Politicization of television talk shows: an analytical study of Allewan program

*Abdulrahman Al-Shami**

ABSTRACT

This study aims to investigate how television talk shows are politically employed, especially in times of political conflict between Qatar on one side and Saudi Arabia on the other. Its focus is on AlLewan program that was broadcast on Rotana Khalejia channel during Ramadan 2019. The program includes 29 episodes. The study finds that Alshawa [the awakening] Movement, Qatar, the Saudi opposition, and the Muslim Brotherhood are the top issues addressed in the program. Main actors of the discourse in the program include Osama bin Laden, Saudi opposed Saad Al-Faqih and Mohammed Almasa'ari, and the Saudi crown prince. The most emotionally loaded words and phrases are used to construct a call for facing the state, to ascertain the domination of Allah, and to impose awakening guardianship on the society. The program uses a number of communication strategies and techniques, including communication process strategy, confrontation and accusation, and the showing of clips from previous videos. The program applies several argumentative tools related to the Alshawa, Muslim Brotherhood, Qatar, Islamic cassette tape, the Saudi Crown Prince. These tools include the narrative technique, the use of historical narratives, citations from Qur'anic verses as well as hadiths and prophetic biography.

Keywords: Alsahwa movement; Qatar; Saudi opposition; Muslim Brotherhood; discourse analysis, content analysis

*Qatar University

Received on 17/6/2020 and Accepted for Publication on 4/4/2021.

التوظيف السياسي للبرامج التلفزيونيةالحوارية- دراسة تحليلية لبرنامج الليوان

*عبد الرحمن الشامي**

ملخص

سعت هذه الدراسة إلى تقصي التوظيف السياسي للبرامج التلفزيونية الحوارية في أوقات الصراعات السياسة خاصة، وذلك بالتطبيق على برنامج "الليوان" الذي جرى بثه على قناة "روتانا خليجية" خلال شهر رمضان المبارك من العام 2019، وبلغت حلقاته 29 حلقة. ومن أهم ما انتهت إليه الدراسة مجيء كل من تيار الصحوة، وقطر، والمعارضة السعودية، والإخوان المسلمون في مقدمة الموضوعات والقضايا التي تناولها البرنامج، أما بالنسبة للقوى الفاعلة في بناء الخطاب الإعلامي حول هذه الموضوعات والقضايا، فقد جاء في مقدمة ذلك أسامة بن لادن، تلاه المعارض السعودي سعد الفقيه، فالمعارض السعود محمد المسعري، ثم ولي العهد السعودي؛ محمد بن سلمان، في حين تمثلت أبرز الكلمات والجمل المحورية في كل من مواجهة الدولة، والحاكمية، وفرض الوصاية الصحوية على المجتمع. ووظف البرنامج عددا من الاستراتيجيات والأساليب الاتصالية، أبرزها تركز في استراتيجية العملية، فالمواجهة والاتهام، ثم عرض مقاطع من فيديوهات سابقة، كما استند إلى عدد من الطروحات جاء في مقدمتها الطروحات المتعلقة بالصحوة، تلاها الطروحات الخاصة بالإخوان المسلمين، ثم قطر، ثم الطروحات الخاصة بالشريط الإسلامي، فتلك الخاصة بولي العهد السعودي، وفيا يتعلق بمسارات البرهنة التي استند إليها الخطاب الإعلامي الوارد في برنامج "الليوان"، فقد تمثل في السرد القصصي والتاريخي، والاستشهاد بآيات قرآنية، ثم الاستشهاد بالأحاديث والسيرة النبوية.

الكلمات الدالة: تيار الصحوة، قطر، المعارضة السعودية، الإخوان المسلمون، تحليل الخطاب، تحليل المضمون.

المقدمة

لم تشهد منطقة الخليج العربي منذ تأسيس مجلس التعاون الخليجي في العام 1981 حدثا سياسيا أحدث شرخا في العلاقات بين دول الخليج بقدر الحصار المفروض على دولة قطر منذ الخامس من يونيو 2017 من ثلاث دول خليجية، هي: السعودية، والإمارات، والبحرين بالإضافة إلى مصر، فقد افضى هذا الحصار إلى تداعيات عديدة على كافة المستويات: السياسية والاقتصادية والاجتماعية وغيرها، وبرزت وسائل الإعلام والاتصال واحدة من أقوى الأدوات المستخدمة في هذه القضية منذ أول يوم من أيام الحصار، بل ومن أول لحظة من فرض الحصار؛ حيث جرى استخدامها على نحو مكثف، فالشرارة الأولى التي أشعلت هذا الحدث كانت إعلامية في المقام الأول، وتمثلت في اختراق موقع وكالة الأنباء القطرية في 23 مايو من العام 2017، وبث تصريحات منسوبة لأمير دولة قطر.

وإذا كانت النشاطات الدبلوماسية والسياسية والعسكرية وغيرها من النشاطات الأخرى المصاحبة للحصار تبرز تارة، وتتوارى أخرى، فإن الآلة الإعلامية لم تتوقف منذ اندلاع الحصار، وإن تفاوت منسوب استخدامها وفقا لمعطيات الواقع، ووتيرة الأحداث السياسية ومستجداتها، ولكنها في المجمل شهدت استخداما مكثفا لمختلف وسائل الإعلام والاتصال: التقليدية والحديثة، وتوظيفا لمضامينها المتعددة، وخطابها الإعلامي على حد سواء.

ويستأثر تحليل الخطاب الإعلام بأهمية بالغة، جراء الدور المحوري الذي تشغله وسائل الإعلام في حياتنا، وتأثيراتها المتشعبة في مختلف حياتنا. فأهمية وسائل الإعلام في الحياة العصرية لم تعد موضع جدل، فقليل منا؛ إن لم يكن بالمرة، لم يتأثر بخطاب هذه الوسائل التي حلت بالنسبة لبعض أجزاء المجتمع –على الأقل– محل عدد من المؤسسات التقليدية، كمصدر أساسي لفهم ما يجري في العالم، وأصب ح الخطاب الإعلامي يقوم بدور محوري في تشكيل آراء الناس ومعتقداتهم، مما يؤكد قوة تأثير هذا الخطاب (Talbot, 2007, p. 3).

ويكتسب تحليل الخطاب الإعلامي أهميته، من خلال علاقته المتشعبة بالمجتمع، فهو لا يصف الواقع؛ وبخاصة السياسي، أو

*جامعة قطر. تاريخ استلام البحث 2020/6/17، وتاريخ قبوله 2021/4/4.

 ©2022 عمادة البحث العلمي/ الجامعة الأردنية. جميع الحقوق محفوظة.

علاقات القوة والهيمنة في المجتمع فحسب؛ بل يسهم في بناء تلك العلاقات عبر عمليات إدراك الواقع، وتحديد الهويات الاجتماعية، وتكوين الخطابات، واختيار المفردات، كما يؤدي الخطاب الإعلامي دورا مؤثرا في بناء العلاقات الاجتماعية والسياسية، فهو في حقيقته عملية مستمرة تتفاعل فيها قوى ومتغيرات محلية، ودولية تعكس أوضاع المجتمع وثقافته (يونس، 2012، ص 49). فاستخدام مبادئ تحليل الخطاب النقدي Critical discourse analysis، يوفر فرصة كبيرة لاكتشاف الحقائق التي تم تشويهها، أو تحييدها نتيجة تعبير طرف معين، أو عدة أطراف عن رأيهم، أو وجهة نظرهم حول الآخر (مرسي، 2018، ص 17).

مشكلة الدراسة

تُعَدّ الوظيفة السياسية واحدة من أهم وظائف وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري، منذ وقت مبكر من نشأتها، وتكتسب هذه الوظيفة على نحو خاص، ووسائل الإعلام والاتصال بوجه عام، أهمية فريدة في أوقات الأزمات، وقد برزت هذه الوسائل واحدة من أهم أدوات الصراع منذ اللحظة الأولى للحصار المفروض على قطر، كما تتعدد مظاهر استخدامها كما كيفا، وتُعَدّ البرامج التلفزيونية الحوارية أحد الأشكال التلفزيونية المهمة التي يناط بها متابعة الأحداث، وتطوراتها المختلفة في أوقات الأزمات، ومن ثَم فإن هذه الدراسة؛ تحاول تقصى مدى توظيف البرامج التلفزيونية الحوارية، وإلى أي مدى يتم تطويع الموضوعات الواردة في هذا النوع من البرامج لتحقيق أغراض سياسية معينة، وبخاصة منها ما يتعلق بأزمة حصار قطر، وغيرها من موضوعات وقضايا الدراسة، وذلك بالتطبيق على برنامج "الليوان" الذي تم بثه على قناة "روتانا خليجية" خلال شهر رمضان المبارك من العام 2019، وبلغت حلقاته 28 حلقة.

ويرجع اختيار هذا البرنامج نظرا إلى الجدل الذي أثاره، جراء تطرق بعض حلقاته لعدد من الموضوعات الجدلية، ومنها ما ورد على لسان أحد الضيوف من أن "الإلحاد عقيدة، وعليك أن تحترم الإلحاد لأنه خيار للإنسان"، وعَدُّ "الصلاة غير ضرورية" (صحيفة الشرق، 2019، ص33) واعتذار الداعية السعودي عن أفكاره السابقة (موقع الحرة، 2019). كما أن البرنامج –وفقا لصحيفة الرياض السعودية– حظي بنسبة مشاهدة عالية، كما نال على جائزة أفضل برنامج في رمضان في العام 2020، بعد حصوله على نسبة 59% من التصويت الرمضاني السنوي (صحيفة الرياض، 2020).

تساؤلات الدراسة

حاولت هذه الدراسة الإجابة عن التساؤلات الآتية:

1. ما أهم الموضوعات والقضايا البارزة في برنامج "الليوان"؟
2. من الأطراف المؤثرة –أو القوى الفاعلة– في بناء الخطاب الإعلامي حول الموضوعات والقضايا التي تناولها برنامج "الليوان"؟
3. ما الكلمات والجمل المحورية ذات الدلالات المشحونة loaded Words التي برزت في الخطاب الإعلامي حول الموضوعات والقضايا التي تناولها برنامج "الليوان"؟ وما السياق الذي وظفت فيها؟
4. ما أبرز الاستراتيجيات والأساليب الاتصالية التي تم توظيفها لمعالجة الموضوعات والقضايا التي تناولها برنامج "الليوان"؟
5. ما أهم الطروحات التي استند إليها الخطاب الإعلامي لبرنامج "الليوان"؟
6. ما مسارات البرهنة التي استند إليها الخطاب الإعلامي إزاء الموضوعات والقضايا الواردة في برنامج الليوان؟

أهمية الدراسة

تنبع أهمية الدراسة من اعتبارات عدة، منها ما يتعلق بالمستوى النظري، وآخر على المستوى التطبيقي، وذلك كما يأتي:

1. تُعَدّ الدراسة إحدى الدراسات البينية، من خلال توظيفها أحد المداخل النظرية الحديثة، وهو أسلوب تحليل الخطاب.
2. قلة الدراسات الإعلامية التي توظف أسلوب تحليل الخطاب؛ لتقصي الموضوعات والقضايا التي تناولتها الدراسة.
3. تتصدى لدراسة أحد التغييرات المهمة التي يشهدها الخطاب الإعلامي السعودي جراء التحولات الاجتماعية التي يمر بها المجتمع السعودي في الوقت الراهن.
4. رصد نموذج من الخطاب التلفزيوني في فترة مهمة من فترات الخلافات والصراعات السياسية الخليجية خاصة، والعربية عامة.
5. رصد أبرز ملامح عينة من الخطاب التلفزيوني الذي يتم من خلال البرامج التلفزيونية الحوارية في أوقات الأزمات، والخلاف الخليجي–الخليجي.
6. تنامي أهمية البرامج الحوارية، واتساع مساحتها على خارطة القنوات الفضائية العربية، ومن ثَم فإن نتائج هذه الدراسة تضاف إلى غيرها من نتائج الدراسات العلمية الأخرى الرامية إلى رصد الخطاب في هذا النوع من البرامج التلفزيونية، بما يساهم في ترشيد الخطاب الإعلامي التلفزيوني عامة، وذلك الذي يتم في أوقات الأزمات خاصة.

