

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة صالح بونيدر قسنطينة 03



كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري
قسم الصحافة
الرقم التسلسلي.....
رقم التسجيل.....

القضايا الراهنة في البرامج الحوارية لقناة الجزيرة الإخبارية

– دراسة وصفية تحليلية –

أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث في علوم الإعلام والإتصال

إشراف:

أ.د/ زواقة بدر الدين

إعداد الطالبة:

مرازقة سارة

أعضاء لجنة المناقشة:

رئيسا	جامعة قسنطينة 3	أستاذ محاضر - أ -	نصر الدين بوزيان
مشرفا ومقررا	جامعة باتنة 1	أستاذ التعليم العالي	بدر الدين زواقة
عضوا	جامعة تبسة	أستاذ محاضر - أ -	رضوان بلخيري
عضوا	جامعة قسنطينة 3	أستاذ محاضر - أ -	السعيد دراحي
عضوا	جامعة باتنة 1	أستاذ محاضر - أ -	سمير رحمانى
عضوا	جامعة باتنة 1	أستاذ محاضر - أ -	مصطفى هادف

السنة الجامعية: 2017/2016

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

فاتحة البحث

إِنِّي رَأَيْتُ أَنَّهُ لَا يَكْتُبُ إِنْسَانٌ كِتَابًا فِي يَوْمِهِ؛ إِلَّا قَالَ فِي
نَحْوِهِ: لَوْ خَيْرَ هَذَا لَكَانَ أَحْسَنَ، وَلَوْ زَيْدٌ كَذَا لَكَانَ
يُسْتَحْسَنُ وَلَوْ قُدِّمَ هَذَا لَكَانَ أَفْضَلَ، وَلَوْ تُرِكَ هَذَا لَكَانَ
أَجْمَلَ.

هَذَا مِنْ أَعْظَمِ الْعِبَرِ، وَهُوَ دَلِيلٌ عَلَى إِسْتِيْلَاءِ النَّقْصِ عَلَى
جُمْلَةِ الْبَشَرِ.

عماد الدين الأصفهاني

الهداء

أهدي هذا العمل إلى الوالدين الكريمين

أطال الله في عمرهما

إلى من تطلعوا لنجاحي وكانوا سندا لي طيلة

المشوار إخوتي حفظهم الله

أمينة، بلال، أيوب، وبالأخص الصغيرة مروى

كما لا أنسى صديقة الطفولة وتوأم روحي

سارة حواس

إلى كل من ساعدني من قريب أو بعيد بالدعاء

أو بكلمة طيبة.

جزاكم الله عني خيرا في الدنيا والآخرة

شكر وتقدير

الحمد لله والصلاة والسلام على الحبيب المصطفى محمد صلى الله عليه وسلم أتوجه بالشكر والحمد والثناء إلى الجلي العلي إلى خالق السموات والأرض الذي أمدني بنعمة البصر والبصيرة ووفقني في درب دراستي وأنار لي طريق العلم.....

إلى الله الحمد والشكر

ثم أتقدم بالشكر إلى من قبل الإشراف على هذا العمل دون تردد، وأمدني بيد العون والثقة ولم يبخل بجهد أو نصيحة على الرغم من إنشغالاته ومسؤولياته لإتمام هذا العمل، كما أشكره على تواضعه فقد تعلمت من أفعاله مثلما تعلمت من أقواله وأفكاره. أستاذي الفاضل المشرف على هذا العمل أمده الله بدوام الصحة والعافية

الأستاذ الدكتور بدر الدين زواقة
كما أوجه شكري إلى الدكتور مجاني باديس (جامعة باتنة 1) الذي لم يبخل علي بالنصائح والإقتراحات ليرى هذا العمل النور، وكذا الأساتذة الكرام أ.م.د. حسين علي إبراهيم الفلاحي كلية الإعلام الجامعة العراقية (العراق)، ود/ مني عبد الجليل أستاذ مساعد الإعلام والعلاقات العامة جامعة الأزهر (مصر)، د.غالم عبد الوهاب (جامعة مستغانم)، د. لمين بودهان (جامعة سطيف 02) على مساعدتهم القيمة،

كما أتقدم بأسمى معاني الشكر والعرفان إلى كل أعضاء لجنة المناقشة الموقرة على قبولهم قراءة ومناقشة هذه الأطروحة.

إلى كل الأهل والأصدقاء والأحبة وزملاء الدراسة وطلبة علوم الإعلام والاتصال. كما لا يفوتني أن أشكر كل من دعمني وساعدني في انجاز هذه الأطروحة أساتذة كلية علوم الإعلام والاتصال بجامعة صالح بوبنيدر بقسنطينة 03، كما لا أنسى موظفي الإدارة وعلى رأسهم الأخت فهيمة الحوت، وكذا القائمين على المكتبة.

جزاكم الله خيرا

ملخص بالعربية:

تناولت هذه الدراسة موضوعا مهما في الدراسات الإعلامية وهو القضايا الراهنة في البرامج الحوارية لقناة الجزيرة الفضائية الإخبارية، وتمحوت إشكالية الدراسة في ما القضايا الراهنة التي تهتم قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية بطرحها ومعالجتها في برامجها الحوارية المباشرة؟

ومن هذا المنطلق يمكن طرح التساؤلات التالية:

أ/ تساؤلات خاصة بالشكل:

1. ما طبيعة الشخصيات المستضافة واهتماماتهم في البرامج الحوارية المباشرة (عينة الدراسة) لقناة الجزيرة الفضائية الإخبارية؟
2. ما الوسائط الحوارية المستخدمة للتواصل مع ضيوف البرامج الحوارية المباشرة (عينة الدراسة) لقناة الجزيرة الفضائية؟
3. ما الهدف من طرح القضايا الراهنة في البرامج الحوارية المباشرة (عينة الدراسة) لقناة الجزيرة الفضائية الإخبارية؟

ب/ تساؤلات خاصة بالمضمون:

1. ما مصادر المعلومات المستخدمة في البرامج الحوارية المباشرة (عينة الدراسة) لقناة الجزيرة الفضائية الإخبارية؟
2. ما مجال التغطية الجغرافية للقضايا الراهنة في البرامج الحوارية المباشرة (عينة الدراسة) لقناة الجزيرة الفضائية الإخبارية؟
3. ما الأساليب الإقناعية المستخدمة في البرامج الحوارية المباشرة (عينة الدراسة) لقناة الجزيرة الفضائية الإخبارية؟

وتأتي هذه الدراسة في إطار الدراسات الوصفية التحليلية، مستخدمة نظرية ترتيب الأولويات كسند نظري، ونظرا لطبيعة الموضوع فقد تم الإعتماد على المنهج المسحي كونه المنهج الأنسب للدراسات الوصفية مدعما بأسلوب تحليل المحتوى كأداة من أدوات التحليل وليس كمنهج.

وقد وقع الاختيار على عينة قصدية مكونة من ستة برامج حوارية مباشرة يومية وأسبوعية باعتبارها البرامج الأكثر مشاهدة لدى الجمهور العربي، وباستخدام أسلوب الحصر الشامل للبرامج الحوارية (اليومية والأسبوعية) التي تناولت القضايا الراهنة، تم تحديد حجم البرامج الحوارية بطريقة العينة القصدية، وهي كالتالي: الواقع العربي، ما وراء الخبر، بلا حدود، شاهد على العصر، في العمق ولقاء اليوم للتعرف عن كثب على القضايا الراهنة التي سلطت عليها القناة الضوء، وجعلتها في قائمة أولوياتها أو أجندتها خلال فترة زمنية محددة بدورة تلفزيونية كاملة من 01 جانفي 2015 إلى 07 أبريل 2015 والمذاعة في الفترة المسائية، ويعاد بثها مرتين لإتاحة الفرصة للجمهور لمتابعتها، حيث بلغ إجمالي عدد الحلقات المتابعة 236 حلقة، بواقع 90 حلقة للبرامج الحوارية اليومية، و14 حلقة للبرامج الحوارية الأسبوعية، وبإجمالي 117 ساعة، ولعل العدد يسمح بالوقوف على أبرز القضايا الراهنة في البرامج الحوارية المباشرة في قناة الجزيرة الإخبارية ويمكننا من الإجابة على إشكالياتها وتساؤلاتها.

أما فيما يخص أدوات جمع البيانات فكانت استمارة تحليل المضمون تضمنت الجوانب المختلفة التي تسعى الدراسة للتعرف عليها وفقا لفروض وأهداف الدراسة، وتبنت هذه الدراسة وحدة الموضوع كوحدة تحليل بمعنى أننا إختارنا فئة الموضوع كوحدة رئيسية لدراسة مضمون البرامج الحوارية محل الدراسة، ووحدة الموضوع كوحدة عد وقياس ذلك المحتوى، وللتأكد من صدق البيانات تم عرض الإستمارة على مجموعة من المحكمين، وبحساب معدل الثبات بلغ 0.98 وهو معدل مرتفع، وعليه تم تحليل البرامج عينة الدراسة.

وقد خلصت الدراسة إلى جملة من النتائج أهمها:

1/ اتضح من خلال تحليل مضمون حلقات البرامج الحوارية (عينة الدراسة) ارتفاع نسبة مشاركة خبراء ومتخصصين بنسبة 16.94%، و13.64% للأساتذة الجامعيين، وهذا دليل على أن قناة الجزيرة الإخبارية تحرص على استضافة شخصيات متخصصة لها علاقة مباشرة بالقضايا المطروحة لزيادة ثقة الجمهور المتلقي بها.

2/ استخدام قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية في برامجها الحوارية المباشرة "عينة الدراسة" الأقمار الصناعية للإتصال بالضيوف والتحاور معهم، إذ بلغت نسبة 58.54%، ولا شك أن هذه النتيجة تؤكد على سعي القناة لتوفير كل الإمكانيات لضيوفها من أجل الإستفادة من المعلومات والتحليلات حول القضايا المطروحة.

3/ تهدف قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية من طرح القضايا الراهنة في برامجها الحوارية المباشرة إلى تسليط الضوء والتعليق عليها إذ بلغت نسبة 41.62% لوجود بعض القضايا التي تهتم الجمهور العربي والإسلامي ولكنها مهمشة أو ضمن الطابوهات.

4/ اعتمدت قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية في طرح القضايا الراهنة على لقاءات مع الضيوف كمصدر أساسي للمعلومات بنسبة 37.22% وهو الأنسب لتبادل الآراء والمعلومات ووجهات النظر فيما بينهم، وفي هذه الحالة المعلومات قد تكون حصرية كون الضيف متخصص في الموضوع وله مصادره الخاصة لامداده بآخر التطورات.

5/ سلطت قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية في برامجها الحوارية المباشرة الضوء على القضايا العربية بنسبة 86.41% كونها تمس المجتمعات العربية والإسلامية، والجمهور العربي بحاجة لمعرفة ما يحدث في وطنه أولاً، والدول العربية ثانياً خاصة فلسطين، العراق، سوريا، اليمن.

6/ استخدام ضيوف قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية في برامجها الحوارية المباشرة "عينة الدراسة" أساليب عقلية لإقناع المشاهدين ولزيادة مصداقيتها، حيث نال أسلوب الإعتماد على الأدلة والبراهين أعلى نسبة بلغت 27.46%.

Résumé

Cette étude portait notamment sur un sujet important dans les questions d'actualité en programmes conversationnels « talk-shows » sur la chaîne satellite Al Jazeera News, en vue de répondre à une série de questions pour apprendre à connaître le contenu des programmes conversationnels sur Al Jazeera News.

Formuler des questions:

1. Quelle est la nature des personnages et leur intérêt pour les talk-shows directs (échantillon de l'étude) pour Al Jazeera News Channel?
2. Quels sont les médias de dialogue utilisés pour communiquer avec les invités des talk-shows directs (échantillon de l'étude) du canal satellite Al-Jazeera?
3. Quel est le but de présenter les problèmes actuels dans les programmes de dialogue direct (échantillon de l'étude) pour Al Jazeera News Channel?

Questions de contenu:

1. Quelles sources d'information sont utilisées dans les talk-shows directs (échantillon de l'étude) de Al Jazeera News Channel?
2. Quelle est la portée de la couverture géographique des questions actuelles dans les programmes de dialogue direct (échantillon de l'étude) de Al Jazeera News Channel?
3. Quelles sont les méthodes persuasives utilisées dans les talk-shows directs (échantillon de l'étude) des nouvelles par satellite Al-Jazira?

Cette étude provient dans le cadre des études descriptives, en utilisant la théorie ordre de priorité comme une base théorique, étant donné la nature du sujet a été compter sur la méthode d'enquête étant l'approche la plus appropriée parcourant des études descriptives motivées dans une façon l'analyse du contenu comme un outil pour l'analyse et pas une méthode.

La communauté d'études est constitué de l'actualité en programmes conversationnels immédiats qu'ils diffusent sur le Canal Satellite Al Jazeera News, parce que la communauté d'études contenait de six programmes conversationnels : « alwaqie alearabi », « ma wara' alkhabar », « al étijah almoakis », « liqa' alyawm », « bila hudud », « al-eumqe » pour identifier les questions d'actualité sur Al Jazeera News.

En ce qui concerne « l'échantillon d'études » a été choisi sur un échantillon intentionnel composé de six programmes conversationnels directs quotidiens et hebdomadaires, comme des programmes le plus observé auprès de publique Arabe, et en utilisant une méthode inventaire global pour les programmes conversationnels quotidiens et hebdomadaires, qu'ils portaient les questions d'actualité, et on a déterminé le nombre des programmes conversationnels par un échantillon intentionnel, et ces programmes sont : « alwaqie alearabi », « ma wara' alkhabar », « bila hudud », « shahid ala al-easr », « fi al-eumqe » et « liqa' alyawm » pour connaître étroitement sur les questions d'actualité qui font la lumière sur le canal., et l'a fait dans la liste de priorités soit son ordre du jour pendant la période spécifique de temps le cycle de TV complet du

01 janvier 2015 au 07 avril 2015 et l'émission dans la période du soir, la réémission deux fois permettre au public de donner suite, ou au nombre total de séminaires de suivi et 236 épisodes l'épisode, 90 programmes conversationnels quotidiennement et 14 épisodes hebdomadaires des programmes conversationnels, soit au total 118 heures approximativement, peut-être le nombre permis pour être debout sur le courant le plus important sort dans des programmes conversationnels directement dans la chaîne d'information Al Jazeera News, nous pouvons répondre au problème de l'étude.

Outils de collecte de données ont été le formulaire d'analyse du contenu qui comprenait les différents aspects, y compris de l'étude cherche à les identifier conformément aux objectifs de l'étude, et cette étude a fait sienne l'unité thématique comme unité d'analyse c'est-à-dire que nous avons choisi une catégorie de sujets comme une division principale pour étudier le contenu des programmes conversationnels pour être l'objet d'études, et l'unité thématique en tant qu'unité de compter et mesurer ce contenu, pour s'assurer de sincérité des données a été présenté le formulaire sur un groupe d'arbitres, et évaluera le taux inchangé à 0.98, qui est un haut taux et donc été analysé un échantillon des programmes d'études.

L'étude a décrit une gamme de résultats, le plus important ;

1 / La participation d'experts et de spécialistes aux programmes de dialogue direct «échantillon d'étude» a augmenté de 16,94% et de 13,64% pour les professeurs d'université, ce qui indique qu'Al Jazeera souhaite accueillir des personnalités spécialisées directement liées aux questions soulevées pour accroître la confiance du public.

2. L'utilisation de la chaîne d'information satellitaire Al-Jazeera dans ses programmes de dialogue direct " échantillon d'étude " pour communiquer avec les invités et dialoguer avec eux, ce qui représente 58,54%, et sans doute que ce résultat confirme que la chaîne cherche toutes les possibilités pour ses clients afin de bénéficier d'informations et d'analyses .

