



Persuasive Techniques in News Programs: “Al-Hasad Program on Al-Sharqiya Channel as a Model”

Dr. Hamid Shahid Jafat

College of Media / University of Thi Qar

Abstract:

The study aimed to identify the rational and emotional persuasive techniques used in the Al-Hasad program on Al-Sharqiya Channel. To achieve its objectives and answer its questions, the study relied on the descriptive-analytical method through content analysis of a sample consisting of 10 episodes of the Al-Hasad news program on Al-Sharqiya Channel. The study found that the rational persuasive techniques in the Al-Hasad program on Al-Sharqiya Channel were based on facts and real data, followed by the use of numbers and statistics. The emotional persuasive techniques mainly involved the use of collective common concepts, reinforcing viewpoints, and presenting them as correct. It was found that the channel did not use any techniques involving the use of specific or general slogans or preferential linguistic terms in its program. The study recommended expanding research into fear appeals that may be included in political programs and news bulletins and studying the determinants of persuasive appeals in television programs according to the demographic variables of the audience to reach a clearer theoretical framework in understanding these appeals.

Keywords: Persuasive Techniques, News Programs, Al-Hasad Program.



الأساليب الإقناعية في البرامج الإخبارية "برنامج الحصاد على قناة الشرقية أمودجاً"

م.د حميد شهيد جفات

كلية الإعلام / جامعة ذي قار

المستخلص:

هدفت الدراسة التعرف على الأساليب الإقناعية العقلية والعاطفية المستخدمة في برنامج الحصاد على قناة الشرقية، ولتحقيق أهدافها والإجابة على تساؤلاتها اعتمدت على المنهج الوصفي التحليلي من خلال أسلوب تحليل المحتوى لعينة مؤلفة من ١٠ حلقات من برنامج الحصاد الإخباري في قناة الشرقية، وتوصلت الدراسة إلى أن الأساليب الإقناعية العقلية في برنامج الحصاد على قناة الشرقية كانت الاستناد إلى الحقائق والبيانات الواقعية يليها توظيف الأرقام والإحصاءات، فيما تمثلت الأساليب الإقناعية العاطفية بشكل رئيسي في استعمال المفهوم الجمعي المشترك وتكريس وجهات النظر وتقديمها على أنها صحيحة، وتبين بأن القناة لم تستخدم في برنامجها أيّاً من أساليب توظيف الشعارات الخاصة والعامة أو استعمال الألفاظ اللغوية التفضيلية، وأوصت الدراسة بالتوسع في البحث في الاستمالات التخويفية التي يمكن أن تتضمنها البرامج السياسية والنشرات الإخبارية ودراسة محددات الاستمالات الإقناعية في البرامج التلفزيونية وفقاً للمتغيرات الديمغرافية للجمهور للوصول إلى إطار نظري أوضح في فهم تلك الاستمالات

الكلمات المفتاحية: الأساليب الإقناعية، البرامج الإخبارية، برنامج الحصاد.

المقدمة:

تقوم وسائل الإعلام بتأطير فهم أو سوء فهم الأشخاص والمجتمعات وبناء صورتهم والعمل لإعادة تشكيل تصوراتهم، حيث تنقل وسائل الإعلام المعلومات إلى الجمهور بطريقة تشكل مفهوم الفهم لديهم، وقد ظهر الإعلام كسلاح لتعبئة الملايين في عصر العولمة المعاصرة بشكل رئيسي من خلال الوسائل المتنوعة لعل الوسائل الإعلامية المرئية التي تعتمد على تقنيات الصوت والصورة أبرزها، وقد تهدف وسائل الإعلام على اختلاف أنواعها وأهدافها لبلوغ عقل ووجدان الجمهور المستهدف وتكوين تصورات محددة لديه تجاه قضايا محددة، ولعل الإقناع وأساليبه هو حلقة الوصل بين الرسالة والجمهور فالإقناع عملية رمزية يحاول القائمون على التواصل من خلالها إقناع الآخرين بتغيير مواقفهم أو سلوكهم فيما يتعلق بقضية ما من خلال نقل رسالة، فهو يجسد التواصل البشري المصمم للتأثير على الآخرين في سبيل تغيير معتقداتهم أو قيمهم أو مواقفهم، فالأسلوب الإقناعي أسلوب للتواصل يستخدم لجذب انتباه القراء أو الجمهور ويكون الإقناع ناجح إذا كان قادراً على بناء مشاعر الجمهور وتقديم الحجج المقنعة التي تتوافق مع القضية المطروحة.

مشكلة البحث:

ساهم نمو الحريات الإعلامية والسياسية والتطور التكنولوجي لتقنيات الاتصال ووسائل الإعلام على المستوى العربي والعالمي في حصول نهضة إعلامية كبيرة في نوعية البرامج التلفزيونية المقدمة من حيث المحتوى والأسلوب والهدف، ولعل البرامج السياسية من أبرز تلك البرامج حيث تستحوذ أهمية ومتابعة لدى

الجمهور باعتبار القضايا السياسية موضع اهتمامه، وهنا نلاحظ وجود العديد من البرامج السياسية التفاعلية في القنوات الفضائية العراقية وفق توجهات مختلفة، وفي مقدمتها البرامج الإخبارية السياسية التي تسعى لنقل الرسالة الإعلامية وتكوين اتجاهات محددة في مواقف الجمهور وقناعاته بما يتفق مع أهداف وتوجهات القناة ومالكها، حيث تعتمد تلك البرامج بشكل أساسي على إقناع الجمهور بالرسالة الإعلامية من خلال مخاطبة عاطفته وعقله معاً أو أحدهما والخطاب الإعلامي التلفزيوني والسياسي تحديداً يعتمد بشكل رئيسي في بلوغ هدفه على الإقناع، فالإقناع يعبر عن سعي الرسالة الإعلامية لاستخدام أساليب الإقناع بهدف قبول الجمهور لمحتوى الرسالة التواصلية وتحقيق التأثير المطلوب فيه، فهو يمثل استخدام شخصي أو موضعي للموارد اللازمة لتغيير سلوكيات الناس أو مواقفهم، ويمكن أن نصوغ مشكلة البحث في التساؤل التالي:

ما هي الأساليب الإقناعية المستخدمة في برنامج الحصاد على قناة الشرقية؟
ويتفرع عنه الأسئلة الفرعية التالية:

- ما أهم الأساليب العقلية التي تستعملها قناة الشرقية في برنامج الحصاد الإخباري؟
- ما أهم الأساليب العاطفية التي تستعملها قناة الشرقية في برنامج الحصاد الإخباري؟

أهمية البحث:

- الأهمية العلمية:

يمكن للبحث أن يدعم المعرفة العلمية من خلال استكشاف أساليب الإقناع المستخدمة في البرامج الإخبارية في الثقافة العربية على المستويين العقلي والعاطفي من خلال برنامج الحصاد باعتباره عينة بحثية ذات أهمية، كما يمكن لنتائج البحث أن توجه الباحثين إلى جوانب أخرى تستدعي مزيد من البحث.

- الأهمية العملية:

يمكن لنتائج البحث أن تساعد القائمين على برنامج الحصاد الإخباري في التعرف على بعض الثغرات في أداء البرنامج أو أي خلل في إيصال الرسالة الإعلامية وبالتالي التعرف على أي خلل في الأساليب الإقناعية المستخدمة.

أهداف البحث:

الهدف الرئيسي:

التعرف على الأساليب الإقناعية المستخدمة في برنامج الحصاد على قناة الشرقية.
ويتفرع عنه الأهداف الفرعية التالية:

- معرفة الأساليب العقلية التي تستعملها قناة الشرقية في برنامج الحصاد الإخباري.
- تحديد الأساليب العاطفية التي تستعملها قناة الشرقية في برنامج الحصاد الإخباري.

منهجية البحث:

تأتي الدراسة في سياق العلوم الاجتماعية والإنسانية ولتحقيق أهدافها والإجابة على تساؤلاتها سيتم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي من خلال أسلوب تحليل المحتوى لعينة مؤلفة من ١٠ حلقات من برنامج الحصاد الإخباري في قناة الشرقية.

مصطلحات البحث:

الأساليب الإقناعية:

يتمثل الإقناع في إيصال الأفكار والمعلومات عبر الاتصال بهدف تغيير الاتجاهات والآراء وبالتالي تعديل سلوك الفرد أو تغييره^١، فالإقناع يستهدف مخاطبة وجدان المتلقي للرسالة الإعلامية للتأثير في اتجاهاته وسلوكه وتعتبر الأساليب الإقناعية عن الأساليب الفكرية والشكلية المستخدمة في مخاطبة الجمهور المستهدف من الرسالة الإعلامية بقصد ملامسة وجدانه والتأثير فيه وإثارة والسعي لتغيير اتجاهه وسلوكه تجاه قضية ما^٢.

البرامج الإخبارية:

تمثل نمط من البرامج التلفزيونية التي تهدف لتقديم المعلومات والآراء حول القضايا التي تهم الجمهور من خلال الإعلام والإخبار لوضع الجمهور في صورة كل ما هو جديد بالسرعة اللازمة والدقة المطلوبة، فهي تجسيد لأخبار بوقائع جديدة أو تحليلات، والبرامج الإخبارية التلفزيونية قد تكون في شكل تقارير أو برامج إخبارية خاصة أو برامج تسجيلية أو نشرات إخبارية أو تعليق أو تحليل إخباري أو موجز أخبار^٣.