أهداف الدراسة

سعت الدراسة إلى تحقيق الأهداف الآتية:

1. تعرُّف أهم الموضوعات والقضايا البارزة في برنامج "الليوان".
2. تحديد أهم القوى الفاعلة في بناء الخطاب الإعلامي حول الموضوعات والقضايا التي تناولها برنامج "الليوان".
3. الكشف عن الكلمات والجمل المحورية التي وردت في الخطاب الإعلامي حول الموضوعات والقضايا التي تناولها برنامج "الليوان"، والسياق الذي وظفت فيها؛ من حيث أنها مؤيدة أو معارضة.
4. معرفة أبرز الاستراتيجيات والأساليب الاتصالية التي تم توظيفها لمعالجة الموضوعات والقضايا التي تناولها برنامج "الليوان".
5. تعرُّف أهم الطروحات التي استند إليها الخطاب الإعلامي لبرنامج "الليوان" إزاء موضوعات وقضايا الدراسة.
6. تحديد مسارات البرهنة التي استند إليها الخطاب الإعلامي في برنامج "الليوان".

التعريف بالمفاهيم والمصطلحات

التوظيف السياسي: يقصد به في هذه الدراسة استخدام برنامج "الليوان" لعرض موضوعات وقضايا، واستضافة شخصيات معينة، ومعالجة الموضوعات والقضايا المعروضة على نحو مساند للتوجهات والسياسات السعودية القائمة وقت بث هذا البرنامج.

تحليل الخطاب: إخضاع الخطاب الوارد في برنامج "الليوان" لتحليل منتظم، للوقوف على الموضوعات والقضايا الواردة في كل حلقة من حلقات البرنامج، والكشف عن القوى الفاعلة فيه، ومسارات البرهنة المستخدمة، والكلمات والجمل المحورية التي تم توظيفها في هذا البرنامج.

القوى الفاعلة: يقصد بها الأطراف التي يعزا إليها التأثير المتعلق بالموضوعات والقضايا الواردة في حلقات برنامج الليوان، إما بحكم الأدوار والمناصب التي شغلها، أو بحكم دورها المجتمعي، وتأثيرها في مجريات الأحداث والقضايا الواردة في البرنامج المذكور.

مسارات البرهنة: وهي الأدلة والحجج والبراهين التي استخدمها ضيوف حلقات برنامج "الليوان" لتناول الموضوعات والقضايا الواردة في حلقات برنامج "الليوان".

الكلمات والجمل المحورية: ويقصد به انتقاء الضيوف ومقدم البرنامج لمجموعة من الكلمات والمفردات والجمل اللغوية، والمسميات التي تحمل معاني ودلالات معينة مقصودة، قد تكون إيجابية أو سلبية، بهدف التأثير المباشر أو الضمني على أفراد الجمهور المتلقي.

الدراسات السابقة

يُعَدّ تحليل خطاب وسائل الإعلام أحد مجالات الدراسات البينية، وتهتم به على نحو مكثف الدراسات الثقافية الخاصة بوسائل الإعلام، بالإضافة إلى أنه مجالا للبحث والتدقيق في الدراسات اللغوية والاجتماعية والنفسية وغيرها من الدراسات الأخرى (Talbot, p. 3). وقد شهد تحليل الخطاب الصحفي تطورات مهمة في العقدين الماضيين، وبخاصة جراء ظهور تحليل الخطاب النقدي وتطوره (Carvalho, 2008, p. 161). ويعود الاهتمام بتحليل الخطاب الإعلامي في حقل الدراسات الإعلامية الأجنبية إلى فترة السبعينيات من القرن الماضي، جراء التطورات التي شهدها تحليل الخطاب نفسه، والاهتمام المتنامي بالدراسات الخاصة به، وقبل تلك الحقبة كانت معظم الأعمال العلمية، تهتم بنظريات الاتصال الخاصة بالجوانب الاجتماعية المختلفة، أو الاجتماعية النفسية، وبدراسات الجمهور، أو التأثيرات، والعلاقات بين وسائل الإعلام من ناحية، والمجتمع والثقافة من ناحية أخرى، فدراسات الرسائل الإعلامية، كانت عادة ما تنطلق من أسلوب البحث المهيمن، والمعروف بتحليل المضمون، غير أن اتجاهات عديدة من دراسات وسائل الإعلام في السبعينيات، وضعت الأسس لمدخل تحليل الخطاب لوسائل الإعلام، فلم يعد الخطاب مجرد "متغير وسيط" بين المؤسسات الإعلامية، أو الصحفيين من ناحية؛ والجمهور من ناحية أخرى، ولكنه يدرس على نحو قائم بذاته بوصفه منتجا ثقافيا، واجتماعيا مركزيا، وظاهرا فيه ومن خلاله معاني وإيديولوجيات، يتم التعبير عنها، أو إعادة إنتاجها (Dijk, 1985, pp. 1-5)، أما على صعيد الدراسات العربية؛ فقد بدأ الاهتمام بتحليل الخطاب متأخرا نوعا ما مقارنة بالدراسات الأجنبية، فخلال عقد الثمانينيات والتسعينيات، كان الاهتمام منصبا على الدراسات الخاصة بتحليل مضامين الرسائل الإعلامية.

أولا: الدراسات العربية:

1. دراسة "مرسي، 2018" بعنوان "تأثير الخطاب الإعلامي الأيديولوجي في مصر بعد ثورة يناير 2011 على الأمن القومي المصري":

اعتمدت الدراسة على منهج تحليل الخطاب، لدراسة الخطاب الإعلامي لأبرز الأيديولوجيات السياسية الليبرالية، والاشتراكية، والدينية في مصر بعد ثورة 25 يناير، وحتى العام 2013 في عينة من الصحف المصرية، لمعرفة الطريقة التي تقدم بها كل أيديولوجية نفسها في هذا الخطاب مقابل طريقة تقديمها للآخر، ومدى تأثير هذا الصراع على الأمن القومي المصري، ومن أهم ما

توصلت إليه الدراسة تماشي خطاب الصحف التي شملتها الدراسة مع توجهها الأيديولوجي، واتسامه بالتحريض ضد الآخر، واتهامه بافتقاد الشرعية، بالإضافة استخدام الاستمالات العقلية والعاطفية، في حين عمد الخطاب الإعلامي إلى إضفاء الصفات الإيجابية على الذات، وفي المقابل إضفاء الصفات السلبية على الآخر.

2. دراسة "الفهد، 2018" بعنوان "نداء الآخر في المقابلات الإعلامية في ضوء نظرية تحيل المحادثة":

ناقشت الدراسة قضية نداء الآخر في المقابلات الإعلامية؛ لمعرفة الأسباب التي تقف خلف استعمال المناداة، وذلك بالاعتماد على منهج مدرس تحليل المحاثة الذي يركز على التحليل الكيفي، وتتبع الظواهر اللغوية في النص عن طريق التسجيلات، وتحليل الحوارات الواردة فيها. وتوصلت الدراسة إلى أن نداء الطرف الآخر في المقابلات الإعلامية، قد لا يكون لتحديد الشخص الموجه إليه الكلام فقط، كما في الحوارات التي يشترك فيها أكثر من ضيف، بل ربما يستعمل لأغراض أخرى، كالتعريف بالضيف للمشاهدين من خلال مناداته باسمه كاملا قبل طرح السؤال عليه، أو محاولة أخذ الدور في الحديث، حين يتداخل كلام المذيع مع ضيفه، أو عند محاولة المذيع أو الضيف الانتقال من موضوع إلى آخر.

3. دراسة "الهمص، 2018" بعنوان "الخطاب الصحفي الفلسطيني نحو انتفاضة القدس– دراسة تحليلية مقارنة":

هدفت الدراسة إلى رصد وتحليل الخطاب الصحفي الفلسطيني نحو انتفاضة القدس، والوقوف على أطروحاته، والقوى الفاعلة ومسارات البرهنة التي يستند إليها منتجو الخطاب، وأطرها المرجعية، وذلك بالتطبيق على عينة من الصحف العربية، وهي: الأهرام المصرية، والدستور الأردنية، والنهار اللبنانية، وبالاعتماد على منهج المسح، وفي إطاره تم توظيف تحليل المضمون. وانتهت الدراسة إلى تصدر فئة موضوع الشهداء عند الحديث عن الاعتداءات الإسرائيلية، كما تصدرت أطروحة "اعتداء الاحتلال" سائر الأطروحات الأخرى. وكشفت الدراسة عن تأثير التوجه الأيديولوجي للقائم على الاتصال في طرح الصفات الخاصة بالقوى الفاعلة الفلسطينية، كما احتلت القوى الفاعلة الفلسطينية المرتبة الأولى بالنسبة للأدوار الإيجابية، مقابل مجيء القوى الفاعلة الإسرائيلية في المرتبة الأولى بالنسبة للأدوار السلبية، وأوضحت الدراسة ضعف القوى الفاعلة العربية والإسلامية إزاء انتفاضة القدس. أما بالنسبة للأطر المرجعية، فقد تمثلت في الأطر: التاريخية، والأمنية، والثقافية، والسياسية، والدينية.

4. دراسة "محمد، 2016" بعنوان "الخطاب الإعلامي للرموز السياسية الدينية في البرامج الحوارية تجاه قضايا المرأة: دراسة مقارنة":

سعت الدراسة إلى تعرُّف سمات وخصائص الخطاب الإعلامي للرموز الدينة والسياسية في البرامج الحوارية تجاه قضايا المرأة، وذلك بالاعتماد على تحليل المضمون بشقيه: الكمي والكيفي، وبالتطبيق على عينة من برامج الحوار في القنوات الفضائية المصرية خلال الفترة من 1 سبتمبر 2015، وحتى فبراير 2016، وانتهت الدراسة إلى أهمية البرامج الحوارية في تسليط الضوء على أهم القضايا التي تواجه المرأة المصرية، وارتباط ذلك بصدور قرارات سياسية، وفتاوى دينية، وأحداث سياسية، والتركيز على الشخصيات السياسية والدينية المرتبطة بهذه القضايا، كما كان الخطاب هجوميا على الشخصيات المستضافة من الرموز الدينية، واعتمد الإقناع على استخدام الأساليب العقلانية.

5. دراسة "صويلح، 2015" بعنوان "الخطاب الإعلامي: دراسة في تفاعل الأنساق التواصلية والاجتماعية":

سلطت الدراسة الضوء على الخطاب الإعلامي، من خلال دراسته في ضوء تفاعل الأنساق التواصلية والاجتماعية، وتوصلت الدراسة إلى أن الخطاب الإعلامي، ليس صوتا ينبثق من فراغ، بل إنه عملية تواصلية، تعكس سياقا اجتماعيا، واقتصاديا، وسياسيا، وثقافيا معينا، وهو ككل خطاب تبليغي بحاجة إلى مناخ سياسي، واجتماعي، وفكري حر، وتعددي، وديمقراطي، ليحقق ذاته وليمارس فعاليته.

6. دراسة "جوسلني، و مخايل، 2015" بعنوان "رصد البرامج الحوارية في المحطات التلفزيونية"

أهتمت الدراسة البحث في برامج "التوك شو"، للكشف عن دور الإعلام في تعزيز لغة التخاطب على نحو ديمقراطي، ومدى قدرته على تمثيل مختلف وجهات النظر، وكل أطراف النزاع في حال الأزمات، وتم تطبيق الدراسة على عينة من البرامج الحوارية في عدد من القنوات اللبنانية، بلغت (56) حلقة حوارية موزعة على مدى أربعة أشهر، وانتهت الدراسة إلى غلبة الحيادية في تقديم البرامج، وإدارة الحوار بنسبة 77% من إجمالي عينة الدراسة، وأن الحوارات كانت هادئة بنسبة 91%، وتفوقت القضايا السياسية على ما عداها من القضايا الأخرى، كما جاء السياسيون في طليعة ضيوف البرامج، أما بالنسبة للمضمون، فقد اتسم الخطاب بالتفاعلية، وغلبة العاطفة على المنطق.

7. دراسة "العجلة، 2015"، بعنوان: الخطاب الصحفي الفلسطيني نحو قضية الاستيطان (الإسرائيلي) في الضفة الغربية– دراسة تحليلية مقارنة":

هدفت الدراسة إلى رصد وتحليل الخطاب الصحفي الفلسطيني نحو قضية الاستيطان الإسرائيلي في الضفة الغربية، والوقوف

على أطروحاته، والقوى الفاعلة المؤثرة فيه، ومسارات البرهنة التي استند إليها منتجو الخطاب، واعتمدت الدراسة على منهج تحليل الخطاب، ومنهج دراسة العلاقات المتبادلة، بالإضافة إلى استخدام أسلوب تحليل المضمون، وانتهت الدراسة إلى تصدر إطار الصراع لبقية الأطر الإعلامية الخاصة بموضوعات الاستيطان، واعتماد الخطاب الفلسطيني على الحقائق والوقائع في تناوله للاستيطان الإسرائيلي في الضفة الغربية.

