

تعرض الجمهور العراقي للبرامج التلفزيونية وانعكاسه على تثقيفهم سياسيا، دراسة ميدانية على جمهور محافظة ذي قار

م.م. علي عبد الكريم عبد العالي / جامعة ذي قار / كلية الطب
م.م. نصرت جهيد علي / جامعة ذي قار / كلية الاعلام

المبحث الاول: الاطار المنهجي

الملخص

يهدف هذا البحث إلى دراسة مدى متابعة جمهور محافظة ذي قار للبرامج التلفزيونية، لما تمثله هذه البرامج من أهمية كبيرة في تنشئة معارف الجمهور بشكل عام والشباب بشكل خاص بخصوص ما يطرح من آراء وأفكار إزاء مختلف القضايا التي تهم الراي العام، وقد أعتمد الباحث في دراسته على المنهج المسحي الكمي، حيث قام الباحث باستخدام اداة الاستبيان لجمع المعلومات من المبحوثين كما وتم تطبيق الدراسة على عينة من جمهور محافظة ذي قار وبلغ عددها ٤٠٠ فرداً بين ذكر وانثى ومن كافة طبقات المجتمع الذي قاري، حيث تم اختيار هؤلاء الافراد بطريقة عشوائية، وكانت اهم النتائج التي توصل لها الباحث، ان البرامج التلفزيونية تساعد على تشكيل وتعميق الثقافة السياسية لديهم، وان بدرجة الاستفادة من المضمون السياسي الذي تقدمه البرامج التلفزيونية بدرجة كبيرة، ويعتمد الجمهور على البرامج التلفزيونية في تكوين الآراء ووجهات النظر تجاه القضايا السياسية.

الكلمات المفتاحية: البرامج التلفزيونية، الجمهور، الثقافة السياسية.

المقدمة

للتلفزيون تأثير كبير في المجتمع وهو محط اهتمام للفرد ويعتبر التلفزيون وسيلة لا غنى عنها في الوقت الحاضر لما تقدمه من خدمات للجمهور فهي تساعد في تثقيفهم وتعليمهم وتقديم المواد الاخبارية للجمهور، كما يعتبر التلفزيون من الادوات المهمة والمختلفة عن باقي وسائل الاعلام كونه يتميز بالصوت والصورة مما يعتبره الجمهور اكثر مصداقية للفرد من باقي الوسائل الاخرى، كما يعد التلفزيون النافذة التي يرى الفرد من خلالها العالم، وهو اسرع وسيلة لنشر المعلومات ومن اهم ادوات الوصول الى الناس واقناعهم، ويدمج التلفزيون البث الصوتي والمرئي والكلمات والصور الى الجمهور المستهدف على اختلاف مستوياتهم التعليمية، ويلعب التلفزيون دورا مهما في تثقيف الجمهور من خلال بث البرامج السياسية والتركيز على الاحداث السياسية المهمة المحلية منها والاقليمية والدولية مما يعزز من الثقافة السياسية لديهم، وجاءت هذا الدراسة الموسومة (تعرض الجمهور العراقي للبرامج التلفزيونية وانعكاسها على تثقيفهم سياسيا) حيث قسم الباحث الدراسة الى اربع مباحث تضمن الاول الاطار المنهجي للدراسة ويحتوي مشكلة البحث والاهمية والاهداف والعينة والمنهج المستخدم ومجالات البحث واجراءات البحث وتعريف المصطلحات والدراسات السابقة، اما المبحث الثاني خصص للاطار النظري ناقشنا فيه البرامج التلفزيونية وخصائص البرامج السياسية ودور البرامج التلفزيونية في تشكيل الثقافة السياسية وانواع الثقافة السياسية واصناف الجمهور. اما المبحث الثالث كان مخصص للاطار التطبيقي لتحليل نتائج استمارة الاستبيان التي تضمنت ١١ سؤال، و المبحث الرابع يحتوي النتائج والتوصيات وقائمة المصادر والمراجع.

اولاً: مشكلة البحث

تعد الثقافة السياسية قضية مهمة وضرورة حتمية بسبب الظروف المحلية والإقليمية والدولية، لأنها تتيح للفرد معرفة الحقوق والمسؤوليات والمشاكل المتعلقة بالحاضر والمستقبل، ويمكن النظر إلى وسائل الإعلام على أنها انعكاس للبيئة السياسية، لأنها مصممة لتثقيف الجماهير والتأثير على ميولهم الفكرية، ومواقفهم السياسية والاجتماعية، ومع تطور التكنولوجيا، يكون لها المساهمة في تكوين الرأي العام وتعزيزه. ويعتبر التلفزيون إحدى هذه الوسائل للتأثير على موقف الجمهور وميوله، ومن المفترض أن تكون الصورة المعبرة والصوت يعملان لتكوين الآراء ووجهات النظر والمواقف للجمهور لانهما جزء لا يتجزأ من عملية الارسال التي تستهدف الفرد في مجال تثقيفه السياسي وبلورة ثقافته السياسية المراد اكتسابها. من خلال البرامج السياسية وتعتبر هذه البرامج على أنها من أهم التشكيلات التي يركز عليها الهيكل العام للبحث التلفزيوني على معظم المحطات والقنوات التلفزيونية في العالم، حيث تربط هذه البرامج بين جانبي العملية الاتصالية (المرسل - المستقبل)، ويمكن أيضاً أن ترتبط درجة تأثير البرنامج السياسية بشخصية القائم بالاتصال، حيث يفترض انها تساهم بشكل كبير كونها من المصادر الرئيسية في تكوين الثقافة السياسية. وان الثقافة السياسية هي أكبر حاجة للأفراد، ويجب أن توفر قاعدة معرفية حول مختلف القضايا السياسية على المستويين المحلي والدولي. وتتمثل مشكلة البحث بالتساؤل الرئيسي "ما مدى تعرض الجمهور العراقي للبرامج التلفزيونية وانعكاسه على تثقيفهم سياسياً؟ ومن هذا التساؤل تنفرع عدة اسئلة وهي ..

