

استخدامات أعضاء هيئة التدريس للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية المتخصصة والإشاعات المحققة دراسة مسحية

د. علي عبد الله الغزو أستاذ مشارك/ جامعة جدارا العراق

د. وليد محمد عمشه أستاذ مساعد/ جامعة جدارا العراق

د. رسمية محمد الشقران أستاذ مساعد/ جامعة جدارا العراق

مقدمة:

تؤدي وسائل الاتصال والإعلام التقليدية والمعاصرة على السواء دوراً محورياً في تشكيل اتجاهات الشرائح الاجتماعية المستهدفة إزاء مختلف القضايا التي يعيها المجتمع. ومثل التلفزيون بإمكانياته الفنية قدرة على منافسة وسائل الاتصال والإعلام لما يحتويه من عروض مصورة وما يرافقها من عوامل جذب واستقطاب لمختلف فئات المجتمع. وتعددت البرامج التي تقدمها القنوات التلفزيونية من حيث المحتوى والشكل بهدف تشكيل اتجاهات الجمهور المستهدف، وبسبب ساعات البث الطويلة، ولضغط تكاليف إنتاج البرامج ولتلبية وتحقيق الحاجات الإعلامية المتنامية لدى الشرائح المستهدفة، ولتعدد القنوات التلفزيونية العامة والمتخصصة المنافسة، ولتحقيق الأهداف المختلفة لهذه القنوات⁽¹⁾. وجاءت القنوات المتخصصة لتقدم رسائل إعلامية مباشرة مستهدفة شرائح مجتمعية ذات خصائص محددة⁽²⁾، وتبلورت في هذه الأثناء قوالب برامجية ذات تأثيرات ملحوظة على اتجاهات الشرائح الاجتماعية المختلفة من خلال المجالات والقضايا السياسية والاقتصادية والاجتماعية والدينية والثقافية والفنية والرياضية إلى جانب الأساليب وطرق التقديم التي يتم تناولها واعتمادها في هذه البرامج⁽³⁾.

وتعد البرامج الحوارية (Talk Show) بأنواعها وأساليب وطرق تقديمها من أبرز البرامج التي تقدمها القنوات الفضائية المتخصصة بالخدمة الإخبارية لإشباع رغبات وحاجات الشرائح المستخدمة لهذه النوعية من البرامج؛ ولا يمكن للبرامج الحوارية أسوة بالبرامج الأخرى أن تلاقي القبول والنجاح من حيث قدرتها على لفت وجذب وإقناع المتلقي دون مراعاة العديد من العوامل⁽⁴⁾.

ويتطلب تقديم البرامج الخبرة والأداء الحسن والموضوعية والقدرة على التكيف وتحسس مشكلات المجتمع وقضاياها والخلفية الثقافية الواسعة وأن يكون المقدم متسامحاً وصبوراً ومحباً لعمله، وشغوفاً به⁽⁵⁾.

وتشير مختلف البحوث والدراسات إلى استحواذ البرامج الحوارية على معدلات متابعة لا يستهان بها على الرغم من تركيز هذه الدراسات حول شرائح محددة وخصوصاً شريحة طلبة الجامعات، واهتمت بعض الدراسات بمضمون البرامج الحوارية كدراسة توماس البيج Tomas Allbaugh والتي أشارت إلى استخدام الأسلوب البلاغي المثير لاهتمامات المستخدمين⁽⁶⁾.

وتنوعت أساليب تقديم البرامج الحوارية من أسلوب التقديم الممزوج بالمرح إلى أسلوب التقديم العاطفي، وأسلوب المواجهة في التقديم وأسلوب التقديم العلمي وأسلوب التقديم الحماسي، وأسلوب التقديم المعتمد على الوسائل الإيضاحية، وأسلوب التقديم المرفق، وأسلوب التقديم الموجه نحو فكرة معينة، وأسلوب التقديم المتدرج، وأسلوب التقديم النفسي، وأسلوب التقديم الهادئ، وأسلوب الإسهاب في التقديم، وحتى أسلوب التقديم المعتمد على المديح والثناء⁽⁷⁾.

أولاً- مشكلة الدراسة وأهمية البحث:

قام التحديد المنهجي لمشكلة الدراسة في ضوء تعدد المضامين الحوارية، وآليات معالجتها، باستخدام أساليب تحليلية، وإبداء الآراء، وتبادل أفكار وتوضيح اتجاهات معتمدة على مرجعيات علمية أو إعلامية أو استمالات نفسية، منطقية أو عاطفية، يتخللها

استشهادات وتعميمات قد يجانبها الصواب ، أو قد تتجنب الصواب بالاستناد على أحداث أو أسماء أو صور ذهنية مقدرة لجهة المحاور أو الجهة الأخرى أو للعموم، ومسألة أخرى عنوانها البحث عن الحقيقة في البرامج الحوارية وهذه قضية شائكة في العلوم الإنسانية عموماً والإعلام منه بصورة خاصة فغياب المرجعية الفكرية المعتمدة من الأطراف ، والتباس القضايا في مستوى وعمق التناول ، وتقديم الحقيقة عارية أحياناً بعيداً عن بيئتها الذاتية والموضوعية يجعل الحوار قضية ، خاصة في وسط التنوعات القومية والدينية والمذهبية التي تكاد توصله إلى الجمود العقائدي، على ضوء ما تقدم ارتأت مجموعة البحث تحديد مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيس الآتي:

- ما طبيعة استخدامات أعضاء هيئة تدريس للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية المتخصصة بالخدمة الإخبارية ونوعية الاشباكات المحققة وما يرتبط بها من عوامل ومتغيرات رئيسة وفرعية على السواء.

وتكمن أهمية الدراسة في كونها تبحث عن طبيعة الدور الذي تؤديه البرامج الحوارية في تكوين البيئة المعرفية لأعضاء هيئة التدريس حول القضايا المتناولة، وتأثيرها الأكاديمي بعيد المدى في بناء العقلية الجامعية وامتدادها على كل المستويات؛ وكذلك حداثة الدراسة التي تربط بين استخدامات القنوات العربية الفضائية المتخصصة لأعضاء الهيئة التدريسية ، والاشباكات المحققة في هذه المرحلة بالذات، وندرة الدراسات العربية التي تناولت استخدامات أعضاء هيئة التدريس للبرامج الحوارية، مضافاً لذلك تعاضد دور وتأثير وسائل الإعلام بالتأثير الفاعل في عقلية المتلقي ولقائه مع عضو هيئة التدريس في مصدر المعلومات.

ثانياً-أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة للتعرف على مدى استخدامات أعضاء الهيئة التدريسية للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية المتخصصة والاشباكات المحققة من خلال البحث في:

1- كثافة مشاهدة أعضاء الهيئة التدريسية للقنوات الفضائية الإخبارية (معدل المشاهدة عدد ساعات المشاهدة) وأهم القنوات العربية الفضائية المتخصصة التي يفضلون مشاهدتها.

2- الاطلاع على أهم البرامج والشخصيات التي تفضل عينة الدراسة مشاهدتها والتحقق من أساليب الإثبات المقنعة لديهم، وكذلك على مدى اعتمادهم على البرامج الحوارية، وتقييمهم لمستوى الأداء وعمق التناول، ومدى تحقيقهم لأهداف المتابعة وتوظيفها.

ثالثاً- الإطار النظري للدراسة:

تعتمد الدراسة على نظرية الاستخدامات والاشباعات فهناك بعض الدراسات تؤكد بأن بنية التفاوت المعرفي لدى الأفراد لا تقتصر على اختلاف خصائص الجمهور وسماته فحسب وإنما تطال التفاعل بين متغيرات يرتبط بعضها بالرسالة والجمهور ويعتمد بعضها الآخر على طبيعة وسائل الإعلام " فأعضاء الجمهور بدرجة ما باحثون نشطون عن المضمون الذي يبدو أكثر إشباعاً لهم، وكلما كان مضموناً معيناً قادراً على تلبية احتياجات الأفراد كلما زادت نسبة اختيارهم له"⁽⁸⁾ والجمهور المتلقي حسب النظرية طرف فاعل بالرسالة يسهم في تأثيرها واستمرارها، ودوره التقييمي والنقدي يُفعل من خلال أطره المرجعية المعرفية والفكرية ، ويتبلور باستمراره تعرضه لتلبية لاحتياجاته ودوافعه أو الانسحاب⁰

وتقوم نظرية الاستخدامات والاشباعات على فروض أساسية يمكن بلورتها كما يلي⁽⁹⁾:

1 - جمهور وسائل الإعلام جمهور نشط ويتسم بالإيجابية والفاعلية ويرتبط استخدامه بوسائل الاتصال بأهداف محدده لديه

2 - يختار الجمهور وسائل الإعلام التي يتوقع منها إشباع رغباته وحاجاته.

3 - تتنافس وسائل الإعلام مع الوسائل الأخرى لإشباع احتياجات الجمهور مثل الاتصال الشخصي، أو المؤسسات الرسمية أو الأكاديمية وغيرها، وتتأثر العلاقة بين الجمهور ووسائل الاتصال بعوامل بيئية عديدة لديه

4 - الجمهور قادر على تحديد اهتماماته واحتياجاته ودوافع تعرضه لوسائل الإعلام وبالتالي يختار الوسائل التي تشبع حاجاته ورغباته

5 - يعكس استخدام الجمهور لوسائل الإعلام الاتساق والمعايير الثقافية السائدة في المجتمع، ويتحدد في ضوء ذلك أن الجمهور هو الذي يحدد طبيعة استخدامه للمحتوى الذي يرغب فيه.

وقد حدد كاتز الوظائف الأربع الرئيسية التي تقوم بها وسائل الإعلام وفق النظرية وتشمل (10):

1 - وظيفة المنفعة أو التكيف

2 - وظيفة الدفاع عن الذات

3 - وظيفة التعبير عن القيم

4 - الوظيفة المعرفية.

وبناء على ما سبق سوف تستخدم الدراسة نموذج الاستخدامات والاشباع كما يلي:

1 - إنه يساعد في اختبار مدى استخدام أعضاء الهيئة التدريسية للبرامج الحوارية كوسيلة ومصدر للمعلومات

2 - إنه يساهم في تحديد العلاقة بين اتجاهات استخدام أعضاء هيئة التدريس لوسائل الإعلام وسلوكياتهم في توظيفها

3 - يساعد تطبيق نموذج الاستخدامات والاشباع للتعرف على مدى الاشباع المتحققة لأعضاء الهيئة التدريسية من متابعتهم للقضايا بأنواعها.

رابعاً-الدراسات السابقة:

1- دراسة عبد الله بن علي الفردي، حول: "العلاقة بين التعرض للبرامج الحوارية السياسية في القنوات الفضائية العربية والوعي السياسي لدى الشباب السعودي في الجامعات (دراسة تحليلية ميدانية)، عام 2008م⁽¹¹⁾.

سعت الدراسة إلى التعرف على مدى استقطاب البرامج الحوارية للشباب السعودي ومدى تعرضه لهذه البرامج والعوامل المرتبطة بمشاهدتها وعلاقتهم بها والكشف عن تفاعل الطلاب مع المواضيع السياسية واعتمدت الدراسة على منهج المسح بشقيه مسح المضمون ومسح الجمهور، وطرحت الدراسة العديد من التساؤلات الخاصة بالدراستين التحليلية والميدانية، وتم تحليل المضمون لعينة من البرامج الحوارية السياسية ومسح ميداني للشباب من طلبة الجامعات السعودية، وبينت النتائج استحواذ قناة MBC على المرتبة الأولى من حيث إقبال الشباب (عينة الدراسة) على متابعتها، تلتها قناة العربية الإخبارية، ثم الجزيرة فقناة المجد، ثم الإخبارية السعودية؛ ودلت النتائج على استحواذ التلفزيون على الترتيب الأول بنسبة (67.7%) للحصول على المعلومات السياسية، ثم الصحف بالترتيب الثاني بنسبة (37.7%)، ثم المجلات بنسبة (30.3%) كترتيب ثالث؛ وأظهرت النتائج ميلاً ضعيفاً لأفراد العينة في متابعة البرامج الحوارية السياسية، وفضل الشباب خيار فترة المساء لعرض هذه البرامج تلتها فترة الظهر، وترى عينة الدراسة أن مضمون البرامج الحوارية ذات مستوى جيد.

2- دراسة: راضي رشيد حسن. عثمان محمد ذويب، بعنوان "اتجاهات البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العراقية" (السومرية والبغدادية إنموذجاً، عام 2008م⁽¹²⁾.

هدف البحث إلى معرفة اتجاهات البرامج الحوارية في قناتي السومرية والبغدادية الفضائيتين، ومن خلال متابعة (11) حلقة لبرنامج جدل عراقي على الأولى، وبرنامج المختصر في الثانية؛ وتحدث الباحثان عن البرامج الحوارية وبناء الاتجاهات واستخدمت الدراسة منهج

المسح من خلال أسلوب تحليل المحتوى، وتضمنت عينة الدراسة على (11) حلقة من برنامج جدل عراقي الذي يبث على قناة السومرية و(11) حلقة من برنامج المختصر على البغدادية ابتداءً من 2008/1/1م ولغاية 2008/4/1م، وبينت النتائج العامة للدراسة بخصوص الاتجاهات الرئيسة على استحواد انتخابات مجالس المحافظات وتداعياتها على المشهد العراقي بنسبة (28.3%) والإشارة إلى الاعتبارات الأساسية في بناء مؤسسات الدولة على نسبة (21.39%)، فيما حصل اتجاه المعوقات التي تسببت في تأخير انتخاب رئيس مجلس النواب على نسبة (15.90%)، ومن بين النتائج الاتجاه التاسع المتعلق بتسليط الضوء على وجود خلافات بين المركز والإقليم بنسبة (3.41%)، ودلت النتائج على استحواد برنامج جدل عراقي على (707) دقيقة خاصة بالحوار، بينما برنامج المختصر (595) دقيقة للحوار فقط، ولم تقدم الدراسة أية مقترحات.