8. دراسة "عبد الخالق 2014" بعنوان "الخطاب الإعلامي للقوى السياسية في البرامج الحوارية بالفضائيات: دراسة تحليلية بالتطبيق على الانتخابات البرلمانية 2011"

رصدت الدراسة مفردات الخطاب الإعلامي للقوى السياسية المختلفة خلال فترة الانتخابات البرلمانية 2011، لتعرُّف السمات العامة للخطاب والأهداف التي تسعى كل من القوى السياسية المدنية، والقوى الإسلامية إلى تحقيقها، وذلك بالاعتماد على منهج المسح لعينة من البرامج الحوارية المقدمة في عينة من القنوات الفضائية المصرية، خلال الفترة من 12 أكتوبر 2011، وحتى 11 يناير 2012، وانتهت الدراسة إلى تعمد البرامج الحوارية في الفضائيات الخاصة: المصرية أو العربية استضافة شخصيات معروفة باتجاهاتها الناقدة للتيار الإسلامي، وعدم التوازن في التمثيل، بالإضافة إلى التركيز على بث الأخبار الشاذة، والتصريحات المتطرفة لبعض قادة التيارات الإسلامية، وإبراز الجوانب السلبية للبرامج الانتخابية للقوى السياسية الإسلامية، واستخدام العديد من الكلمات المحورية التي تعكس الصورة الظلامية التي يمكن أن تكون عليها البلاد حال حصول التيار الإسلامية على أغلبية المقاعد البرلمانية، بالإضافة إلى نعت التيارات الإسلامية بالتخلف والتطرف.

9. دراسة "مزروع، 2013" بعنوان "أطر معالجة القنوات العامة والإسلامية للصراع بين القوى السياسية الفاعلة بشأن الاستفتاء على الدستور بعد ثورة 25 يناير – دراسة تحليلية مقارنة"

سعت الدراسة إلى تعرُّف أطر معالجة القنوات العامة والإسلامية للصراع بين القوى الفاعلة بشأن قضية الاستفتاء على الدستور، ونوع الأطر الرئيسية والفرعية التي استخدمتها هذه القنوات، واتجاه معالجتها للصراع بين القوى السياسية الفاعلة، وقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامي، والمنهج المقارن، كما طبقت على عينة من البرامج المذاعة على القنوات الفضائية العامة والمتخصصة (دريم2، والناس)، التي تم اختيارها بواسطة الحصر الشامل، ومن أهم ما انتهت إليه الدراسة حرص هذه القنوات على توظيف أطر محددة لتناول قضايا الصراع بين القوى السياسية، بما يخدم وجهة نظرها إزاء الأحداث، وإلقاء المسئولية على الآخر.

10. دراسة "عبد الحي، 2013" بعنوان "مدخل نظري لدراسة الخطاب التلفازي":

تنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الأساسية أو البحتة Basic Research التي تهدف إلى تطوير النظريات والمفاهيم، بالإضافة إلى أنها من البحوث الكيفية Qualitative التى تهتم بدراسة الخطاب التلفزي؛ حيث عمدت الدراسة إلى التعريف بالماهية النظرية لدراسة الخطاب التلفزيونى، ونظرياته، ومداخله، وأساليب إجرائه، وانتهت إلى أن دراسة الخطاب التلفزيونى، يساعد فى إدراكنا للمعانى المشتركة بين الناس، وتحديد القيم الاجتماعية والسياسية السائدة فى المجتمع، وطبيعة العلاقات التفاعلية بين الناس والسلطة والآخرين، كما يسهم هذا النوع من الدراسات في إدراكنا للعوامل المؤثرة على شكل الخطاب التلفزيوني ومضمونه.

11. دراسة (القرني، 2010) بعنوان "الخطاب الصحفي السعودي دراسة تحليلية لتعددية الرؤية المجتمعية"

حللت الدراسة مدى تفاعل وسائل الإعلام السعودية مع الأحداث الكبرى التي مر بها العالم قبل أحداث 11 سبتمبر وبعدها، وتركيزها على تداعيات أحداث شهر "مايو" من العام 2003 (المعروفة بتفجيرات الرياض)، وذلك من خلال تحليل مضمون عينة من صفحات الرأي في صحيفتي: الرياض والوطن لمدة عامين (2001–2003)، وأوضحت الدراسة أن السنوات الأخيرة، شهدت تبلور خطابين رئيسين، أحدهما: ليبرالي، مثل: الاتجاهات الانفتاحية في المجتمع السعودي، والآخر: خطاب وسطي معتدل، يتبنى عملية التغيير، وفق ثوابت المجتمع وتقاليده، وعاداته الاجتماعية. ومن أهم ما انتهت إليه الدراسة؛ أن المؤسسات الإعلامية، لا تزال تعيش في كنف المؤسسات السياسية، بدليل النسبة الكبيرة من الإحالات المرجعية إلى المؤسسات السياسية، رغم الانفتاح العام في المجتمع السعودي، والتطور المؤسسي، ونمو مؤسسات المجتمع المدني. وأشارت الدراسة إلى أن الفترة التي أعقبت أحداث شهر "مايو" شهدت ترتيبا مختلفا للموضوعات، والقضايا الداخلية والخارجية، فقد زاد الاهتمام بقضايا المرأة، والبطالة، وبعض المؤسسات الدينية، كما احتل الاهتمام بالقضية الفلسطينية مساحة طاغية من اهتمام الرأي العام الإعلامي السعودي.

12. دراسة "صلاح الدين، 2009" بعنوان "دور الإعلام التقليدي والجديد في تشكيل معارف الرأي العام واتجاهاته نحو قضايا الديمقراطية وتحدياتها: في إطار تحليل الخطاب الإعلامي ونظرية الاعتماد":

أهتمت الدراسة برصد دور الإعلام التقليدي، والإعلام الجديد في تشكيل معارف الرأي العام المصري، واتجاهاته نحو قضيتي

الاحتجاج السلمي، وأزمة المعارضة السياسية، وذلك بالاعتماد على منهج المسح بشقيه: الوصفي والتحليلي، وبالتطبيق على عينة من الصحف المصرية: القومية والحزبية والخاصة، بالإضافة إلى المواقع الإلكترونية السياسية على الإنترنت، ومن أهم ما انتهت إليه الدراسة، تركيز الأُطروحات البارزّة للخطاب الإعلامي بشأن قضية الاحتجاج السلمي على المطالب الفئوية، والمطالب السياسية للمحتجين، ومبررات تلك الاحتجاجات، واستند الخطاب الإعلامي على أكثر من استراتيجية؛ كان أبرزها استراتيجية التركيز الإخباري، وأسلوب البروز. أما الأطراف المؤثرة في الخطاب الإعلامي، فقد تمثلت في ممثلي النقابات العمالية، والمهنية، والأحزاب السياسية، وحركة شباب 6 إبريل، فضلًا عن الحزب الوطني الحاكم. وكشفت الدراسة عن أهم الأطروحات البارزّة التي ركز عليها الخطاب الإعلامي، والمتمثلة في هيمنة الحزب الوطني على مجريات الحياة السياسية، والخلط في الممارسات السياسية بين الدولة والحزب الوطني، فضلًا عن تراجع مصداقية الأحزاب السياسية لدى الرأي العام المصري.

ثانيا: الدراسات الأجنبية:

1. دراسة "إسلام، 2017" بعنوان "تحليل الخطاب النقدي لبرامج المحادثات السياسية في بنغلاديش"

حللت الدراسة الخطاب النقدي للبرامج الحوارية السياسية في بنجلاديش، لاكتشاف القضايا والدوافع الخفية وراء مختلف أنواع الخطاب، وكيف تستخدم المجموعات الأكثر نفوذا في المجتمع الخطاب السياسي لصالحها للسيطرة والتأثير على المجموعات الأقل قوة، وانتهت الدراسة إلى القول بأن السياسيين يمارسون تلاعبا ماهرا، لتبرير أنفسهم والتأثير على الناس، ويستخدمون أساليب لغوية مختلفة، مثل: استراتيجية إنتاج النصوص والأيديولوجيات لتوليد علاقات القوة والسيطرة على السكان في البلاد. كما قدمت دراسة "الربيعي، 2017" حول "الخطاب الإعلامي العراقي لمعركة الموصل: أُطُره وأجندته " تحليلا للأطر الخبرية في التغطية الإخبارية لمعركة الموصل في شبكة الإعلام العراقي الرسمي، وقنوات تحالف الإعلام الوطني، واعتمدت على منهج التحليل النقدي للخطاب، وطبقت على عينة قصدية من النشرات التي بثت عبر قناة العراقية الرسمية، وانتهت إلى محاولة الخطاب العراقي أن يكون موحدا في دلالاته اللغوية والخبرية، عبر الاعتماد على توحيد النشرات الإخبارية، ومصادر المعلومات، والمعجم اللغوي؛ لتقديم صورة عن مهنيته.

2. دراسة "تلني، 2015" Tilney بعنوان: "تقنيات برجماتية في مقابلة وسائل الإعلام– مدخل نقدي لتحليل الخطاب عبر التخصصات":

سعت الدراسة لاستكشاف دور الأساليب البراغماتية في إدارة المقابلات الإعلامية؛ حيث ألقت الضوء على الطريقة التي يحافظ من خلالها الأفراد والمؤسسات على أيديولوجيات معينة، على الرغم من الحياد البادي على الخطاب الصحفي، فبالنسبة للمقابلات الإعلامية، يمكن للمحاور استخدام أساليب براغماتية للحصول على موافقة المحاوَر، والحفاظ على استمرار الحوار في هيئة سؤال وجواب.

3. دراسة "فيلو، 2007" بعنوان "هل يمكن لتحليل الخطاب أن يشرح بنجاح محتوى الإعلام والممارسة الصحفية":

هدفت الدراسة إلى تعرُّف مدى قدرة تحليل الخطاب على الكشف عن محتوى وسائل الإعلام، والممارسات الصحفية، وذهبت الدراسة إلى أن تحليل الخطاب لوسائل الإعلام، يتطلب دراسة الهياكل الاجتماعية التي تتطور منها التفسيرات الإيديولوجية المتنافسة، وأن تحليل الخطاب الذي يستند إلى النص فقط، يعاني من مشكلات تتعلق بمدى قدرته على إظهار أصول الخطابات المتنافسة، وكيفية ارتباطها بالمصالح الاجتماعية المختلفة، وتأثير العوامل الخارجية، مثل: الممارسة المهنية لوسائل الإعلام على الطريقة التي يتم من خلالها تقديم الخطابات، وما الذي يعنيه النص بالفعل بالنسبة لفئات مختلفة من الجمهور، بالإضافة إلى وجود مشكلات أخرى، تتصل بالتحليل المعتمد على "النص فقط"، وذلك فيما يتعلق بدقة طرق التمثيل representations، وأهمية النصوص للجمهور، بالإضافة إلى سؤال حول كيف "ينتمي" الخطاب، أو يتم استخدامه من قبل اهتمامات اجتماعية مختلفة. وللتغلب على هذه الإشكاليات، أشارت الدراسة إلى أن هذا يتطلب منهجية، تقوم على تحليل عمليات الإنتاج، والمحتوى، والتلقي، وتداول المعنى الاجتماعي في وقت واحد.

4. دراسة "بلال، وزملاؤه، 2012" حول "تحليل الخطاب النقدي للبرامج الحوارية التلفزيونية الحوارية لوسائل الإعلام الباكستانية":

حاولت استكشاف العلاقات بين اللغة والأيديولوجيا، وكيفية تمثيل هذه العلاقات في تحليل النصوص المنطوقة، وأظهرت الدراسة أن البرامج الحوارية السياسية التي تبثها القنوات التلفزيونية الخاصة هي بمثابة أدوات apparatuses للإيديولوجيا، وتخزن معاني ليست واضحة دائمًا للقراء، وكشفت الدراسة التحليلية النقدية للنصوص أنها توفر خيارات للمتحدثين، تمكنهم من التلاعب وإنتاج معاني معينة، لا تكون دائمًا واضحة لجميع القراء.