3 / Al-Jazeera TV a pour objectif de soulever et de commenter les questions actuelles dans ses programmes de dialogue direct, car elle a atteint 41,62% pour certaines questions d'intérêt pour le public arabe et musulman, mais marginalisées ou dans les tabous.

4 / La chaîne d'information Al-Jazeera a adopté les questions actuelles pour rencontrer les invités comme une source d'information de base de 37,22%, ce qui est le plus approprié pour l'échange de vues, d'informations et de points de vue entre eux.

Dans ses talk shows directs, la chaîne satellitaire Al-Jazeera a mis en évidence les émissions arabes de 86,41% et le public arabe a besoin de savoir ce qui se passe dans sa patrie d'abord, et les pays arabes en second lieu, en particulier la Palestine, l'Irak, la Syrie et le Yémen.

6 / En utilisant les invités de Al Jazeera News Channel dans ses programmes de dialogue direct "échantillon de l'étude" des méthodes mentales pour convaincre les téléspectateurs et d'accroître la crédibilité, où la méthode de confiance sur les preuves et les preuves, le taux le plus élevé de 27,46%

Abstract

This study focused on an important topic in current issues in conversational talk programs on the satellite channel Al Jazeera News, in order to answer a series of questions to learn about the content of conversational programs on Al Jazeera News.

Formulating questions:

1. What is the nature of the characters and their interest in direct talk-shows (sample study) for Al Jazeera News Channel?
2. What are the dialogue media used to communicate with the guests of the Al-Jazeera satellite talk-shows (study sample)?
3. What is the purpose of presenting the current problems in the direct dialogue programs (sample study) for Al Jazeera News Channel?

Content questions:

1. What sources of information are used in Al Jazeera News Channel's direct talk-shows (sample study)?
2. What is the scope of the geographic coverage of current issues in Al Jazeera News Channel's direct dialogue programs (sample study)?
3. What are the persuasive methods used in the direct talks (sample of the study) of Al-Jazeera satellite news?

This study comes from descriptive studies, using the theory of priority as a theoretical basis, given the nature of the subject has been relying on the survey method being the most appropriate approach going through descriptive studies motivated in a way content analysis as a tool for analysis and not a method.

The study community consists of the news in immediate conversational programs that they broadcast on the Al Jazeera News Satellite Channel, because the study community contained six conversational programs: "alwaqie alearabi", "ma wara" alkhabar , "Al-ljah almoakis", "liqa 'alyawm", "bila hudud", "al-eumqe" to identify current issues on Al Jazeera News.

Regarding the "sample of studies" was chosen on an intentional sample consisting of six direct daily and weekly conversational programs, as the most observed programs in Arab public, and using an overall inventory method for programs daily and weekly conversations, topical issues, and the number of conversational programs determined by an intentional sample, and these programs are: "alwaqie alearabi", "ma wara alkhabar", " bila hudud " , "Shahid ala al-easr", "fi al-eumqe" and "liqa 'alyawm" to know closely the topical issues that shed light on the channel, and did so in the list of priorities its agenda during the specific period of time the complete TV cycle from 01 January 2015 to 07 April 2015 and the broadcast in the evening period, re-broadcast twice allow the or the total number of follow-up seminars and 236 episodes episode, 90 conversational programs daily and 14 weekly episodes of conversational programs, totaling approximately 118 hours, maybe the number allowed to stand on the running the most important spell in conversational programs directly in the news channel Al Jazeera News, we can address the problem of the study.

Data collection tools were the content analysis form that included the various aspects, including the study seeks to identify them in accordance with the objectives of the study, and this study endorsed the thematic unit as a unit that is, we have chosen a category of subjects as a main division to study the content of the conversational programs to be studied, and the thematic unit as the unit of counting and measure this content, to ensure the sincerity of the data was presented the form on a group of referees, and will rate the rate unchanged at 0.98, which is a high rate and therefore was analyzed a sample of the curriculum .

The study described a range of results, the most important;

1 / The participation of experts and specialists in the direct dialogue programs "study sample" increased by 16.94% and 13.64% for university professors, indicating that Al Jazeera would like to welcome specialists directly related to issues raised to increase public confidence.

2. The use of the Al-Jazeera satellite information channel in its "study sample" direct dialogue programs to communicate with and dialogue with guests, which represents 58.54%, and The result confirms that the channel is seeking all the possibilities for its customers in order to benefit from information and analysis.

3/ Al-Jazeera TV aims to raise and comment on current issues in its direct dialogue programs, as it has reached 41.62% on some issues of interest to the Arab and Muslim audience but marginalized or taboos.

4 / The Al-Jazeera news channel has adopted current issues to meet with guests as a source of 37.22% core information, which is most appropriate for the exchange of views, information and of points of view between them.

5/ In its direct talk shows, the satellite channel Al-Jazeera highlighted Arabic programs of 86.41% and the Arab public needs to know what is happening in its homeland first, and the Arab countries second , in particular Palestine, Iraq, Syria and Yemen.

6 / Using the Al Jazeera News Channel's guests in its direct dialogue programs "sample study" mental methods to convince viewers and increase credibility, where the method of trust over evidence and evidence, the highest rate of 27.46%.

مقدمة

مقدمة :

تتعدد وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري وتتعدد خدماتها وتتنوع وظائفها، حيث تتمثل وظيفتها الأساسية في تقديم الخدمات الإخبارية والحقائق الصادقة والدقيقة لتساهم في زيادة المعلومات العامة لدى الجمهور في كافة المجالات العسكرية والسياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية والفكرية من خلال إبراز الرأي والرأي الآخر ضمن بوتقة تنقيفية مبرمجة قائمة على احترام الآراء الأخرى.

وقد ساهم ظهور التلفزيون والبنث السمعي البصري في ظهور العديد من الأفكار التي من شأنها جعل التلفزيون وسيلة فعالة في التأثير على المجتمعات من خلال ما يعرضه من أفلام ومسلسلات تعالج الواقع المعيشي للمجتمع الذي أنتجت فيه مثل الأفلام العربية (المصرية)، كما أنه قناة ثقافية وإرشادية هامة للتوعية ولتزويد المشاهد بأخر الأخبار والمستجدات في شتى الميادين والمجالات، وكذا قدرته على مخاطبة كافة فئات وشرائح المجتمع والتأثير فيهم بتقديم برامج ومضامين إعلامية تشبع حاجاتهم المتنوعة، ومن ثم صناعة الإتجاهات والرأي العام. ولكن على الرغم من المواد المعروضة إلا أنها لم تشبع حاجات الجمهور الإعلامية المتزايدة وأصبح الأفراد بحاجة لبرامج تعالج مشكلاتهم اليومية وتسمع صوتهم وإحتياجاتهم وتعالج قضاياهم اليومية والمتنوعة، ما ساهم في ظهور نوع جديد من البرامج تمثل في البرامج الحوارية التي أصبحت اليوم ضرورية حتمية في كل القنوات الفضائية لما لها من قدرة على التأثير في الجماهير.

وتعد البداية الحقيقية للبرامج الحوارية أو ما يعرف بـTalk Show في الولايات المتحدة الأمريكية فلهذا النوع من البرامج تاريخ طويل حيث بدأ من محطات الإذاعة حيث لم يكن التلفزيون شائعا كثيرا في 1930م، وبدأ أول برنامج حوارى في العالم لأول مرة في الإذاعة، ومع ظهور التلفزيون في العالم أي 1950م تحول الإهتمام من الإذاعة إلى التلفزيون ففضل معظم مقدمي البرامج الإذاعية تقديم برنامج حوارى على شاشة التلفزيون، وبدأ أول برنامج تلفزيونى حوارى على الهواء عام 1951م¹، الذي مثل نقطة انعطاف في تجدد الأشكال الإعلامية.

¹ فاطمة زيدان: برامج التوك شو ظهرت في الولايات المتحدة الأمريكية مع ظهور التلفزيون عام 1950...ووصلت مصر متأخرة 20 عاماً، المركز المصري للدراسات والمعلومات، العدد 2703، 2011.

كما أدت ثورة الأقمار الصناعية إلى بروز الكثير من القنوات الفضائية، وخاصة الفضاء العربي الذي أصبح يعج بالمئات من الفضائيات تنوعت بين العمومية والمتخصصة كالفضائيات الإخبارية، الدينية، الإقتصادية، الرياضية... إلخ، وكان الإحتكار من قبل الأنظمة والحكومات العربية هو السمة البارزة لهذه الفضائيات، فقد كانت الحكومات تتحكم في كل ما يكتب أو ينشر عبر وسائل الإعلام المختلفة وخاصة التلفزيون، وهو ما حاولت القنوات الفضائية الخاصة فعله بكسر هذا الإحتكار للحكومات والأنظمة العربية بتقديم آراء وتوجهات تخالف ما هو متعارف عليه في الإعلام العربي الحكومي.

وفي ظل هذه المحاولات ظهرت العديد من القنوات الفضائية من بينها قناة الجزيرة الفضائية التي أثارت جدلاً واسعاً وتباينت حولها الآراء، إلا أن من المتفق عليه أنها كانت إضافة للإعلام العربي، ودفعت إلى تطور القنوات الفضائية العربية نتيجة لهذه المنافسة فقد سبب ظهور قناة الجزيرة طفرة نوعية في الإعلام العربي الذي كان ينقسم قبل ظهورها إلى مجموعة من القنوات الحكومية التقليدية ومجموعة من القنوات الخاصة اللبنانية والسعودية التي تقدم مضامين إجتماعية وترفيهية ... بينما قدمت قناة الجزيرة ولأول مرة مضموناً إخبارياً جاداً يعالج الأحداث بجرأة¹، ما جعلها تتعرض للعديد من المشاكل والملاحقات القانونية، وذلك بغلق مكاتبها في الدول العربية التي تعرضت لها مثلما حصل مع الجزائر في التسعينات لمحاولتها نقل الواقع للمشاهد العربي ولكن هذا لم يمنعها من متابعة مسيرتها وتطبيق سياستها، وما زاد من عدد متابعيها قدرتها على إشباع الحاجات المعرفية والإخبارية للمشاهد العربي من خلال نشراتها الإخبارية وبرامجها الحوارية المتنوعة وكذا كفاءة كادرها الإعلامي وابتعادها عن الإعلانات التي تجعل المشاهد يعزف عن متابعة ما يعرض.

وبناء على ما سبق فإن هذه الدراسة تسعى لتسليط الضوء على البرامج الحوارية المباشرة (عينة الدراسة) من حيث القضايا الراهنة المطروحة فيها لأهميتها ومكانتها بناء على مؤشر المتابعة واللغة.

¹ نهى عاطف العبد: صناعة الأخبار التلفزيونية في عصر البث الفضائي، دار الفكر العربي، 2007، ص 157.

وعلى ضوء ما سبق فقد اشتملت الدراسة على مقدمة وأربعة فصول وخاتمة:

تناول الفصل الأول الإطار المنهجي للدراسة التي تضمن التعريف بإشكالية الدراسة وتساؤلاتها وفرضياتها، ثم أتبع بأهمية وأسباب اختيار الدراسة وأهدافها، جاءت بعد ذلك مفاهيم الدراسة وتتبعها الدراسات السابقة وتقييمها، ثم منهج الدراسة المعتمد يليه مجتمع الدراسة وعينته متبوعا بأوات جمع وتحليل وتفسير البيانات، وأخيرا مجال الدراسة.

وفي القسم النظري للدراسة تناولت الباحثة في **الفصل الثاني البرامج الحوارية التلفزيونية** حيث تطرقت فيه لتعريف الحوار الإعلامي، وأنواعه، والخصائص العامة للغة الحوار التلفزيوني فيما تطرقت في المبحث الثاني لماهية البرنامج التلفزيوني وأنواعه، وكذا خطوات إنتاجه، أما المبحث الثالث فتعرض للبرامج الحوارية من حيث النشأة والأهداف و التأثير...إلخ.

وجاء في الفصل الثالث في مبحثه الأول مدخل إلى البث الفضائي تطرقنا فيه لآليات البث المباشر، والأقمار الصناعية وصولا إلى نشأة وتطور الفضائيات العربية والتحديات التي تواجهها أما المبحث الثاني فقد تناول قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية بنوع من التفصيل من نشأتها وشعارها مهامها وأهدافها، وحتى الهيكلية الإدارية والتنظيمية لها.

أما الفصل الرابع فقد تناولنا فيه الدراسة التحليلية للإجابة على تساؤلات الدراسة، وصولا إلى نتائج الدراسة، ثم الخاتمة لتضم كل ما تم التطرق فيه حول الدراسة، فقائمة المراجع التي إعتدنا عليها.

وفي الأخير الملاحق التي احتوت على عناوين حلقات البرامج الحوارية المباشرة عينة الدراسة ونموذج لإستمارة الدراسة التحليلية التي وزعت على الأساتذة لتحكيمها.

وقد جاءت هذه الدراسة لرصد الظاهرة الإعلامية رغم ضخامتها، بناءا على مؤشرات اللغة والمتابعة، حيث كان للبرامج الحوارية المباشرة في قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية دور يحتاج للدراسة والتحليل والنقد.

الجانب النظري

المفصل الأول

الفصل الأول : الإطار المنهجي للدراسة

أولاً: تحديد إشكالية الدراسة

ثانياً: أهمية الدراسة وأسباب إختيارها

ثالثاً: أهداف الدراسة

رابعاً: مفاهيم الدراسة

خامساً: الدراسات السابقة وتقييمها

سادساً: فرضيات الدراسة

سابعاً: المدخل النظري للدراسة ترتيب الأولويات كمنظور للتحليل

ثامناً: منهج الدراسة

تاسعاً: مجتمع الدراسة وعينته

عاشراً: مجال الدراسة

إحدى عشر: تقنيات جمع البيانات (تحليل المحتوى)

أولاً: تحديد الإشكالية

يعد الإتصال الإنساني منذ القدم وإلى وقتنا الراهن الأساس في إنتقال المعلومات عبر الأجيال، وعليه ارتكزت أسس البناء الحضاري للإنسان، وإمتلاك الإنسان لفن الحوار (إتصال بين طرفين مرسل ومستقبل لتحقيق هدف معين) الذي يعتبر أكثر شيوعاً وأسهل تداولاً، كما أنه وسيلة للتعبير والتفاهم بين البشر، فمن خلاله تتكون الروابط في المجالات المختلفة.

وقد هيا التقدم العلمي للإنسان عبر العصور لظهور وسائل إتصالية جديدة كفيلة بإيصال الأفكار والمعلومات لأكبر عدد ممكن من الأشخاص وفي مناطق مختلفة من العالم، وهنا ظهرت الصحيفة تلتها الإذاعة، فالتلفزيون وصولاً إلى الأقمار الصناعية التي تجوب الفضاء الخارجي وشبكة الأنترنت، والرقمنة، التي كانت استجابة للتطور والتغير الاجتماعي، كل ذلك ساهم بشكل كبير في تطوير وسائل الإتصال وخاصة التلفزيون هذا الصرح الإعلامي من العيار الثقيل لما له من مميزات لا تتوافر في غيره من الوسائل الإتصالية الأخرى كونه يخاطب حاستي السمع والبصر معاً، وهما أهم الحواس وأشدها إتصالاً بما يجري في نفس الإنسان من أفكار ومشاعر، وبالتالي التأثير في مواقف الأفراد وسلوكياتهم.

