

## اتجاهات طلبة الإعلام في اليمن نحو البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية العربية

د. حسن عبد الله يحيى دجرة

أستاذ مشارك بقسم الإذاعة والتلفزيون - بكلية الفنون - جامعة الحديدة - اليمن

h91973@gmail.com

### الملخص:

يسعى هذا البحث إلى الكشف عن اتجاهات طلبة كليات وأقسام الإعلام في اليمن نحو البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية العربية، ويُعد من البحوث الوصفية، ويعتمد على منهج المسح لعينة بلغت (100) مبحث من طلبة الإعلام في الجامعات اليمنية الحكومية والخاصة، وأكدت النتائج تصدر قناة "الجزيرة" في المرتبة الأولى على مستوى القنوات الفضائية العربية التي يفضل المبحوثون متابعة برامجها الحوارية، وبينت النتائج تفضيل المبحوثين في المرتبة الأولى لبرنامج "الاتجاه المعاكس"، كما أوضحت النتائج تعدد الأسباب التي تدفع المبحوثين إلى متابعة البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية، ويأتي سبب "تعتمد على مقدمين مؤهلين إعلامياً" في المرتبة الأولى، وأكدت النتائج تنوع الموضوعات التي يتابعها المبحوثون في تلك البرامج، وأشارت النتائج إلى أن تقييم المبحوثين كان إيجابياً لتلك البرامج.

الكلمات المفتاحية: اتجاهات طلبة الإعلام، البرامج الحوارية، القنوات الفضائية العربية.

### Attitudes of Media Students in Yemen Towards The Talk Shows on Arabic Satellite Channels

Dr. Hasan Abdullah Yahya Dejarah

### Abstract: ●

This research seeks to determine the attitudes of media students in Yemen toward the talk show programs in Arabic channels. This research is recognized as a descriptive type, and it depends on survey method. Furthermore, by this research there are (100) students have filled the questionnaire which belong to private and public Yemeni universities. The results ensure that "Al-Jazzerah" channel was in the top of the measurement for its talk show programs comprised by Arabic channels. Even though, the results indicate the admiration of students for "Al-Etjah Al-Mo'akes" as the best one. In addition, the results interpret the diversity of the reasons that cause students to follow talk show programs in Arabic channels. Coming on the top of the list "Depend on hosts qualified well" was the first and common reason. The results illustrate the diversity of subjects that students follow in those programs. By flipping the pen, the results beckon that the students have evaluated the programs in the positive indicator.

**Key words:** Attitudes of Media Students, Talk Shows, Satellite Channels

## ● المقدمة:

تُعد البرامج الحوارية أحد أهم أنواع القوالب الفنية للبرامج التلفزيونية حيث ترتبط ارتباطاً وثيقاً بالأحداث الجارية وتتناول موضوعات متنوعة في شتى مجالات الحياة السياسية والاجتماعية والدينية والثقافية والفنية والرياضية وغيرها.

وتلقى البرامج الحوارية في القنوات الفضائية إقبالاً جماهيرياً واسعاً، وتحتل مساحة واسعة في الخرائط البرمجية لتلك القنوات لما تؤديه من دور كبير في تسليط الضوء على مختلف القضايا التي تتطلبها الحياة في مجتمعنا المعاصر.

وقد اسهمت التطورات التكنولوجية الحديثة في مزيد من تطوير هذا النمط من البرامج من حيث الإعداد وسهولة الوصول إلى مصادر المعلومات، فتنوعت أساليب الطرح والمعالجة، كما توسعت البرامج الحوارية في الانتشار، وحققت التفاعلية مشاركة جماهيرية واسعة في تقديم الآراء والمقترحات والأفكار عبر مختلف وسائل التواصل الاجتماعي.

وعليه يأتي هذا البحث ليسلط الضوء على اتجاهات شريحة مهمة من الجمهور وهم طلبة الإعلام في اليمن نحو البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية.

## ● مشكلة البحث:

تحدد المشكلة البحثية في الكشف عن اتجاهات طلبة الإعلام في اليمن نحو البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية.

## ● أهمية البحث:

تتبع أهمية هذا البحث مما يلي:

1- أهمية البرامج الحوارية التلفزيونية كونها من البرامج التي تتناول موضوعات مهمة وقضايا متنوعة في مختلف المجالات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية والدينية وغيرها.

2- اتساع المساحة التي تحتلها البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية، والاقبال الجماهيري الذي تحظى به تلك البرامج.

3- أهمية شريحة طلاب كليات وأقسام الإعلام باعتبارهم اعلاميي المستقبل.

4- أهمية الكشف عن اتجاهات طلبة الإعلام نحو البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية.

### ● أهداف البحث:

يتمثل الهدف الرئيسي لهذا البحث في الكشف عن اتجاهات طلبة الإعلام في اليمن نحو البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية وينبثق من هذا الهدف ما يلي:

- 1- الكشف عن أنماط مشاهدة المبحوثين للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية.
- 2- التعرف على أبرز القنوات الفضائية العربية التي يفضل المبحوثون مشاهدة برامجها الحوارية.
- 3- تحديد أبرز البرامج الحوارية التي يفضل المبحوثون مشاهدتها في القنوات الفضائية العربية.
- 4- التعرف على الأسباب التي تجعل المبحوثين يفضلون تلك البرامج عن غيرها.
- 5- تحديد الموضوعات التي يحرص المبحوثون على متابعتها في البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية.
- 6- تحديد مدى حرص المبحوثين على مشاهدة البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية.
- 7- التعرف على تقييم المبحوثين للبرامج الحوارية التي يشاهدونها في القنوات الفضائية العربية.

### ● تساؤلات البحث:

وتتمثل تساؤلات البحث في الكشف عن اتجاهات طلاب الإعلام في اليمن نحو البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية:

- 1- ما أنماط مشاهدة المبحوثين للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية؟
- 2- ما أبرز القنوات الفضائية العربية التي يفضل المبحوثون مشاهدة برامجها الحوارية؟
- 3- ما أبرز البرامج الحوارية التي يفضل المبحوثون مشاهدتها في القنوات الفضائية العربية؟
- 4- ما أبرز الأسباب التي تجعل المبحوثين يفضلون تلك البرامج عن غيرها؟
- 5- ما أبرز الموضوعات التي يحرص المبحوثون على متابعتها في البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية؟
- 6- ما مدى حرص المبحوثين على مشاهدة البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية؟
- 7- ما مدى تقييم المبحوثين للبرامج الحوارية التي يشاهدونها في القنوات الفضائية العربية؟

### ● الدراسات السابقة:

حاول الباحث رصد الدراسات السابقة التي تناولت علاقة الجمهور بالبرامج الحوارية في القنوات الفضائية، وبعد الرصد تم اختيار الدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع البحث، وفيما يلي استعراض لتلك الدراسات:

سعت دراسة أحمد محمد صالح العميري (2020م)<sup>(1)</sup> إلى التعرف على دور البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية العربية في تنمية وعي الشباب الجامعي بمخاطر الشائعات، واعتمدت الدراسة على منهج المسح وعلى عينة بلغت (400) مبحوث من طلاب جامعات (بورسعيد، المنصورة، 6 أكتوبر، سيناء)، وأشارت النتائج إلى ارتفاع معدل مشاهدة الشباب الجامعي للبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية العربية، وأكدت النتائج وجود علاقة ارتباطية بين معدل مشاهدة الشباب للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية والتأثيرات (المعرفية والوجدانية والسلوكية) الناتجة عن توعيتهم بمخاطر الشائعات.

وهدف دراسة أيمن عبد الغفار عبد العزيز روى (2020م)<sup>(2)</sup> إلى الكشف عن اتجاهات طلبة كليات ومعاهد وأقسام الإعلام نحو الأداء المهني للبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية في إطار المشاهدة الناقدة، واستخدم الباحث منهج المسح على (400) مبحوث من من طلاب (إعلام القاهرة - آداب إعلام عين شمس - إعلام أكاديمية الشروق - إعلام 6 أكتوبر - المعهد العالي للإعلام بمدينة الثقافة والعلوم)، وأكدت النتائج أن مشاهدة المبحوثين للبرامج الحوارية "دائماً" بنسبة 92.25%، وأن وسائل الإعلام التي يشاهد من خلالها المبحوثون البرامج الحوارية "التلفزيون"، ثم موقع "اليوتيوب"، وجاءت رؤية المبحوثين تجاه تأثير دراسة مناهج الإعلام بكليات الإعلام لتنمية المشاهدة الناقدة بنسبة 93.5%.

وتناولت دراسة رشا عادل لطفي (2020م)<sup>(3)</sup> اتجاهات الصفوة الأكاديمية في البرامج الحوارية في الفضائيات المصرية ودورها في الاستقطاب السياسي للمستبعبين اجتماعياً، من خلال دراسة ميدانية على عينة بلغت (100) مبحوث من أعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم في كل من جامعة بني سويف وجامعة النهضة، وأكدت النتائج أن دوافع المبحوثين لمشاهدة البرامج الحوارية عبر الفضائيات المصرية تمثلت في (الالمام بخلفية الأحداث - استقطاب ضيوف ذات صلة وثيقة بموضوع القضية)، كما أكد المبحوثون متابعتهم لنوعية الموضوعات العلمية البحثية، الدينية، والمتعلقة بالسياسة الداخلية والأمنية والصحية).

وسلّطت دراسة ولاء إبراهيم عبد الحميد حسان (2020م)<sup>(4)</sup> الضوء على اتجاهات المرأة المصرية نحو معالجة البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية لقضية ارتفاع الأسعار، من خلال دراسة على عينة بلغت (200) مبحوثة في مدينتي القاهرة والمنصورة، وأكدت النتائج أن 39% من المبحوثات يحرصن على متابعة قضية ارتفاع الأسعار من خلال البرامج الحوارية بالفضائيات، وجاء معدل كفاية المعلومات التي تقدمها البرامج الحوارية عن تلك القضية لدى المبحوثات في المستوى المنخفض بنسبة 59.5%.

وكشفت دراسة علاء الدين أحمد خليفة و محمد أحمد حسن رابعة (2018م)<sup>(5)</sup> واقعية البرامج الحوارية الدينية وعلاقتها بالثقافة الدينية من خلال دراسة ميدانية على (400) مبحوث

من الشباب الجامعي الدارسين في الجامعات الأردنية، وأكدت النتائج أن غالبية الباحثين يشاهدون برنامج (سواعد الإخاء) بشكل دائم، وجاءت أسباب وأهداف الاعتماد على ذلك البرنامج في طريقة تقديم البرنامج وواقعية وتميز الضيوف في إدارة الحوار بعفوية، وكانت الآثار المعرفية أهم الآثار التي نتجت عن متابعة الباحثين للبرنامج تلتهما الآثار السلوكية ثم الآثار الوجدانية.

وسعت دراسة بدر الدين زواقة و سارة مرزوقة (2017م)<sup>(6)</sup> إلى التعرف على اتجاهات أساتذة الإعلام والاتصال الجزائريين نحو البرامج الحوارية في القنوات الفضائية من خلال استطلاع آراء عينة بلغت (83) مبحوثاً ومبحوثة في جامعات الشرق (جامعة سطيف، باتنة بقسنطينة، تبسة)، وأكدت الدراسة أن المبحوثين يفضلون البرامج الحوارية المباشرة بنسبة 84.33%، كما أن المبحوثين تجذبهم في البرامج الحوارية الجراً والحرية في مناقشة الموضوعات والقضايا.

