



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
معهد العلمين للدراسات العليا  
قسم الإعلام

## التضليل الإعلامي في البرامج الحوارية التلفزيونية إزاء الموضوعات السياسية

رسالة قدمها الطالب

عباس ستار جليب

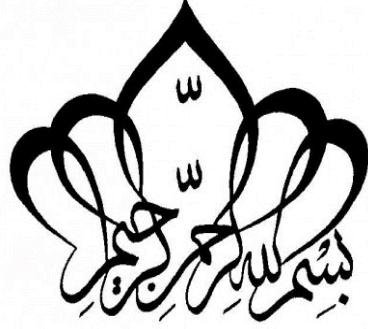
إلى

مجلس معهد العلمين للدراسات العليا / قسم الإعلام وهي جزء من

متطلبات نيل شهادة الماجستير

بإشراف

أ.د. عمار طاهر محمد



﴿وَلَا تَلْبِسُوا الْحَقَّ بِالْبَاطِلِ وَتَكْتُمُوا الْحَقَّ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ﴾ (٤٢)

صدق الله العظيم

سورة البقرة: الآية ٤٢

## إقرار المشرف

أشهد أن إعداد هذه الرسالة الموسومة (التضليل الإعلامي في البرامج الحوارية التلفزيونية إزاء الموضوعات السياسية) المقدمة من قبل الطالب (عباس ستار جليب) قد جرى تحت إشرافي في قسم الإعلام/ معهد العلمين للدراسات العليا، وهي جزء من متطلبات نيل شهادة الماجستير في الإعلام.

التوقيع:

الاسم: أ. د. عمار طاهر محمد

التاريخ: / / ٢٠٢٦

## توصية رئيس قسم الإعلام

بناءً على التوصيات المقدمة من المشرف والمُقَوِّم اللغوي والخبيرين العلميين، أُرشد هذه الرسالة للمناقشة.

التوقيع:

الاسم: أ. د. أحمد عبدالمجيد أمين

التاريخ: / / ٢٠٢٦

## إقرار المُقَوِّم اللغويّ

أشهد أن هذه الرسالة الموسومة (التضليل الإعلامي في البرامج الحوارية التلفزيونية إزاء الموضوعات السياسية) المقدمة من قبل الطالب (عباس ستار جليب) في قسم الإعلام/ معهد العلمين للدراسات العليا، تمت مراجعتها من الناحية اللغوية، وتصحيح ما ورد فيها من أخطاء لغوية وتعبيرية، وبذلك أصبحت الرسالة مؤهلة للمناقشة بقدر تعلق الأمر بسلامة الأسلوب وصحة التعبير، ولأجله وقعت.

التوقيع:

الاسم:

التاريخ: ٢٠٢٦ / /

## إقرار الخبير العلمي الأول

أشهد أن هذه الرسالة الموسومة (التضليل الإعلامي في البرامج الحوارية التلفزيونية إزاء الموضوعات السياسية) المقدمة من قبل الطالب (عباس ستار جليب) في قسم الإعلام/ معهد العلمين للدراسات العليا، تمت مراجعتها وتدقيقها من الناحية العلمية، وبذلك أصبحت الرسالة مؤهلة للمناقشة، ولأجله وقعت.

التوقيع:

الاسم:

التاريخ: / / ٢٠٢٦

## إقرار الخبير العلمي الثاني

أشهد أن هذه الرسالة الموسومة (التضليل الإعلامي في البرامج الحوارية التلفزيونية إزاء الموضوعات السياسية) المقدمة من قبل الطالب (عباس ستار جليب) في قسم الإعلام/ معهد العلمين للدراسات العليا، تمت مراجعتها وتدقيقها من الناحية العلمية، وبذلك أصبحت الرسالة مؤهلة للمناقشة، ولأجله وقعت.