ولعل من أهم التغيرات التي طرأت على المجتمعات هو ذلك التطور التكنولوجي الهائل في مجال الإعلام، الذي أسفر عن الإنتشار الواسع للقنوات الفضائية في العقد الأخير من القرن الماضي، التي تعد من أبرز أوجه التحول الإعلامي، وبفضل الإنفتاح الإعلامي الكبير أصبح الفضاء العربي يعج بالقنوات الفضائية كل في مجالها (سياسي، إخباري، إقتصادي، ثقافي تعليمي... إلخ)، وأصبحت تتسابق على إرضاء الجمهور وإجتذابه بتقديم مواد تنافي القيم والعادات الإجتماعية لمجتمعنا العربي الإسلامي من ناحية، ومن ناحية أخرى ساهم البث الفضائي في ظهور قنوات فضائية هادفة تهتم بتقديم برامج تساعد الجمهور المتلقي على إدراك ما يدور حوله من تطورات وأحداث، وكذا تعمل على صناعة الرأي العام وتشكيله وحتى إعادة تشكيله، هذا ما جعل بعض القنوات الفضائية تهتم بتطوير الحوار التلفزيوني الذي أصبح له تقنياته التي تميزه عن باقي وسائل الإعلام الأخرى، وكذا من سمات التميز لبعض القنوات الفضائية العالمية لتحقيق التفاعل والتأثير في أكبر عدد ممكن من الجمهور المتلقي، كما أصبحت البرامج الحوارية بمختلف

أنواعها تشغل حيزاً واسعاً من ساعات البث اليومية للعديد من القنوات الإذاعية والتلفزيونية وبخاصة ما يتم بثه على الهواء مباشرة تحظى بنسب عالية من المتابعة لما تقدمه من معلومات وآراء حول القضايا الراهنة، والمشكلات التي تشغل المشاهد العربي من خلال تبادل وجهات النظر وحرية طرح الآراء فيها، ما جعلها في حالة تنافس دائم فيما بينها لإثبات وجودها وتقديم برامج نوعية لتلقى إقبالاً جماهيرياً واسعاً في مختلف أنحاء العالم، وخاصة الجمهور العربي.

وتعد قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية التي تبث من دولة قطر من أشهر القنوات الفضائية العربية في مجال تقديم البرامج الحوارية (أو بمعنى أصح البرامج الحوارية كانت سبباً لشهرتها الواسعة في الوطن العربي) والأخبار الحصرية خاصة في المجال السياسي، وما يلاحظ على هذه القناة أنها أثارت الجدل منذ نشأتها إلى يومنا هذا في طريقة اختيارها وطرحها للموضوعات والقضايا للنقاش والتحليل، الأمر الذي يستدعي منا الوقوف أمام القضايا الراهنة التي تحرص القناة على معالجتها، ووضعها ضمن أولوياتها (أجندتها) على حساب قضايا أخرى مطروحة على الساحة العربية والدولية، والتي ربما تحتاج لتسليط الضوء عليها أكثر من المسطرة في برامجها الحوارية المباشرة (اليومية والأسبوعية)، ومعرفة مضامينها وإخضاعها للتحليل الدقيق للوصول إلى النتائج المتوخاة من الدراسة.

وبناء على ما سبق تأتي هذه الدراسة لتسلط الضوء على القضايا الراهنة التي تهتم قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية بطرحها ومعالجتها في برامجها الحوارية المباشرة (اليومية والأسبوعية).
ومنه فإن هذه الدراسة تحاول الإجابة على التساؤلات التالية:

أ/ تساؤلات خاصة بالشكل:

1. ما طبيعة الشخصيات المستضافة واهتماماتهم في البرامج الحوارية المباشرة (عينة الدراسة) لقناة الجزيرة الفضائية الإخبارية؟.
2. ما الوسائط الحوارية المستخدمة للتواصل مع ضيوف البرامج الحوارية المباشرة (عينة الدراسة) لقناة الجزيرة الفضائية الإخبارية؟.
3. ما الهدف من طرح القضايا الراهنة في البرامج الحوارية المباشرة (عينة الدراسة) لقناة الجزيرة الفضائية الإخبارية؟.

ب/ تساؤلات خاصة بالمضمون:

1. ما مصادر المعلومات المستخدمة في البرامج الحوارية المباشرة (عينة الدراسة) لقناة الجزيرة الفضائية الإخبارية؟.
2. ما مجال التغطية الجغرافية للقضايا الراهنة والموضوعات المطروحة في البرامج الحوارية المباشرة (عينة الدراسة) لقناة الجزيرة الفضائية الإخبارية؟
3. ما الأساليب الإقناعية المستخدمة في البرامج الحوارية المباشرة (عينة الدراسة) لقناة الجزيرة الفضائية الإخبارية؟

ثانيا: أهمية الدراسة وأسباب إختيارها

1/ أهمية الدراسة:

لقد أضحت البرامج الحوارية السياسية من أهم ما تبثه وتركز عليه بعض القنوات الفضائية سواء كانت تبث على الهواء مباشرة أو مسجلة، حتى أصبحت من سمات التميز في بعض القنوات لما توفره من حرية الرأي، والجرأة في طرح الموضوعات والقضايا والتعبير عن وجهات النظر. وبعد الإطلاع على الدراسات السابقة حول الموضوع كموضوع القيم في البرامج الحوارية البرامج الحوارية والوعي السياسي، القضايا الإجتماعية في البرامج الحوارية وغيرها الكثير خاصة في القنوات المصرية الذي ينتشر فيها هذا النوع من البرامج، فإن أهمية هذه الدراسة تتبع من حيث تناولها موضوعا لم يلقى إهتماما من قبل الباحثين في مجال الإعلام والإتصال - حسب علم الباحثة- فارتأينا دراسة موضوع البرامج الحوارية من كل الجوانب التي سبق ودرسها باحثون آخرون كالقيم والاتجاهات ونوع القضايا على أمل الخروج بنتائج موضوعية لأداء قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية في ترتيب أولويات القضايا الراهنة في برامجها الحوارية المباشرة (عينة الدراسة) على حساب قضايا أخرى قد تحتاج إلى نفس درجة الإهتمام من حيث البروز والتغطية، ومدى تجسيدها لشعارها "الرأي والرأي الآخر".

2/ أسباب ودوافع إختيار الدراسة

تتحصر أسباب اختيارنا لهذا الموضوع في أسباب ذاتية وموضوعية نوضحها فيما يلي:

أ/ الأسباب الذاتية:

- إشباع الفضول العلمي من خلال دراسة هذا النوع من البرامج (البرامج الحوارية).
- الرغبة في دراسة البرامج الحوارية كموضوع في مجال تخصصي.
- الرغبة في إجراء دراسة حول قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية التي نالت شهرتها على حساب هذا النوع من البرامج لما توفره من حرية في إبداء الرأي والتعبير للمشاهد العربي وجرأتها في طرح القضايا.
- السعي لإثراء المكتبة بموضوعات جديدة في مجال علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري.

ب/ الأسباب الموضوعية:

- كثرة البرامج الحوارية وتنوعها وتعددتها من حيث القوالب والأشكال، مما جعلها ظاهرة تستحق البحث والتقصي، فلا تكاد قناة فضائية تخلو من برنامج حوارى أو أكثر ضمن برمجتها.
- تشجيع الباحثين والأكاديميين للنهوض بإنتاج هذا النوع الهام من البرامج في مجتمعنا لما لها من تأثير على الأفكار والآراء على المدى البعيد.

ثالثا: أهداف الدراسة

إنطلاقا من التساؤلات التي حددناها في بداية الدراسة تهدف هذه الدراسة إلى الوصول لجملة من الأهداف نلخصها فيما يلي:

- ✓ التعرف على طبيعة الشخصيات التي تتردد على البرامج الحوارية المباشرة (عينة الدراسة) في قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية لمعالجة القضايا الراهنة المطروحة.
- ✓ التعرف على الوسائط الحوارية المستخدمة للتواصل مع ضيوف البرامج الحوارية المباشرة (عينة الدراسة) في قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية.
- ✓ تحديد الهدف من طرح القضايا الراهنة في البرامج الحوارية المباشرة (عينة الدراسة) في قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية.

✓ التعرف على مصادر المعلومات المستخدمة في البرامج الحوارية المباشرة (عينة الدراسة) لقناة الجزيرة الفضائية الإخبارية.

✓ تحديد المجال الجغرافي للمواضيع والقضايا الراهنة المطروحة في البرامج الحوارية المباشرة (عينة الدراسة) في قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية.

✓ التعرف على أساليب الإقناع المستخدمة في البرامج الحوارية المباشرة (عينة الدراسة) لقناة الجزيرة الفضائية الإخبارية لمعالجة القضايا الراهنة المطروحة.

رابعاً: مفاهيم الدراسة

تكتسب الحقائق والأشياء قيمتها من المعاني والصور المشتركة التي يرسمها الأفراد لها ويتفقون عليها في البيئة الواحدة، وهذه المعاني والصور تصاغ في شكل رموز ذات دلالة، بحيث تستدعي هذه الرموز ودلالاتها باختلاف العلوم، حيث أصبح لكل علم أو مجال علمي رموزه المتميزة، ولهذا يقال دائماً أن لكل علم مفاهيمه الخاصة، وهي مجموعة الرموز ذات المعاني والتصورات المشتركة في مجالات هذا العلم وتطبيقاته¹.

وعليه فإن تحديد المفاهيم في كل دراسة يعد أحد الخطوات المنهجية الأساسية والهامة التي لا يمكن للباحث تجاهلها، لأنها المفتاح لفهم الظاهرة ووضعها حيز الدراسة، وقد حددت الباحثة ما تقصده من استخدام المفاهيم أو المصطلحات التالية: القضايا الراهنة، البرامج الحوارية، القنوات الفضائية، من خلال تعريف كل منها لغة وإصطلاحاً وإجراءياً.

1 / القضايا الراهنة

أ/ القضية إصطلاحاً:

تعرف القضية بأنها الموضوع الذي تتناوله الوسائل الإعلامية في برامجها وعروضها الإخبارية، ويضم مشكلات لها عدة أبعاد، ويعرفها البعض بأنها موضوع جدلي يتسع للإختلاف في وجهات النظر وتباين الآراء والطلول المقترحة، وتظهر القضية نتيجة تطور الخلافات حول القضية².

¹ محمد عبد الحميد: دراسة الجمهور في بحوث الإعلام، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 1993، ص 13.
² نهى عاطف العبد: صناعة الأخبار التلفزيونية في عصر البث الفضائي، دار الفكر العربي، 2007، ص 307.

ب/ القضايا الراهنة إجرائيا:

الموضوعات المتميزة بالجدة والأنية في كل المجالات (السياسية، الدينية، الإقتصادية الإجتماعية...) عربية كانت أو دولية التي تطرحها وتتناولتها قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية بالتحليل والنقاش من زاوية واحدة أو عدة زوايا في برامجها الحوارية المباشرة (اليومية والأسبوعية) لجعلها ضمن أولويات المشاهد العربي.

2/ مفهوم البرنامج الإعلامي:

أ/ البرنامج إصطلاحا:

هو شكل فني يجسد أفكار معينة تقدمها المؤسسات الإعلامية الإذاعية والتلفزيونية للإنسان المتلقي لإخباره بالأحداث والمعلومات التي تتعلق بمصالحه وإثراء ثقافته والترفيه عنه لكي يتكيف مع الواقع في استيراثية واضحة المعالم مستندة إلى وقائع وأسس علمية معروفة ومنطقية من حاجيات الجمهور ورغباته.¹

كما عرفه آخرون بأنه: "بث مواد ومضامين متنوعة إلى جماهير واسعة ومتباينة في العمر والمستوى المعيشي والوظيفي والثقافي والتعليمي"².

إذن فالبرنامج الإعلامي بصفة عامة هو نشاط يتضمن مواد متنوعة ضمن مخطط الجهاز الإعلامي لتلبية حاجات الجمهور وإشباع إحتياجاته.

ب/ البرنامج إجرائيا:

هو جملة من اللقطات السمعية البصرية التي تبث في قناة تلفزيونية ما، تحمل عنوان ثابت وتبث خلال فترة زمنية معينة ضمن برمجة القناة، وله مقدم (القائم بالإتصال)، وجمهور.

¹ حواء حمدوك محمد حسين: دور الحوار بالإذاعة السودانية في تعزيز الوعي السياسي بالسودان، كلية علوم الإتصال، جامعة السودان، 2013، ص 10.

² راضي رشيد حسن وعثمان محمد ذويب، اتجاهات البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العراقية (السومرية والبغدادية إنموذجا) الجامعة العراقية، مجلة كلية التربية واسط، ع 10، 2011، ص 405.

3 / تعريف الحوار:

أ/ لغة: عرفه الفيروز أبادي في القاموس المحيط فقال أن (الحوار) الرجوع، و(الحوار) يعني مراجعة النطق، وتجاوزوا أي تراجعوا الكلام بينهم، وأحاره استنطقه، والتجاوز أي التجاوب.

وفي لسان العرب لابن منظور: يقول "وكلمته فما رجع إلي حوارا، وجوارًا ومُخَاوَرَة وخُوَيْرًا ومُخَوَّرَة بضم الحاء بوزن مشورة أي جوابا، وأحار عليه جوابه رده، وأحرت له جوابا وما أحار بكلمة، والإسم من المحاورَة "الحوير" تقول سمعت حوارهما وحويرهما و(المحاورة) المجاوبة و(التحاور) التجاوب، وتقول كلمته فما أحار إلي جوابا ورجع إلي حويرا ولا حويرة ولا محورة، أي ما رد جوابا وإستحاره أي استنطقه.¹

ب/ إصطلاحا: هناك من يرى أن أصل كلمة حوار مصدره اللغة اليونانية القديمة، ومن كلمة (يولموس) التي تعني الصراع بالأسلحة أي الحرب، وصراع الآراء والأفكار بالآراء والأفكار، أي الجدل، وهو أولا وأخيرا يعني الصراع من أجل التقدم الإنساني، بمعنى آخر الحوار هو نشاط عقلي ولفظي يقدم من خلاله المتحاورون الأدلة والحجج والبراهين التي تبرر وجهات نظرهم من أجل الوصول إلى حل لمشكلة أو توضيح لقضية ما.²

وفي اللغة الإنجليزية: Dialogue :

مشتق من كلمة (Dia) بمعنى إثنين، و (Logue) بمعنى كلام أو حديث، فأصبح الحوار بمعنى تواصل بين إثنين من الناس يتحدثان معا، ولكن أخبرتنا المعاني المتضمنة في اليونانية بما هو أكثر من ذلك حيث أن كلمة (Dia) تعني ما هو أكثر من إثنين فلها معنى (بين) أو (عبر) أو (خلال)، وبالتالي فإن مصطلح الحوار يمكن تطبيقه على أكثر من مجرد شخصين، وأيضا (Logue) استخدمت بمعنى الفكر أو العقل أو الحكمة فهي بهذا المعنى تعني ضمنا الطريقة

¹ ابن منظور: لسان العرب، دار صادر للنشر، بيروت، المجلد 4، دس، ص218.

² أمال كمال: ثقافة الحوار في الصحافة العربية، دراسة حالة لأحداث العدوان الإسرائيلي على غزة، ورقة مقدمة للمؤتمر العلمي الدولي الخامس عشر-الإعلام وقضايا الإصلاح في المجتمعات العربية -الواقع والتحديات، كلية الإعلام جامعة القاهرة، 2009، ص3.

الخاصة التي تبنى بها المصادقية في موقف الحوار¹، بمعنى أن الحوار في هذا التعريف يمكن أن يكون بين شخصين أو أكثر يناقشون بصدق وموضوعية للوصول إلى الحل أو الهدف من الحوار.

وإستخدام الحوار يعني أصلا الكفاح أو الصراع ضد الآراء أو السياسات القديمة الخاطئة ووسيلة وأسلوب لإقناع الناس بالحقائق، وتظهر حقائق الحياة المعاصرة بوضوح حقيقة موضوعية تتمثل في أنه ما من عمل سياسي أو فني أو ثقافي مقنع بدون حوار، وأن من المستحيل الكشف عن آراء جديدة دون اللجوء إلى الحوار والمناقشة²، أي أن الحوار يكتسي أهمية ومكانة كبيرة في الحياة الانسانية منذ العصور الأولى، كونه الوسيلة الوحيدة - بالطبع مع اللغة - لنقل التراث الثقافي والمعرفي للإنسان، ووسيلة لحل النزاعات والصراعات، وتبرير وجهات النظر والآراء للوصول إلى حل يرضي الطرفين المتنازعين بإستخدام الأدلة والبراهين.