واستهدفت دراسة **Shumi Sarkar & Rabaya Bosri** (2017م)<sup>(7)</sup> إلى التعرف على تأثير البرامج الحوارية على التنمية الاجتماعية في بنجلاديش من خلال دراسة ميدانية على (50) مبحوثاً من طلبة جامعة (UITS) من مشاهدي البرامج الحوارية، وأكدت النتائج عدم وجود تأثير بدرجة كبيرة للبرامج الحوارية على التنمية الاجتماعية في بنجلاديش.

وقيمت دراسة وائل حديفة (2016م)<sup>(8)</sup> مستوى العام للبرامج الحوارية السياسية والاجتماعية في الفضائيات السورية واعتمد الباحث على منهج المسح على عينة بلغت (389) طالباً وطالبة من جامعة دمشق، وأظهرت النتائج أن البرامج الحوارية في شكلها الراهن لا ترقى إلى المستوى الجيد وتعاني من ضعف واضح في الانتاجية وفي الخبرة.

وكشفت دراسة عيسى الشماس و لينا تونس (2015م)<sup>(9)</sup> دور البرامج الحوارية الفضائية في تدعيم المشاركة في الأنشطة الاجتماعية من خلال دراسة ميدانية على (484) مبحوثاً من طلبة جامعة دمشق في كليات (الاقتصاد - التربية - الطب) وأشارت نتائج الدراسة إلى أن دور البرامج الحوارية في تدعيم المشاركة في الأنشطة الاجتماعية كان متوسطاً لدى المبحوثين، وأكدت النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية بين المبحوثين من حيث تقييمهم لدور تلك البرامج في تدعيم المشاركة في الأنشطة الاجتماعية وفقاً لمتغيري الجنس والتخصص الجامعي في حين وجدت فروق ذات دلالة احصائية وفقاً لمتغير السنة الدراسية لصالح طلبة السنة الرابعة.

وسعت دراسة محمد بن فهد الجبير (2015م)<sup>(10)</sup> إلى التعرف على دوافع تعرض السعوديين للبرامج الحوارية وتفضيلاتهم بحسب الميول والاتجاهات الفردية، وتعد من الدراسات الوصفية المسحية من خلال استقصاء رأي (166) مبحوثاً من سكان مدينة الرياض، وبينت النتائج أن المبحوثين يشاهدون البرامج الحوارية في القنوات الفضائية بدرجة قليلة، كما أنهم يفضلون برامج (الثامنة، وفي المرمى ثم لقاء الجمعة ثم اضاءات، وجاءت دوافع تعرضهم للبرامج

الحوارية بحسب الترتيب: طرح الأسئلة الجريئة ثم استضافة خبراء في القضية والموضوعات المهمة.

واستهدفت دراسة علي عبد المعطي الحلاله (2012م)<sup>(11)</sup> التعرف القيم الاجتماعية في البرنامج الحوارى "يسعد صباحك" في التلفزيون الأردني وعلاقتها بالقيم لدى الشباب الجامعي, من خلال وجهة نظر (350) مبحوثاً من طلبة الجامعات (الجامعة الأردنية, جامعة اليرموك, جامعة مؤتة), وأشارت النتائج إلى أن برنامج "يسعد صباحك" يهتم بالقيم الاجتماعية التي تؤثر على الطلبة الجامعيين.

وسعت دراسة راضي رشيد حسن و إيثار طارق خليل (2012م)<sup>(12)</sup> إلى التعرف على دور البرامج الحوارية في تشكيل اتجاهات الرأي العام من وجهة نظر عينة بلغة (225) من طلبة كلية الإعلام بالجامعة العراقية, وتحليل عينة بلغت (15) حلقة من برنامج ولكم القرار على قناة السومرية الفضائية من 2009/12/1 وحتى 2010/3/4م, وتوصلت الدراسة إلى الأسئلة التي قدمت في برنامج ولكم القرار نالت تأييداً ونسبة عالية لدى عينة البحث كما أن الأسئلة كانت ملائمة لتطلعات الشعب العراقي في السياسة والأمن والاقتصاد والخدمات واحترام حقوق الإنسان في حرية الرأي والتعبير.

وكشفت دراسة Emily K. Vraga & et al (2012م)<sup>(13)</sup> عن مدى تأثير أسلوب مقدمي البرامج على تقييم المشاهدين لمدى مصداقية البرامج وثقتهم بالوسيلة الإعلامية, واعتمدت الدراسة على منهج المسح على عينة بلغت (477) مبحوثاً من طلبة جامعة Midwestern, وأكدت النتائج أن أسلوب مقدمي البرامج يؤثر بدرجة كبيرة على مصداقية تلك البرامج فكلما زادت حيادية مقدمي البرامج زاد مستوى المصداقية والثقة بالوسيلة.

#### ● الاستفادة من الدراسات السابقة:

- من خلال الاطلاع على الدراسات السابقة تحققت الاستفادة منها في جوانب كثيرة منها :
- صياغة تساؤلات البحث بشكل علمي يحقق الأهداف المحددة للبحث.
- تحديد أدوات جمع البيانات المناسبة لتحقيق أهداف البحث مع وضع أسئلتها بشكل متسلسل ومنطقي وصياغتها بشكل يحقق الهدف منها بالنسبة لاستمارة الاستبيان.
- التعرف على أهم طرق المعالجة الإحصائية.

#### ● الفرق بين هذا البحث والدراسات السابقة:

- اقتصر هذا البحث على الكشف عن اتجاهات طلبة الإعلام نحو البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية.
- ركز هذا البحث في عينته على طلبة كليات وأقسام الإعلام في الجامعات اليمنية.

#### ● نوع الدراسة ومنهجها وعينتها وأدوات جمع البيانات:

تعد هذه الدراسة من البحوث الوصفية, وتعتمد الدراسة على منهج المسح الإعلامي وهو من أبرز المناهج التي تعتمد عليها الدراسات الوصفية, وفي إطار هذا

المنهج تعتمد الدراسة على مسح عينة تطوعية بلغت (100) مبحوث من طلبة كليات وأقسام الإعلام في الجامعات اليمنية الحكومية والخاصة. وقد أجرى الباحث دراسته في شهر مارس من العام 2021م.

وقد استخدم الباحث استمارة الاستبيان كأداة لجمع البيانات, وتم تحديد المحاور الرئيسية لاستمارة الاستبيان بناءً على فروض البحث وأهدافه, فإضافة إلى البيانات الشخصية, وأنماط مشاهدة البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية, قسمت الاستمارة إلى المحاور التالية:

المحور الأول: تفضيلات المبحوثين لأبرز القنوات الفضائية العربية التي يتابعون برامجها الحوارية وكذلك أبرز البرامج الحوارية وأهم الموضوعات التي يتابعونها.  
المحور الثاني: أسباب متابعة المبحوثين للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية ومدى حرصهم على مشاهدتها.

المحور الثالث: تقييم المبحوثين للبرامج الحوارية التي يتابعونها في القنوات الفضائية العربية.

#### ● إجراءات الصدق والثبات على استمارة الاستبيان :

بعد وضع الأسئلة والمقاييس التي تقيس متغيرات الدراسة تم عرض الاستمارة على مجموعة من الخبراء والمحكمين<sup>14\*</sup> وأجريت التعديلات التي اقترحوها, ولاحتساب معامل الثبات قام الباحث باستعمال طريقة إعادة الاختبار ولمرتين على عينة بلغت (عشرين) مبحوثاً, وبفاصل زمني بلغ (أسبوعين) وبلغ معامل الثبات (0.92%).

#### ● المعالجة الإحصائية للبيانات:

بعد انتهاء عمليات جمع البيانات من قبل المبحوثين, للتأكد من الإجابة على أسئلة الاستمارة كاملة, تم إعداد دليل ترميز أسئلة الاستمارة بحيث تم تحويل إجابات المبحوثين إلى أرقام, ومن ثم إدخالها إلى الحاسب, ومن ثم تحليلها إحصائياً باستخدام برنامج ((SPSS V.23) الذي يُعد من أكثر البرامج الإحصائية استخداماً في تحليل البحوث الاجتماعية, وقد تم استخدام المعاملات الإحصائية التالية: (15)

1- التكرارات والنسب المئوية.

2- المتوسط الحسابي والانحراف المعياري.

وتم توزيع قيم المتوسطات لقياس آراء المبحوثين حول بعض العبارات كالتالي:

#### ● للمقياس الخماسي:

مدى المتوسط	التقدير اللفظي
1-2.59	غير موافق أو سلبي
2.60-3.40	محايد
3.41-5	موافق أو ايجابي

## ● للمقياس الثلاثي:

مدى المتوسط	التقدير اللفظي
1-1.66	نادراً
1.67-2.33	أحياناً
2.34-3	دائماً

3- الوزن المئوي الذي يُحسب من المعادلة التالية:  
الوزن المئوي = (المتوسط الحسابي × 100) ÷ الدرجة العظمى للعبارة.

## ● الإطار النظري: البرامج الحوارية في القنوات الفضائية: (16)

تؤكد الدراسات والبحوث أن البرامج الحوارية تحظى بجماهيرية واسعة وتحتل مساحة كبيرة في الخرائط البرمجية لأغلب القنوات الفضائية، وقد يكون الحوار فناً مستقلاً بحد ذاته، وقد يندرج في تكوين قالب برامجي آخر كبرامج التحقيقات التلفزيونية والمجلات التلفزيونية والمنوعات وغيرها.

والبرنامج الحوارى هو قالب فنى يتلخص فى حديث يتم بين مذيع أو أكثر وضيف أو أكثر حول موضوع معين أو قضية ما أو شخصية معينة أو مكان محدد بغرض تسليط الضوء على معلومات أو آراء حول ذلك، وقد تكون البرامج الحوارية ذات مضمون واحد أو مضامين متنوعة. وتؤدي البرامج الحوارية التلفزيونية -كغيرها من الفنون الإعلامية- مهام الاتصال المعروفة من إعلامٍ وثقافةٍ ودعايةٍ وترويجٍ وترفيهٍ، وتطغى أهميةً وظيفيةً معينة على غيرها تبعاً لهدف البرنامج وفكرته ونوعه وبما يتناسب وطبيعة الضيف وخصائص الجمهور المستهدف.

وتتعدد عناصر البرامج الحوارية ابتداءً باختيار الموضوعات والقضايا، وتحديد المذيع المناسب، وانتقاء الضيوف المتخصصين، ومعرفة الجمهور المستهدف، وكذلك مكان التصوير وطبيعة البث وإعداد الأسئلة وتحقيق التفاعلية والمشاركة مع جمهور المشاهدين، ولعلنا نتناول فيما يلي وبايجاز تلك العناصر:

## أولاً: الموضوعات والقضايا:

تتناول البرامج الحوارية مختلف الموضوعات والقضايا فنجد برامج تهتم بالموضوعات السياسية وثانية تهتم بالموضوعات الاقتصادية وثالثة تهتم بالموضوعات الاجتماعية وأخرى تهتم بالموضوعات الفنية وغيرها من المجالات الأدبية والثقافية والدينية والرياضية، وهناك برامج حوارية تجمع بين أكثر من موضوع أي "المنوعات"، وهناك برامج حوارية تسلط الضوء على شخصيات مهمة لجمهور المشاهدين أو أماكن معينة.



وفي هذا الإطار عموماً تنقسم البرامج الحوارية إلى:

1- برامج حوار المعلومة: وهي البرامج التي تستهدف تقديم معلومات حول موضوع أو قضية تهم جمهور المشاهدين سواء كانت معلومات سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية أو عسكرية أو فنية أو رياضية وغيرها.

2- برامج حوار الرأي: وهي البرامج التي تستهدف استطلاع وجهة نظر أحد المتخصصين أو الخبراء في موضوع ما أو قضية أو مشكلة تهم جمهور المشاهدين كبرنامج "نقطة حوار" في قناة الـ"BBC" العربية. ومن حيث طبيعة الآراء في البرامج الحوارية فتقسم إلى:

1- برامج حوارية ذات رأي واحد: وهي البرامج التي يتم فيها استضافة ضيوف ذوي رأي واحد.