- ١- ما مدى قدرة البرامج التلفزيونية السياسية على تقديم معلومات تساعد في تنمية الثقافة السياسية؟
- ٢- ما درجة تكوين الجمهور لآراء ووجهات نظر تجاه القضايا السياسية؟
- ٣- ما مظاهر استفادة الجمهور من المضامين السياسية التي تقدمها البرامج التلفزيونية؟

ثانياً: أهمية البحث

تبرز أهمية هذا البحث كونه يتطرق إلى موضوع مهم من مواضيع الإعلام وهو تعرض الجمهور العراقي للبرامج التلفزيونية وانعكاسه على تثقيفهم سياسياً، حيث تعتبر البرامج التلفزيونية من اهم الأساليب التي تناقش القضايا سواء كانت سياسية أو اجتماعية أو ثقافية من خلال تسليط الضوء على هذه القضايا بصورة حوارية تعمل على اعادة او تصحيح قضية ما من خلال طرحها في البرامج التلفزيونية وكذلك استقبال المتلقي لهذه الرسائل بصورة سلسة وممتعة بسبب اسلوبها المميز لذلك نجد أن البرامج التلفزيونية السياسية اصبح لها جمهور كبير بسبب عملية طرح الافكار وصياغة الاسئلة لما فيها من فائدة للمتلقي. ويمكن من خلال البحث معرفة أهمية الدراسة او موضوع البحث وماذا سوف يضيف هذا البحث المقدم من اضافة علمية جديدة من خلال طريقة الدراسة المعتمد على المنهج المسحي الوصفي وكذلك الوصول او محاولة الوصول إلى نتائج جديدة بخصوص تعرض الجمهور العراقي للبرامج التلفزيونية وانعكاسه على تثقيفهم سياسياً وذلك لما يحظى به التلفزيون من مشاهدة كبيرة بسبب المميزات التي يمتلكها من خلال عنصر الرؤية وكذلك عنصر الصوت.

ثالثاً: أهداف البحث

- ١- التعرف الى مدى استفادة الجمهور من البرامج التلفزيونية في اكتساب الثقافة السياسية.
- ٢- التعرف الى مدى استفادة الجمهور من المضامين السياسية التي تقدمها البرامج التلفزيونية .
- ٣- التعرف الى درجة تكوين الرأي العام ووجهات النظر تجاه القضايا السياسية نتيجة متابعة البرامج التلفزيونية السياسية.

رابعاً عينة البحث

يشتمل مجتمع البحث على جمهور محافظة ذي قار، واعتمد الباحث على العينة العشوائية التي تضم ٤٠٠ مبحوث .

خامساً: منهج البحث

تعتمد هذه الدراسة على منهج المسح الذي يعتبر من ابرز المناهج المستخدمة في مجال الدراسات الاكاديمية والاعلامية وخاصة البحث الوصفي وهو منهج منظم للحصول على البيانات والمعلومات ووصف الظواهر و موضوعاتها . تهدف الدراسة الى تكوين قاعدة بيانات اساسية حول موضوع معين. كما تعتمد الدراسة على منهج المسح للحصول على معلومات دقيقة حول تعرض الجمهور للبرامج التلفزيونية .

سادساً: مجتمع البحث

تكون مجتمع البحث من جمهور محافظة ذي قار كمتابعين للبرامج التلفزيونية السياسية وما تقدمه تلك البرامج من مضامين سياسية. وتكونت عينة البحث على جمهور محافظة ذي قار البالغ عددهم (٢٠١٥٠.٣٣٨) مليون نسمة وفق المركز الاحصائي^(١). ومتخذاً من ذلك جمهور محافظة ذي قار من الذكور والاناث وبلغ عدد هذه العينة (٤٠٠) شخص وتم اختيارهم وفقاً لقانون ستيفن سامبثون وهو حجم العينة المتوقع + عدد افراد المجتمع + ١ (عدد افراد المجتمع × مربع مستوى الخطأ)^(٢)

سابعاً: الحدود الزمانية والمكانية

أ- الحدود الزمانية: الحدود التي انجز فيها البحث من العام الدراسي ٢٠٢٣-٢٠٢٤.

ب- الحدود المكانية: العراق – محافظة ذي قار

ثامناً: ادوات البحث

تعني الادوات والاساليب التي يستعين بها الباحث في جمع البيانات والتعرف على الحقائق التي لها صلة في الموضوع والاجابة على جميع الاسئلة التي طرحها الباحث بعد دراسة البيانات والمعلومات بأسلوب علمي للحصول على النتائج العلمية باستخدام الادوات لجمع البيانات اللازمة . استخدم الباحث الاستبانة كوسيلة لجمع المعلومات المتعلقة بموضوع من خلال اعداد الاستبانة ليتم الاجابة عليها من قبل المبحوثين . بهدف التعرف على مدى تعرض الجمهور للبرامج التلفزيونية وانعكاسه على تتقيفهم سياسياً . من خلال ما يطرح في البرامج من مضامين وموضوعات سياسية التي تساعد في بناء الثقافة السياسية لدى الجمهور .

وقام الباحث باتباع خطوات عدة في بناء الاستبانة، منها الاطلاع على الدراسات والبحوث العلمية والاستبانات التي اعدت لدراسة موضوعات مشابهة ، وتم اعداد الاستبانة الخاصة بالبحث وضمت (١١) سؤالاً ووجهت الى المبحوثين.

النتائج :

جدول رقم (١) يبين ثبات وصدق الاستبيان

المتغيرات	قيمة ألفا صدق	الاتساق الداخلي
التعرض للبرامج التلفزيونية	٠.٩٤٠	٠.٩٧٢
إجمالي الاستبيان	٠.٩٣٠	

للتحقق من ثبات الاستبيان استخدم الباحث معادلة ألفا كرونباخ (Cronbach Alpha)، من الجدول السابق يتبين ثبات عبارات الاستبيان حيث كانت قيم معامل ألفا (٠.٩٤٠ ، ٠.٩٣٠) لكل من (إجمالي الاستبيان)

وهي قيم مرتفعة لكونها أكبر من (٠.٥٠٠) مما تؤكد على ثبات الاستبيان، كما تبين صدق الاستبيان من خلال الجذر التربيعي لقيمة ألفا (٠.٨٩٢) ومن خلال قيم الاتساق الداخلي للعبارة تبين صدق نجد أن قيم معامل الارتباط دالة إحصائياً مما يؤكد على صدق الاتساق الداخلي للعبارة الاستبيان.

تبين من الجدول السابق أيضاً لنتائج صدق الاتساق الداخلي للاستبيان أن قيم معامل الارتباط جميعها دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (٠.٠١) وبلغت (٠.٩٧٢) لإجمالي الاستبيان وهي قيمة مرتفعة داله إحصائياً مما يؤكد على صدق الاتساق الداخلي للاستبيان.