منهج الدراسة

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي تسعى إلى تصوير وتوثيق الأوضاع الحالية، أو الاتجاهات من أجل وصف الأوضاع الراهنة، ولا تقف الدراسات الوصفية عند مجرد الوصف الظاهري للظاهرة موضع الدراسة، بل تتعداه إلى التحليل والتفسير؛ حيث تحاول وصف حدوث ظواهر معينة، وشرح أسباب حدوثها (Wimmer & Dominick, 1994, p. 108). فالدراسات الوصفية، ترمي إلى وصف وشرح ما الذي يحدث، وليس ما الذي حدث. كما تستخدم لجمع المعلومات التي تصف الأوضاع، والأحداث، والآراء، والأشخاص، والمؤسسات، وغيرها على نحو منتظم (Rubin & Others, 1986, pp. 59-60). وقد اعتمدت الدراسة الحالية على منهج المسح بشقيه: الوصفي والتحليلي descriptive and analytical survey؛ حيث حلل الباحث الخطاب الإعلامي الوارد في برنامج "الليوان" تحليلا نقديا، بما يحقق أهداف الدراسة، ويجيب على تساؤلاتها بدقة وموضوعية.

عينة الدراسة

يتمثل مجتمع الدراسة في جميع حلقات برنامج "الليوان" التي تم بثها خلال شهر رمضان من العام 2019 على قناة "روتانا خليجية"، وقد تم تطبيق الدراسة بواسطة الحصر الشامل؛ حيث جرى تحليل جميع حلقات هذا البرنامج، والبالغ عددها 28 حلقة، بإجمالي زمن قدره 40 ساعة، و45 دقيقة. وتضمن الجدول (7) البيانات الخاصة بهذه الحلقات.

أداة الدراسة

وظفت الدراسة أسلوب تحليل الخطاب discourse analysis لمعرفة الاستراتيجيات والأساليب techniques التي تم توظيفها لمعالجة الموضوعات والقضايا الواردة في برنامج "الليوان"، بالإضافة إلى معرفة الأطراف المؤثرة –أو القوى الفاعلة–، والكلمات والعبارات، والجمل الدالة والسياق الذي وردت فيه، فضلا عن مسارات البرهنة المستخدمة؛ حيث يستند تحليل الخطاب على رصد الكلمات، والمفردات والجمل اللغوية التي تحمل معاني معينة، أو تحمل بمعاني مقصودة loaded words؛ سواء أكانت إيجابية أم سلبية، بهدف التأثير المباشر أو الضمني على أفراد الجمهور المخاطب (صلاح الدين، 2009، ص 11).

تحليل المضمون

تم الاستعانة بأسلوب تحليل المضمون content analysis، الذي يعرف بأنه التصنيف المنتظم للمضمون الإعلامي في إطار وحدات، يتم تصميمها؛ وفقا لقواعد محددة، وتحليل العلاقات المتصلة بهذه المجموعات باستخدام طرق إحصائية (Riffe & et.al, 2019, p.12). وقد تم توظيف تحليل المضمون بشقيه: الكمي والكيفي، كأداة لتحليل الموضوعات الواردة في حلقات برنامج "الليوان"، وذلك لرصد ماذا قيل، وتفسير نتائج التحليل بما يجيب على أسئلة الدراسة، ويحقق أهدافها، وذلك بعد التحديد الدقيق لفئات التحليل ووحداته، وعلى النحو الآتي:

1. فئات التحليل، أو ماذا قيل؟ وتتمثل في عدد الموضوعات والقضايا التي تناولتها كل حلقة من حلقات برنامج "الليوان".
2. وحدات التحليل، وهي الوحدات التي يتم العد والقياس بناء عليها (عبد الحميد، 2004، ص 233)، وتشمل:

أ. وحدة النشر: وتمثلت في حلقات برنامج "الليوان"؛ حيث اعتبرت كل حلقة من حلقات البرنامج وحدة تحليل قائمة بذاتها.

ب. وحدات العد: واستخدمت لحساب عدد مرات تكرار الموضوع أو القضية داخل الحلقة الواحدة، بالإضافة إلى عدد مشاركات الجمهور عبر حساب البرنامج على شبكات التواصل الاجتماعي، الذي أطلق عليها "شركاء الليوان".

ج. وحدة الشخصية: تمثلت في الأشخاص الذين تم استضافتهم ومحاورتهم في كل حلقة من حلقات البرنامج.

ثبات أداة الدراسة

صدق أداة التحليل: يعرف الصدق validity بأنه الأداة التي تقيس بالفعل ما وضعت لقياسه من موضوعات وظواهر مختلفة موضوع التحليل، ويرتبط الصدق بالإجراءات المتبعة في التحليل ابتداء من اختيار العينة، وبناء الفئات، وتحديدها تحديدا دقيقا، فضلا عن درجة الثبات في التحليل (عبد الحميد، ص ص 429–431). ولتحقيق صدق أداة التحليل، فقد بنى الباحث استمارة التحليل، وذلك بما يحقق أهداف الدراسة، ويجيب على تساؤلاتها، وبعد ذلك تم عرضها على عدد من أساتذة الإعلام*، لمراجعتها، والحكم على مدى صلاحيتها لإجراء الدراسة التحليلية، وفي ضوء الملاحظات التي أوردها المحكمون، أجرى الباحث التعديلات قبل البدء بإجراء الدراسة التحليلية.

ثبات أداة التحليل: للتأكد من ثبات أداة القياس، حلل الباحث وباحث آخر 10% من عينة الدراسة، وقد وصلت قيمة الثبات بين

* أنظر أسماء المحكمين في الملحق (2).

الباحثين 86%، وهي نسبة عالية، تدل على ثبات أداة القياس، وصلاحيتها لتطبيق الدراسة.

معالجة البيانات: تم استخدام برنامج اكسل Excel لبناء جداول الدراسة، والحصول على التكرارات ونسبها المئوية، وترتيبها ترتيبها تنازليا.

الخطاب الإعلام

تتعدد تعريفات الخطاب، ومنها تعريفه بأنه نسق لفظي، ومجموعة من الجمل المركبة بطريقة معينة، وتنتظم في عملية اتصالية ضمن سياق اجتماعي من مخاطب إلى متلقي؛ لغرض التأثير به، وإقناعه بمضمون رسالته (يونس، ص 39). فالخطاب في جانبه الاجتماعي مجموعة من الإجراءات الذهنية، يقوم بها المخاطب ضمن سياقات اجتماعية، تشكل منظومة فكرية معينة تعبر عن هدف في نفس المخاطب، يبثها عبر اللغة في مستوياتها جميعا، ليصل القصد إلى المخاطب (عطري، 2012، ص 15). وجوهر الخطاب، لا ينحصر في مجرد استعمال الجمل والعبارات التي لا تحمل قوة وتأثيرا إلا ضمن سياقها الاجتماعي، بل يتعدى معناها، وعلى ذلك يكون الخطاب في جانبه الاجتماعي مجموعة من الإجراءات الذهنية، يقوم بها المخاطب ضمن سياقات اجتماعية، تشكل منظومة فكرية معينة، وتعبر عن هدف في نفس المخاطب، يبثها بواسطة اللغة في مستوياتها جميعا، لتوصيل المعنى المقصود إلى المخاطب (يونس، ص 31)

أما الخطاب الإعلامي Media Discourse فهو مصطلح واسع، يشير عموما إلى الطريقة التي يتم من خلالها تقديم الواقع في وسائل الإعلام الإذاعية والمطبوعة؛ بدءا من التلفزيون وحتى الصحيفة، فهو يشير إلى التفاعلات التي تتم من خلال المنصات الإذاعية، سواء أكانت منطوقة أم مكتوبة، التي يتم من خلالها توجيه الخطاب إلى قارئ أو مستمع أو مشاهد غير متواجد بالفعل (O'Keeffe, 2006, p. 1) في المكان الذي يتم عبره إطلاق الخطاب. ويقصد بالخطاب الإعلامي مجموعة الأطروحات الكبرى التي يشترك فيها جميع وسائل الإعلام، وتدفع بها إلى واجهة الصراع السياسي والأيديولوجي، ومنها يستقل بخصائصه كأي خطاب آخر معرفي، أو سياسي، أو ديني (عمارة، 2013، ص 98). ويتألف الخطاب الإعلامي من جملة خطابات تشكل يوميات الإنسان المعاصر، يتداولها، وينفعل بها، ويتفاعل معها، ويشكل على أساسها تصوراته وأفكاره حول العالم المحيط به، ويبني على إثرها سلوكاته، والأحداث الجارية فيه، فهو مرهون بها إلى درجة؛ لا يستطيع تصور حاله في غنى عنها، فالتواصل الإعلامي، تواصل مركب، تشكل مجموعة من المكونات التي تتركب من الناحية البنيوية والوظيفية لتعطينا تواصلا إعلاميا باللغة صوتا وكتابة، وبالإشارة، وبالصورة الثابتة والمتحركة (صويلح، ص ص 186–188). وللخطاب الإعلامي علامات تميزه عن باقي الخطابات الاجتماعية والتبليغية الأخرى؛ حيث يشمل عددا من العناصر غير المتجانسة من الأنساق السيميائية والتلفظية والنصية، والجمهور المتلقي، والمادة الإعلامية، وقنوات التبليغ؛ من حيث الأنماط والآليات (صويلح، ص 184).

ويقوم الخطاب الإعلامي على مجموعة المبادئ العامة التي تتحكم في عملية التواصل الإعلامي، وتؤلف بمجموعها منهج التعامل والتواصل مع سلوك الفرد والجماعة (يونس، ص 37). ويسعى الخطاب الإعلامي إلى إطلاق أحكام كلية عامة للأفراد المتلقين؛ لأن الإعلامي، يرى الأحداث والوقائع، ثم يحاول نقلها كما هي عليه في الواقع، لكن عند صياغة الخطاب وكتابته، تتم إعادة تركيب الواقع بما يخدم أغراض القائم على الخطاب (يونس، ص ص 35–36). ويعتمد المتكلم لتحقيق مقاصد خطابه خططا معينة هي التي يمكن أن نسميها استراتيجيات، وتتم من خلال انساق لغوية، وأدوات معينة، فتصبح ظاهرة لافتة للنظر، فتكتسب القيمة التي ترشحها لتستحق الدرس، والتحليل في نماذج مختلفة من الخطاب، بوصفها اطرادات لغوية، تجسدها كفاءة المرسل التداولية في خطابه، وبوصفها ثمرة لسلسلة من الإجراءات الذهنية التي يقوم بها، فالمحرر الإعلامي، يميز بين مستوى التبليغ المتمثل في إيصال المعنى للمخاطب، ومستوى البلاغة الذي يحمل وظيفة التأثير في المتلقي (عطري، ص ص 27–28)، ولأجل هذا يوظف عددا من الاستراتيجيات التي تمكنه من عملية التبليغ والتأثير في المخاطب في الوقت نفسه.

أما إذا نظرنا في دلالة الخطاب من منظور إعلامي، فيظهر أن توصيل الرسالة، هو البعد الأول للخطاب الذي هو أساس عملية الاتصال، والتأثير، هو البعد الآخر له، الذي يقصد به جمهور ما، بتقديم أدلة منطقية عبر الألفاظ التي تؤدي إلى تغيير اتجاه المتلقي، أو ترسيخه ضمن سياق محدد (يونس، ص 32). فالخطاب الإعلامي، يشمل أبعادا كثيرة، ولا يعدو البعد اللغوي؛ إلا أن يكون أحد مكوناتها، ويُعَدّ سياق الحدث الخطابي من أهم هذه الأبعاد، الذي يشمل –مما يشمل– مكان الحدث وزمانه، والمتحاورين وعلاقاتهم، والسياق الاجتماعي الذي تحدث فيه عملية التواصل وأداة التواصل، وأنماط الخطاب الناتجة عن الحدث، وعلاقات هذه الأنماط ببعضها (الجبر، ص88)، فالبنية الاجتماعية الثقافية، تشبه البنية النفسية التي تعد من مرتكزات المعرفة المشكلة لمضامين النصوص الإعلامية؛ ذلك أن الإعلام إنما يتحرك في سياق اجتماعي، وبدونه؛ يبقى التواصل الإعلامي مجرد نظرية غير مفهومة

على نحو متكامل (صويلح، ص 183).

ويتأثر الخطاب الإعلامي بعوامل خارجية، وعوامل داخلية، وتتضمن العوامل الخارجية التغيرات والتأثيرات الدولية والعالمية، والتطورات التكنولوجية في مجال الاتصالات والإعلام، أما العوامل الداخلية فيقصد بها طبيعة النظام السياسي، والاجتماعي، وطبيعة ملكية التلفزيون، والقوانين والتشريعات الحاكمة لعمله (عبد الحي، ص 81).