التوقيع:

الاسم:

التاريخ: / / ٢٠٢٦

## إقرار لجنة المناقشة

نشهد نحن أعضاء لجنة التقويم والمناقشة أننا اطلعنا على هذه الرسالة الموسومة (التضليل الإعلامي في البرامج الحوارية التلفزيونية إزاء الموضوعات السياسية) المقدمة من قبل الطالب (عباس ستار جليب) في قسم الإعلام/ معهد العلمين للدراسات العليا، وناقشنا الطالب في محتوياتها وفيما له علاقة بها بتاريخ ( / / ٢٠٢٦ ) ونرى أنها جديرة لنيل شهادة الماجستير في الإعلام بتقدير ( ) .

التوقيع:

الاسم:

عضواً:

التاريخ:

التوقيع :

الاسم:

رئيس لجنة المناقشة:

التاريخ:

التوقيع:

الاسم: أ. د. عمار طاهر محمد

عضواً ومشرفاً:

التاريخ:

التوقيع :

الاسم:

عضواً:

التاريخ:

## مصادقة مجلس المعهد

صادق مجلس معهد العلمين للدراسات العليا بجلسته المرقمة .....  
والمنعقدة في يوم ..... بتاريخ (( / / ٢٠٢٦ )) على قرار لجنة المناقشة بمنح  
الطالب (عباس ستار جليب) شهادة الماجستير في الإعلام.

### التوقيع

عميد معهد العلمين للدراسات العليا

أ. د. زيد عدنان محسن العكيلي

التاريخ: / / ٢٠٢٦

## الإهداء



الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات وله الشناء الحسن، وبتوفيقه تتحقق  
الغايات، وتُسَدَّدُ الخطوات، وله الحمد والشكر في كل حين على كل نعمة انعمها  
وهو الرزاق الكريم.

وبعد...

إلى مدرستي الأولى ... جدي،

إلى ذراع الليل المريح ... أبي،

إلى أماني من كل قلق ... أمي،

إلى من يروون روحي ... إخوتي وأخواتي،

إلى امتداد قلبي وروحي ... إيليا ،

إلى من أناروا لي طريق العلم والمعرفة ... أساتذتي الأفاضل،

إلى من افتخر بوجودهم في حياتي ... أصدقائي،

إلى كل من ساندني ووقف الى جانبي في هذه الرحلة العلمية،

إليكم جميعاً أهدي ثمرة هذا الجهد المتواضع.

## شكر وامتنان



الحمد لله رب العالمين، الذي علمنا ما لم نعلم وسخر لنا كيف نعلم، والصلاة والسلام  
على نبينا وأفضل الخلق محمد (صلى الله عليه وآله وسلم) وعلى آل بيته الطيبين الطاهرين.  
وبعد...

أتوجه بوافر الشكر والعرفان لكل من مد لي يد العون لإتمام هذه الرسالة وفي مقدمتهم  
السيد المشرف الأستاذ الدكتور (عمار طاهر محمد) لما بذله معي من جهد ونصيحة ومتابعة  
متواصلة، ولم يألُ جهداً منذ بداية البحث وحتى نهايته.

وأقدم أيضاً بالشكر والعرفان والامتنان لأساتذتي جميعاً الذين نهلت من علمهم ولم  
يبدلوا عليّ بشيء في مرحلتي البكالوريوس والماجستير، وأشكر الأساتذة الخبراء الذين قدموا  
ملحوظاتهم العلمية التي أفادتني في بناء الاستمارة العلمية للدراسة.

كذلك فالشكر موصول أيضاً إلى زملائي تحسين طه واحمد اياد وعمار عبد الزهرة  
على مساندتهم لي على مدار مرحلة الماجستير. وعذرا لمن فاتتني ذكر أسمائهم.

ومن الله التوفيق...

 الطالب

عباس ستار جليب

# التضليل الإعلامي في البرامج الحوارية التلفزيونية إزاء الموضوعات السياسية دراسة تحليلية

رسالة ماجستير، معهد العلمين للدراسات العليا - قسم الاعلام، ٢٠٢٦

عباس ستار جليب

إشراف: الأستاذ الدكتور عمار طاهر محمد

## المستخلص:

استهدف هذا البحث أساليب التضليل الاعلامي في البرامج الحوارية التلفزيونية إزاء الموضوعات السياسية، في برنامجي (المحايد على قناة العراقية الاخبارية) و (الحق يقال على قناة يو تي في) والوسائل المتبعة وطريقة اختيار المواضيع السياسية لطرحها للنقاش.