ج / التعريف الإجرائي:

الحوار هو كلام بين فردين أو أكثر حول موضوع أو قضية ما بطريقة هادئة بعيدة عن الصراخ للوصول إلى الهدف منه.

4 / البرامج الحوارية:

أ/ المفهوم الإصطلاحي:

بالجمع بين معنى الكلمتين البرامج والحوار يمكننا القول بأن البرامج الحوارية هي برامج تعمل على التواصل الفكري والثقافي والاجتماعي التي تتطلبها الحياة في المجتمع المعاصر لما له من أثر في تنمية قدرة الأفراد على التفكير المشترك والتحليل والاستدلال، كما أن الحوار من الأنشطة التي تحرر الإنسان من الانغلاق والانعزالية وتفتح له قنوات للتواصل يكتسب من خلالها المزيد من المعرفة والوعي³، وتشمل برامج المناقشات التي تتناول قضايا المجتمع ومشكلاته من خلال إستضافة عدد من الشخصيات المختصة والمسؤولة للتعبير عن آرائهم وما يعرفونه من

¹ ريم أحمد عبد العظيم، الحوار الإعلامي، برنامج تدريبي لتنمية مهاراته، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الأردن، 2010 ص35.

² فلاح كاظم المحنة: الفنون الإذاعية والتلفزيونية، مؤسسة وراق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2010، ص 289.

³ علي عبد المعطي محمود الحاحلة: القيم الاجتماعية في البرامج الحوارية في التلفزيون الأردني من وجهة نظر طلبة الجامعات الأردنية (برنامج يسعد صباحك نموذجاً)، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط، 2011-2012، ص 08.

معلومات حول تلك القضايا، وقد تكون هناك مشاركة جماهيرية فيها سواء بالحضور أو من خلال الهاتف أو البريد الإلكتروني أو رسائل SMS.¹

ب/ التعريف الإجرائي:

هي محادثة بين الضيف ومقدم البرنامج والجمهور، وتذاع على الهواء مباشرة تستهدف إلقاء الضوء على قضية وموضوعات مثارة في الفترة الراهنة سواء سياسية، إجتماعية، ثقافية، دينية... تهم الجمهور المتلقي، وتعتمد على إجراء الحوار مع الخبراء والمتخصصين سواء بالحضور للأستوديو أو عن طريق الأقمار الصناعية أو عبر تطبيقات الأنترنت أو الهاتف، وتتميز بنوع من الجرأة في الطرح والنقاش، ويمكن للجمهور المشاركة من خلال الإتصالات الهاتفية أو إرسال رسائل إلكترونية عبر موقع البرنامج على شبكات التواصل الاجتماعي.

5/ الفرق بين البرامج الحوارية والمصطلحات المشابهة:

من خلال تعريف البرامج الحوارية إتضح لنا أن هناك تداخلا بين مصطلح البرامج الحوارية وعدد من المصطلحات المشابهة له (كالمقابلة، الحديث، الندوة، والمؤتمر)، سنحاول فيما يلي توضيح هذا التداخل من خلال تعريفهم للوصول إلى الفرق بينهم:

5-1/ الفرق بين البرامج الحوارية والمقابلة التلفزيونية:

المقابلة التلفزيونية هي تقرير يكتبه محرر في لغة واضحة وجذابة لينشر في الوقت المناسب في صحيفة أو مجلة، أو توزعه وكالة أنباء عن مضمون مقابلة حديثة أجراها نيابة عن القراء، أو مكالمة هاتفية طويلة، أو بالإتصال بالبريد في أحيان قليلة، وللمقابلات أكثر من شكل ومن صورة ومن أسلوب، بمعنى آخر هي طريقة عالية المرونة من أجل الحصول على المعلومات ويمكن أن تتم وجها لوجه، أو عن طريق إستخدام الهاتف أو التلفاز، أو البريد²، يتبين من هذا التعريف أن المقابلة التلفزيونية تتكون من محرر ووسيلة إعلامية مكتوبة بإستخدام وسائط إعلامية متنوعة قد تكون قديمة أو كلاسيكية كأن تكون وجها لوجه وهي الشائعة أو بالبريد، كما يمكن أن تستخدم وسائط حديثة كالهاتف والتلفاز، ويعتبر هذا التعريف سطحي يفنقر للسبب أو الهدف

¹ دحام علي حسين العبيدي: دور البرامج الحوارية التلفزيونية في تشكيل الوعي السياسي لدى طلبة جامعة ديالى، مجلة الباحث الإعلامي، العدد 27، 2015، ص 29.

² أميرة الحسيني: فن الكتابة للإذاعة والتلفزيون، دار النهضة العربية، بيروت، لبنان، 2005، ص 111-112.

الأساسي من الحوار، وهذا ما استدركناه في التعريف التالي: "المقابلة هي فن المواجهة والمحاورة والمناقشة، تنظم وفق تخطيط يقوم على سياقات معينة بهدف شرح موضوع أو قضية تشغل إهتمام الرأي العام، أو استجلاء خبرات معينة، أو تحليل وتفسير موقف أو ظرف معين من قبل ضيف أو ضيوف المقابلة الذين هم إما من المتخصصين في موضوع المقابلة أو من المطلعين على مجريات الأحداث والظروف التي تمس إهتمامات الرأي العام¹، وقد أضاف هذا التعريف عناصر رئيسية حيث قدم المقابلة على أنها تقوم وفق تخطيط، قضية تشغل الرأي العام، ضيف أو ضيوف من ذوي الإختصاص أو على علم بحيثيات القضية أو الموضوع المطروح للنقاش.

وباختصار المقابلة تعني الحوار الذي يجريه المذيع أو المقدم مع الضيف من خلال أسئلة يوجهها له، سواء كان حوار معلومات أو حوار رأي أو حوار شخصية².

• من خلال التطرق لتعريف برامج الحوار والمقابلة نستنتج أن الفرق بينهما طفيف جدا فكلاهما يسعى لتسليط الضوء على قضية معينة تهم الجمهور المتلقي، ويتم الإعداد لهما مسبقا الهدف منهما الحصول على معلومات (حوار رأي)، أو تسليط الضوء على شخصية مشهورة لتقريبها من المشاهد، أي أن الفرق يكمن في الإسم فقط.

2-5/ الفرق بين البرنامج الحوارى والحديث الصحفى:

الحديث الصحفى (Interview) أداة المحرر الرئيسية التي يقوم بإستخدامها من أجل الحصول على المعلومات، وفي أكثر أنواع القصص يكون على رجل الأخبار أن يتحدث إلى شخص أو أكثر من شخص إما حديثا مباشرا أو بواسطة الهاتف.

وفي تعريف آخر هو حوار بين الصحفى وشخصية من الشخصيات، وهو حوار يستهدف الحصول على أخبار ومعلومات جديدة أو شرح وجهة نظر معينة، أو تصوير جوانب غريبة أو طريفة مسلية في حياة هذه الشخصية³.

¹ مصطفى حميد الطائي: الفنون الإذاعية والتلفزيونية وفلسفة الإقناع، ط1، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، مصر، 2007، ص 277.

² عصام نصر سليم: مدخل إلى إنتاج البرامج فى الراديو والتلفزيون، ط1، الأفاق المشرقة للنشر والتوزيع، الأردن، 2011، ص 51.

³ مروى عصام صلاح ومحمود عزت اللحام: الصحافة بين الواقع والطموح، ط1، دار الإعصار العلمى للنشر والتوزيع، ، 2015، ص 213.

يتضح من خلال ما سبق أن الفرق بين الحديث الصحفي والبرنامج الحواري هو أن الحديث الإذاعي يطلق على المادة الكلامية التي تعرض لموضوع معين، يوجهه أحد المتخصصين إلى جمهور المستمعين والمشاهدين من خلال الإذاعة الصوتية أو المرئية، ويعرف أحيانا بالحديث المباشر، نظرا لأن المتحدث يلتزم أسلوب السرد Narration، ويتوجه بأفكاره وآرائه إلى المستمع مباشرة فيما يشبه المحادثة الشخصية، وهذه الخاصية هي التي تميز الحديث عن المواد الكلامية الأخرى التي تأخذ شكل الحوار أو المناقشات التي يشارك فيها المتحدث مع شخص أو أشخاص آخرين¹، والفرق بينهما هو أن البرامج الحوارية تحدث وفق إعداد مسبق أما الحديث فالعكس.

5-3/ الفرق بين برامج الحوار والندوة الصحفية:

الندوة الصحفية هي برنامج حوارى قائم على المناقشة، يستضيف من خلاله المذيع مجموعة من الضيوف الذين يتناقشون حول موضوع معين من زوايا مختلفة، فالمناقشة تسمح بوجود أطراف القضية أصحاب وجهات النظر المختلفة في مواجهة بعضهم البعض... وهذا يقلل من الملل الذي يصيب المستمع فيما لو كان المتحدث شخصا واحدا مع المذيع، مع مراعاة أن لا يزيد عدد المشاركين في المناقشة على أربعة أفراد حتى لا تتداخل الأصوات على المستمع فلا يعرف من هو المتحدث². حسب هذا التعريف الندوة الصحفية والبرنامج الحواري وجهين لعملة واحدة

وعليه يمكن القول من خلال تعريف برامج الحوار والندوة أنه لا يوجد إختلاف بين المصطلحين فمن خلال التعريف السابق نرى أن الندوة هي برنامج حوارى قائم على المناقشة فكلاهما يستضيف مجموعة من الضيوف، ويناقشون الموضوع من زوايا مختلفة، كل وفق تخصصه، لفتح المجال للمشاهد لتبني الرأي الذي يناسبه.

5-4/ الفرق بين المؤتمر الصحفي والحوار :

يكمن الفرق بين المؤتمر الصحفي والحوار في أن المؤتمر حديث تدلي به إحدى الشخصيات الهامة في حضور أكثر من صحفي لشرح سياسة معينة أو مناقشة قضية تهم الرأي العام، قد لا يكون للمدعويين معرفة مسبقة عن الموضوع المراد التحدث فيه، على عكس البرنامج

¹ كرم شلبي: فن الكتابة للراديو والتلفزيون، دار ومكتبة الهلال للطباعة والنشر، مصر، 2008، ص97.

² عصام نصر سليم: مرجع سبق ذكره، ص 52.

الحواري فهو حوار بين صحفي وشخصية أو أكثر لمناقشة موضوعات تهم الرأي العام يحضر لها مسبقا قبل عرضها على الجمهور.

من خلال التعريفات السابقة للبرامج الحوارية والمصطلحات المشابهة لها كالحديث المقابلة الندوة، والمؤتمر ترى الباحثة أنها متشابهة نوعا ما من حيث المبدأ صحفي (مقدم)، أسئلة، موضوع يهم الرأي العام، ضيوف، وكلها تسعى لإرضاء الحاجات المعرفية للمشاهدين، بالتطرق لجميع جوانب وجزئيات الموضوع أو القضية وتحليلها للوصول إلى نتائج تساعد المتلقي على تكوين رأيه الخاص.

وتستخدم الباحثة مصطلح البرامج الحوارية لأنه يشمل المصطلحات السابقة، كما أنه الأكثر تداولاً في الوسائل الإعلامية.

6/ مفهوم القنوات الفضائية:

أ/ لغة: القناة هي الرمح الأجوف، وهي بمعنى مجرى الماء، يقال فلان صلب القناة أي القامة¹.

ب/ إصطلاحاً:

هي محطات تلفزيونية تبث إرسالها عبر الأقمار الصناعية لكي يتجاوز هذا الإرسال نطاق الحدود الجغرافية لمنطقة الإرسال، حيث يمكن إستقباله في مناطق أخرى عبر أجهزة خاصة باستقبال والنقاط الإشارات الوافدة من القمر الصناعي، هذه الأجهزة التي تقوم بمعالجة تلك البيانات وعرضها على شاشة التلفزيون².

وفي تعريف آخر قناة يتم إستئجارها على قمر إصطناعي يستخدم نظام البث المرئي المباشر الذي يعتمد على أن تقوم محطة الإرسال الرئيسية بإرسال البرامج المتفق عليها عن طريق مرسلة تستخدم حزم ضوئية مكثفة إلى قناة مخصصة في القمر الصناعي تقوم بدورها بتحويل الإشارة إلى صوت وصورة³.

¹ محمد إبراهيم: المبرق، قاموس موسوعي للإعلام والإتصال، ط1، منشورات المجلس الأعلى للغة العربية، الجزائر، 2001، ص 105.

² - هناء السيد: الفضائيات وقادة الرأي، ط1، العربي للنشر والتوزيع، مصر، 2005، ص

³ راضي رشيد حسن وعثمان محمد ذويب، مرجع سبق ذكره، ص 405.

والقناة الفضائية المعنية في هذه الدراسة هي قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية التي تبث من دولة قطر، وقد اكتسبت إهتماماً عربياً وعالمياً من خلال تغطيتها لأحداث 11 سبتمبر 2001 والحرب على أفغانستان، وكذا بثها لأشرطة فيديو لأسامة بن لادن (تنظيم القاعدة)، وصولاً إلى تغطيتها للثورات العربية في تونس، مصر، ليبيا، سوريا، ثم اليمن التي لازالت حربها قائمة لحد كتابة هذه السطور.

خامساً: الدراسات السابقة

لا يمكن لأي دراسة علمية أن تنطلق من فراغ، إذ لابد من الإعتماد على الدراسات السابقة، سواء بالانطلاق من نتائجها أو ما وصلت إليه، أو محاولة تفنيد ما وصلت إليه من خلال إدخال متغيرات أو معطيات جديدة غابت عن الباحثين السابقين، أو الإنطلاق منها بأخذ زاوية جديدة لم يتم الإهتمام بدراستها من قبل، أو الإعتماد عليها في تدعيم البحث الذي يتم إجراؤه، حيث أن الباحث ومهما بلغ من علم ومعرفة في الموضوع الذي يختاره أو يكلف به لا يزال يحتاج إلى كل ما كتب عن جوانب الموضوع المختلفة، أو كل ما يستطيع الحصول عليه، وبذلك يستطيع أن يكون صورة أكثر وضوحاً عن موضوعه¹.

ولما كان موضوع دراستنا القضايا الراهنة للبرامج الحوارية في قناة الجزيرة الإخبارية قامت الباحثة باستعراض بعض هذه الدراسات التي تعرضت لذلك وقسمناها حسب متغيرات الدراسة كالتالي:

1/ دراسات حول البرامج الحوارية:

1-1/ العلاقة بين التعرض للبرامج الحوارية السياسية في القنوات الفضائية العربية والوعي السياسي لدى الشباب السعودي في الجامعات (دراسة تحليلية ميدانية) 1429هـ/2008م². وقد تمحورت إشكالية الدراسة حول العلاقة بين التعرض للبرامج الحوارية السياسية في القنوات الفضائية

1 عامر إبراهيم قنديلجي: البحث العلمي في الصحافة والإعلام، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان (الأردن)، 2015 ص 56.