أما الخطاب التلفزيوني فيعرف بأنه خليط من التكنولوجيا، والثقافات، والمعلومات، والترفيه، والقيم، والأفكار، والآراء السياسية، والاجتماعية، والثقافية "عبد الحي، ص 57"، كما يشمل صنوفا عدة من البرامج، والمضامين المختلفة، والمتنوعة التي تحمل أفكارا وآراء مختلفة، خاصة تلك التي تتناول القضايا الإخبارية والسياسية الجادة (خميس، ص 384).

ويقترح "يونس" إظهار جنس خطابي يواكب التطور الإعلامي في واقع السياسة، من خلال الجمع بين مدلولي الخطاب السياسي والإعلامي في مصطلح واحد هو "الخطاب السياسي الإعلامي"، والهدف من هذا المصطلح هو إبراز التداخل الكبير الماثل بين واقع السياسة والثورة الإعلامية المعاصرة؛ إذا أضحى جل عناية الإعلام، هو تقنيع الواقع السياسي، وتقديمه بصورة مختلفة عما هو عليه في الواقع، فتتحول الآراء والقناعات السياسية إلى سلوك؛ يتواءم وأهداف المخاطب (ص 37)، وبذلك يصبح الخطاب السياسي الإعلامي انعكاسا للصراعات السياسية في قالب إعلامي، ويهدف إلى تحقيق السيطرة على فكر المتلقين، من خلال بث قناعات تتوافق، ومقصد منتج الخطاب، فيحقق أكبر قدر من الإرادة الجماعية، فيرغب بمقصده دون ضغط، أو إكراه عبر مضمون لغوي تلفظي، يعتمده الخطاب في العملية التواصلية الإعلامية (يونس، ص 38).

الإطار النظري للدراسة

انطلقت الدراسة من نظرية الأطر الإعلامية Media Framing Theory، التي تشير إلى قيام وسائل الإعلام والاتصال باختيار زاوية معينة من زوايا الحدث، التي قد لا تكون الأهم في مسار هذا الحدث، والتركيز على هذه الزاوية، وتقديمها إلى الجمهور باستخدام منبهات عقلية، تجعله يدركها على أنها أهم جوانب الحدث، مما يؤثر في مواقف الجمهور واتجاهات نحو ذلك الحدث، ومن ثَم يشكل رأيه حولها بناء على هذه العملية (قلندر، 2016، ص ص 200–203). أما في مجال الاتصال السياسي؛ فتعرف نظرية الأطر الإعلامية على أنها قيام وسائل الإعلام، وعلى نحو نشيط بوضع أطر مرجعية، يستخدمها القراء والمشاهدون؛ لتفسير ومناقشة الشئون العامة (Tuchman, 1978, p. ix)، فهي فكرة تنظيم مركزية، أو خط قصصي story line، يضفي معنى على سلسة الأحداث (Gamson & Modigliani, 1987, p. 143).

وتشمل الأطر الإعلامية مصدر الاتصال المقدم، وتعريف القضية (Vreese, 2005, p. 51)، بالإضافة إلى كافة أساليب العرض والتقديم التي يختارها القائمون على الإعلام والاتصال لتقديم الرسائل والمضامين الإعلامية المتعلقة بقضية، أو موضوع، أو حدث معين، بما في ذلك الكلمات، والصور، وعناصر الإبراز، وأساليب التقديم والإخراج، وتكرار العرض، وتوقيته، واستمالات الإقناع العاطفية والمنطقية المستخدمة، وأدوات الجذب، وغير ذلك من فنون العرض، وأشكال التقديم الأخرى، لغرض تشكيل رأي عام جديد، أو التأثير على الرأي العام القائم. فغالبًا ما يعتمد الرأي العام على كيفية اختيار النخب تأطير القضايا، فالإطار المختار، يكشف عما يراه المتحدث على أنه وثيق الصلة بالموضوع المطروح (Druckman, 2007, p.p 99-100). كما تساعد الأطر الصحفيين على إنجاز أعمالهم الروتينية اليومية؛ حيث تتيح لهم تحديد المعلومات وتصنيفها على نحو سريع، وأكثر الأطر فائدة، هي تلك المرتبطة بإطارات الجمهور (Chong & Scheufele, 1999, pp. 106-107).

وقد جمع (Scheufele, 1999) الدراسات الخاصة بالتأطير على مدى ربع قرن، وانتهى إلى تحديد أربع عمليات في هذا المجال، وهي:

أ. "بناء الإطار"، ويتم التركيز في هذه المرحلة على ديناميكيات كيفية اختيار المتحدثين، كوسائل الإعلام مثلا، إطارات محددة في الاتصال.

ب. "إعداد الإطار" المتعلق بتأثير الأطر الاتصالية على أطر الأفكار، والعمليات النفسية الدقيقة الجارية.

ج. "تأثيرات الأطر على المستوى الفردي"، التي تشير إلى تأثير الأطر في التفكير على السلوكات أو المواقف اللاحقة.

د. "الصحفيون بوصفهم جماهيرا"، التي تنظر في كيفية تأثير تصرفات المواطنين على عملية بناء الإطار الأولي (Druckman, p 101).

نتائج الدراسة التحليلية

1. الموضوعات والقضايا البارزة في برنامج "الليوان"

الجدول (1)

يوضح الموضوعات والقضايا البارزة في برنامج "الليوان"

م	الموضوعات والقضايا	التكرار	النسبة
1.	تيار الصحوة	30	24.0
2.	قطر	18	14.4
3.	المعارضة السعودية	18	14.4
4.	الإخوان المسلمون	13	10.4
5.	وسطية الإسلام واعتداله	11	8.8
6.	علاقة حركة الإصلاح السعودية بالتنظيمات والحركات الإسلامية	10	8.0
7.	قناة الجزيرة	6	4.8
8.	الحركة السلفية	6	4.8
9.	مفهوم الوطنية	5	4.0
10	إخوان بريدة	4	3.2
11	تأثير الخطاب الديني على الشباب	2	1.6
12	سبل إصلاح الدولة والحفاظ على كيانها	2	1.6
	الإجمالي	125	100

اشتمل الجدول (1) أهم الموضوعات والقضايا التي تناولها برنامج "الليوان"، وقد جاءت قضية "تيار الصحوة" في الترتيب الأول بالنسبة لهذه الموضوعات، بنسبة بلغت 24% من إجمالي هذه الموضوعات، وشمل ذلك الحديث عن إيجابياتها وسلبياتها، ومن الإيجابيات التي ورد الحديث عنها في هذا السياق –مثلا– أن الصحوة أعادت الناس إلى دينهم، وعملت على نشر القرآن الكريم، وتعظيم السيرة النبوية، وإعادة الثقافة الإسلامية للمنابر العالمية، أما سلبيات الصحوة التي وردت في البرنامج فمنها –مثلا– تشدد فتاوى الصحوة، كتحريم التلفزيوني، والتصوير الفوتوغرافي، والإنشاد، والأهازيج الشعبية المعروفة بـ"الشيلات" في منطقة الخليج العربي.. وغيرها.

وفي الترتيبين الثاني والثالث جاء الحديث عن قطر، والمعارضة السعودية، بنسبة بلغت 14.4% لكل منهما، وقد تم التركيز في معرض الحديث عن قطر على القيادة القطرية، ومما ورد في هذا السياق –مثلا– اتهامها بعقدة النقص من السعودية، والعلاقة الحميمة بين علماء الدين والدعاة من ناحية؛ وحكام قطر من ناحية أخرى، واتهام النظام القطري بدفع رواتب شهرية وعطايا متفرقة لمجموعة من الدعاة السعوديين، واستقطابها للموقوفين منهم عن الخطابة؛ فضلا عن المعارضة السعودية، وأن الخلاف مع القيادة القطرية، وليس مع الشعب القطري الذي كثيرا ما تم وصفه في هذا البرنامج بـ"الشقيق".

وفي الترتيب الرابع جاء الحديث عن الإخوان المسلمين والتشديد على أنه "لا مكان لهم في السعودية"، تلاه الحديث عن وسطية الإسلام واعتداله، ثم علاقة حركة الإصلاح السعودية بالتنظيمات والحركات الإسلامية، فالحديث عن قناة الجزيرة، والحركة السلفية، بنسب تراوحت لهذه الموضوعات ما بين 10.4% و4.8% لهذه الموضوعات والقضايا؛ حيث اتهم الداعية "عائض القرني" في حلقة "الصحوة" قناة الجزيرة، وذلك في سياق حديثه عن دعوتها إلى الحريات، بأنها تخدم "خمس نونات: طالبان، وإيران، وأردوغان، والإخوان/ حزب الشيطان" –حسب وصفه– في حين استدعى "القرني" المقارنة بين ما قدمته السعودية للإسلام والقضية الفلسطينية من ناحية؛ وما قدمه الرئيس التركي "أردوغان"؛ من ناحية أخرى، منتقدا العلاقات الديبلوماسية القائمة بين من تركيا وإسرائيل.

2. القوى الفاعلة في الخطاب الإعلامي لبرنامج "الليوان"

الجدول (2)

يوضح القوى الفاعلة في بناء الخطاب الإعلامي حول الموضوعات والقضايا التي تناولها برنامج "الليوان"

م	القوى الفاعلة	التكرار	النسبة
1.	أسامة بن لادن	20	17.2
2.	سعد الفقيه	20	17.2
3.	محمد المسعري	17	14.7
4.	ولي العهد السعودي	13	11.2
5.	تيار الشريط الإسلامي	10	8.6
6.	الملك سلمان بن عبد العزيز	9	7.8
7.	يوسف العيري	8	6.9
8.	تنظيم القاعدة	7	6.0
9.	عايض القرني	6	5.2
10	قادة الصحوة	6	5.2
	الإجمالي	116	100

تعددت القوى الفاعلة في بناء الخطاب الإعلامي حول الموضوعات والقضايا التي تناولها برنامج "الليوان"، وبلغت أكثر من 52 فاعلا، ويتضمن الجدول (2) أبرز هذه القوى؛ حيث جاء في الترتيب الأول كل من: أسامة بن لادن، والمعارض السعودي في الخارج سعد الفقيه، بنسبة بلغت 17.2% لكل منهما، تلاهما في الترتيب المعارض السعودي في الخارج –أيضا– محمد المسعري، ثم ولي العهد السعودي؛ الأمير محمد بن سلمان في الترتيب الرابع، فتيار الشريط الإسلامي، ثم الملك سلمان بن عبد العزيز بنسب تراوحت –بالترتيب– ما بين: 11:2% و 7.8%.

أما القوى الفاعلة الأخرى الواردة في برنامج "الليوان"، التي تكررت خمس مرات فأقل في الحلقات التي تناولتها الدراسة، فقد تنوعت ما بين: أئمة وعلماء دين، ومفكرين، وبلدان عربية أو أجنبية، وملوك ورؤساء دول، وهيئات دينية، وتنظيمات سياسية...، ومن هذه القوى: خالد علي حاج، وحركة طالبان، وعزام التميمي، وإخوان بريدة، وإيران، والشيخ حمد بن ثامر، وخالد الشيخ محمد، والشيخ سفر الحوالي، وليبيا، وأمير قطر، والأمير خالد الفيصل، والدولة السعودية، والرئيس التركي "أردوغان"، والسلف الصالح، والليبراليون، والملك فهد، واليمن، وأبو حفص الموريتاني، وأبو مصعب السوري، والإخوان المسلمون، وحرب الخليج، والحركة الإسلامية للإصلاح، وقطر، وهيئة كبار العلماء، ومحمد عابد الجابري، والشيخ محمد عبد الوهاب، ومؤسس الحركة السرورية في السعودية، والأمير بندر بن سلطان، ومراسل الجزيرة السابق في أفغانستان تيسير علوني، وحزب الله، والشيخ سلمان العودة، والشيخ محمد ناصر الألباني، والإمام ابن تيمية، والشيخ سيد قطب، والملك فهد، والملك عبدالله، وعبد الكريم الحميد، واتحاد علماء المسلمين.