الصدق: تم عرض استمارة الاستبيان على مجموعة من المحكمين لاختبار مدى صلاحيتها لأجراء الدراسة المسحية، وقد قام الباحث بأجراء بعض التعديلات لجزء من الفقرات، وبما يحقق الوصول الى النتائج المرجوة.

تاسعاً: تحديد المصطلحات

البرامج التلفزيونية: هو فكرة او مجموعة افكار تصاغ في قالب تلفزيوني معين، باستعمال الصورة والصوت بكل تفاصيلها الفنية لتحقيق هدف معين. (٣)

ويعرف ايضاً منهاج يصف شيئاً ويعلن عنه وله صيغ واشكال خارجية، وهي عبارة عن الشكل والمضمون، وقلنا ببرمج أي يضع برنامجاً ويخطط له اما ببرمج فيقصد بها ذو برنامج. (٤)

الجمهور: هو حشد او فيلق وهو يتألف من عناصر لا حصر لهم وتظل مختلفة واحداً عن الآخر، ومع ذلك هي متواصلة، متعاونة وتعمل معا. (٥)

ويعرف ايضاً هو هو مجموعة من الافراد في موقف خاص لانطلاق الحوافز والدوافع والرغبات اللاشعورية. (٦)

الثقافة السياسية: هي عبارة عن مجموعة من المعارف والآراء والاتجاهات السائدة حول السياسة والحكم، الدولة والسلطة والولاء والانتماء، و تتمحور حول اعتقادات وقيم واتجاهات وقناعات سواء كانت طويلة الامد، أو قصيرة الامد حول الظواهر السياسية، وينقل كل مجتمع مجموعة من مصطلحاته وقيمه واعرافه الاساسية الى افراد مجتمعة ومن ثم يشكل كل الافراد مجموعة من القناعات بخصوص ادوار النظام السياسي بشئى مؤسساته الرسمية والغير الرسمية، وحقوقهم ووجهاتهم نحو النظام السياسي. (٧)

عاشراً: الدراسات السابقة

١- دراسة (الكناني، ٢٠٠٥) (٨)

تهدف هذه الدراسة الى التعرف على توظيف القنوات الفضائية العربية لفن الحوار وواقع هذا الفن فيها ومدى تأثيرها، وقد استعمل البحث المنهجي الوصفي من اجل الوصول الى الأهداف، كما اعتمد على أداة تحليل المحتوى المقدم، وتأتي أهمية هذا البحث من حداثة وأهمية محتوى القنوات الفضائية عموماً وقناة الجزيرة الفضائية على وجه الخصوص. وكذلك تهدف إلى معرفة اهداف الحوار الاعلامي من ناحية المفهوم والتفاصيل ومعرفة مديات التقارب بين الحوار الاعلامي والحوار الفلسفي وحوار القرآن الكريم والتعرف على مدى توظيف القنوات الفضائية العربية لفن الحوار وواقع هذا الفن فضلاً عن التعرف على أنواع وأشكال وعناصر الحوار وقد خرج الباحث بعدة استنتاجات منها أنّ قناة الجزيرة الفضائية متأثرة بسياسة الدولة الراعية وسياسة واتجاهات القائمين عليها والعالمين فيها كذلك سجل الباحث خلافاً في تخطيط وإعداد البرامج الحوارية الحية من ناحية اختيار الموضوعات والشخصيات المستضافة كذلك إسهام المشاهدين، اذ وجد أن هناك تعمد وقصدية في الاختيار بما يتوافق مع سياسة القناة ذاتها.

دراسة (فليج، ١٩٩٨)^(٩)

وكان هدف البحث تحديد موقع الوظيفة السياسية للتلفزيون بين الوظائف الأخرى لتلفزيون العراق ومعرفة المضامين السياسية للبرامج وحجم الموضوعات وخصائص العاملين في البرامج السياسية في قناة العراق والمعوقات المهنية التي يواجهونها.

وقد أظهرت نتائج الدراسة بأن الأخبار والبرامج السياسية جاءت في المرتبة الأولى وان العاملين في البرامج السياسية يعانون من قلة فرص التدريب والتطوير وانخفاض الأجور مما يؤثر سلباً على العمل في البرامج السياسية. وتتشابه هذه الدراسة مع الدراسة الحالية من حيث الإطار النظري إذ تتناول هذه الدراسة موضوع الوظيفة السياسية للتلفزيون من خلال ما يقدم عبر النشرات الإخبارية والبرامج السياسية ومقارنتها مع خصائص العاملين في تلفزيون العراق وتختلف هذه الدراسة عن موضوع البحث في أنها استندت إلى الدراسة الميدانية في تحديد العلاقة بين خصائص العاملين في البرامج السياسية وبين المضمون السياسي، في حين ان هذا البحث يدرس دور البرامج السياسية في تشكيل الوعي السياسي عن طريق المنهج المسحي الكمي.

المبحث الثاني: الاطار النظري

البرامج التلفزيونية وانواعها.

مفهوم البرنامج

هناك العديد من التعريفات والتحديدات التي وضعت بشأن توضيح ماهية البرامج وطبيعة مفاهيمها، وهي تستند احياناً الى الوظيفة التي تقوم عليها و احياناً اخرى تستند الى القوالب الفنية التي تتخذها من حيث الشكل ومن حيث فئات المشاهدين الذين تخاطبهم مرة اخرى وحتى هذه التقاسيم قد تنفرع الى تصنيفات ثانوية اخرى.