2- برامج حوارية ذات آراء متعددة: وهي البرامج التي يتم فيها استضافة ضيوف بآراء متناقضة.

3- برامج حوار الشخصية: وهي البرامج التي تستهدف تعريف المشاهدين بجوانب شخصية الضيف، سواء كان من الناس المشهورين أو غير المشهورين في أحد المجالات السياسية أو الاقتصادية أو الاجتماعية أو الثقافية أو الرياضية وغيرها. كبرنامج "ضيف ومسيرة" في قناة "24 فرانس".

4- برامج حوار المكان: وهي البرامج التي تسلط الضوء على بعض الأماكن ذات الأهمية لدى جمهور المشاهدين كالأماكن الأثرية والسياحية.

#### ثانياً: مقدمو البرامج الحوارية:

يعتبر مقدم البرامج الحوارية هو العنصر الرئيسي للبرنامج، وهو الطرف الذي نؤول عليه نجاح البرنامج حيث أنه يدير الحوار ويناقش ضيوفه ويوجه إليهم الأسئلة، وقد يتطلب البرنامج الحوارى لإدارته مديعاً واحداً أو أكثر من مديع وفقاً لطبيعة البرنامج وأهدافه.

ويجب أن يتسم المديع في البرامج الحوارية بمهارتي الإلقاء والانصات أيضاً، إضافة إلى ما يجب أن يتسم به من سرعة البديهة والثقافة الموسوعية واللباقة وحسن التصرف والصبر والنباهة وسرعة البديهة والقدرة على فهم الآخرين واقناعهم.

#### ثالثاً: ضيوف البرامج الحوارية:

يُعد الضيف الذي يجري معه الحوار عنصراً أساسياً في البرامج الحوارية، كما أنه يؤدي دوراً كبيراً في نجاح البرنامج إذا ما تم اختياره بدرجة عالية من الدقة والاهتمام وبما يحقق فكرة وأهداف البرنامج ويلاءم طبيعته.

وقد تستضيف البرامج الحوارية ضيفاً واحداً وبعضها تستضيف ضيفين أو أكثر وبما يخدم فكرة البرنامج ويلبي احتياجات الجمهور. ولعل من أهم السمات التي يجب أن يتسم بها الضيف في أي برنامج حوارى:

- 1- أن يكون ذو خبرة وقدرة علمية في الموضوع الذي يتم مناقشته فيه.
- 2- أن يكون ذا قدرة اتصالية تمكنه من توصيل المعلومة بسهولة إلى المشاهدين.
- 3- أن يكون ذا قبول لدى المشاهدين.
- 4- وأن يكون متوافراً أثناء التصوير سواء بحضوره، أو قد يتم الاتصال به بإحدى وسائل الاتصال (عبر الهاتف أو عبر إحدى وسائل التواصل الاجتماعي أو غيرها من الوسائل الأخرى).

#### رابعاً: الجمهور المستهدف:

قد تستهدف البرامج الحوارية جمهوراً عاماً، وقد تستهدف فئة معينة من الجمهور حسب الفئة العمرية كجمهور الشباب مثلاً أو الأطفال، وحسب النوع كالبرامج الحوارية الموجهة إلى المرأة، وكذلك الخصائص المهنية حيث نجد بعض البرامج الحوارية مخصصة للتربويين مثلاً، والمستوى التعليمي والثقافي فنجد بعض البرامج الحوارية تستهدف المثقفين والأدباء، وهكذا، والخصائص المرتبطة بالمنطقة الجغرافية للإقامة (الحضر - الريف).

#### خامساً: مكان تصوير البرنامج الحوارية:

تختلف الأماكن التي يجري فيها الحوار حسب طبيعة البرنامج وأهدافه وكذلك إمكانيات القنوات، فقد يجري الحوار داخل الاستديو، وقد تستدعي طبيعة البرنامج أن يجري الحوار في مقر عمل الضيف أو في منزله أو أي مكان آخر له صلة بطبيعة الأحداث، وتنقسم أماكن تصوير البرنامج إلى:

- 1- برامج حوارية داخلية: وهي التي يتم تصويرها داخل الاستديو.
- 2- برامج حوارية خارجية: وهي التي يتم تصويرها خارج الاستديو.
- 3- برامج حوارية تجمع بين (داخلية وخارجية): وهي التي تجمع بين التصوير الداخلي والتصوير الخارجي.

#### سادساً: طبيعة بث البرامج الحوارية:

تختلف طبيعة بث البرنامج الحوارى وهناك طريقتان للبث:

- 1- برامج حوارية مسجلة: وهي البرامج التي يتم تصويرها مسبقاً وتسجيلها ثم بثها.
- 2- برامج حوارية مباشرة: وهي البرامج التي يتم بثها على الهواء مباشرة.

**سابعاً: أسئلة البرامج الحوارية:**

تعتبر الأسئلة الركيزة الأساسية للبرامج الحوارية التليفزيونية ومفتاح الحصول على المعلومات, ويشترط في أسئلة البرامج الحوارية:

- 1- أن تكون الأسئلة واضحة مفهومة.
- 2- أن تغطي الموضوع.
- 3- استبعاد الأسئلة المغلقة.
- 4- تجنب الأسئلة الإيحائية.
- 5- ألا تكون مركبة.
- 6- ألا تسيء إلى الضيف.
- 7- ألا تتدخل في خصوصيات الضيف إلا إذا كانت طبيعة البرنامج تستدعي ذلك, وعلى أن يتم شرح طبيعة البرنامج للضيف.
- 8- مراعاة تسلسل الأسئلة وتتابعها بما يحقق أهداف الحلقة ويلبي احتياجات الجمهور.

**ثامناً: التفاعلية:**

اتاحت التقنيات الاتصال الحديثة دوراً كبيراً في تحقيق التفاعلية في البرامج التليفزيونية عموماً والبرامج التليفزيونية الحوارية على وجه الخصوص, فقد اتاحت تلك التقنيات الفرصة أمام الجمهور للمشاركة عبر مختلف الوسائل الحديثة, فأضحى بإمكان الجمهور المشاركة بطرح آرائه ومداخلته وأسئلته عبر وسائل التواصل الاجتماعي (كالفيس بوك وتويتر وواتساب وكذلك عبر تطبيقات الزوم والسكايب وغيرها من الوسائل الحديثة). وأخيراً تبقى المعالجة والإعداد للبرامج الحوارية خاضعة لإبداع المعد وخياله فليس هناك ما يحد من أفق تفكيره.

## نتائج البحث:

## ● سمات العينة:

جدول رقم (1) يوضح سمات العينة

المتغير	ك	%	المتغير	ك	%
النوع	ذكور	70.0	ال	ح	16.0
	إناث	30.0	ام	ك	14.0
	عام	15.0	ع	م	12.0
	صحافة	5.0	ة	ية	8.0
التخصص	إذاعة وتلفزيون	65.0	ص	ن	15.0
	علاقات عامة	15.0		=	14.0
	الأول	12.0		0	7.0
	الثاني	19.0		5	6.0
المستوى الدراسي	الثالث	27.0	ن	4	4.0
	الرابع	42.0	=	4	4.0
	المستقبل	15.0	0	1	15.0
	العلوم الحديثة	14.0	خ	ا	14.0
العلوم والتكنولوجيا	7.0	ص	ة	7.0	
اقرأ	6.0	ن	=	6.0	
المعرفة	4.0	5	0	4.0	
الأندلس	4.0	4	4	4.0	

ن = 100

تشير بيانات الجدول أعلاه إلى تنوع سمات المبحوثين من حيث النوع والتخصص والمستوى الدراسي ونوع الجامعة، وأكدت النتائج ما يلي:

- تفوق الذكور من المبحوثين في متابعتهم للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية بنسبة بلغت (70.0%) مقابل (30.0%) للإناث، ولعلنا نرجع هذه النتيجة إلى إهتمام الذكور بالبرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية أكثر من الإناث، وتتفق هذه النتيجة مع نتائج الدراسات التي أكدت تفوق الذكور على الإناث في متابعة البرامج الحوارية في القنوات الفضائية<sup>(17)</sup>، في حين اختلفت مع نتائج الدراسات التي أثبتت عكس ذلك<sup>(18)</sup>.

- وكانت الغلبة في متابعة البرامج الحوارية في القنوات الفضائية على مستوى المبحوثين -وفقاً للتخصص- لطلبة "الإذاعة والتلفزيون" في المرتبة الأولى بنسبة بلغت (65.0%) وجاء طلبة "العلاقات العامة" و"العام" في المرتبة الثانية بنسبة بلغت (15.0%) لكل منهما، وأخيراً جاء طلبة "الصحافة" بنسبة (5.0%)، ولعلنا نعزو ذلك إلى إهتمام طلبة الإذاعة والتلفزيون بالبرامج الحوارية في القنوات الفضائية بما يتناسب وطبيعة تخصصهم.

- وجاءت طلبات المستوى "الرابع" في المرتبة الأولى من حيث متابعة الباحثين للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية ونسبة بلغت (42.0%)، يليهم طلبات المستوى "الثالث" بنسبة بلغت (27.0%)، وفي المرتبتين الأخيرتين جاء طلبات المستويين "الثاني والأول" بنسبتي (19.0% و 12.0%) لكل منهما على التوالي. وتُرجع تفسير هذه النتيجة إلى كون كليات وأقسام الإعلام في اليمن يحدون تخصصات الطلبة من المستوى الثالث، وتتوافق هذه النتيجة مع النتيجة الواردة في الفقرة أعلاه والتي أشارت إلى استئثار تخصص "الإذاعة والتلفزيون" على المرتبة الأولى على مستوى العينة في متابعة البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية.
- وتكشف نتائج الجدول أيضاً حرص الباحث على تمثيل أغلب كليات وأقسام الإعلام في الجامعات اليمنية -الحكومية والخاصة- في عينة البحث، فوجد الباحثون موزعين على أربع جامعات حكومية وست جامعات خاصة.

● مدى متابعة الباحثين للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية:

جدول رقم (2) يوضح مدى متابعة الباحثين للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية

مدى المتابعة	ك	%
1 دائماً	22	22.0
2 أحياناً	57	57.0
3 نادراً	21	21.0
ن = 100		

تعكس بيانات الجدول السابق أن (57.0%) من الباحثين يتابعون "أحياناً" البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية، في حين (22.0%) منهم يتابعونها "دائماً"، ويتابع (21.0%) من الباحثين تلك البرامج "نادراً". وتتفق هذه النتيجة مع نتائج البحث التي أكدت أن الباحثين يتابعون البرامج الحوارية في القنوات الفضائية (أحياناً) في المرتبة الأولى تليها المتابعة (دائماً).<sup>(19)</sup>

ولعنا نعزو هذه النتيجة إلى انشغال الباحثين بدراساتهم أولاً وانشغالهم أيضاً بأنشطة أخرى تؤثر على مشاهدتهم بصفة "دائماً" للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية كانشغالهم بالإعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي وانشغال بعضهم بالعمل.

● الوقت المفضل لدى الباحثين لمتابعة البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية:

جدول رقم (3) يوضح الوقت المفضل لدى الباحثين لمتابعة البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية

الوقت المفضل	ك	%	الوقت المفضل	ك	%
1 الفترة المسائية	89	48.11	3 فترة الظهر	21	11.35
2 فترة السهرة	55	29.73	4 الفترة الصباحية	20	10.81
ن = 185 (أكثر من بديل)					

تشير بيانات الجدول السابق أن (48.11%) من الباحثين يفضلون متابعة البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية في "الفترة المسائية"، تليها "فترة السهرة" بنسبة بلغت (29.73%)، وفي المرتبتين الأخيرة جاءت فترتا "الظهيرة" و"الصباح" بنسبتي (11.35% و 10.8%) لكل منهما على التوالي.