3. الكلمات والجمل المحورية الواردة في الخطاب الإعلامي لبرنامج "الليوان"

الجدول (3)

يوضح الكلمات والجمل المحورية التي وردت في الخطاب الإعلامي حول الموضوعات والقضايا التي تناولها برنامج "الليوان"

م	الكلمات المحورية	إيجابي	محايد	سلبي	%
1.	مواجهة الدولة	-	-	14	20.9
2.	الحاكمية	-	-	8	11.9
3.	فرض الوصاية الصحوية على المجتمع	-	-	7	10.4
4.	قمعي إقصائي	-	-	6	9.0
5.	الغلو/التطرف/التشدد	-	-	6	9.0
6.	الفزعة/النصرة	-	-	6	9.0
7.	الفضاضة والغلظة في الخطاب والأحكام	-	-	5	7.5

م	الكلمات المحورية	إيجابي	محايد	سلبي	%
8.	الوطنية/الأممية	-	-	5	7.5
9.	الولاء والبراء	-	-	5	7.5
10	الإرهاب	-	-	5	7.5
	الإجمالي	–	–	67	100

تضمن الجدول (3) الكلمات والجمل المحورية التي وردت في الخطاب الإعلامي حول الموضوعات والقضايا التي تناولها برنامج "الليوان"، وهي الكلمات والجمل التي تكررت أكثر من خمس مرات في الحلقات التي شملتها الدراسة التحليلية، وقد وردت جميع هذه الكلمات والجمل في سياق سلبي.

وجاء في مقدمة الكلمات والجمل اتهام تيار الصحوة بمواجهة الدولة السعودية، تلاه في الترتيب المناداة بالحاكمية، ثم اتهام هذا التيار بفرض الوصاية الصحوية على المجتمع، وفي الترتيب الرابع جاء كل من: وصف تيار الصحوة بأنه قمعي وإقصائي، واتهامه بالغلو والتطرف والتشدد، والتصرف بدافع "الفزعة" أو النصرة، في إشارة إلى مناصرة بعض الأفراد لهذا التيار من باب النصرة، وليس بالضرورة أن يكون ذلك نابعا عن قناعات فكرية لديهم.

وفي الترتيب الخامس والأخير، جاءت الكلمات والجمل المحورية الآتية، وهي: اتسام الخطاب الصحوي بالفضاضة والغلظة في الخطاب والأحكام، وتغليبه الأممية في مقابل الوطنية، بالإضافة إلى ميله إلى الغلو والتشدد، وتبنيه لعقيدة الولاء والبراء، والإرهاب.

أما الكلمات والجمل المحورية الأخرى التي ورت في الحلقات التي شملتها الدراسة التحليلية، وتكررت أربع مرات فأقل، فقد شملت: الخلافة الإسلامية، وتغيير نظام الحكم، والثورة الخمينية التي تم وصفها بأنها صفوية مخالفة، وأخطاء الصحوة، ومحاكم التفتيش، وتهميش العلماء، والروح الثورية، واكتشاف القناع، وإيران الصفوية والإرهابية، والجماعات الإجرامية؛ في إشارة إلى المجموعات الإرهابية، والإخوان المسلمين، واستقطاب، وعمليات مثخنة؛ في إشارة إلى التفجيرات التي تمت في السعودية في العامين 2003، 2004، والبيعة، والتكفير، والنخب القديمة، وحسينيات (إشارة إلى استخدام الأناشيد الدينية في حفلات الزفاف)، وتقسيم المجتمع، والتشدد، والاستهداف/الاستقطاب، والمخطط/المشروع القطري، والتآمر، والاستهداف، والحوثيون والمد الإيراني، ومعارضة فاكسات (إشارة إلى المعارضة السعودية في الخارج)، وكذوب؛ في معرض وصف أحد المعارضين السعوديين بالخارج، وعميل، وخلية، وتكفير الدولة، وقبول الآخر، والحاكمية، وإقصاء، والسعودية الجديدة، واختطاف الوطن، ونكران الجميل للسعودية (إشارة إلى الإخوان المسلمين)، والتآمر، والتجنيس، وقناة الجزيرة، ومراوغ، وإقصائي، وأوضاع الأمة، والتفجيرات، والجهاديون، وطفيليات/ حشرات، وزعيم الإرهاب، ونفاق سياسي، وازدواج في الشخصية، ومخلب قط، وكيانات الإرهاب والتطرف، ومشروع التعايش مع الواقع، والاعتدال والوسطية، ومرتزقة، وهوس، وتحريض، والوطن خط أحمر، ومناطق الصراع، وتعبئة جهادية، وخطاب ديني متشدد، وخطاب مهيج، والتكفير، والعمليات الاستشهادية، والبيعة، والتجنيد، والاختطاف، وعمق استراتيجي، وتقاطع مصالح، وهدف صليبي مثخن، ودعم الإرهاب، وخلايا عنقودية، والذئاب المنفردة، وتكاثر فطريات، وشيوخ التحريض، وتقديس العالِم، والخطاب الديني المتطرف، وخطاب الصحوة خطاب تحريضي، والفكرة الدينية متخلفة ورجعية، والثورة الصفوية، والسلف الصالح، والخروج على الدولة، والابتعاد عن السلطان، والهجرة الثانية، والتمرد، وشرعية الدولة، وخطاب التنوير، والمتسلقون، والمشهرون، والرواد، وجماعات فاشلة، والمتاجرة بهموم الناس، وفكر مفتوح، ونسق الإصلاح بحجة الحفاظ على الكيان والعكس، والإصلاح بالتغير والتغير بالإصلاح، والخريف العربي (في إشارة إلى الأحداث التي شهدها العالم العربي في العام 2011)، وهدم المكتسبات، والوقوف مع البلد المملكة العربية السعودية أو الهاوية، والنظام الصفوي؛ في إشارة إلى إيران، والكيان الصهيوني، ومشروع التقسيم؛ في إشارة إلى أن هناك مخططا يهدف إلى تقسيم السعودية.

4. الاستراتيجيات والأساليب الاتصالية التي تم توظيفها في برنامج "الليوان"

الجدول (4)

يوضح الاستراتيجيات والأساليب الاتصالية التي تم توظيفها في الموضوعات التي تناولها برنامج "الليوان"

م	الاستراتيجيات والأساليب	الإجمالي	%
1.	استراتيجية التركيز/العملية	738	86.2
2.	المواجهة والاتهام	63	7.4
3.	عرض مقاطع فيديو	35	4.1

م	الاستراتيجيات والأساليب	الإجمالي	%
4.	عرض تغريدات شركاء "الليوان"	20	2.3
الإجمالي		856	100

يشير الجدول (4) إلى تعدد الاستراتيجيات والأساليب الاتصالية التي تم توظيفها في الموضوعات والقضايا التي تناولها برنامج "الليوان"، وقد جاء في مقدمة ذلك استراتيجية التركيز "العملية"، بنسبة بلغت 86.2%، ويقع ضمن هذه الاستراتيجية استخدام أسئلة المتابعة، والاستفسار، وأحيانا الأسئلة الاستنكارية، والأسئلة الإيحائية، بالإضافة إلى استنطاق الضيف، وتقريره، وانتزاع اعتراف منه، مثل: أنت: تثبت هذا.. فضلا عن التأكيد على بعض الكلمات والعبارات والألفاظ والجمل، وبخاصة تلك العبارات التي تأتي في نهاية كل الحلقة، وتمثل اختتاما لها، وتتمثل في انتقاء عبارة معينة من العبارات الواردة على لسان ضيف كل حلقة من الحلقات التي شملتها الدراسة التحليلية، ومنها –مثلا– اختتام الحلقة الأولى من البرنامج، وهي حلقة "الصحوة" بعبارة: "انقلوا عن الدكتور عايض القرني أنه يقول: باسم الصحوة اعتذر للمجتمع السعودي".

وفي الترتيب الثاني جاءت استراتيجية المواجهة؛ التي غالبا ما تمت من خلال عرض فيديوهات ذات صلة بضيف الحلقة، أو توجيه اتهام معين إليه، وبلغت نسبتها 7.4%، تلاها الاستراتيجية القائمة على عرض مقاطع فيديو، ويطلب من الضيف إبداء الرأي فيها، وبلغت نسبتها 4.1%، وأخيرا عرض عينة من تغريدات شركات "الليوان" من خلال حساب البرنامج على شبكات التواصل الاجتماعي.

5. الطروحات التي استند إليها الخطاب الإعلامي لبرنامج "الليوان"

الجدول (5)

يوضح الطروحات التي استند إليها الخطاب الإعلامي لبرنامج "الليوان"

م	الطروحات	التكرار	%
1.	طروحات متعلقة بالصحوة	40	42.6
2.	طروحات خاصة بالإخوان المسلمون	13	12.8
3.	طروحات تتصل بقطر	10	10.6
4.	طروحات عن الشريط الإسلامية	7	7.4
5.	طروحات تتعلق بولي العهد	7	7.4
6.	طروحات متصلة بالسعودية	6	6.4
7.	طروحات حول المعارضة السعودية	5	5.3
8.	طروحات عن أردوغان	4	4.3
9.	طروحات حول الجزيرة	3	3.2
الإجمالي		94	100

تعددت وتنوعت الطروحات التي استند إليها الخطاب الإعلامي في برنامج "الليوان" الذي شملته الدراسة، وقد جاء في مقدمة ذلك الطروحات الخاصة بالصحوة، بنسبة بلغت 42.6%، تلاها الطروحات الخاصة بجماعة الإخوان المسلمين بوصفها جماعة عالمية، وليست محصورة في بلد معين، وبلغت نسبتها 12.8%، وفي الترتيب الثالث أتت الطروحات المتعلقة بقطر بنسبة بلغت 10.6%، تلاها في الترتيب الطروحات الخاصة بكل من: الشريط الإسلامي، وولي العهد السعودي، وبلغت نسبتها 7.4%، ثم جاء في الترتيب الطروحات الخاصة بالسعودية، فالمعارضة السعودية، فالرئيس التركي "أردوغان"، وأخيرا الطروحات الخاصة بقناة الجزيرة.

وتمثلت أبرز هذه الطروحات فيما يأتي:

1. الطروحات الخاصة بالصحوة

تنوعت الطروحات الخاصة بحركة الصحوة في الخطاب الإعلام الوارد في برنامج "الليوان"، ويمكن تقسم هذه الطروحات إلى طروحات حاولت تعريف هذه الحركة، وأخرى اهتمت بتوصيف خطابها، وثالثة ركزت على أخطائها، بالإضافة إلى تلك التي كانت

توجيه عدد من الاتهامات إليها، وذلك على النحو الآتي:

1.1. تعريف الصحوة: حاولت بعض الطروحات توصيف حركة الصحوة، فذهبت هذه الطروحات إلى أن الصحوة ظاهرة اجتماعية عالمية، وهي حركة تجمع بين الفكر السلفي وحراك الإخوان المسلمين، وتغذي الناس بروح الصحوة، وتهتم بالمظهر على حساب المخبر، وليست هي الإسلام وإنما صورة من صور الإسلام، في حين ذهبت أخرى إلى أن الصحوة إحدى تداعيات الثورة الخمينية الإيرانية.

1.2. توصيف خطاب الصحوة: عمت هذه الطروحات إلى وصف الخطاب الصحوي، فرأت بأنه خطاب تحريضي/ديني متشدد/مهيج، ومعقد للتدين، وقد يكون ضحية لمرحلة معينة من مراحل الثورة الإيرانية، كما أنه خطاب موجه ضد الغرب وتجييش ضده، وأن الخطاب الحركي في السنوات الماضية كان يبعد الفرد عن الدولة ولا يقربه منها، كما غابت الوطنية عن الخطاب الإعلامي الصحوي، بالإضافة إلى أن الخطاب الصحوي يصور الحرب على الصحوة على أنه حرب على الدين، في حين أن عقائد أهل السنة والجماعة التي يتم تدريسها في المدارس والمساجد، ويتم ترسيخها هي مدونات كتبت في القرن الثالث، تولى تدوينها نخبة من أهل الحديث والأثر، وخرج عن هؤلاء المعتزلة.

1.3. أخطاء الصحوة: اهتمت بعض الطروحات بسرد ما رأت أنه يمثل أخطاء الصحوة، ووفقا لهذه الطروحات فإن الأخطاء الكبرى الاستراتيجية للصحوة هي: مقاومة الدولة، وتهميش كبار العلماء، والشدة والغلظة في الخطاب، والمزايدة على شرعية الدولة؛ وخاصة في أوقات الأزمات، أما سبب هذه الأخطاء –وفقا لتلك الطروحات– فهي البعد عن العلماء، وقلة التجربة مع قلة العلم، مما ولد مشكلة في فهم التدين والمتدين.

