

اتجاهات النخبة الكوردية نحو دور برامج الحوار التلفزيوني
في دعم عمليات التغيير الاجتماعي
برنامج (Legel Renj*) نموذجاً
(دراسة ميدانية)

إعداد

د. هيمن مجيد حسن & د. إبتسام إسماعيل عبد الله

قسم الأعلام/جامعة السليمانية

المقدمة :

أكدت الكثير من الوقائع والتجارب بأن العمليات الإتصالية ليست عبارة عن إفرازات وظائفية أحادية الجانب ، أي إنها لم تعد مقتصرة على نقل الأخبار والتبادل المعلوماتي فقط، بل إنها عملية تفاعلية متكاملة محتوية على فعاليات حيوية متعددة الإتجاهات والوظائف ولم تبقى الوظيفة الأخبارية عنوانها الدائم والوحيد لها، كما كانت شأنها في الماضي. من هنا، فالفعل الإتصالي أصبح موجهاً مؤثراً لا يستهان به لكثير من العمليات والتفاعلات التي تحدث في المجتمع، وخصوصاً في عمليات التغيير السريعة التي من ورائه التطورات التكنولوجية المستمرة . ولكن مع ذلك، لا يمكن أن نكون لها متفرجين سلبيين لا نحرك ساكناً، ذلك تحسباً لما يفرزها ظاهرة (الإتصام الإعلامي) (**).

كما وحّد شريحة النخب كمجتمع للدراسة الميدانية، ذلك لأنهم الأجدر والأكفأ في إبداء الآراء تجاه الظواهر الحساسة يمثل حساسية موضوع هذا البحث وتداعياتها، فضلاً عن خصائصهم الفئوية المعرفية والإدراكية الواسعة.

أولاً: الإطار المنهجي للبحث :

الدراسات السابقة :

1- دراسة ديونتي جينتري Edunety Gentry (٢٠١٣) بعنوان: "البرامج الحوارية بالفتوات الفضائية وتأثيرها على المعتقدات الاجتماعية للمراهقين"، أجريت الدراسة على عينة من طلاب الجامعات بولاية ميتشجان، قوامها (320) مفردة، ممن تتراوح أعمارهم ما بين (18-21 عاماً)، ومن أهم نتائجها: إن (90,6%) من أفراد العينة يشاهدون البرامج الحوارية بتلك الفتوات، وإن (58,4%) منهم يفضلون مشاهدتها "مع أفراد أسرهم"، وإن (51,6%) منهم يفضلون مشاهدتها خلال "الفترة الممتدة". وجود علاقة دالة إحصائياً بين معدل مشاهدة أفراد العينة للبرامج الحوارية بالفتوات الفضائية، وتكرار سلوكياتهم المنحرفة. وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين نوع المراهقين "ذكوراً، وإناثاً" المشاهدين لهذه البرامج، في مدى وعيهم بمعاناة الآخرين اجتماعياً، وذلك لصالح الإناث.

2- دراسة جون بيركز Jone Berkz (٢٠١٣) ، بعنوان: "البرامج الحوارية بالفتوات الفضائية الأمريكية ودورها في تزويد الشباب بالمعلومات" أجريت الدراسة على عينة من المراهقين قوامها (400) مفردة، ممن تتراوح أعمارهم ما بين (18-21 عاماً)، ومن أهم نتائجها: إن (94,1%) من أفراد العينة يشاهدون الفتوات الفضائية الأمريكية، وإن (93,6%) منهم يشاهدون البرامج الحوارية بتلك الفتوات، وإن (65,3%) منهم يفضلون مشاهدة هذه البرامج "مع أفراد أسرهم"، وإن (47,8%) منهم يفضلون مشاهدتها خلال "فترة السهرة". وجود علاقة دالة إحصائياً بين معدل مشاهدة أفراد العينة للبرامج الحوارية المقدمة بالفتوات الفضائية، واكتسابهم لمختلف المعلومات.

3- دراسة هنري فرانكو Hanary Faranko (٢٠١٢) ، بعنوان: "مضمون البرامج الحوارية بالفتوات الفضائية وتأثيرها على المراهقين"، أجريت الدراسة على عينة من الشباب قوامها (240) مفردة، ممن تتراوح أعمارهم بين (18-21 عاماً)، ومن أهم نتائجها: إن (89,8%) من أفراد العينة يشاهدون البرامج الحوارية المقدمة بالفتوات الفضائية، وإن (57,3%) منهم يفضلون مشاهدتها "مع أفراد أسرهم"، وإن (57,4%) منهم يشاهدون هذه البرامج "من بدايتها إلى نهايتها". وجود علاقة ارتباطية دالة

** وهي ظاهرة بنيوية لطبيعة النسق الإتصالي، والتي هي إنعكاس ابينها البشرية المنفصلة وفقاً لطبيعتها البنيوية المزدوجة المعبرة عن بعديها التكامليين هما (الرنيلة والفضيلة) ، والتي تتجسد في الفضاء الإعلامي من خلال الوظائف الإيجابية والوظائف السلبية التي يطلق عليها البعض (الخلل الوظيفي).

- إحصائياً بين معدل تعرض أفراد العينة لمشاهدة مضمون البرامج الحوارية، ومشاركتهم للحكومة في معالجة قضايا المجتمع. وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين كل من: النوع "ذكوراً، وإناثاً"، والمستوى الاجتماعي الاقتصادي لأفراد العينة، في كيفية مشاركتهم للحكومة في معالجة مختلف قضايا المجتمع.
- 4- دراسة فايزة طه عبد الحميد (2011) ، بعنوان: "البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية العربية وعلاقتها بمستوى معرفة المراهقين بالأحداث الجارية"، أجريت الدراسة على عينة من شباب الجامعات، قوامها (400) مفردة، ممن تتراوح أعمارهم ما بين (18-21 عاماً)، ومن أهم نتائجها: إن (85,8%) من أفراد العينة يفضلون مشاهدة البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية، وإن (64,7%) منهم يفضلون مشاهدة هذه البرامج "مع أفراد أسرهم"، وإن (56,1%) منهم يفضلون مشاهدتها خلال "الفترة الممتدة". جاءت "القضايا السياسية" في مقدمة القضايا التي تناولتها البرامج الحوارية بنسبة (69,7%). وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين نوع المراهقين "ذكوراً، وإناثاً" المشاهدين للبرامج الحوارية، في مستوى معرفتهم بالأحداث الجارية، وذلك لصالح الذكور.
- 5- دراسة دانا بارنلد Dana Brendal (2010) ، بعنوان: "تأثير البرامج الحوارية السياسية بالقنوات الفضائية على الشباب الأمريكي"، أجريت الدراسة على عينة من الشباب قوامها (350) مفردة، ممن تتراوح أعمارهم ما بين (18-21 عاماً)، ومن أهم نتائجها: إن (93,6%) من أفراد العينة يشاهدون القنوات الفضائية، وإن (91,3%) منهم يشاهدون البرامج الحوارية السياسية بتلك القنوات، وإن (53,6%) منهم يفضلون مشاهدة هذه البرامج "مع أفراد أسرهم". جاءت "الموضوعات السياسية" جاءت في مقدمة أنواع الموضوعات التي يشاهدونها بتلك البرامج بنسبة (71,9%). وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين معدل تعرض أفراد العينة لمشاهدة البرامج الحوارية السياسية المقدمة بتلك القنوات، وتأثرهم بالمضمون المقدم ببرامج تلك القنوات.
- 6- دراسة سارة نصر عبد الباقي (2010) ، بعنوان: "معالجة القضايا المصرية في البرامج السياسية بالقنوات الفضائية وعلاقتها باتجاهات الجمهور نحو الحكومة"، أجريت الدراسة على عينة تحليلية من برامج "الفضائية المصرية، دريم2، دبي، الساعة"، وعلى عينة من الجمهور مشاهدي البرامج السياسية، قوامها (400) مفردة، ومن أهم نتائجها: جاء برنامج "لقاء الأسبوع" في مقدمة برامج الحوارية السياسية المهمة بعرض القضايا السياسية. إن "الموضوعات السياسية" جاءت في مقدمة أنواع الموضوعات التي يحرص أفراد العينة على مشاهدتها بتلك البرامج بنسبة (78,5%)، وإن (58,9%) منهم يشاهدون هذه البرامج "من بدايتها إلى نهايتها". وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين كل من: انتظام تعرض أفراد العينة للبرامج السياسية، وتقييمهم لأداء هذه البرامج، وبين مستوى تفهمهم في الحكومة.
- 7- دراسة زكريا إبراهيم الدسوقي (2009) ، بعنوان: "قضايا الفساد كما تعكسها البرامج الحوارية في القنوات الفضائية"، أجريت الدراسة على عينة تحليلية من البرامج الحوارية "العاشرة مساءً بقناة دريم، و90 دقيقة بقناة المحور"، وذلك لمدة ثلاث أشهر، وعلى عينة من المراهقين قوامها (400) مفردة، ممن تتراوح أعمارهم ما بين (18-21 عاماً)، ومن أهم نتائجها: ركزت المعالجة الإعلامية للقضايا في البرامج الحوارية على عرض الموضوع فقط دون تقديم حلول لها. إن (91,8%) من أفراد العينة يشاهدون البرامج الحوارية. جاءت "الموضوعات السياسية" في مقدمة أنواع الموضوعات التي يشاهدونها في البرامج الحوارية بنسبة (76,3%).
- 8- دراسة ريهام سامي حسين (2008) ، بعنوان: "دور البرامج الحوارية في القنوات الحكومية والخاصة في ترتيب أولويات القضايا المجتمعية لدى الجمهور المصري"، أجريت الدراسة على عينة تحليلية من برنامجي "العاشرة مساءً، و90 دقيقة"، وذلك لمدة ثلاث أشهر، وعلى عينة من الجمهور المصري قوامها (420) مفردة، ممن تتراوح أعمارهم ما بين (18-21 عاماً)، ومن أهم نتائجها: اهتمام

البرامج الحوارية بالقضايا السياسية والاجتماعية. إن (95,2%) من أفراد العينة يشاهدون البرامج الحوارية بتلك القنوات، وإن (52,3%) منهم يفضلون مشاهدة هذه البرامج خلال "الفترة الممتدة"، وإن (62,7%) منهم يشاهدون هذه البرامج "من بدايتها إلى نهايتها". وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين أجنحة البرنامج الحوارية الحكومي، وأجنحة البرنامج الحوارية الخاص بالنسبة للقضايا التعليمية وقضايا الخدمات.

٩ - دراسة مروى ياسين (٢٠١٢) حول "المسئولية الاجتماعية للبرامج الحوارية التلفزيونية في معالجة قضايا ثورة ٢٥ يناير؛ دراسة تحليلية"^{١١}، تتبلور المحاور البحثية من خلال الكشف عن مدى التزام الأداء الإعلامي بالبعد المجتمعي، والمهني، والأخلاقي في ضوء نظرية المسئولية الاجتماعية، والكشف عن مدى انعكاس ذلك علي معالجة قضايا ثورة ٢٥ يناير المصرية.

١٠ - دراسة ريهام سامي حسين يوسف (٢٠٠٨) بعنوان " دور البرامج الحوارية في القنوات الحكومية والخاصة في ترتيب أولويات القضايا المجتمعية لدى الجمهور "^{١٢}. تسعى هذه الدراسة إلى الكشف عن دور البرامج الحوارية في ترتيب أولويات القضايا المجتمعية وذلك من خلال التعرف على أجنحة القضايا المجتمعية، وذلك من خلال التعرف على أجنحة القضايا المجتمعية بما في البرامج الحوارية بالقنوات الخاصة والحكومية ومقارنتها بأجنحة القضايا المجتمعية لدى الجمهور المصري.

١١ - دراسة أمال حسن الغزاوي (٢٠٠٨) بعنوان: " المسئولية الاجتماعية للبرامج الحوارية التلفزيونية اليومية في تناول الأداء الحكومي دراسة تحليلية ". تسعى هذه الدراسة إلى تحليل الجوانب المهنية والأخلاقية التي تعكسها البرامج الحوارية على القنوات الفضائية الحكومية والخاصة و كذلك نوعية الموضوعات والقضايا و المتعلقة بالأداء الحكومي.