2 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 غير منشورة، المملكة العربية السعودية، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، كلية الدعوة والإعلام، قسم الإعلام لسنة 1429هـ/2008م

العربية والوعي السياسي لدى الشباب السعودي في الجامعات، وقد قسم الباحث أسئلة الدراسة إلى ثلاثة أجزاء هي كالتالي:

أ/ تساؤلات الإطار النظري:

- ✓ ما مفهوم الوعي السياسي؟
- ✓ ما الأهمية الإجتماعية و الفردية للوعي السياسي؟
- ✓ ما وسائل نشر الوعي السياسي؟
- ✓ ما وظيفة الإعلام في نشر الوعي السياسي؟

ب/ تساؤلات الدراسة التحليلية:

✓ ما طبيعة البرامج الحوارية السياسية (دوريتها، القوالب الفنية، مجال التغطية الجغرافية للقضايا المطروحة)

- ✓ ما نوعية القضايا التي تعرض في البرامج الحوارية السياسية؟
- ✓ ما آنية القضايا التي تعالجها البرامج الحوارية السياسية عينة البحث؟

ج/ تساؤلات الدراسة الميدانية:

- ✓ ما القنوات الفضائية العربية التي يحرص الشباب السعودي على مشاهدتها؟
- ✓ ما مدى متابعة الشباب للبرامج الحوارية السياسية؟
- ✓ ما البرامج السياسية المفضلة لدى الشباب السعودي، وأسباب تفضيلها؟
- ✓ ما العلاقة بين التعرض للبرامج الحوارية السياسية والوعي السياسي؟.

أما فيما يخص منهج وأداة الدراسة فقد اعتمد الباحث على المنهج المسحي وأداة تحليل المضمون لعينة من البرامج الحوارية السياسية بالإضافة إلى مسح ميداني للشباب من طلبة الجامعات السعودية، وقد أظهرت نتائج الدراسة ما يلي :

1. جاءت قناة (أم بي سي) في المرتبة الأولى من حيث إقبال الشباب (أفراد العينة) على متابعتها تلتها قناة العربية في المرتبة الثانية، ثم قناة الجزيرة في المرتبة الثالثة، فقناة المجد في الترتيب الرابع، وفي الترتيب الخامس جاءت القناة الإخبارية السعودية.
2. أظهرت الدراسة أن نسبة كبيرة من أفراد العينة ترى أن مضمون البرامج الحوارية ذات مستوى جيد ولكنها لا تساعدهم على التعرف بشكل أعمق على الشخصيات السياسية، كما أنها لا تعكس

وجهاً نظر الحكومات العربية أو المعارضة، مما يعني إلتزام تلك البرامج موقفاً حيادياً نحو القضايا المطروحة.

3. سجلت البرامج الحوارية السياسية نسبة إهتمام كبيرة بالموضوعات والمشكلات الإقليمية في العالم العربي بشكل عام.

• أوجه الاتفاق والاختلاف:

✓ استخدمت هذه الدراسة القنوات الفضائية العربية، أما دراستنا فاستخدمت قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية.

✓ تصنف هذه الدراسة ضمن الدراسات التحليلية الميدانية، أما دراستنا فتصنف ضمن الدراسات التحليلية فقط.

✓ تطرقت هذه الدراسة إلى دراسة الوعي السياسي لدى الطلبة، أما دراستنا فتطرقت لدراسة القضايا الراهنة.

✓ لم تتبنى هذه الدراسة أي مدخل نظري، فيما تبنت دراستنا الحالية نظرية ترتيب الأولويات (وضع الأجندة).

✓ استخدمت هذه الدراسة المنهج المسحي بالاعتماد على أداة تحليل المضمون، على غرار دراستنا.

✓ عينة هذه الدراسة البرامج الحوارية والشباب السعودي، فيما كانت عينة دراستنا البرامج الحوارية فقط.

1-2/ دور البرامج الحوارية بالتلفزيون المصري في بث قيم العدالة الإجتماعية لدى الشباب"

2015¹.

وقد تبلورت مشكلة الدراسة في الحاجة إلى رصد مفهوم العدالة الإجتماعية كما تعكسه البرامج الحوارية بالتلفزيون، والقيم المتضمنة في إطار كل من هذه الأبعاد، والتعرف على كيفية معالجة هذه الأبعاد بما تضمنه من قيم مع التعرف على مدى إلتزام البرامج الحوارية فيما تقدمه من مضامين وفي معالجتها لقضايا المجتمع المختلفة بما تبثه من مبادئ وقيم للعدالة الإجتماعية فضلاً عن دراسة مدى وجود تأثير لهذه المعالجة في بناء وتشكيل أو تعديل مفهوم العدالة

¹ أحمد أحمد أحمد: "دور البرامج الحوارية بالتلفزيون المصري في بث قيم العدالة الإجتماعية لدى الشباب" أطروحة دكتوراه غير منشورة، مصر جامعة القاهرة ، سنة 2015.

الإجتماعية لدى مشاهدي البرامج الحوارية بالتلفزيون من الشباب المصري والعوامل المؤثرة على فاعليتها في تحقيق ذلك، ويمكن تحديد تساؤلات وفروض الدراسة فيما يلي:

1. ما المستوى اللغوي المستخدم في معالجة البرامج الحوارية بالقنوات الحكومية والخاصة لمفهوم العدالة الإجتماعية؟.

2. ما القوالب الفنية المستخدمة في معالجة البرامج الحوارية بالقنوات الحكومية والخاصة لمفهوم العدالة الإجتماعية؟.

3. ما مدى اهتمام محتوى البرامج الحوارية بالقنوات الحكومية والخاصة بمفهوم العدالة الإجتماعية؟.

4. ما الموضوعات التي تم تناولها في إطار معالجة مفهوم العدالة الإجتماعية بالبرامج الحوارية بالقنوات الحكومية والخاصة.

5. ما قيم العدالة الإجتماعية كما تعكسها البرامج الحوارية بالقنوات الحكومية والخاصة؟.

6. ما أساليب الإقناع المستخدمة في معالجة البرامج الحوارية بالقنوات الحكومية والخاصة لمفهوم العدالة الاجتماعية بما يتضمنه من قيم؟

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تستهدف دراسة ظاهرة معينة وتتمثل الظاهرة موضع البحث في إدراك الشباب مفهوم العدالة الاجتماعية بما يتضمنه من قيم في كل من الواقع الرمزي الذي تقدمه البرامج الحوارية بالتلفزيون والواقع الاجتماعي الذاتي لكل شاب والواقع الاجتماعي الموضوعي، ولدراسة هذه الظاهرة تم استخدام منهج المسح في مستوييه الوصفي والتحليلي، وتمثل مجتمع الدراسة في القنوات المصرية الحكومية والخاصة، وكذا البرامج الحوارية المقدمة فيها، ومجتمع الشباب المصري من مشاهدي البرامج الحوارية في القنوات المصرية الحكومية والخاصة، أما عينة الدراسة فتضمنت البرامج الحوارية بالقنوات المصرية الحكومية والخاصة، وقد تم تحليل مضمون كل الحلقات التي تم تقديمها خلال فترة التحليل وبلغ عددها 586 حلقة بواقع 234 حلقة بالقنوات المصرية الحكومية و352 بالقنوات المصرية الخاصة، واشتملت حلقات البرامج الحوارية التي تم تحليل مضمونها على 1216 فقرة بواقع 506 فقرة بحلقات البرامج الحوارية في القنوات المصرية الحكومية و 710 فقرة بحلقات البرامج الحوارية في القنوات المصرية

الخاصة، وقد اعتمدت الدراسة في أسلوب جمع البيانات على صحيفة تحليل المضمون وصحيفة إستبيان الرأي في جمع المعلومات.

وقد خلصت إلى النتائج التالية:

1. إجمالي فقرات البرامج الحوارية موضع التحليل بالقنوات المصرية الحكومية والخاصة معا تم تقديمها من خلال المزج بين اللغة العربية الفصحى والعامية 63.16%.

2. النسبة الأكبر من فقرات البرامج الحوارية بالقنوات المصرية الحكومية والخاصة معا تم تقديمها بإستخدام قالب الحوار التلفزيوني 54.11%.

3. تم تناول مفهوم العدالة الإجتماعية بما يتضمنه من قيم في 114 فقرة من إجمالي فقرات البرامج موضع التحليل بنسبة 11.84%.

4. بينت نتائج الدراسة أنه تمت مناقشة خمسة موضوعات في إطار معالجة البرامج الحوارية لمفهوم العدالة الإجتماعية بما يتضمنه من قيم وتمثلت هذه الموضوعات فيما يلي: العدالة الإجتماعية في مصر بعد ثورة 2013/06/30، والحد الأدنى والأقصى للأجور، والإقصاء السياسي، والدعم وإرتفاع الأسعار، وعدالة توزيع الثروة في مصر.

5. النسبة الأكبر من فقرات البرامج الحوارية موضع التحليل بالقنوات المصرية الحكومية والخاصة معا، واستخدمت "التصريحات الرسمية" كأحد الأساليب الإقناعية في معالجة مفهوم العدالة الاجتماعية بما يتضمنه من قيم 15.79%.

• أوجه الاتفاق والاختلاف:

✓ إستخدمت هذه الدراسة التلفزيون المصري، فيما استخدمت دراستنا قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية.

✓ تعالج هذه الدراسة قيم العدالة الإجتماعية في البرامج الحوارية، بينما دراستنا تعالج موضوع القضايا الراهنة في البرامج الحوارية.

✓ إستخدمت هذه الدراسة المنهج المسحي في مستوييه الوصفي والتحليلي أما دراستنا فاستخدمت المنهج المسحي باستخدام اداة تحليل المحتوى.

✓ عينة هذه الدراسة البرامج الحوارية والشباب المصري، فيما كانت عينة دراستنا البرامج الحوارية فقط.

1-3/ "دور البرامج الحوارية بالفضائيات العربية في إمداد الشباب الجامعي المصري بالمعلومات حول أحداث ثورة 25 يناير" 2013.¹

تمحورت إشكالية الدراسة في دور البرامج الحوارية بالفضائيات العربية في إمداد الشباب الجامعي المصري بالمعلومات حول أحداث ثورة 25 يناير؛ وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية.

إعتمدت الدراسة على المنهج المسحي، وفي إطاره تم مسح عينة من الشباب الجامعي بالجامعات المصرية، وتمثل مجتمع الدراسة في الشباب الجامعي بالجامعات المصرية، وتمثلت عينة الدراسة في عينة عشوائية بلغ قوامها 400 فرد من الشباب من الجنسين: 200 ذكوراً و200 إناثاً في جامعات (عين شمس، والزقازيق، وبنى سويف، والجامعة الحديثة) بواقع 100 فرد لكل جامعة، وكانت نتائجها كالتالي:

1. أكدت نتائج الدراسة إرتفاع معدلات تعرض الشباب الجامعي للبرامج الحوارية.
2. وجود العلاقة بين تعرضهم لتلك البرامج بالفضائيات وإمدادهم بالمعلومات حول أحداث ثورة 25 يناير.
3. أغلبية الشباب الجامعي يعتمدون على البرامج الحوارية كمصدر مهم للحصول على المعلومات حول الأحداث المتعلقة بثورة 25 يناير، وهو ما يشير إلى أهمية الدور الإخباري لهذه البرامج فيما يتعلق بقضايا وأحداث المجتمع، وضرورة تحمل هذه البرامج لمسئوليتها المجتمعية في عرض هذه الأحداث التي تشهدها البلاد بنزاهة وصدق وبدون إضرار بمصالح المجتمع.
4. وأشارت نتائج الدراسة إلى التأثيرات المختلفة (الوجدانية والمعرفية والسلوكية) المترتبة على تعرض الشباب الجامعي المعتمدين للبرامج الحوارية بالفضائيات العربية في الحصول على المعلومات حول أحداث ثورة 25 يناير.
5. ضرورة إهتمام الإعلام بإلقاء الضوء على الأحداث والقضايا السياسية في ظل مناخ ملاتم من حرية إبداء الرأي والتعبير خاصة بعد الثورة؛ إيماناً من دور الإعلام في المعرفة بتقديم كافة المعلومات لأفراد المجتمع.

¹ إسماعيل محمود حسن: دور البرامج الحوارية بالفضائيات العربية في إمداد الشباب الجامعي المصري بالمعلومات حول أحداث ثورة 25 يناير، مقال منشور بمجلة دراسات الطفولة مج 16 ع 58 يناير/ مارس 2013.

• أوجه الاتفاق والاختلاف:

✓ استخدمت هذه الدراسة الفضائيات العربية أما دراستنا فاكثفت بدراسة قناة الجزيرة الفضائية الاخبارية.

✓ تعالج هذه الدراسة موضوع إمداد الشباب بالمعلومات حول أحداث 25 يناير، فيما تعالج دراستنا موضوع القضايا الراهنة.

✓ تنتمي هذه الدراسة الى الدراسات الوصفية على غرار دراستنا الدراسات الوصفية التحليلية.

✓ عينة هذه الدراسة الشباب الجامعي المصري، بينما تتمثل عينة دراستنا في البرامج الحوارية.

1-4/ دور البرامج الحوارية بالقنوات التلفزيونية الإقليمية في معالجة قضايا الطفولة في مصر، 2014. ¹

يتمثل التساؤل الرئيسي في: ما هو دور البرامج الحوارية بالقنوات التلفزيونية الإقليمية في معالجة قضايا الطفولة في مصر؟

وقد اعتمدت الباحثة في دراستها على منهج المسح الإعلامي، والمنهج المقارن، ويتمثل مجتمع الدراسة في القنوات الإقليمية الثلاث (القاهرة، الدلتا، والصعيد) خلال دورة تلفزيونية كاملة تبدأ من أول يوليو 2012 حتى نهاية سبتمبر 2012، ويتمثل المجتمع البشري في القائمين بالاتصال في 120 مفردة بواقع 40 مفردة لكل قناة، واستخدمت إستمارة استبيان كأداة للتعرف على دور القائم بالاتصال في عرض قضايا الطفولة، وإستمارة تحليل المضمون للتعرف على قضايا الطفولة التي تم عرضها بالبرامج محل الدراسة، ومن أبرز نتائجها:

1. إقترح المبحوثون لدعم دور البرامج الحوارية في تناول قضايا الطفولة وفقاً لنوع البرنامج الذهاب إلى الأطفال في أماكنهم بنسبة 80.00% من إجمالي عينة الدراسة، موزعة بنسبة 80.65% من قضايا البرامج العامة، مقابل 77.78% من قضايا البرامج المتخصصة لتشير إلى وجود نسب غير دالة إحصائياً.

2. جاء في الترتيب الأول من بين الأشكال الإعلامية التي استخدمت في عرض قضايا الطفولة وفقاً لنوع البرنامج الأخبار بنسبة بلغت 35.38% من بين القضايا التي تم تحليلها، موزعة

¹ فانتن عبد الرحمن الطنباري: دور البرامج الحوارية بالقنوات التلفزيونية الإقليمية في معالجة قضايا الطفولة في مصر، مقال منشور بمجلة دراسات الطفولة مج 17، ع63، إبريل يونيو 2014 .

49.12% من قضايا البرامج العامة، 27.93% من قضايا البرامج المتخصصة لتدل على وجود علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى 0.01.

• أوجه الاتفاق والاختلاف:

✓ استخدمت هذه الدراسة القنوات التلفزيونية الاقليمية أما دراستنا فاكتفت بدراسة قناة الجزيرة الفضائية الاخبارية.

✓ تعالج هذه الدراسة موضوع قضايا الطفولة، فيما تعالج دراستنا موضوع القضايا الراهنة.

✓ عينة هذه الدراسة القائم بالاتصال في البرامج الحوارية، بينما تتمثل عينة دراستنا في البرامج الحوارية.

2/ دراسات حول قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية:

تم اختيار دراسات حول قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية كونها إهتمت بتحليل محتوى بعض البرامج الحوارية التي نحن بصدد تحليلها.

1-2/ أخبار العراق في الفضائيات العربية (تحليل مضمون لأخبار العراق في قناتي الجزيرة والعربية الفضائيتين) 2009¹.