3- دراسة ريهام سامي حسين يوسف، حول: "دور البرامج الحوارية في القنوات الحكومية والخاصة في ترتيب أولويات القضايا المجتمعية لدى الجمهور المصري"، عام 2008م⁽⁴³⁾.

أجرت الباحثة دراسة تحليلية وميدانية واستخدمت منهج المسح بشقيه التحليلي والميداني، وتضمنت الدراسة التحليلية عينة من البرنامج الحوارى الحكومى (البيت بيتك) وأخرى من البرنامج الحوارى الخاص (العاشرة مساءً) بأسلوب الحصر الشامل لمدة شهرين أو ثمانية أسابيع، وذلك خلال الفترة من 2007/5/12م حتى 2007/7/7م بواقع (39) حلقة من برنامج البيت بيتك، و(40) حلقة من برنامج العاشرة مساءً؛ أما الدراسة الميدانية فقد تم الاعتماد على عينه عمدية من مشاهدي البرامج الحوارية بالقنوات المصرية الحكومية والخاصة، وبلغت مفردات العينة على (420) مبحوثاً من الجمهور العام بمحافظة القاهرة والجيزة موزعة بأسلوب التوزيع المتساوي، وبينت نتائج الدراسة تفوق البرنامج الحوارى الحكومى في استخدام قالب الحوار التليفونى والحوار فى الاستوديو بعكس البرنامج الحوارى الخاص الذى زاد

استخدامه لقلب الحديث المباشر، ونجحت البرامج الحوارية في ترتيب أولويات القضايا التعليمية، الدينية، وقضايا المرافق والخدمات، بينما لم تنجح بالنسبة للقضايا الإعلامية والبيئية، وأوضحت النتائج أيضاً اعتماد الجمهور عينة الدراسة على الوسائل الإعلامية المتمثلة ب: القنوات الفضائية العربية ثم القنوات المصرية الخاصة ثم الصحف القومية، التلفزيون المصري الحكومي فالانترنت في الحصول على معلومات عن القضايا المجتمعية المصرية.

4- دراسة طارق بن ناصر الشدوخي بعنوان: "أساليب تقديم البرامج الحوارية وعلاقتها بتعزيز المشاهدة"، عام 2009م⁽⁶⁹⁾ هدفت الدراسة التعرف على أساليب تقديم البرامج الحوارية وعلاقتها بتعزيز المشاهدة، وشمل الإطار النظري للدراسة ثلاثة فصول هي لغة الاتصال، وتقديم البرامج الحوارية، وجمهور البرامج الحوارية؛ واستطلعت الدراسة في جانبها الميداني آراء الجمهور السعودي في عينة بلغت أكثر من (٧٠٠) مفردة، كما أخضعت الدراسة عينة من البرامج الحوارية للملاحظة بلغ عددها (٣٥) برنامجاً حوارياً؛ وتوصلت الدراسة إلى أن عدد الأساليب التقديمية التي يستخدمها مقدمو البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية قد بلغ (١٣) أسلوباً تقديمياً في مختلف أنواع تلك البرامج حيث يحتل أسلوب التقديم الممزوج بالمرح المرتبة الأولى - من وجهة نظر عينة الدراسة - تلاه أسلوب التقديم العاطفي، فأسلوب المواجهة في التقديم، ثم أسلوب التقديم العلمي، ثم أسلوب التقديم الحماسي، فأسلوب التقديم المعتمد على الوسائل الإيضاحية، وحل سابعاً أسلوب التقديم مع استخدام مظاهر من بيئة الجمهور، ثم أسلوب التقديم الموجه نحو فكرة معينة، تلاه أسلوب التقديم المتدرج، ثم أسلوب التقديم باستخدام العوامل النفسية، فأسلوب التقديم الهادئ، وجاء بعده أسلوب الإسهاب في التقديم، وأخيراً أسلوب التقديم المعتمد على المبالغة والإطراء، وبلغت نسبة الذين يشاهدون البرامج الحوارية من إجمالي جمهور عينة الدراسة (٨٢,٤%) وجاءت نسبة الذين لا يشاهدون البرامج الحوارية (١١,٨%)، فيما جاءت نسبة الذين يحرصون على مشاهدة أجزاء من حلقات البرامج

الحوارية مرتفعة إذ بلغت (٦٣,٨%) أي ما يعادل أكثر من نصف عينة الدراسة، مما يدل على أهمية هذه النوعية من البرامج وما تحظى به من متابعة واهتمام.

5- دراسة علي خميس محمد جميع اليماحي، عن: "دور البرامج الحوارية في تلفزيون أبو ظبي بتوعية طلبة الجامعات بالقضايا السياسية الإقليمية (دراسة ميدانية جامعة الإمارات)"، عام 2012م⁽¹⁴⁾ هدفت الدراسة إلى التعرف على الدور الذي يقوم به تلفزيون أبو ظبي في توعية طلبة الجامعات الإماراتية بمختلف القضايا العربية الراهنة، وإلقاء الضوء على أهم القضايا التي يركز عليها تلفزيون أبو ظبي، وطبيعة هذه القضايا التي تؤثر بشكل مباشر في توجهات أفكار الشباب الجامعي، ومدى تفاعلهم معها، وشمل مجتمع الدراسة طلبة وطالبات جامعة الإمارات العربية المتحدة بمختلف تخصصاتهم ومستوياتهم الدراسية، وبلغ عدد مفردات عينة الدراسة (400) ما نسبته (3%) من مجموع أفراد مجتمع الدراسة الأصلي؛ واستخدم الباحث منهج المسح والاستمارة كأسلوب لجمع البيانات؛ وتوصلت الدراسة إلى أن أفراد العينة يتعرضون للعديد من وسائل الإعلام، وجاء التلفزيون في المرتبة الأولى ثم الصحف، وجاء برنامج (خطوة) و(مثير للجدل) و(مجالس) في مقدمة البرامج الأعلى نسبة المشاهدة، وبدرجة تقييم متوسطة، ويتابع المشاهد برامج تلفزيون أبو ظبي للتشويق في طرح البرامج، وقدرة مقدمي البرنامج على الحوار واهتمام البرامج بالقضايا الوطنية وقدرة البرامج بالترفيه عن النفس، والقدرة على زيادة المعرفة، ولهدوء مقدم البرنامج في طرح الأفكار والآراء، واحتوت البرامج الحوارية على مضامين سياسية أسهمت في تشكيل الوعي السياسي، وكونت للمشاهد خلفية سياسية، وحظيت القضايا السياسية كالبطالة والتوطين في الإمارات، وقضية حقوق المرأة، والجزر الإماراتية المحتلة، وقضية ثورات الربيع العربي باهتمام المشاهد بشكل كبير؛ والقضية الفلسطينية، والتحول من التعاون إلى الاتحاد الخليجي بدرجة وعي واهتمام منخفضة من قبل المشاهد الإماراتي.

6- دراسة هدى مالك شبيب، حول "التسويق في البرامج التلفزيونية الحوارية-دراسة تحليلية لبرنامج Oprah Show"، عام 2012م⁽¹⁵⁾، أصبحت الرسالة الإعلامية اليوم صناعة تركز

على إبداع المصمم وابتكاره لأساليب جديدة وغير مباشرة ولإيصال المعلومة إلى المتلقي والتأثير فيه لتغيير سلوكه الشرائي، لذا رح المعلن يبحث عن أشكال إعلانية جديدة بطرق ووسائل لتقديم بضاعته وأفكاره غير تلك التي اعتدنا على مشاهدتها في التلفزيون أو قراءتها في الصحف، ومن هذه الطرق اقتحام البرامج التلفزيونية بكل أنواعها وأهمها البرامج الحوارية وتوظيفها لعرض الإعلانات بطريقة غير مباشرة والسبب كما يفسره الباحثون بأن الحوار قد اخذ مساحات مكانية وزمانية واسعة في القنوات الفضائية العربية منطلقين من مبدأ يؤكد على أن أساس التفاعل الإنساني قد ارتكز بالأصل على الحوار، فضلاً عن إدراك المعلن أهمية الحوار في المجالات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية وتأثيرها في الجمهور، لذا اتخذ من هذه البرامج وسيلة لإيصال إعلانه بطريقة مثيرة للمشاهد، وما برنامج أوبرا شو إلا واحد من أمثلة عديدة على هذه البرامج الحوارية الناجحة التي تقدم أفكار تسويقية إلى جانب أفكار أخرى مثل التثقيف والترفيه وغيرها، وبناءً على هذه الفكرة سعت الدراسة إلى الوقوف على طبيعة هذه الظاهرة المتمثلة بمدى استغلال البرامج الحوارية للأغراض التسويقية بعيدة عن أهدافها التي من أجلها، وقد اعتمدت الباحثة طريقة تحليل المضمون للوصول إلى نتائج علمية دقيقة فتوصلت إلى الاستنتاجات بأن هناك إقبالاً كبيراً من المعلنين على توظيف البرامج الحوارية في تسويق العديد من الأفكار والسلع والشخصيات حيث ركز البرنامج على تسويق الكتب والمؤلفين وأغلبها كتب تتعلق بمذكرات شخصية أو نصائح حول التغذية والأمراض، ثم جاء تسويق الشركات والمؤسسات التجارية فضلاً عن ترويج السلع والمنتجات الاستهلاكية.

7- دراسة العجيلي عصمان سرکز، حول: "البرامج الحوارية السياسية في القنوات الفضائية الليبية (مقاربة تربونفسية)"، عام 2014م⁽¹⁶⁾، سعت الدراسة للإجابة عن تساؤل مفاده هل تؤثر البرامج الحوارية إلى تسليط الضوء على دور القنوات الفضائية الليبية في المشهد السياسي من خلال تقديمها لبرامج حوارية سياسية للخروج بمقارنة تربو نفسية تعزز بدورها السلوك الإيجابي لدى متبوعي هذه البرامج، وتضمنت الدراسة استطلاع رأي عينة من أعضاء هيئة

التدريس بجامعة الزاوية - ليبيا خلال العام الدراسي 2013-2014م؛ تجاه الحوارية السياسية التي تبثها القنوات الفضائية الليبية (الرسمية-الوطنية -العاصمة - ليبيا أولاً - ليبيا الحرة - ليبيا الأحرار)، واعتمدت الدراسة على منهج المسح، وتكونت عينة الدراسة من (83) أستاذاً تم اختيارهم بطريقة عشوائية من مختلف التخصصات؛ وبينت النتائج أن الفقرة التي تنص على البرامج الحوارية السياسية تعمل على (تشكيل وتوجيه الرأي العام) احتلت الترتيب الأول لحصولها على أكبر وزن مئوي (82.80%) بينما جاءت الفقرة التي تنص على أنها (برامج محبطة) بالترتيب الثاني لحصولها على وزن مئوي (80%)، وجاءت الفقرة التي تنص على أن البرامج الحوارية (تثير السلوك الانفعالي) في المرتبة الثالثة لحصولها على وزن مئوي (78.60%)؛ ودلت النتائج أيضاً على أن البرامج الحوارية لها تأثير سلبي على سيكولوجية المشاهد، وهذا يرجع لما تمثله وتعكسه غالبية البرامج على المشاهدين الليبيين من أنها برامج محبطة، ومثيرة للسلوك الانفعالي وتؤدي إلى تضارب في الاتجاهات، وتعمل على تعبئة الرأي العام، وتؤثر على الهوية الوطنية.

8- دراسة: سونيا ليفنج ستون، حول "مشاهدة الحوار الجنس وانتقاء أحد الأشكال البرمجية للمشاهدة"، عام 1994م⁽¹⁷⁾.

أجريت هذه الدراسة على 500 مفردة بهدف اختبار العلاقة بين نوع المبحوث (ذكر ، أنثى) وانتقاء أحد الأشكال البرمجية للمشاهدة من خلال تحليل الخطاب وإجراء المقابلات المتعمقة وأظهرت النتائج وجود فروق طفيفة بين الذكور والإناث فيما يتعلق بقرارهم بمشاهدة البرامج الحوارية وكذلك دوافعهم للمشاهدة وفهم مضمون تلك البرامج.

9- دراسة اليزابيز داين، حول "المهام الفورية للإشارات الكلامية مثل (Ok) أثناء الحديث في البرامج الحوارية النهارية في التلفزيون"، عام 1995م⁽¹⁸⁾؛ حيث تم تحليل أربع برامج حوارية نهارية، وأثبتت النتائج أن كلمة (Ok) تمثل تغيير الموقف أكثر من كونها كلمة لها معنى ثابت، كما تستخدم لإنهاء المناقشة حول القضية المثارة.

10- دراسة توماس البيج، حول: "الأسلوب الخطابي في برامج الـ Talk show" (70) حيث قامت الدراسة بتحليل مضمون 60 برنامجاً حوارياً وأظهرت النتائج أن استخدام الأسلوب الخطابي (البلاغي) يثير اهتمام المشاهدين خاصة مع استخدام أسلوب الشاشة المنقسمة وإظهار الصراع بين طرفي الحوار أمام جمهور المشاهدين مما يؤدي إلى تعاطفه مع أحد أطراف الحوار.

11- دراسة باجرن إمليت، حول: "البرامج الحوارية الدينية في التلفزيون النرويجي" (19) حيث تم تحليل مضمون أحد البرامج الحوارية الدينية التي تبث من خلال التلفزيون النرويجي وأظهرت النتائج أن البرامج الحوارية الدينية من أكثر البرامج التي تحظى بأعلى معدلات مشاهدة في التلفزيون النرويجي كوسيلة لمتابعة وتبادل الخبرات بين الناس.

12- دراسة بروسلز وروزلر، عن: "تأثير برامج الـ Talk show على إدراك المراهقين ونظرتهم للواقع الاجتماعي"، عام 2001م (20)، حيث أجريت الدراسة على عينة قوامها 165 طالباً من طلاب المدارس الثانوية بألمانيا وأظهرت النتائج وجود تأثير لبرامج الـ Talk show على الغرس الثقافي لدى المراهقين.