دراسة رانيا أحمد (٢٠٠٧) بعنوان "مدى اعتماد الشباب على برامج الرأي في معرفة مشكلات المجتمع المصري "^{١٣}. تستهدف هذه الدراسة التعرف على مدى اعتماد الشباب على برامج الرأي في معرفة مشكلات المجتمع المصري

١٢ - دراسة جيلان عبد الرازق (٢٠٠٤) بعنوان " أساليب تغطية القضايا في برامج الرأي المذاعة على الهواء Talk Show في القنوات الفضائية العربية "^{١٤}. تستهدف هذه الدراسة رصد تأثيرات تحول نمط ملكية الإعلام العربي من الإعلام الحكومي إلى الخاص. كما تسعى هذه الدراسة إلى رصد أساليب تغطية القضايا العربية في برامج الرأي المذاعة على الهواء و التي تبث من خلال القنوات الفضائية

١٣ - دراسة Nab & Hendriks (2003) حول " تأثيرات الإقناعية للقطات ردود الفعل كل من المذيع والجمهور الموجود داخل الاستديو في برامج الرأي التلفزيونية "^{١٥}. تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على تأثيرات ردود فعل كل من المذيع والجمهور غير اللفظية وأثر ذلك على اتجاهات الجمهور. حيث تركز الدراسة حول معرفة مدى تأثيرات ردود فعل كل من المذيع والجمهور الموجود داخل الاستديو على اتجاهات المشاهدين نحو الموضوع المعروض.

١٤ - دراسة وليد فتح الله (٢٠٠٣) بعنوان " تعرض الصفوة المصرية لبرامج الرأي في القنوات التلفزيونية العربية "^{١٦}. تستهدف هذه الدراسة إلى رصد مدى تعرض و تقييم الصفوة لبرامج الرأي في القنوات التلفزيونية المصرية والعربية.

١٥ - دراسة عادل عبد الغفار خليل (٢٠٠٣) بعنوان " أبعاد المسئولية الاجتماعية للقنوات الفضائية المصرية الخاصة دراسة تطبيقية على برامج الرأي المقدمة بقناة دريم ٢ ". تسعى هذه الدراسة في جانبها التحليلي إلى التعرف على حدود وأبعاد المسئولية الاجتماعية والأخلاقية والمهنية في قناة دريم ٢. حيث ارتكز التحليل على برامج الرأي المقدمة من خلال هذه القناة.

١٦ - دراسة ROSSLER & BROSIUS (٢٠٠١) حول " تأثيرات برامج الـ Talk Show على إدراك المراهقين ونظرتهم للواقع الاجتماعي " ^{vii} تهدف هذه الدراسة إلى اكتشاف العلاقة بين محتوى برامج الرأي و الغرس الثقافي. حيث تسعى الدراسة إلى التعرف على تأثير تعرض البالغين من الطلاب لبرامج الـ Talk Show ، وخاصة فيما يتعلق بمعالجة بعض القضايا الشائكة كالشذوذ الجنسي.

١٧ - دراسة Frisbee (١٩٩٩) (viii) حول " دراسة في نظرية المقارنة الاجتماعية لتفسير دوافع مشاهدة برامج الـ Talk Show ". تسعى هذه الدراسة إلى معرفة دوافع ، وأسباب مشاهدة الجمهور لبرامج الرأي الـ Talk Show .

١٨ - دراسة Davis & Lousie (١٩٩٨) حول " تأثيرات مشاهدة برامج الرأي على البالغين " ^{ix}. تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على تأثير التعرض لبرامج الرأي، على إدراك الشباب للواقع الاجتماعي. كما استهدفت الدراسة الكشف عن آراء واتجاهات الشباب حول عدد من القضايا الاجتماعية، وكذلك سعت إلى معرفة عادات وأنماط التعرض لبرامج الرأي التلفزيونية.

أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

أمكن للباحث الاستفادة من مراجعة الدراسات السابقة في عدد من الجوانب أهمها ما يلي:

- تحديد الجوانب التي لم تهتم الدراسات السابقة بحثها، من أجل تناولها بالبحث والدراسة، حتى يمكن لهذه الدراسة ان تضيف الجديد للتراث البحثي العربي في هذا المجال.
- تعميق مشكلة الدراسة وبلورتها.
- صياغة تساؤلات الدراسة بناء على نتائج الدراسات السابقة، والتي ساعدت في تحديد التساؤلات البحثية الخاصة بهذه الدراسة.

مشكلة البحث وأهميته :

تعد عمليات التغيير الاجتماعي من العمليات التي تحدث أينما وُجدت المجتمعات الإنسانية، حيث كانت دائماً من المواضيع التي تتمحور حولها معظم نقاشات أفرادها، وخصوصاً النخب القائدة لها، أي لعمليات التغيير. من هنا وعلى خلفية ما تقدم، حُدِّتْ معضلة (عدم وضوح الدور الذي يلعبها البرامج الحوارية التي تعرضها الفضائيات الكوردية في دعم عمليات التغيير الاجتماعي وتوجيهه في إقليم كردستان)، مشكلة لهذا البحث.

تستمد هذه الدراسة أهميتها من أهمية عناصره الأساسية المتكفئة في تكوينين مكملين لبعضهما البعض، أي الإعلام والتغيير، حيث تجمعهما معادلة التأثير والتأثر، والتي هي رمز للعلاقة الإرتباطية الصميمية للبنائي التحتي والفوقي معاً لجميع المجتمعات، والتي منها المجتمع الكوردي، فضلاً عن أنها من الدراسات الكوردية القلائل في هذا المضمار، والتي يمكن أن تكون ذو فائدة لأصحاب الاختصاصات المماثلة.

• أهداف البحث :

- يهدف هذا البحث إلى تحقيق مجموعة من الأهداف التي من ورائه نتعرف على نوعية ومضامين الدعم والإسهامات التي قدمتها البرامج الحوارية في عمليات التغيير الاجتماعي والتأكد منها. أي إنها يهدف إلى:
١. التأكد من دعم البرامج الحوارية لإحداث التغيير المعرفي لدى مشاهديها.
 ٢. الكشف عن الاستراتيجيات التي يتم من خلالها دعم البرامج الحوارية لعمليات التغيير المعرفي.
 ٣. التأكد من دعم البرامج الحوارية لإحداث التغيير في سلوك مشاهديها.
 ٤. الكشف عن الاستراتيجيات التي يتم من خلالها دعم البرامج الحوارية لعمليات التغيير السلوكي.

٥. التأكد من دعم البرامج الحوارية لإحداث التغيير في قيم مشاهديها.
٦. الكشف عن الستراتيجيات التي يتم من خلالها دعم البرامج الحوارية لعمليات التغيير القيمي.
٧. التأكد من مصداقية البرامج الحوارية لدى مشاهديها.

• نوع البحث ومنهجه وأداته :

ينتمي هذا البحث إلى البحوث الوصفية، والتي من خلالها يتم دراسة المعطيات التي تتعلق بالمتغيرات الأساسية لموضوع البحث وتوضيحها، بهدف الوصول إلى ما يُسهّل إستيعاب إرتباطاتها بغيرها من الظواهر المجتمعية (عمار بوحوش ومحمد محمود ذنبيات، ١٩٨٩، ص ١٣٩). كما ولتحقيق أهدافه، أي هذا البحث، وبالأخص مايتعلق ببعده الميداني وإدراك النتائج المرجوة منها، أُعدت المنهج المسحي الذي تتلائم مع هذا الغرض وفق ما أكدتْها العديد من الدراسات السابقة (محمد عبدالحميد، ١٩٩٣، ص ١٢٤). وقام الباحثان بتصميم إستمارة جمع المعلومات (الإستبانة) من المبحوثين، وفق نتائج الإستطلاع الذي أُجريت سابقاً على عدد من أفراد العينة المفترضة عشوائياً.

• الصدق والثبات :

إعتماداً على الصدق الظاهري، عُرِضت الإستبانة المُصممة على عدد من المُحكّمين^(*) للتأكد من صلاحيتها للموضوع المستهدف في البحث، حيث تم إجراء التعديلات الضرورية وفق ملاحظاتهم التي أبدوها تجاه فقراتها، وتمّ أقرّوا عليها بعد أُعيدت إليهم لغرض التأكد منها. أما فيما يتعلق بـ(الثبات)، أُستُخدم أسلوب مُعاودة الإختبار مُستعيناً بمُعادلة (هولستي) لإدراك درجة ثبات الأستبيان، إذ بلغت (٠,٨٨٧٤٣)، وهي درجة مقبولة.

• حدود البحث :

شملت حدود البحث المجالات الأساسية المتمثلة في المجال المكاني أولاً، والذي تجسد في محافظات إقليم كردستان الثلاث (السليمانية، هولير/أربيل، دهوك) والمجال الزماني ثانياً، والذي تجسد في الدورة البرامجية من (١٢/١-٢٠١٤/٣/١) لفضائية (روداو) وماعرضتها من خلالها من حلقات برنامج (لقطعة رتج/)، والمجال البشري ثالثاً، والذي تجسد في شريحة النخبة في الإقليم، ذكوراً وإناثاً.

• مجتمع البحث وعينته :

يتكون مجتمع هذا البحث من النخب المعرفية في إقليم كردستان، ذكوراً وإناثاً، وبالأخص في مجالات (التدريس الجامعي والأدب والفن والثقافة العامة والصحافة)، حيث تم إختيارهم عمدياً وبشكل مقصود، نظراً لخفيتهم المعرفية والثقافية الأكثر ثراءً من غيرهم. أما فيما يتعلق بالعينة، فضل الباحثان أن يُحددان عمدياً (100) مبحوثاً ومبحوثة، حيث يكون (٤٠%) منهم من محافظة السليمانية و(٣٥%) منهم من محافظة أربيل و(٢٥%) من محافظة دهوك، عينة لهذا البحث، ذلك وفقاً لعدد المقاعد البرلمانية المخصصة لمحافظة العراق وإقليم كردستان ونسبتهم من قبل البرلمان العراقي.

* وهم الأمانة :

١. د.فؤاد علي أحمد، المتخصص في الإتصال السياسي، كلية العلوم الإنسانية، جامعة السليمانية.
٢. د.نزاكت حمة سعيد، المتخصص في الإعلام التجاري والإعلان، كلية العلوم الإنسانية، جامعة السليمانية.
٣. د.حكيم عثمان حميد، المتخصص في تكنولوجيا الإتصال. كلية الإدارة التقنية، جامعة السليمانية التقنية.

فضلاً عن تحديد النخبة في المحافظات الثلاث بموجب متغير المجال التخصصي وبنسب متساوية عمدياً. يُنظر إلى جدول (١)

المجموع		دهوك		أربيل		سليمانية		المحافظات	المجالات
ت	%	ت	%	ت	%	ت	%		
٢٠	٢٠	٥	٥	٧	٧	٨	٨	التدريس الجامعي	
٢٠	٢٠	٥	٥	٧	٧	٨	٨	الأدب	
٢٠	٢٠	٥	٥	٧	٧	٨	٨	الفن	
٢٠	٢٠	٥	٥	٧	٧	٨	٨	الثقافة العامة	
٢٠	٢٠	٥	٥	٧	٧	٨	٨	الصحافة	
١٠٠	١٠٠	٢٥	٢٥	٣٥	٣٥	٤٠	٤٠	المجموع	

• تحديد المفاهيم والمصطلحات:

- الحوار التلفزيوني: يُقصد بها البرامج الحوارية التي تعرضها الفضائيات الكوردية.
- الدور: يُقصد به المساهمة الملموسة، سلباً أو إيجاباً، التي تقدمها البرامج الحوارية التي تنتجها وتعرضها الفضائيات الكوردية في عمليات التغيير الاجتماعي في إقليم كردستان.
- النخب: وهم الشريحة أو الفئة المالكة للنفوذ والمؤهلات والإمكانيات المعرفية خصوصاً في إقليم كردستان، والمناسبة طردياً مع قوة وتأثير المجال الذي ينتمون إليه ويتخصصون في مضامينه.
- التغيير الاجتماعي: ويُقصد بها إحداث تغييرات عميقة ومنظمة تدريجياً في بيئة النظام الاجتماعي ووظائفه، ذاتياً وموضوعياً.
- الفضائيات الكوردية: وهي القنوات التلفزيونية الفضائية التي تبث برامجها باللغة الكوردية بشكل عام، والتي تعود ملكيتها إلى جهات وشخصيات منتمة إلى كردستان العراق.
- الإتجاه: ويقصد به آراء النخب أو الصفوة في إقليم كردستان تجاه دور البرامج الحوارية التي تقدمها الفضائيات الكوردية، في عمليات التغيير الاجتماعي، سواء كانت سلبية أم إيجابية.