وقد تمحورت إشكالية الدراسة حول الجدل الذي يثار عن مهنية الفضائيات العربية في نقل أخبار العراق وبشكل خاص قناة "الجزيرة" الفضائية ، وقناة "العربية" الفضائية من حيث درجة الإلتزام بالموضوعية والتوازن في انتقاء الأخبار الخاصة بالعراق وطريقة عرضها خلال عام 2007 و تهدف هذه الدراسة إلى الإجابة عن التساؤلات الآتية :

1. ما الأشكال الفنية التي إعتمدتها قناتي " الجزيرة" و"العربية" الفضائيتين لأخبار العراق خلال فترة الدراسة ؟

2. ما مدى الأهمية التي أولتها كل من قناتي " الجزيرة " و" العربية " الفضائيتين لأخبار العراق خلال فترة الدراسة.

¹ فارس شكر المهدي: أخبار العراق في الفضائيات العربية (تحليل مضمون لأخبار العراق في قناتي الجزيرة والعربية الفضائيتين) أطروحة دكتوراه في الإعلام والاتصال مقدمة إلى مجلس كلية الآداب والتربية الأكاديمية العربية المفتوحة في الدنمارك 2009.

3. ما حدود الموضوعية والتوازن الإخباري الخاص بأخبار العراق في كل من قناتي " الجزيرة " و" العربية " الفضائيتين ؟

وقد اعتمد الباحث على منهج المسح للحصول على المعلومات الخاصة بالقناتين، ولغرض الحصول على نتائج محددة لتساؤلات البحث فقد استخدم الباحث طريقة تحليل المضمون لتحليل العينة المفحوصة من النشرات الإخبارية للقناتين .

وقد تكون مجتمع الدراسة من النشرات الإخبارية لقناتي " الجزيرة" وقناة " العربية " الفضائيتين الخاصتين العربيتين، وقد تم اختيار نشرتين رئيسيتين من كل من القناتين المذكورتين ليكونا مجتمع هذه الدراسة، والنشرتان هما: نشرة الساعة الحادية عشرة ليلا بتوقيت دبي (الساعة مساء بتوقيت غرينتش) من قناة "العربية"، ونشرة (الحصاد) في الساعة الحادية عشرة بتوقيت الدوحة (الثامنة مساء بتوقيت غرينتش) من قناة "الجزيرة"، وبلغ عدد أفراد مجتمع الدراسة الكلي 366 نشرة أخبار في كل من القناتين، وهي من النشرات التي قدمت في خلال العام 2007، و بلغ عدد النشرات الإخبارية لعينة الدراسة 37 نشرة لكل قناة بواقع نشرة واحدة لكل عشرة أيام من كل قناة وقد استخدم الباحث أسلوب العينة العشوائية المنتظمة، ومن أهم نتائجها:

أشارت نتائج الأطروحة أن كلا من قناتي "العربية" و"الجزيرة" تعاملتا باهتمام مع أخبار العراق ومنحتها قدرا كبيرا نسبيا من الزمن، لكن القناتين اختلفتا في التفاصيل وبالتالي في مقدار تعاطي كل منهما مع تساؤلات الدراسة وافتقدتا إلى التوازن والموضوعية في تناول أخبار العراق.

• أوجه الاتفاق والاختلاف:

- ✓ استخدمت هذه الدراسة قناتي الجزيرة والعربية، أما دراستنا فاكتفت بدراسة قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية.
- ✓ تعالج هذه الدراسة موضوع نشرات الاخبار حول موضوع أخبار العراق فيما تناولت دراستنا البرامج الحوارية تعالج موضوع القضايا الراهنة.
- ✓ تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات التحليلية على غرار دراستنا.
- ✓ عينة هذه الدراسة النشرات الاخبارية الرئيسية، بينما تتمثل عينة دراستنا في البرامج الحوارية.

2-2/ الصورة الذهنية لقناة الجزيرة والجزيرة الدولية لدى الشباب الجامعي - دراسة ميدانية على طلبة جامعتي قطر واليرموك 2008¹.

والهدف من الدراسة هو تناول الصورة الذهنية لكل من قناة الجزيرة والجزيرة الدولية بصورة شاملة ومتعددة الجوانب لا تقتصر فقط على المصادقية الخبرية وإنما تمتد أيضا لتشمل تقييم البرامج وتحديد أسباب شهرة الجزيرة والشعور بالفخر لوجودها في بلد عربي ومقارنتها بالمحطات الفضائية الأخرى سواء العربية أو الأجنبية، وللإجابة على هذه الإشكالية تم وضع التساؤلات التالية:

1. ما حجم الملكية والتعرض لوسائل الإتصال المختلفة كالتلفزيون، والصحف اللاقط، والفيديو والأنترنت.
2. ما مدى التعرض للفضائيات العربية والأجنبية عموما وفي مجال الأخبار خصوصا ودرجة تفضيل ومصادقية كل منهما مقارنة بالجزيرة.
3. ما مدى تصديق أخبار الجزيرة ومدى الإعتماد عليها في وقت الأزمات وتأثيرها على تشكيل الرأي نحو القضايا العربية والأجنبية.
4. ما الصور الذهنية للجزيرة من حيث تحديد أسباب شهرتها وتقسيم برامجها ومدى تأثيرها على شهرة قطر على الساحتين العالمية والعربية ومدى الإفتخار بوجودها في بلد عربي والترحيب بوجود شبكات مماثلة.
5. ما الصورة الذهنية للجزيرة الدولية من حيث التوقعات المستقبلية لها، ومدى الترحيب بفكرة بث الجزيرة باللغة الإنجليزية وبلغات أجنبية أخرى.

وقد اعتمد الباحثان على منهج المسح الميداني للحصول على المعلومات والحصول على نتائج محددة لتساؤلات البحث فقد استخدم الباحث صحيفة الاستبيان كأداة لجمع المعلومات . وقد بلغ عدد أفراد مجتمع الدراسة الكلي 110 آلاف طالب وطالبة من جامعة قطر و 21 ألف طالب وطالبة من جامعة اليرموك تم توزيع 600 استبانة وتم استبعاد 49 لعدم صلاحيتها وبذلك تكون عينة الدراسة 551 مفردة، وقد إستخدم الباحث أسلوب العينة الصدفية، ومن نتائجها:

¹ محمد فلاح القضاة وسحر محمد خميس : الصورة الذهنية لقناة الجزيرة والجزيرة الدولية لدى الشباب الجامعي - دراسة ميدانية على طلبة جامعتي قطر واليرموك، مقال منشور بالمجلة الأردنية للعلوم الإجتماعية المجلد الأول، العدد الأول سنة 2008.

1. دلت النتائج أن الغالبية من العينة تتابع الفضائيات العربية بنسبة 90.4 %، جاءت في المرتبة الثانية من حيث التعرض للإنترنت بنسبة 86.7%، وفي المرتبة الأخيرة الفضائيات الأجنبية بنسبة 63.3%،
2. العينة تصدق الجزيرة بالدرجة الأولى وبمتوسط 3.26 و هذه ظاهرة جيدة، وأن للجزيرة تأثير على تشكيل الرأي حول القضايا العربية المطروحة وبمتوسط 3.09، أما التأثير في تشكيل القضايا الأجنبية فقد كانت في المرتبة الأخيرة وبمتوسط 2.96.
3. الغالبية العظمى تفتخر بوجود الجزيرة في بلد عربي بنسبة 90%، وطالبت بوجود إيجاد شبكات إخبارية أخرى مماثلة في العالم العربي بنسبة 86%.
4. تعتقد العينة أن الجزيرة الدولية ستنتقل الإعلام العربي إلى إعلام دولي بالمرتبة الأولى وبمتوسط 4.21 وبانحراف معياري 2.462، وستكون منبر دعاية للعالم العربي بالمرتبة الثانية وبمتوسط 4.11 وبانحراف معياري 2.098 ، وفي المرتبة الثالثة جاء أن الجزيرة ستكون منبرا صادقا وأمينا لنقل الأحداث المحلية والإقليمية والدولية بمتوسط 4.10 بانحراف معياري 1.081.

أوجه الاتفاق والاختلاف:

- ✓ استخدمت هذه الدراسة قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية على غرار دراستنا.
- ✓ تعالج هذه الدراسة الصورة الذهنية لقناة الجزيرة الإخبارية، فيما تعالج دراستنا موضوع القضايا الراهنة.
- ✓ عينة هذه الدراسة الشباب الجامعي، بينما تتمثل عينة دراستنا في البرامج الحوارية.

2-3/ تقنيات الحوار الإعلامي (قناة الجزيرة نموذجا) 2010¹.

الأدوات المستخدمة: الملاحظة، إستمارة التحليل (تحليل المضمون)، وتمثلت عينة الدراسة في برنامج الإتجاه المعاكس، برنامج أكثر من رأي، برنامج حوار مفتوح، برنامج الشريعة والحياة برنامج بلا حدود، واستخدم المنهج المسحي، كمنهج للدراسة باستخدام إستمارة تحليل المحتوى على عينة من البرامج الحوارية المباشرة خلال المدة الزمنية من 2004/04/02 إلى 2004/07/20.

¹ محسن جلوب الكنانى: تقنيات الحوار الإعلامي (قناة الجزيرة نموذجا)، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2010.

وقد توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

1. قناة الجزيرة الفضائية متأثرة بسياسة الدولة الراعية وسياسة واتجاهات القائمين عليها والعاملين فيها.
2. وجود خلل في تخطيط وإعداد البرامج الحوارية الحية في قناة الجزيرة من ناحية إختيار الموضوعات والشخصيات المستضافة، كذلك مساهمات المشاهدين إذ وجد الباحث أن هناك قصدية وتعمد في الإختيار يتوافق وسياسة القناة المتأثرة أصلا بسياسة الدولة الراعية وسياسة واتجاهات القائمين عليها والعاملين فيها.
3. تبين أن معظم البرامج الحوارية المقدمة على قناة الجزيرة الفضائية هي نسخ عن برامج تبث في كبريات القنوات الفضائية العالمية كقناة BBC البريطانية و CNN الأمريكية.
4. ظهر أن مقدمي البرامج الحوارية الحية في قناة الجزيرة الفضائية يستخدمون العديد من الأساليب في حوارهم مع ضيوفهم.
5. حوار الرأي هو النوع الأكثر تناولا في البرامج الحوارية الحية في قناة الجزيرة الفضائية.
6. ظهر أن برامج الإتجاه المعاكس وأكثر من رأي وحوار مفتوح تركز على استضافة أكثر من شخصية، بينما برنامجا الشريعة والحياة وبلا حدود يركزان بالدرجة الأساس على استضافة شخصية واحدة.
7. سجل أن البرامج الحوارية الحية في قناة الجزيرة الفضائية تركز على الموضوعات السياسية واهتمامها بالموضوعات الأخرى ثانويا.
8. تبين أن البرامج الحوارية الحية في قناة الجزيرة الفضائية تسعى دائما لاستضافة شخصيات من كافة الاختصاصات.
9. تركز البرامج الحوارية الحية في قناة الجزيرة الفضائية على استضافة شخصيات غير حكومية.

• أوجه الاتفاق والإختلاف:

- ✓ استخدمت هذه الدراسة قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية على غرار دراستنا.
- ✓ تعالج هذه الدراسة موضوع تقنيات الحوار الإعلامي، فيما تعالج دراستنا موضوع القضايا الراهنة.
- ✓ تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات التحليلية على غرار دراستنا.

- ✓ عينة هذه الدراسة البرامج الحوارية المباشرة على غرار عينة دراستنا.
- ✓ وتعتبر هذه الدراسة الأساس لدراستنا هذه من حيث الجانب التحليلي، وتختلف معها في نوع القضايا المدروسة.

3/ موقع الدراسة من الدراسات السابقة:

- من خلال الإطلاع على الدراسات السابقة إتضح أن هنالك فروق بين دراستنا الحالية والدراسات السابقة تتجلى فيما يلي:
- ✓ تصنف هذه الدراسة ضمن الدراسات التحليلية على عكس معظم الدراسات السابقة التي مزجت بين الوصف والتحليل.
- ✓ استخدمت هذه الدراسة نظرية ترتيب الأولويات كسند نظري فيما لم تستخدم كل الدراسات السابقة مدخل نظري لدراساتهم.
- ✓ استخدمت هذه الدراسة المنهج المسحي باستخدام أداة تحليل المحتوى وهو ما يتعارض مع معظم الدراسات السابقة التي استخدمت المنهج المسحي الميداني (إستمارة إستبيان).

4/ نقد وتقييم الدراسات السابقة

- ✓ في الجانب المنهجي الدراسات لم تعتمد على سند نظري يؤسس لبحوثهم، رغم أهمية الاعتماد على نظرية من نظريات الإعلام والاتصال، فعلى أساسها يتم تحديد وضبط الإشكالية ووضع الفرضيات، وهذه نقطة تحسب ضد هذه الدراسات.
- ✓ استخدمت الدراسات السابقة منهج المسح في مستوييه الوصفي والتحليلي على عكس دراستنا فهي تعتمد على المنهج المسحي باستخدام تحليل المحتوى كأداة وحيدة.
- ✓ استخدمت جل الدراسات السابقة البرامج الحوارية كعينة للدراسة، وهي تتفق في ذلك مع دراستنا الحالية.
- ✓ معظم الدراسات تناولت جانبا واحدا من البرامج الحوارية لدراسته على عكس دراستنا التي تسعى لمعرفة محتوى القضايا الراهنة المطروحة في البرامج الحوارية المباشرة، أي لم يتم تحديد نوع القضية.

5/ مدى الإستفادة من الدراسات السابقة:

- إستفادت الباحثة من خلال الإطلاع على الدراسات السابقة بما يلي:
- ✓ بناء الإطار النظري للدراسة وصياغة إشكالياتها.
 - ✓ كما وجدنا أن هذه الدراسات تخدم دراستنا خاصة من ناحية المنهج والأدوات المستخدمة لجمع البيانات (تحليل المحتوى).
 - ✓ طريقة تحديد فئات ووحدات تحليل المضمون، والتي تعد من أهم الخطوات لتحقيق أهداف الدراسة.
 - ✓ الإستفادة من المصادر والمراجع المذكورة في كل دراسة.
 - ✓ طريقة تصميم إستمارة تحليل المحتوى، وتطبيقها وتفرغها وصولاً إلى استخلاص النتائج منها.
 - ✓ الإستفادة منها في مناقشة نتائج الدراسة وتفسيرها، بالإضافة إلى مقارنة النتائج الحالية للدراسة على ضوء نتائج الدراسات السابقة.

سادساً: فرضيات الدراسة

تسعى الباحثة من خلال هذا البحث التحقق من صحة الفروض الآتية:

1. تستضيف قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية في برامجها الحوارية المباشرة (عينة الدراسة) محللون سياسيون.
2. تستخدم قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية في برامجها الحوارية المباشرة (عينة الدراسة) الأعمار الصناعية للإتصال بالضيوف والتحاور معهم.
3. تهدف قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية في برامجها الحوارية المباشرة (عينة الدراسة) إلى تسليط الضوء على القضايا الراهنة.
4. تعتمد قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية مصادر مسؤولة في برامجها الحوارية المباشرة (عينة الدراسة).
5. تعالج قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية في برامجها الحوارية المباشرة (عينة الدراسة) القضايا الوطن العربي.
6. تستخدم قناة الجزيرة الإخبارية في برامجها الحوارية المباشرة (عينة الدراسة) أساليب عقلية لإقناع المشاهدين.