البرامج لغوياً جمع مفرد لها برنامج وهي خطة يخطها المرء لعمل يريده والبرنامج هو ما ينشر في الاذاعة أو التلفزيون ليصف شيئاً ويستخدم هذا الاصطلاح في الاذاعة والتلفزيون للإشارة الى شكل فني يشغل مساحة محدودة لها اسم ثابت ويقدم في مواعيد محددة وثابتة يومياً أو اسبوعياً ليعرض مادة من المواد الفنية او الثقافية او العلمية مستخدماً في ذلك كل او بعض الفنون الاذاعية والتلفزيونية من سرد وتعليق وحوار وندوات ومقابلات ويقصد بها ايضاً بث مواد ومضامين متنوعة الى مختلف فئات جماهير المستمعين والمشاهدين.^(١٠)

ويعرف البرنامج بانه هو منهاج يصف شيئاً او يعلن عنه وله صيغ واشكال خارجية هي عبارة عن الشكل والمضمون وان افضل البرامج هو الذي يستطيع جذب اكبر عدد ممكن من المشاهدين التأثير فيهم، وان قولنا ببرنامج أي يضع برنامجاً او يخطط له.^(١١)

إذا فالبرمجة هي استراتيجية استخدام وتتابع البرامج عبر الجدول التلفزيوني والاذاعي الذي يتم تخطيطه لجذب الجماهير المستهدفة بعناية وان اختيار الاوقات المناسبة لتقديم البرامج وتحديد الجماهير المستهدفة عملية مهمة في هذه البرمجة وعن طريقها يتم ترتيب المواد البرمجية على نحو يراعي عادات الجماهير ونسق الحياة الاجتماعية ويقصد به ايضاً: بث مواد ومضامين متنوعة الى مختلف فئات جماهير المستمعين والمشاهدين، كما تعني بث برامج محددة الى جمهور محدد من قبل اذاعة محددة بمعنى اخر فالبث الاذاعي هو وحدة الاصوات والصورة وتشمل مختلف الميادين وخصوصاً ميادين الاعلام اما بالنسبة للبرامج التلفزيونية وهي كل مادة صورية او صوتية تقدم من التلفزيون ضمن فترة البث اليومي والتي

تمتلك هدفاً معيناً وتخطب عينة من المشاهدين بلغة مناسبة وتتميز بعنوان ولحن دال يجزيها عما يسبقها ويليهها.^(١٢)

خصائص البرامج السياسية:

- ١- تعد من أهم ركائز البث التلفزيوني في العالم.
- ٢- تحتل مساحة كبيرة في خريطة البث التلفزيوني اليومية.
- ٣- تثير الجدل والمناقشات المكثفة من خلال الموضوعات والقضايا التي تتناولها من خلال التحليل.
- ٤- حرية الرأي والتعبير والاستماع إلى رأي الآخرين مؤيد ومعارضة.
- ٥- جذب المشاهد إلى هذه البرامج وارتباطه بها بل وحتى الإدمان عليها.
- ٦- تناول المواضيع بجرأة كبيرة.
- ٧- تحديد الأزمات السياسية والقضايا السياسية.
- ٨- نشر الثقافة والوعي السياسي.
- ٩- التعريف بالحياة السياسية.^(١٣)

دور البرامج التلفزيونية في تشكيل الثقافة السياسية :

تعد البرامج التلفزيونية العصب الرئيسي لبث القنوات التلفزيونية والعنصر الأساسي للتنشئة السياسية، لان الكم الكبير من المعلومات التي يحصل عليها الجمهور عن عالم السياسة يأتي من خلال تلك البرامج وهي تصلهم مباشرة من خلال تعرضهم الاختياري للبرامج التلفزيونية التي تبثها القنوات الفضائية ، لذا فان تأثير الاعلام الثقافي يستطيع ان يتسع ويكون مقياسا كافيا لخلق الروابط القومية للثقافة الفرعية، خاصة في المجتمعات القبلية ، وقد وجد ان التعرض لوسائل و مهما في التنشئة السياسية من خلال التدعيم للعقائد المكتسبة ، او من خلال زيادة التركيز على قيمة معينة من القيم الانسانية^(١٤)

انواع الثقافة السياسية

قسم الباحثين الاولين الثقافة السياسية وفق مدارسهم الفكرية الى عدة انواع.^(١٥)

- ١- الثقافة السياسية التقليدية (الضيقة).
- ٢- الثقافة السياسية الرعوية (ثقافة الخضوع).
- ٣- الثقافة السياسية المشاركة (المساهمة).

مفهوم الجمهور

قبل التطرق الى مفهوم جمهور وسائل الاعلام في صياغته التشكيلية وفي مضامينه الراهنة نجد أن مفهوم أو مصطلح الجماهير أكثر شيوعا واستعمالا في أدبيات الدراسات الاعلامية والثقافة الشعبية العامة ويحمل هذا المصطلح (الجماهير) دلالات معقدة متناقضة تبعا للسياقات الاجتماعية والثقافية فقد تعني مجموع الأشخاص الذين يفتقدون قيم الثقافة السائدة ولهم أما الجانب الايجابي للمصطلح ونجده في التقاليد الاشتراكية فمعنى القوة والتضامن بين أفراد الطبقة الشغيلة عندما ينتظمون معا بغية تحقيق أهداف سياسة والوصول إلى غايات إيديولوجية وتعرف بعض المعاجم الجماهير ب (المجموعة التي تخفي فيها سمة الفرد) أما هربيرت بلومر (herbet blumer) فقد أعطى تعريفا لمصطلح الجماهير مبينا الاختلافات والأشكال الأخرى لتجمعات الحياة الاجتماعية مثل الجماعة والحشد والجمهور العام فيرى أن الجماعة (group) بأنها جماعة تعرف بعضها البعض لهم قيم مستمرة و أهداف مشتركة والعمل على تحقيقها أما الحشد (crowd - la foule) يكون أعضاؤه محددى الهوية ينقسمون نفس الاهتمامات ولا توجد عادة بنية ولا تنظيم اجتماعي

أو معنوي، أعضاء الحشد متساوون ومدركون أن تجمعهم مؤقتاً، ويمكن أن يحقق الحشد هدفاً ولكن عمله يتصف غالباً بالعاطفة والانفعال وأحياناً عفوية.^(١٦)

أصناف الجمهور

١. **الجمهور العام:** وهو الجمهور المتلقي الذي ينتمي إليه معظم الافراد، فالقول ان التلفاز مثلاً على الأقل من ناحية برامجه العامة وسيلة اتصال جماهيري، فمعنى ذلك انه وسيلة اتصال وله امكانية الوصول إلى جمهور عام واسع وغير متجانس، وهناك برامج معينة في التلفاز قد توجه بصفة اساسية نحو شرائح معينة او قطاعات متخصصة ومن هذا الجمهور العام الواسع، ولكن التلفاز نفسه او الحويلة الكاملة لرسائله ليس التخصص وانما هو العمل العام.^(١٧)