إذ يعد هذا البحث من البحوث الوصفية الاستدلالية، إذ استخدم المنهج المسحي باعتماد تحليل المحتوى على عينة من حلقات البرنامجين محل البحث، من المدة المحصورة بين (١ تشرين الاول ٢٠٢٥ م) الى (٣١ كانون الاول ٢٠٢٥ م)، لأنها مثلت بداية انطلاق الحملات الانتخابية وإجراء الاقتراع وإعلان النتائج واختيار الرئاسة، بما يخدم أهداف الدراسة وتساؤلها الرئيس الآتي ( ما أساليب التضليل الاعلامي المستخدمة في البرامج الحوارية التلفزيونية عند تناول الموضوعات السياسية؟) الذي تنفرع منه عدد من الأسئلة.

## وتتلخص أهم أهداف البحث بالآتي:

التعرف على طبيعة التضليل الاعلامي في البرامج الحوارية التلفزيونية ازاء الموضوعات السياسية في برنامجي المحايد والحق يقال محل البحث.  
الكشف عن أساليب التضليل الاعلامي الموجودة في برنامجي المحايد والحق يقال محل البحث.  
المقارنة بين اساليب التضليل المستخدمة في برنامجي المحايد والحق يقال محل الدراسة.

## وتوصل البحث الى النتائج الآتية:

١. أظهرت النتائج وجود تفاوت واضح في مستوى توظيف أساليب التضليل الإعلامي بين البرنامجين محل الدراسة، إذ سجل برنامج "الحق يقال" في قناة يو تي في، معدلات أعلى في أغلب مؤشرات التضليل مقارنة ببرنامج "المحايد"، سواء على مستوى بناء الرسالة أو الخطاب أو التفاعل أو توظيف المصادر والبيانات.
٢. أظهرت الدراسة أن برنامج "الحق يقال" استخدم أساليب التضليل في بناء الرسالة بمستويات مرتفعة جدا مقارنة ببرنامج "المحايد"، ولاسيما من خلال التجميل والتشويه والانتقائية في عرض المعلومات.
٣. بينت النتائج أن برنامج "المحايد" اعتمد بدرجة كبيرة على مصادر مجهولة، في حين اتجه برنامج "الحق يقال" إلى توظيف الأحكام المسبقة والتضليل بالكذب والتغذية المضللة بصورة أكبر، وهو ما يعكس اختلافا في أنماط التضليل المعتمدة في كل برنامج.

## ثبت المحتويات

| الصفحة | الموضوع                                                          |
|--------|------------------------------------------------------------------|
| أ - ب  | المستخلص                                                         |
| ب - د  | ثبت المحتويات                                                    |
| هـ - و | ثبت الجداول                                                      |
| و      | ثبت الملاحق                                                      |
| ٢-١    | المقدمة                                                          |
| ٢٩-٤   | الفصل الأول/ الإطار المنهجي                                      |
| ٤      | أولاً: مشكلة البحث                                               |
| ٥      | ثانياً: أهمية البحث                                              |
| ٦      | ثالثاً: أهداف البحث                                              |
| ٧      | رابعاً: منهج البحث ونوعه                                         |
| ٧      | خامساً: مجالات البحث وحدوده                                      |
| ٨      | سادساً: إجراءات البحث                                            |
| ٢١     | سابعاً: تحديد المصطلحات                                          |
| ٢٢     | ثامناً: الدراسات والبحوث السابقة                                 |
| ٢٧     | أوجه التشابه والاختلاف مع الدراسات السابقة                       |
| ٧١-٣٢  | الفصل الثاني/ التلفزيون والتضليل الإعلامي                        |
| ٤٥-٣٢  | المبحث الأول: التضليل الإعلامي مفهومه، وظائفه، تقنياته           |
| ٣٣     | أولاً: التضليل لغة واصطلاحاً                                     |
| ٣٥     | ثانياً: استخدامات التضليل الإعلامي وأدواته                       |
| ٣٧     | ثالثاً: تقنيات التضليل الاعلامي واسباب انتشاره والعوامل المساعدة |
| ٤١     | رابعاً: مخاطر التضليل الإعلامي على الجمهور                       |
| ٤٢     | خامساً: علاقة التضليل الإعلامي بالمفاهيم الأخرى                  |
| ٥٧-٤٧  | المبحث الثاني: التضليل الإعلامي في التلفزيون                     |
| ٤٨     | أولاً: التضليل الإعلامي في التلفزيون                             |
| ٥٢     | ثانياً: خصائص الأخبار المضللة وأهدافها                           |