سابعاً: المدخل النظري للدراسة:

إرتأينا قبل التطرق إلى تعريف النظرية المستخدمة في الدراسة أن نتطرق لتعريف النظرية العلمية بصفة عامة لأخذ نظرة عنها كما يلي:

• **مفهوم النظرية العلمية:** توصل الباحثون إلى جملة من التعريفات المحددة لمفهوم النظرية في دراسات الإعلام والاتصال نورد منها:

• **النظرية هي:** "المفاهيم التي يتوصل إليها الباحث بناءً على ملاحظته لتجربة أو مجموعة تجارب، أو حدث أو مجموعة أحداث"¹، ويعرفها كيرلنجر Kerlinger 1986 بأنها: "مجموعة من المفاهيم يوجد بينها علاقة تعرض بطريقة منظمة لدراسة الظاهرة من خلال تحديد العلاقة بين المتغيرات بهدف التوضيح والتنبؤ بالظاهرة المدروسة"².

• حسب هذا التعريف فالنظرية تعني وصف الظاهرة وتفسيرها والتنبؤ بما يترتب عليها، حيث لا نستطيع دراسة أي ظاهرة إتصالية دون الإعتماد على سند نظري، ولتحقيق ذلك اعتمدت الباحثة على نظرية ترتيب الأولويات **Agenda Setting**.

1/ نظرية ترتيب الأولويات **Agenda Setting**1/ نشأة وتطور بحوث نظرية ترتيب الأولويات (وضع الأجندة) **Agenda Setting** :

نظرية الأجندة أو ترتيب الأولويات أو ما يعرف أيضا بـ **Agenda Setting Theory** استعير إسمها من فكرة جدول الأعمال الذي يبحث في اللقاءات والاجتماعات، والذي يطلق عليه الأجندة، وأن فكرة هذه النظرية تقول أنه مثلما يحدد جدول الأعمال في أي لقاء تترتب المواضيع التي سوف تناقش بناءً على أهميتها، أي أن جدول أعمال وسائل الإعلام هو ما تبتثه من برامج وما تعرضه من مواضيع حتى تبدوا للجماهير أن هذه البرامج أو الموضوعات والأفكار أهم من غيرها³، وهي من النظريات القليلة التي لها جذور تاريخية تمتد على أكثر من أربعين عاما من البحث والدراسة، ومن خلال هذه الأبحاث والدراسات ظهرت العديد من الأبعاد والمتغيرات

¹ مي العبد الله: **نظريات الاتصال**، دار النهضة العربية، بيروت (لبنان)، ط2، 2010، ص14.

² منذر عبد الحميد الضامن: **أساسيات البحث العلمي**، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، ط3، 2015، ص 39.

³ نهى عاطف العبد: مرجع سبق ذكره، ص 92.

والإتجاهات الحديثة لهذه النظرية والتي تستحق أيضا مزيدا من البحث والدراسة¹. وهذا ما تحاول الباحثة تحقيقه من خلال تطبيق هذه النظرية في الدراسة الحالية لتكون مرجعا لدراسات أخرى وإضافة علمية في الدراسات الإعلامية.

إن تحديد الأجندة بكل بساطة هي العملية التي تحدد بواسطتها وسائل الإعلام ما نفكر به ويدعو للقلق، ووالتر ليبمان هو أول من لاحظ هذه الوظيفة في سنة 1920، وأشار إلى أن وسائل الإعلام تسيطر على خلق الصور في أذهاننا، ويعتقد أن الجمهور لا يتفاعل مع أحداث حقيقية ولكن مع الصور التي في ذهننا، لذلك عملية وضع الأجندة تستخدم لإعادة كل الأحداث التي تحدث في بيئتنا إلى نموذج أبسط من قبل أن نتعامل معها².

ترجع الأصول النظرية لبحوث ترتيب الأولويات إلى "والتر ليبمان" من خلال كتابه بعنوان "الرأي العام" 1922، حيث يرى أن وسائل الإعلام تساعد في بناء الصور الذهنية لدى الجماهير وفي كثير من الأحيان تقدم "بيئات زائفة" في عقول الجماهير، وتعمل وسائل الإعلام على تكوين الرأي العام من خلال تقديم القضايا التي تهم المجتمع³ لكن الباحثون يعتبرون أن أول إشارة مباشرة للنظرية نظرا لتجاهلها في الأربعينيات والخمسينيات من القرن العشرين كانت لنورتن لونغ في مقاله 1958 ليوضحها أكثر فيما بعد الباحث "برنارد كوهين" **Bernard Cohen** " ليبمان" في كتابه "الصحافة والسياسة الخارجية" عام 1963⁴ حين زعم أن وسائل الإعلام "لا تتجح دائما في إبلاغ الجماهير كيف يفكرون (الإتجاهات) ولكنها تتجح دائما في إبلاغهم عما يجب أن يفكروا فيه (المعلومات)"⁵. أي أنها تعلم جمهورها وترشده الى ما يجب أن يتحدث فيه، بمهني آخر هذه النظرية لا تركز على تغيير الإتجاهات بقدر ما تركز على بروز وظهور قضايا ومواضيع ترى أنها هامة لدى الجمهور.

ويرجع الفضل إلى "مكوميس وشاو" Mccombs & Shaw في إجراء أول إختبار إمبيرقي لنظرية ترتيب الأولويات وكان الفرض الرئيسي لدراستهما هو "بينما قد يكون لوسائل الإعلام تأثير محدود على نوع أو شدة الإتجاهات إلا أنه يفترض أن تقوم وسائل الإعلام بتحديد الأولويات

¹ ليندة ضيف: الاتجاهات البحثية الجديدة في نظرية الاجندة من يرتب اولويات وسائل الاعلام؟، جامعة العربي بن مهيدي، ام البواقي، الجزائر، دس، ص 2.

² M.Sanchez : Agenda Setting, Spring 2002 at: <http://www.comprofessor.com/2012/10/media-agenda-setting.html>

³ مي العبد الله: مرجع سبق ذكره، ص 284.

⁴ نفس المرجع ، ص 284.

⁵ حسن مكاوي وليلي السيد: مرجع سبق ذكره، ص ص 288.289

للحملات السياسية ويكون لتلك الوسائل تأثير على شدة الإتجاهات نحو القضايا المثارة".¹ وقد وجد "مكومبيس وشو" في دراسة شابيل هيل Chapel Hill التي أجراها أثناء انتخابات عام 1968 إرتباطا قويا بين أجندة وسائل الإعلام وأجندة الجمهور،² وكما يقول صالح خليل أبو أصبع توجد علاقة إيجابية بين ما تؤكد وسائل الإعلام في رسائلها، وبين ما يراه الجمهور هاما، أي أن دور وسائل الإعلام يسهم في ترتيب الأولويات عند الجمهور، ومن ثم فإن وسائل الإعلام بهذا المعنى تقوم بمهمة تعليمية³. أي أن الإعلام يقدم للجمهور قائمة حول الموضوعات التي يمكن أن يناقشها أو يشكل رأيا حولها.

2/ مفهوم وضع الأجندة:

يقوم المفهوم الأساسي للنظرية على فكرة أساسية مفادها أن وسائل الإعلام قد لا تتجح في كل الحالات في تعريف الناس "كيف يفكرون" ولكنها تتجح في تعريفهم "فيما يفكرون" وهذا يدل على أن هناك علاقة قوية وترابط تام بين تركيز وسائل الإعلام على موضوعات معينة وبروز نفس الموضوعات لدى الجمهور.

وتشير فكرة ترتيب الأولويات حسب ما يرى كل من "روجرز" و "درين" & Dearing Rogers إلى وجود منافسة مستمرة بين الموضوعات والقضايا للحصول على إهتمام كل من وسائل الإعلام والجمهور والصفوة السياسية⁴.

إن المفهوم الخاص بعلاقة وسائل الإتصال بالجمهور يرى أن وسائل الإتصال هي التي تحدد الأولويات التي تتناولها الأخبار، فهي تعطي أهمية خاصة لهذه الموضوعات مما يجعلها تصبح من الأولويات الهامة لدى الجمهور، وهكذا فإن الموضوعات التي يراها المحررون ذات أهمية هي التي يتم نشرها حتى ولو كانت غير ذلك في الحقيقة، فإن مجرد النشر في حد ذاته سواء من خلال الصحافة، الإذاعة أو التلفزيون يعطي أهمية مضاعفة لتلك الموضوعات، بحيث يراها الجمهور ذات أهمية تفوق غيرها من الموضوعات⁵، مثال على ذلك القضية الفلسطينية لا تشمل اللاجئين الفلسطينيين في الدول العربية المجاورة فهي تخص فلسطين فقط أو بمعنى آخر غزة، وهنا

¹ نفس المرجع ص 290.

² محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط3، عالم الكتب، القاهرة (مصر)، 2004، ص 343.

³ كامل خورشيد مراد: الإتصال الجماهيري والإعلام، التطور-الخصائص-النظريات، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان (الأردن)، ط2، 2014، ص142.

⁴ ليندة ضيف: مرجع سبق ذكره، ص 2.

⁵ أحمد زكريا أحمد: نظريات الإعلام، ط1، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، مصر، 2009، ص 06.

أثارت وسائل الإعلام إهتمام الجمهور بما يفكرون، وأصبحت لها أهمية أكثر من المواضيع الأخرى، إذن فالوسيلة الإعلامية هي التي تنتقي ولست أنا (المتلقي).

وهذه النظرية تدخل في دراسة الحالات التي يجنح فيها الخطاب الإعلامي إلى فرض جدولة ذهنية مقررة تجري عبرها برمجة أذهان المشاهدين عبر حيلة الإختيار والإستبعاد، حيث يتم التركيز على أشياء وإغفال أشياء أخرى، ومن ثم برمجة خيارات المشاهدين الإجتماعية والسياسية، والإعلام هنا لا يقول للناس كيف يفكرون ولكنه يقرر لهم الأشياء التي يجب أن يفكروا فيها وبهذا تتم البرمجة، برمجة الأشخاص والمجتمعات¹، فيصبح المتلقي متأثراً بموضوعات وقضايا بعيدة عن مجتمعه، وتصبح لديه إهتمامات بها، ويبتعد عن القضايا التي تهمة وتمسه كقضية البطالة مثلاً.

3/ فروض نظرية ترتيب الأولويات (وضع الأجندة):

تتمثل فروض ترتيب الأولويات فيما يلي:

- ✓ توجد علاقة ارتباطية إيجابية بين أجندة وسائل الإعلام وأجندة الجمهور.
- ✓ كلما زاد تركيز وسائل الإعلام على قضية معينة كلما ساعد ذلك على أن تزداد أهمية هذه القضية لدى الجمهور، ولكن الجدير بالذكر أن الأجندة الإعلامية لا تتفق بشكل كبير مع مؤثرات العالم الواقعي فيمكن أن يبرزوا قضايا هامة ويهملون قضايا أخرى أقل أهمية².
- وسنقوم باختبار هذا الفرض من خلال إستخدام أداة تحليل المحتوى على عينة من البرامج الحوارية في قناة الجزيرة الإخبارية لمعرفة القضايا الراهنة التي تركز عليها قناة الجزيرة الإخبارية في برامجها الحوارية (عينة الدراسة) وكيفية معالجتها.

4/ تطور بحوث وضع الأجندة:

لقد نمت وتطورت هذه النظرية بسرعة كبيرة منذ دراسة "ماكبوس" و"شو" Mccombs & Shaw 1972 وتم اختبارها على العديد من الدراسات داخل وخارج الولايات المتحدة الأمريكية وتحت ظروف مختلفة، واكتسبت هذه النظرية أهمية كبيرة خلال السنوات الأخيرة وخاصة بعد

¹ عبد الله الغدامي: الثقافة التلفزيونية، سقوط النخبة و بروز الشعبي، المركز الثقافي العربي، بيروت (لبنان)، ط2، 2005، ص 16.

² عاطف علي العبد ونهى عاطف العبد: نظريات الإعلام وتطبيقاتها العربية، دار الإيمان للطباعة، القاهرة، 2007، ص 342.

أحداث 11 سبتمبر 2001 فقد تبين منها أن وسائل الإعلام كانت قوة كافية لتسليط الضوء ولفت إنتباه الرأي العام بقوة نحو تحديد قائمة القضايا العامة¹.

5/ وظيفة وضع الأجندة:

يمكن تحديد الوظائف التي تؤديها وضع الأجندة فيما يلي:

5-1/ أن عرض وسائل الإعلام لقضية معينة تزيد من وعي الجمهور حول تلك القضية، وبالتالي يمكن تمييز القضايا الهامة من بين القضايا التي تعرضها وسائل الإعلام.

5-2/ تقوم هذه النظرية بترتيب أولويات الجمهور، وذلك للتركيز على قضايا معينة دون أخرى مثل:

أ/ مراقبة البيئة: يسعى المجتمع دائما للتعرف على ما يجري في البيئة الداخلية والخارجية، وذلك لمواجهة كافة الظروف المتغيرة، وتقوم وسائل الإعلام دائما بالتعرف على مشكلات المجتمع ومحاولة تقديم الحلول المختلفة لها.

ب/ الترابط: إن أهم ما تحاول وسائل الإعلام الوصول إليه هو محاولة إيجاد رأي عام موحد ومتربط اتجاه قضية معينة دون القضايا الأخرى، ما يؤدي إلى الوصول لاتفاق عام اتجاه القضايا المختلفة.

ج/ نقل التراث الإجتماعي: تقوم وسائل الإعلام عبر السنوات المختلفة بالتركيز على أهم العادات والتقاليد السائدة في المجتمع خلال الفترات المختلفة، وهي تعد بذلك موروث ثقافي واجتماعي يمكن الأفراد من التعرف على ملامح العصور المختلفة².

مما سبق يتضح أن هناك علاقة تبادلية بين أولويات القضايا كما تقدمها وسائل الإعلام وتلك التي يرى الجمهور المتلقي أنها مهمة من خلال تحديد الموضوعات والقضايا الإخبارية التي تطرح في وسائل الإعلام، وإغفال قضايا أخرى قد تكون على قدر من الأهمية في المجتمع. أما إذا أردنا أن نتحدث عن دور الإعلام في الموضوع فنحن نرى بأن العلاقة بين وسائل الإعلام وأجندته صانعي القرار علاقة الطرف الذي يؤثر بالآخر والعكس، علاقة ثنائية الإتجاه للطرفين ذات التأثير على الآخر .

¹ ندى عبد النبي محمد محمد القاضي: دور الصحافة المصرية في ترتيب أولويات الجمهور قضايا الإصلاح الاجتماعي في مصر - دراسة تحليلية وميدانية، ورقة مقدمة الى المؤتمر العلمي الدولي الخامس عشر لكلية الاعلام -7-9 يوليو 2009، ص4
² نسرين محمد عبده حسونة: نظريات الاعلام والاتصال، ماجستير صحافة، شبكة الألوكة، 2015، ص ص 9 - 10.

6/ مكونات عملية وضع الأجندة :

تضم نظرية ترتيب الأولويات ثلاثة أنواع من الأجندات هي: أجندة الجمهور، أجندة الإعلام، أجندة السياسة.

6-1/ وضع أجندة الجمهور "أجندة العامة" Public Agenda Setting: والمقصود بها أنها تتخذ من أولويات إهتمام الجمهور متغيرا تابعا لها، وقد بدأ هذا الإتجاه البحثي على يد "ماكبوس" و"شو" عام 1972.

6-2/ وضع أجندة السياسة العامة Policy Agenda Setting: وتتخذ من أولويات إهتمام صانعي القرار متغيرا تابعا، بينما تمثل أولويات إهتمام وسائل الإعلام¹.

6-3/ وضع أجندة وسائل الإعلام Media Agenda Setting: وتتخذ من أولويات قضايا وسائل الإعلام متغيرا تابعا لها، وقد إنبثق هذا المجال البحثي مرتبطا بالدراسات الإجتماعية².

7/ إستراتيجيات نظرية وضع الأجندة:

بالرجوع إلى أدبيات ودراسات نظرية ترتيب الأولويات فإنها تركز على استراتيجيتان أساسيتان هما:

7-1/ الإستراتيجية الأولى: تقوم هذه الاستراتيجية على دراسة مجموعة القضايا السائدة في وسائل الإعلام وعند الجمهور واختبار العلاقة بينهما إما على فترة زمنية واحدة أو فترتين زمنيتين.