ثانياً: الإطار المعرفي للبحث:

• مفهوم الحوار والحوار التلفزيوني:

تعني لفظة الحوار لغوياً، المحاوراة والمجاوبة أو مراجعة النطق والكلام في المخاطبة، (جميل صليبا، ١٣٨٥ ليراني، ص ٥٠١). أما اصطلاحاً، إنه مبادلة الحديث بين شخصين أو أكثر بهدف توليد الأفكار الجديدة (محمد حمدان المصالح، ٢٠٠٢، ص ٦٨-٦٩)، أي أنه مواجهة إتصالية بين جمل تساؤلية وأخرى جوابية في سياق نص إتصالي، (شفهي أو مكتوب/ الباحث)، والذي يعتبر العمود الفقري لمجمل العمليات الإعلامية (عبدالله محمد زلطة، ٢٠٠٥، ص ١٣٣)، وهو ليس حدثاً عرضياً (فاروق ليزيد، ١٩٨٣، ص ١٣-١٤).

ولكن رغم ذلك، لم يبق مفهوم الحوار مفهوماً مجرداً كما كان يُنظر إليه سابقاً، وبالأخص منذ ستينات القرن المنصرم، وإحتوائه شبه الكامل من قِبَل علماء الاجتماع بإعتباره موضوعاً للتحليل، بدلاً من قولته وسيلة للبحث في الأخرى من مواضيع علم الاجتماع، ذلك بهدف الكشف عن كيفية تمثيل الأبعاد التقنية لمبادلة الحديث للوسائل المنسقة اجتماعياً، والتي يقوم المشاركون فيها بتأدية الأنشطة وتنسيقها عبر الحديث التفاعلي. كما وبدأت تشمل، أي العمليات التحليلية، المساحات المجتمعية الأخرى من الحوار بعدما كانت مقتصرة على الحوار العادي والتمحور حوله، والتي منها البرامج الحوارية في الإذاعة والتلفزيون (جون سكوت، ت: محمد عثمان، ٢٠١٣، ص ١٨٠-١٨٢).

وإنطلاقاً مما سبق وغيره من الدوافع المختلفة تتعلق بمزايا الحوار وتأثيراته العميقة، أصبح الحوار مادة أساسية من مواد النشاط الإعلامي بشكل عام، وبالأخص التلفزيون الذي يؤهله مزاياه المتمثلة في أساليب وإستراتيجيات التعبير الأخاذة، ذاتاً وموضوعاً، والتي لم تسبقه الأخرى من الوسائل الجماهيرية للإتصال في إتلاكها والعمل بها، فضلاً عن إمكانياته التأثيرية والفنية والتكميلية المبهرة، أن يضع الحوار في مقدمة إهتماماته عندما يقرر إيصال مضامين رسائله الأكثر أهمية إلى المشاهدين. من هنا، أصبح برامج الحوار التلفزيوني من أغلب البرامج التلفزيونية اعتماداً من قبل القنوات الفضائية من جهة وتشويقاً لدى المشاهدين من جهة أخرى، في تحقيق غايتيهما في الإيصال والتلقي معاً. وأخيراً، وعلى ضوء ما سبق، فالحوار التلفزيوني هو تعبير لغوي وجمالي عن البرامج التلفزيونية التي يتم فيها إدارة غير إعتباطية للصرعات المعرفية بين الإتجاهات المختلفة تجاه قضية أو ظاهرة مجتمعية ما، على أرضية نص إتصالي مُصمّم ذهنياً، أي بشكل شفهي، وعبر آليات التوضيح والتفسير والتحليل والنقّيم لما يطرح من المعارف والآراء، مستهدفاً تحقيق الإقتناع لدى المشاهدين.

• العناصر البنوية للحوار التلفزيوني :

رغم إختلاف الحوارات من حيث الشكل والمضمون، إلا أنها تستلزم توافر مجموعة عناصر هي: (تيسير أبو عرجة وآخرون، ٢٠١٣، ص ٢١١-٢١٥)

١. الموضوع :

ويقصد به القضية التي يطرحها المحاور للنقاش والحوار بصدد في برنامج، والذي ينبغي أن يكون من القضايا المحورية ومتضمنة للأفكار الحديثة، مع الأخذ بنظر الإعتبار إرتباطه بواقع وبيئة المشاهدين ويحضى بإهتماماتهم وملأنته مع سياسة المؤسسة الإعلامية التي ينتجها. (محمد النروبي، ١٩٩٦، ص ٢٤٠)

٢. المحاور :

ويقصد به شخصية الصحفي التي تدير العملية الحوارية وينظمها ويوجهها، والتي يفترض ان تتميز بخصائص معينة تؤهلها لأداء هذا الدور، والتي منها (الخلفية المعرفية والثقافية، الإجادة اللغوية ومهارة التحدث، مهارة التنصت والتركيز، مهارة التوازن والنقّيم، الموضوعية والهدوء، وغيرها)، حيث يتوقف مصير الحوار التلفزيوني على كيفية أدائه أسلوباً ومضموناً. (أديب خضور، ٢٠٠٩، ص ٩٧-١٠٤)

٣. المقابل أو الضيف :

وهو الشخص الذي يكون مصدراً لمعظم المعلومات والمعارف والآراء التي تطرح تجاه الموضوع المطروح للحوار في البرنامج، ويفترض أن يتميز بمواصفات معينة تؤهلها لأداء هذه المهمة، والتي منها، الألمان الكافي بالموضوع المطروح في البرنامج وأبعاده المختلفة، الخبرة والتجربة، فضلاً عن إمكانيته لدعم ما يطرحه بالأدلة والبراهين المنطقية. (أديب خضور، ٢٠٠٩، ص ١١٠-١١٦ و محمد النروبي، ١٩٩٦، ص ٢٤٢-٢٤٦)

٤. أداة الحوار (النص الإتصالي):

ويقصد به الوسيلة التي تُمكن المحاور في الحصول على المعلومات والأفكار والإتجاهات والإيضاحات المُكفّلة لتحقيق أهداف الحوار، انه الأسئلة التي تُطرح على المقابل أو الضيف، والتي يتوقف عليه مصير البرنامج برمته، حيث يتناسب نجاح الحوار التلفزيوني دردياً مع ما يُطرح فيه من الأسئلة المُعدة مسبقاً في ذهن المحاور من جهة والأسئلة المستنبطة من واقع التفاعلات الذهنية التي يحدث بين المحاور وضيفه، أثناء واقع الحدث الحوار في ساعته. والتي عن طريقها تحدد إتجاه الحوار والطريق الذي يسير فيه وصولاً لإهدافه. (محمد مرعي، ٢٠٠٠، ص ٤٣ و أديب خضور، ٢٠٠٩، ص ٥٥-٥٦، ٥٨)

• أهداف الحوار التلفزيوني: (جان جبران كرم، ١٩٩٢، ص ٦٣ و روبرت إل هيلارد، ٢٠٠٣، ص ٢٧٧)

١. إنتاج المعلومات وإبصانه للمتلقى :

يُعدّ عمليات جمع المعلومات من الأهداف الأساسية للحوار التلفزيوني، والتي يتم عبر التساؤلات التي يطرحها المحاور على ضيفه، والتي تضمر مرحلتين مهمتين مكملتين لبعضهما البعض، الأولى منها يتم فيها إنتاج المعارف والمعلومات والثانية يتم فيها توزيع تلك المعارف والمعلومات المنتجة على المشاهدين. (ملفين ل. ديفيلير وساندرا بول. روكيتش، ٢٠٠٤، ص ٤١٥ وجان جبران كرم، ١٩٩٢، ص ٦٣ و روبرت إل هيلارد، ٢٠٠٣، ص ٢٧٧)

٢. تعديل وبناء المعاني الجديدة :

ويقصد به توجيه الانتقادات المنطقية لمعاني المفاهيم والقيم التي أصبحت عائقاً بوجه التغيير الاجتماعي وتقويمها من خلال مناقشتها أثناء الحوار ومن ثم إنشاء المعاني الجديدة منها من خلال الاستنتاجات المدعومة بالبراهين والأدلة المنطقية والتي سيؤثر على السلوك تدريجياً. (ملفين ل. ديفيلير وساندرا بول. روكيتش، ٢٠٠٤، ص ٣٩٧-٣٩٩)

الإقناع :

ويقصد به قبول المشاهدين بالمنتج النهائي للحوار التلفزيوني أو بجزء منها، والذي يتأثر درجته، بمدى فروقاتهم الفردية وإستعداداتهم النفسية. (حسن عماد مكوي، ٢٠٠٥، ص ٤٠-٣٩ وصالح خليل أبو أصعب، ١٩٩٩، ص ١٢)

• وظائف الحوار التلفزيوني:

١. العرض: ويقصد بها عرض المعلومات والآراء المختلفة تجاه الموضوع الذي يجري من أجلها

الحوار، حيث تساعد على تكوين رأي صائب لدى المشاهدين تجاه ما يطرحه الحوار من المشكلات والقضايا (ملفين ل. ديفيلير وساندرا بول روكيتش، ٢٠٠٤، ٣٤٨-٤٤٢ و سعيد مبارك آل زعبيتر، ٢٠٠٨، ص ١٧٦).

٢. التفسير: ويقصد به كثف وإظهار واقع وطبيعة الأفكار والاتجاهات والمعلومات التي يطرحها

المشاركون في البرامج الحوارية وتوضيحها دون تبديل في معانيها (ملفين ل. ديفيلير وساندرا بول روكيتش، ٢٠٠٤، ص ٣٤٨-٤٤٢، جميل صليبا، ١٣٨٠ الإيراني، ص ٣١٤).

٣. التحليل: ويقصد به تفكيك الأفكار والتعابير المعرفية إلى عناصرها البنوية بهدف إدراك دلالاتها

ومعانيها ووظائفها، فضلاً عن إرتباطاتها ببعضها (ملفين ل. ديفيلير وساندرا بول روكيتش، ٢٠٠٤، ٣٤٨-٤٤٢ وكرم شلبي، ١٩٩٤، ص ٣٩ وجون كولنيز ونانسي باتريسيا أوبراين، ٢٠٠٨، ص ٤٢).

• مفهوم التغيير والتغيير الاجتماعي :

تدل لفظة التغيير وليست التغيير لغوياً، على فعل التبدل والتحول الذاتي، أي كون الشيء بحال لم يكن فيه قبلاً (جميل صليبا، ١٣٨٠ الإيراني، ص ٣١١)، أما اصطلاحاً، فيقصد به عملية الانتقال الأشياء من الضد إلى آخر كما يتصوره أرسطو (عبد المنعم الحفني، ٢٠٠٠، ص ٢٠٧) أو التحول في كيان معين مع مرور الوقت (جون سكوت، ت: محمد عثمان، ٢٠١٣، ص ٩٧). أو إنه ظاهرة تحول الشيء أو الأشياء من نقطة توازن ما إلى نقطة توازن أخرى مختلفة عن ما كان عليه سابقاً بهدف التكيف مع محيطها (السلطة الوطنية الفلسطينية-وزارة الإتصالات وتكنولوجيا المعلومات، ٢٠٠٢، ص ٦٨-٦٩)، أما إذا كانت اللفظة هي التغيير وليست التغيير، ستكون هذا التبدل والتحول لم يحدث ذاتياً أي لم يكن إستجابة للأستعدادات النفسية للشيء أو الكيان المستهدف، بل حدثت من جراء الضغوطات الخارجية فقط، كما حدثت في تركيا بعد سقوط الدولة العثمانية، أي هي تعبير عن فعل عمدي أحادي الجانب، والذي ليس بموضوع هذا البحث .