|        |                                                                                              |
|--------|----------------------------------------------------------------------------------------------|
| ٥٤     | ثالثاً: الشروط النفسية والاجتماعية المساعدة على انتشار التضليل الإعلامي وإستراتيجيات مواجهته |
| ٧١-٥٩  | <b>المبحث الثالث: التضليل الإعلامي في التلفزيون ونظرية المسؤولية الاجتماعية</b>              |
| ٥٩     | أولاً: نظرية المسؤولية الاجتماعية                                                            |
| ٦١     | ثانياً: المداخل الأساسية للنظرية                                                             |
| ٦٢     | ثالثاً: عناصر المسؤولية الاجتماعية                                                           |
| ٦٣     | رابعاً: المبادئ الأساسية لنظرية المسؤولية الاجتماعية وضوابطها الأخلاقية                      |
| ٦٤     | خامساً: المسؤوليات الصحفية                                                                   |
| ٦٦     | سادساً: أهمية المسؤولية الاجتماعية                                                           |
| ٦٧     | سابعاً: استغلال المسؤولية الاجتماعية في عملية التضليل الإعلامي                               |
| ٦٨     | ثامناً: المسؤولية الأخلاقية في مواجهة التضليل الإعلامي                                       |
| ١٢٠-٧٤ | <b>الفصل الثالث/ البرامج الحوارية التلفزيونية والموضوعات السياسية</b>                        |
| ٨٩-٧٤  | <b>المبحث الأول: البرامج الحوارية في التلفزيون</b>                                           |
| ٧٤     | أولاً: الحوار لغة واصطلاحاً                                                                  |
| ٧٦     | ثانياً: تعريف البرامج الحوارية التلفزيونية وعناصرها                                          |
| ٧٨     | ثالثاً: أسس الحوار الإعلامي                                                                  |
| ٧٩     | رابعاً: خصائص ووظائف وأهداف البرامج الحوارية التلفزيونية                                     |
| ٨١     | خامساً: تصنيفات برامج الحوار التلفزيونية                                                     |
| ٨٤     | سادساً: السمات المهنية للبرامج الحوارية التلفزيونية                                          |
| ٨٦     | سابعاً: عوائق فعالية الحوار التلفزيوني                                                       |
| ٨٧     | ثامناً: اتجاهات مضامين البرامج الحوارية التلفزيونية وأشكالها                                 |
| ١٠٤-٩١ | <b>المبحث الثاني: البرامج الحوارية التلفزيونية والموضوعات السياسية</b>                       |
| ٩١     | أولاً: الإعلام السياسي تعريفه وأهميته ووظائفه                                                |
| ٩٤     | ثانياً: مقومات الإعلام السياسي وأهدافه                                                       |
| ٩٤     | ثالثاً: أهداف الإعلام السياسي                                                                |
| ٩٥     | رابعاً: العلاقة بين الإعلام والنظام السياسي ودور التلفزيون في صنع القرار                     |
| ٩٨     | خامساً: إسهامات الإعلام في تنمية الوعي السياسي                                               |
| ٩٩     | سادساً: العوامل المؤثرة في إدراك القضايا السياسية ومكونات الوعي                              |