الدراسات السابقة:

دراسة (سعيد، وفاء، ٢٠٢٢) بعنوان الأساليب الإقناعية في البرامج التلفزيونية الاستقصائية - دراسة تحليلية لبرنامج "الحرّة تتحدّى" على قناة الحرّة الإخبارية^٤.

تحاول الدراسة التعرف على الأساليب الإقناعية في البرامج المتلفزة الاستقصائية المعروضة على قناة الحرّة الإخبارية، ولتحقيق أهدافها اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي والأسلوب المسحي حيث تم اختيار عينة قصدية مكونة من ٨ حصص تلفزيونية من برنامج "الحرّة تتحدّى"، وتوصلت الدراسة إلى أن استخدام أسلوب الاستشهاد بالمصادر الموثقة جاء بالمرتبة الأولى في الأساليب الإقناعية العقلية، وجاء تقديم البيانات من أرقام وإحصاءات بالمرتبة الثانية، ومن ثم جاء أسلوب عرض أسباب وتفسيرات للقضية يليه أسلوب التأكيد ثم أسلوب تقديم الشعارات وجاء في المرتبة الأخيرة التكرار والتخفي وجاء قبله أسلوب بناء النتائج وفق مقدمات، أما بالنسبة للأساليب الإقناعية العاطفية جاء أسلوب تقديم الرأي باعتباره حقيقة في المرتبة

١ عاد، الزهرة، ٢٠١٦، الأساليب الإقناعية للدعاة في البرامج التلفزيونية - دراسة تحليلية لبرنامج لوكان بيننا، أطروحة ماجستير، جامعة الشهيد حمه لخضر - الوادي، الجزائر. ص ٥.

٢ سعيد، فارق، وفاء، بن طراد، ٢٠٢٢، الأساليب الإقناعية في البرامج التلفزيونية الاستقصائية - دراسة تحليلية لبرنامج "الحرّة تتحدّى" على قناة الحرّة الإخبارية، مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، المجلد ٦، العدد ٢، ص ٥٩٥.

٣ مرغادي، أسامة، ٢٠٢٠، دور البرامج التلفزيونية السياسية في نشر قيم المواطنة لدى الطالب الجامعي، أطروحة ماجستير، جامعة العربي التبسي - تبسة، الجزائر، ص ٣١-٣٢.

٤ سعيد، فارق، وفاء، بن طراد، ٢٠٢٢، مصدر سبق ذكره.

الأولى ومن ثم أسلوب إعطاء الأمثلة ومن ثم الرموز والإشارات يليها في المرتبة الرابعة تكرار العرض ثم أسلوب الاستعارة والوصف والأسلوب اللغوي واللفظي في التعبير عن القضايا الحساسة والغامضة، وبالنسبة لاستمالات التخويف جاء خلق التوتر أولاً يليه إثارة القلق ومن ثم توظيف صور وفيديوهات مقلقة وفي المرتبة الأخيرة تم إدراج صور مخيفة.

دراسة (دوابة، وإبراهيم، ٢٠٢٢) بعنوان إستراتيجيات الإقناع المستخدمة في البرامج التلفزيونية الاجتماعية دراسة تحليلية^١

تستهدف الدراسة تحديد استراتيجيات الإقناع التي تستخدم في البرامج التلفزيونية الاجتماعية من حيث القوالب الفنية المستخدمة والأساليب الإقناعية والموضوعات المقدمة والجمهور المستهدف واللغة والأساليب المعالجة، ولتحقيق أهداف الدراسة تم اعتماد المنهج الوصفي عبر أسلوب المسح الإعلامي من خلال أداة تحليل مضمون بالتطبيق على عينة قصدية من البرامج الاجتماعية التلفزيونية متمثلة في برنامج "واحد من الناس" على قناة الحياة وبرنامج "صبايا الخير" على قناة النهار، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها أن الاستراتيجية السيكودينامية تمثل أبرز الاستراتيجيات الإقناعية المستخدمة في البرنامج، وتبين بأن الأدلة والشواهد من أهم الأساليب العقلية الإقناعية المستخدمة، وكانت البلاغة والوصف من أهم الأساليب العاطفية، واحتلت المواضيع الاجتماعية مقدمة المواضيع المطروحة بهدف طرح حلول للمشاكل الاجتماعية، ووجدت الدراسة بأن اللهجة العامية هي المستخدمة في البرامج الاجتماعية التلفزيونية، وكان الحوار والنقاش من أبرز القوالب الفنية التي تعتمد عليها البرامج التلفزيونية الاجتماعية.

دراسة (مفتن، ٢٠١٩) بعنوان أساليب الإقناع في نشرات أخبار الفضائيات الدولية الموجهة / دراسة تحليلية لنشرات أخبار قناة روسيا اليوم^٢

هدفت الدراسة لمعرفة الأساليب الإقناعية المستخدمة في النشرات الإخبارية التي تقدمها قناة روسيا اليوم وتحديد أنماط الاستمالات المتبعة في الإقناع ومعرفة الأطر الإخبارية المستخدمة في أخبار القناة، والتعرف على مصادر الأخبار المستخدمة في القناة للحصول على ما تحتاجه من معلومات ووقائع مهمة في إيصال الرسالة الإقناعية، والوقوف على الفنون الصحفية التي تستخدم في تقديم الأخبار تبعاً للأساليب الإقناعية، ولتحقيق أهدافها اعتمدت الدراسة على المنهج النوعي من خلال أداة تحليل المضمون لعينة من نشرات أخبار قناة روسيا اليوم، وتوصلت الدراسة إلى أن أساليب الإقناع باعتبارها أداة لمخاطبة الشعوب العربية للوصول إلى الأهداف المنشودة دعائياً وإقناعياً تعتبر موضع اهتمام السياسة الخارجية الروسية من خلال قناة روسيا اليوم وتسعى لرسم صورة محددة للنهج المتبع سياسياً وعسكرياً في القضايا العربية والعالمية، وقد وجدت الدراسة بأن القناة تهتم بتوظيف الاستمالات الإقناعية المتنوعة كالعقلية والعاطفية بالإضافة إلى استمالات الترهيب في تقديم رسائلها الإعلامية في نشرات الأخبار بهدف إقناع الجمهور وكسب تفاعله وتجاوبه مع مضامين النشرات الإخبارية.

^١ دوابة، إيمان عز الدين، وإبراهيم، محمد عوض، ٢٠٢٢، إستراتيجيات الإقناع المستخدمة في البرامج التلفزيونية الاجتماعية دراسة تحليلية، مجلة بحوث التربية النوعية - جامعة المنصورة، العدد ٦٥.

^٢ مفتن، هند صالح، ٢٠١٩، أساليب الإقناع في نشرات أخبار الفضائيات الدولية الموجهة / دراسة تحليلية لنشرات أخبار قناة روسيا اليوم، أطروحة ماجستير، جامعة بغداد، كلية الإعلام.

دراسة (Muffin, & Radhi, 2022) بعنوان أساليب الإقناع في بث الأخبار الفضائية الدولية - دراسة تحليلية لإذاعة أخبار قناة روسيا اليوم (من ١/١٠/٢٠٢١ إلى ٣١/١٢/٢٠٢١)^١

هدف البحث لتحديد أساليب الإقناع التي تستخدمها قناة روسيا اليوم في النشرات الإخبارية والتعرف على الفنون الصحفية التي تستخدمها القناة في تقديم الأخبار، ولتحقيق أهداف البحث اعتمد الباحث على المنهج الوصفي والأسلوب المسحي كما اعتمد أسلوب تحليل المحتوى وحدد الباحث المجال الزمني للبحث بثلاثة أشهر ابتداء من ٢٠٢١/١/١٠ إلى ٢٠٢١/١٢/٣١، ووجدت الدراسة بأن أساليب الإقناع المستخدمة في نشرات أخبار قناة روسيا اليوم تمثلت في وضوح الأهداف مقابل الاستنتاج الضمني وترتيب الحجج المقنعة والربط مع الأحداث السابقة والتكرار بالتوزيع والتأثير التراكمي للعرض وتقديم جانب واحد من الموضوع وتقديم الجانب المؤيد والمعارض واستخدام الاحتياجات المتوقعة وتأثير الأغلبية والإسناد بالدليل والبرهان، وبالنسبة للأشكال أو الصيغ التعبيرية احتلت الأخبار التلفزيونية المرتبة الأولى تليها التقارير التلفزيونية ثم المقابلة الإخبارية يليه الإنفوجرافيك.

دراسة (Chen, S., Xiao, L., & Mao, J. (2021) بعنوان استراتيجيات الإقناع للوظائف التي تحتوي على المعلومات الخاطئة في وسائل التواصل الاجتماعي^٢

تهدف الدراسة لاستكشاف الخصائص الاجتماعية والنفسية لمشاركات Weibo التي تحتوي على معلومات خاطئة من ثلاثة جوانب (استراتيجيات الإقناع والمواضيع والأفعال المتوقعة)، وكيف تؤثر استراتيجيات الإقناع على ردود أفعال المستفيدين، وطبقت الدراسة المنهج الوصفي وتوصلت إلى أن استراتيجيات الرثاء هي أكثر أعمال الإقناع شيوعاً في المنشورات التي تحتوي على معلومات مضللة على عكس المنشورات العادية، وتبين بأن نوع استراتيجيات الإقناع المستخدمة في المنشورات التي تحتوي على معلومات خاطئة يرتبط بالموضوعات والإجراءات المتوقعة والعناصر الرقمية للمنشورات، ووجدت الدراسة أن هناك تأثيرات ذات دلالة إحصائية لاستراتيجيات الإقناع على استجابات المستخدمين للمنشورات التي تحتوي على معلومات مضللة، كما تشير نتائج الدراسة إلى وجود آلية معقدة تعتمد على السياق وراء عرض المعلومات الخاطئة ونشرها.