٢. **الجمهور الخاص:** ان الجمهور العام اصبح مجزئاً نتيجة كثرة واختلاف وسائل الاتصال الجماهيرية، وبمعنى اخر تقسم إلى مجموعات متخصصة ومتجانسة^(١٨)، وعلي الرغم من ان الجمهور المتخصص منتشر وغير معروف أساساً، الا انه يتكون من الأشخاص ذوي الاهتمامات المشتركة او التوجه الذي يدفع الاشخاص لان يكونوا اعضاء في الجمهور نفسه، فإذا اشتركت مثلاً بمجموعة من اشخاص ذوي اهتمامات ومصالح معينة في صحيفة تغلب عليها الاخبار، فإن الاشخاص يكونون متفقين، وخاصة اذا وضعنا الاعتبار للاهتمام الاخباري على الاقل، ولا يعني هذا انهم جميعاً من السياسيين، ولكن لديهم اهتمامات بالمسائل السياسية والشؤون الدولية، وهو متجانس ايضاً من منطلق ان هذا الاهتمام الواضح بالشؤون السياسية هو رباط مشترك، وربما يبرهن على تجانسهم في عدد من المجالات الاخرى، في المذاهب الاجتماعية والسياسية، او كما في القيم والأساليب المعيشية العامة.^(١٩)

المبحث الثالث: الاطار التطبيقي

اولاً: تحليل نتائج الاستبيان:

تم اقبال استمارة الاستبيان الى جمهور محافظة ذي قار عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي المشترك فيها عدد كبير من الجمهور من مختلف مناطق محافظة ذي قار وكذلك عن طريق بعض الاصدقاء وقد ارسل الباحث الاستمارة لما يقارب ٤٠٠ شخص وتم الحصول على الردود الالكترونية ولم يتم استبعاد اي فئة من العينة المدروسة وتكونت استمارة الاستبيان من محورين:

المحور الاول: المتغيرات الديمغرافية.

جدول (٢) توزيع عينة الدراسة تبعاً لمتغير الجنس

الجنس	العدد	النسبة
ذكر	٢٥٩	٦٤.٨
انثى	١٤١	٣٥.٣
الاجمالي	٤٠٠	١٠٠

تبين من الجدول السابق لتوزيع عينة الدراسة تبعاً لمتغير الجنس أن عينة (الذكور) بعدد (٢٥٩) بنسبة (٦٤.٨%) وهي النسبة الأعلى، بينما عينة (الإناث) كانوا بعدد (١٤١) بنسبة (٣٥.٣%)، مما يشير لوجود فروق بين عينة الدراسة تبعاً لمتغير الجنس.

جدول (٣) توزيع عينة الدراسة تبعاً لمتغير المنطقة

المنطقة	العدد	النسبة
الناصرية	١٨٦	٤٦.٥
سوق الشيوخ	٨٤	٢١.٠
الشطرة	٥٢	١٣.٠
الدواية	١٨	٤.٥
الجبايش	٢٠	٥.٠
النصر	٨	٢.٠
قلعة سكر	١٤	٣.٥
الرفاعي	١١	٢.٧٥
الفجر	٦	١.٥
الغراف	١	٠.٢٥
الاجمالي	٤٠٠	١٠٠

يشير الجدول السابق لتوزيع عينة الدراسة تبعاً لمتغير المنطقة أن عدد العينة من (الناصرية) (١٨٦) مفردة بنسبة (٤٦.٥%) وهي النسبة الأعلى، وعدد العينة من (سوق الشيوخ) (٨٤) مفردة بنسبة (٢١.٠%)، أما عدد العينة من (الشطرة) (٥٢) مفردة بنسبة (١٣.٠%)، عدد العينة من (الجبايش) (٢٠) مفردة بنسبة (٥.٠%)، أما عدد العينة من (الدواية) (١٨) مفردة بنسبة (٤.٥%)، وعدد العينة من (قلعة سكر) (١٤) مفردة بنسبة (٣.٥%)، وعدد من (الرفاعي) (١١) مفردة بنسبة (٢.٧٥%)، أما عدد العينة من (النصر) (٨) مفردات بنسبة (٢.٠%)، أما ، وعدد من (الفجر) (٦) مفردات بنسبة (١.٥%)، أخيراً كان عدد العينة من فئة (الغراف) (١) مفردة بنسبة (٠.٢٥%)، مما يشير لوجود فروق بين عينة الدراسة تبعاً لمتغير المنطقة.

جدول (٤) توزيع عينة الدراسة تبعاً لمتغير العمر

العمر	العدد	النسبة
من ٢٥-١٨	١٣٢	٣٣.٠
من ٣٠-٢٦	١٤٢	٣٥.٥
من ٣١ فما فوق	١٢٦	٣١.٥
الاجمالي	٤٠٠	١٠٠

يشير الجدول السابق لتوزيع عينة الدراسة تبعاً لمتغير العمر أن عدد العينة من فئة (٣٠-٢٦) (١٤٢) مفردة بنسبة (٣٥.٥%) وهي النسبة الأعلى، وعدد العينة من فئة (٢٥-١٨) (١٣٢) مفردة بنسبة (٣٣.٠%) ، وأخيراً كان عدد العينة من فئة (من ٣١ فما فوق) (١٢٦) مفردة بنسبة (٣١.٥%)، مما يشير لعدم وجود فروق بين عينة الدراسة تبعاً لمتغير العمر.

جدول (٥) توزيع عينة الدراسة تبعاً لمتغير التحصيل الدراسي

التحصيل العلمي	العدد	النسبة
ابتدائية	١٢	٣.٠
متوسطة	٢١	٥.٣
اعدادية	٥٤	١٣.٥
دبلوم	٧٨	١٩.٥
بكالوريوس	٢١١	٥٢.٧
دراسات عليا	٢٤	٦.٠
الاجمالي	٤٠٠	١٠٠

يشير الجدول السابق لتوزيع عينة الدراسة تبعاً لمتغير التحصيل الدراسي أن وعدد العينة ممن هم حاصل على (بكالوريوس) (٢١١) مفردة بنسبة (٥٢.٧%) وهي النسبة الأعلى ، وكان عدد (دبلوم) (٧٨) مفردة بنسبة (١٩.٥%)، عدد العينة ممن هم (اعدادية) (٥٤) مفردة بنسبة (١٣.٥%)، عدد من هم حاصل على (دراسات عليا) (٢٤) مفردة بنسبة (٦.٠%)، وعدد (متوسطة) (٢١) مفردة بنسبة (٥.٣%)، وأخيراً عدد العينة ممن هم (ابتدائية) بعدد (١٢) مفردة بنسبة (٣.٠%)، مما يشير لوجود فروق بين عينة الدراسة تبعاً لمتغير التحصيل الدراسي.

