفس البرنامج التلفزيوني الاستقصائي، والتي تبين فيها أن القناة تمارس الإقناع بهدف التأثير في المشاهد، باعتبار الإقناع عملية لا يمكن الاستغناء عنها في تصميم التحقيق التلفزيوني لمختلف القضايا، بمختلف الأساليب الإقناعية التي يعتمد عليه معد البرنامج لتوصيل المعنى وحقيقة القضية إلى المشاهد أو المتلقي للرسالة الإعلامية.

كما لاحظنا التعدد في استخدام هذه الأساليب والاستمالات من عاطفية وعقلية واستمالات التخويف بأسلوب يتماشى وطبيعة موضوع لكل قضية غامضة لتوضيحها وإنارة الرأي العام والخاص، وبناءً على النتائج السابقة تبين أن برنامج الحرة تتحرى (عينة الدراسة) استخدم الأساليب الاقناعية العقلية والذي ركز على مستوى إدراك المشاهد وتمكنه من فهم القضية وإقناعه بمجموعة من الأفكار والآراء من خلال أسلوب تقديم القضية بمعطيات إحصائية وموثقة من مصادرها لكي يسهل على المشاهد فهما واستيعابها والوثوق بها، كما إستخدم بكثرة الأساليب الإقناعية العاطفية كونها تركز على العاطفة في عملية إقناع جمهور المشاهدين وللوصول إلى أكبر نسبة من الإقناع والتوعية، كما اعتمد على استمالات التخويف على أساس أنها تؤثر في نفسية المشاهد والمتلقي للرسالة الإعلامية، وموضوع الأساليب الإقناعية في البرامج التلفزيونية الاستقصائية غير مدروس سابقا من ناحية قالب التحقيق التلفزيوني أو الاستقصائي.

كم برزت القيم الإخبارية، والتي تمثلت في الصراع بنسبة كبيرة من خلال الأساليب الإقناعية في البرنامج التلفزيوني الاستقصائي، بينما ظهرت قيم الاهتمامات الإنسانية والإثارة بنسب متقاربة، وهي قيم تهدف بالأساس إلى جذب الجمهور وإبهاره عاطفيا ومن ثمة تزويده بمعلومات عن القضية.

وعليه فقد تميز البرنامج بالانحياز لطرف على حساب الآخر وافتقارها للمهنية، وقلما كان البرنامج محايد في بعض القضايا، وعلى هذا الأساس كل قناة تلفزيونية تخدم سياسة الدولة المنتمية لها، كما رأيناها في قناة الحرة كونها أمريكية الأصل تم إنشائها في العراق بداعي نشر الديمقراطية والمناداة بالحرية، وعلى أساس أنها مهتمة بتقرير مصير شعوب المنطقة العربية وهو عكس ذلك عند مشاهدة مضامينها الإخبارية، إلا أنها تتوفر على إمكانيات كبيرة في مجال تصوير والإخراج الفني، ومعالجة الأحداث الآنية لكن تبقى هذه العمليات الإعلامية تعبر عن وجهة نظر القائم بإعداد البرامج وسياسة المؤسسة الإعلامية.

سابعا: توصيات الدراسة:

نقترح في هذه الدراسة بعض التوصيات وهي كالآتية:

-تقيد القنوات الإخبارية بأخلاقيات المهنة الإعلامية دون الانحياز إلى جهة على جهة أخرى، خاصة في توجه برامجها المختلفة وخاصة الاستقصائية على قناة الحرة الإخبارية.

-يجب أن تتجنب القنوات الإخبارية خاصة قناة الحرة استخدام بعض الأساليب الإقناعية بهدف جذب الجماهير لمصلحة خاصة في منطقة ما، بهدف تنفيذ أجندات مصلحة شخصية وتغليبها على المصلحة العامة.