أما بالنسبة للتغيير الاجتماعي، فهو عملية التحول التي تطرأ على النسق الاجتماعي، بناءً ووظيفة، خلال فترة زمنية محددة، والتي تشمل، مجمل التغييرات التي تحدثت في مجالات السكان والتكوين الطبقي والنظام الاجتماعي والعلاقات الاجتماعية والمفاهيم القيمية والمعايير المؤثرة في سلوك الأفراد وأدوارهم في الأنساق الاجتماعية التي ينتمون إليها (محمد زكي بدوي، ١٩٧٨، ص ٣٨٢)، أو إنه التحولات والتبدلات التي

٣. **السلوك:** وهي الإستجابة المرئية أو غير المرئية أو كليهما معاً، والمترتبة فطرياً أو على التجارب السابقة (احمد زكي بنوي، ١٩٧٨، ٣٧). وتعد بعض التحولات السلوكية من التحولات الصعبة، ذلك لكونها تتعلق بالأنماط السلوكية التي حولتها الزمن إلى عادات يصعب تغييرها بيسر. من هنا، فإن تفعيل وسائل الإتصال الجماهيري لا تكفي لإحداث تأثيرات مهمة فيها دون تفعيل لأخرى من الأنماط الإتصالية، وخصوصاً الإتصال الموجهي (منى سعيد الحديدي وسلوى إمام علي، ٢٠٠٢، ص ٣٥).

• العوامل المؤثرة في التغيير الإجتماعي:

رغم عدم إتفاق معظم الباحثين في الميادين التي تتعلق بظاهرة التغيير الإجتماعي وكيفية حدوثها، هناك تصورات مشتركة تجا معظم العوامل التي تؤثر بشكل أو بآخر على حدوثها، مع الأخذ بنظر الإعتبار الظروف الذاتية والموضوعية للفضاء الإجتماعي التي تحدث فيها، وهي على نوعين، هما (سعيد مبارك آل زعوت، ٢٠٠٨، ص ٣٦-٥٨ و غوران هديرو، ١٩٩١، ص ١٢٢-١٢٧ ومثال أبو الحسن، ٢٠٠٩، ص ٦٩-٨٤ ورحالي حبيبة، ٢٠١٠، ص ٦-٧):

١. العوامل الداخلية:

وهي العوامل التي يفرزها وينتجها المناخ الداخلي الخاص بأي مجتمع من المجتمعات، والتي تتجسد في:

- العوامل الذاتية:** ويقصد بها المناخ الداخلي الخاص لأفراد المجتمع، والتي منها (الخلفية المعرفية، الإتجاه، الإنفتاح الفكري، المنفعة والمصالح الشخصية، .. وغيرها).
- العوامل الموضوعية:** ويقصد بها المناخ الإجتماعي العام للمجتمع، والتي منها (البيئة، المستوى المعرفي والتعليم والإقتصادي، الثقافة والتنشئة الإجتماعية، النظام والسياسي والإعلام، الدين والأيدولوجيا.. وغيرها).

٢. **العوامل الخارجية:** وهي العوامل التي يفرزها وينتجها المناخ الإقليمي والدولي الذي يحيط بهذا المجتمع، والتي منها (العولمة والإعلام الدولي، المصالح والصراعات الدولية، الإحتكار المعرفي والتقني، .. وغيرها).

ثالثاً: نتائج الدراسة الميدانية :

بعد متابعة ردود المبحوثي على أسئلة الإستبانة وترجمتها إلى لغة الأرقام وتنظيمها وتبويبها من خلال مستويات منسجمة مع طبيعتها، أي الأسئلة، في جداول مهيئة لهذا الغرض، ظهرت النتائج كما يأتي:

أولاً: البيانات العامة:

١. جنس المبحوثين:

بعد تحديد نسب المحافظات الثلاث من المبحوثين والمبحوثات والإتفاق على تحديد نسب متساوية لمجالات تخصصهم النخبوية، فضلاً عن التأكد من متابعة المبحوث للبرامج الحوارية، وبالأخص البرنامج المستهدف في هذا البحث، أي برنامج (Legel Renj)، تم توزيع الإستبانات عشوائياً على أفراد تلك المجالات التخصصية للعينة، وتم أعيدت الإستبانات جميعاً.

وبينت النتائج، أن (٧٨%) من أفراد العينة هم من الذكور و(٢٨%) منهم من السليمانية و(٢٨%) منهم من أربيل و(٢٢%) من دهوك و(٢٢%) منهم من الإناث و(١٢%) منهم من السليمانية و(٧%) منهم من أربيل و(٣%) منهم من دهوك. وهذا يدل على التوازن الكمي لإناث النخبة في الإقليم. يُنظر إلى جدول (٢).

جدول (٢) التوزيع النسبي للمبحوثين بموجب متغير الجنس ..

المجموع		إناث		ذكور		الجنس المحافظات
%	ت	%	ت	%	ت	
٤٠	٤٠	١٢	١٢	٢٨	٢٨	السليمانية
٣٥	٣٥	٧	٧	٢٨	٢٨	أربيل
٢٥	٢٥	٣	٣	٢٢	٢٢	دهوك
١٠٠	١٠٠	٢٢	٢٢	٧٨	٧٨	المجموع

٢. شهادة المبحوثين:

دللت النتائج على أن (١٣%) من أفراد العينة هم من حملة شهادة (الإعدادية) وبواقع (٧%) من السليمانية و(٤%) من أربيل و(٢%) من دهوك، وهم في المرتبة الرابعة، و(١٩%) منهم هم من حملة شهادة (دبلوم فني) وبواقع (٨%) من السليمانية و(٧%) من أربيل و(٤%) من دهوك، والذين نالوا المرتبة الثانية، و(٤٦%) منهم هم من حملة شهادة (بكالوريوس) وبواقع (١٥%) من السليمانية و(١٧%) من أربيل، وهم في المرتبة الأولى، و(١٤%) من دهوك و(٨%) منهم هم من حملة شهادة (الماجستير) وبواقع (٣%) من السليمانية و(٣%) من أربيل و(٢%) من دهوك، وحصلوا على المرتبة الخامسة، و(١٤%) منهم هم من حملة شهادة (الدكتوراه) وبواقع (٧%) من السليمانية و(٤%) من أربيل و(٣%) من دهوك، حيث جاؤوا في المرتبة الثالثة في سلم نوع شهادات المبحوثين. وبدل ذلك على المستوى المعرفي والأكاديمي العالي نسبياً للعينة، ذلك نظراً لإحتوائها على عدد غير قليل من حملة شهادات التعليم العالي، وخصوصاً (الماجستير والدكتوراه). يُنظر إلى جدول (٣).

جدول (٣): التوزيع النسبي للمبحوثين بموجب متغير الشهادة .

المجموع		دكتوراه		ماجستير		بكالوريوس		دبلوم فني		الإعدادية فمادون		الشهادة المحافظات
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
٤٠	٤٠	٧	٧	٣	٣	١٥	١٥	٨	٨	٧	٧	السليمانية
٣٥	٣٥	٤	٤	٣	٣	١٧	١٧	٧	٧	٤	٤	أربيل
٢٥	٢٥	٣	٣	٢	٢	١٤	١٤	٤	٤	٢	٢	دهوك
١٠٠	١٠٠	١٤	١٤	٨	٨	٤٦	٤٦	١٩	١٩	١٣	١٣	المجموع
		الثالثة		الخامسة		الأولى		الثانية		الرابعة		المرتبة

٣. البرامج الحوارية المفضلة لدى المبحوثين:

تشير النتائج إلى أن (٤٦%) من أفراد العينة فضلوا برنامج (Legel Renj) الذي يُبث فضائياً (روداو) على بقية مثيلاتها في الفضائيات الكوردية، حيث جاء بالمرتبة الأولى، و(٢٥%) منهم فضلوا برنامج (دوجار بيريكروود) أمبث من قبل فضائية (NRT) على غيرها، وهو في المرتبة الثانية، و(١٢%) منهم يفضلون برنامج (كوانه) الذي يبث فضائياً شعب كوردستان (GK) على الأخرى من مثيلاتها، محققاً المرتبة الثالثة، و(٨,٥%) منهم يفضلون برنامج (توبا و ناتوبا) الذي يُقدمه فضائية (روداو)

أيضاً، على البقية، وهو في المرتبة الرابعة، فضلاً عن برنامج (□□ ووداوى نعم□□) الذي يبنته فضائية (روداو) أيضاً، والذي يفضلته (٨,٥%) من المبحوثين على حوارات التلفزيون الأخرى، حيث احتلت المرتبة (الرابعة مكرر) في سلم البرامج المفضلة لدى المبحوثين. يُنظر إلى جدول (٤).

جدول (٤) البرامج الحوارية المفضلة لدى المبحوث وقنواتها.

المرتبة	%	ت	القنوات	المشاهدة البرامج
الأولى	٤٦	٧٧	روداو	(Legel Renj)
الثانية	٢٥	٤١	NRT	دوجار بيريكمرهوه (فكر مرتين)
الثالثة	١٢	٢٠	GK	كموانه (القوس)
الرابعة	٨,٥	١٤	NRT	تعبا و ناتبا (مع أو ضد)
الرابعة مكرر	٨,٥	١٤	روداو	□□ ووداوى نعم□□ (حدث اليوم)
	١٠٠	١٦٦		المجموع

ثانياً: التساؤلات المتعلقة بموضوع البحث:

١. التغيير في المعرفة. وتتضمن:

أ. إهتمام برنامج (Legel Renj) بالحصول على المعلومات المتعلقة بموضوع الحوار وعرضها على المشاهدين.

كشفت النتائج عن أن (20%) من أفراد العينة يوافقون بشدة على إهتمام برنامج (Legel Renj) بالحصول على المعلومات المتعلقة بموضوع الحوار من الضيوف وإيصالها للمشاهدين، ذلك من خلال البديل (أوافق جداً) الآتي في المرتبة الثانية، و(٥٩%) منهم يوافقون على ذلك الإهتمام عن طريق البديل (أوافق) الذي نال المرتبة الأولى، و(٨%) منهم عبروا عن عدم معرفتهم بذلك من خلال البديل (لا أعرف) الذي جاء في المرتبة الثالثة، ورفض (٨%) منهم ذلك عن طريق البديل (لا أوافق) الحاصل على المرتبة الثالثة مكرر، أما (٥%) منهم رفض ذلك بشدة عن طريق بديلهم (لا أوافق جداً) الذي أتى في المرتبة الرابعة والأخيرة في سلم البدائل المطروحة. وتدل ذلك على الإهتمام الكبير بدعم التغييرات المعرفية المختلفة من خلال جمع المعلومات وتوزيعها. يُنظر إلى جدول (٥).

جدول (٥): إهتمام برنامج (Legel Renj) بالحصول على المعلومات المتعلقة بالموضوع المستهدف وعرضها على المشاهدين.

المرتبة	%	المجموع	%	إناث	%	ذكور	البدائل
الثانية	٢٠	٢٠	٣	٣	١٧	١٧	أوافق جداً
الأولى	٥٩	٥٩	١٥	١٥	٤٤	٤٤	أوافق
الثالثة	٨	٨	٤	٤	٤	٤	لا أعرف
الثالثة (مكرر)	٨	٨	-	-	٨	٨	لا أوافق
الرابعة	٥	٥	-	-	٥	٥	لا أوافق جداً
-	١٠٠	١٠٠	٢٢	٢٢	٧٨	٧٨	المجموع

ب. إهتمام برنامج (Legel Renj) بكشف وتوضيح الأبعاد الخفية لأفكار وموضوعات التي يطرحها على ضيوفها.

بينت النتائج بأن (١٦%) من المبحوثين والمبحوثات يوافقون بشدة على إهتمام هذا البرنامج بكشف وتوضيح الأبعاد الخفية للأفكار والموضوعات المطروحة، ذلك عبر البديل (أوافق جداً) الآتي في المرتبة الثانية، و(٥٧%) منهم يوافقون على ذلك عبر البديل (أوافق) الحاصل على المرتبة الأولى، و(١٦%)

منهم عبروا عن عدم معرفتهم بذلك من خلال البديل (لا أعرف) الآتى في المرتبة الثانية مكرر، أما (٦%) منهم يرفضون ذلك عن طريق البديل (لا أوافق) الذي نال المرتبة الثالثة، كما وإن (٥%) منهم رفضوا ذلك بشدة من خلال البديل (لا أوافق جداً) الآتى في المرتبة الرابعة والأخيرة في سلم البدائل المطروحة. وتدل ذلك على الإهتمام البالغ بدعم التغيرات المعرفية للمشاهد وعملياتها المختلفة عن طريق كشف وتوضيح الأمور الغامضة والخفية في المجتمع. يُنظر إلى جدول (٦).