المحور الثاني : تعرض الجمهور الى البرامج التلفزيونية.

جدول (٦) توزيع عينة الدراسة تبعاً لمدى متابعة القنوات التلفزيونية

مدى المتابعة	العدد	النسبة
لا اتابع	٢٨	٧.٠
أحيانا	١٢٢	٣٠.٥
اتابع	٢٥٠	٦٢.٥
الاجمالي	٤٠٠	%١٠٠

تبين من الجدول السابق لتوزيع إجابات عينة الدراسة تبعاً لمدى متابعة القنوات التلفزيونية كانت الإجابة (اتابع) بعدد (١٨٢) مفردة بنسبة (٥٢.٠%) وهي النسبة الأعلى، والإجابة (أحيانا) بعدد (١٢٢) مفردة بنسبة (٣٠.٥%)، وأخيراً الإجابة (لا اتابع) بعدد (٢٨) مفردة بنسبة (٧.٠%) ، مما يشير لوجود فروق بين إجابات عينة الدراسة، كما موضح بالجدول أعلاه.

جدول (٧) توزيع عينة الدراسة تبعاً لمدى المشاهدة للبرامج التلفزيونية السياسية

مدى المشاهدة	العدد	النسبة
لا أشاهد	٥٤	١٣.٥
أحيانا	١٣١	٣٢.٧٥
غالبا	٢١٥	٥٣.٧٥
الاجمالي	٤٠٠	%١٠٠

تبين من الجدول السابق لتوزيع إجابات عينة الدراسة تبعاً لمدى مشاهدة البرامج التلفزيونية السياسية كانت الإجابة (غالباً) بعدد (٢١٥) مفردة وبنسبة (٥٣.٧٥%) وهي النسبة الأعلى، والإجابة (أحياناً) بعدد (١٣١) مفردة وبنسبة (٣٢.٧٥%) ، وأخيراً الإجابة (لا أشاهد) بعدد (٥٤) مفردة وبنسبة (١٣.٥%)، مما يشير لوجود فروق بين إجابات عينة الدراسة، كما موضح بالجدول أعلاه.

جدول (٨) توزيع عينة الدراسة تبعاً لتقييم المعلومات التي تقدمها البرامج السياسية

تقييم المعلومات	العدد	النسبة
ضعيفة	٢٠	٥.٨
متوسطة	٨٢	٢٣.٧
جيدة	١٧٢	٤٩.٧
جيدة جداً	٧٢	٢٠.٨
الاجمالي	٣٤٦	%١٠٠

تبين من الجدول السابق لتوزيع إجابات عينة الدراسة تبعاً لتقييم المعلومات التي تقدمها البرامج السياسية كانت الإجابة (جيدة) بعدد (١٧٢) مفردة وبنسبة (٤٩.٧%) وهي النسبة الأعلى، والإجابة (متوسطة) بعدد (٨٢) مفردة وبنسبة (٢٣.٧%)، و الإجابة (جيدة جداً) بعدد (٧٢) مفردة وبنسبة (٢٠.٨%)، وأخيراً الإجابة (ضعيفة) بعدد (٢٠) مفردة وبنسبة (٥.٨%)، مما يشير لوجود فروق بين إجابات عينة الدراسة، كما موضح بالجدول أعلاه.

جدول (٩) توزيع عينة الدراسة تبعاً لمدى تقديم البرامج التلفزيونية من معلومات تساعد على تشكيل وتعميق الثقافة السياسية لدى الجمهور

مدى التقديم	العدد	النسبة
بدرجة كبيرة	١١٩	٣٤.٤
بدرجة متوسطة	١٤٠	٤٠.٤
بدرجة قليلة	٨٧	٢٥.١
الاجمالي	٣٤٦	%١٠٠

تبين من الجدول السابق لتوزيع إجابات عينة الدراسة تبعاً لمدى تقديم البرامج التلفزيونية من معلومات تساعد على تشكيل وتعميق الثقافة السياسية لدى الجمهور كانت الإجابة (بدرجة متوسطة) بعدد (١٤٠) مفردة وبنسبة (٤٠.٤%) وهي النسبة الأعلى، و الإجابة (بدرجة كبيرة) بعدد (١١٩) مفردة وبنسبة (٣٤.٤%)، وأخيراً الإجابة (بدرجة قليلة) بعدد (٨٧) مفردة وبنسبة (٢٥.١%)، مما يشير لوجود فروق بين إجابات عينة الدراسة، كما موضح بالجدول أعلاه.

جدول (١٠) توزيع عينة الدراسة تبعاً لدرجة تنمية المعرفة السياسية نتيجة مشاهدة البرامج التلفزيونية

درجة التنمية	العدد	النسبة
بدرجة ضعيفة	٤٦	١٣.٣
بدرجة متوسطة	٢٠١	٥٨.١
بدرجة كبيرة	٩٩	٢٨.٦
الاجمالي	٣٤٦	%١٠٠

تبين من الجدول السابق لتوزيع إجابات عينة الدراسة تبعاً لدرجة تنمية المعرفة السياسية نتيجة مشاهدة البرامج التلفزيونية كانت والإجابة (بدرجة متوسطة) بعدد (٢٠١) مفردة وبنسبة (٥٨.١%) وهي النسبة الأعلى، والإجابة (بدرجة كبيرة) بعدد (٩٩) مفردة وبنسبة (٢٨.٦%)، وأخيراً الإجابة (بدرجة ضعيفة) بعدد (٤٦) مفردة وبنسبة (١٣.٣%)، مما يشير لوجود فروق بين إجابات عينة الدراسة، كما موضح بالجدول أعلاه.

جدول (١١) توزيع عينة الدراسة تبعاً لدرجة الاستفادة من المضمون السياسي الذي تقدمه البرامج السياسية

درجة الاستفادة	العدد	النسبة
بدرجة ضعيفة	٢٥	٧.٢
بدرجة متوسطة	١٣٨	٣٩.٩
بدرجة كبيرة	١٨٣	٥٢.٩
الاجمالي	٣٤٦	١٠٠%

تبين من الجدول السابق لتوزيع إجابات عينة الدراسة تبعاً لدرجة الاستفادة من المضمون السياسي الذي تقدمه البرامج السياسية كانت الإجابة (بدرجة كبيرة) بعدد (١٨٣) مفردة وبنسبة (٥٢.٩٦%) وهي النسبة الأعلى، والإجابة (بدرجة متوسطة) بعدد (١٣٨) مفردة وبنسبة (٣٩.٩%)، وأخيراً الإجابة (بدرجة ضعيفة) بعدد (٢٥) مفردة وبنسبة (٧.٢%)، مما يشير لوجود فروق بين إجابات عينة الدراسة، كما موضح بالجدول أعلاه.