المبحث الأول: الإطار النظري

أولاً: الأساليب الإقناعية:

مفهوم الإقناع:

تقنيات الإقناع هي فن الإقناع والتأثير وفهم الآليات النفسية الأساسية التي تدفع عملية صنع القرار، ويمكن أن تتراوح تقنيات الإقناع من استخدام الروايات المقنعة والنداءات العاطفية إلى الحجج المنطقية، وتكمن فعالية هذه التقنيات في قدرتها على التوافق مع قيم الجمهور وتوقعاته، وبالتالي تحفيز عملية التغيير في

¹ Muffin, H. S., & Radhi, W. F. (2022). Methods of persuasion in international satellite news broadcasts- Analytical study for Russia Today Channel news broadcast (From 1/10/2021 to 31/12/2021). Vegueta. Anuario de la Facultad de Geografía e Historia, 22(4).

² Chen, S., Xiao, L., & Mao, J. (2021). Persuasion strategies of misinformation-containing posts in the social media, Information Processing & Management, 58(5), <https://doi.org/10.1016/j.ipm.2021.102665>.

المواقف أو الآراء أو السلوكيات، هذا التفاعل المعقد بين المقنع والجمهور يجعل الإقناع جانبًا أساسيًا في مجالات مثل التسويق والسياسة والعلاقات العامة^١، ويعرّف الإقناع بأنه الخيارات اللغوية التي تهدف إلى تغيير أو التأثير على سلوك الآخرين أو تعزيز المعتقدات والسلوكيات الحالية لأولئك الذين هم بالأصل مقتنعون^٢، ويمثل التواصل البشري المصمم للتأثير على الآخرين عن طريق تعديل معتقداتهم أو قيمهم^٣، ومن جانب آخر يشير الإقناع إلى دراسة الاتجاهات وكيفية تغييرها، فعملية الإقناع تقوم على وعي المقنع بالتأثير على شخص آخر وتغيير قناعاته بشأن شيء ما من خلال القرار الواعي أو اللاواعي، وبالتالي فإن الإقناع يغطي المواقف التي يتم فيها تعديل السلوك من خلال رسائل رمزية قد تكون قسرية بشكل غير مباشر والتي تخاطب عقل وعواطف الشخص المراد إقناعه^٤.

الاستمالات الإقناعية:

يعتمد الإقناع في المقام الأول على الاستراتيجيات الرمزية التي تثير عواطف الإقناع لدى المستهدف، حيث يتم تحقيق الإقناع بشكل كبير باستخدام استراتيجيات متجذرة في الدليل المنطقي والتي تخاطب عقل المطلوب إقناعه وفكره^٥، فالإقناع مجموعة عناصر يستخدمها القائم بالاتصال لتحقيق أهدافه في إقناع الجمهور المستهدف من خلال التأثير العاطفي والمعرفي عبر تكوين رد فعل إيجابي لدى الجمهور^٦، ويكون الإقناع أكثر فعالية عندما تكون أهداف أو نتائج الرسالة محددة بوضوح، وأن لا يترك للجمهور عبء استخلاص النتائج بأنفسهم على وجه التحديد، مقارنة بـ نسبة الذين غيروا اتجاهاتهم تجاه المواقف بعد تعرضهم لرسالة ما وترك الجمهور لاستخلاص استنتاجاته. وتجدر الإشارة إلى أن هذه الأساليب قد تذهب إلى أبعد من ذلك، وتعتبر الحجج الهياكل الأساسية لعرض المطالبات (والادعاءات المضادة) في عملية الإقناع والإقناع قد يكون أحادي الاتجاه يقدم المقنع رسالة إلى المستهدف إقناعه، ولا مجال له للرد على الرسالة كإعلان عن المنتج والخطاب السياسي، وفي الإقناع ثنائي الاتجاه يكون هناك حوار بين الطرفين حيث يحاول الطرف المرسل للرسالة الإعلامية إقناع الطرف الآخر كاجتماعات المبيعات والاستشارة الطبية^٧.

¹ Alzahrani, A., Babkier, E., Yanbaawi, F., Yanbaawi, F., & Alhuzali, H. (2024). Investigating Persuasion Techniques in Arabic: An Empirical Study Leveraging Large Language Models. IEEE TRANSACTIONS and JOURNALS, p2. <https://doi.org/10.1109/ACCESS.2017.DOI>.

² Virtanen, T., & Halmari, H. (2005). Persuasion across genres: Emerging perspectives. In Halmari, H. & Virtanen, T. (Eds.), Persuasion Across Genres: A Linguistic Approach, Amsterdam: John Benjamins Publishing Co. p5

³ Simons, H. W. (1976). Persuasion: understanding, practice, and analysis. Addison-Wesley Pub.p21.

⁴ Perloff, R. M. (2003). The Dynamics of Persuasion. Communication and Attitudes in the 21st Century. Mahwah, N.J.: Lawrence Erlbaum Associates.p7.

⁵ Miller, G. R. (2013). On Being Persuaded: Some Basic Distinctions. In J. P. Dillard & L. Shen (Eds.), The Sage Handbook of Persuasion: Developments in Theory and Practice, p72. Retrieved from <https://search.ebscohost.com/>.

⁶ كشكول، عبود، ٢٠١٥، أساليب الإقناع الدعائي في الحملات الانتخابية، دار الكتاب الجامعي، الإمارات، ص٢٢.

⁷ Hunter, A. (2018). Towards a framework for computational persuasion with applications in behaviour change. Argument & Computation, 9, 16. <https://doi.org/10.3233/AAC-170032>.

ويعتمد الخطاب الإعلامي على مجموعة من الاستمالات الإقناعية تتلخص فيما يلي^١:
١. الاستمالات العاطفية:

تتوجه الاستمالات العاطفية نحو الجانب الوجداني والانفعالي للجمهور المتلقي ومخاطبة حواسه وإثارة حاجاته الاجتماعية والنفسية لتحقيق أهداف الخطاب الإعلامي، وتعتمد الاستمالات العاطفية على استخدام مجموعة من الوسائل كالشعارات التي يوجهها القائم بالاتصال في صيغة مفهومة ذات تأثير بجانب الرموز التي تجسد التجارب الإنسانية، كما تعتمد على الأساليب اللغوية كالتشبيه والكناية والاستعارة والاستفهام، بالإضافة إلى استخدام الألفاظ الدالة السلبية والإيجابية بجانب استخدام صيغ التفضيل لفكرة أو مفهوم على آخر، كما تعتمد على الاستشهاد بمصادر تتمتع بالمصداقية لدى الجمهور واستخدام عبارات تدل على حقيقة الخطاب، وتلجأ أيضاً الاستمالات الإقناعية إلى الجماعات المرجعية عبر استخدام غريزة القطيع أو الجماعة التي ينتمي لها الفرد.

٢. الاستمالات العقلانية:

وهي الاستمالات الموجهة نحو عقل الجمهور المتلقي وتقوم على المنطق والأدلة من خلال الاعتماد على الحجج والبراهين المنطقية، وإثبات زيف الرأي المضاد بعد المناقشة وتأخذ أشكال متنوعة كتقديم النتائج بناء على مقدمات وبيان الإحصاءات والقيم والاستشهاد بالأحداث الواقعية والمعلومات.

٣. استمالات التخويف:

وتقوم على تفعيل الإثارة العاطفية لدى الجمهور المتلقي لخلق حالة من الخوف عنده كتبرير ارتفاع الانفاق على التسليح عبر تخويف الناس من الحرب.

تظريات في الإقناع:

سيطرت المناهج المعرفية على العديد من المجالات الفرعية لعلم النفس خلال العقود الماضية في بحوث الإقناع، وقد أشار غرينوالد (١٩٦٨) إلى أهمية التفكير وتوضيح الرسالة المقنعة للموقف واقترح أن الإقناع يتم بوساطة محتوى الإدراك المتعلق بالموقف الذي يتم استنباطه وبالتالي فإن تغيير الموقف يعتمد على تكافؤ الأفكار المتولدة عند النظر في رسالة الإقناع، وكلما تطورت الأفكار كانت الاستجابة للرسالة بشكل أفضل، وكلما زاد تغير الموقف في اتجاه الرسالة.

نظرية الحكم الاجتماعي^٢

تشير نظرية الحكم الاجتماعي إلى أن معرفة مواقف الشخص تجاه الموضوعات يمكن أن تقدم أدلة حول كيفية التعامل معه لإقناعه، وتركز النظرية على تقييم الناس للرسائل المقنعة، وتقدم نظرية الحكم الاجتماعي أن يقوم الأشخاص بإجراء تقييمات (أحكام) حول محتوى الرسائل بناءً على نقاط ارتكازهم أو مواقفهم بشأن رسائل موضوع معين، بالإضافة إلى أنه يمكن تصنيف مواقف كل شخص إلى ثلاث فئات

^١ الغرير، أيمن اسناعيل، ٢٠١٤، الخطاب الإعلامي واساليب الإقناع، أكاديمية أزهرى الدولية، ص ٢٠-٢٤.