13- دراسة نابي وهندركس، حول: "التأثيرات الإقناعية للقطات ردود فعل كل من المذيع والجمهور الموجود داخل الاستوديو في برامج الرأي التلفزيونية"، عام 2003م (21)، حيث أجريت الدراسة على عينة قوامها 121 مفردة من طلاب الجامعات وأظهرت النتائج أن برامج الرأي تستطيع أن تجعل المشاهدين يتخذون اتجاه إيجابي تجاه الموضوعات غير المعروفة من خلال لقطات ردود الأفعال الإيجابية لكل من المذيع والجمهور داخل الاستوديو.

14- دراسة جيلان محمود عبد الرازق، حول: "أساليب تغطية القضايا في برامج الرأي المذاعة على الهواء Talk show في القنوات الفضائية العربية"، عام 2004م (22)، حيث أجريت دراسة استطلاعية على عينة قوامها 100 مبحوث وكذلك تحليل مضمون 9 برامج حوارية

لمدة ثلاثة أشهر، وأظهرت النتائج أن القنوات الفضائية محل الدراسة تبث برامج الرأي بثاً مباشراً بنسبة 89.2% وأغلبها من نوع البرامج الإخبارية والمناقشات.

15- دراسة عبد الرحمن الشامي، حول: "برامج الرأي في الفضائيات العربية" دراسة حالة لبرنامج منبر الجزيرة"، عام 2005م⁽⁷¹⁾، حيث أجريت دراسة تحليلية لمدة شهر لبرنامج "منبر الجزيرة" وأظهرت النتائج أن أكثر أشكال المشاركة في البرنامج جاء من خلال الهاتف بنسبة 84.2%، جاءت مشاركة الذكور 95.7% مقابل 4.3% من الإناث.

16- دراسة جوليان أود، حول "الحوار العربي لقناة الجزيرة: التركيب الاستدلالي للهوية في البرنامج الحواري"، عام 2006م⁽²³⁾، حيث أجريت الدراسة بتحليل محتوى ثلاث برامج حوارية تقدم على قناة الجزيرة وأظهرت النتائج أن قناة الجزيرة تخصصت في إثارة ومناقشة الشؤون العربية.

التعليق على الدراسات السابقة:

- 1- اعتمدت معظم الدراسات السابقة على دراسة مسح الجمهور أو مضمون البرامج الحوارية من خلال الاستمارة كأسلوب لجمع البيانات.
- 2- اكتفت معظم الدراسات السابقة بدراسة بعض البرامج الحوارية وفي قنوات محددة قومية أو عربية أو إقليمية أو دولية.
- 3- اختلفت الدراسات السابقة من حيث مجتمع الدراسة، وتباينت من حيث نوعية العينة وعدد مفرداتها.
- 4- اتفقت مختلف الدراسات السابقة على أهمية وطبيعة الدور الذي تؤديه البرامج الحوارية في تشكيل اتجاهات الرأي العام.
- 5- تنوعت المداخل النظرية لتناول البرامج الحوارية طبقاً للدراسات السابقة.

6- تعددت أساليب وطرق تقديم البرامج الحوارية طبقاً للدراسات السابقة، ووصلت إلى حوالي (13) أسلوباً يهدف استقطاب الجمهور المستهدف وإقناعه بمحتوى الرسالة الإعلامية.

7- بينت مختلف الدراسات السابقة تفوق البرامج الحوارية على مختلف القوالب والبرامج المرئية الأخرى، دون تبيان هذه البرامج أو القوالب.

8- ندرة الدراسات السابقة التي قارنت موقع البرامج الحوارية بين البرامج الأخرى التي تقدمها القنوات التلفزيونية المختلفة.

9- تعددت الأساليب والمعاملات الإحصائية المستخدمة في الدراسات السابقة رغم وصول معظمها إلى نفس النتائج تقريباً.

10- تم الاستفادة من الدراسات السابقة في بلورة مشكلة الدراسة وأهمية البحث وكذلك الإطار النظري وتصميم استمارة البحث.

خامساً- تساؤلات الدراسة:

- 1 - ما نوعية ومدى متابعة أعضاء هيئة التدريس في الجامعات الأردنية للقنوات الفضائية العربية والمتخصصة بالخدمة الإخبارية؟
- 2 - ما مدى متابعة عينة الدراسة للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية المتخصصة يومياً، وأوقات استخدامها لهذه البرامج ؟
- 3 - ما طبيعة الدوافع والاشباكات المحققة لدى عينة الدراسة جراء استخدامها للبرامج الحوارية في القنوات المتخصصة؟
- 4 - ما طبيعة القضايا والشخصيات المستضافة في البرامج الحوارية وتفضلها عينة الدراسة متابعتها؟
- 5 - ما أسباب اعتماد عينة الدراسة على البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية الإخبارية المتخصصة؟

- 6 - كيف تقيّم عينة الدراسة معالجة البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية المتخصصة للحراك العربي في تونس ومصر وليبيا وسورية؟
- 7 - كيف تقيم عينة الدراسة تناول البرامج الحوارية للقضية الفلسطينية؟
- 8 - ما مدى مساهمة البرامج الحوارية في بلورة الشخصية الأكاديمية لدى عضو هيئة التدريس من حيث التعامل مع الرأي الآخر؟
- 9 - ما المتفق عليه في البرامج الحوارية عامة ومجلس الأمن خصوصاً طبقاً لرأي عينة الدراسة؟
- 10 - متى يتم الإشباع لدى عينة الدراسة من الحوار في هذه النوعية من البرامج التي تقدمها القنوات الفضائية العربية المتخصصة ؟

سادساً الإجراءات المنهجية للدراسة:

- 1- **نوع الدراسة ومنهجها:** وتندرج هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية Descriptive Research والتي تركز على وصف طبيعة وسمات وخصائص مجتمع معين أو موقف معين أو جماعة أو فرد معين وتكرار حدوث الظواهر المختلفة، وتهدف إلى التعرف الدقيق على الظواهر المختلفة سواء استعان الباحث بفروض مبدئية محدودة أو لم يستعن⁽²⁴⁾ ، ونظراً لامتداد مجتمع البحث ، وكبر حجمه تم اللجوء إلى منهج المسح باعتباره من أكثر المناهج البحثية استخداماً في البحوث الإعلامية.

(2)- مجتمع الدراسة وعينتها :

يتمثل مجتمع الدراسة بأعضاء الهيئة التدريسية في الجامعات الأردنية، واعتمدت الدراسة على العينات غير الاحتمالية من خلال سحب عينة عمدية بأسلوب التوزيع المتساوي بين أعضاء الهيئة التدريسية في الجامعات الحكومية والخاصة وطبقاً لمتغير النوع متغير النوع والكليات العلمية والكليات النظرية، وبواقع (210) مفردة، وسحبت عينة الدراسة من جامعتي اليرموك وجدارا.

(3) - أسلوب وطريقة جمع البيانات: تضمنت الاستمارة كأسلوب لجمع البيانات على (36) متغيراً، واشتملت مختلف أنواع الأسئلة، وللتأكد من صدق متغيرات الاستمارة لقياس ما يُراد قياسه عُرضت على عدد من السادة المحكمين وعلى ضوء ملاحظاتهم تم إجراء العديد من التعديلات على بعض المتغيرات الاستمارة، وبعد خطوة إعداد الاستمارة وتحكيمها تم اللجوء إلى اختبار أسئلتها قبل التطبيق النهائي على عينة فرعية قوامها (24) مفردة من الزملاء أعضاء الهيئة التدريسية في الجامعات الأردنية الحكومية والخاصة وبنسبة بلغت (11.49%) وعلى ضوء نتائج الاختبار القبلي Pre-test تم إضافة بعض وتعديل بعض أسئلة الاستمارة. وتم الاعتماد على المقابلة المباشرة كطريقة لجمع البيانات Data Collection ، وبعد مرحلة جمع البيانات من المبحوثين تمت مراجعة وتدقيق البيانات وتكويدها ليتم إدخالها كبيانات في الحاسب عبر برنامج Spss17 ولمعرفة مدى الاتساق الداخلي في إجابات المبحوثين تم تطبيق معامل ألفا كرونباخ Cronbach's Alpha الذي بلغ (0.822).

أولاً- توصيف عينة الدراسة:

الجدول رقم (1)

توزيع عينة الدراسة طبقاً لمتغير النوع

متغير النوع	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	105	50%
أنثى	105	50%
المجموع	210	100%

الجدول رقم (2)

توزيع عينة الدراسة طبقاً لمتغير السن

متغير السن	التكرار	النسبة المئوية
من 25 إلى ما دون 35 سنة	21	10%
من 35-45 سنة	99	47.1%
من 46-55 سنة	71	33.8%
من 56-65 سنة	15	7.2%
أكثر من 65 سنة	4	1.9%
المجموع	210	100%

الجدول رقم (3)

توزيع عينة الدراسة طبقاً لمتغير التخصص

متغير التخصص	التكرار	النسبة المئوية
تطبيقية	95	45.2%
النظرية	95	45.2%
تطبيقية ونظرية	20	9.6%
المجموع	210	100%

الجدول رقم (4)

توزيع عينة الدراسة طبقاً لمتغير مكان الحصول على آخر شهادة علمية

متغير مكان الحصول على آخر شهادة علمية	التكرار	النسبة المئوية
محليا	70	33.3%
الدول العربية	57	27.1%
أوروبا الشرقية	17	8.1%

أوروبا الغربية	45	21.4%
الولايات المتحدة	16	7.6%
أخرى تذكر	5	2.4%
المجموع	210	100%

الجدول رقم (5)

توزيع عينة الدراسة طبقاً لمتغير نوعية الجامعة التي تعمل فيها حالياً

متغير نوعية الجامعة التي تعمل فيها حالياً	التكرار	النسبة المئوية
حكومية	105	50%
خاصة	105	50%
المجموع	210	100%

الجدول رقم (6)

توزيع عينة الدراسة طبقاً لمتغير عدد سنوات الخبرة في مجال التدريس

متغير عدد سنوات الخبرة في مجال التدريس	التكرار	النسبة المئوية
أقل من خمس سنوات	34	16.2%
من 5 إلى أقل من 10 سنوات	32	15.2%
من 10 إلى 15 سنة	78	37.2%
من 16 إلى 20 سنة	42	20%
أكثر من 20 سنة	24	11.4%
المجموع	210	100%

- تشير المتغيرات الديموغرافية لعينة الدراسة إلى العديد من المعطيات أبرزها:
- 1- توزيع الذكور والإناث لعينة الدراسة بنسب متساوية بلغت 50% لكل منهما، واستحوذت الفئة التي تتراوح بين (35 و 45 سنة) على أعلى نسبة بين الفئات الأخرى لمتغير سن عينة الدراسة، وبلغت (47.1%)، ثم جاءت الفئة بين (46 و 55 سنة) بالمرتبة الثانية وبنسبة بلغت (33.8%).
 - 2- اعتماد أسلوب التوزيع المتساوي لعينة الدراسة بخصوص متغير التخصص وبلغت نسبة أعضاء الهيئة التدريسية للكليات التطبيقية والكليات النظرية (45.2%) لكل منهما، فيما استحوذت فئة أعضاء الهيئة التدريسية أصحاب التخصصات المزدوجة على نسبة مقدارها (9.6%).
 - 3- بينت معطيات الجدول رقم (4) على حصول مفردات العينة على آخر شهادة علمية محلياً وبنسبة بلغت (33.3%)، ثم من الدول العربية وبنسبة بلغت (27.1%)، ثم من دول أوروبا الغربية بنسبة بلغت (21.4%).
 - 4- اعتماد أسلوب التوزيع المتساوي لعينة الدراسة من حيث الجامعات الحكومية والخاصة وبنسبة (50%) لكل منها.
 - 5- استحوذت الفئة من (10-15 سنة) على أعلى نسبة من حيث عدد سنوات الخبرة في مجال التدريس وبنسبة بلغت (37.2%)، ثم جاءت الفئة من (16 إلى 20 سنة) على ثاني أعلى نسبة من حيث سنوات الخبرة وبنسبة بلغت (20%).

ثانياً- نوعية القنوات الفضائية العربية المستخدمة:

الجدول رقم (7)

توزيع عينة الدراسة على نوعية القنوات الفضائية العربية الأكثر متابعة

النسبة المئوية	التكرار	نوعية القنوات الفضائية العربية الأكثر متابعة
49.5	104	الأخبار
7.1	15	الدراما
8.6	18	الدين
6.2	13	الرياضة
1	2	المرأة
1	2	الأطفال
8.1	17	التعليم
1	2	الثقافة
0.5	1	الاقتصاد
5.2	11	الوثائقية
0.5	1	الطبيعة
2.9	6	الترفيه
5.	1	الإعلانات
5.	1	المتخصصة الأخرى
7.6	16	القنوات العامة
%100	210	المجموع

تشير معطيات الجدول رقم (7) إلى استحواذ القنوات الفضائية العربية المتخصصة بالخدمة الإخبارية على أعلى نسبة مقارنة ببقية القنوات الفضائية العربية المتخصصة ونسبة

- بلغت (49.5%)، ثم جاءت القنوات الدينية المتخصصة بالمرتبة الثانية ونسبة بلغت (8.6%)، ثم القنوات التعليمية فالقنوات العربية العامة ثم القنوات المتخصصة بالدراما. وتُعزى نتائج الجدول السابق إلى اعتبارات عدة أبرزها:
1. السمات التي تميز عينة الدراسة وبالتالي اختلاف استخداماتها عن استخدامات مختلف الشرائح الاجتماعية الأخرى.
 2. نوعية القضايا التي تعالجها القنوات الفضائية العربية المتخصصة بالخدمة الإخبارية وتوافقها مع الحاجات الإعلامية لعينة الدراسة.
 3. سمات البرامج التي تقدمها القنوات الفضائية العربية المتخصصة بالخدمة الإخبارية.
 4. طبيعة ضيوف برامج القنوات المتخصصة بالخدمة الإخبارية ومستواهم المعرفي والثقافي.
 5. تركيز القنوات المتخصصة بالخدمة الإخبارية على تقديم المعارف وبأساليب وطرق متعددة.