جدول (١٢) توزيع عينة الدراسة تبعاً لدرجة تكوين الجمهور لآراء ووجهات النظر تجاه القضايا السياسية الاقليمية والدولية التي تقدمها البرامج السياسية

الدرجة	العدد	النسبة
لا	٢٤	٦.٩
الى حد ما	١٧١	٤٩.٤
الى حد كبير	١٥١	٤٣.٦
الاجمالي	٣٤٦	١٠٠%

تبين من الجدول السابق لتوزيع إجابات عينة الدراسة تبعاً لدرجة تكوين الجمهور لآراء ووجهات النظر تجاه القضايا السياسية الاقليمية والدولية التي تقدمها البرامج السياسية كانت والإجابة (الى حد ما) بعدد (١٧١) مفردة وبنسبة (٤٩.٤%) وهي النسبة الأعلى، والإجابة (الى حد كبير) بعدد (١٥١) مفردة وبنسبة (٤٣.٦%)، وأخيراً الإجابة (لا) بعدد (٢٤) مفردة وبنسبة (٦.٩%)، مما يشير لوجود فروق بين إجابات عينة الدراسة، كما موضح بالجدول أعلاه.

المبحث الرابع: النتائج -التوصيات-المصادر والمراجع

أولاً: النتائج

١. تركزت اهم البيانات الشخصية للعينة في ارتفاع نسبة مشاركة الذكور ، وارتبطت اغلب اعمار المشاركين بالمرحلة الشبابية وممن يحملون مؤهلات جامعية وكانت النسبة الاعلى منهم عاطلين عن العمل وكان قضاء الناصرية الاكثر مشاركة ومتابعة للبرامج التلفزيونية .
٢. أوضحت الدراسة إن جمهور محافظة ذي قار يتابع البرامج التلفزيونية.

٣. بينت الدراسة إن جمهور محافظة ذي قار متابع للبرامج التلفزيونية .
٥. في حين اشارت الدراسة تبعاً لتقييم المعلومات التي تقدمها البرامج التلفزيونية حيث بلغت الاجابة جيدة في المرتبة الاولى ومتوسطة في المرتبة الثانية وتوزعت باقي الاجابات بين جيدة جداً وضعيفة.
٦. بينت النتائج تبعاً لمدى تقديم البرامج التلفزيونية من معلومات تساعد على تشكيل وتعميق الثقافة السياسي لدى الجمهور وكانت الإجابة أحياناً بالمرتبة الاولى وتليها الإجابة غالباً في المرتبة الثانية.
٧. تبين من خلال الدراسة إن الجمهور يرى ان درجة الاستفادة من المضمون السياسي الذي تقدمه البرامج التلفزيونية بدرجة كبيرة بالمرتبة الاولى ثم جاءت مفردة بدرجة متوسطة بالمرتبة الثانية.
٨. اوضحت الدراسة إن الجمهور يعتمد بدرجة كبيرة من المضمون السياسي الذي تقدمه البرامج التلفزيونية السياسية.
٩. أسفرت الدراسة تبعاً لدرجة تكوين الجمهور لآراء ووجهات النظر تجاه القضايا السياسية الاقليمية والدولية التي تقدمها البرامج السياسية وكانت الإجابة (الى حد ما) في المرتبة الاولى.

ثانياً: التوصيات

- نظراً لأهمية و تأثير البرامج التلفزيونية الحوارية على آراء وميول افراد الجمهور وخاصة الشباب، ومن ثم تأثيرها على الطريقة التي تسير بها الامور في المجتمع على جميع المستويات السياسية والاجتماعية والثقافية، فإن الباحث يأخذ في الاعتبار تصرفات المسؤولين عن هذه البرامج من خلال الاتي:
١. تجنب الامور التي تزيد من الخلافات بين الاطراف وتثير مشاعر الناس وهذه تضر من المصالح الوطنية بما يمنع الخلافات بين مكونات المجتمع.
 ٢. اختيار الضيوف للحوار على أسس معقولة وحرية الرأي والثقة بالنفس ووجود ثقافة عالية. وتقديم افكار ومقترحات حول الموضوع المناقش للاستفادة من آرائهم.
 ٣. اتباع منهج بناء وعلمي وفكري للحوار وتجنب الاثارة.
 ٤. الابتعاد عن الحوارات التي تروج لأي شكل من اشكال الارهاب .

ثالثاً: قائمة المصادر والمراجع

- ١- الجهاز المركزي للإحصاء (<http://cosit.gov.iq>)
- ٢- أحمد، منى وباهي، مصطفى حسن " اصول البحث العلمي في البحوث التربوية والنفسية والاجتماعية" (مصر: مركز الكتاب للنشر، ط١، ١٩٩٩)
- ٣- عبادي، ايمان. رزيوق، شريفة. (٢٠٠٨) دور البرامج التلفزيونية في ابراز صورة المرأة الجزائرية الفعالة في المجتمع، برنامج دنيا المرأة بالتلفزيون الجزائري، نموذجاً، مجلة الدراسات الاعلامية، مركز الديمقراطي العربي، العدد ٢٠٢.
- ٤- المحنة، فلاح كاظم "البرامج الاذاعية والتلفزيونية" (بيروت : دار الكتب للطباعة والنشر، ١٩٨٨).
- ٥- هارت، مايكل وانطونيو نيغزي "الجمهور الحرب والديمقراطية في عصر الإمبراطورية" ترجمة: حيدر حاج إسماعيل (بيروت، ط١، ٢٠١٥)
- ٦- نور الدين، خضر، الثقافة السياسية، دار البلاغة، بيروت ٢٠١٥.
- ٧- الكناني، محسن جلوب جبر سميع "فن الحوار في برامج القنوات الفضائية العربية دراسة تحليل مضمون البرامج الحوارية الحية في قناة الجزيرة الفضائية" (جامعة بغداد، كلية الإعلام، ٢٠٠٥).