^٢ Dainton, M., & Zelley, E. D. (2022). APPLYING COMMUNICATION THEORY FOR PROFESSIONAL LIFE (5th ed., pp. 104-106). SAGE Publications, Inc.

نطاق القبول الذي يشمل كل تلك الأفكار التي يجدها الشخص مقبولة، ونطاق الرفض والذي يشمل كل تلك الأفكار التي يجدها الشخص غير مقبولة، ونطاق عدم الالتزام والذي يتضمن الأفكار التي ليس لديك رأي فيها فأنت لا تقبل هذه الأفكار ولا ترفضها.

تقول نظرية الحكم الاجتماعي أن خريطة مواقف الفرد حول أي موضوع معين هي وظيفة لكيفية مشاركة الأنا لدى الفرد حول هذا الموضوع، وعندما يكون الفرد شديد الأنا عندما يتعلق الأمر بموضوع ما، فإنه يعتقد أن الموضوع مهم، وعادةً ما يتخذ الشخص موقفًا حادًا نظرًا لأن الموضوع له أهمية شخصية بالنسبة للفرد، ويعتبر محورًا لإحساسه بالذات ومن ثم فهو أو هي متورط في الأنا، حيث إن معرفة ما إذا كان الشخص متورطًا في الأنا يسمح للقائم بالاتصال بعمل تنبؤات معينة حول متلقي الرسالة، فكلما زاد انخراط الشخص في الأنا كلما زاد نطاق الرفض الذي يتمتع به هذا الشخص وهذا التوقع مبني على المنطق؛ كما أنه كلما زاد انخراط الشخص في الأنا، قل نطاق عدم الالتزام مرة أخرى، فالاعتقاد أن موضوع ما مهم من المحتمل أن الشخص قد فكرت فيه مما لا يترك مجالًا كبيرًا لعدم وجود رأي أو معرفة وإذا كنت لا ترى الموضوع مهمًا، فمن المحتمل أنك لم تقضي الكثير من الوقت في صياغة رأي حوله.

نظرية احتمالية التفصيل¹:

تعتمد على المسار المعرفي المسمى بالمسار المركزي من خلال معالجة مدروسة للرسالة الاتصالية، حيث يحضر المتلقون المحتوى ويحاولون تقييمه من حيث معارفهم واتجاهاتهم السابقة، ويُنظر إلى صياغة الرسالة ضمن هذا الإطار على أنها سلسلة متصلة، متغيرة من الأعلى إلى الأسفل اعتمادًا على المسار الذي يتبعه متلقي الرسالة، والذي يعتمد على متغيرين هما قدرة المتلقي ودافعه لمعالجة الرسالة، فعندما تكون القدرة والحافز مرتفعين أي عندما يكون الناس قادرين على الفهم والتوضيح، وفي الوقت نفسه يكون لديهم الدافع للقيام بذلك، فمن المرجح أن يتبعوا المسار المركزي للمعالجة ويخصصوا موارد معرفية كبيرة في الاستجابة للرسالة، وتتأثر القدرة بعوامل مثل المعرفة المسبقة للأشخاص أو الانحرافات المحتملة في سياق التأثير مثل الضوضاء.

ثانيًا: البرامج الإخبارية في القنوات الفضائية:

١. أنواع ومضامين البرامج التلفزيونية:

تقدم البرامج التلفزيونية مجموعة واسعة من المضامين تستهدف جمهورًا متنوعًا ومن أهم المضامين الشائعة في البرامج التلفزيونية^٢:

- الأخبار والتحليلات السياسية: تعتبر الأخبار من أهم مضامين البرامج التلفزيونية، حيث تقدم النشرات الإخبارية تغطية مستمرة للأحداث الجارية في العالم وتقديم التحليلات والتعليقات عليها وتزويد المشاهدين بالمعلومات الحالية والدقيقة وتعزيز الوعي العام بالأحداث السياسية والاجتماعية والاقتصادية.

¹ Gardikiotis, A., Crano, W.D., 2015. Persuasion Theories. In: James D. Wright (editor-in-chief), International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences, 2nd edition, Vol 17. Oxford: Elsevier. pp. 943-944.

^٢ الفريداوي، أحمد مطشر عبد الصاحب علي، ٢٠١٥، المضامين التلفزيونية في قناة الجامعة الفضائية دراسة تحليل مضمون لبرامج قناة الجامعة، بحث منشور، ص ٩-١٠.

- البرامج التعليمية والثقافية: تعتبر البرامج التعليمية والثقافية أدوات قوية لنقل المعرفة وتعزيز التعلم وتشمل هذه البرامج المحاضرات والوثائقيات والبرامج التاريخية والعلمية والتقنية والفنية بهدف توسيع المعرفة وتعزيز التنقيف لدى الجمهور في كافة المجالات.

- البرامج الترفيهية: تشمل البرامج الترفيهية مجموعة واسعة من المضامين مثل البرامج الكوميديية والمسابقات والألعاب والموسيقى والرقص والمسرحيات الموسيقية والعروض الحية والتي تهدف إلى توفير تجربة ممتعة ومسلية للمشاهدين وتقديم وقت مرح واسترخاء.

- الدراما والمسلسلات: تشمل البرامج الدرامية والمسلسلات تقديم قصص وحكايات مشوقة ومؤثرة، وتنوع هذه البرامج من حيث المضمون والأنماط، وتعرض قصصًا مختلفة تتعلق بالحب والصدقة والمغامرات والتحديات الحياتية.

- البرامج الرياضية: تعتبر البرامج الرياضية جزءًا مهمًا من المضامين التلفزيونية، وتشمل هذه البرامج تغطية المباريات والأحداث الرياضية المختلفة، وتحليلات المباريات والمناقشات والمقابلات مع الرياضيين. تهدف البرامج الرياضية إلى تلبية اهتمامات المشجعين وتقديم المعلومات الرياضية الحصرية.

- البرامج الاجتماعية والواقعية: تشمل البرامج الاجتماعية والواقعية تتبع حياة الأشخاص العاديين وتوثيق تجاربهم ومغامراتهم، وتهدف هذه البرامج إلى إلقاء الضوء على قضايا اجتماعية وثقافية وتقديم صورة حقيقية للحياة اليومية.

- البرامج التاريخية والتراثية: تهدف إلى استكشاف التاريخ والتراث الثقافي للمجتمعات المختلفة، وتشمل هذه البرامج الوثائقيات التاريخية والرحلات في الزمن والتعرف على الحضارات القديمة والتراث الثقافي.

- البرامج الطبية والصحية: تركز على قضايا الصحة والعافية وتوفير معلومات ونصائح للمشاهدين حول العناية بالصحة والتغذية السليمة واللياقة البدنية والعلاجات المختلفة.

- البرامج الدينية والروحية: تتعلق بالديانات والممارسات الدينية والروحية، وتشمل هذه البرامج الأفكار الدينية والتعاليم الروحية والمناقشات والمقابلات مع القادة الدينيين.

- البرامج الاقتصادية والتجارية: تتناول الأخبار والتحليلات الاقتصادية والمالية والمواضيع المتعلقة بالأعمال والاستثمارات والتجارة، وتهدف إلى تمكين المشاهدين بفهم الاقتصاد واتخاذ القرارات المالية المناسبة.

- البرامج السياحية والسفر: تستكشف الوجهات السياحية المختلفة والثقافات والمأكولات العالمية، وتقدم معلومات ونصائح للمشاهدين حول السفر والاستكشاف والاستمتاع بتجارب السفر.

- البرامج الفلكية والعلمية: تستكشف الكون والفضاء والعلوم الطبيعية والتكنولوجيا المتقدمة، وتعرض المعلومات العلمية والاكتشافات الحديثة وتفسر الظواهر العلمية المعقدة.

- البرامج الاجتماعية والتوعوية: تركز على قضايا اجتماعية هامة مثل المساواة، وحقوق الإنسان، والتنمية المستدامة، والقضايا البيئية، وتهدف إلى توعية المشاهدين وتشجيعهم على المشاركة في التغيير الاجتماعي.

٢. البرامج الإخبارية السياسية في القنوات الفضائية:

تمثل البرامج السياسية نوع من الخطاب الإعلامي للوسيلة الإعلامية أو المرجع الخاص بها وبالتالي فإن مضمون الخطاب الإعلامي مرتبط بالقوى والمؤسسات السياسية والاجتماعية والاقتصادية، كما يتوقف على وجدان الجمهور وما يرسخ في ذهنه من حقائق، ويرتبط الخطاب كذلك باتجاهات وأفكار وثقافة القائم بالاتصال مما يجعل محتوى البرامج السياسية يجسد هذه القوى والمتغيرات مجتمعة^١.

ويبرز دور البرامج السياسية التلفزيونية من خلال تطور العلاقة بين علم السياسة والاتصال من خلال الممارسات الإعلامية وسمات وظيفة الاتصال، فوظائف الاتصال السياسية من أبرز الأدوار التي تؤديها وسال الإعلام، والوسيلة الاتصالية تجسد طرق التعبير عن السيادة وتطبيقها في المجتمعات والتي تتفاعل معها باقي المؤسسات في المجتمع بما يقود لتمثيل الرأي العام مقابل الحكومة من خلال طرح المواضيع التي تهتمه وإبلاغ الحكومة موقف الرأي العام وهذا جزء من العملية الديمقراطية السياسية^٢.