وهي نتيجة منطقية لفترتا (المساء و السهرة) تمثلان أكثر الفترات مشاهدة من قبل الجمهور عامة وطلبة الجامعة على وجه الخصوص نظراً لانشغالهم بدراساتهم في فترتي الصباح والظهيرة.

وتتفق هذه النتيجة مع نتائج البحث التي أكدت تفضيل جمهور المشاهدين لفترتي المساء والسهرة في متابعة البرامج الحوارية.<sup>(20)</sup>

- نوع البرامج الحوارية المفضلة لدى المبحوثين في القنوات الفضائية العربية:  
جدول رقم (4) يوضح نوع البرامج الحوارية المفضلة لدى المبحوثين في القنوات الفضائية العربية

نوع الحوار			نوع البث		
%	ك		%	ك	
30.51	90	1 حوار المعلومة	39.00	39	1 مباشر
28.81	85	2 حوار المنوعة	9.00	9	2 مسجل
26.10	77	3 حوار الرأي	52.00	52	3 كلاهما (مباشر أو مسجل)
14.58	43	4 حوار الشخصية	ن = 100		
ن = 295 (أكثر من بديل)					

تشير بيانات الجدول السابق أن كلا البث "مباشر أو مسجل" يفضلهُ (52.00%) من المبحوثين، في حين (39.00%) منهم يفضلون البث "المباشر" فقط، وجاء تفضيل نسبة محدودة من المبحوثين للبرامج الحوارية ذات البث "المسجل" وبنسبة بلغت (9.00%). ولعلنا نُفسر هذه النتيجة بما يتيح البث المباشر للمشاهدين من فرصة للتفاعل والمشاركة وإمكانية طرح الأسئلة على الضيوف وإبداء الرأي والمداخلات حول القضايا المطروحة. وتتفق هذه النتيجة مع نتائج البحوث التي أكدت تفضيلات المبحوثين للبرامج الحوارية ذات البث المباشر. (21)

كما تشير بيانات الجز الثاني من الجدول إلى تفضيل حوار "المعلومة" لدى (30.51%) من المبحوثين ولعل هذه النتيجة تؤكد حرص المبحوثين على الحصول على المعلومات حول الموضوعات أو القضايا التي تثير اهتمامهم من البرامج الحوارية التي يتابعونها. ويفضل (28.81%) من المبحوثين البرامج الحوارية "المنوعة" التي تجمع بين المعلومات والآراء حول الموضوعات أو القضايا وفي نفس الوقت تمدهم بمعلومات عن شخصية الضيف. وحظيت حوارات "الرأي" بتفضيل لدى (26.10%) من المبحوثين مما يشير إلى اهتمام المبحوثين بالبرامج الحوارية التي تستهدف استطلاع وجهة نظر أحد المتخصصين أو الخبراء في موضوع ما أو قضية أو مشكلة تهم جمهور المشاهدين. وأخيراً يفضل (14.58%) من المبحوثين حوارات "الشخصية" ولعلنا نعزو ذلك إلى عدم اهتمام المبحوثين بجوانب شخصية الضيف بقدر اهتمامهم بآرائه حول القضايا التي يتابعونها.

- أبرز القنوات الفضائية العربية التي يفضل المبحوثون متابعة برامجها الحوارية:  
جدول رقم (5) يوضح أبرز القنوات الفضائية العربية التي يفضل المبحوثون متابعة برامجها الحوارية

الترتيب	الوزن المرجح		ت3	ت2	ت1	القنوات
	%	النقاط				
11	2.41	14	1	2	3	فرانس 24
12	1.89	11	1	2	2	الساحات
13	1.55	9	4	1	1	بلقيس
13	1.55	9	5	2	0	سكاي نيوز
13	1.55	9	5	2	0	الهوية
14	1.38	8	0	1	2	الغد المشرق
14	1.38	8	1	2	1	سي بي سي
15	1.03	6	0	0	2	سهيل
15	1.03	6	0	3	0	القاهرة والناس
مجموع الأوزان المرجحة						
	100.0	581				

الترتيب	الوزن المرجح		ت3	ت2	ت1	القنوات
	%	النقاط				
1	28.23	164	10	14	42	الجزيرة
2	16.52	96	11	29	9	بي بي سي
3	8.26	48	5	5	11	ام بي سي 1
4	6.88	40	7	3	9	المسيرة
5	6.71	39	8	11	3	العربية
6	4.99	29	3	4	6	الحدث
7	4.48	26	16	2	2	آر تي
8	3.44	20	2	9	0	يمن شباب
9	3.27	19	7	0	4	السعيدة
10	2.58	15	5	2	2	اليمن اليوم

يتضح من بيانات الجدول السابق أن أبرز القنوات الفضائية العربية التي يفضل المبحوثون متابعة برامجها الحوارية حسب ترتيبها لديهم هي:

- جاءت قناة "الجزيرة" في المرتبة الأولى على مستوى القنوات الفضائية العربية التي يفضل المبحوثون متابعة برامجها الحوارية بوزن مرجح بلغ (28.23%) ولعل ذلك يعود إلى ما تقدمه قناة الجزيرة من برامج حوارية تتناول القضايا والموضوعات التي تهتم المشاهد العربي إضافة إلى توظيف التقنيات الحديثة في إنتاج برامجها وبما يتيح التفاعلية والمشاركة لجمهور المشاهدين.
- تليها قناة "بي بي سي" في المرتبة الثانية على مستوى القنوات الفضائية العربية التي يفضل المبحوثون متابعة برامجها الحوارية بوزن مرجح بلغ (16.52%) ونعزو هذه النتيجة إلى المهنية العالية التي نلمسها لدى القائمين على البرامج الحوارية في قناة ال بي بي سي وكذلك مهارة مقدمي البرامج الحوارية في تلك القناة.
- ثم تأتي قناة "ام بي سي1" في المرتبة الثالثة على مستوى القنوات الفضائية العربية التي يفضل المبحوثون متابعة برامجها الحوارية بوزن مرجح بلغ (8.26%) ولعلنا نرجع سر تفضيل المبحوثين للبرامج الحوارية بهذه القناة إلى تنوع الموضوعات التي تتناولها تلك البرامج وكذلك جودة إعدادها.
- وجاءت قناة "العربية" في المرتبة الخامسة على مستوى القنوات الفضائية العربية التي يفضل المبحوثون متابعة برامجها الحوارية بوزن مرجح بلغ (6.71%) ولعل سبب تفضيل المبحوثين للبرامج الحوارية بهذه القناة يكمن في تناولها للموضوعات الأنوية وذات الصلة بالأحداث الجارية على مستوى وطننا العربي.
- وأخيراً جاءت قنوات "الحدث و آر تي و فرانس 24 و سكاى نيوز و سي بي سي و القاهرة والناس" وعلى مستوى القنوات الفضائية اليمنية :
- جاءت قناة "المسيرة" في المرتبة الرابعة على مستوى القنوات الفضائية العربية والأولى على مستوى القنوات الفضائية اليمنية بوزن مرجح بلغ (6.88%) ولعلنا نفسر تصدر هذه القناة على قائمة القنوات الفضائية اليمنية بسبب اهتمام قناة المسيرة في برامجها الحوارية بالأحداث الجارية وحرصها على تقديم المستجدات على الساحة اليمنية في تلك البرامج.
- وجاءت قناة "يمن شباب" في المرتبة الثامنة على مستوى القنوات الفضائية العربية والثانية على مستوى القنوات الفضائية اليمنية بوزن مرجح بلغ (3.44) ونرجع سبب تفضيل المبحوثين للبرامج الحوارية في هذه القناة إلى تغطية القناة لما يجري على الساحة اليمنية.
- وجاءت قناة "السعيدة" في المرتبة التاسعة على مستوى القنوات الفضائية العربية والثالثة على مستوى القنوات الفضائية اليمنية بوزن مرجح بلغ (3.27%) ولعلنا نعزو هذه النتيجة إلى حرص قناة السعيدة على التنوع في برامجها الحوارية وتقديمها لبرامج حوارية متنوعة فنية وثقافية واجتماعية واقتصادية وسياسية وغيرها من المجالات.
- وجاءت قناة "اليمن اليوم" في المرتبة العاشرة على مستوى القنوات الفضائية العربية والرابعة على مستوى القنوات الفضائية اليمنية بوزن مرجح بلغ (2.58%) ولعلنا نفسر سبب تفضيل المبحوثين للبرامج الحوارية في هذه القناة أيضاً بسبب تنوع برامجها في مختلف المجالات وملاستها لهموم المواطن اليمني.
- وجاءت قناة "الساحات" في المرتبة الثانية عشرة على مستوى القنوات الفضائية العربية والخامسة على مستوى القنوات الفضائية اليمنية بوزن مرجح بلغ (1.89%) وتأتي هذه النتيجة بسبب اهتمام القناة بتقديم قضايا المواطن اليمني بأساليب متنوعة ما بين الجدية والساخرة.
- وأخيراً جاءت قنوات "بلقيس والهوية والغد المشرق و سهيل".

● أبرز البرامج الحوارية التي يفضل المبحوثون متابعتها في القنوات الفضائية العربية:  
جدول رقم (6) يوضح أبرز البرامج الحوارية التي يفضل المبحوثون متابعتها في القنوات الفضائية العربية

الترتيب	الوزن المرجح		ت3	ت2	ت1	البرامج المفضلة	الترتيب	الوزن المرجح		ت3	ت2	ت1	البرامج المفضلة	
	%	النقاط						%	النقاط					
9	2.88	11	1	5	0	ثائرات	1	32.20	123	12	12	29	الاتجاه المعاكس	
10	2.36	9	0	0	3	صدي الملاعب	2	7.85	30	4	4	6	صدي الأسبوع	
10	2.36	9	1	1	2	معكم مني الشاذلي	3	6.81	26	6	4	4	بلا حدود	
10	2.36	9	0	0	3	الاستديو التحليلي	4	5.76	22	0	2	6	الحقيقة لا غير	
11	2.09	8	1	2	1	فضاء حر	5	5.24	20	2	3	4	ما وراء الخبر	
12	1.83	7	1	3	0	الحصاد الرياضي	6	3.93	15	2	2	3	تردينغ	
13	1.57	6	0	3	0	نافذة الحقيقة	6	3.93	15	3	3	2	للقصة بقية	
13	1.57	6	0	0	2	مع الخير	7	3.66	14	6	1	2	صباح الخير يا عرب	
14	1.31	5	1	2	0	مع معجب	7	3.66	14	5	0	3	نقطة حوار	
14	1.31	5	0	1	1	العالم هذا المساء	8	3.40	13	1	3	2	رحلة في الذاكرة	
15	1.05	4	0	2	0	المشهد	9	2.88	11	1	2	2	كلام نواعم	
		100.0	382											مجموع الأوزان المرجحة