- ٨- فليح، محمد جاسم ""الوظيفة السياسية للتلفزيون- دراسة ميدانية لتلفزيون العراق" (اطروحة دكتوراه غير منشورة قدمت إلى مجلس كلية الآداب قسم الاعلام، جامعة بغداد، ١٩٩٨).
- ٩- معلوف ، الأب لويس " "قاموس المنجد في اللغة والاعلام" (بيروت، دار المشرق، ١٩٨٦، ط٢٢)
- ١٠- عدوان، نواف "وقف على المفاهيم والمصطلحات الاعلامية" (مجلة الاذاعات العربية، العدد ٢، تونس، ١٩٩٢)
- ١١- السوداني، عبد الكريم حسين "وظيفة اللغة السورية في البرامج التلفزيونية"(اطروحة دكتوراه، جامعة بغداد، كلية الفنون الجميلة، ١٩٩٦)
- ١٢- اسماعيلي، ابراهيم ، غناي، عبد الحكيم "تنمية الوعي السياسي للطلبة الجامعيين من خلال البرامج السياسية في قناة الجزائرية الثالثة"، (الجزائر: كلية العلوم الاجتماعية والانسانية، ٢٠١٧-٢٠١٨)
- ١٣- قياسية، علي وآخرون "الوسيط في الدراسات الجامعية" (الجزائر: الجزء الثاني، بدون سنة)
- ١٤- ميرال، جون ميرال ، لوبنشاين، رالف " "الإعلام وسيلة ورسالة" ترجمة: ساعد خضر العرابي الحارثي، (السعودية: دار المريخ ١٩٨٩)
- ١٥- حسام الدين، محمد " المسؤولية الاجتماعية للصحافة" (الدار المصرية اللبنانية: ط١، القاهرة، ٢٠٠٣)
- ١٦- الهاشمي، مجد، ٢٠٠٨، الاعلام الدبلوماسي والسياسي، عمان، دار اسامة للنشر والتوزيع.
- ١٧- فهمي خليفة، السياسة العامة منظور كلي في البنية والتحليل، ط٥، عمان دار المسيرة للنشر والتوزيع ٢٠١٩.

^١ الجهاز المركزي للإحصاء (<http://cosit.gov.iq>)

^٢ أحمد، منى وباهي، مصطفى حسن " اصول البحث العلمي في البحوث التربوية والنفسية والاجتماعية" (مصر: مركز الكتاب للنشر، ط١، ١٩٩٩) ص٦٣.

^٣ عبادي، ايمان. رزيوق، شريفة. (٢٠٠٨) دور البرامج التلفزيونية في ابراز صورة المرأة الجزائرية الفعالة في المجتمع، برنامج دنيا المرأة بالتلفزيون الجزائري، انموذجا، مجلة الدراسات الاعلامية، مركز الديمقراطي العربي، العدد ٢، ص٣٧٨.

^٤ المحنة، فلاح كاظم " "البرامج الاذاعية والتلفزيونية" (بيروت : دار الكتب للطباعة والنشر، ١٩٨٨) ص١٢٨.

^٥ هارت، مايكل وانطونيو نيزغزي "الجمهور الحرب والديمقراطية في عصر الإمبراطورية" ترجمة: حيدر حاج إسماعيل (بيروت، ط١، ٢٠١٥) ص٨٧.

^٦ خلاف بو مخليفه، "جمهور الطابة الجزائريين ووسائل الإعلام المكتوبة"، (رسالة ماجستير، جامعة منتوري قسنطينة، ٢٠٠٧) ص١٠٧.

^٧ نور الدين، خضر، الثقافة السياسية، دار البلاغة، بيروت ٢٠١٥، ص٨.

^٨ الكنان، محسن جلوب جبر سميع "فن الحوار في برامج القنوات الفضائية العربية دراسة تحليل مضمون البرامج الحوارية الحية في قناة الجزيرة الفضائية" (جامعة بغداد، كلية الاعلام، ٢٠٠٥).

^٩ فليح، محمد جاسم ""الوظيفة السياسية للتلفزيون- دراسة ميدانية لتلفزيون العراق" (اطروحة دكتوراه غير منشورة قدمت إلى مجلس كلية الآداب قسم الاعلام، جامعة بغداد، ١٩٩٨).

^{١٠} معلوف ، الأب لويس " "قاموس المنجد في اللغة والاعلام" (بيروت، دار المشرق، ١٩٨٦، ط٢٢) ص٣٦.

^{١١} عدوان، نواف "وقف على المفاهيم والمصطلحات الاعلامية" (مجلة الاذاعات العربية، العدد ٢، تونس، ١٩٩٢) ص٣٠.

- (١٢) السوداني، عبد الكريم حسين "وظيفة اللغة الصورية في البرامج التلفزيونية" (اطروحة دكتوراه، جامعة بغداد، كلية الفنون الجميلة، ١٩٩٦) ص ٧.
- (١٣) اسماعيلي، ابراهيم ، غناي، عبد الحكيم " تنمية الوعي السياسي للطلبة الجامعيين من خلال البرامج السياسية في قناة الجزائرية الثالثة" ، (الجزائر: كلية العلوم الاجتماعية والانسانية، ٢٠١٧-٢٠١٨) ص ٧١.
- (١٤) الهاشمي، مجد، ٢٠٠٨، الاعلام الدبلوماسي والسياسي، عمان، دار اسامة للنشر والتوزيع، ص ٧٦.
- (١٥) فهمي خليفة، السياسة العامة منظور كلي في البنية والتحليل، ط ٥، عمان دار المسيرة للنشر والتوزيع ٢٠١٩، ص ٢١٤.
- (١٦) قياسية، علي وآخرون " الوسيط في الدراسات الجامعية " (الجزائر: الجزء الثاني، بدون سنة ص ٥٢-٥٣).
- (١٧) ميرال، جون ميرال ، لوينشاين، رالف " "الإعلام وسيلة ورسالة" ترجمة: ساعد خضر العرابي الحارثي، (السعودية: دار المريخ ١٩٨٩) ص ١٦٨.
- (١٨) حسام الدين، محمد "المسؤولية الاجتماعية للصحافة" (الدار المصرية اللبنانية: ط ١، القاهرة، ٢٠٠٣) ص ٢٠٥.
- (١٩) ميرال، جون رالف لوينشاين، "الإعلام وسيلة ورسالة"، تر: ساعد خضر العرابي الحارثي، (السعودية: دار المريخ ١٩٨٩) ، ص ١٦٩.