-عدم المبالغة في استخدام الاستمالات العاطفية في البرامج التلفزيونية الاستقصائية بقناة الحرة الإخبارية، لأنها تخلق القلق والتوتر في نفس المشاهد وتجعله محاط بعالم يسوده الظلام والحروب وغيرها، وبالتالي تكون له صورة ذهنية سلبية عن الواقع الحقيقي.

-يجب أن يتوازن استخدام الأساليب الإقناعية والاستمالات العاطفية في البرامج الاستقصائية في مختلف القضايا، خاصة المتناولة في برنامج الحرة تتحرى على قناة الحرة الإخبارية.

-ضرورة تناول القنوات الإخبارية للقضايا المختلفة بالشكل الاحترافي والمهني، دون إغفال قضايا وإبراز قضايا من اهتمامات سياسة الدولة التي تنتمي لها القناة كما قامت بها قناة الحرة في برامجها نحو روسيا والصين.

قائمة المراجع:

1. الصفحة الرسمية لقناة الحرة الاخبارية. (2022). تاريخ الاسترداد 30 03, 2022، من الموقع الالكتروني لقناة الحرة الاخبارية: https://www.alhurra.com/watch/programs
2. أمينة بكار . (2019-2020). الأساليب الاقناعية في البرامج الحوارية السياسية بالقنوات الفضائية الإخبارية –دراسة تحليلية لبرنامج "الاتجاه المعاكس" بقناة الجزيرة الإخبارية. الجزائر: جامعة محمد لمين دباغين -سطيف-.متوفرة على الموقع الالكتروني:http://dspace.univ-setif2.dz/xmlui/handle/123456789/1551
3. بشرى داود سبع. (30 ديسمبر, 2019). أساليب المعالجة الإعلامية للقضايا السياسية في البرامج التلفزيونية الاستقصائية برنامج (ما خفي أعظم من قناة الجزيرة) أنموذجا. مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 03(العدد 12).
4. ذهبية سيدهم . (2004-2005). الأساليب الاقناعية في الصحافة المكتوبة الجزائرية (دراسة تحليلية للمضامين الصحية في جريدة الخبر). الجزائر: جامعة منتوري قسنطينة.متوفرة على الموقع الالكتروني: https://bu.umc.edu.dz/theses/sociologie/ASID1859.pdf
5. سعيدة أبرادتشة. (2008-2009). الاستمالات الاقناعية في الاعلان المتلفز- دراسة تحليلية في مضمون اعلانات قناة MBC. كلية العلوم الانسانية. الجزائر: جامعة منتوري قسنطينة.متاحة على الرابط: https://bu.umc.edu.dz/theses/sc-information/AHAN2428.pdf
6. سلام عبد المهدي كريـم الجبـوري. (2013-2014). دور قناتي الحرة والـ BBCالفضائيتين الناطقتين باللغة العربية في إثارة الوعي السياسي لدى طلبة الجامعات في الأردن والإمارات -دراسة مقارنة-. الأردن: جامعة البترا.
7. سمير محمد حسين. (1995). بحوث الإعلام. القاهرة: عالم الكتب.
8. عامر مصباح. (2006). الإقناع الإجتماعي خلفيته النظرية وأليات العملية (المجلد 02). الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.
9. عبود كشكول. (2015). أساليب الإقناع الدعائي في الحملات الانتخابي. الإمارات: دار الكتاب الجامعي.
10. علي برغوث. (2005). الإتصال الاقناعي مذكرة تعلمية. غزة: جامعة الأقصى.
11. محمد عبد الحميد. (2009). تحليل المحتوى في بحوث الإعلام. بيروت: دار ومكتبة الهلال.
12. نزهة حنون . (2007-2008). الاساليب الاقناعية في الصحافة المكتوبة ميثاق السلم والمصالحة الوطنية (دراسة حالة لجريدتي النصر والخبر). الجزائر: جامعة منتوري قسنطينة. متاحة على الرابط: http://193.194.84.143/handle/123456789/129589