البدائل	ذكور	%	إناث	%	المجموع	%	المرتبة
أوافق جداً	١٣	١٣	٣	٣	١٦	١٦	الثانية
أوافق	٤٦	٤٦	١١	١١	٥٧	٥٧	الأولى
لا أعرف	٨	٨	٨	٨	١٦	١٦	الثانية (مكرر)
لا أوافق	٦	٦	-	-	٦	٦	الثالثة
لا أوافق جداً	٥	٥	-	-	٥	٥	الرابعة
المجموع	٧٨	٧٨	٢٢	٢٢	١٠٠	١٠٠	-

٦. إهتمام برنامج (Legel Renj) بتفسير العلاقات بين الأبعاد والجوانب المختلفة للأفكار والمواضيع التي يطرحها.

دلت النتائج على أن (١٨%) من المبحوثين والمبحوثات يوافقون بشدة على إهتمام هذا البرنامج بتفسير العلاقات بين الأبعاد والجوانب المختلفة للأفكار والمواضيع التي يطرحها، ذلك من خلال البديل (أوافق جداً) الآتى في المرتبة الثانية، و(٥٥%) منهم يوافقون على ذلك عن طريق البديل (أوافق) الحاصل على المرتبة الأولى، و(١٦%) منهم عبروا عن عدم معرفتهم بذلك من خلال البديل (لا أعرف) الذي جاء في المرتبة الثالثة، أما (٨%) منهم يرفضون ذلك عن طريق البديل (لا أوافق) الذي نال المرتبة الرابعة، كما وإن (٣%) منهم رفضوا ذلك بشدة من خلال البديل (لا أوافق جداً) الآتى في المرتبة الخامسة والأخيرة في سلم البدائل المطروحة. وتدل ذلك على الإهتمام البالغ بدعم التغيرات المعرفية وعملياتها المختلفة عبر إجراءات التفسير لما يجري في المجتمع. يُنظر إلى جدول (٧).

البدائل	ذكور	%	إناث	%	المجموع	%	المرتبة
أوافق جداً	١٥	١٥	٣	٣	١٨	١٨	الثانية
أوافق	٤٠	٤٠	١٥	١٥	٥٥	٥٥	الأولى
لا أعرف	١٢	١٢	٤	٤	١٦	١٦	الثالثة
لا أوافق	٨	٨	-	-	٨	٨	الرابعة
لا أوافق جداً	٣	٣	-	-	٣	٣	الخامسة
المجموع	٧٨	٧٨	٢٢	٢٢	١٠٠	١٠٠	-

٧. إهتمام برنامج (Legel Renj) بتحليل العلاقات بين الأبعاد والجوانب المختلفة للأفكار والمواضيع التي يطرحها.

أكدت النتائج على أن (١٧%) من المبحوثين والمبحوثات يوافقون بشدة على إهتمام هذا البرنامج بتحليل العلاقات بين الأبعاد والجوانب المختلفة للأفكار والمواضيع التي يطرحها، ذلك من خلال البديل (أوافق جداً) الآتى في المرتبة الثانية، و(٦٣%) منهم يوافقون على ذلك عن طريق البديل (أوافق) الحاصل على المرتبة الأولى، و(٨%) منهم عبروا عن عدم معرفتهم بذلك من خلال البديل (لا أعرف) الذي جاء في المرتبة الرابعة، أما (١٢%) منهم يرفضون ذلك عن طريق البديل (لا أوافق) الذي نال المرتبة الثالثة. أما

البديل (لا أوافق جداً) فلم يحصل على أية مرتبة لعدم اعتمادها من قبل المبحوثين والمبحوثات ألبتة. وتدل ذلك على الإهتمام الجدي بدعم التغيرات المعرفية من خلال الإجراءات التحليلية للعلاقات بين الأبعاد والجوانب المختلفة للأفكار والمواضيع المطروحة. يُنظر إلى جدول (٨).

جدول (٨) : إهتمام برنامج (Legel Renj) بتحليل العلاقات بين الأبعاد والجوانب المختلفة للأفكار والمواضيع التي يطرحها.

المرتبة	%	المجموع	%	إناث	%	ذكور	البدائل
المرتبة الثانية	١٧	١٧	٣	٣	١٤	١٤	أوافق جداً
الأولى	٦٣	٦٣	١٥	١٥	٤٨	٤٨	أوافق
الرابعة	٨	٨	٤	٤	٤	٤	لا أعرف
الثالثة	١٢	١٢	-	-	١٢	١٢	لا أوافق
-	-	-	-	-	-	-	لا أوافق جداً
-	١٠٠	١٠٠	٢٢	٢٢	٧٨	٧٨	المجموع

ج. إتباع برنامج (Legel Renj) أساليب منطقية للنقد والتقييم تجاه المعلومات المطروحة. دلت النتائج على أن (٢٤%) من المبحوثين والمبحوثات يوافقون بشدة على إهتمام هذا البرنامج بإتباع الأساليب المنطقية للنقد والتقييم بشأن المعلومات المطروحة حول الأفكار والموضوعات المستهدفة، ذلك عبر البديل (أوافق جداً) الآتي في المرتبة الثانية، و(٥١%) منهم يؤكدون ذلك عن طريق البديل (أوافق) الحاصل على المرتبة الأولى، و(١٤%) منهم عبروا عن عدم معرفتهم بذلك من خلال البديل (لا أعرف) الحاصل على المرتبة الثالثة، أما (٤%) منهم يرفضون ذلك عن طريق البديل (لا أوافق) الذي نال المرتبة الخامسة، كما وإن (٧%) منهم رفضوا ذلك بشدة من خلال البديل (لا أوافق جداً) الآتي في المرتبة الرابعة. وتدل ذلك على الإهتمام البالغ بدعم التغيرات المعرفية للمشاهد وعملياتها المختلفة، ذلك من خلال توظيف الأساليب المنطقية للنقد والتقييم. يُنظر إلى جدول (٩).

جدول (٩) : إتباع برنامج (Legel Renj) أساليب منطقية للنقد والتقييم تجاه المعلومات التي يطرح حول الأفكار والمواضيع المستهدفة.

المرتبة	%	المجموع	%	إناث	%	ذكور	البدائل
المرتبة الثانية	٢٤	٢٤	٥	٥	١٩	١٩	أوافق جداً
الأولى	٥١	٥١	٩	٩	٤٢	٤٢	أوافق
الثالثة	١٤	١٤	٨	٨	٦	٦	لا أعرف
الخامسة	٤	٤	-	-	٤	٤	لا أوافق
الرابعة	٧	٧	-	-	٧	٧	لا أوافق جداً
-	١٠٠	١٠٠	٢٢	٢٢	٧٨	٧٨	المجموع

٢. التغيير في الموقف. وتتضمن:

أ. إهتمام برنامج (Legel Renj) بإثارة الشكوك حول المعاني والمواقف المستهدفة.

دلت النتائج على أن (١٢%) من أفراد العينة وافقوا بشدة على إهتمام هذا البرنامج بإثارة الشكوك حول ما يُطرح من المواقف، ذلك عبر البديل (أوافق جداً) الآتي في المرتبة الرابعة، و(٤٥%) منهم وافقوا على ذلك عبر البديل (أوافق) الحاصل على المرتبة الأولى، و(٢٢%) منهم عبروا عن جهلهم بذلك عبر البديل (لا أعرف) الذي جاء في المرتبة الثانية، أما (١٦%) منهم رفضوا ذلك عبر البديل (لا أوافق) النازل للمرتبة الثالثة، كما وإن (٥%) منهم رفضوا ذلك بشدة عبر البديل (لا أوافق جداً) الآتي في المرتبة

الخامسة والأخيرة. وتدل ذلك على الإهتمام البالغ بدعم التغييرات في مواقف المشاهدين، عن طريق إثارة الشكوك حول ما يجري في المجتمع. يُنظر إلى جدول (١٠).

جدول (١٠): إهتمام برنامج (Legel Renj) بإثارة الشكوك حول المعلومات والمواقف المطروحة.

المرتبة	%	المجموع	%	بنات	%	ذكور	البدايل
الرابعة	١٢	١٢	٣	٣	٩	٩	لوافق جداً
الأولى	٤٥	٤٥	١٣	١٣	٣٢	٣٢	لوافق
الثانية	٢٢	٢٢	٦	٦	١٦	١٦	لا أعرف
الثالثة	١٦	١٦	-	-	١٦	١٦	لا لوافق
الخامسة	٥	٥	-	-	٥	٥	لا لوافق جداً
-	١٠٠	١٠٠	٢٢	٢٢	٧٨	٧٨	المجموع

ب. مساهمة برنامج (Legel Renj) في تقوية ثقة المشاهد بنفسه وقدراته في التطور والتغيير نحو الأفضل.

دلت النتائج على أن (٢٢%) من المبحوثين والمبחות يوافقون بشدة على إهتمام هذا البرنامج بدعم وتقوية ثقة المشاهد بنفسه وقدراته الذاتية، ذلك عبر البديل (أوافق جداً) الآتي في المرتبة الثانية، و(٣٩%) منهم يوافقون على ذلك عبر البديل (أوافق) الحاصل على المرتبة الأولى، و(١٥%) منهم عبروا عن جهلهم بذلك من خلال البديل (لا أعرف) الذي جاء في المرتبة الرابعة، أما (١٨%) منهم يرفضون ذلك عن طريق البديل (لا أوافق) الحاصل على المرتبة الثالثة، كما وإن (٦%) منهم رفضوا ذلك بشدة من خلال بديلهم (لا أوافق جداً) الآتي في المرتبة الخامسة والأخيرة في سلم البدائل المطروحة. وتؤكد ذلك على الإهتمام البالغ بدعم التغييرات في مواقف المشاهدين، من خلال تقوية ثقة أفراد المجتمع بنفسه وقدراته. يُنظر إلى جدول (١١).

جدول (١١): إهتمام برنامج (Legel Renj) بتقوية ثقة المشاهد بنفسه وقدراته في التطور والتغيير نحو الأفضل.

المرتبة	%	المجموع	%	بنات	%	ذكور	البدايل
الثانية	٢٢	٢٢	٥	٥	١٧	١٧	لوافق جداً
الأولى	٣٩	٣٩	١١	١١	٢٨	٢٨	لوافق
الرابعة	١٥	١٥	٣	٣	١٢	١٢	لا أعرف
الثالثة	١٨	١٨	-	-	١٨	١٨	لا لوافق
الخامسة	٦	٦	٣	٣	٣	٣	لا لوافق جداً
-	١٠٠	١٠٠	٢٢	٢٢	٧٨	٧٨	المجموع

ت. إهتمام برنامج (Legel Renj) بإنتاج المعلومات والحقائق الجديدة حول الأفكار والموضوعات المطروحة.

دلت النتائج على أن (١٣%) من أفراد العينة وافقوا بشدة على إهتمام هذا البرنامج بإنتاج المعلومات والحقائق الجديدة، ذلك عبر البديل (أوافق جداً) الآتي في المرتبة الثالثة، و(٦٠%) منهم وافقوا على ذلك عبر البديل (أوافق) الحاصل على المرتبة الأولى، و(١٠%) منهم عبروا عن جهلهم بذلك من خلال البديل (لا أعرف) الذي جاء في المرتبة الرابعة، أما (١٤%) منهم يرفضون ذلك عبر (لا أوافق) الذي نال المرتبة الثانية، كما وإن (٣%) منهم رفضوا ذلك بشدة عبر البديل (لا أوافق جداً) الآتي في المرتبة الخامسة والأخيرة في سلم البدائل المطروحة. وتشير ذلك إلى الإهتمام البالغ بدعم التغييرات في الموقف، عبر إنتاج المعلومات والحقائق الجديدة. يُنظر إلى جدول (١٣).

جدول (١٣): إهتمام برنامج (Legel Renj) بإنتاج المعلومات والحقائق الجديدة حول الأفكار والموضوعات المطروحة.