|         |                                                                                                                     |
|---------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ١٠٠     | سابعاً: أنواع الوعي السياسي                                                                                         |
| ١٠١     | ثامناً: معوقات الإعلام السياسي                                                                                      |
| ١٠١     | تاسعاً: أثر البرامج الحوارية السياسية وأهميتها                                                                      |
| ١٠٢     | عاشرًا: الأهمية الاتصالية للبرامج الحوارية السياسية                                                                 |
| ١٠٤     | عناصر نجاح البرامج الحوارية السياسية                                                                                |
| ١٢٠-١٠٦ | <b>المبحث الثالث: آليات التضليل الإعلامي بالبرامج الحوارية التلفزيونية</b>                                          |
| ١٠٦     | أولاً: أساليب التضليل الإعلامي في البرامج الحوارية                                                                  |
| ١١١     | ثانياً: استراتيجيات التضليل الإعلامي عبر التحليل السياسي                                                            |
| ١١٤     | ثالثاً: التأثير في جمهور البرامج الحوارية السياسية                                                                  |
| ١١٨     | رابعاً: خصائص جمهور البرامج الحوارية السياسية والأبعاد النفسية                                                      |
| ١٦٧-١٢٣ | <b>الفصل الرابع/ الموضوعات السياسية والتضليل الإعلامي في برنامجي (المحايد) و (الحق يقال)</b>                        |
| ١٣٥-١٢٣ | <b>المبحث الأول: برنامجا (المحايد) و (الحق يقال) في قناتي (العراقية الإخبارية) و (يو تي في UTV) النشأة - الواقع</b> |
| ١٢٣     | أولاً: قناة الإخبارية العراقية                                                                                      |
| ١٣٥     | ثانياً: قناة (يو تي في UTV)                                                                                         |
| ١٦٧-١٣٧ | <b>المبحث الثاني: التضليل الاعلامي في برنامجي (المحايد) و (الحق يقال) إزاء الموضوعات السياسية</b>                   |
| ١٣٧     | أولاً: مؤشرات تحليل بنية الخطاب الإعلامي واتجاهاته                                                                  |
| ١٤٥     | ثانياً: أساليب التضليل الاعلامي في برنامجي المحايد والحق يقال                                                       |
| ١٥٢     | ثالثاً: مستوى التضليل النسبي في برنامجي المحايد والحق يقال                                                          |
| ١٥٥     | رابعاً: تحليل أساليب المعالجة الإعلامية في برنامجي المحايد والحق يقال                                               |
| ١٧٢-١٦٩ | <b>الاستنتاجات والتوصيات</b>                                                                                        |
| ١٦٩     | <b>الاستنتاجات</b>                                                                                                  |
| ١٧٢     | <b>التوصيات</b>                                                                                                     |
| ١٩٢-١٧٤ | <b>المصادر</b>                                                                                                      |
| أ - م   | <b>الملاحق</b>                                                                                                      |
| A - B   | <b>Abstract</b>                                                                                                     |