- تعكس نتائج الجدول أعلاه تعدد البرامج الحوارية التي يفضل المبحوثون متابعتها في القنوات الفضائية العربية، ولعلنا نسلط الضوء على أبرز تلك البرامج فيما يلي:
- يفضل المبحوثون في المرتبة الأولى متابعة برنامج "الاتجاه المعاكس" على قناة الجزيرة وبوزن مرجح بلغ (32.20)، ولعلنا نعزو ذلك إلى قدم هذا البرنامج فهو يُبث منذ أكثر من عشرين سنة كما أنه يتطرق إلى مواضيع حساسة سياسية واقتصادية وقضايا اجتماعية وأحياناً دينية ويقوم هذا البرنامج على استضافة شخصيتين تمثلان وجهتي نظر متعارضتين لسير أغوار الآراء المتناقضة.
  - يليه في المرتبة الثانية برنامج "بلا حدود" على قناة الجزيرة وبوزن مرجح بلغ (6.81) ولعلنا نفسر تفضيل المبحوثين لهذا البرنامج كونه يناقش أهم قضايا الساعة من مشكلات عربية وإسلامية ودولية ويستضيف خبراء ومسؤولين وصناع قرار، إضافة إلى شهرة مقدمه الإعلامي أحمد منصور.
  - وفي المرتبة الثالثة يأتي في قائمة تفضيلات المبحوثين لبرنامج "ما وراء الخبر" على قناة الجزيرة بوزن مرجح بلغ (5.24) ولعلنا نفسر هذه النتيجة بسبب فكرة هذا البرنامج والتي تقوم على معالجة مفصلة لحدث يشغل الساحة في وقته ويعمد إلى طرح أسئلة متعددة تتعلق بالخبر المتناول، ويجب عليها عدد من الخبراء أو المسؤولين ليضع الحقيقة أمام المشاهد تاركاً له حرية اتخاذ موقفه.
  - يلي ذلك برنامج "تردينغ" على قناة ال بي بي سي العربية وبوزن مرجح بلغ (3.93)، ولعلنا نرجع تفضيل المبحوثين لهذا البرنامج إلى سببين أولهما اهتمام برنامج تردينغ بعرض محتوى شبكات التواصل الاجتماعي ويعتمد البرنامج على استضافة المعلقين والمحللين وذوي الشأن، والسبب الآخر مهارة وتلقائية مقدمي هذا البرنامج أحمد فاخوري ورائيا العطار.
  - ويأتي بعد ذلك تفضيل المبحوثين لبرنامج "للقصة بقية" على قناة الجزيرة وبوزن مرجح (3.93)، حيث يناقش هذا البرنامج قضايا سياسية أو عامة تهم المشاهد العربي وتؤثر في حياته، ويعرض البرنامج القضية بأبعاد مختلفة حيث يطرح جزءاً من القضية بشكل قصصي



- عبر وثائقي مدته نصف ساعة، ثم يستكمل بقيتها بحوار مع متخصصين ومهتمين، مع إتاحة الفرصة للمشاهدين للتفاعل مع القصة عبر منصات التواصل الاجتماعي.
- كما جاء تفضيل المبحوثين لبرنامج "صباح الخير يا عرب" على قناة إم بي سي 1 وبوزن مرجح (3.66)، ولعل المبحوثين يفضلون متابعته كونه يناقش اهتمامات المشاهدين الصحية والاجتماعية والأسرية وأبرز أخبار الفن، ويتم في هذا البرنامج استضافة شخصيات متنوعة في مختلف المجالات.
  - ويفضل المبحوثون برنامج "نقطة حوار" على قناة ال بي بي سي العربية وبوزن مرجح (3.66)، ولعلنا نعزو ذلك إلى كونه برنامج حوار تفاعلي يستفتي الجمهور في قضايا آنية ومتنوعة.
  - كما يفضل المبحوثون برنامج "رحلة في الذاكرة" على قناة روسيا اليوم وبوزن مرجح بلغ (3.40)، ويمكن تفسير ذلك كونه يعتمد على استضافة شخصيات مجتمعية في شتى الميادين السياسية والاقتصادية والاجتماعية وغيرها من المجالات في المنطقة العربية والعالم من دبلوماسيين وعسكريين ورجال استخبارات وعلماء وصحفيين وغيرهم ممن عايش الأحداث الجارية في تلك الفترة ليؤرخوا كشهود بمعلوماتهم الموثقة ما عاصروه أو تعرضوا له.
  - ويأتي برنامج "كلام نواعم" على قناة إم بي سي 1 وبوزن مرجح (2.88) في البرامج المفضلة لدى المبحوثين، ولعلنا نفسر ذلك كونه برنامج حوار يناقش الكثير من القضايا العائلية والاجتماعية ويناقش القضايا التي تهم المرأة العربية.
  - كما جاء "صدى الملاعب" على قناة إم بي سي 1 بوزن مرجح بلغ (2.36) ضمن تفضيلات المبحوثين، ولعلنا نجد في شهرة مقدمه مصطفى الآغا مبرراً لذلك التفضيل إضافة إلى كونه يعرض الأخبار الرياضية العربية والعالمية ويناقش العديد من المواضيع الرياضية من خلال استضافة عدد كبير من المختصين والمحليلين لإثراء البرنامج أكثر.
  - كما يأتي برنامج "معكم منى الشاذلي" على قناة سي بي سي وبوزن مرجح بلغ (2.36) على مستوى البرامج الحوارية المفضلة لدى المبحوثين، ولعل ذلك يكمن في استضافة المذيعة المصرية منى الشاذلي للمشاهير والمتميزين في شتى المجالات.
  - ويأتي برنامج "الاستديو التحليلي" على عدة قنوات وبوزن مرجح بلغ (2.36) وكذلك "الحصاد الرياضي" على قناة 24 الرياضية وبوزن مرجح بلغ (1.83) ضمن تفضيلات المبحوثين، ونفسر هذه النتيجة بما يقدمانه هذان البرنامج من حوارات رياضية تمد الجمهور بمعلومات جديدة وقيمة في مجال الرياضة.
  - كما يفضل المبحوثون برنامج "الحقيقة" على قناة قطر وبوزن مرجح بلغ (1.57) ونستطيع تفسير هذا التفضيل في تركيز البرنامج على كشف الحقيقة في القضايا والأحداث الجارية.
  - وحظي برنامج "العالم هذا المساء" على قناة البي بي سي بالتفضيل لدى المبحوثين وبوزن مرجح بلغ (1.31)، ولعلنا نرجع سر هذا التفضيل إلى عرض هذا البرنامج لجولة اخبارية تتناول أهم الأحداث العربية والعالمية في تقارير ولقاءات وتحليلات لكل الأحداث الجارية.
  - ويأتي برنامج "المشهد" على قناة ال بي بي سي وبوزن مرجح بلغ (1.05) في تفضيلات المبحوثين، ولعلنا نفسر ذلك في الأداء المتميز الذي تتسم به مقدمة البرنامج "جيزال الخوري" إضافة إلى ما يتضمنه ذلك البرنامج من حوارات مع شخصيات مؤثرة تحكي عن تفاصيل أحداث هامة كانت طرفاً فيها وشكلت جزءاً من تاريخ المنطقة العربية.
- وعلى مستوى البرامج الحوارية في القنوات الفضائية اليمنية:

- جاء برنامج "صدى الأسبوع" على قناة السعيدة في المرتبة الأولى على مستوى البرامج المفضلة لدى المبحوثين في القنوات الفضائية اليمنية وبوزن مرجح بلغ (7.85) ولعلنا نعزو هذه النتيجة إلى ما يتناوله البرنامج من قضايا وهموم المجتمع وتصوير المواقف والأحداث الاجتماعية والانسانية.
- يليه في التفضيل لدى المبحوثين برنامج "الحقيقة لا غير" على قناة المسيرة وبوزن مرجح بلغ (5.76), ولعل ذلك يرجع إلى ما يتناوله هذا البرنامج من القضايا اليمنية المهمة والآنية وبالتفصيل والتوضيح, وكذلك ما يتسم به مقدم هذا البرنامج -الإعلامي حميد رزق- من مهارة في الإلقاء وما يقدمه من أدلة واقعية وموثقة يكشف من خلالها حقيقة العدوان على اليمن.
- كما جاء تفضيل المبحوثين لبرنامج "فضاء حر" على قناة بلقيس وبوزن مرجح بلغ (2.09) ولعل سبب ذلك يكمن في طبيعة البرنامج كونه أقرب إلى المناظرة التلفزيونية حيث يستضيف وجهتي نظر متناقضة حول قضايا مختلفة.
- ويليه برنامج "تأثرات" على قناة المسيرة وبوزن مرجح بلغ (1.57) في تفضيلات المبحوثين, ونعزو ذلك إلى كونه برنامج يخاطب المرأة بشكل عام ويتضمن العديد من الفقرات التي توضح دور المرأة اليمنية في ظل العدوان والحصار ويظهر الايجابية التي استطاعت من خلالها المرأة اليمنية تجاوز الصعاب.
- وأخيراً جاء برنامجا "مع الخبر" و"مع معجب" على قناة الساحات وبوزن مرجح بلغ (1.57) (1.31) لكل منهما على التوالي, ولعلنا نرجع تفضيل المبحوثين لهذين البرنامجين إلى سببين أولهما تناول الأخبار الجديدة والأحداث الجارية ثانيهما التعليق عليها بأسلوب ساخر.
- الأسباب التي تجعل المبحوثين يفضلون تلك البرامج الحوارية عن غيرها في القنوات الفضائية العربية:

جدول رقم (7) يوضح الأسباب التي تجعل المبحوثين يفضلون تلك البرامج عن غيرها في القنوات الفضائية العربية

التقدير اللفظي	الوزن المنوي	الانحراف المعياري	المتوسط	الأسباب التي تجعل المبحوثين يفضلون تلك البرامج عن غيرها في القنوات الفضائية العربية
موافق	86.8	0.768	4.34	1 تعتمد على مقدمين مؤهلين إعلامياً.
موافق	85.8	0.820	4.29	2 موضوعاتها تثير اهتماماتي وتمدني بالمعلومات
موافق	85.6	0.842	4.28	3 تستضيف البرامج الحوارية خبراء ومتخصصين في مجال القضايا التي تُطرح للنقاش.
موافق	82.4	0.808	4.12	4 تهتم بطرح مختلف الآراء ووجهات النظر.
موافق	80.4	0.804	4.02	5 توفيقها مناسب لي.
موافق	79.8	0.847	3.99	6 توظف التقنيات الحديثة وبما يحقق الجاذبية.
موافق	78.4	0.849	3.92	7 تتيح للضيوف التحدث بحرية وبفرض متساوية.
موافق	78.2	0.944	3.91	8 تسهم في حل المشكلات المطروحة للنقاش.
موافق	77.2	0.899	3.86	9 تلتزم بالموضوعية في طرح القضايا.
موافق	72.8	0.859	3.64	10 تراعي المسؤولية المهنية في معالجة القضايا من دون إثارة إعلامية.
موافق	72.8	0.905	3.64	11 تتيح للجمهور المشاركة وتهتم بأرائهم وبايصالها للمسؤولين.