ثالثاً- مدى متابعة القنوات العربية المستخدمة:

الجدول رقم (8)

توزيع عينة الدراسة على مدى متابعة القنوات الفضائية العربية المتخصصة بالخدمة الإخبارية

النسبة المئوية	التكرار	مدى متابعتك للقنوات الفضائية العربية المتخصصة بالخدمة الإخبارية
67.2%	141	من ساعة إلى ساعتين
27.6%	58	من ساعتين إلى ثلاث ساعات
5.2%	11	ثلاث ساعات فأكثر
100%	210	المجموع

تشير معطيات الجدول الفأنت إلى استحواذ فئة المتابعة من (ساعة إلى ساعتين) للقنوات الفضائية العربية المتخصصة بالخدمة الإخبارية على أعلى نسبة لدى عينة الدراسة

وبنسبة وصلت إلى (67.2%)، ثم تلتها فئة من (ساعتين إلى ثلاث ساعات) وبنسبة بلغت (27.6%)، ثم فئة الثلاث ساعات فأكثر وبنسبة بلغت (5.2%).

وترد نتائج الجدول رقم (8) إلى استخدام عينة الدراسة لنوعية محددة من البرامج ومن خلال قنوات فضائية عربية متخصصة معينة، ولانشغال عينة الدراسة بأنشطة أخرى، ولتعدد اهتمامات وطبيعة توزيع وقت مفردات عينة الدراسة.

رابعاً-القنوات الفضائية العربية المتخصصة بالخدمة الإخبارية الأكثر متابعة:

الجدول رقم (9)

توزيع عينة الدراسة على القنوات الفضائية العربية المتخصصة بالخدمة الإخبارية الأكثر متابعة

النسبة المئوية	التكرار	القنوات الفضائية العربية المتخصصة بالخدمة الإخبارية
60%	126	قناة الجزيرة
3.2%	7	الجزيرة مباشر
3.8%	8	الجزيرة مباشر مصر
32%	46	قناة العربية
1%	2	العربية الحدث
100%	210	المجموع

تبين معطيات الجدول رقم (9) إلى استحواذ قناة الجزيرة على أعلى نسبة لدى عينة الدراسة إذ بلغت (60%)، تلتها قناة العربية وبنسبة بلغت (32%)، ثم الجزيرة مباشر مصر وبنسبة بلغت (3.8%).

وتُرد نتائج الجدول السابق إلى اعتبارات عدة أبرزها:

1- الخبرة المتراكمة للقائمين على قناة الجزيرة والتي مكنتها من تقديم مختلف القضايا السياسية والعسكرية والاقتصادية والاجتماعية وبقوالب برامجية مثيرة مقارنة بالقنوات الأخرى.

- 2- هامش الحرية المتاح أمام القائمين بالاتصال في قناة الجزيرة لا يزال الأعلى مقارنة بجميع القنوات الفضائية العربية الأخرى المتخصصة بالخدمة الإخبارية.
 - 3- حساسية القضايا والمواضيع التي تتناولها قناة الجزيرة مقارنة بالقنوات العربية الأخرى.
 - 4- الحرفية في جدولة برامج قناة الجزيرة مقارنة بالقنوات العربية الأخرى.
 - 5- نوعية ضيوف برامج قناة الجزيرة.
 - 6- الموضوعية النسبية لقناة الجزيرة في معالجة القضايا المختلف طبقاً لعينة الدراسة مقارنة بالقنوات الفضائية العربية الأخرى المتخصصة.
 - 7- تقدم القناة للآراء المتعارضة الأمر الذي يليي الحاجات الإعلامية لعينة الدراسة.
- خامساً - مدى متابعة البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية المتخصصة:

الجدول رقم (10)

توزيع عينة الدراسة على مدى المتابعة للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية المتخصصة يوميا

النسبة المئوية	التكرار	مدى المتابعة للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية المتخصصة يوميا
66.2%	139	أقل من ساعة
24.8%	52	من ساعة إلى أقل من ساعتين
9%	19	ساعتان فأكثر
100%	210	المجموع

تدل مؤشرات الجدول رقم (10) إلى استحواذ فئة أقل من ساعة من حيث مدى متابعة البرامج الحوارية لدى عينة الدراسة على أعلى نسبة إذ وصلت إلى ما نسبته (66.2%) تلتها فئة من ساعة إلى أقل من ساعتين ونسبة (24.8%)، وتعزى نتائج الجدول إلى اهتمام نسبة كبيرة من عينة الدراسة بنوعية محددة من البرامج والتي تقدم في أوقات

تتناسب ووقت فراغها إلى جانب ارتباط هذه النوعية من البرامج بتخصص ومرجعية بعض مفردات عينة الدراسة.

سادساً- البرامج الحوارية الأكثر متابعة:

الجدول رقم (11)

توزيع عينة الدراسة على البرامج الحوارية الأكثر متابعة

النسبة المئوية	التكرار	البرامج الحوارية الأكثر متابعة
51.4%	108	برنامج الاتجاه المعاكس
7.6%	16	برنامج أكثر من رأي
5.7%	12	من واشنطن
18.1%	38	آخر ساعة
8.6%	18	في العمق
5.7%	12	ما وراء الخبر
2.9%	6	بانوراما العربية
100%	210	المجموع

تشير معطيات الجدول رقم (11) إلى العديد من المؤشرات أبرزها:

1- استحوذ برنامج الاتجاه المعاكس على أعلى نسبة استخدام لدى عينة الدراسة وبنسبة بلغت (51.4%).

2- مجيء برنامج آخر ساعة على ثاني أعلى نسبة متابعة إذ بلغت (18.1%).

3- جاء برنامج في العمق بالترتيب الثالث من حيث استخدام عينة الدراسة للبرامج الحوارية وبلغت نسبة استخدام البرنامج (8.6%).

وترد هذه النتائج إلى اعتبارات عدة أبرزها :

- 1- استحواذ قناة الجزيرة وفقاً لمعطيات جدول سابق على أعلى نسبة استخدام من القنوات الفضائية المتخصصة بالخدمة الإخبارية لدى عينة الدراسة.
- 2- توقيت عرض البرنامج يتوافق ووقت فراغ عينة الدراسة.
- 3- حداثة القضايا التي يتم تناولها في برنامج الاتجاه المعاكس.
- 4- أسلوب الإثارة المعتمد في برنامج الاتجاه المعاكس.
- 5- اعتماد البرنامج على الآراء والاتجاهات المتباينة حول القضية المطروحة والقضايا المتصلة.

بينما يعزى استحواذ برنامج آخر ساعة على الترتيب الثاني لاعتبارات عدة أهمها:

- 1- مجيء قناة العربية بالترتيب الثاني من حيث معدل استخدام عينة الدراسة طبقاً لنتائج جدول سابق.
 - 2- آنية وسرعة وتنوع في القضايا المعالجة في هذا البرنامج.
 - 3- تعدد الشخصيات المستضافة داخل الاستوديو أو عبر الأقمار الصناعية خلال الحلقة الواحدة.
- سابعاً- أوقات استخدام العينة للبرامج الحوارية:

الجدول رقم (12)

توزيع عينة الدراسة طبقاً لأوقات الاستخدام لهذه البرامج

أوقات الاستخدام لهذه البرامج	التكرار	النسبة المئوية
الفترة الصباحية	11	5.2%
الظهيرة	5	2.4%
المساء	77	36.7%
السهرة	109	51.9%
آخر الليل	8	3.8%

المجموع	210	%100
---------	-----	------

تدل معطيات الجدول رقم (12) إلى استحواذ فترة السهرة على أعلى نسبة من حيث أوقات استخدام البرامج الحوارية لدى عينة الدراسة، إذ وصلت النسبة إلى (51.9%)، بينما استحوذت فترة المساء على ما نسبته (36.7%) كترتيب ثانٍ، وتتوافق نتائج هذا الجدول مع أوقات عرض البرامج الحوارية الأكثر متابعة لدى عينة الدراسة وفقاً لنتائج الجدول رقم (11)، وترد هذه النتائج إلى وقت الفراغ المتاح لدى عينة الدراسة خلال فترتي (السهرة والمساء).
ثامناً- الدوافع النفسية لاستخدام البرامج الحوارية:

الجدول رقم (13)

توزيع عينة الدراسة طبقاً لدوافع النفسية لاستخدام هذه البرامج

النسبة المئوية	التكرار	الدوافع النفسية لاستخدام هذه البرامج
%24.3	51	لمتابعة الأحداث وآخر تطوراتها
%5.2	11	لمعرفة حدود القضايا وأبعادها
%16.2	34	للتعرف على خلفية الأحداث
%24.3	51	لاستكشاف القضايا الأبرز
%13.3	28	للتعرف على طبيعة مواقف الدول الممولة
%16.7	35	لتشكيل اتجاه حيال القضايا المطروحة
%100	210	المجموع

توضح بيانات الجدول السابق رقم (13) الدوافع النفسية لاستخدام البرامج الحوارية ، حيث استكشاف القضايا الأبرز متابعة ومتابعة الأحداث تحتل المرتبة الأولى (%24.3) ، فيما تشكيل اتجاه حيال القضايا المطروحة تحتل المرتبة الثانية وبنسبة (%16.7)، وللتعرف

على خلفية الأحداث بنسبة (16.2%)، والتعرف على طبيعة مواقف الدول بنسبة (13.3%) ويمكن أن نعزو هذا التباين إلى الأسباب التالية :

1- إن تركيز الأضواء على قضية معينة في الفضائيات يعني أنها الأهم من وجهة نظر كل القناة أو الجهة التي تمولها.

2- إن القضايا الأبرز يمكن تحديدها بدقة من كيفية تناولها في الفضائيات.

3- إن خلفية الأحداث تعطي مؤشراً على مواقف الدول العميقة حيال القضايا المطروحة ، وهذا يوفر بعداً يمكن من تحديد اتجاه حياله.

تاسعاً- الدوافع الطقوسية لاستخدام البرامج الحوارية:

الجدول رقم (14)

توزيع عينة الدراسة طبقاً للدوافع الطقوسية لاستخدام البرامج الحوارية

النسبة المئوية	التكرار	الدوافع الطقوسية لاستخدام البرامج الحوارية
35.7%	75	لقضاء وقت الفراغ
14.3%	30	من قبل الاعتياد
10%	21	للتسلية
40%	84	لتبادل الآراء
100%	210	المجموع

توضح بيانات الجدول السابق رقم (14) الدوافع الطقوسية لاستخدامات البرامج الحوارية حيث تبادل الآراء بخصوص القضايا المعالجة تحت المرتبة الأولى وبنسبة (40%) وقضاء وقت الفراغ والاعتياد فالتسلية تحت المرتبة الثانية (35.7%) فالثالثة (14.3%) فالرابع (10%) على التوالي ويمكن تفسير ذلك بما يلي :

1- إن التناقضات التناحرية في الواقع العربي تجدد صداها في البرامج الحوارية، التي تمكن من تعزيز الآراء أو بلورتها وبالتالي تكوين الاتجاهات حيال القضايا التي يدور النقاش حولها.

2- إن قضاء وقت الفراغ الذي احتل المرتبة الثانية في البرامج الحوارية يوضح مدى استغراق المتلقي (عينة البحث) في الأحداث الجارية غالباً .

3- إن اعتياد المتلقي على البرامج الحوارية وتسليته فيها يدل على مدى مشاركة الجمهور اليومية واقتحامها الحياة الخاصة لعينة الدراسة .

عاشراً- طبيعة الاشباع المحققة لدى عينة الدراسة:

الجدول رقم (15)

توزيع عينة الدراسة طبقاً لطبيعة الاشباع المحققة

النسبة المئوية	التكرار	طبيعة الاشباع المحققة
42.4%	89	زيادة المعرفة
6.7%	14	تأكيد الذات
13.8%	29	مراقبة البيئة
20%	42	إيجاد موضوعات مع الآخرين
3.3%	7	الاعتیاد والثقة بقناة تليفزيونية محددة
10%	21	التمكن من المضمون والشعور بالراحة والسعادة
3.8%	8	تحقق لي الاندماج والتخلص من الشعور بالوحدة
100%	210	المجموع

توضح بيانات الجدول السابق رقم (15) إن زيادة المعرفة وإيجاد لغة مشتركة مع الآخر تحتل المرتبة الأولى 42,4% فالثانية 20% من الاشباع المحققة , فيما مراقبة البيئة

والتعمق في المضمون العربي تحتل المرتبة الثالثة 13,8% والرابعة 10% ويعزى ذلك إلى الأسباب التالية :

- 1- إن الفضائيات واحدة من الوسائل المعمول عليها في زيادة المعرفة لأعضاء الهيئة التدريسية عينة الدراسة.
- 2- إن الوعي العام في المسائل المطروحة مسؤول عن جزء من صياغته والفضائيات لدرجة تسمح بتكوين قواسم مشتركة مع الآخر بناء عليه.
- 3- إن مراقبة البيئة الموضوعية والذاتية وبمعنى آخر الدولية والداخلية ومضمونها بأبعاده يعطي شعوراً ببلوغ غاية المسعى وبالتالي الوصول إلى الرضا.

الحادي عشر- أهم القضايا الحوارية التي يفضل متابعتها:

الجدول رقم (16)

توزيع عينة الدراسة طبقاً لأهم القضايا الحوارية التي يفضل متابعتها في هذه النوعية من البرامج

النسبة المئوية	التكرار	أهم القضايا الحوارية التي تفضل متابعتها في هذه النوعية من البرامج
12.9%	27	القضايا الاقتصادية
22.4%	47	القضايا الاجتماعية
57.1%	120	القضايا السياسية
2.9%	6	القضايا الثقافية
2.9%	6	القضايا الرياضية
1.9%	4	القضايا الفنية
100%	210	المجموع

توضح بيانات الجدول السابق رقم (16) أن القضايا السياسية هي أهم القضايا التي تفضل عينة الدراسة متابعتها (57,1%) وتأتي القضايا الاجتماعية في المرتبة الثانية (22,4%) والاقتصادية الثالثة (12,9%) وتندرج إلى الثقافية والرياضية والفنية ويمكن أن نعزو ذلك إلى الأسباب الآتية:

- 1- إن تفضيل متابعة القضايا السياسية يأتي استجابة لمسايرة الواقع وانسجاما مع الأهم من بين القضايا الأخرى.
- 2- إن القضايا الاجتماعية تمثل أحيانا جذورا للقضايا السياسية أو انعكاساتها.
- 3- بالرغم من الارتباط الكبير بين القضايا السياسية والاقتصادية إلا أن ترتيبها من حيث تفضيل متابعتها جاء في المرتبة الثالثة، ذلك أن مجريات الأحداث وما نتج وينتج عنها يمارس سياسيا بوجه اجتماعي أولاً وإن كانت له امتدادات اقتصادية عميقة.