المحطات التلفزيونية عبارة عن قنوات لنشر المعلومات كالأحداث السياسية والمشاجرات والمناقشات التي من خلالها يتعلم الجمهور ويحكم ويحلل ويصنع السياقات ويتخذ قرارات مستنيرة بشأن القادة السياسيين، ويفترض الباحثون في صناعة الاتصالات أن وسائل الإعلام وخاصة التلفزيون لها قيمة كبيرة في المؤسسات السياسية، ويعتبر المصدر الرئيسي للأخبار والمعلومات للجمهور وقناة الاتصال الرئيسية بين السياسيين والمواطنين، حيث تلعب وسائل الإعلام دوراً مهماً في السياسة الحديثة فقد أحدثت التغطية الإعلامية للقضايا السياسية فرقا في السياسة وأكد الباحثون بأن وسائل الإعلام وفرت منتدى للمرشحين والأحزاب السياسية لمناقشة مؤهلاتهم للمناصب أمام الجمهور، كما وساهمت البرامج الإخبارية في المواطنة المستنيرة من خلال تقديم مجموعة متنوعة من وجهات النظر حول القضايا المهمة والعمل كوكلاء للمواطنين^٣.

يعتبر التلفزيون مسؤولاً عن التأثير على طريقة تفاعل الناس مع قضايا معينة في الحياة، حيث يتم التفكير بعناية في وجهات النظر التي تميل إلى تشكيل معتقداتهم وقيمهم في الحياة قبل تنفيذها، وتعد الأخبار السياسية التي تبثها أجهزة التلفاز مصدراً للطموح الاجتماعي لدى الجمهور وأداة قوية للتعبيد الاجتماعية فهو يمتلك القدرة على تشكيل معتقدات الناس وأرائهم ومشاعرهم والتأثير عليها في مختلف قضايا الحياة، وهناك جانب آخر لإدراك الجمهور وهو تكثيف الصراع إعلامياً من خلال التقارير في الأخبار السياسية^٤.

ويرى باحثون بأن وسائل الإعلام الإخبارية وخاصة التلفزيون تؤسس ثقافة الخوف التي تعمل على إدامتها من خلال تصوير مجموعة واسعة من التهديدات فالتصوير المكثف للصراع في الأخبار التلفزيونية وتقديمه وتشكيل تصور سلبي للمخاطر بين أفراد الجمهور يخلق إحساساً بالعجز عندما لا يغطي الجوانب التي تنقل الأمل والاختيار.

^١ عبد الحميد، محمد، ١٩٩٧، نظريات الغلام واتجاهات التأثير، عالم الكتب، القاهرة، ص ٣٨٣.

^٢ أبو عرجة، تيسير، ٢٠٠٠، دراسات في الصحافة والإعلام، در مجلاوي للنشر، الأردن، ص ٢٨١.

^٣ Zahid, Y. (2012). Private Television Channels as an Agent of Political Awareness in Pakistan, Interdisciplinary journal of contemporary research in business. Vol 4, No3

^٤ Akpoghiran, I. and Otite, E. (2012). Television news perspective of conflict reporting: The Nigerian Television Authority as a reference point. Journal of Media and Communication Studies, Vol. 5(2), pp. 12-19, ISSN 2141-2545.

المبحث الثاني: الدراسة التحليلية

الأساليب الإقناعية في النشرات الإخبارية

"برنامج الحصاد الإخباري على قناة الشرقية أنموذجاً"

أولاً: أسئلة الدراسة:

- ما أهم الأساليب العقلية التي تستعملها قناة الشرقية في برنامج الحصاد الإخباري؟
- ما أهم الأساليب العاطفية التي تستعملها قناة الشرقية في برنامج الحصاد الإخباري؟

ثانياً: بناء بطاقة تحليل المحتوى الإخباري:

- **مصادر بنائها ومكوناتها:** استند الباحث في بناء بطاقة تحليل المحتوى الخاص ببرنامج الحصاد الإخباري إلى مصادر متعددة وهي أسئلة دراسته وأهدافها من حيث تغطيتها للأساليب الإقناعية، ودراسات سابقة ذات صلة مباشرة وغير مباشرة ببحثه والأدب بالإضافة إلى الأدب النظري، وكذلك النظريات التي انطلق منها ووجدتها أكثر مناسبة لعينته المختارة.
- **الهدف منها:** تقصي توافر الأساليب الإقناعية المستعملة من قبل القناة الشرقية عبر برنامجها (الحصاد الإخباري)، من خلال حساب نسبها المئوية، واستنتاج دلالاتها وفقاً للفئات المعيارية المعتمدة من قبل الباحث لاحقاً.
- **الصورة النهائية لبطاقة التحليل:** بعد قراءة الباحث ما تيسر من دراسات مرجعية، توصل إلى تصور أولي لبطاقة التحليل؛ إ تكونت من محورين رئيسيين هما: الأساليب الإقناعية العقلية، والأساليب الإقناعية العاطفية. وعُد كل منهما فئة عامة للتحليل، وفي المقابل ضم كل محور من المحورين السابقين عدداً من الفقرات الفرعية تتعلق بالمحور (الفئة الرئيسية)، وعُدت تلك الفقرات فئات فرعية للتحليل.
- **التحقق من الخصائص السيكمترية لبطاقة تحليل المحتوى:** اتبع الباحث الإجراءات المنهجية المتعلقة بتأكده من صدق البطاقة وصلاحيتها للتطبيق على العينة المختارة من برنامج الحصاد الإخباري بالطريقتين الآتيتين:
 - **صدق المحكمين (الظاهري):** إذ عرض الباحث التصميم الأولي لبطاقته على عدد من الخبراء والمتخصصين في المجال الإعلامي وذلك لإبداء آرائهم التقييمية والتطويرية بمكونات البطاقة، ومدى انتماء كل فقرة (فئة) فرعية إلى المحور العام (الفئة الرئيسية)، وبناءً على ذلك تم إضافة الفقرتين: "استعمال المفهوم الجمعي المشترك، وتكريس وجهات النظر وتقديمها على أنها صحيحة مطلقاً". أما بالنسبة للحقل الخاص بالتكرارات فقد أضيف مع حقل النسب المئوية. وقد التزم بملاحظات السادة المحكمين، وأصبحت بطاقة التحليل بصورتها النهائية مكونة من محورين و(١٠) فقرات فرعية بعد أن كانت (٨) فقرات، كما هي موضحة في الجدول الآتي

المحور (الفئة)	الفقرات (الفئات الفرعية)	التكرارات	النسب المئوية
----------------	--------------------------	-----------	---------------

			الرئيسية)
		الاستناد إلى الحقائق والبيانات الواقعية	الأساليب الإقناعية العقلية
		توظيف الأرقام والإحصاءات والنسب	
		توظيف النتائج والاستنتاجات المنطقية	
		استعمال المفهوم الجمعي المشترك	الأساليب الإقناعية العاطفية
		توظيف الشعارات الخاصة والعامة	
		توظيف الدلالات القيمية والمواقف القانونية	
		توظيف الألفاظ البلاغية والتعبيرات المؤثرة لغوياً	
		توظيف المصادر العقائدية	
		استعمال الألفاظ اللغوية التفضيلية	
		تكريس وجهات النظر وتقديمها على أنها صحيحة مطلقاً	

○ **الثبات بوجود محلل ثان ومعادلة (كوبر) والإعادة:** استعان الباحث بمحلل ثان وذلك للتحقق من ثبات بطاقة التحليل، فاختر عشوائياً (٣) حلقات، وبدأ كل منهما بمشاهدة الحلقات ذاتها والوقت ذاته، ثم أعاد المشاهدة بعد (١٢) يوماً، وحسب معامل ارتباط سبيرمان لاستنتاج قوة الارتباط وبالتالي ثبات البطاقة، وكانت النتائج على النحو، علماً بأن معادلة كوبر تنتج من (عدد نقاط الاتفاق/ عدد النقاط الكلي) $\times 100$:

الجدول (٢) نتائج ثبات البطاقة بالاتفاق بين المحللين والإعادة من أجل (٣) حلقات

المحور	الأساليب الإقناعية	الأساليب العاطفية
الاتفاق	١٩	٢٢
الاختلاف	٤	٨
الكلي	٢٣	٣٠
نسبة الاتفاق	٨٣٪ (٠,٨٣)	٧٣٪ (٠,٧٣)

مقبول	مقبول	القرار
٠,٧٦	٠,٦٩	الثبات بالإعادة (قيمة معامل ارتباط Spearman)
دال إحصائياً ومقبول	دال إحصائياً ومقبول	القرار

يشير الجدول السابق إلى أن القيم الناتجة من تحليل عينة استطلاعية مختارة عشوائياً من برنامج الحصاد الإخباري مقبولة، إذ تراوحت قيم الثبات بين (٠,٦٩) و(٠,٧٦)، وبالتالي يمكن أن يطبق الباحث بطاقته على العينة المكونة من (١٠) حلقات.