## ثبت الجداول

| الصفحة | عنوان الجدول                                                                                   | رقم<br>الجدول |
|--------|------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|
| ٢٠     | نسبة اتفاق المحكمين على فقرات استمارة تحليل المحتوى                                            | ١             |
| ١٢٧    | يبيّن الحسابات الخاصة بقناة العراقية الإخبارية في تطبيقات التواصل الاجتماعي وعدد المتابعين لها | ٢             |
| ١٣٤    | يبيّن الحسابات الخاصة بقناة يو تي في على تطبيقات التواصل الاجتماعي وعدد المتابعين لها          | ٣             |
| ١٣٧    | الموضوعات التي يطرحها برنامجا المحايّد والحق يقال                                              | ٤             |
| ١٣٩    | اتجاه طرح الموضوع في برنامجا المحايّد والحق يقال                                               | ٥             |
| ١٤٠    | نوع الحجج المستخدمة بالطرح في برنامجي المحايّد والحق يقال                                      | ٦             |
| ١٤١    | درجة التوازن في عرض وجهات النظر في برنامجي المحايّد والحق يقال                                 | ٧             |
| ١٤٢    | المعلومات المعتمدة في برنامجي المحايّد والحق يقال                                              | ٨             |
| ١٤٤    | النتائج أو الرسائل الضمنية للخطاب في برنامجي المحايّد والحق يقال                               | ٩             |
| ١٤٥    | أساليب التضليل اللغوي والخطابي في برنامجي المحايّد والحق يقال                                  | ١٠            |
| ١٤٧    | أساليب التضليل في بناء الرسالة في برنامجي المحايّد والحق يقال                                  | ١١            |
| ١٥٠    | أساليب التضليل بالمصادر والبيانات في برنامجي المحايّد والحق يقال                               | ١٢            |
| ١٥٢    | أساليب التضليل التفاعلي في برنامجي المحايّد والحق يقال                                         | ١٣            |
| ١٥٤    | المؤشرات الفرعية للتضليل الإعلامي في برنامجي المحايّد والحق يقال                               | ١٤            |
| ١٥٤    | المؤشر المركب لمستوى التضليل الإعلامي في برنامجي المحايّد والحق يقال                           | ١٥            |
| ١٥٥    | معيّار مستوى التضليل في برنامجي المحايّد والحق يقال                                            | ١٦            |
| ١٥٥    | مستوى التضليل الإعلامي في برنامجي المحايّد والحق يقال                                          | ١٧            |
| ١٥٦    | عدد الشخصيات المستضافة في برنامجي المحايّد والحق يقال                                          | ١٨            |
| ١٥٧    | صفة الشخصيات المستضافة في برنامجي المحايّد والحق يقال                                          | ١٩            |
| ١٥٨    | اتجاهات الشخصيات المستضافة في برنامجي المحايّد والحق يقال                                      | ٢٠            |
| ١٦٠    | نوع المقابلة مع الضيوف في برنامجي المحايّد والحق يقال                                          | ٢١            |
| ١٦١    | أسلوب إدارة الحوار في برنامجي المحايّد والحق يقال                                              | ٢٢            |
| ١٦٢    | مستوى تدخل مقدم البرنامج في برنامجي المحايّد والحق يقال                                        | ٢٣            |

|    |                                                       |     |
|----|-------------------------------------------------------|-----|
| ٢٤ | طبيعة الأسئلة المطروحة في برنامجي المحاييد والحق يقال | ١٦٣ |
| ٢٥ | استخدام وسائل الإيضاح في برنامجي المحاييد والحق يقال  | ١٦٤ |
| ٢٦ | نبرة الخطاب العام في برنامجي المحاييد والحق يقال      | ١٦٥ |
| ٢٧ | زمن الحلقات في برنامجي المحاييد والحق يقال            | ١٦٧ |

### ثبت الملاحق

| رقم الملحق | عنوان الملحق                                                                                | الصفحة |
|------------|---------------------------------------------------------------------------------------------|--------|
| ١          | استمارة تحليل المحتوى للفئات الفرعية والرئيسية لتمثيل محتوى برنامجي (المحايد) و (الحق يقال) | أ - ط  |
| ٢          | صور من حلقات برنامجي (المحايد) و (الحق يقال)                                                | ي - م  |

## المقدمة

يعد التضليل الاعلامي من أبرز التحديات التي تواجه المجتمعات المعاصرة، بسبب تغلغله في شتى مناحي الحياة عن طريق وسائل الإعلام المتنوعة، ولاسيما التلفزيون وتحديدًا في البرامج الحوارية، وتوجيهها وفق ما يخدم مصالح وأهداف الأطراف والجهات المتحكمة في وسائل الإعلام، التي غالبًا ما ترتبط بأجندات سياسية أو طائفية.

وتتجلى أهمية وسائل الإعلام في تأثيرها المباشر بتشكيل وعي المتلقي، إذ يستند كثير من الجمهور في بناء مواقفهم وافكارهم وتوجهاتهم ولاسيما السياسية منها الى ما يلقونه من معلومات وآراء ومضامين إعلامية عبر البرامج الحوارية، وتكون مدار حديثهم ونقاشهم اليومي، دون إدراك مباشر لمصدرها.

وتزداد فاعلية هذا التأثير في ظل الثقة التي تمنحها شريحة واسعة من الجمهور، وبالتحديد عامة الناس، للمضامين الاعلامية المقدمة في تلك البرامج بعدها مصدراً موثقاً للمعلومة في نظرهم.