الثاني عشر-أهم القضايا السياسية المتابعة في البرامج الحوارية:

الجدول رقم (17)

توزيع عينة الدراسة طبقاً لأهم القضايا السياسية التي تفضل متابعتها في البرامج الحوارية

النسبة المئوية	التكرار	القضايا السياسية التي تفضل متابعتها في البرامج الحوارية
11.4%	24	القضية الفلسطينية
27.1%	57	الوضع في سورية
3.8%	8	الوضع في العراق
6.2%	13	الوضع في مصر
1.4%	3	الوضع في الخليج العربي
3.8%	8	الوضع في المغرب العربي
41.4%	87	قضايا الحراك العربي الأخرى
3.8%	8	الخلافات السنية الشيعية
1%	2	انعكاسات الصراع في مجلس الأمن
100%	210	المجموع

توضح بيانات الجدول السابق رقم (17) إن قضايا الحراك العربي ككل هي الأولى في المتابعة (41,4%) تأتي بعدها القضية السورية تحديداً (27,1%) فالفلسطينية (11,4%) والوضع في مصر (6,2%) وتتساوى بقية القضايا أو تكاد في تواضع حجم متابعتها من عينة الدراسة ويمكن أن نعزو الأسباب إلى التالية :

- 1- قضايا الحراك العربي عموماً فيها من التناقضات ما يكفي لمتابعتها من حيث الأهداف الفعلية والنتائج المتحققة، تداخل الداخلي مع الإقليمي والعالمي، مؤثرات الأيدلوجي والمذهبي والطبقي، القومي والوطني والأممي، حجم الكارثة وضخامة الآمال.
- 2- القضية السورية وتداعياتها طالت الدراسة بتفاصيلها ذلك للقرب المكاني والقومي وما ترتب عليه.

3- تراجع القضية الفلسطينية كان لافتاً، وتفسيره ربما لامتدادها وألفتها .

4- أما بقية القضايا أو تفاصيلها فعلى أهميتها هي أقل من الأهم .

الثالث عشر- طبيعة المستضافين في البرامج الحوارية المستخدمة:

الجدول رقم (18)

توزيع عينة الدراسة طبقاً لطبيعة المستضافين في البرامج الحوارية الذين تفضل متابعتهم

النسبة المئوية	التكرار	طبيعة المستضافين في البرامج الحوارية الذين تفضل متابعتهم
24.3%	51	شخصيات عامة
35.2%	74	قيادات سياسية
14.8%	31	قادة ميدانيون
15.2%	32	ضيوف أجانب
10.5%	22	كتاب ووجوه إعلامية
100%	210	المجموع

توضح بيانات الجدول السابق رقم (18) تفضيل متابعة عينة الدراسة للشخصيات المستضافة في البرامج الحوارية تشغل القيادات السياسية المرتبة الأولى (2,35%) والشخصيات الاجتماعية الثانية (24.4%) ، فيما الضيوف الأجانب المرتبة الثالثة 2,15% وبعدها القادة الميدانيون (14.8%) فالكتاب (10.5%) وأسباب ذلك تعود إلى التالية :

- 1- إن القضية السياسية هي المحورية التي تنتج وتؤثر على غيرها.
- 2- إن الشخصيات الاجتماعية بالإضافة إلى دورها الاجتماعي لها دور سياسي يصعب تجاهله.
- 3- إن الضيوف الأجانب قد يمثلوا وجهات نظر حكوماتهم في القضايا المطروحة .
- 4- القادة الميدانيون أقرب ربما إلى الحقيقة أو للمقاربة معها من غيرهم .
- 5- الكتاب والوجوه الإعلامية من وجهة نظر عينة الدراسة غالباً ما ينطلقون من رؤيا أو وجهة نظر محددة وهذا لا تفضله عينة الدراسة كما يبدو .

الرابع عشر- أهم وسائل الإثبات المقدمة من المتحاورين لتحقيق الإقناع:

الجدول رقم (19)

توزيع عينة الدراسة وفقاً لأهم وسائل الإثبات المقدمة من المتحاورين لتحقيق الإقناع

النسبة المئوية	التكرار	وسائل الإثبات المقدمة من المتحاورين لتحقيق الإقناع
42.4%	89	وثائق تاريخية
14.3%	30	أفلام وثائقية
1.9%	4	قصصات صحفية
10%	21	كتب مرجعية
16.2%	34	بيانات إحصائية
15.2%	32	تصريحات إعلامية

المجموع	26	100%
---------	----	------

توضح بيانات الجدول السابق رقم (19) أن الوثائق التاريخية هي أهم ما يمكن أن يستند عليه للوصول إلى الحقيقة, تأتي بعدها البيانات الإحصائية 16,2% ومن ثم التصريحات الإعلامية 15.2% فالأفلام الوثائقية 14,3% فالكتب المرجعية 15.5% . ويمكن أن نعزو ذلك إلى الأسباب التالية :

__ الأصل في الوثائق التاريخية أنها ليست نتاجا لقضايا آنية أو تعبيرا عنها فهي مستقلة نسبيا .

__ البيانات الإحصائية الصادرة عن جهة محايدة وموثقة هي نسبيا موضوعية لدرجة يمكن الاعتماد عليها حسب عينة الدراسة .

__ التصريحات الإعلامية بغض النظر عن ماهيتها إلا انه يسهل تأكيدها من عدمه , سواء كانت تعبير عن وجهة نظر قائلها أو عن الجهة التي يمثلها فهي مؤثر متاح الوصول إليه .
__ أما الأفلام الوثائقية فتراجع دورها ربما يؤثر إلى طبيعة الوثائق المستخدمة في الإثبات ومدى مصداقيتها .

__ الكتب المرجعية ذلك يعتمد على طبيعة المرجعية وأحيانا مكان الصدور , وأحيانا المؤلف , كل هذا يمكن اعتماده كأساس في مدى مصداقيتها .

الخامس عشر- مدى الاعتماد على البرامج الحوارية في إشباع الحاجات الإخبارية:

الجدول رقم (20)

توزيع عينة الدراسة طبقاً لمدى الاعتماد على البرامج الحوارية في إشباع الحاجات الإخبارية

النسبة المئوية	التكرار	مدى الاعتماد على البرامج الحوارية في إشباع الحاجات الإخبارية
11.4%	24	لا اعتمد عليها مطلقاً
61.4%	129	اعتمد عليها إلى حد ما
27.1%	57	اعتمد عليها بشكل كبير
100%	210	المجموع

توضح بيانات الجدول رقم (20) أن 61.4% من عينة الدراسة تعتمد إلى حد ما البرامج الحوارية في إشباع الحاجات الإخبارية ، و 27,1% تعتمد عليها بشكل كبير ، و 11.4% لا تعتمد عليها مطلقاً ، ويمكن تفسير ذلك بالأسباب التالية :

1- إن الاعتماد إلى حد ما يعتمد على طبيعة الموضوع والمتحدث ووسائل الإثبات ومدى معرفة المتلقي بالحديث ومصادقية وسيلة الإعلام ومقدم البرنامج من وجهة نظر المتلقي إلى آخره.

2- أما الجزئية التي تعتمد على البرامج الحوارية بشكل كبير ، فقد تكون الأكثر تسامحاً أو التي لا تبحث عن مصادر أخرى للمعلومات أو لنقل فيما تبحث ، فتأخذ من المتاحة وليس لها إلا أن تعتمد عليها .

السادس عشر- أسباب الاعتماد على البرامج الحوارية في متابعة الفضائيات الإخبارية:

الجدول رقم (21)

توزيع عينة الدراسة طبقاً لأسباب الاعتماد على البرامج الحوارية في متابعة الفضائيات الإخبارية

أسباب الاعتماد على البرامج الحوارية في متابعة الفضائيات الإخبارية	التكرار	النسبة المئوية
لعدم مواكبة الدورات القضايا المطروحة	36	17.1%
ابعد وسائل الإعلام عن الموضوعية	55	26.2%
البعد عن الحياد	15	7.1%
الاعتماد على الرأي والرأي الآخر	56	26.7%
الأكثر جدة في قراءة الواقع	48	22.9%
المجموع	210	100%

توضح بيانات الجدول السابق رقم (21) أن 26.7% من عينة الدراسة يعتمدون على البرامج الحوارية للوصول للرأي والرأي الآخر , فيما 26.2% يشككون في مصداقية وسائل الإعلام و 22.9% يرون أن البرامج الحوارية الأكثر جدة في قراءة الواقع و 17.1% لعدم مواكبة الدورات للقضايا المطروحة , ويمكن تفسير ذلك بما يلي :

- 1- إن الوصول للرأي الآخر من مصدره مباشرة له ما يبرره .
- 2- إن وسائل الإعلام يحدد سياساتها لحد بعيد الممول .
- 3- البرامج الحوارية الأكثر يسرا في قراءة الواقع .
- 4- الدوريات على أهميتها إلا أنها متأخرة عن مواكبة الجديد وقد احتلت نسبة مصداقية معقولة إذا أخذنا أن البعد عن الحياد مدعاة للاعتماد على البرامج الحوارية بنسبة 7.1% .

السابع عشر - التفاوت في مستوى المتحاورين:

الجدول رقم (22)

توزيع عينة الدراسة طبقاً للاعتقاد أن التفاوت في مستوى المتحاورين من سياسات القناة المستضيفة للحوار

النسبة المئوية	التكرار	هل تعتقد بأن التفاوت في مستوى المتحاورين من سياسات القناة المستضيفة للحوار
38.1%	80	أجزم بذلك كون الخيارات أمام القناة متاحة
5.2%	11	لا اعتقد ذلك بسبب نسبة الخيارات
44.3%	93	الدور الحاسم لمقدم البرامج
4.8%	10	التفاوت صورة ذهنية على السواء
7.6%	16	القناة والمقدم غرضهم تفعيل البرامج بعيداً عن الأجندة الخفية
100%	210	المجموع

توضح بيانات الجدول السابق رقم (22) أن 44.3% من عينة الدراسة يعتقدون أن الدور الحاسم في مستوى التفاوت بين المتحاورين مكون على مقدم البرامج , يرون بأن المقدم والقناة غرضهم تفعيل البرامج بعيداً عن الأجندة الخفية ونعتقد أن ذلك مرده إلى :

- 1_ إن جزءاً من مضمون مقدم البرنامج الأيدلوجي أو المذهب أو حتى الاتجاه غالباً ما تتضح أثناء التقديم سواء من طرح السؤال أو الوقت المتاح أو نبرة الصوت.....إلى آخره.
- 2_ إن كثيرين لا يغيب عنهم إن هذا المذيع لتلك القناة, فأمر الاختيار مبدئياً يتم من خلالها.
- 3_ أما قضية الموضوعية فهناك من يرى أن الحوارية تحديداً مكشوفة لدرجة ما فالأولى تناول الموضوعي وهذا ما يحدث أحياناً من وجهة نظر 7.6% من عينة الدراسة.

الثامن عشر - أسباب مشاهدة البرامج الحوارية:

الجدول رقم (23)

توزيع عينة الدراسة طبقاً لأسباب مشاهدة البرامج الحوارية المفضلة

أسباب مشاهدة البرامج الحوارية المفضلة	التكرار	النسبة المئوية
لمعرفة الرأي الآخر وفهمه	120	57.1%
لمقدرتها على تقديم صورة مفصلة للأحداث	12	5.7%
لإعتماد متحاورها على أدلة موثقة يصعب دحضها	4	1.9%
لموضوعية وحيادية مقدمي البرامج	19	9%
لنقدها وتحليلها للأحداث انطلاقاً من الواقع	15	7.1%
لمقدرة متحاورها على قراءة ما وراء الأحداث	40	19.5%
المجموع	210	100%

توضح بيانات الجدول السابق رقم (23) أن 57.1% من عينة الدراسة يشاهدون البرامج الحوارية لمعرفة الرأي الآخر وفهمه فيما 19.5% من العينة غرضهم ما وراء الأحداث , و 9% لموضوعية و حيادية الرأي الآخر والنسبة قريبة مما مر معنا في جدول رقم 16, و 5.7% لمقدرة الحوارية على تقديم صورة مفصلة للأحداث ويمكن أن نعزو ذلك إلى ما يلي:

1_ إن قضية معرفة الرأي الآخر وفهمه تشغل عينة الدراسة بشكل عميق حيث زيادة المعرفة من الاشباعات المحققة لعينة الدراسة حيث 42% من عينة الدراسة كما اتضح في الجدول رقم (15) واعتماد الرأي والرأي الآخر كأساس في الحوارية سببا للإعتماد عليها حسب

26.7% حسب جدول (21) ومعرفة الرأي الآخر وفهمه 57.1% حسب جدول رقم (24) وجميع ما ذكر مثل أعلى النسب بغض النظر عن طبيعة السؤال الموجه للمعرفة والفهم أساسيتان .

2_ معرفة ما وراء الأحداث 16.2% حسب الجدول رقم 13 كانت من الدوافع النفعية للمتابعة , و 19% من أسباب المشاهدة حسب الجدول رقم (23) وهي نسبة متقاربة وأهميتها من كونه توصل إلى الأسباب العميقة للأحداث .

3_ نقد الأحداث وانطلاقها من الواقع يبلور الجانب النظري، ويشير إلى دلالات يصعب الوصول إليها بعيدا عن البرامج الحوارية.