المرتبة	%	المجموع	%	إناث	%	ذكور	البدائل
الثالثة	١٣	١٣	٢	٢	١١	١١	أوافق جداً
الأولى	٦٠	٦٠	١٨	١٨	٤٢	٤٢	أوافق
الرابعة	١٠	١٠	٢	٢	٨	٨	لا أعرف
الثانية	١٤	١٤	-	-	١٤	١٤	لا أوافق
الخامسة	٣	٣	-	-	٣	٣	لا أوافق جداً
-	١٠٠	١٠٠	٢٢	٢٢	٧٨	٧٨	المجموع

٣. التغيير في السلوك. وتتضمن:

أ. إعتماد برنامج (Legel Renj) على تحريك عواطف المشاهدين لإقناعهم بضرورة التغيير الاجتماعي.

دللت النتائج على أن البديل (أوافق جداً) لم يحصل على أية نسبة من آراء المبحوثين والمبحوثات، أما (٣٣%) من المبحوثين والمبحوثات وافقوا على إهتمام هذا البرنامج بتحريك عواطف المشاهدين لإقناعهم بضرورة تغيير سلوكهم، ذلك عبر البديل (أوافق جداً) الآتي في المرتبة الثانية، و(٢٧%) منهم عبروا عن جهلهم بذلك عبر البديل (لا أعرف) الذي جاء في المرتبة الثالثة، أما (٣٥%) منهم رفضوا ذلك عبر البديل (لا أوافق) الذي نال المرتبة الأولى، كما وإن (٥%) منهم رفضوا ذلك بشدة عبر بديلهم (لا أوافق جداً) الآتي في المرتبة الرابعة والأخيرة. وهذا يعني الإهتمام البالغ بدعم التغييرات في السلوك عبر تحريك العواطف. يُنظر إلى الجدول (١٤)

جدول (١٤): تستند برنامج (Legel Renj) على تحريك عواطف المشاهدين لإقناعهم بضرورة التغيير الاجتماعي.

المرتبة	%	المجموع	%	إناث	%	ذكور	البدائل
الخامسة	-	-	-	-	-	-	أوافق جداً
الثانية	٢٣	٢٣	٧	٧	٢٦	٢٦	أوافق
الثالثة	٢٧	٢٧	١٠	١٠	١٧	١٧	لا أعرف
الأولى	٣٥	٣٥	٥	٥	٣٠	٣٠	لا أوافق
الرابعة	٥	٥	-	-	٥	٥	لا أوافق جداً
-	١٠٠	١٠٠	٢٢	٢٢	٧٨	٧٨	المجموع

ب. إهتمام برنامج (Legel Renj) بنقل التجارب والنماذج الحديثة للحياة وإيصالها للمشاهدين.

تشير النتائج إلى أن (١٦%) من المبحوثين والمبحوثات يوافقون بشدة على إهتمام هذا البرنامج بنقل التجارب والنماذج الجديدة للحياة العصرية للمشاهدين، ذلك عبر البديل (أوافق جداً) الآتي في المرتبة الثانية، و(٥٣%) منهم يوافقون على ذلك عن طريق البديل (أوافق) الحاصل على المرتبة الأولى، و(٩%) منهم عبروا عن عدم معرفتهم بذلك من خلال البديل (لا أعرف) الذي جاء في المرتبة الثالثة، أما (١٦%) منهم يرفضون ذلك عن طريق البديل (لا أوافق) الحاصل على المرتبة الثانية مكرر، كما وإن (٦%) منهم رفضوا ذلك بشدة من خلال بديلهم (لا أوافق جداً) الآتي في المرتبة الرابعة والأخيرة في سلم البدائل المطروحة. وتدل ذلك على الإهتمام البالغ بدعم التغييرات السلوكية وعملياتها المختلفة من خلال نقل وتقديم التجارب والنماذج العصرية للحياة. يُنظر إلى جدول (١٢).

البدائل	ذكور	%	إناث	%	المجموع	%	المرتبة
أوافق جداً	١٣	١٣	٣	٣	١٦	١٦	الثانية
أوافق	٤٠	٤٠	١٣	١٣	٥٣	٥٣	الأولى
لا أعرف	٦	٦	٣	٣	٩	٩	الثالثة
لا أوافق	١٦	١٦	-	-	١٦	١٦	الثانية (مكرر)
لا أوافق جداً	٣	٣	٣	٣	٦	٦	الرابعة
المجموع	٧٨	٧٨	٢٢	٢٢	١٠٠	١٠٠	-

ت. اعتماد برنامج (Legel Renj) على تحريك عقول المشاهدين لإقناعهم بضرورة التغيير في سلوكهم.

دلت النتائج على أن (٥%) من المبحوثين والمبחות يوافقون بشدة على إهتمام هذا البرنامج بتحريك عقول المشاهدين لإقناعهم بضرورة التغيير الإجتماعي، ذلك من خلال البديل (أوافق جداً) الآتي في المرتبة الخامسة، أما (٥٦%) منهم يوافقون على ذلك، ذلك من خلال البديل (أوافق جداً) الآتي في المرتبة الأولى، و (٢٢%) منهم عبروا عن عدم معرفتهم بذلك من خلال البديل (لا أعرف) الذي جاء في المرتبة الثانية، أما (١٠%) منهم يرفضون ذلك عن طريق البديل (لا أوافق) الذي نال المرتبة الثالثة، كما وإن (٧%) منهم رفضوا ذلك بشدة من خلال بديلهم (لا أوافق جداً) الآتي في المرتبة الرابعة. وتشير ذلك إلى الإهتمام البالغ بدعم التغييرات في سلوك المشاهدين وعملياتها المختلفة عن طريق تحريك العقول لإقناعهم بضرورتها. يُنظر إلى الجدول (١٥)

البدائل	ذكور	%	إناث	%	المجموع	%	المرتبة
أوافق جداً	٥	٥	-	-	٥	٥	الخامسة
أوافق	٤٤	٤٤	١٢	١٢	٥٦	٥٦	الأولى
لا أعرف	١٥	١٥	٧	٧	٢٢	٢٢	الثانية
لا أوافق	١٠	١٠	-	-	١٠	١٠	الثالثة
لا أوافق جداً	٤	٤	٣	٣	٧	٧	الرابعة
المجموع	٧٨	٧٨	٢٢	٢٢	١٠٠	١٠٠	-

ث. تعتمد برنامج (Legel Renj) على الأدلة والبراهين الملموسة في إقناع مشاهديها بضرورة التغييرات السلوكية.

دلت النتائج على أن (١١%) من أفراد العينة وافقوا بشدة على إهتمام هذا البرنامج بالأدلة والبراهين الملموسة لإقناع المشاهدين بضرورة التغييرات السلوكية، ذلك عبر البديل (أوافق جداً) الآتي في المرتبة الثالثة، و (٥٤%) منهم يوافقون على ذلك عبر البديل (أوافق) الحاصل على المرتبة الأولى، و (٢٠%) منهم عبروا عن عدم معرفتهم بذلك من خلال البديل (لا أعرف) الذي جاء في المرتبة الثانية، أما (١٠%) منهم يرفضون ذلك عن طريق البديل (لا أوافق) الذي نال المرتبة الرابعة، كما وإن (٥%) منهم رفضوا ذلك بشدة من خلال بديلهم (لا أوافق جداً) الآتي في المرتبة الخامسة والأخيرة في سلم البدائل المطروحة. وتشير ذلك إلى الإهتمام البالغ بدعم التغييرات السلوكية وإجراءاتها المختلفة عن طريق عرض الأدلة والبراهين الملموسة لضرورة حدوثها. يُنظر إلى الجدول (١٦)

جدول (١٦): تستند برنامج (Legel Renj) على الأدلة والبراهين الملموسة لإقناع مشاهديها بضرورة التغيير السلوكي.

البدائل	ذكور	%	إناث	%	المجموع	%	المرتبة
أوافق جداً	١١	١١	-	-	١١	١١	الثالثة
أوافق	٤٠	٤٠	١٤	١٤	٥٤	٥٤	الأولى
لا أعرف	١٢	١٢	٨	٨	٢٠	٢٠	الثانية
لا أوافق	١٠	١٠	-	-	١٠	١٠	الرابعة
لا أوافق جداً	٥	٥	-	-	٥	٥	الخامسة
المجموع	٧٨	٧٨	٢٢	٢٢	١٠٠	١٠٠	-

تتعمد برنامج (Legel Renj) على التخويف وصناعة القلق في إقناع مشاهديها بضرورة التغييرات السلوكية.

دللت النتائج على أن (٣%) من المبحوثين والمبحوثات يوافقون بشدة على اعتماد هذا البرنامج على التخويف وصناعة القلق لإقناع المشاهد بضرورة التغييرات الاجتماعية، ذلك من خلال البديل (أوافق جداً) الآتي في المرتبة الخامسة، و(١٥%) منهم يوافقون على ذلك عن طريق البديل (أوافق) الحاصل على المرتبة الثالثة، و(٢٢%) منهم عبروا عن عدم معرفتهم بذلك من خلال البديل (لا أعرف) الذي جاء في المرتبة الثانية، أما (٤٩%) منهم يرفضون ذلك عن طريق البديل (لا أوافق) الذي نال المرتبة الأولى، كما وإن (١١%) منهم رفضوا ذلك بشدة من خلال بديلهم (لا أوافق جداً) الآتي في المرتبة الرابعة وتشير ذلك إلى عدم الاعتماد على آليات التخويف وصناعة القلق في إقناع المشاهدين بضرورة التغييرات السلوكية المختلفة. يُنظر إلى جدول (١٧)

جدول (١٧): تستند برنامج (Legel Renj) على التخويف وصناعة القلق لإقناع المشاهدين بضرورة التغيير السلوكي.

البدائل	ذكور	%	إناث	%	المجموع	%	المرتبة
أوافق جداً	٣	٣	-	-	٣	٣	الخامسة
أوافق	١٠	١٠	٥	٥	١٥	١٥	الثالثة
لا أعرف	١٦	١٦	٦	٦	٢٢	٢٢	الثانية
لا أوافق	٣٨	٣٨	١١	١١	٤٩	٤٩	الأولى
لا أوافق جداً	١١	١١	-	-	١١	١١	الرابعة
المجموع	٧٨	٧٨	٢٢	٢٢	١٠٠	١٠٠	-

ج. تتعمد برنامج (Legel Renj) على تكرار رسائلها في إقناع مشاهديها بضرورة التغييرات السلوكية.

دللت النتائج على أن (١٠%) من المبحوثين والمبحوثات يوافقون بشدة على اعتماد هذا البرنامج على تكرار رسائلها في إقناع المشاهدين بضرورة التغييرات السلوكية، ذلك من خلال البديل (أوافق جداً) الآتي في المرتبة الرابعة، و(٤٥%) منهم يوافقون على ذلك عن طريق البديل (أوافق) الحاصل على المرتبة الأولى، و(٢٠%) منهم عبروا عن جهلهم بذلك عبر البديل (لا أعرف) الذي جاء في المرتبة الثانية، أما (١٨%) منهم يرفضون ذلك عن طريق البديل (لا أوافق) الذي نال المرتبة الثالثة، كما وإن (٧%) منهم رفضوا ذلك بشدة من خلال بديلهم (لا أوافق جداً) الآتي في المرتبة الخامسة والأخيرة في سلم البدائل المطروحة. وهذا دليل على الإهتمام البالغ بدعم التغييرات السلوكية من خلال تكرار الرسائل التلفزيونية المتعلقة بها لإقناع المشاهدين بضرورتها. يُنظر إلى الجدول (١٨)

جدول (١٨): تستند برنامج (Legel Renj) على تكرار رسائلها لإقناع المشاهدين بضرورة التغيير السلوكي.							
البدائل	ذكور	%	إناث	%	المجموع	%	المرتبة
أوافق جداً	٧	٧	٣	٣	١٠	١٠	الرابعة
أوافق	٣٤	٣٤	١١	١١	٤٥	٤٥	الأولى
لا أعرف	١٢	١٢	٨	٨	٢٠	٢٠	الثانية
لا أوافق	١٨	١٨	-	-	١٨	١٨	الثالثة
لا أوافق جداً	٧	٧	-	-	٧	٧	الخامسة
المجموع	٧٨	٧٨	٢٢	٢٢	١٠٠	١٠٠	-

ج. تعتمد برنامج (Legel Renj) على تحريك الرغبات في إقناع مشاهديها بضرورة التغييرات السلوكية.