ومع التطور المتسارع في العصر الراهن، شهدت اساليب التضليل تطورا ملحوظا، اذ عملت وسائل الاعلام على توظيف تقنيات واستراتيجيات متقدمة في انتاج موادها الاعلامية، ما زاد من تأثيرها في تشكيل اتجاهات الجمهور، ولاسيما في المجال السياسي، اذ وظفت البرامج الحوارية السياسية بصورة مكثفة كوسائل للدعاية السياسية ولممارسة الحملات الاعلامية عن طريق اعادة صياغة الاحداث وانتقاء المعلومات وتقديمها بطريقة تصب في صالح مرشح او رئيس حزب.

ان ابتعاد بعض وسائل الاعلام عن أداء عملها ومسؤوليتها تجاه المجتمع، والمتمثل بالإخبار والتنقيف وتعزيز وعيه بمختلف القضايا، اثار تساؤلاً حول طبيعة الوظيفة التي تؤديها القنوات التلفزيونية في الوقت الراهن، ولاسيما عبر البرامج الحوارية التي تتناول الموضوعات السياسية، اذ ان البعض منها لم تعد ميداناً لنقل المعلومات وتحليل الاحداث، بل اصبحت في بعض الاحيان ادوات لتوجيه الجمهور بما يتوافق مع اجندات سياسية معينة.

وعلى الرغم من التزام العديد من البرامج السياسية بأداء عملها بصورة مهنية ومسؤولة، لكن البعض اتجه الى ممارسة التضليل عبر توظيف اساليب الاثارة والتحريف والكذب في تقديم المعلومات التي قد يصعب على المتلقي تمييزها، لغرض ترسيخ تصورات ومعتقدات قائمة على معلومات قد تفتقر للدقة والموضوعية، فضلا عن سعيها لاستقطاب أكبر عدد ممكن من المتابعين، وتحقيق مكاسب مادية.

وفي ضوء ما تقدم، وجد الباحث ضرورة اخضاع البرامج التلفزيونية الحوارية التي تتناول الموضوعات السياسية الى البحث والتحليل، ولذا جاء هذا البحث بعنوان "التضليل الاعلامي في البرامج الحوارية التلفزيونية ازاء الموضوعات السياسية" للكشف عن طبيعة هذا التضليل واساليبه عند تناول الموضوعات السياسية.

ويعد هذا البحث من البحوث الوصفية الاستدلالية، واستخدم الباحث فيه المنهج المسحي باعتماد اداة تحليل المحتوى لجمع البيانات، وقُسم الى اربعة فصول توزعت كالآتي:

الفصل الاول تمثل بالإطار المنهجي الذي يبين فيه الباحث مشكلة البحث وتساؤلاته وأهميته وأهدافه، وتطرق الى منهج البحث ونوعه ومجتمع البحث وعينته، فضلا عن ادوات البحث واجراءات الصدق والثبات، والدراسات السابقة. اما الفصلان الثاني والثالث فمثلا الاطار النظري، اذ حمل الفصل الثاني عنوان التلفزيون والتضليل الاعلامي، وتضمن ادوات وتقنيات التضليل الاعلامي، فضلا عن التضليل الاعلامي بالتلفزيون ونظرية المسؤولية الاجتماعية.

وتطرق الفصل الثالث الذي جاء بعنوان البرامج الحوارية التلفزيونية والموضوعات السياسية، الى البرامج الحوارية في التلفزيون وتوظيف الموضوعات السياسية بالبرامج الحوارية التلفزيونية، واساليب التضليل الاعلامي بالبرامج الحوارية التلفزيونية ازاء الموضوعات السياسية.

وحُصص الفصل الرابع الذي مثل الاطار التطبيقي، والذي جاء بعنوان الموضوعات السياسية والتضليل الاعلامي، الى بيان نبذة عن نشأة وأهداف وسياسة قناتي العراقية الاخبارية ويوتي في، وبرنامجي المحايدين والحق يقال محل البحث، فضلا عن الدراسة التحليلية ونتائجها بالأرقام والشرح والتفسير والاستنتاجات والتوصيات الموجهة الى الجهات ذات العلاقة.