ن = 100

توضح نتائج الجدول السابق تعدد الأسباب التي تدفع المبحوثين إلى متابعة البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية, ولعلنا فيما يلي نستعرض تفسير ما ورد في الجدول أعلاه:

- يأتي سبب "تعتمد على مقدمين مؤهلين إعلامياً" في المرتبة الأولى وبمتوسط بلغ (4.34) ولعل ذلك يؤكد الدور الأساسي لمقدمي البرامج الحوارية في استقطاب جمهور المشاهدين. ونستطيع أن نربط هذه النتيجة بتفضيل المبحوثين للبرامج الحوارية في الجدول رقم (6) والذي أشارت نتائجه إلى تصدر العديد من البرامج قائمة البرامج الحوارية المفضلة لدى

- المبوهين وذلك بسبب مهارة مقدمي تلك البرامج. وتتفق هذه النتيجة مع نتائج بحث والتي أكدت على دور مقدمي البرامج الحوارية في بناء جسور الثقة مع جمهور المشاهدين (22).
- ويلي ذلك سبب "موضوعاتها تثير اهتماماتي وتمدني بالمعلومات" في المرتبة الثانية من أسباب متابعة المبهوهين لتلك البرامج الحوارية بمتوسط بلغ (4.29) وهذه النتيجة تشير إلى أهمية الموضوعات التي تتناولها البرامج الحوارية في تفضيل المبهوهين لتلك البرامج.
  - وتكشف نتائج الجدول أعلاه أن سبب "تستضيف البرامج الحوارية خبراء ومتخصصين في مجال القضايا التي تُطرح للنقاش" يأتي في المرتبة الثالثة من بين الأسباب التي دفعت المبهوهين إلى متابعة البرامج الحوارية وبمتوسط بلغ (4.28), وتكشف لنا هذه النتيجة أن اختيار الضيوف عامل أساسي لنجاح البرامج الحوارية فالضيف عنصر مهم لجذب جمهور المشاهدين والحصول على ثقتهم.
  - وجاء بعد ذلك سبب "تهتم بطرح مختلف الآراء ووجهات النظر" بمتوسط بلغ (4.12), ولعلنا نربط هذه النتيجة أيضاً بنتائج الجدول رقم (6) الذي يبين لنا البرامج الحوارية التي يفضل المبهوهون متابعتها في القنوات الفضائية العربية, وأغلبها تعتمد على طرح آراء مختلفة ووجهات نظر متباينة.
  - ثم يأتي سبب "توقيتها مناسب لي" بمتوسط بلغ (4.02), وهو سبب منطقي يتناسب وطبيعة المبهوهين من طلبة الإعلام, ويمكننا ربط هذا الجدول بنتائج الجدولين رقم (3) و(6) حيث نجد أن الأوقات المفضلة لدى المبهوهين هي فترتا (المساء) و(السهرة), كما نجد أن جميع البرامج الحوارية التي يفضلها المبهوهون تُبث في فترتي المساء والسهرة.
  - كما جاء سبب "توظف التقنيات الحديثة وبما يحقق الجاذبية" بمتوسط بلغ (3.99) وهي نتيجة مرتبطة أيضاً بنتائج الجدول رقم (6) حيث نجد أن البرامج الحوارية المفضلة لدى المبهوهين تعتمد على تقنيات حديثة سواء في إعدادها أو بثها وكذلك تقنيات استضافتها للضيوف أو تواصلها مع الجمهور.
  - ويليه سبب "تتيح للضيوف التحدث بحرية وبفرص متساوية" بمتوسط بلغ (3.92), وهي نتيجة منطقية تشير إلى أن إتاحة فرص متساوية للضيوف يعمق جسور الثقة بين المشاهدين وتلك البرامج.
  - ثم يأتي سبب "تسهم في حل المشكلات المطروحة للنقاش" بمتوسط بلغ (3.91), فأغلب البرامج الحوارية التي يفضل المبهوهون متابعتها -حسب نتائج الجدول رقم (6)- تسهم في إيجاد الحلول للقضايا والمشكلات التي تتناولها.
  - وجاء سبب "تلتزم بالموضوعية في طرح القضايا" بمتوسط بلغ (3.86), فالموضوعية هي الأساس التي تبنى عليه الثقة بين البرنامج وجمهوره.
  - وأخيراً جاء سبب "تراعي المسؤولية المهنية في معالجة القضايا من دون إثارة إعلامية" و"تتيح للجمهور المشاركة وتهتم بأرائهم وبايصالها للمسؤولين" بمتوسط بلغ (3.64) لكل منهما, وفعالاً كلما أحس الجمهور بتحمل القائمين على البرامج الحوارية بمسؤوليتهم المهنية وأتاحوا الفرصة لمشاركة الجمهور واهتموا بإيصال آرائهم للمسؤولين, كلما زاد تفضيله لتلك البرامج.

● الموضوعات التي يفضل المبحوثون متابعتها في البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية:

جدول رقم (8) يوضح الموضوعات التي يفضل المبحوثون متابعتها في البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية

الموضوعات	ك	%
1 الثقافية	85	16.83
2 السياسية	81	16.04
3 الاجتماعية	78	15.45
4 الفنية	62	12.28
5 المنوعة	62	12.28
6 الدينية	53	10.50
7 الاقتصادية	49	9.70
8 الرياضية	35	6.93
ن = 505 (أكثر من بديل)		

تؤكد بيانات الجدول أعلاه تنوع الموضوعات التي يتابعها المبحوثون في القنوات الفضائية العربية ولعلنا نفضل ذلك فيما يلي:

- تأتي الموضوعات "الثقافية" و"السياسية" في مقدمة الموضوعات التي يتابعها المبحوثون في البرامج الحوارية وبنسبتين متقاربتين بلغتا (16.83% و 16.04%) لكل منهما، ونعزو هذه النتيجة إلى طبيعة المبحوثين العمرية والتعليمية فالشباب الجامعي وخصوصاً طلبة الإعلام من أكثر الفئات اهتماماً بالثقافة والسياسة.

- تليهما الموضوعات "الاجتماعية" في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت (15.45%) وأيضاً نعزو هذه النتيجة إلى اهتمام المبحوثين بالقضايا الاجتماعية بما يتناسب وطبيعة فنتهم العمرية ومستواهم التعليمي.

- وتأتي الموضوعات "الفنية" و"المنوعة" في المرتبة الرابعة وبنسبة (12.28%)، وهي نتيجة مقبولة منطقياً فالشباب أكثر اهتماماً بالموضوعات الفنية والمنوعة.

- ثم تأتي الموضوعات "الدينية" و"الاقتصادية" بنسبتين متقاربتين (10.50% و 9.70%) لكل منهما على التوالي، ولعلنا نفسر مجيء الموضوعات الدينية والاقتصادية في المرتبتين قبل الأخيرة بعدم ثقة الشباب فيما تتناوله البرامج الحوارية في تلك المجالات.

- وأخيراً جاءت الموضوعات "الرياضية" بنسبة (6.93%) ولعلها نتيجة فقط ترتبط بعينة المبحوثين كونها عينة تطوعية.

وتتفق هذه النتائج مع نتائج البحوث التي أكدت تصدر الموضوعات السياسية والثقافية والاجتماعية قائمة الموضوعات التي يفضل المبحوثون متابعتها في البرامج الحوارية في القنوات الفضائية.<sup>(23)</sup>

● أبرز مصادر معرفة المبحوثين بمواعيد البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية:

جدول رقم (9) يوضح أبرز مصادر معرفة المبحوثين بمواعيد البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية

التقدير اللفظي	الوزن المنوي	الانحراف المعياري	المتوسط	مصادر معرفة المبحوثين بمواعيد البرامج الحوارية في القنوات الفضائية
أحياناً	75.33	0.824	2.26	1 مواقع الانترنت.
أحياناً	73.67	0.640	2.21	2 القنوات نفسها.
أحياناً	65.67	0.797	1.97	3 الصدفة وحسب الظروف.
نادراً	54.67	0.732	1.64	4 الأصدقاء والزملاء.
نادراً	45.33	0.644	1.36	5 الصحف والمجلات.
ن = 100				

تعددت مصادر معرفة المبحوثين بمواعيد البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية وجاء "مواقع الانترنت" في مقدمة تلك المصادر بمتوسط بلغ (2.26) وبتقدير لفظي (أحياناً)، ولذا نجد أن القنوات الفضائية تخصص لكافة برامجها صفحات على مواقع التواصل الاجتماعي كمصيدة لاجتذاب جمهور المشاهدين.

وجاءت "القنوات الفضائية نفسها" في المرتبة الثانية في تلك المصادر بمتوسط بلغ (2.21) وبتقدير لفظي (حياناً)، وهذا ما يؤكد أهمية تكرار "برومو" البرامج الحوارية في القنوات الفضائية.

يلي ذلك مصدر "الصدفة وحسب الظروف" بمتوسط بلغ (1.97) وبتقدير لفظي (أحياناً). وفي المرتبتين الأخيرتين جاء مصدرا "الأقارب والأصدقاء" و"الصحف والمجلات" بمتوسطين بلغا (1.64 و 1.36) وبتقدير لفظي (نادراً). وهذه النتيجة تفسر لنا عزوف كثير من القنوات الفضائية العربية عن الإعلانات عن برامجها في الصحف والمجلات.

● مدى حرص المبحوثين على متابعة البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية:

جدول رقم (10) يوضح مدى حرص المبحوثين على متابعة البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية

التقدير اللفظي	الوزن المثوي	الانحراف المعياري	المتوسط	مدى حرص المبحوثين على متابعة البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية
دائماً	81.67	0.575	2.45	1 أحرص على استكمال مشاهدة حلقات البرامج الحوارية المفضلة لدي كاملة.
أحياناً	73.00	0.761	2.19	2 أهتم برصد الأفكار والموضوعات المطروحة بالبرامج الحوارية المفضلة لدي.
أحياناً	68.67	0.814	2.06	3 أحرص على مشاهدة ما فاتني من البرامج الحوارية المفضلة لدي في الإعادة.
أحياناً	67.33	0.804	2.02	4 أحرص على تنزيل ما فاتني من البرامج الحوارية المفضلة لدي من اليوتيوب.
أحياناً	61.00	0.739	1.83	5 أنظم أوقاتي بحيث لا تفوتني حلقة واحدة من حلقات البرامج الحوارية المفضلة لدي.
أحياناً	59.33	0.733	1.78	6 أحرص على مشاهدة البرامج الحوارية المفضلة لدي حتى لو كان لدي مهام أخرى.

ن = 100

توضح بيانات الجدول السابق حرص المبحوثين على "استكمال مشاهدة حلقات البرامج الحوارية المفضلة لديهم كاملة" بمتوسط بلغ (2.45) وبتقدير لفظي (دائماً)، وهذه النتيجة ترتبط بسمات عينة المبحوثين حيث أن أغلبهم من طلبة الإذاعة والتلفزيون لذا نجدهم أكثر حرصاً على استكمال مشاهدة حلقات البرامج الحوارية المفضلة لديهم كاملة للاستفادة من ذلك في إعداد وبناء أنفسهم كإعلاميين ناجحين في المستقبل.

وجاء حرص المبحوثين على "الاهتمام برصد الأفكار والموضوعات المطروحة بالبرامج الحوارية المفضلة لديهم" بمتوسط بلغ (2.19) وبتقدير لفظي (أحياناً)، أيضاً يمكننا ربط ذلك بتخصص المبحوثين ولكي يُكوّنوا مخزوناً فكرياً لبرامجهم التي ينوون إعدادها.

ثم جاء حرص المبحوثين على "مشاهدة ما فاتهم من البرامج الحوارية المفضلة لديهم في الإعادة" (2.06) وبتقدير لفظي (أحياناً). و"حرصهم على تنزيل ما فاتهم من البرامج الحوارية المفضلة لديهم من اليوتيوب" بمتوسط (2.02) وبتقدير لفظي (أحياناً) مما يؤكد اعتماد المبحوثين على وسائل الإعلام الجديد في استدرارك ما فاتهم من حلقات البرامج الحوارية في القنوات الفضائية.

كما أكدت النتائج أن المبحوثين "ينظمون أوقاتهم بحيث لا تفوتهم حلقة واحدة من حلقات البرامج الحوارية المفضلة لديهم" بمتوسط بلغ (1.83) وبتقدير لفظي (أحياناً) ولعل توجيه أساتذة الإعلام لطلبتهم بمتابعة البرامج التلفزيونية عامة والحوارية خاصة يكمن وراء هذه النتيجة.

كما "يحرص المبحوثون على مشاهدة البرامج الحوارية المفضلة لديهم حتى لو كان لديهم مهام أخرى" بمتوسط بلغ (1.78) وبتقدير لفظي (أحياناً) وترتبط هذه النتيجة أيضاً بتخصص المبحوثين.