التاسع عشر-مدى إسهام البرامج الحوارية في تكوين البنية العقلية:

الجدول رقم (24)

توزيع عينة الدراسة طبقاً لمدى إسهام البرامج الحوارية في تكوين البنية العقلية

النسبة المئوية	التكرار	مدى إسهام البرامج الحوارية في تكوين بنية العقلية
10%	21	لا تؤثر مطلقاً
67.6%	142	تؤثر إلى حد ما
22.4%	47	تؤثر بشكل كبير
100%	210	المجموع

توضح بيانات الجدول السابق رقم (24) أن 67.9% من أفراد العينة لديهم اعتقاد أن البرامج الحوارية تؤثر إلى حد في تكوين بنيتهم العقلية، و 47% تؤثر بشكل كبير، و 21% لا تؤثر مطلقاً وربما يعود سبب ذلك إلى التالية:

1_ إن النواة المولدة للوعي والمسمأة عقلا مكونة من حيث المبدأ في هذا العمر وغالبا ما تكون أساسيات اتجاهاتها واضحة، ومع ذلك تجتاز الحوارات المكونات العقلية لتؤثر بها بصورة ما حسب اعتقاد غالبية أفراد العينة.

2_ مسألة أخرى أن هناك بعض القضايا الخلافية أو التي تحتل أكثر من رأي , في قسم من أفراد العينة لم توصلهم المعلومات المتوفرة لديهم باتخاذ رأي فيها فتساعدتهم الحوارات بتكوين آراء حولها , هذا وأحيانا قد لا تكون لديهم معلومات أولية يمكن الاستناد إليها .

3_ الأحاديون عموماً بغض النظر عن اتجاهاتهم قلما يتأثرون بأي دليل أو حجة ومن بينها البرامج الحوارية وهذا ما يمكن أن ينتسب إليه الـ 21% من أفراد العينة .

العشرون- السائد في البرامج الحوارية:

الجدول رقم (25)

توزيع عينة الدراسة على السائد في البرامج الحوارية كما تراه

النسبة المئوية	التكرار	ما السائد في البرامج الحوارية كما تراه
4.3%	9	محاولة إثبات الحجة
47.6%	100	محاولة الوصول إلى الحقيقة
11.4%	24	دعاية للجهة التي يمثلها المتحاور
10%	21	دعاية ضد الآخر
8.6%	18	تحريض على الآخر
18.1%	38	قراءات معمقة للموضوعات المطروحة
100%	210	المجموع

توضح بيانات الجدول السابق رقم (25) أن 47,6% من أفراد العينة يرون السائد في البرامج الحوارية هو محاولة الوصول إلى الحقيقة، ويرى فيها 18.1% قراءات معمقة للموضوعات المطروحة، و 11.4% دعاية للجهة التي يمثلها المتحاور , 15% دعاية ضد

الآخر، 8.6% تحريض على الآخر، 4.3% محاولة إثبات الحجة، وربما يعود سبب ذلك إلى التالية:

- 1_ مقدرة المتحاورين على الوصول أو إيصال صورة ذهنية مفادها أن الوصول إلى الحقيقة هو الغاية التي تعكس مقدرة تؤخذ بعين الاعتبار.
 - 2_ غالبية البرامج الحوارية التي تستحق المشاهدة من أعضاء هيئة التدريس عينة الدراسة هي قائمة على قرارات معمقة بغض النظر عن الاتجاه.
 - 3_ أما الأفكار الدعائية لصالح أو ضد فهي فكرة محكوم عليها من الآخر سلبي إذا كان لديه فكرة مغايرة (ومعمقة)، أو إذا وضعها في خانة المبالغة، أو الديماغوجية.
- الواحد والعشرون-مدى تناول البرامج الحوارية للأوضاع في مصر:

الجدول رقم (26)

توزيع عينة الدراسة وفقاً لتقييم تناول البرامج الحوارية للأوضاع في مصر

النسبة المئوية	التكرار	تقييم تناول البرامج الحوارية للأوضاع في مصر
36.7%	77	انقلاب عسكري على الشرعية
32.9%	69	ثورة شعبية ساندها الجيش الوطني
7.6%	16	انقلاب عسكري سانده الشعب
7.1%	15	ثورة مضادة دعمها العسكر
15.7%	33	المؤسسة العسكرية حمت الدولة العميقة من التطرف
100%	210	المجموع

توضح بيانات الجدول السابق رقم (26) أن 36.7% من أفراد العينة يصنفون أن وصول السيسي إلى الحكم انقلاباً عسكرياً على الشرعية 32.9% ثورة شعبية ساندها الجيش

, 15.7% المؤسسة العسكرية حمت الدولة العميقة من التطرف ويمكن أن نعزو ذلك إلى الاعتبارات الآتية:

1_ إن الشرعية تعني الرضا وانتخاب مرسي تم برضا الشعب كتنقيض ل أحمد شفيق حسبما صنفته عينة الدراسة طبقاً لرأي الشعب المصري الذي شارك في الانتخابات , وحتى تلك اللحظة مثل مرسي الشرعية وأن تسلم الجيش يعد انقلاباً على الشرعية حسب 36.7% من أفراد العينة .

2_ ما حدث بعدها من انقسام كاد أن يقود إلى الصدام أدى حسب 32.9% من العينة إلى مساندة الجيش لجناح على آخر كون رابطة الانتماء نحو الدولة استدعت ذلك فسميت من وجهة نظرهم ثورة شعبية ساندها الجيش.

3- 15.7% يرون أن التطرف كاد أن يتغلغل في بنية الدولة العميقة فعمل الجيش على حماية الدولة العميقة وليس

غرضه كأساس الوصول إلى السلطة بدليل أن 7.6% من أفراد العينة سموا ما حصل انقلاباً عسكرياً سانده الشعب أو ثورة مضادة دعمها العسكر حسب 7.1%.

الثاني والعشرون-تناول البرامج الحوارية للأوضاع في ليبيا:

الجدول رقم (27)

توزيع عينة الدراسة طبقاً لتقييم تناول البرامج الحوارية للأوضاع في ليبيا

النسبة المئوية	التكرار	تقييم تناول البرامج الحوارية للأوضاع في ليبيا
39%	82	ثورة شرعية أطاحت بالعقيد
47.1%	99	ثورة شرعية أطاحت بالنظام
9.5%	20	حراك شعبي خلط أوراق السلطة في ليبيا
2.4%	5	سيطرة الإسلاميين على مركز السلطة في ليبيا

سيطرة الميليشيات المسلحة على السلطة	4	1.9%
المجموع	210	100%

توضح بيانات الجدول السابق (27) أن 47.1% من أفراد العينة يقيمون الوضع في ليبيا بأنه ثورة شرعية أطاحت بالنظام و 39% أنها ثورة شعبية أطاحت بالعقيد، و 9.5% حراك شعبي خلط أوراق السلطة في ليبيا ويمكن أن نصل إلى التالي:

- 1- إن ما تم الإطاحة به في ليبيا هو نظام الحكم حسب غالبية العينة.
- 2- إن 39% من أفراد العينة يرون أن العقيد من تمت الإطاحة به.
- 3- إن خلط أوراق السلطة وادعاء شرعية ممارستها سواء للإسلاميين أو للميليشيات المسلحة بما فيها الإسلامية يعتبر ثانويا بالنسبة إلى أفراد العينة 13% من أفراد العينة حيث الأساس الإطاحة بنظام العقيد.

الثالث والعشرون-تناول البرامج الحوارية للأوضاع في تونس:

الجدول رقم (28)

توزيع عينة الدراسة طبقاً لتقييم تناول البرامج الحوارية للأوضاع في تونس

النسبة المئوية	التكرار	تقييم تناول البرامج الحوارية للأوضاع في تونس
31.4%	66	ثورة شعبية أطاحت بالنظام
10.5%	22	ثورة عقلانية
31%	65	ثورة شعبية تسعى للأفضل
9%	19	حراك شعبي امتطته المعارضة
15.2%	32	حراك تراكمي عميق يصعب تأطيره في نقاط
2.9%	6	أخرى تذكر
100%	210	المجموع

توضح بيانات الجدول السابق (28) أن 31.4% من عينة الدراسة يقيمون المشترك في برامج الحوار على أنه ثورة شرعية أطاحت بالنظام وحسب 31% من عينة الدراسة ثورة شعبية تسعى للأفضل وإن كانت 15.2% ترى بأنه حراك عميق يصعب تأطيره في نقاط، إلا أن 10.5% يرون أن الثورة عقلانية وفقط 9% من العينة يقيمون الحراك التونسي بحراك شعبي امتطته المعارضة.

ويمكن أن نعزو ذلك إلى ما يلي:

1- إن مصداقية شرعية النظام السابق من وجهة نظر عينة الدراسة كانت ضعيفة وهذا ما يمنح الشرعية للحراك.

2- إن كافة فئات الشعب التونسي شاركت بالحراك وهذا ما يضفي عليه صفة الشعبية.

3- إن السبب المباشر للحراك جاء نتيجة لتراكمات عميقة تطال كافة المجالات.

4- الأمر الطبيعي في السياسة أو غير المستغرب فيها أن تتصدر المعارضة الحراك كونها منظمة وتسعى للوصول إلى السلطة وتتحين الفرص.... إلى آخره، فلا ضير، لكن في ترتيب أولويات التقييم موقع هذه المسألة متأخر نسبياً.

الرابع والعشرون - مدى المتابعة للبرامج الحوارية:

الجدول رقم (29)

توزيع عينة الدراسة طبقاً لمدى المتابعة للبرامج الحوارية

المجموع		دائماً 3		أحياناً 2		نادراً 1		المدى
		%	ك	%	ك	%	ك	العبارات
100	210	57.2	120	37.1	78	5.7	12	1_ أشكل اتجاهاً نتيجة متابعة القضايا المطروحة في البرامج الحوارية.
100	210	26.2	55	57.6	121	16.2	34	2- أتعرف على خلفية الأحداث نتيجة متابعتها
100	210	52.9	111	39.5	83	7.6	16	3- لتبادل الآراء مع زملائي عنها
100	210	30	63	62.4	131	7.6	16	4- أتابع من خلالها آخر المستجدات بخصوص قضاياها
100	210	36.2	76	52.4	110	11.4	24	5. أتعرف من خلالها على أبعاد القضايا المطروحة
100	210	23.8	50	67.6	142	8.6	18	6- تسهم البرامج الحوارية في قضاء وقت الفراغ لدي
100	210	34.8	73	43.3	91	21.9	46	7- تجعلني البرامج الحوارية أكثر تفاعلية بالمساهمة فيها
100	210	6.7	14	3.8	8	89.5	188	8- تجعلني شريك بالبرامج بإفصاحها لي المجال بالمشاركة

بناءً على معطيات الجدول السابق يتضح دور البرامج الحوارية في تشكيل اتجاهات نسبة لا يستهان بها من عينة الدراسة نتيجة متابعتهم للقضايا التي تعكسها البرامج الحوارية بصورة دائمة ونسبة بلغت (57.2%)، وتتم متابعة البرامج الحوارية لتبادل الآراء مع الزملاء بصورة دائمة بنسبة بلغت (52.9%)، فيما استحوذت عدم المشاركة في البرامج لدى عينة الدراسة وبشكل نادر ما نسبته (89.5%)، وتعزى المعطيات الفائتة إلى طبيعة البرامج الحوارية المستخدمة من عينة الدراسة، ونوعية القضايا المعالجة، وعدم وجود صلات وصل بين نسبة كبيرة من عينة الدراسة والقائمين بالاتصال في هذه البرامج.

الخامس والعشرون- كيفية تناول البرامج الحوارية للحراك العربي:

الجدول رقم (30)

توزيع عينة الدراسة طبقاً لرأيها بكيفية تناول البرامج الحوارية للحراك العربي

النسبة المئوية	التكرار	ما رأيك بكيفية تناول البرامج الحوارية للحراك العربي
38.1%	80	تناول موضوعي
29%	61	تناول ميسر
8.1%	17	مستقلة
20.5%	43	تناول دعائي
4.3%	9	تناول تحريضي
100%	210	المجموع

توضح بيانات الجدول السابق رقم (30) أن 38.1% من عينة الدراسة يقيمون تناول البرامج الحوارية بالموضوعية وقريب من المهنية وهذا يقارب مع السائد في البرامج الحوارية جدول رقم (25) حيث ترى 47.6% من عينة الدراسة أن محاولة الوصول إلى الحقيقة هي الطاغية على البرامج الحوارية عموماً، وهناك 29% من العينة ترى أن التناول ميسر و 20.5% دعائي و 8% ترى باستقلالية البرامج الحوارية و 4.3% تراها تحريضية ويمكن أن نعزو ذلك إلى: 1- أن قدرة المتحاورين أو موضوعيتهم في إيصال صورة إلى المتابع بالموضوعية تستحق الإشارة بغض النظر عن الأهداف البعيدة لذلك.

3- السياسة تأخذ أشكالاً مختلفة من بينها الموضوعي والواضح، وقد يكون في الموضوعية أحياناً ما يخدم سياسة اتجاه على آخر وهذا أو غيره ما تراه نسبة من عينة الدراسة.

السادس والعشرون- كيفية تناول البرامج الحوارية للوضع في سورية:

الجدول رقم (31)

توزيع عينة الدراسة طبقاً لرأيها بكيفية تناول البرامج الحوارية للوضع في سوريا

النسبة المئوية	التكرار	ما رأيك بكيفية تناول البرامج الحوارية للوضع في سوريا
14.8%	31	جمود عقائدي
12.9%	27	أبعاد طائفية
10%	21	أبعاد مذهبية
1.4%	3	مواقف قومية متناسقة
1.4%	3	الانشغال بدول الجوار
55.7%	117	تمسك النظام بالسلطة
3.8%	8	الانشغال بالمحافل الدولية
100%	210	المجموع

توضح بيانات الجدول السابق رقم (31) أن 55.7% من عينة الدراسة أن ما تعكسه البرامج الحوارية حول الوضع في سوريا تمسك النظام بالسلطة ، و 14.8%جمود عقائدي أساسه التمرس خلف المواقف السياسية، و 12.9% أبعاد طائفية و 10%أبعاد مذهبية، ويمكن أن نعزو ذلك إلى ما يلي:

- 1- تمسك النظام بالسلطة مع إبداء الذرائع للقتل والتشريد والانتهاكات.
- 2- الجمود العقائدي صفة ملازمة للأحاديين غالباً،والليبرالية مازالت في مراحلها المبكرة بالبرامج الحوارية.