دللت النتائج على أن (٣%) من أفراد العينة وافقوا بشدة على اعتماد هذا البرنامج على تحريك رغبات المشاهدين لإقناعه بضرورة التغيير السلوكي، ذلك عبر البديل (أوافق جداً) الآتي في المرتبة الخامسة، و(٢٧%) منهم وافقوا على ذلك عبر البديل (أوافق) الحاصل على المرتبة الثانية، و(٢١%) منهم عبروا عن جهلهم بذلك من خلال البديل (لا أعرف) الآتي في المرتبة الثالثة، أما (٣٣%) منهم رفضوا ذلك عبر البديل (لا أوافق) الذي نال المرتبة الأولى، كما وإن (١٦%) منهم رفضوا ذلك بشدة عبر البديل (لا أوافق جداً) الآتي في المرتبة الرابعة. وتدل ذلك على تواضع الإهتمام برغبات المشاهدين كأسلوب مؤثر في إقناعه بضرورة حدوث التغيير في سلوكه. يُنظر إلى جدول (١٩)

جدول (١٩): تستند برنامج (Legel Renj) على تحريك رغبات المشاهدين لإقناعهم بضرورة التغيير السلوكي.							
البدائل	ذكور	%	إناث	%	المجموع	%	المرتبة
أوافق جداً	٣	٣	-	-	٣	٣	الخامسة
أوافق	٢٠	٢٠	٧	٧	٢٧	٢٧	الثانية
لا أعرف	١٤	١٤	٧	٧	٢١	٢١	الثالثة
لا أوافق	٢٨	٢٨	٥	٥	٣٣	٣٣	الأولى
لا أوافق جداً	١٣	١٣	٣	٣	١٦	١٦	الرابعة
المجموع	٧٨	٧٨	٢٢	٢٢	١٠٠	١٠٠	-

د. التغيير في القيم. وتتضمن:

أ. تعتمد برنامج (Legel Renj) على تكوين الصور الذهنية عن مستقبل لإقناع المشاهدين بضرورة التغيير القيمي.

دللت النتائج على أن (٧%) من أفراد العينة وافقوا بشدة على الإهتمام بتكوين الصور الذهنية عن مستقبل لدى المشاهدين لحثهم على الإقتناع بضرورة التغيير في قيمهم، ذلك عبر البديل (أوافق جداً) الآتي في المرتبة الرابعة، و(٢٨%) منهم وافقوا على ذلك عبر البديل (أوافق) الحاصل على المرتبة الثانية، و(٣٦%) منهم عبروا عن جهلهم بذلك عبر البديل (لا أعرف) الذي جاء في المرتبة الأولى، أما (٢٦%) منهم رفضوا ذلك عبر البديل (لا أوافق) الذي نال المرتبة الثالثة، كما وإن (٣%) منهم رفضوا ذلك بشدة من خلال البديل (لا أوافق جداً) الآتي في المرتبة الخامسة والأخيرة. وهذا يعني دعم التغييرات القيمية عبر التأثيرات الإقناعية للصور الذهنية. يُنظر إلى جدول (٢٠)

البدائل	ذكور	%	إناث	%	المجموع	%	المرتبة
أوافق جداً	٧	٧	-	-	٧	٧	الرابعة
أوافق	٢٢	٢٢	٦	٦	٢٨	٢٨	الثانية
لا أعرف	٢٠	٢٠	١٦	١٦	٣٦	٣٦	الأولى
لا أوافق	٢٦	٢٦	-	-	٢٦	٢٦	الثالثة
لا أوافق جداً	٣	٣	-	-	٣	٣	الخامسة
المجموع	٧٨	٧٨	٢٢	٢٢	١٠٠	١٠٠	-

ب. إهتمام برنامج (Legel Renj) بتقييم القيم الإجتماعية ومقارنتها بجديدها، لإنتاج آراء ومواقف جديدة بشأنها.

دلّت النتائج على أن (١٦%) من أفراد العينة يوافقون بشدة على إهتمام هذا البرنامج بتقييم القيم الإجتماعية ومقارنتها بالجديد منها، ذلك من عبر البديل (أوافق جداً) الآتي في المرتبة الثانية، و(٥٥%) منهم وافقوا على ذلك عبر البديل (أوافق) الحاصل على المرتبة الأولى، و(١٢%) منهم عبروا عن جهلهم بذلك عبر البديل (لا أعرف) الآتي في المرتبة الثالثة، أما (١٠%) منهم ررفضوا ذلك عبر البديل (لا أوافق) الذي نال المرتبة الرابعة، كما وإن (٧%) منهم ررفضوا ذلك بشدة من خلال البديل (لا أوافق جداً) الآتي في المرتبة الخامسة والأخيرة. وهذا دليل على دعم التغيرات القيمية من خلال تقييمها ومقارنتها بالأخريات الأكثر عصرية منها. يُنظر إلى جدول (٢١)

البدائل	ذكور	%	إناث	%	المجموع	%	المرتبة
أوافق جداً	١١	١١	٥	٥	١٦	١٦	الثانية
أوافق	٤٢	٤٢	١٣	١٣	٥٥	٥٥	الأولى
لا أعرف	٨	٨	٤	٤	١٢	١٢	الثالثة
لا أوافق	١٠	١٠	-	-	١٠	١٠	الرابعة
لا أوافق جداً	٧	٧	-	-	٧	٧	الخامسة
المجموع	٧٨	٧٨	٢٢	٢٢	١٠٠	١٠٠	-

د. بصدد برنامج (Legel Renj). وتتضمن:

أ. تقدم برنامج (Legel Renj) عند إنتهائها ملخصاً للنتائج الجوهرية التي أدركها أثناء الحوار. دلّت النتائج على أن (١١%) من أفراد العينة يوافقون بشدة على إهتمام هذا البرنامج بتقديم ملخص نهائي لنتائج الحوار المهمة، ذلك عبر البديل (أوافق جداً) الآتي في المرتبة الثالثة، و(٣٨%) منهم يوافقون على ذلك عبر البديل (أوافق) الحاصل على المرتبة الأولى، و(١٠%) منهم عبروا عن جهلهم بذلك عبر البديل (لا أعرف) الذي جاء في المرتبة الرابعة، أما (٣٤%) منهم ررفضوا ذلك عبر البديل (لا أوافق) الذي نال المرتبة الثانية، كما وإن (٧%) منهم ررفضوا ذلك بشدة من خلال بديلهم (لا أوافق جداً) الآتي في المرتبة الخامسة والأخيرة في سلم البدائل المطروحة. وهذا دليل على الإهتمام النسبي بهذا الأمر، رغم وجود إتجاه معاكس قوي لصحته. يُنظر إلى جدول (٢٢)

جدول (٢٢): تقدم برنامج (Legel Renj) عند إنتهائها ملخصاً للنتائج الجوهرية التي أدركتها أثناء الحوار.

المرتبة	%	المجموع	%	إناث	%	ذكور	البدائل
الثالثة	١١	١١	-	-	١١	١١	أوافق جداً
الأولى	٣٨	٣٨	١٤	١٤	٢٤	٢٤	أوافق
الرابعة	١٠	١٠	-	-	١٠	١٠	لا أعرف
الثانية	٣٤	٣٤	٨	٨	٢٦	٢٦	لا أوافق
الخامسة	٧	٧	-	-	٧	٧	لا أوافق جداً
-	١٠٠	١٠٠	٢٢	٢٢	٧٨	٧٨	المجموع

ب. تأثير تأكيدات البرنامج المذكورة في الفقرات السابقة وآلياتها على عمليات التغيير الاجتماعي في الإقليم.

أكدت النتائج على أن (٢١%) من أفراد العينة يوافقون بشدة على تأثير ما ذُكرت سابقاً من التأكيدات وآلياتها المختلفة تأثيراً بيناً في مسيرة التغييرات الاجتماعية في إقليم كوردستان، ذلك من خلال البديل (أوافق جداً) الآتي في المرتبة الثانية، و(٦٠%) منهم يوافقون على ذلك عن طريق البديل (أوافق) الحاصل على المرتبة الأولى، و(٦%) منهم عبروا عن عدم معرفتهم بذلك من خلال البديل (لا أعرف) الذي جاء في المرتبة الرابعة، و(٦%) منهم أيضاً يرفضون ذلك عن طريق البديل (لا أوافق) الذي نال المرتبة الرابعة مكرر، كما وإن (٧%) منهم رفضوا ذلك بشدة من خلال بديلهم (لا أوافق جداً) الآتي في المرتبة الثالثة. وتدل ذلك على الدور البالغ الأهمية لهذا البرنامج وتأثيراته في عمليات التغيير الاجتماعي بشكل عام، وفق ما يراه النخبة في الإقليم. يُنظر إلى جدول (٢٣)

جدول (٢٣): إن مجمل ما ذكر في الفقرات السابقة، تحدث تأثيراً بيناً في مسيرة التغييرات الاجتماعية.

المرتبة	%	المجموع	%	إناث	%	ذكور	البدائل
الثانية	٢١	٢١	٦	٦	١٥	١٥	أوافق جداً
الأولى	٦٠	٦٠	١٦	١٦	٤٤	٤٤	أوافق
الرابعة	٦	٦	-	-	٦	٦	لا أعرف
الرابعة (مكرر)	٦	٦	-	-	٦	٦	لا أوافق
الثالثة	٧	٧	-	-	٧	٧	لا أوافق جداً
-	١٠٠	١٠٠	٢٢	٢٢	٧٨	٧٨	المجموع

ت. تعد برنامج (Legel Renj) من البرامج الحوارية الحائزة على ثقة أغلبية الجماهير في إقليم كوردستان.

تشير النتائج إلى أن (١٥%) من المبحوثين والمبحوثات يوافقون بشدة على فوز هذا البرنامج بثقة أغلبية جماهير الإقليم، ذلك من خلال البديل (أوافق جداً) الآتي في المرتبة الثالثة، و(٣٨%) منهم يوافقون على ذلك عن طريق البديل (أوافق) الحاصل على المرتبة الأولى، و(٣٢%) منهم عبروا عن عدم معرفتهم بذلك من خلال البديل (لا أعرف) الذي جاء في المرتبة الثانية، أما (١٠%) منهم يرفضون ذلك عن طريق البديل (لا أوافق) الذي نال المرتبة الرابعة، كما وإن (٥%) منهم رفضوا ذلك بشدة من خلال بديلهم (لا أوافق جداً) الآتي في المرتبة الخامسة والأخيرة في سلم البدائل المطروحة. وتدل ذلك على صحة فوز هذا البرنامج الحوارية بثقة غالبية الجماهير في إقليم كوردستان، معتمدين عليه في إغناء معلوماتهم ومعارفهم بشأن الكثير من القضايا المجتمعية. يُنظر إلى جدول (٢٤)

جدول (٢٤): تعد برنامج (Legel Renj) من البرامج الحوارية الحائزة على ثقة أغلبية الجماهير في إقليم كردستان.							
المرتببة	%	المجموع	%	إناث	%	ذكور	البدائل
الثالثة	١٥	١٥	-	-	١٥	١٥	أوافق جداً
الأولى	٣٨	٣٨	٨	٨	٣٠	٣٠	أوافق
الثانية	٣٢	٣٢	١٤	١٤	١٨	١٨	لا أعرف
الرابعة	١٠	١٠	-	-	١٠	١٠	لا أوافق
الخامسة	٥	٥	-	-	٥	٥	لا أوافق جداً
-	١٠٠	١٠٠	٢٢	٢٢	٧٨	٧٨	المجموع

الإستنتاجات :