- مدى تفرغ المبحوثين لمتابعة البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية:  
جدول رقم (11) يوضح مدى تفرغ المبحوثين لمتابعة البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية

التقدير اللفظي	الوزن المئوي	الانحراف المعياري	المتوسط	مدى تفرغ المبحوثين لمتابعة البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية
أحياناً	57.33	0.451	1.72	1 كثيرا ما أشاهد البرامج الحوارية وأنا أقوم بأعمال أخرى
نادراً	47.33	0.496	1.42	2 أحياناً أتحدث مع من حولي أثناء المشاهدة.
نادراً	41.00	0.423	1.23	3 أتفرغ للمشاهدة.
ن = 100				

تشير بيانات الجدول السابق أن المبحوثين أحياناً يشاهدون البرامج الحوارية وهم يقومون بأعمال أخرى "ونادراً ما يتحدثون مع من حولهم أثناء المشاهدة"، كما أنهم نادراً ما يتفرغون للمشاهدة" بمتوسط بلغ (1.23).

ولعلنا نربط هذه النتيجة بنتائج الجدول رقم (10) حيث وأن لدى المبحوثين فرصة أخرى لتنزيل الحلقات التي تهمهم من اليوتيوب.

- من يتناقش معهم المبحوثون حول الموضوعات والقضايا التي تتناولها البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية:

جدول رقم (12) يوضح من يتناقش معهم المبحوثون حول الموضوعات والقضايا التي تتناولها البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية

من يتناقش معهم المبحوثون	ك	%
1 الأصدقاء	81	35.53
2 مواقع التواصل الاجتماعي	64	28.07
3 أفراد الأسرة	63	27.63
4 المنتديات	20	8.77
ن = 228 (أكثر من بديل)		

تؤكد بيانات الجدول أعلاه أن (35.53%) من المبحوثين يتناقشون مع "أصدقائهم" في الموضوعات التي يتابعونها في البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية. ويتناقش (28.07%) من المبحوثين في "مواقع التواصل الاجتماعي" عن الموضوعات التي يتابعونها في البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية. وبنسبة مقاربة بلغت (27.63) يناقش المبحوثون الموضوعات الحوارية مع "أفراد أسرهم". وأخيراً وبنسبة محدودو بلغت (8.77%) يناقش المبحوثون موضوعات البرامج الحوارية في "المنتديات".

ولعلنا نعزو هذه النتيجة إلى سهولة تواصل المبحوثين مع أصدقائهم وكذلك أفراد أسرهم سواءً تواصلوا معهم مباشرة أو عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي لمناقشة الموضوعات التي يتابعونها في البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية.

- درجة استفادة المبحوثين من البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية:  
جدول رقم (13) يوضح درجة استفادة المبحوثين من البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية

درجة الاستفادة	ك	%
1 متوسطة	75	75.00
2 عالية	19	19.00
3 منخفضة	6	6.00
ن = 100		

تشير بيانات الجدول السابق أن غالبية المبحوثين يؤكدون أن استفادتهم من البرامج الحوارية في القنوات الفضائية جاءت بمستوى "متوسط" وبنسبة بلغت (75.00%)، في حين أن (19.00%) من المبحوثين أشاروا إلى أن استفادتهم من البرامج الحوارية كانت بمستوى "عالٍ"، وجاء تقييم نسبة منخفضة لم تتجاوز (6.00%) من المبحوثين لمستوى الاستفادة "المنخفض".

ونستطيع ربط هذه النتائج بنتائج الجدول رقم (2) والذي أشار إلى متابعة المبحوثين للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية بدرجة (أحياناً) الأمر الذي اقتضى الاستفادة بمستوى (متوسط).

- مشاركة المبحوثين في البرامج الحوارية المفضلة لديهم في القنوات الفضائية العربية: جدول رقم (14) يوضح مشاركة المبحوثين في البرامج الحوارية المفضلة لديهم في القنوات الفضائية العربية

مشاركة المبحوثين في البرامج الحوارية المفضلة لديهم في القنوات الفضائية العربية		ك	%
المشاركة	1	14	14.0
	2	86	86.0
ن = 100			
أسلوب	1	10	29.41
	2	8	23.53
	3	7	20.59
	4	6	17.65
	5	3	8.82
ن = 34 (أكثر من بديل)			

تشير بيانات الجدول أعلاه أن غالبية المبحوثين لم يشاركوا في البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية وبنسبة عالية بلغت (86.00%)، في حين (14%) فقط من المبحوثين شاركوا في البرامج الحوارية التي يتابعونها في القنوات الفضائية العربية. وتعددت أساليب مشاركة بعض المبحوثين في البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية، ويأتي في مقدمة تلك الأساليب "الاتصال الهاتفي" بنسبة بلغت (29.41%)، تلا ذلك مشاركتهم عبر "إرسال رسائل SMS" بنسبة بلغت (23.53%)، ثم "التواجد داخل الاستديو" بنسبة بلغت (20.59%)، وشارك نحو (17.65%) منهم عبر "الرسائل عبر وسائل التواصل الاجتماعي"، وأخيراً يأتي مشاركة (8.82%) منهم عبر "إرسال رسائل عبر البريد الإلكتروني e. mail".

ولعلنا نفسر نتيجة مشاركة المبحوثين من خلال تواجدهم داخل الاستديو في إطار التدريب الميداني لطلبة الإعلام، حيث يحرص بعض أعضاء هيئة التدريس في كليات وأقسام الإعلام على النزول الميداني لطلبتهم في القنوات الفضائية والمشاركة في البرامج التلفزيونية.

- تقييم المبحوثين للبرامج الحوارية التي يشاهدونها في القنوات الفضائية العربية: جدول رقم (15) يوضح تقييم المبحوثين للبرامج الحوارية التي يشاهدونها في القنوات الفضائية العربية

التقدير	الانحراف المعياري	الوزن المئوي	المتوسط	تقييم المبحوثين للبرامج الحوارية التي يشاهدونها في القنوات الفضائية العربية
إيجابي	0.601	87.8	4.39	1 مذيوعها متمكنون
إيجابي	0.647	86.2	4.31	2 إعدادها جيد
إيجابي	0.772	80.2	4.01	3 مؤثرة في قضايا الحياة المختلفة
إيجابي	0.822	79.4	3.97	4 مضمونها مقنع.
إيجابي	0.956	77.6	3.88	5 ضيوفها ذوو خبرة عالية
إيجابي	0.761	77.4	3.87	6 دورها إيجابي
إيجابي	0.940	76.8	3.84	7 معالجتها للقضايا متميزة
إيجابي	0.969	72.8	3.64	8 راض عن كل ما تقدمه.
محايد	1.004	67.8	3.39	9 موضوعية وحيادية في تناول القضايا
إيجابي	0.665	80.8	4.04	التقييم العام
ن = 100				

تشير نتائج الجدول أعلاه أن تقييم المبحوثين للبرامج الحوارية التي يتابعونها في القنوات الفضائية العربية - بشكل عام - كان إيجابياً وبمتوسط بلغ (4.04) عند وزن مؤي بلغ (80.8%).

وجاء تقييم المبحوثين ايجابياً لعبارات "مذيعوها متمكنون" و"إعدادها جيد" و"مؤثرة في قضايا الحياة المختلفة" و"مضمونها مقنع" و"ضيوفها ذوو خبرة عالية" و"دورها ايجابي" و"معالجتها للقضايا متميزة" وكذلك "راض عن كل ما تقدمه". ولعلنا نقرأ تفسير هذه النتيجة من خلال ربطها بنتائج الجدول رقم (6), فأغلب البرامج الحوارية التي يفضل المبحوثون متابعتها في القنوات الفضائية العربية لديها مذيعون متمكنون ومؤهلون كما أن إعداد تلك البرامج يتسم بالجودة, وتعتمد تلك البرامج على ضيوف متخصصين من خبراء ومسؤولين وتتناول تلك البرامج قضايا أنية ومهمة مما يخلق لدى المشاهدين القناعة بالمضمون والرضا عما تقدمه تلك البرامج.

ونقف عند تقييم المبحوثين وبيداية عبارة "موضوعية وحيادية في تناول القضايا" وبمتوسط بلغ (3.39) عند وزن مؤوي (67.8%), ولعل هذه النتيجة تؤكد تحيز بعض البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية عند تناولها لبعض القضايا.

### ● ملخص النتائج:

- 1- أشارت نتائج البحث إلى تنوع سمات المبحوثين من حيث النوع والتخصص والمستوى الدراسي ونوع الجامعة, وأكدت النتائج تفوق الذكور من المبحوثين في متابعتهم للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية على الإناث, وكانت الغلبة في متابعة تلك البرامج لطلبة "الإذاعة والتلفزيون", وكذلك لطلبة المستويين "الرابع" و"الثالث".
- 2- وأوضحت النتائج أن (57.0%) من المبحوثين يتابعون "أحياناً" البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية, في حين (22.0%) منهم يتابعونها "دائماً", ويتابع (21.0%) منهم تلك البرامج "نادراً".
- 3- وأكدت النتائج تصدر قنوات "الجزيرة" و"بي بي سي", و"ام بي سي", و"على مستوى القنوات الفضائية اليمنية جاءت قناة "المسيرة" في المرتبة الرابعة على مستوى القنوات الفضائية العربية والأولى على مستوى القنوات الفضائية اليمنية, تليها قناة "يمن شباب", و"السعيدة".
- 4- وبينت النتائج تفضيل المبحوثين في المراتب الأولى متابعة برامج "الاتجاه المعاكس" يليه برنامج "بلا حدود", ثم برنامج "ما وراء الخبر", وعلى مستوى البرامج الحوارية في القنوات الفضائية اليمنية, تصدرت برامج "صدى الأسبوع", و"الحقيقة لا غير", و"فضاء حر", و"تأثرات".
- 5- وأكدت النتائج تعدد الأسباب التي تدفع المبحوثين إلى متابعة البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية, ويأتي في مقدمتها "تعتمد على مقدمين مؤهلين إعلامياً" و"موضوعاتها تثير اهتماماتي وتمدني بالمعلومات", و"تستضيف البرامج الحوارية خبراء ومتخصصين في مجال القضايا التي تُطرح للنقاش".
- 6- وبينت النتائج أن أغلب المبحوثين يفضلون متابعة البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية في فترتي "المساء" و"السهرة".
- 7- وأوضحت النتائج أن كلا البثين "مباشر أو مسجل" يفضله (52.00%) من المبحوثين, في حين (39.00%) منهم يفضلون البث "المباشر" فقط, وتفضل نسبة محدودة من المبحوثين البرامج الحوارية ذات البث "المسجل". كما جاء تفضيل حوار "المعلومة" لدى (30.51%) من المبحوثين ويفضل (28.81%) منهم البرامج الحوارية "المنوعة" وحظيت حوارات "الرأي" بتفضيل (26.10%) من المبحوثين وأخيراً يفضل (14.58%) من المبحوثين حوارات "الشخصية".
- 8- وأكدت النتائج تنوع الموضوعات التي يتابعها المبحوثون في القنوات الفضائية العربية وتأتي الموضوعات "الثقافية" و"السياسية" في مقدمة الموضوعات التي يتابعها المبحوثون