3- الأبعاد الطائفية والمذهبية هي جزء من مكونات البيئة السائدة لكنها الكامنة أو الصامتة، قامت الجهات صاحبة المصلحة بتعميمها وشرعنتها ومن ضمنها بعض البرامج الحوارية.

السابع والعشرون- كيفية تناول البرامج الحوارية للقضية الفلسطينية من حيث ترتيب جدول الأولويات:

الجدول رقم (32)

توزيع عينة الدراسة طبقاً لرأيها بكيفية تناول البرامج الحوارية للقضية الفلسطينية من حيث ترتيب جدول الأولويات

النسبة المئوية	التكرار	ما رأيك بكيفية تناول البرامج الحوارية للقضية الفلسطينية من حيث ترتيب جدول الأولويات
18.6%	39	خلاف بين فصائل متنازعة على السلطة
9.5%	20	خلاف على برامج عمل التعامل مع الاحتلال
29.5%	62	صراع من أجل البقاء مع إسرائيل
17.1%	36	سلطة تسعى للبقاء لتحقيق المصلحة الفلسطينية العليا
25.2%	53	قضية مهمشة في خضم الحراك العربي الأشمل
100%	210	المجموع

توضح بيانات الجدول السابق رقم (32) أن جدول ترتيب أولويات تناول القضية الفلسطينية على النحو التالي:

صراع من أجل البقاء مع إسرائيل بنسبة 29.5% المرتبة الأولى، والمرتبة الثانية قضية مهمشة في خضم الحراك العربي الأشمل 25.2% الثالثة خلافات بين فصائل متنازعة على السلطة 18.6%، سلطة تسعى للبقاء لتحقيق المصلحة الفلسطينية العليا 17.1%، وأخيراً خلاف على برامج عمل التعامل مع الاحتلال 9.5% ويمكن تفسير ذلك بما يلي:

1- إن غالبية المستضافين إذا لم يكونوا فلسطينيين فهم متعاطفون مع القضية الفلسطينية والأمر الطبيعي للقناة والمقدم والضيف أن يتناول لب الصراع.

2- القضية الفلسطينية همشت لغمرها بالأهم في الحراك العربي وما آل إليه سواء بالأحداث اليومية أو طويلة الأجل.

4- إن الخلاف بين الفصائل الفلسطينية والانقسام الحاصل حقيقة يصعب تجاوزها.

5- لا شك أن المصلحة الفلسطينية العليا على الأقل نظريا سيسعى الجميع من أجل تحقيقها وهذا ما تبلوره البرامج الحوارية.

الثامن والعشرون- علاقة البرامج الحوارية في بلورة الشخصية الأكاديمية:

الجدول رقم (33)

توزيع عينة الدراسة طبقاً لعلاقة البرامج الحوارية في بلورة الشخصية الأكاديمية لدى عضو هيئة التدريس من حيث التعامل مع الرأي الآخر

النسبة المئوية	التكرار	علاقة البرامج الحوارية في بلورة الشخصية الأكاديمية لدى عضو هيئة التدريس من حيث التعامل مع الرأي الآخر
29%	61	قلما تتيح المجال للنقاش العقلاني
9%	19	تتساوى إيجابياتها مع سلبياتها
13.3%	28	مستواها متواضع
31.4%	66	تعكس واقع المثقف العربي
17.1%	36	علمتنا قبول الآخر
100%	210	المجموع

توضح بيانات الجدول السابق رقم (33) أن 31.4% من عينة الدراسة ترى أن البرامج الحوارية تعكس واقع المثقف العربي، و29% من العينة ترى بأن البرامج الحوارية قلما تتيح المجال للنقاش العقلاني، و17.1% ترى بأنها علمتنا قبول الآخر، و13.3% ترى بان مستواها متواضع ويمكن أن نعزو ذلك للأسباب التالية:

1- كيفية إدارة الحوار ومستوى التناول وآليات إثبات الحجة والإقصاء المتمترس خلف الآراء المسبقة ربما يعبر عن الواقع العربي الذي تضع فيه المستضاف بين قوسين، من حيث التعريف الإجرائي للمثقف.

2- النقاش العقلاني يزدهر في التجرد الذهني والموضوعية وهذا قد لا يتأتى دائما في البرامج الحوارية..... الخ

3- بالرغم من ذلك إلا أن الأيام والأحداث والتجارب والأحكام بأنواعها، قاربتنا نسبيا مع الرأي الآخر.... فقد نعتاد أن نتحاور بالحجة بغرض الوصول إلى مشترك وليس لإثبات الحجة ولو باستخدام العنف.

التاسع والعشرون-المتفق عليه في البرامج الحوارية بخصوص المحافل الدولية:

الجدول رقم (34)

توزيع عينة الدراسة وفقاً للمتفق عليه في البرامج الحوارية بخصوص المحافل الدولية

النسبة المئوية	التكرار	ما المتفق عليه في البرامج الحوارية بخصوص المحافل الدولية
20%	42	مؤسساتها ليست فاعلة
41%	86	مؤسسات تعبر عن الدول الفاعلة فيها
25.2%	53	غرضها شرعية قرارات دول النخبة
13.8%	29	مؤسسات فاعلة ومستقلة في قراراتها
100%	210	المجموع

توضح بيانات الجدول السابق رقم (34) أن (41%) من عينة الدراسة ترى في المحافل الدولية أو ما تعكسه عنها البرامج الحوارية أنها مؤسسات تعبر عن الدول الفاعلة فيها، و25.2% ترى بأن غرضها شرعنة قرارات ودول النخبة، و20% أنها مؤسسات ليست فاعلة، و13.8% أنها مؤسسات فاعلة ومستقلة في قراراتها ويمكن أن نعزو ذلك إلى الأسباب الآتية:

- 1- أن الدول دائمة العضوية والفاعلة عموماً تؤخذ مصالحها بعين الاعتبار عند اتخاذ أي قرار.
- 2- أن المؤسسة الدولية تقيس مصالح الدول الكبرى على مستوى القرارات والجزرات الفعلية.
- 3- كمؤسسة تبقى عاجزة عن تنفيذ قراراتها حتى لو اتخذت إذا تعارضت مع مصالح الدول الفاعلة.

4- هناك من أفراد العينة من يقبلون بالجلسات والقرارات والجزاءات بعيداً عن خلفياتها وأهدافها طويلة المدى، فهي باختصار قرارات متخذة من قبل مؤسسة مسؤولة ونقطة على السطر وهذا فهم للموضوع يحترم بغض النظر عن الآراء فيه.

الثلاثون-المتفق عليه في البرامج الحوارية بخصوص مجلس الأمن:

الجدول رقم (35)

توزيع عينة الدراسة وفقاً للمتفق عليه في البرامج الحوارية بخصوص مجلس الأمن

المتفق عليه في البرامج الحوارية بخصوص مجلس الأمن	التكرار	النسبة المئوية
يعبر عن مصالحها التوافق بين الدول دائمة العضوية	88	41,9%
يعبر عن مصالح أي من الدول الدائمة العضوية	26	12,4%
دوره معطل نتيجة لتكافؤ القوة فيه	14	6,7%
يتناسب دوره طردياً ومصالحة الولايات المتحدة الأمريكية	66	31,4%

7,6%	16	مجلس مستقل
100%	210	المجموع

توضح بيانات الجدول السابق رقم (35) أن 41.9% من عينة الدراسة يرون في مجلس الأمن أنه يعبر عن مصالح التوافق بين الدول دائمة العضوية، فيما ترى 31.4% بأنه قراراته تتناسب طردياً مع المصلحة الأمريكية، و 12.4% يعتقدون أنه يصعب تجاوز المصلحة الحقيقية لأي من الدول دائمة العضوية، و 7.6% يؤكدون على أن المجلس مستقل يتخذ قراراته بموضوعية، و 6.7% يرون بأنه دوره معطل نتيجة تكافؤ القوى فيه، ويمكن أن نرد هذا التباين بالآراء إلى الأسباب التالية:

- 1- إن توظيف دقائق الأمور في سبيل خدمة أهداف بعيدة المدى في قرارات المجلس مبدئياً تحسب بدقة للاتفاق على الاختلاف، أو للاختلاف على الاتفاق رغم طول المسافة بينهم وذلك ينعكس في التفاصيل.
- 2- إن المصلحة الحقيقية لأي من الدول دائمة العضوية يتوقف عندها المجلس طويلاً قبل إصدار القرار، وبحال عدمه قد يقود إلى ما لا تحمد نتائجه.
- 3- الولايات المتحدة بالرغم من تناقض مواقفها واحتساب مصلحتها في سياساتها الخارجية إلا أن العالم يصعب عليه تجاوز مصالحها الفعلية لحاجته لها، وعليه ترى فئة من العينة أن مصلحتها الأساسية في القرارات المتخذة.

الواحد والثلاثون-الوصول لمرحلة التشبع من سماع الحوار:

الجدول رقم (36)

توزيع عينة الدراسة طبقا يتم الوصول لمرحلة التشبع من سماع الحوار

النسبة المئوية	التكرار	يتم الوصول لمرحلة التشبع من سماع الحوار عند:
47,6%	100	عندما أقتنع بحجة أحد الطرفين
19,5%	41	عندما يؤكد لي أحد المتحاورين ما كنت مقتنعا به سابقا
23,3%	49	عندما يذهب أحد الطرفين لإثبات حجته بوسائل دعائية مكشوفة تجعلني أقرب للطرف الآخر
9,5%	20	عندما يكشف مقدم البرنامج مستندا حقيقيا لترجيح الرأي
100%	210	المجموع

توضح بيانات الجدول السابق رقم(36) أن 47.6% من عينة الدراسة تصل لمرحلة التشبع من سماع الحوار عندما تقتنع بحجة أحد الطرفين، و 23.3% تقارب مع الآخر عندما يميل أحد الأطراف للإدعاء على حساب الوقائع، و 19.5% يصل لمرحلة الإشباع عند تثبيت قناعاته من الحجج المقدمة، و 9.5% يعتمدون على الأدلة والإثباتات التي يظهرها مقدم البرنامج، ويمكن أن نعزو ذلك إلى الأسباب التالية:

1- القناعة المجردة عن الأفكار المسبقة غاية الفكرة موضوعيا وهذا ما يبدو أن عينة الدراسة تميل إليه.

2- الاستخدام الدعائي للأفكار بعيدا عن البراهين والأدلة المرجعية يضعف الحجة.

3- تثبيت القناعات المسبقة توصل لإشباع سيما وأنها الوسيلة الأسهل.

نتائج الدراسة:

1- دلت النتائج على توزيع الذكور والإناث لعينة الدراسة بنسب متساوية بلغت 50% لكل منهما، واستحوذت الفئة التي تتراوح بين (35 و 45 سنة) على أعلى نسبة بين الفئات الأخرى لمتغير سن عينة الدراسة، وبلغت (47.1%)، ثم جاءت الفئة بين (46 و 55 سنة) بالمرتبة الثانية وبنسبة بلغت (33.8%).

2- اعتمدت الدراسة على أسلوب التوزيع المتساوي بخصوص متغيري الجامعات والتخصص وبلغت نسبة أعضاء الهيئة التدريسية للكليات التطبيقية والكليات النظرية (45.2%) لكل منهما، فيما استحوذت فئة أعضاء الهيئة التدريسية أصحاب التخصصات المزدوجة على نسبة مقدارها (9.6%)، وتوزعت عينة الدراسة من حيث الجامعات الحكومية والخاصة وبنسبة (50%) لكل منها.

3- بينت النتائج على حصول مفردات العينة على آخر شهادة علمية محلياً وبنسبة بلغت (33.3%)، ثم من الدول العربية وبنسبة بلغت (27.1%)، ثم من دول أوروبا الغربية بنسبة بلغت (21.4%).

4- دلت النتائج على استحواذ فئة من (10-15 سنة) على أعلى نسبة من حيث عدد سنوات الخبرة في مجال التدريس وبنسبة بلغت (37.2%)، ثم جاءت الفئة من (16 إلى 20 سنة) على ثاني أعلى نسبة من حيث سنوات الخبرة وبنسبة بلغت (20%).

5- بينت نتائج الدراسة على استحواذ القنوات الفضائية العربية المتخصصة بالخدمة الإخبارية على أعلى نسبة مقارنة ببقية القنوات الفضائية العربية المتخصصة وبنسبة بلغت (49.5%)، ثم جاءت القنوات الدينية المتخصصة بالمرتبة الثانية وبنسبة بلغت (8.6%)، ثم القنوات التعليمية فالقنوات العربية العامة ثم القنوات المتخصصة بالدراما.

- 6- دلت النتائج على استحواذ فئة المتابعة من (ساعة إلى ساعتين) للتقنيات الفضائية العربية المتخصصة بالخدمة الإخبارية على أعلى نسبة لدى عينة الدراسة ونسبة وصلت إلى (67.2%)، ثم تلتها فئة من (ساعتين إلى ثلاث ساعات) ونسبة بلغت (27.6%)، ثم فئة الثلاث ساعات فأكثر ونسبة بلغت (5.2%).
- 7- دلت النتائج على استحواذ قناة الجزيرة على أعلى نسبة لدى عينة الدراسة إذ بلغت (60%)، تلتها قناة العربية ونسبة بلغت (32%)، ثم الجزيرة مباشر مصر ونسبة بلغت (3.8%).
- 8- بينت النتائج استحواذ فئة أقل من ساعة من حيث مدى متابعة البرامج الحوارية لدى عينة الدراسة على أعلى نسبة إذ وصلت إلى ما نسبته (66.2%) تلتها فئة من ساعة إلى أقل من ساعتين ونسبة (24.8%).
- 9- دلت النتائج على استحواذ برنامج الاتجاه المعاكس على أعلى نسبة استخدام لدى عينة الدراسة ونسبة بلغت (51.4%)، ثم برنامج آخر ساعة على ثاني أعلى نسبة متابعة إذ بلغت (18.1%)، ثم جاء برنامج في العمق بالترتيب الثالث من حيث استخدام عينة الدراسة للبرامج الحوارية وبلغت نسبة استخدام البرنامج (8.6%).
- 10- أظهرت النتائج استحواذ فترة السهرة على أعلى نسبة من حيث أوقات استخدام البرامج الحوارية لدى عينة الدراسة، إذ وصلت النسبة إلى (51.9%)، بينما استحوذت فترة المساء على ما نسبته (36.7%).
- 11- بينت النتائج نوعية الدوافع الطقوسية لاستخدامات البرامج الحوارية حيث تبادل الآراء بخصوص القضايا المعالجة تحتل المرتبة الأولى 40% وقضاء وقت الفراغ والاعتیاد فالتسلية تحتل المرتبة الثانية 35.7% فالثالثة 14.3% فالرابع 10% على التوالي.