1.4. اتهامات الصحوة: بدت بعض الطروحات بمثابة اتهامات وجهت لتيار الصحوة، ومن ذلك أن الصحوة فرضت الوصاية على المجتمع، وأخذت دور الدولة وهيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، والفتاوي، ونصبت لخصومها محاكم التفتيش، وقسمت المجتمع إلى ملتزم وغير ملتزم، وأنها كانت موالية للدعوة، وليس للدولة، كما أن التيار الصحوي رأى في نفسه أنه صمام الأمان، في حين أنه لم يكن كذلك، بل هو مشروع ديني انقلب على الدولة والمجتمع وكل القيم، وقاد المجتمع السعودي إلى كوارث كبرى، وأن الشباب ضحية الخطاب الديني المتطرف، فالخطاب الديني القديم هو الذي جعل الشباب السعودي عرضة للتجنيد والانفجار.

2. الطروحات الخاصة بجماعة الإخوان المسلمين

ركزت أبرز الطروحات الخاصة بجماعة الإخوان المسلمين الواردة في برنامج "الليوان" على أن هذه الجماعة خالفت الكتاب والسنة، ولا تدعو إلى العقيدة الصحيحة، واتهامهم بأداء البيعة، التي لا يصح أن تؤدى إلا للحاكم، وأنها جماعة فاشلة وحاولت الوصول إلى الحكم بطريقة خاصة؛ هي: طريقة السيف والمسدس والقرآن، كما أن هذه الجماعة تماهت مع الأنظمة الليبرالية العلمانية والليبرالية وتناست وعودها، وهي الجماعة التي فرخت كل التيارات المتشددة، فكل الجماعات الدينية خرجت من الإخوان، وكل التيارات المتطرفة هي من رحم الإخوان، كما أنها جماعة مسيسة ومؤدلجة، وأن مشروع القاعدة والإخوان واحد؛ هم فقط متفقون استراتيجيا ومختلفون تكتيكيا، كما أن الحركات الإسلامية تتغذى من فصل أبو حامد الغزالي الخاص بتغيير الفكر، وأن سيد قطب، أخذ أفكاره من بقايا أئمة السلف، وأخذها، وشوهها، ودمجها بفكرة أخرى تماما.

3. الطروحات الخاصة بالشريط الإسلامي

ورد مصطلح "الشريط الإسلامي" في الحلقة (22) بعنوان "حكايا حول السلفية"، على لسان ضيف الحلقة، وهذا المصطلح، يشير إلى المحاضرات والدروس الدينية التي كانت تسجل على أشرطة "كاسيت"، ويتم بيعها، وقد أدى الشريط الإسلامي دورا مهما كوسيلة دعوية في حقبة التسعينيات من القرن الماضي، ومطلع هذا القرن، كما أقبل على اقتنائه عدد من أفراد الجمهور، سواء في السعودية أو خارجها. وقد تمثلت الطروحات الخاصة بـ"الشريط الإسلام" في اتهامات وجهت إلى القائمين على إنتاج هذا الشريط، فتيار الشريط الإسلامي، لا يمثل جميع النخب الإسلامية، وهو يتمنى زوال الدولة، وقد كون فئة من الناس بينهم وبين الدولة جفوة؛ بل لا يثنون على محاسن الدولة، ويتتبعون أخطاءها، وما كان لها من خير يتأولونه بالخطأ، مما ولد عدم ثقة بينهم وبين الدولة، وغرسوا فيمن يصغي إليهم قضية عدم الثقة بالدولة، كما أن تيار الشريط الإسلامي، أحدث الجفوة بين الدولة، وبين هذه العينة من النخب.

أما الطروحات الخاصة بقطر، والواردة في الخطاب الإعلامي في برنامج "الليوان"، فقد تركزت حول: استهداف النظام القطري للسعودية، وكلما ابتعدت –في إشارة إلى علماء الدين والشخصيات السعودية المؤثرة– عن الدولة السعودية فأنت محبذ عندهم، وقطر تستهدف السعودية في المقام الأول، وبن لادن وقطر كلاهما يريدان زعزعة الدول العربية.

في حين عمدت الطروحات الخاصة بالمعارضة السعودية على التقليل من نشاط المعارضة السعودية، واختلاف مشروع قادة المعارضة السعودية. أما الطروحات الخاصة بالسعودية فقد صورتها على أنها مستهدفة من كل من: قطر، والإخوان المسلمين،

والرئيس التركي؛ أردوغان، وأن السعودية أكثر من اكتوى بالإرهاب، وأن الدولة السعودية أفضل من الدولة الأموية والعثمانية.

في حين عمدت الطروحات الخاصة بقناة الجزيرة في برنامج "الليوان" إلى القول بأن هذه القناة تعمل على زعزعة أمن الدول العربية، وتصور "بن لادن" على أنه بطل؛ حين تظفي عليه لقب "شيخ"، ولذا فهي تحظى بمواد حصرية من "تنظيم القاعدة". وفيما يتعلق بالطروحات الخاصة بالرئيس التركي؛ "أردوغان" فقد اتهمته بارتكاب مخالفات شرعية كثيرة (لم تسمها)، وأنه حاكم ناجح في بلده، ولكنه لا يمثل القرآن، أو الأمة الإسلامية. أما الطروحات الخاصة بولي العهد السعودي فقد وصفته بأنه قائد الصحوة الحقيقة/المباركة، وأن مشروعه هو الصحوة، كما أن هناك اليوم ثورة قد قامت في السعودية، بقيادة ولي العهد السعودي، وتمنى الخطاب حدوثها من عشرين سنة.

6. مسارات البرهنة التي استند إليها الخطاب الإعلامي في برنامج "الليوان"

الجدول (6)

يوضح مسارات البرهنة التي استند إليها الخطاب الإعلامي في برنامج "الليوان"

م	مسارات البرهنة	التكرار	%
1.	السرد القصصي والتاريخي	27	32.1
2.	الاستشهاد بآيات قرآنية	18	21.4
3.	الاستشهاد بالأحاديث والسيرة النبوية	12	14.3
4.	سرد حكايات ووقائع وأمثلة معاصرة	9	10.7
5.	الاستشهاد بأبيات من الشعر	4	4.8
6.	التعبير عن الرأي	3	3.6
7.	البيان الصادر عن الصحوة	3	3.6
8.	مقولات شائعة	2	2.4
	أخرى	6	7.1
	الإجمالي	84	100

تنوعت مسارات البرهنة التي استند إليها الخطاب الإعلامي في برنامج "الليوان"، وقد جاء في مقدمة هذه المسارات الاعتماد على السرد القصصي والتاريخي؛ أو حكاية الوقائع والأحداث التاريخية، وبلغت نسبتها 32.1%، تلاها الاستشهاد بآيات قرآنية بنسبة بلغت 21.4%، ثم الاستشهاد بالأحاديث والسيرة النبوية، وبلغت نسبتها 14.3%، فسرد حكايات، ووقائع وأمثلة، من الحياة المعاصرة، بنسبة بلغت 10.7%، في حين حصلت بقية مسارات البرهنة الأخرى على أقل من 5%، وتمثلت في كل من: الاستشهاد بأبيات من الشعر، والتعبير عن الرأي، والبيان الصادر عن الصحوة، وأخيرا: الاستشهاد بمقولات شائعة. أما مسارات البرهنة المشمولة تحت فئة "أخرى"، فتمثلت في مقابلات صحفية، والاستشهاد بقاعدة منطقية، والاستشهاد بنسب وإحصاءات، ورسائل رسمية، ورؤية في المنام.

مناقشة النتائج

كغيره من الخطابات الإعلامية؛ مر الخطاب الإعلامي السعودي بمراحل مختلفة، وشهد –ولا يزال– تغيرات عديدة، ويرصد القرني (2010) أربعة خطابات كبرى منذ تأسيس الدولة السعودية الثالثة في العام 1902، وهي: الخطاب التوحيدي الهادف إلى دعم فكرة الوحدة الوطنية بشقيها: العسكري والسياسي، والخطاب التضامني المنادي بوحدة وتضامن العالمين العربي والإسلامي، والخطاب التنموي، ثم الخطاب الشوري، بالإضافة إلى خطاب إعلامي سعودي جديد، يتناسب ومقتضيات العصر ومستجدات الساحتين: المحلية والدولية (ص ص 19–20)، غير أن الخطاب الإعلامي السعودي اليوم، قد تجاوز ذلك بمراحل، جراء التوجهات التحررية التي تنتهجها المملكة، بما في ذلك تناول المسلسلات التلفزيونية لموضوعات وقضايا، كانت عما قريب تقع ضمن المحظورات taboos التي لا يمكن الاقتراب منها، أو الحديث عنها.

والخطاب الإعلامي هو أحد التجليات لمرحلة تاريخية معينة، فأي خطاب إعلامي، يتم في سياق اتصالي معين، وينبغي أن يفهم في هذا السياق، وهو في نهاية المطاف إفراز لمتغيرات وظروف: سياسية واجتماعية واقتصادية معقدة. ومن هذا المنطلق؛

يمكن تفسير الخطاب الإعلامي السائد في برنامج "الليوان" الذي شملته هذه الدراسة، فقد جاء في مرحلة تشهد فيها المملكة العربية السعودية تغييرات اجتماعية عميقة، تفرض من رأس هرم السلطة، ولا تنبع من قاعدة المجتمع شأن العديد من التغييرات الاجتماعية التي مرت عبر التاريخ، وهي مثار جدل وخلاف شديدين، سواء في البيئة الداخلية أو الخارجية، كما يأتي بث هذا البرنامج في ظل احتقان خليجي غير مسبوق، جراء الحصار المفروض على قطر منذ العام 2017.

وفي هذا السياق، يبرز التوظيف السياسي الواضح لبرنامج "الليوان"، واستخدام الأطر الإعلامية؛ بدءا بالموضوعات التي تناولها البرنامج، وانتهاء بالرؤى المطروحة، وإدارة كفة الحوار والنقاش، والتأكيد على زوايا محددة، وطروحات معينة؛ أبرزها استراتيجية اختتام كل حلقة من حلقات البرنامج بانتقاء عبارة واردة على لسان الضيف، والتأكيد عليها. فموضوعات على غرار: تيار الصحوة، وقطر، والمعارضة السعودية، والإخوان المسلمون، وقناة الجزيرة، والحركة السلفية.. وغيرها من الموضوعات الأخرى، لم يمكن من الوارد تناولها على النحو الذي تم في البرنامج الذي تناولته هذه الدراسة في غير الظروف والأوضاع السياسية الداخلية والإقليمية والدولية التي أنجز في سياقها.

تسيس البرنامج، يبدو –مثلا– في حلقة الصحوة التي لم تكن معنية بتقديم صورة مكتملة عن هذه الحركة، وكيف ظهرت وانتشرت، وأبرز ما تدعو إليه...، بقدر ما كانت معنية بإدانتها، ورفضها جملة وتفصيلا، وانتزاع اعتراف من الضيف بذلك، كما تم توظيف اللقطات التلفزيونية المقربة على نحو جيد، لإبراز لغة الجسد، وردود أفعال الضيف، وحالات الارتباك والاضطراب التي كانت بادية على محياه في أثناء الحوار، فبدا وكأنه مسلوب الإرادة، ومدفوع بالاعتراف بأشياء لم يكن مقتنعا بها، مما جعل الحلقة في مجملها بمثابة إدانة كاملة لتيار الصحوة وقادته، وانتزاع مجموعة من الاعترافات؛ توجت باعتذار "الضيف" للشعب السعودي نيابة عن تيار الصحوة بأسره.

وضف المحاور استراتيجية التركيز أو العملية لإدارة كفة الحوار في كل حلقة من حلقات البرنامج، وفي سياق هذه الاستراتيجية استخدم أدوات عدة منها التأكيد على جملة من الوقائع، واستخلاص رسائل معينة، واستخدام الأسئلة التتبعية up questions -follow المتعلقة بإجابات الضيف، بحثا عن تفاصيل أخرى حول جزئية أو فقرة من الفقرات التي يدور حولها موضوع الحلقة، مما أعطى الحوار تدفقا، وأضفى عليه حيوية. وتتفق هذه النتيجة مع ما انتهت إليه دراسة دراسة "Tilney, 2015, p. 180" حول فعالية أسئلة المتابعة المتتالية واستخدامها لاستخلاص الآراء السياسية الضمنية.