- في البرامج الحوارية، تليهما الموضوعات "الاجتماعية" فالموضوعات "الفنية" و"المنوعة"، ثم تأتي الموضوعات "الدينية" و"الاقتصادية"، وأخيراً جاءت الموضوعات "الرياضية".
- 9- وأشارت النتائج أن غالبية المبحوثين يؤكدون أن استفادتهم من البرامج الحوارية في القنوات الفضائية جاءت بمستوى "متوسط".
- 10- وبينت النتائج تعدد مصادر معرفة المبحوثين بمواعيد البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية، وجاء في مقدمة تلك المصادر "مواقع الانترنت" و"القنوات الفضائية نفسها".
- 11- وأوضحت النتائج حرص المبحوثين على "استكمال مشاهدة حلقات البرامج الحوارية المفضلة لديهم كاملة" وكذلك "الاهتمام برصد الأفكار والموضوعات المطروحة بالبرامج الحوارية المفضلة لديهم"، و"مشاهدة ما فاتهم من البرامج الحوارية المفضلة لديهم في الإعادة"، و"حرصهم على تنزيل ما فاتهم من البرامج الحوارية المفضلة لديهم من اليوتيوب".
- 12- وأشارت النتائج إلى أن المبحوثين أحياناً "يشاهدون البرامج الحوارية وهم يقومون بأعمال أخرى" و"نادراً ما يتحدثون مع من حولهم أثناء المشاهدة"، كما أنهم نادراً "ما يتفرغون للمشاهدة"، كما أكدت النتائج أن المبحوثين يتناقشون في الموضوعات التي يتابعونها في البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية مع "أصدقائهم"، وفي "مواقع التواصل الاجتماعي وكذلك مع "أفراد أسرهم".
- 13- وبينت النتائج أن غالبية المبحوثين لم يشاركوا في البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية في حين (14%) فقط منهم شاركوا في تلك البرامج، وتعددت أساليب مشاركة بعض المبحوثين في البرامج الحوارية من خلال "الاتصال الهاتفي" و"إرسال رسائل SMS"، ثم "التواجد داخل الاستديو" و"عبر" الرسائل عبر وسائل التواصل الاجتماعي"، و"إرسال رسائل عبر البريد الإلكتروني". **e. mail**
- 14- وأكدت النتائج أن تقييم المبحوثين بشكل عام- كان إيجابياً للبرامج الحوارية التي يتابعونها في القنوات الفضائية العربية.

#### ● التوصيات:

- 1- مواكبة التطورات والتقنيات الحديثة في إنتاج البرامج الحوارية.
- 2- إعداد البرامج الحوارية إعداداً جذاباً من حيث الشكل والمضمون وبما يحقق استقطاب الجماهير لهذا النوع من البرامج.
- 3- الحرص على الموضوعية والحيادية في تناول القضايا والموضوعات في البرامج الحوارية لتعزيز ثقة المشاهدين
- 4- تأهيل طلاب كليات وأقسام الإعلام تأهيلاً يمكنهم من القيام بدورهم بكفاءة وجدارة لإعداد برامج حوارية تليفزيونية بناءة.
- 5- إنشاء إدارات ومراكز بحثية في القنوات الفضائية لرصد وتحليل البرامج عامة والحوارية على وجه الخصوص وبما يضمن التطوير والتحديث، وكذلك رصد اتجاهات وتفضيلات جمهور المشاهدين.

- 6- اهتمام الباحثين بإجراء المزيد من البحوث -التحليلية والميدانية- حول البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية عامة والقنوات الفضائية اليمنية على وجه الخصوص.
- 7- تطوير وتحديث المقررات ذات الصلة بالبرامج التلفزيونية كمقررات إعداد وكتابة البرامج الإذاعية والتلفزيونية ومقرر المشاهدة والتحليل.

### ● الهوامش والمراجع:

- (<sup>1</sup>) أحمد محمد صالح العميري, اتجاهات الصفوة الأكاديمية في البرامج الحوارية في الفضائيات المصرية ودورها في الاستقطاب السياسي للمستبعبين اجتماعياً, المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال, العدد (29), إبريل/يونيو 2020م, ص ص 278-330.
- (<sup>2</sup>) أيمن عبد الغفار عبد العزيز روى, اتجاهات طلبة كليات الإعلام نحو الأداء المهني للبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية في إطار المشاهدة الناقد, رسالة ماجستير غير منشورة, (جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة, قسم الإعلام, 2020م)
- (<sup>3</sup>) رشا عادل لطفي, اتجاهات الصفوة الأكاديمية في البرامج الحوارية في الفضائيات المصرية ودورها في الاستقطاب السياسي للمستبعبين اجتماعياً, المجلة العربية العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون, العدد العشرون, يوليو/ديسمبر 2020م, ص ص 231-280
- (<sup>4</sup>) ولاء ابراهيم عبد الحميد حسان, اتجاهات المرأة المصرية نحو معالجة البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية لقضية ارتفاع الأسعار, مجلة البحوث الإعلامية, العدد (54), الجزء السادس (مصر: جامعة الأزهر, كلية الإعلام, يوليو 2020م) ص ص 4137-4194.
- (<sup>5</sup>) علاء الدين أحمد خليفة و محمد أحمد حسن رابعة, واقعية البرامج الحوارية الدينية وعلاقتها بالثقافة الدينية: دراسة ميدانية على الشباب الجامعي العربي وفق نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام, المجلة العربية للإعلام والاتصال, العدد العشرون, نوفمبر 2018م, ص ص 253-280.
- (<sup>6</sup>) بدر الدين زواقة و سارة مرزوقة, اتجاهات أساتذة الإعلام والاتصال الجزائريين نحو البرامج الحوارية في القنوات الفضائية, مجلة الحقوق والعلوم السياسية, العدد (8), ج (2) يناير 2017م, ص ص 686-702.
- (<sup>7</sup>) Shumi Sarkar & Rabaya Bosri, Impact of T.V. Talk Shows on Social Development of Bangladesh: Viewers Observations and Inference, **Journal of Business and Management**, PP 46-59. Available at: Vol.19, Issue 7, July 2017  
[www.researchgate.nethttps://publication/343797165\\_Impact\\_of\\_TV\\_Talk\\_Shows\\_on\\_Social\\_Development\\_of\\_Viewers\\_Observations\\_and\\_InferenceBangladesh](http://www.researchgate.nethttps://publication/343797165_Impact_of_TV_Talk_Shows_on_Social_Development_of_Viewers_Observations_and_InferenceBangladesh)  
(Accessed on 15/3/2021)
- (<sup>8</sup>) وائل حديفة, المستوى العام للبرامج الحوارية السياسية والاجتماعية في الفضائيات السورية- دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة دمشق, مجلة جامعة دمشق, المجلد 32, العدد الثاني, 2016م, ص ص 145-177.
- (<sup>9</sup>) عيسى الشماس و لينا تونس, دور البرامج الحوارية الفضائية في تدعيم المشاركة في الأنشطة الاجتماعية لدى عينة من طلبة جامعة دمشق: دراسة ميدانية في كليات (الاقتصاد - التربية - الطب) بجامعة دمشق, مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية, سلسلة الآداب والعلوم الإنسانية, المجلد (3), العدد (3), 2015م ص ص 223-242.
- (<sup>10</sup>) محمد بن فهد الجبير, تفضيلات السعوديين للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية: دراسة ميدانية على عينة من سكان مدينة الرياض, المجلة العربية للإعلام والاتصال, العدد الثالث عشر, مايو 2015م, ص ص 159-202.
- (<sup>11</sup>) علي عبد المعطي الحلاله, القيم الاجتماعية في البرامج الحوارية في التلفزيون الأردني من وجهة نظر طلبة الجامعات الأردنية: برنامج يسعد صباحك إنموذجاً, رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة الشرق الأوسط: كلية الإعلام, قسم الإعلام, 2011-2012م)
- (<sup>12</sup>) راضي رشيد حسن و إيثار طارق خليل, البرامج الحوارية ودورها في تشكيل اتجاهات الرأي العام من وجهة نظر طلبة الإعلام (برنامج ولكم القرار انموذجاً), مجلة كلية التربية الأساسية, العدد الثالث والسبعون, 2012م, ص ص 511-536.
- (<sup>13</sup>) Emily K. Vraga & et al, The Correspondent, The Comic, and The Combatant: The Consequences of Host Style in Political Talk Shows, **Journalism & Mass Communication** PP 5-22. Available at: Quarterly, Vol.89, No.1, 2012

[http://www.researchgate.net/publication/233782499\\_The\\_Correspondent\\_the\\_Comic\\_and\\_the-Combatant\\_the\\_Consequences\\_of\\_Host\\_Style\\_in\\_Political\\_Talk\\_Shows](http://www.researchgate.net/publication/233782499_The_Correspondent_the_Comic_and_the-Combatant_the_Consequences_of_Host_Style_in_Political_Talk_Shows)  
(Accessed on 16/3/2021)

<sup>14\*</sup> أسماء السادة المحكمين (مرتبة أبجدياً):

- 1- أ.د. زكية منزل غرابية أستاذ الإعلام بجامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية/الجزائر
  - 2- أ.د. إبراهيم سالم اشتيوي أستاذ الإعلام المساعد بجامعة الزيتونة/ كلية الدراسات العليا/ليبيا.
  - 3- د. أسامة عبد الحميد أستاذ الإعلام المساعد بجامعة كفر الشيخ/ مصر.
  - 4- د. بتول السيد مصطفى باحثة في علوم الإعلام والاتصال/ البحرين.
  - 5- د. مطهر عقيدة أستاذ الإعلام المساعد بجامعة صنعاء/اليمن.
- (<sup>15</sup>) تم الاستعانة في تحديد هذه المعاملات بالدراسات السابقة إضافة إلى المراجع التالية :
- Paul R. Kinnear & Colin D. Gray, **SPSS 15 Made Simple**, 1<sup>st</sup> ed. (New York: Psychology - Press, 2008)
- جولي بالانت, التحليل الإحصائي باستخدام برامج **SPSS**, خالد العامري (ترجمة)(القاهرة: دار الفاروق للنشر والتوزيع, 2006)
- رضا عبد الله أبو سريع, تحليل البيانات باستخدام برنامج **SPSS** (عمّان: دار الفكر, 2004)
- محمد بلال الزعبي و عباس الطلافحة, النظام الإحصائي **SPSS**: فهم وتحليل البيانات الإحصائية, ط2 (عمّان: دار وائل للطباعة والنشر, 2003)

<sup>16</sup>) استرشد الباحث في التأصيل للإطار النظري بالمراجع التالية:

- 1- روبرت إل. هيليارد, الكتابة للتلفزيون والإذاعة ووسائل الإعلام الحديثة, (ترجمة) مؤيد حسن فوزي, (مراجعة) أحمد نوري, (الإمارات العربية المتحدة: العين, دار الكتاب الجامعي, 2014م).
  - 2- طارق سيد أحمد الخلفي, فن الكتابة الإذاعية والتلفزيونية (الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية, 2005)
  - 3- كمال الحاج, البرامج الحوارية الإذاعية والتلفزيونية, الجامعة الافتراضية السورية
  - 4- محمد الجفيري, إعداد وتقديم البرامج الإذاعية والتلفزيونية, دار صناعات الإبداع للإنتاج والتوزيع
  - 5- نسمة أحمد البطريق و عادل عبد الغفار, الكتابة للإذاعة والتلفزيون, 2005م.
- <sup>17</sup>) دراسة Shumi Sarkar & Rabaya Bosri, ص 48.
- <sup>18</sup>) دراسة بدر الدين زواقة وسارة مرازقة, مرجع سابق, ص 696.
- <sup>19</sup>) المرجع السابق نفسه, ص 697,
- <sup>20</sup>) المرجع السابق نفسه, ص 697.
- <sup>21</sup>) المرجع السابق نفسه, ص 698.
- <sup>22</sup>) دراسة Emily K. Vraga & et al, مرجع سابق, ص 13.
- <sup>23</sup>) دراسة بدر الدين زواقة وسارة مرازقة, مرجع سابق, ص 699.