ثالثاً: إجراءات التحليل، وخطواته، ومعايير الحكم على النسب:

اتباع الباحث العمليات الآتية:

- مشاهدة كل حلقة من حلقات العينة، ثم تدوينها.
 - حصر الأفكار والدلالات ذات العلاقة بكل فئة من فئات التحليل.
 - عد الوحدات الناتجة، وحساب النسب المئوية والحكم عليها وفقاً للفئات المعيارية الآتية:
 - من ١٪ وحتى ٢٠٪ استعمال ضعيف للأساليب الإقناعية.
 - أكثر من ٢٠٪ وحتى ٤٠٪ استعمال متوسط للأساليب الإقناعية
 - أكثر من ٤٠٪ وحتى ٦٠٪ استعمال جيد للأساليب الإقناعية
 - أكثر من ٦٠٪ وحتى ٨٠٪ استعمال عالٍ للأساليب الإقناعية
 - أكثر من ٨٠٪ استعمال عالٍ جداً للأساليب الإقناعية
 - إطلاق الأحكام على النسب وفقاً للفئات المعيارية التي تدرج فيها.
- رابعاً: مجتمع الدراسة وعينتها:** تكون مجتمع الدراسة من جميع حلقات برنامج الحصاد الإخباري على قناة الشرقية، تم اختيار (١٠) حلقات منها بالطريقة المقصودة والتي بُثت خلال الشهر التاسع من العام ٢٠٢٣ وذلك لغزارة الأخبار وتنوعها وكثافتها خلال الوقائع والأحداث الجارية في تلك الفترة. والجدول الآتي يوضح تواريخ بثها:

الجدول (٣) يبين عينة الدراسة مع تواريخ بثها على قناة الشرقية

تاريخ البث	الحلقة	تاريخ البث	الحلقة
٢٠٢٣/٩/٦	السادسة	٢٠٢٣/٩/١	الأولى

٢٠٢٣/٩/٧	السابعة	٢٠٢٣/٩/٢	الثانية
٢٠٢٣/٩/٨	الثامنة	٢٠٢٣/٩/٣	الثالثة
٢٠٢٣/٩/٩	التاسعة	٢٠٢٣/٩/٤	الرابعة
٢٠٢٣/٩/١٠	العاشرة	٢٠٢٣/٩/٥	الخامسة

الإجابة عن أسئلة الدراسة:

للإجابة عن سؤالي الدراسة، طبق الباحث بطاقته على كل حلقة من حلقات العينة، ثم حدد أهم العبارات والصيغات ذات الدلالة على كل فئة من فئات الأساليب الإقناعية مسبقاً، وكانت النتائج العامة على النحو الذي يُظهره الجدول الآتي:

الجدول (٤) نتائج تحليل محتوى الحلقات (١٠) من برنامج الحصاد الإخباري في ضوء الأساليب الإقناعية المستعملة في القناة

الفئة	الأسلوب الإقناعي المستخلص من الفكرة	الأفكار العامة	الحلقة
الاستناد إلى الحقائق والبيانات الواقعية	عقلي	إجراءات الانتخابات العراقية والمهمات الحكومية	الأولى
توظيف النتائج والاستنتاجات المنطقية	عقلي	رؤية أمريكية لبناء مشروع في الشرق الأوسط يربط الهند بأوروبا	
توظيف الألفاظ البلاغية والتعبيرات المؤثرة لغوياً	عاطفي	الحزن يغمر الرياضي علاء مهراوي لوفاة أخيه	

توظيف الارقام والإحصاءات والنسب+ توظيف الدلالات القيمية والمواقف القانونية	عقلي + عاطفي	الصحة والرقابة تغلق ما يفوق (٦٠) عيادة ومركز تجميل لعملها دون ترخيص	
استعمال المفهوم الجمعي المشترك	عاطفي	مئات الناس من ضحايا الزلزال الذي ضرب المغرب والمحصلة في تزايد	
استعمال المفهوم الجمعي المشترك+ تكريس وجهات النظر وتقديمها على أنها صحيحة مطلقاً	عاطفي	انتهاء وجود داعش في العراق وعدم الحاجة إلى القوات الأجنبية	
توظيف الدلالات القيمية والمواقف القانونية+ الاستناد إلى الحقائق والبيانات الواقعية	عقلي + عاطفي	رئيس الحكومة يمنع استغلال مواد الدولة انتخابياً	
توظيف الدلالات القيمية والمواقف القانونية	عاطفي	الالتزام العراقي بدعم الاستقرار في اليمن والعمل من أجله	الحلقة الثانية
استعمال المفهوم الجمعي المشترك	عاطفي	مشكلة انقطاع الكهرباء واستمرار ذلك على قطاع البصرة	
توظيف الألفاظ البلاغية والتعبيرات المؤثرة لغوياً	عاطفي	تعافي الاستثمار وعودة أسعار النفط	
توظيف الدلالات القيمية والمواقف القانونية+	عاطفي + عقلي	قوى الأمن تنقذ طفلة رضية	

الاستناد إلى الحقائق والبيانات الواقعية		من عملية بيع لداعش	
توظيف الدلالات القيمية والمواقف القانونية+ الاستناد إلى الحقائق والبيانات الواقعية	عاطفي + عقلي	القائد العام يشيد بجهود قوى الأمن في كركوك	الحلقة الثالثة
استعمال المفهوم الجمعي المشترك	عاطفي	ضرورة محاسبة مطلق النار ومثيري الشغب في كركوك	
الاستناد إلى الحقائق والبيانات الواقعية	عقلي	أسباب الجفاف والشحة المائية كما قدمه مركز أبحاث أمريكي	
استعمال المفهوم الجمعي المشترك	عاطفي	مرض الكوليرا يجتاح أربيل والأعداد في تزايد	
توظيف الدلالات القيمية والمواقف القانونية+ الاستناد إلى الحقائق والبيانات الواقعية	عقلي + عاطفي	المنازل بديلاً شعبياً لإجراء عمليات التجميل وتقليل التكلفة	
الاستناد إلى الحقائق والبيانات الواقعية+ استعمال المفهوم الجمعي المشترك+ توظيف المصادر العقائدية	عقلي وعاطفي	الحكومة تبذل جهوداً حثيثة أمنية وتنظيمية لأربعينية الحسين	الحلقة الرابعة
الاستناد إلى الحقائق والبيانات الواقعية+ استعمال المفهوم الجمعي المشترك+ توظيف الأرقام	عقلي وعاطفي	العراق ينال المرتبة الرابعة فيما يتعلق بأعداد المغيبين عنها	

والإحصاءات والنسب			
توظيف النتائج والاستنتاجات المنطقية+ تكريس وجهات النظر وتقديمها على أنها صحيحة مطلقاً	عقلي وعاطفي	المشكلات الاجتماعية الناتجة من الفقر وما تستجره من أزمات عائلية ومنها العنف	
الاستناد إلى الحقائق والبيانات الواقعية+ استعمال المفهوم الجمعي المشترك	عقلي وعاطفي+	لاعبة عراقية تحوز بطولة رفع الأثقال.	
استعمال المفهوم الجمعي المشترك+ الاستناد إلى الحقائق والبيانات الواقعية	عاطفي+ عقلي	انهيار بناء في مصر و وفاة ٦ أشخاص إثر ذلك.	
استعمال المفهوم الجمعي المشترك+ الاستناد إلى الحقائق والبيانات الواقعية	عقلي وعاطفي	رئيس الحكومة السوداني يتحدث عن المتابعات الحثيثة لتجهيز الزيارات المقدسة وحمايتها	
استعمال المفهوم الجمعي المشترك+ الاستناد إلى الحقائق والبيانات الواقعية+ توظيف الدلالات القيمة والمواقف القانونية.	عقلي وعاطفي	الصدر يتحدث عن المكانة الدينية والاجتماعية لأربعينية الحسين	الحلقة الخامسة
الاستناد إلى الحقائق والبيانات الواقعية	عقلي	الرئيس التركي يتحدث عن ضرورة تحقيق السلام في العراق	

الاستناد إلى الحقائق والبيانات الواقعية+ توظيف الأرقام والإحصاءات والنسب	عقلي	ارتفاع أسعار النفط ارتفاعاً غير مسبوق وصل إلى أكثر من ٩٠ دولار	
الاستناد إلى الحقائق والبيانات الواقعية+ تكريس وجهات النظر وتقديمها على أنها صحيحة مطلقاً.	عقلي وعاطفي	الصدر عن أهمية الجهاد والإصلاح كعاملين مهمين لاستقرار العراق.	
الاستناد إلى الحقائق والبيانات الواقعية+ تكريس وجهات النظر وتقديمها على أنها صحيحة مطلقاً+ توظيف الدلالات القيمة والمواقف القانونية	عقلي وعاطفي	السوداني يتحدث عن دور الشعب في مواجهة الفتن.	الحلقة السادسة
توظيف الدلالات القيمة والمواقف القانونية	عاطفي	مدح حسن الضيافة والاستقبال لزوار كربلاء	
الاستناد إلى الحقائق والبيانات الواقعية+ توظيف الأرقام والإحصاءات والنسب+ توظيف النتائج والاستنتاجات المنطقية+ استعمال المفهوم الجمعي المشترك	عاطفي وعقلي	القضاء يحكم على فتاة ووالدها يسجن (٦) أشهر لاعتدائهما على الأمن	
توظيف النتائج والاستنتاجات المنطقية+ استعمال المفهوم الجمعي	عاطفي وعقلي	ضرورة تهدئة الوقائع والأحداث في كركوك	الحلقة السابعة