وبالرغم من أهمية استراتيجية المواجهة التي تم توظفها في حلقات البرنامج، من خلال عرض فيديوهات، أو مقاطع مصورة، وأحيانا بتوجيه تهمة مباشرة (مثل أتهام بعض علماء الدين والدعاة باستلام مرتبات من قطر)، لكن بعض الفيديوهات التي تم استخدامها في هذا السياق، لم تحمل مضمونا يستحق أن يصنف ضمن هذه الاستراتيجية، ومن ذلك –مثلا– عرض مقاطع من فيديوهات يظهر فيها ضيف الحلقة الأولى من برنامج "الليوان"؛ الداعية "عايض القرني" في إحدى الحلقات السابقة من برنامج "الشريعة والحياة"؛ الذي كان يبث على قناة الجزيرة، وبرنامج "بلا حدود" الذي لا يزال يبث على القناة المذكورة حتى حينه؛ حيث كان السؤال يتحدث عن نسبة البطالة في السعودية، ومقطع فيديو آخر لمأدبة إفطار رمضاني أقامها أمير قطر لعدد من علماء الدين والقضاة بمناسبة شهر رمضان، وبالرغم من أن المواجهة بهذه المقاطع المصورة لا تحمل طابع المواجهة، أو الظهور الذي يستحق الإدانة، إلا أن الضيف بدا في هذا الموقف غير قادر على الرد، واكتفى بالقول: بأن ما تم جاء في وقت كانت هناك علاقة طبيعية بين كل من: السعودية وقطر، ولعل ذلك عائد إلى فرط رغبته في الموافقة جملة وتفصيلا على كل ما وجه له من انتقادات في تلك الحلقة. كما يمكن القول؛ بأن برنامج "الليوان" في مجمله عمد إلى إدانة الماضي، وتمجيد الحاضر والاحتفاء به، أكثر من مساءلته، هذه المساءلة هي إحدى الوظائف المنوطة بوسائل الإعلام والاتصال، وبخاصة حين يتعلق الأمر بالقرارات المصيرية، والتغييرات العميقة التي سيترتب عليها مستقبل البلاد.

توصيات الدراسة

1. الحفاظ على أقصى درجة من المهنية في البرامج الحوارية، وعدم توظيفها في أوقات الأزمات، بما من شأنه تعميق حدة الشقاق والخلاف بين دول الخليج العربي خاصة؛ والبلدان العربية عامة.
2. النأي بالخطاب الديني عن الخلافات السياسية العابرة بين بلدان الخليج العربي، بما يحافظ على صورة علماء الدين كنماذج يقتدى بهم.
3. إجراء دراسات لقياس الرأي العام حول البرامج الحوارية التي تتناول قضايا شائكة، وموضوعات جدلية، بما يمكن من ترشيد الخطاب الوارد في هذه البرامج.

ملاحق الدراسة

الملحق (1)

الجدول (7)

يوضح عينة الدراسة التحليلية

م	عنوان الحلقة	مدة الحلقة	رقم الحلقة
.1	حكاية الصحوة	1:22	1
.2	حكايا في الاقتصاد	1:34	2
.3	حكاية المواطن الشيعي	1:22	3
.4	حكاية المعارضة السعودية	1:30	4
.5	حكاية الكتابة	:1:25	5
.6	حكاية الصحافة	1:34	6
.7	رئيس المجلس العسكري لتنظيم القاعدة بالسعودية	1:27	7
.8	حكاية التلفزيون السعودي	1:25	8
.9	الكاتب صالح الطريقي	1:22	9
.10	علي الهويريني	1:28	10
.11	حكاية في التاريخ	1:20	11
.12	حكايا في الطب والصحة	1:23	12
.13	حكايا في العقار و الرياضة	1:31	13
.14	حكايا في الشعر	1:33	14
.15	حكاية إيكيا	1:30	15
.16	حكايا في التحول الفكري	1:33	16
.17	حكاية مسك والشباب	1:34	17
.18	نجيب الزامل	1:29	18
.19	منصور الرقيبة	181:	19
.20	حكايا في الحاجات الخاصة	1:24	20
.21	حكايا في الطب النفسي	1:24	21
.22	حكايا حول السلفية	1:28	22
.23	حكايا في صناعة الإعلام	1:30	23
.24	عادل اللباد	1:38	24
.25	طارق الحبيب	1:26	25
.26	حكاية عمارة الحرمين	1:26	26
.27	فواز اللعبون	1:21	27
.28	حكاية الأهلة والفلك	1:28	28
أجمالي الزمن		40:45	-

الملحق (2)

أسماء المحكمين

تم عرض استمارة التحليل على السادة الآتية أسماؤهم:

1. أ.د/ بسيوني إبراهيم حمادة– قسم الإعلام، جامعة قطر.
2. أ.د/أشرف جلال بيومي– كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
3. أ.د/محمد عبد الوهاب الفقيه، كلية الإعلام، جامعة صنعاء.
4. د. محمد إبراهيم الأمين، قسم الإعلام، جامعة قطر.

قائمة المصادر والمراجع

أولا: المراجع العربية

الأنصاري. م. (2020). "الليوان" أفضل برنامج في رمضان 2020 في التصويت السنوي للمركز السعودي للمسؤولية الاجتماعية. http://www.alriyadh.com/1823072

الجبر. ع. (2017). الخطاب الإعلامي بين الموضوعية والتحيز: دراسة لغوية مقارنة. مجلة العلوم الإنسانية، كلية الآداب، جامعة البحرين، 30، 83–103.

الربيعي. أ. (2017). الخطاب الإعلامي العراقي لمعركة الموصل: أُطُره وأجندته. دراسات إعلامية، مركز الجزيرة للدراسات.

الشرق (2019). كاتب سعودي: الإلحاد عقيدة الصلاة غير ضرورية. 2019/5/23. العدد 11298. 2019/5/23.

العجلة. م. (2015). الخطاب الصحفي الفلسطيني نحو قضية الاستيطان (الإسرائيلي) في الضفة الغربية– دراسة تحليلية مقارنة. رسالة ماجستير، كلية الآداب، الجامعة الإسلامية، غزة.

الفهد. ع. (2018). نداء الآخر في المقابلات الإعلامية في ضوء نظرية تحيل المحادثة. مجلة كلية الآداب، جامعة الملك سعود، 30(1)، 197–218.

القرني. ب. (2010). الخطاب الصحفي السعودي دراسة تحليلية لتعددية الرؤية المجتمعية. مجلة العلوم الإنسانية، كلية الآداب، جامعة البحرين، 18، 19، 10–54.

الهمص. م. (2018). الخطاب الصحفي الفلسطيني نحو انتفاضة القدس– دراسة تحليلية مقارنة. رسالة ماجستير. كلية الآداب، الجامعة الإسلامية، غزة.

جوسلني نادر. ج، مخايل. ط. (2015). رصد البرامج الحوارية في المحطات التلفزيونية. برنامج الأمم المتحدة الإنمائي. تم الوصول إليه من https://www.maharat-news.com/Temp/Attachments/e8530605-0570-4c03-baa5-43234027c971.pdf

خميس. س. (2004). دور القائم بالاتصال في تأصيل منهج التفكير العلمي في الخطاب الإعلامي الموجه إلى الآخر. بحوث مؤتمر التفكير العلمي وتكامل المعرفة، كلية الآداب جامعة عين شمس، 382–397.

صلاح الدين. خ. (2009). دور الإعلام التقليدي والجديد في تشكيل معارف الرأي العام واتجاهاته نحو قضايا الديمقراطية وتحدياتها: في إطار تحليل الخطاب الإعلامي ونظرية الاعتماد. بحث مقدم للمؤتمر العلمي الدولي الخامس عشر لكلية الإعلام، جامعة القاهرة، حول: الإعلام وقضايا الإصلاح في المجتمعات العربية: الواقع والتحديات، 7–9 يوليو.

صويلح. هـ. (2015). الخطاب الإعلامي: دراسة في تفاعل الأنساق التواصلية والاجتماعية. مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، جامعة زيان عاشور بالجلفة، الجزائر، 24، 182–196.

عبد الحميد. م. (2004)، البحث العملي في الدراسات الإعلامية.(ط1.)، القاهرة: عالم الكتب.

عبد الحي. م. (2013). مدخل نظري لدراسة الخطاب التلفازي. أماراباك، الأكاديمية الأمريكية العربية للعلوم والتكنولوجيا. (4)9، 57–86.

عبد الخالق. م. (2014). الخطاب الإعلامي للقوى السياسية في البرامج الحوارية بالفضائيات: دراسة تحليلية بالتطبيق على الانتخابات البرلمانية 2011. المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 48، 489–578.

عطري. م. (2012). لغة الخطاب الإعلامي لقناة الجزيرة 2011/1/1–2011/3/3 (خطاب الثورة المصرية أنموذجا). رسالة دكتوراه، جامعة العلوم الإسلامية العالمية.

عمارة. ا. (2013). الخطاب الإعلامي: السلطة والعدالة. مجلة الكلمة، منتدى الكلمة للدراسات والأبحاث. (20)81، 96–103.

قلندر، م. (2016). نظريات الاتصال من عنصر الجماعة إلى عصر الجماهير، ط1، الكويت: مكتبة الفلاح.

محمد. ع. (2016). الخطاب الإعلامي للرموز السياسية الدينية في البرامج الحوارية تجاه قضايا المرأة: دراسة مقارنة. المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 7، 295–355.

مرسي. هـ. (2018). تأثير الخطاب الإعلامي الأيديولوجي في مصر بعد ثورة يناير 2011 على الأمن القومي المصري. رسالة دكتوراه، كلية الإعلام. جامعة القاهرة.

مزروع. ر. (2013). أطر معالجة القنوات العامة والإسلامية للصراع بين القوى السياسية الفاعلة بشأن الاستفتاء على الدستور بعد ثورة 25 يناير– دراسة تحليلية مقارنة. دورية إعلام الشرق الأوسط، 9، 1–27.

موقع الحرة. (2019). داعية سعودي يعتذر عن أفكاره السابقة. https://tinyurl.com/y2klq53r

يونس. ر. (2012). تحليل لغة الخبر السياسي في الخطاب الإعلامي المكتوب. (ط1.) عمان: دار المعتز للنشر والتوزيع.

References

Bilal, H., Akbar, H., Gul, N. & Sial, M. (2012). Critical Discourse Analysis of Political TV Talk Shows of Pakistani Media. 4(3), International Journal of Linguistics. https://doi.org/10.5296/ijl.v4i3.2263 Accessed 15 April 2020.

Carvalho. A. (2008). Media (ted) discourse and society. Journalism Studies, 9(2), 161-177. DOI: 10.1080/14616700701848162.

Chong. D. & Druckman. J. (2007). A Theory of Framing and Opinion Formation in Competitive Elite Environments. Journal of Communication. International Communication Association. 57, 99–118.

Dijk. T. (1985). Introduction: Discourse analysis in (mass) communication research. In: Dijk (ed.). Discourse and communication- Research in text theory (pp. 1-9). New York: Walter de Gruyter.

Gamson, W., & Modigliani, A. (1989). Media discourse and public opinion on nuclear power: A constructionist approach. American Journal of Sociology. 95, 1–37.

Islam, S. (2017). Critical Discourse Analysis of Political Talk Shows of Bangladesh. A Thesis Submitted to the Department of English and Humanities. Brac University, Dhaka, Bangladesh

.http://dspace.bracu.ac.bd/xmlui/bitstream/handle/10361/9194/12103050_ENH.pdf?sequence=1&isAllowed=y Accessed 18 April 2020.

O'Keeffe, A. (2006). Investigating Media Discourse. London: Routledge.

Philo, G. (2007). Can discourse analysis successfully explain the content of media and journalistic practice? Journalism Studies, 8(2), 175-196. DOI: 10.1080/14616700601148804.

Riffe. D., Lacy, S., Fico. F., & Watson. B. (2019). Analyzing Media Messages: Using Quantitative Content Analysis in Research. 4th ed. New York: Routledge.

Rubin. R. B., Rubin, A. M., & Phiele. L.J. (1986). Communication research: Strategies and sources. Belmont, Ca: Wadsworth.

Scheufele. D. (2019). Framing as a Theory of Media Effects. Journal of Communication, winter. DOI: 10.1111/j.1460-2466.1999.tb02784.x.

Talbot. M. (2007). Media discourse representation and interaction. Edinburgh: Edinburgh University Press.

Tilney. M. (2015). Keeping the Upper-hand: Pragmatic Techniques in the Media Interview. Critical Approaches to Discourse Analysis across Disciplines. 7(2), 180 – 199.

Tuchman, G. (1978). Making news: A study in the construction of reality. New York: Free Press.

Vreese. C. (2005). News framing: Theory and typology. Information Design Journal + Document Design 13(1), 51–62.

Wimmer. R., & Dominick. J. (1994). Mass media research an introduction. (4th ed.). Wadsworht Publisher Company: Belmont, Ca: Wadsworth.