- توصل الباحث والباحثة أثناء تفحصيهما لموضوع البحث ومتابعة نتائجه، إلى الإستنتاجات الآتية:
 - إهتمام البرامج الحوارية في الفضائيات الكوردية، والمتمثلة ببرنامج (Legel Renj)، بدعم التغييرات المعرفية المختلفة من خلال:
 - جمع المعلومات المتعلقة بمضامين التغيير الاجتماعي وتوزيعها على المشاهدين.
 - كثف وتوضيح الأمور الغامضة والخفية التي تحدث في المجتمع.
 - تفسير لما يجري في المجتمع من الظواهر والقضايا المتعلقة بالتغيير الاجتماعي وتحليلها.
 - توظيف الأساليب والآليات المنطقية لنقد وتقييم المواضيع المتعلقة بالتغييرات الاجتماعية بشكل عام والمعرفية بشكل خاص.
 - إهتمام البرامج الحوارية في الفضائيات الكوردية بدعم التغييرات في المواقف (فرداً وجماعات)، ذلك عن طريق:
 - إثارة الشكوك حول ما يجري في المجتمع من القضايا والأمور وإفرازاتها الاجتماعية.
 - تقوية ثقة أفراد المجتمع بنفسهم وقدراتهم ودعمهم معنوياً.
 - إنتاج المعارف والحقائق الجديدة بشأن ما يجري في المجتمع ودورهم فيها.
- إهتمام البرامج الحوارية في الفضائيات الكوردية بدعم التغييرات في السلوك (فرداً وجماعات)، ذلك من خلال:
 - تحريك عواطف أفراد المجتمع وإفهامهم بضرورة إحداث التغييرات في سلوكهم.
 - نقل التجارب والنماذج العصرية للحياة وتقديمه لأفراد المجتمع، وخصوصاً من المجتمعات المتطورة اجتماعياً، ليحثهم على القبول بضرورة حدوث التغييرات في سلوكهم.
 - تحريك العقول لإقناع المشاهد بضرورتها، ذلك اعتماداً على الأدلة والبراهين الموضوعية والملموسة.
 - تكرار الرسائل التليفزيونية المتعلقة بقضايا ومضامين التغييرات السلوكية، لإقناع المشاهدين بضرورتها.
- دعم وإهتمام البرامج الحوارية في الفضائيات الكوردية بالتغييرات القيمية من خلال:
 - تقييم القيم السائدة ومقارنتها بالأخريات الأكثر عصرية منها.
 - التأثيرات الإقناعية للصور الذهنية عن القيم في المجتمعات الأكثر عصرية.
 - توظيف آليات التخويف وصناعة القلق موضوعياً بهدف إقناع المشاهدين بضرورة التغييرات في القيم العائقة للتغيير الاجتماعي.
- إن أفضل البرامج الحوارية المفضلة لدى المبحوثين، هي برنامج (Legel Renj) أولاً وبرنامج (دوجار بيريكس موده) ثانياً وبرنامج (كوانه) ثالثاً وبرنامج (توبا و ناتوبا) و(ووداوى نهم □□) رابعاً بالمناصفة، وهم يُبتون من قبيل الفضائيات (Rudaw، NRT، GK، NRT، Rudaw) بالترتيب.

المصادر:

أولاً: المعاجم:

١. أحمد زكي بدوي، معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية، مكتبة لبنان، بيروت، ١٩٧٨.
 ٢. جميل صليبا، المعجم الفلسفي/ج ١، سليمانزادة، إيران، قم، ١٣٨٥.
 ٣. عبدالمنعم الحفني، المعجم الشامل لمصطلحات الفلسفة، ط ٣، مكتبة مدبولي، القاهرة، ٢٠٠٠.
 ٤. كرم شلبي، معجم المصطلحات الإعلامية (إنجليزي-عربي)، ط ٢، دار الجيل، بيروت، ١٩٩٤.
- ثانياً: الكتب والمجلات:
١. إريك فروم، الإنسان بين الجوهر والظاهر، ت: سعد زهران، عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، العدد/١٤٠، آب/١٩٨٩.
 ٢. أديب خضور، الحديث التلفزيوني، ط ٢، أديب خضور، دمشق، ٢٠٠٩.
 ٣. تركي الحمد، من هنا يبدأ التغيير، دار الساقى، بيروت، ٢٠٠٤.
 ٤. تيسير أبو عرجة وآخرون، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن-عمان، ٢٠١٣.
 ٥. جان جبران كرم، مدخل إلى لغة الإعلام، ط ٢، دار الجيل، بيروت، ١٩٩٢.
 ٦. جون سكوت، علم الاجتماع-المفاهيم الأساسية، ط ٢، الشبكة العربية للأبحاث والنشر، لبنان-بيروت، ٢٠١٣.
 ٧. جون كولنز وفانسي باتريسيا أوبراين، قاموس دار العلم-غرينوود للمصطلحات التربوية، دار العلم للملايين، لبنان، ٢٠٠٨.
 ٨. حسن عماد مكاي، الإعلام ومعالجة الأزمات، دار المصرية اللبنانية، القاهرة، ٢٠٠٥.
 ٩. Robert L. Hilliard، الكتابة للتلفزيون والإذاعة ووسائل الإعلام الحديثة، ت: مؤيد حسن فوزي، دار الكتاب الجامعي، إ.ع.م، العين، ٢٠٠٣.
 ١٠. سعيد مبارك آل زعيتر، التلفزيون والتغيير الاجتماعي، دار الشروق للنشر والتوزيع والطباعة، الجدة، ٢٠٠٨.
 ١١. صالح خليل أبو أصبع، الإتصال الجماهيري، دار الشروق للنشر والتوزيع، الأردن-عمان، ١٩٩٩.
 ١٢. صبحي محمد قنوص، علم دراسة المجتمع، ط ٢، دار الجماهيرية للنشر والتوزيع، مصراتة، ١٩٩٣.
 ١٣. عبدالله محمد زلطة، الكتابة للراديو والتلفزيون، ط ٣، دار الفكر العربي، القاهرة، ٢٠٠٥.
 ١٤. عمار بوحوش ومحمد محمود ذنبيات، مناهج البحث العلمي-أسسه وأساليبه، مكتب المنار، الجزائر-الزرقاء، ١٩٨٩.
 ١٥. غوران هدبرو، الإتصال والتغيير الاجتماعي في الدول النامية، نظرة نقدية، دار الشؤون الثقافية العامة، بغداد، ١٩٩١.
 ١٦. فاروق أبو زيد، فن الكتابة الصحفية، ط ٢، عالم الكتب، القاهرة، ١٩٨٣.
 ١٧. محمد الدروبي، الصحافة والصحفي المعاصر، دار الفارس للنشر والتوزيع، عمان، ١٩٩٦.
 ١٨. محمد الدقس، التغيير الاجتماعي بين النظرية والتطبيق، دار المدلاوي للنشر والتوزيع، الأردن-عمان، ١٩٨٧.
 ١٩. محمد حمدان المصالحه، الإتصال السياسي (مقرب نظري تطبيقي)، ط ٢، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن-عمان، ٢٠٠٢.
 ٢٠. محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام وإتجاهات التأثير، ط ٣، عالم الكتب، القاهرة، ٢٠٠٤.
 ٢١. محمد مرعي، الأشكال الإذاعية المتقدمة على الصعيد الدولي، سلسلة بحوث ودراسات إذاعية، اتحاد إذاعات الدول العربية، العدد (٤٥)، تونس، ٢٠٠٠.
 ٢٢. ملفين ل. ديفليير وساندرابول. روكيتش، نظريات وسائل الإعلام، ط ٥، الدار الدولية للإستثمارات الثقافية ش.م.م، القاهرة، ٢٠٠٤.
 ٢٣. منى سعيد الحديدي وسلوى إمام علي، الإعلام والمجتمع، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ٢٠٠٢.
 ٢٤. مريم أحمد مصطفى وآخرون، التغيير ودراسة المستقبل، دار المعرفة الجامعية، القاهرة، ١٩٩٧.
 ٢٥. ياسين طه طاقة، الإتجاهات والحياة، شركة أيايد للطباعة الفنية، بغداد، ١٩٨٩.
 ٢٦. رحالي حجيلة، التغيير الاجتماعي في المجتمع الجزائري، مجلة كلية الآداب والعلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر، الجزائر-سكرة، العدد السابع، ٢٠٠٠.
 ٢٧. منال أبو الحسن، علم الاجتماع الإعلامي-أساسيات وتطبيقات، دار النشر للجامعات، القاهرة، ٢٠٠٩.

٢٨. السلطة الوطنية الفلسطينية-وزارة الإتصالات وتكنولوجيا المعلومات، إدارة التغيير والموارد البشرية، الورقة الفلسطينية المقدمة للإجتماع الحادي عشر للشبكة العربية لإدارة وتنمية الموارد البشرية، الخرطوم، ١٦-٢٠٠٣/١٢/١٨.

٢٩. صحيفة العراق الإلكترونية، العدد/٢٤٨٥، السنة الثامنة، الخميس/١٣/٣/٢٠١٤.
1_ مروى ياسين- "المسئولية الاجتماعية للبرامج الحوارية التلفزيونية في معالجة قضايا ثورة ٢٥ يناير دراسة تحليلية"، بحث بحث مقبول للنشر، في: المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، كلية الإعلام - جامعة القاهرة، يناير ٢٠١٢.
1- ريهام سامى حسين يوسف " دور البرامج الحوارية في القنوات الحكومية والخاصة في ترتيب أولويات القضايا المجتمعية لدى الجمهور" رسالة ماجستير غير منشورة - كلية الإعلام - جامعة القاهرة - مايو ٢٠٠٨ .

1 رانيا أحمد محمود. مدى اعتماد الشباب على برامج الرأي في معرفة مشكلات المجتمع المصري. مقدم إلى: المؤتمر السنوي الثالث عشر: الإعلام والبناء الثقافي والاجتماعي للمواطن العربي. (جامعة القاهرة: كلية الإعلام)، ٢٠٠٧. ص ص ١٢٧٥ - ١٣٠٠.

1 جيلان محمود عبد الرزاق. أساليب تغطية القضايا في برامج الرأي المذاعة على الهواء Talk Show في القنوات الفضائية العربية. رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ٢٠٠٤).

1 Nabi, Robin & Hendriks, Alexandra, the Persuasive Effect Of Host & Audience Reaction Shots In Television Talk Shows. In: Journal of Communication – September 2003, pp 527-544.

1 - وليد فتح الله. تعرض الصفوة المصرية لبرامج الرأي في القنوات التلفزيونية العربية. في: المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد الرابع، العدد المزدوج، يناير - ديسمبر ٢٠٠٣، ص ص ٤٩ - ٦٩.

1 Rossler, Patric & Brosius, Hans. Do Talk Shows Cultivate Adolescents' View of the world: a prolonged exposure experiment. In: Journal of Communication. March 2001. pp: 143 – 163.

(1) Frysby (١٩٩٩) دراسة في نظرية المقارنة الاجتماعية لتفسير دوافع مشاهدة برامج إل Talk Show " Stacy davis, Marie Louiso- "Effects of talk Show viewing on adolescents". Journal of 1 communication – Vol. 48, No. 3, 1998

Abstract :

This research is marked by (The views of elites about the role of Television dialogues supporting of social change) is a subject that relates to the public interest, which is a society as a whole and the processes of social change is a processes that occur wherever human societies exist. Where were always the topics that most of the discussions centered by. Especially its leading elites, from here, and on the background of the foregoing, identified the problem, which is (Lack of clarity of the role of talk shows provided by Kurdish satellite channels in processes and directing of social change in the Kurdistan region)

This study is important from the importance of the basic elements, which are the (media and change) where united equation impact, vulnerability, which is a symbol of the relationship correlation intrinsic to the structural infrastructure and superstructure together for all communities, from which the Kurdish community, as well as studies of the Kurdish few in this field, which can be to be a benefit to the owners of similar specialties.

There are many objectives of this research, including:

1. make sure that the talk shows are supports changing viewers' knowledge
2. make sure to support the talk shows to make a change in the behavior of viewers

This research is descriptive research aimed at discovering the links between variables, using the survey method propped by questionnaire

These study include the (provided, illustrating the idea and the subject of research in a simplified), and (methodological framework for the search, which describes the research problem and its importance, objectives, methodology and its borders and determine appointed and its basic concepts, as well as measures of validity and reliability) And (theoretical framework, which deals with the concept of dialogue and television dialogues one hand, and the concept of change and social change on the other hand, As well as addressing the basic mechanisms that support its TV operations social change,) and (the results of the field study, which shows where the tables on the results and discussion in the center), and finally came (conclusions, which include the most important and influential field conclusions logical that have been realized), as well as the (appropriate recommendations to improve and develop the role of talk shows in support of social change and guidance.