المشترك			
توظيف النتائج والاستنتاجات المنطقية+ استعمال المفهوم الجمعي المشترك	عقلي وعاطفي	مطالبة عراقية من الخارجية التركية بالحد من سلوكيات كاك في العراق	
توظيف النتائج والاستنتاجات المنطقية+ الاستناد إلى الحقائق والبيانات الواقعية	عقلي	مشكلة تصدع الجسور في بغداد، وضرورة اتخاذ القرارات الحكومية لمعالجة المشكلة	
الاستناد إلى الحقائق والبيانات الواقعية	عقلي	انتشار مرض الكوليرا ووصوله مرحلة الأزمة في السليمانية	
توظيف النتائج والاستنتاجات المنطقية+ تكريس وجهات النظر وتقديمها على أنها صحيحة مطلقاً.	عقلي وعاطفي	الإهمال الإداري سبب حقيقي ومباشر لتغلغل الفساد في نينوى	
تكريس وجهات النظر وتقديمها على أنها صحيحة مطلقاً+ استعمال المفهوم الجمعي المشترك+ توظيف النتائج والاستنتاجات المنطقية	عقلي وعاطفي	من شروط السلم الأهلي هو قبول الآخرين وتجنب إثارة الاختلافات والفتن	الحلقة الثامنة
توظيف النتائج والاستنتاجات المنطقية+ الاستناد إلى الحقائق	عقلي	فرض حظر التجول في كركوك لغاية انتهاء الفتنة بأمر من	

والبيانات الواقعية		رئيس الحكومة	
الاستناد إلى الحقائق والبيانات الواقعية توظيف النتائج والاستنتاجات المنطقية	عقلي	مشكلة داخلية تتعلق حول إضراب القضاة اللبنانيين عن أداء واجبهم	الحلقة التاسعة
توظيف التعبيرات والصياغات اللغوية+ الاستناد إلى الحقائق والبيانات الواقعية	عاطفي وعقلي	العراق تفقد علماء من أعلامها الشعراء وهو كريم العراقي إثر صراع طويل مع المرض	
توظيف الدلالات القيمية والمواقف القانونية	عاطفي	الإشادة بحسن الاستقبال لزوار كربلاء	
الاستناد إلى الحقائق والبيانات الواقعية	عقلي	مشكلة الجسور تعود إلى واجهة مشكلات بغداد	
الاستناد إلى الحقائق والبيانات الواقعية+ توظيف النتائج والاستنتاجات المنطقية	عقلي	اتصال ما بين الحكومة الفرنسية والحكومة العراقية حول ملابسات قضية الفرنسي في العراق.	
الاستناد إلى الحقائق والبيانات الواقعية+ استعمال المفهوم الجمعي المشترك	عقلي وعاطفي	مشكلة اجتماعية حول الاستهزاء بالموذن البرتغالي	الحلقة العاشرة
استعمال المفهوم الجمعي المشترك+ الاستناد إلى الحقائق والبيانات الواقعية	عقلي وعاطفي	احتراق بطل العراق في رياضة الكيك بوكس تك تنصدر الأحداث وتحدث تداولاً وجدلاً كبيرين	

الاستناد إلى الحقائق والبيانات الواقعية	عقلي	وقائع الانقلاب على الحكومة الفرنسية وتبعياته وما وصلت إليه	
---	------	--	--

- الإجابة عن السؤال الأول الذي نصّه: ما أهم الأساليب العقلية التي تستعملها قناة الشرقية في برنامج الحصاد الإخباري؟
الجدول (٤) نتائج تحليل المحتوى المتعلق بمدى استعمال برنامج الحصاد الإخباري للأساليب الإقناعية العقلية

النسب المئوية	التكرارات	الفقرات (الفئات الفرعية)	المحور (الفئة الرئيسية)
٦٤,٢%	٢٧	الاستناد إلى الحقائق والبيانات الواقعية	الأساليب الإقناعية العقلية
٩,٥%	٤	توظيف الأرقام والإحصاءات والنسب	
٢٦,٣%	١١	توظيف النتائج والاستنتاجات المنطقية	
١٠٠%	٤٢	٣	مج

يشير الجدول السابق إلى نتائج تحليل المحتوى الإخباري لبرنامج الحصاد على قناة الشرقية في ضوء الأساليب الإقناعية العقلية الظاهرة، وبالنظر إلى القيم الناتجة يتضح أنها تتراوح بين (٩,٥%) و(٦٤,٢%) إذ نال الأسلوب " الاستناد إلى الحقائق والبيانات الواقعية" التكرار الأكبر الذي بلغ (٢٧)، وفي المقابل نال الأسلوب " توظيف الأرقام والإحصاءات والنسب" التكرار الأقل بتكرار قدره (٤)، ومنه يمكن القول بأن البرنامج قد وظف بكثرة الحقائق والبيانات للأخبار الحاصلة فعلاً وتوثيقها بالصوت والصورة والتقارير أي بتقنيات برهنة وإثباتات وأدلة تؤكد الخبر للجماهير المستهدفة من القناة عامة، والبرنامج على وجه الخصوص، وقد أسهم في تشكيل النسبة السابقة تنوع الموضوعات والقضايا السياسية والاجتماعية والثقافية التي تناولها البرنامج في عرضه والتي تراوحت مدته من ساعة ونصف إلى ساعتين في معظم الحلقات مضيئة على تشكيل البرنامج الحكومي، وعمل المشاريع، والأخبار الرياضية، والقانونية، والعادات الاجتماعية الدينية، والمسائل والأحداث الأمنية والسياسية الداخلية والخارجية. وبمقارنة النسب الناتجة (٦٤,٢) مع الفئات المعيارية المعتمدة من الباحث يتضح أنها مستعملة بدرجة (عالية)، في حين كانت بدرجة ضعيفة لتوظيف الإحصاءات والنسب (٩,٥%)، ومتوسطة لتوظيف النتائج والاستنتاجات المنطقية ونسبتها (٢٦,٣)، ومن المتوقع أن اختلاف هذه النسب فيما بينها عائد إلى تفصيلات الأخبار ومدى الحاجة إلى استعمال الأرقام أو بناء الاستنتاجات اللازمة لإفهام الجمهور المستهدف.

- الإجابة عن السؤال الثاني الذي نصّه: ما أهم الأساليب العاطفية التي تستعملها قناة الشرقية في برنامج الحصاد الإخباري؟
الجدول (٥) نتائج تحليل المحتوى المتعلق بمدى استعمال برنامج الحصاد الإخباري للأساليب الإقناعية العاطفية

المحور (الرئيسية)	الفئات (الفئات الفرعية)	التكرارات	النسب المئوية
الأساليب الإقناعية العاطفية	استعمال المفهوم الجمعي المشترك	١٧	٤٧,٢٪
	توظيف الشعارات الخاصة والعامة	٠	٠٪
	توظيف الدلالات القيمية والمواقف القانونية	١٠	٢٧,٨٪
	توظيف الألفاظ البلاغية والتعبيرات المؤثرة لغوياً	٢	٥,٦٪
	توظيف المصادر العقائدية	١	٠,٢٨٪
	استعمال الألفاظ اللغوية التفضيلية	٠	٠٪
	تكريس وجهات النظر وتقديمها على أنها صحيحة مطلقاً	٦	١٦,٧٪
مج	٧	٣٦	١٠٠٪

يبين الجدول السابق نتائج تحليل المحتوى الإخباري لبرنامج الحصاد على قناة الشرقية في ضوء الأساليب الإقناعية العاطفية المستعملة من أجل (١٠) حلقات، وبالنظر إلى القيم الناتجة يظهر أنها تتراوح بين (٠٪) و(٤٧,٢٪) إذ نال الأسلوب " استعمال المفهوم الجمعي المشترك " التكرار الأكبر الذي بلغ (١٧)، وفي المقابل لم تتبع القناة في برنامجها أيّاً من الأساليب القائمة توظيف الشعارات الخاصة والعامة، أو استعمال الألفاظ اللغوية التفضيلية، كما حظي الأسلوب تكريس وجهات النظر وتقديمها على أنها صحيحة مطلقاً جانباً بارزاً بنسبة متوسطة وذلك عند مخاطبة الجمهور وعرض القضايا الثب لا بد أنها لن تشكل أي مجالٍ للاعتراض أو النقاش في المفاهيم المشتركة للمتلقى أو تنسجم مع رؤيته الفكرية والعقدية. ومنه يمكن القول بأن البرنامج قد وظف بكثرة استعمال المفهوم الجمعي المشترك، بما يتناسب مع متطلبات الخبر ودراسة وقعة ودلالاته وعلاقته بالجمهور المستهدف، مثل تمثيل العراق في البطولات، فقدان شخصيات مرموقة وطنية، أو القيم والأخلاق المتمثلة في السلوك الاجتماعي في المناسبات العامة الدينية وغيرها، الإضاءة على الجهود الأمنية والممارسات الحثيثة للحكومة تجاه الأزمات وحفظ الداخل والسلم الأهلي، وبمقارنة النسب الناتجة (٤٧,٢) مع الفئات المعيارية المعتمدة من الباحث يتضح أنها مستعملة بدرجة (جيدة)، في حين كانت بدرجة ضعيفة لتكريس وجهات النظر وتقديمها على أنها صحيحة مطلقاً ونسبتها (١٦,٧٪)، ومتوسطة لتوظيف الدلالات القيمية والمواقف القانونية (٢٧,٨). وعلى الرغم من أن عدد التكرارات الناتجة والمرتبطة بمدى استعمال الأساليب الإقناعية العاطفية (٣٦) كانت أقل من العقلية التي بلغت (٤٢)، إلا أن هذا الاختلاف لا يُعد كبيراً جداً من وجهة نظر الباحث، ومن المتوقع أن بعض الموضوعات

ومعالجتها قد يكون محدوداً بسبب جودة بعض الأخبار والوقائع أو تطورات أخبار قديمة في المشهد أو تكرارها في مواقع إعلامية بتطورات جديدة، لذا يوجد عوامل أخرى قد أسهمت في إحداث الاختلاف بين الأساليب العاطفية ذاتها ومع الأساليب العقلية بصورة عامة.