- 12- أظهرت نتائج الدراسة أن زيادة المعرفة وإيجاد لغة مشتركة مع الآخر تحتل المرتبة الأولى 42,4% فالثانية 20% من الاشباكات المحققة, ثم مراقبة البيئة والتعمق في المضمون العربي تحتل المرتبة الثالثة 13,8% والرابعة 10%.
- 13- بينت النتائج أن القضايا السياسية هي أهم القضايا التي تفضل عينة الدراسة متابعتها 57,1% وتأتي القضايا الاجتماعية في المرتبة الثانية 22,4% والاقتصادية الثالثة 12,9% وتندرج إلى الثقافية والرياضية والفنية.
- 14- دلت النتائج أن قضايا الحراك العربي ككل هي الأولى في المتابعة 41,4% تأتي بعدها القضية السورية تحديدا 27,1% فالفلسطينية 11,4% والوضع في مصر 6,2% وتتساوى بقية القضايا أو تكاد في تواضع حجم متابعتها من عينة الدراسة.
- 15- بينت نتائج الدراسة تفضيل عينة الدراسة متابعة الشخصيات المستضافة في البرامج الحوارية التي تشغل القيادات السياسية المرتبة الأولى 35,2% والشخصيات الاجتماعية الثانية 24,4% فيما الضيوف الأجانب المرتبة الثالثة 15,2% وبعدها القادة الميدانيون 14,8% فالكتاب 10,5%.
- 16- دلت النتائج أن الوثائق التاريخية هي أهم ما يمكن أن يستند عليه للوصول إلى الحقيقة، تأتي بعدها البيانات الإحصائية 16,2% ومن ثم التصريحات الإعلامية 15,2% فالأفلام الوثائقية 14,3% فالكتب المرجعية 15,5%.
- 17- أظهرت نتائج الدراسة أن 61,4% من عينة الدراسة تعتمد إلى حد ما البرامج الحوارية في إشباع الحاجات الإخبارية، و 27,1% تعتمد عليها بشكل كبير، و 11,4% لا تعتمد عليها مطلقاً.
- 18- بينت النتائج أن 26,7% من عينة الدراسة يعتمدون على البرامج الحوارية للوصول للرأي والرأي الآخر، فيما 26,2% يشككون في مصداقية وسائل الإعلام

- و22.9% يرون أن البرامج الحوارية الأكثر جدة في قراءة الواقع و17.1% لعدم مواكبة الدورات للقضايا المطروحة.
- 19- دلت النتائج أن 44.3% من عينة الدراسة يعتقدون أن الدور الحاسم في مستوى التفاوت بين المتحاورين مكون على مقدم البرامج.
- 20- بينت النتائج أن 57.1% من عينة الدراسة يشاهدون البرامج الحوارية لمعرفة الرأي الآخر وفهمه، فيما 19.5% من العينة غرضهم ما وراء الأحداث، و9% لموضوعية وحيادية الرأي الآخر والنسبة قريبة مما مر معنا في جدول رقم 16، و5.7% لمقدرة الحوارية على تقديم صورة مفصلة للأحداث.
- 21- أظهرت نتائج الدراسة أن 67.9% من أفراد العينة لديهم اعتقاد أن البرامج الحوارية تؤثر إلى حد في تكوين بنيتهم العقلية، و47% تؤثر بشكل كبير، و21% لا تؤثر مطلقاً.
- 22- بينت نتائج الدراسة أن 47,6% من أفراد العينة يرون السائد في البرامج الحوارية هو محاولة الوصول إلى الحقيقة، ويرى فيها 18.1% قراءات معمقة للموضوعات المطروحة، و 11.4% دعاية للجهة التي يمثلها المتحاور , 15% دعاية ضد الآخر، 8.6% تحريض على الآخر، 4.3% محاولة إثبات الحق.
- 23- دلت نتائج الدراسة أن 36.7% من أفراد العينة يصنفون أن وصول السيسي إلى الحكم انقلابا عسكريا على الشرعية 32.9% ثورة شعبية ساندها الجيش، 15.7% المؤسسة العسكرية حمت الدولة العميقة من التطرف.
- 24- بينت النتائج أن 47.1% من أفراد العينة يقيمون الوضع في ليبيا بأنه ثورة شرعية أطاحت بالنظام و39% أنها ثورة شعبية أطاحت بالعقيد، و9.5% حراك شعبي خلط أوراق السلطة في ليبيا.

- 25- أوضحت النتائج أن 31.4% من عينة الدراسة يقيمون المشترك في برامج الحوار على أنه ثورة شرعية أطاحت بالنظام وحسب 31% من عينة الدراسة ثورة شعبية تسعى للأفضل وإن كانت 15.2% ترى بأنه حراك عميق يصعب تأطيره في نقاط، إلا أن 10.5% يرون أن الثورة عقلانية و فقط 9% من العينة يقيمون الحراك التونسي بحراك شعبي امتطته المعارضة.
- 26- بينت نتائج الدراسة أن 38.1% من العينة يقيمون تناول البرامج الحوارية بالموضوعية وقريب من المهنية، وهناك 29% من العينة ترى أن التناول ميسر و 20.5% دعائي و 8% ترى باستقلالية البرامج الحوارية و 4.3% تراها تحريضية.
- 27- دلت النتائج أن 55.7% من العينة الدراسة ترى أن ما تعكسه البرامج الحوارية حول الوضع في سورية تمسك النظام بالسلطة، و 14.8% جمود عقائدي أساسه التمترس خلف المواقف السياسية، و 12.9% أبعاد طائفية و 10% أبعاد مذهبية.
- 28- بينت نتائج الدراسة أن جدول ترتيب أولويات تناول القضية الفلسطينية /الصراع من أجل البقاء مع إسرائيل بنسبة 29.5% المرتبة الأولى والمرتبة الثانية قضية مهمشة في خضم الحراك العربي الأشمل 25.2%، الثالثة خلافات بين فصائل متنازعة على السلطة 18.6%، سلطة تسعى للبقاء لتحقيق المصلحة الفلسطينية العليا 17.1%، وأخيرا خلاف على برامج عمل التعامل مع الاحتلال 9.5%.
- 29- دلت النتائج أن 31.4% من عينة الدراسة ترى أن البرامج الحوارية تعكس واقع المثقف العربي، و 29% من العينة ترى بأن البرامج الحوارية قلما تتيح المجال للنقاش العقلاني، و 17.1% ترى بأنها علمتنا قبول الآخر، و 13.3% ترى بان مستواها متواضع.

30- بينت النتائج أن (41%) من عينة الدراسة ترى في المحافل الدولية أو ما تعكسه البرامج الحوارية عنها أنها مؤسسات تعبر عن الدول الفاعلة فيها، و25.2% ترى بأن غرضها شرعنة قرارات ودول النخبة، و20% أنها مؤسسات ليست فاعلة، و13.8% أنها مؤسسات فاعلة ومستقلة في قراراتها.

31- دلت النتائج أن 41.9% من عينة الدراسة يرون في مجلس الأمن أنه يعبر عن مصالح التوافق بين الدول دائمة العضوية، فيما ترى 31.4% بأنه قراراته تتناسب طردياً مع المصلحة الأمريكية، و12.4% يعتقدون أنه يصعب تجاوز المصلحة الحقيقية لأي من الدول دائمة العضوية، و7.6% يؤكدون على أن المجلس مستقل يتخذ قراراته بموضوعية، و6.7% يرون بأن دوره معطل بنتيجة تكافؤ القوى فيه.

32- أظهرت النتائج أن 47.6% من عينة الدراسة تصل لمرحلة التشبع من سماع الحوار عندما تقتنع بحجة أحد الطرفين، و23.3% تقارب مع الآخر عندما يميل أحد الأطراف للدعاء على حساب الوقائع، و19.5% يصل لمرحلة الإشباع عند تثبيت قناعاته من الحجج المقدمة، و9.5% يعتمدون على الأدلة والإثباتات التي يظهرها مقدم البرنامج.

الهوامش

- 1- وليد محمد عمشه، " أثر التكنولوجيا المستخدمة في جمع وتقديم الأخبار على شكل ومضمون الخدمة الإخبارية"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة، عام 2001م، ص (174).
- 2- سامي الشريف، "القنوات التلفزيونية المتخصصة رؤية نقدية"، المجلة المصرية لبحوث الاتصال، جامعة القاهرة، العدد الخامس يناير/إبريل عام 1999م، ص (160-163).
- 3- منى سعيد الحديدي . سلوى أمام، " الإعلام والمجتمع " ، (القاهرة : الدار المصرية اللبنانية)، عام 2004م، ص (13-14).
- 4- طارق بن ناصر الشدوخي، "أساليب تقديم البرامج الحوارية وعلاقتها بتعزيز المشاهدة"، (مجلة:الرياض) الإلكتروني، العدد(14934)،(14) مايو عام 2009م، ص (112-131).
- 5- 3م حمد خير رمضان يوسف، "مقدمي البرامج الإسلامية في الإذاعة والتلفزيون"، المملكة العربية السعودية: الرياض، ط1، عام 1406 هـ، ص (14-15).
- 6- Tomas, Allbaugh,. "A persistence of Rhetoric in television talk culture. PhD; - (Carbondale: southern-Linos-University, 1997) Vol. 58 N. 9A.
- 7- طارق بن ناصر الشدوخي، مرجع سابق، عام 2009م.
- 8- منال هلال المزاهرة، " نظريات الاتصال"، (عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة)، ط1، عام 2012م، ص (178).
- 9- ميرفت الطرايشي.عبد العزيز السيد، "نظريات الاتصال"، (القاهرة: دار النهضة العربية)، عام 2006م، ص (236-237).
- 10- منال هلال المزاهرة، مرجع سابق، ص (176).
- 11- عبد الله بن علي الفردي، "العلاقة بين التعرض للبرامج الحوارية السياسية في القنوات الفضائية العربية والوعي السياسي لدى الشباب السعودي في الجامعات(دراسة تحليلية ميدانية)، رسالة دكتوراه، (جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، كلية الدعوة والإعلام: قسم الإعلام)، عام 2008م.

- 12- راضي رشيد حسن. عثمان محمد ذويب، " اتجاهات البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العراقية"(السومرية والبغدادية إنموذجاً"، (مجلة: كلية التربية، واسط)، العدد (10)، عام 2008-2009م، ص(403-431).
- 13- ريهام سامي حسين يوسف، "دور البرامج الحوارية في القنوات الحكومية والخاصة في ترتيب أولويات القضايا المجتمعية لدى الجمهور المصري"، رسالة ماجستير، (جامعة القاهرة/كلية الإعلام: قسم الإذاعة والتلفزيون)، عام 2008م.
- 14- طارق بن ناصر الشدوخي، مرجع سابق.
- 15- علي خميس محمد جميع اليماحي، "دور البرامج الحوارية في تلفزيون أبو ظبي بتوعية طلبة الجامعات بالقضايا السياسية الإقليمية"(دراسة ميدانية جامعة الإمارات)، رسالة ماجستير، (جامعة اليرموك: كلية الإعلام)، عام 2012م.
- 16- هدى مالك شبيب، حول "التسويق في البرامج التلفزيونية الحوارية- دراسة تحليلية لبرنامج Oprah Show"، الأستاذ- العدد (201)، لسنة 1433هـ-2012م، ص (769-788).
- 17- العجيلي عصمان سرکز، " البرامج الحوارية السياسية في القنوات الفضائية الليبية(مقاربة تربونفسية"، (66) المجلة الجامعة - العدد السادس عشر -المجلد الثاني -أبريل عام 2014م.
- 18- Sonia, Living stone- "Watching talk : gender and engagement in the viewing of andience discussion programmers". Journal of Media, culture and society Vol. 16. July, 1994.Pp 429-470 .
- 19- Elizabeth Diane: "Simultaneous functions of the discourse market (Ok) in daytime television talk shows"- Dissertation abstracts international – Vol. 56. No. 78, 1995 .
- 20- Tomas, Allbaugh,. "Apersistence of Rhetoric in television talk culture. Ph.D; - (Carbondale: southern-Linos-University, 1997) Vol. 58 N. 9A.

- 21- Bjarne Amalt: "Gudesens conditiori: Re-evangelism on public television in Norway. " Dissertation obstracts international. Vol. 37 , No. 1. 1998 .
- 22- Rossler, Partic & Brosius, Hams. "Do talk shows cultivate adolescents' View of the world : a prolonged exposure experiment in: Journal of communication, March 2001 .
- 23- Nabi, Robn & Hendriks Alexandra. The persuasive effect of Host & Audience Recation shots in television talk show. In: Journal of communication: September 2003.
- 24- جيلان محمود عبد الرازق، "أساليب تغطية القضايا في برامج الرأي المدعاة على الهواء **Talk shows** في القنوات الفضائية العربية"، رسالة ماجستير غير منشورة، (القاهرة: كلية الإعلام، جامعة القاهرة)، عام 2004م.
- 25- عبد الرحمن الشامي: "برامج الرأي في الفضائيات العربية" دراسة حالة لبرنامج منبر الجزيرة، أعمال المؤتمر السنوي الحادي عشر: مستقبل وسائل الإعلام العربية، (القاهرة: كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد الثالث، 2005).
- 26- Awwad, Julian- al-Jazeera's discourse of arabness An examination of discursive construction of Identity in talk how programming. PhD. (Canada: University Canada, 2006).
- 27- سمير محمد حسين، "بحوث الإعلام"، (القاهرة: عالم الكتب)، عام 1995 م، ص(123)