الخاتمة:

تستخدم النشرات الإخبارية أساليب الإقناع اللفظي والبصري لجعل المشاهدين يستجيبون بشكل أفضل للموضوعات التي يتم تغطيتها، كاستخدام مقاطع الفيديو والصور لإظهار الأحداث بدلاً من وصفها بالإضافة لاستخدام العبارات المعبرة لجذب انتباه المشاهدين وتختلف أساليب الإقناع في النشرات الخبرية بناءً على الموضوع والجمهور المستهدف والمنطقة الجغرافية والثقافة، وفي هذا السياق سعت الدراسة الحالية للتعرف على الأساليب الإقناعية في البرامج الإخبارية وتوصلت لمجموعة من النتائج وقدمت عدداً من التوصيات.

النتائج العامة:

1. تمثلت الأساليب الإقناعية العقلية في برنامج الحصاد على قناة الشرقية في الاستناد إلى الحقائق والبيانات الواقعية يليها توظيف الأرقام والإحصاءات.
2. تمثلت الأساليب الإقناعية العاطفية المستعملة في برنامج الحصاد على قناة الشرقية بشكل رئيسي في استعمال المفهوم الجمعي المشترك وتكريس وجهات النظر وتقديمها على أنها صحيحة فيما لم تستخدم القناة في برنامجها أيّاً من أساليب توظيف الشعارات الخاصة والعامة أو استعمال الألفاظ اللغوية التفضيلية.

التوصيات:

1. يتوجب على الباحثين التوسع في البحث في الاستمالات التخويفية التي يمكن أن تتضمنها البرامج السياسية والنشرات الإخبارية.
2. على الباحثين دراسة محددات الاستمالات الإقناعية في البرامج التلفزيونية وفقاً للمتغيرات الديمغرافية للجمهور للوصول إلى إطار نظري أوضح في فهم تلك الاستمالات.
3. على المؤسسات الإعلامية تجنب خسارة الجمهور العراقي في السوق الإعلامي الحالي من خلال المحافظة على ثقة الجمهور واستمالاته عقلاً وروحاً وعاطفياً بشكل صحيح.

المصادر:

أولاً: المصادر العربية:

- أبو عرجة، تيسير، ٢٠٠٠، دراسات في الصحافة والإعلام، در مجلاوي للنشر، الأردن.
- الغرير، أيمن اسناويل، ٢٠١٤، الخطاب الإعلامي وأساليب الإقناع، أكاديمية أزهرى الدولية.
- الفريداوي، أحمد مطشر عبد الصاحب علي، ٢٠١٥، المضامين التلفزيونية في قناة الجامعة الفضائية دراسة تحليلية مضمون لبرامج قناة الجامعة، بحث منشور.
- دوابة، إيمان عز الدين، وإبراهيم، محمد عوض، ٢٠٢٢، إستراتيجيات الإقناع المستخدمة في البرامج التلفزيونية الاجتماعية دراسة تحليلية، مجلة بحوث التربية النوعية - جامعة المنصورة، العدد ٦٥.
- سعيد، فاروق، وفاء، بن طراد، ٢٠٢٢، الأساليب الإقناعية في البرامج التلفزيونية الاستقصائية دراسة تحليلية لبرنامج "الحررة تتحدى" على قناة الحررة الإخبارية، مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، المجلد ٦، العدد ٢.
- عاد، الزهرة، ٢٠١٦، الأساليب الإقناعية للدعاة في البرامج التلفزيونية - دراسة تحليلية لبرنامج لوكان بيننا، أطروحة ماجستير، جامعة الشهيد حمه لخضر - الوادي، الجزائر.
- عبد الحميد، محمد، ١٩٩٧، نظريات الغعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتب، القاهرة.
- كشكول، عبود، ٢٠١٥، أساليب الإقناع الدعائي في الحملات الانتخابية، دار الكتاب الجامعي، الإمارات.
- مرغادي، أسامة، ٢٠٢٠، دور البرامج التلفزيونية السياسية في نشر قيم المواطنة لدى الطالب الجامعي، أطروحة ماجستير، جامعة العربي التبسي - تبسة، الجزائر.
- مفتن، هند صالح، ٢٠١٩، أساليب الإقناع في نشرات أخبار الفضائيات الدولية الموجهة / دراسة تحليلية لنشرات اخبار قناة روسيا اليوم، أطروحة ماجستير، جامعة بغداد، كلية الإعلام.

First: Arabic Sources:

- **Abu Arja, Taysir**, 2000, *Studies in Journalism and Media*, Dar Majlawi Publishing, Jordan.
- **Al-Ghurair, Ayman Ismail**, 2014, *Media Discourse and Persuasion Techniques*, Azhar International Academy.
- **Al-Faridawi, Ahmed Mutashar Abdul Sahib Ali**, 2015, *Television Content on Al-Jami'a Channel: A Content Analysis Study of Al-Jami'a Channel Programs*, Published Research.
- **Dawaba, Iman Ezz El-Din, and Ibrahim, Mohamed Awad**, 2022, *Persuasion Strategies Used in Social Television Programs: An Analytical Study*, Journal of Qualitative Education Research – Mansoura University, Issue 65.
- **Saeed, Fareq, and Wafa, Bin Trad**, 2022, *Persuasive Techniques in Investigative Television Programs: An Analytical Study of "Al-Hurra Challenges" Program on Al-Hurra News Channel*, Al-Risala Journal for Media Studies, Vol. 6, Issue 2.
- **Aad, Zahra**, 2016, *Persuasive Techniques of Preachers in Television Programs: An Analytical Study of "If He Were Among Us" Program*, Master's Thesis, Martyr Hama Lakhdar University – El Oued, Algeria.



- **Abdul Hamid, Mohamed**, 1997, *Media Theories and Influence Directions*, Alam Al-Kutub, Cairo.
- **Kashkoul, Aboud**, 2015, *Propaganda Persuasion Techniques in Election Campaigns*, University Book House, UAE.
- **Mergadi, Osama**, 2020, *The Role of Political Television Programs in Promoting Citizenship Values Among University Students*, Master's Thesis, University of Larbi Tebessi - Tebessa, Algeria.
- **Muftin, Hind Saleh**, 2019, *Persuasive Techniques in International Satellite News Bulletins: An Analytical Study of Russia Today News Bulletins*, Master's Thesis, University of Baghdad, College of Media.

ثانياً: المصادر الاجنبية

- Akpoghiran, I. and Otite, E. (2012). Television news perspective of conflict reporting: The Nigerian Television Authority as a reference point. *Journal of Media and Communication Studies*, Vol. 5(2), pp. 12-19, ISSN 2141-2545.
- Alzahrani, A., Babkier, E., Yanbaawi, F., Yanbaawi, F., & Alhuzali, H. (2024). Investigating Persuasion Techniques in Arabic: An Empirical Study Leveraging Large Language Models. *IEEE TRANSACTIONS and JOURNALS*, p2. <https://doi.org/10.1109/ACCESS.2017.DOI>.
- Chen, S., Xiao, L., & Mao, J. (2021). Persuasion strategies of misinformation-containing posts in the social media, *Information Processing & Management*, 58(5), <https://doi.org/10.1016/j.ipm.2021.102665>.
- Dainton, M., & Zelle, E. D. (2022). *APPLYING COMMUNICATION THEORY FOR PROFESSIONAL LIFE* (5th ed., pp. 104-106). SAGE Publications, Inc.
- Gardikiotis, A., Crano, W.D., 2015. Persuasion Theories. In: James D. Wright (editor-in-chief), *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences*, 2nd edition, Vol 17. Oxford: Elsevier.
- Hunter, A. (2018). Towards a framework for computational persuasion with applications in behaviour change. *Argument & Computation*, 9, 16. <https://doi.org/10.3233/AAC-170032>.
- Miller, G. R. (2013). On Being Persuaded: Some Basic Distinctions. In J. P. Dillard & L. Shen (Eds.), *The Sage Handbook of Persuasion: Developments in Theory and Practice*, p72. Retrieved from <https://search.ebscohost.com/>.
- Muftin, H. S., & Radhi, W. F. (2022). Methods of persuasion in international satellite news broadcasts- Analytical study for Russia Today Channel news broadcast (From 1/10/2021 to 31/12/2021). *Vegueta. Anuario de la Facultad de Geografía e Historia*, 22(4).
- Perloff, R. M. (2003). *The Dynamics of Persuasion. Communication and Attitudes in the 21st Century*. Mahwah, N.J.: Lawrence Erlbaum Associates.p7.
- Simons, H. W. (1976). *Persuasion: understanding, practice, and analysis*. Addison-Wesley Pub.





Thi Qar Arts Journal

Vol 10 No 47 Sep. 2024

- Virtanen, T., & Halmari, H. (2005). Persuasion across genres: Emerging perspectives. In Halmari, H. & Virtanen, T. (Eds.), *Persuasion Across Genres: A Linguistic Approach*, Amsterdam: John Benjamins Publishing Co.
- Zahid, Y. (2012). Private Television Channels as an Agent of Political Awareness in Pakistan, *Interdisciplinary journal of contemporary research in business*. Vol 4, No3