7-2/ الإستراتيجية الثانية: تقوم على دراسة قضية واحدة سواء على فترة زمنية واحدة أو على فترات زمنية مختلفة أي دراسة مطولة³.

وفي دراستنا هذه سوف نعتمد على الإستراتيجية الأولى حيث سنقوم بدراسة القضايا الراهنة في وسائل الإعلام (القنوات الفضائية) دون الإعتماد على الجمهور، كون الدراسة تهدف إلى معرفة القضايا الراهنة في البرامج الحوارية لقناة الجزيرة الإخبارية خلال دورة تلفزيونية كاملة أي خلال فترة زمنية واحدة تمثلت في الثلاثي الأول من عام 2015.

¹ أحمد زكريا أحمد: مرجع سبق ذكره، ص 11.

² ابراهيم حمادة بسيوني: الاتجاهات الحديثة في بحوث وضع الأجندة، كلية الصحافة والإعلام، جامعة القاهرة، مصر، دس، ص 4.

³ عاطف عدلي العبد ونهى عاطف العبد: مرجع سابق، ص 340.

8/ مراحل وضع أجندة وسائل الاعلام :

- وهو موضوع أكثر تعقيدا من مفهوم وضع الأجندة Agenda Setting فيرى الباحثان "لانج ولانج" Lang & Lang أن بناء الأجندة يتم في ست مراحل كالاتي:
- ✓ تلقي الصحافة الضوء على بعض الأحداث وتجعلها بارزة.
 - ✓ تحتاج بعض القضايا إلى قدر أكبر من التغطية لتثير الإهتمام.
 - ✓ وضع القضايا أو الأحداث التي تثير الإهتمام في إطارها الذي يضيفي عليها المعنى ويسهل فهمها وإدراكها.
 - ✓ اللغة المستخدمة في وسائل الإعلام يمكن أن تؤثر على مدركات الجمهور لأهمية القضية.
 - ✓ تقوم وسائل الإعلام بالربط بين الوقائع والأحداث التي أصبحت تثير الإهتمام وبين بعض الرموز الثانوية التي يسهل التعرف عليها على موقع الخريطة السياسية، فالناس تحتاج إلى أساس لاتخاذ جانب ما من القضية (الثقة في الحكومة - المصادقية).
 - ✓ بناء الأجندة يتم بسرعة وبتزايد عندما يتحدث بعض الأفراد الموثوق فيهم في قضية ما¹.

9/ العوامل المؤثرة في وضع الاجندة:

9-1/ طبيعة القضايا:

يقصد بطبيعة القضايا مدى كونها مدركة أو ملموسة من جانب أفراد الجمهور، أو تكون القضية مجردة أو غير ملموسة، والقضايا الملموسة هي التي يكون لأفراد الجمهور خبرة مباشرة بها.

9-2/ أهمية القضايا:

افترضت دراسة "كارتر وزملاؤه" وجود علاقة ارتباط إيجابي بين درجة اهتمام الجمهور بالقضية وزيادة حصولها على أولويات أكبر، وأشارت النتائج إلى زيادة الإهتمام بالقضايا التي تسبب التهديد والخوف مثل التلوث والإيدز عن القضايا التي لا تكوّن تهديد مباشرا مثل الإجهاض والحرب النووية.

¹ محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط3، عالم الكتب ، 2004، القاهرة ، مصر ، ص ص 347/348.

9-3 / الإتصال الشخصي:

تستطيع الإتصالات الشخصية تقرير تأثير وضع الأولويات للقضايا التي تحظى بتغطية إعلامية مكثفة، ومن أمثلة ذلك: دراسة "موتز" 1987 الخاصة بإدراك الجمهور لقضية المخدرات بوصفها قضية شخصية أو مشكلة إجتماعية.

9-4 / توقيت إثارة القضايا:

أشارت دراسات عديدة إلى أن وسائل الإعلام تقوم بدورها في ترتيب الأولويات أيام الانتخابات بشكل أقوى منها في غير أوقات الانتخابات.

9-5 / نوع الوسيلة المستخدمة:

إنتهت دراسة "باترسون ومكلور" حول تأثير الأخبار والإعلانات التلفزيونية على تحديد أولويات الجمهور في الانتخابات الأمريكية لعام 1972 إلى أن أخبار التلفزيون ذات تأثير محدود على وعي الناس بالقضايا الانتخابية، في حين يكون تأثير الإعلانات أكبر على وعي الجمهور بأوضاع المرشحين في هذه القضايا، كذلك قسم "بنتون وفرانزير" في دراستهما وظيفة وضع الأولويات إلى ثلاثة مستويات يتضمن **المستوى الأول**: وضع قائمة واسعة من الموضوعات والقضايا، و**يطرح المستوى الثاني**: قضايا فردية أكثر تخصصا من المستوى الأول، و**المستوى الثالث**: على معلومات أكثر تخصصا حول القضايا الفرعية التي يحددها المستوى الثاني، ووجد الباحثان أن الصحف تقدم المستويات الثلاثة لقراءها، في حين يقدم التلفزيون المستوى الأول فقط ويهمل المستويين الثاني والثالث، وبالتالي فإن وظيفة وضع الأولويات لا تنطبق على كل وسائل الإعلام، كذلك أشارت دراسة "ماكومبس" إلى أن الصحف تقدم وظيفة وضع الأولويات لقراءها في حين لا يقدم التلفزيون هذه الوظيفة للمشاهدين، والوسيلة المستخدمة في هذه الدراسة هي التلفزيون (القنوات الفضائية) لمعرفة الموضوعات والقضايا المثارة في قناة الجزيرة الفضائية.

9-6 / المدى الزمني لوضع الأولويات:

وهو المدى الذي تحقق فيه وسائل الإعلام أقصى تأثير تراكمي على أولويات الجمهور باهتمام كبير ضمن الإطار العام لنظريات الإتصال، فقد أشار المنظرون في بدايات تناولهم لنظريات الإتصال إلى أن تأثيرات الرسالة لا تحدث قصرا أو بشكل إلزامي، كما أنها لا تحدث بشكل مباشر وسريع، وحول هذا التأثير أشار "هوفلاند" إلى فكرة التأخر أو التباعد بين تقديم المصدر للرسالة من

ناحية وقبول المتلقي لها من ناحية أخرى، وعرف ذلك "بالتأثير النائم" فبعد فترة من الزمن ينسى المتلقي المصدر في حين يتذكر الرسالة.

وأشارت نتائج دراسات عديدة إلى أن هذا التأثير يحدث تدريجياً وعبر فترة من الزمن، ومع ذلك فإن طبيعة القضية المثارة قد تفرض زمناً قصيراً أو طويلاً للتأثير على الجمهور، ولكن بوجه عام يكون المدى الزمني لوضع الأولويات في التلفزيون أقصر منه في الصحف¹.

تتعدد أبحاث بناء الأجندة ويمثل تحليل المضمون النمط الأكثر استخداماً بشقيه الكمي والكيفي من خلال تحليل مضمون التغطية الإخبارية كمنتج نهائي لبناء الأجندة، كما تختبر دراسات أخرى تأثير مصادر الأخبار على تشكيل أجندة الوسائل والتعرف على مدى نجاحها واخفاؤها في فرض أجندتها الخاصة على الوسيلة الإتصالية، وتضيف دراسات مسح القائمين بالإتصال بصيرة قيمة لبناء الأجندة بالتعرف على كيفية صناعة قرارات التغطية الإخبارية والمؤثرات التي تؤثر على معالجة القضايا المختلفة²، وتحاول هذه الدراسة استخدام تحليل المضمون بشقيه الكمي والكيفي من خلال تحليل مضمون البرامج الحوارية المباشرة في قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية لمعرفة القضايا الراهنة التي انتقتها واهتمت بها وكيفية معالجتها.

10/ الإنتقادات الموجهة لنظرية وضع الأولويات:

تعرضت نظرية ترتيب الأولويات Agenda Setting لجملة من الإنتقادات نجملها فيما يلي:

- ✓ نظر الكثير من الباحثين لعملية وضع الأجندة وافترضات هذه النظرية إلى أن وسائل الإعلام هي المنوط بها تحديد الأجندة الإعلامية للجمهور الذي يتبناها فتصبح أجندته، إلا أن بعض الباحثين أمثال Vivian نظر إلى العملية من زاوية أخرى تعلي من قوة الجمهور لدرجة أن دوره قد يفوق قوة وسائل الإعلام ذاتها التي تضطر أحيانا لتبني أجندة الجمهور، فتصبح أجندتها الإعلامية، ذلك أن الأفراد متمرسون ولديهم درجة تحكم عالية في تحديد أجندتهم الذاتية.
- ✓ انتقدت النظرية في تفسيرها خلال فترات زمنية معينة خاصة في بداياتها على أساس العلاقة الإرتباطية الخطية التي ترى أن أجندة وسائل الإعلام تؤثر في أجندة الجمهور دون الأخذ في الحسبان عوامل ومتغيرات أخرى، وهو ما يجعل من عملية وضع الأجندة كونها غير تفاعلية

¹ حسن مكاري: مرجع سبق ذكره ص ص 293-298.

² هبة شاهين: معايير بناء أجندة القضايا العامة المقدمة في برامج الرأي بالقنوات التلفزيونية المصرية الحكومية والخاصة - دراسة في القائم بالاتصال، د.س، ص7.

ونرى أنه على المستوى الراهن ورغم الدراسات التي رصدت تأثيرات المتغيرات الوسطية في هذه العملية إلا أن نتائج هذه الدراسات متناقضة وأحيانا تثبت حيادية بعض هذه المتغيرات وهو ما يدعم بروز هذا الانتقاد بقوة، كما يشير التراث النقد لنظرية الغرس الثقافي، إلا أن الارتباط ليس سببا من الممكن أن تعكس تغطية الصحف والتلفزيون إهتمامات هذا الجمهور التي يعبر عن مسارها.

✓ في حين يرى "ميلفين ديفلير" أن دراسة إعداد جدول الأعمال أصبحت الآن من الأبحاث التقليدية المستقرة وأن نتائجها يمكن بحثها في جميع النواحي وأن أهميتها تظهر أكثر في العملية الديمقراطية الشاملة، يرى آخرون أن هذه النظرية يكتنفها الكثير من الإشكاليات لعل أهم هذه الإشكاليات ما يراه "دينيس ماكويل" من أن هذه النظرية لها حدود واتصال من زوايا عديدة بمدخل أخرى ليست واضحة بما فيه الكفاية مثل نظرية الاستخدامات والإشباعات ونموذج إنتشار المعلومات وبالتالي عدم كفايتها كنظرية ومرشد في البحث ولهذا فإنه ربما يكون من الأفضل أن تعمل في إطار نظرية التعلم والتنشئة الإجتماعية.

✓ كما تواجه هذه النظرية أيضا بمشكلة السببية بمعنى هل وسائل الإعلام هي السبب في ترتيب أجندة الجمهور أم أن إدراك وسائل الإعلام لأولويات أجندة الجمهور هو السبب في وضع أجندة وسائل الإعلام.¹

❖ من بين الإنتقادات الموجهة لنظرية ترتيب الأولويات هو افتقارها إلى مناهج بحثية متعددة ومختلفة، فالبرغم من تجاوز عدد البحوث في مجال وضع الأولويات 350 بحث إلا أن هناك أسئلة لا تزال تبحث عن إجابات تتعلق بالعملية الإعلامية التي يتم من خلالها ترتيب الأولويات ومن هذه الأسئلة:

- ✓ ما المؤسسات الإعلامية التي يتم من خلالها ترتيب أولويات الجمهور؟
- ✓ من يسهم في تحديد المدى الزمني الذي تظل فيه القضية معينة تنتشر إهتمامات الناس كما تعرضها عليهم وسائل الإعلام؟
- ✓ ما هي المعايير التي يحدد بها القائم بالإتصال أهمية قضية معينة قبل نشرها في الوسيلة الإعلامية؟

¹ مصطفى يوسف كافي: الرأي العام ونظريات الاتصال، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان (الأردن)، ط1، 2015م/1436هـ، ص 255.

✓ كيف تصاغ قضية معينة للنشر قبل عرضها على الجمهور؟
 ✓ ماهي المعايير التي يتم بها تحديد حجم التغطية الإعلامية لقضية معينة بحيث تختلف في أهميتها عن القضايا الأخرى؟ فمثل هذه الأسئلة تحتاج إلى إجابات تفرض مناهج بحثية متعددة ولا تقتصر على منهج واحد¹.

11/ توظيف النظرية في الدراسة:

تم إعتقاد الباحثة على نظرية ترتيب الأولويات كسند نظري لدراساتها للأسباب التالية:

✓ جاء في فروض النظرية أنه كلما زاد تركيز وسائل الإعلام على قضية معينة كلما ساعد ذلك على أن تزداد أهمية هذه القضية لدى الجمهور، ولكن الجدير بالذكر أن الأجندة الإعلامية لا تتفق بشكل كبير مع مؤثرات العالم الواقعي فيمكن إبراز قضايا هامة ويهملون قضية أخرى أقل أهمية، وسنقوم باختبار هذا الفرض من خلال إستخدام أداة تحليل المحتوى على عينة من البرامج الحوارية في قناة الجزيرة الإخبارية لمعرفة القضايا الراهنة التي تركز عليها قناة الجزيرة الإخبارية في برامجها الحوارية (عينة الدراسة) وكيفية معالجتها.

✓ تعتمد إستراتيجية نظرية ترتيب الأولويات على دراسة مجموعة القضايا السائدة في وسائل الإعلام وعند الجمهور واختبار العلاقة بينهما إما على فترة زمنية واحدة أو فترتين زمنيتين، وفي دراستنا هذه سنقوم بدراسة القضايا الراهنة في وسائل الإعلام (القنوات الفضائية) دون الإعتداد على الجمهور، كون الدراسة تهدف إلى معرفة القضايا الراهنة في البرامج الحوارية لقناة الجزيرة الإخبارية خلال دورة تلفزيونية كاملة أي خلال فترة زمنية واحدة تمثلت في الثلاثي الأول من عام 2015.

✓ من حيث نوع الوسيلة المستخدمة، فالوسيلة المستخدمة في هذه الدراسة هي التلفزيون (القنوات الفضائية) لمعرفة الموضوعات والقضايا الراهنة المثارة في البرامج الحوارية المباشرة في قناة الجزيرة الفضائية.

✓ من حيث المدى الزمني تحاول هذه الدراسة إستخدام تحليل المضمون بشقيه الكمي والكيفي من خلال تحليل مضمون البرامج الحوارية المباشرة في قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية لمعرفة القضايا الراهنة التي انتقنها واهتمت بها وكيفية معالجتها.

¹ لامية صابر: الحملة الإعلانية في باقة MBC ودورها في التوعية الدينية للشباب، دراسة ميدانية على عينة من شباب ولاية سطيف، رسالة ماجستير في الإعلام والاتصال، جامعة باتنة، الجزائر، 2010/2009، ص ص 51-52.

ثامنا: منهج الدراسة

تندرج دراستنا ضمن الدراسات الوصفية التحليلية كونها تستهدف وصف وتحليل القضايا الراهنة في البرامج الحوارية المباشرة (اليومية والاسبوعية) لقناة الجزيرة الإخبارية، والكشف عن محتواها وفق تساؤلات الدراسة، وتهدف الدراسات الوصفية أو البحوث الوصفية Discriptive Studies إلى دراسة ووصف خصائص وأبعاد ظاهرة من الظواهر في إطار معين أو في وضع معين يتم من خلاله تجميع البيانات والمعلومات اللازمة عن هذه الظاهرة وتنظيم هذه البيانات وتحليلها للوصول إلى أسباب ومسببات هذه الظاهرة والعوامل التي تتحكم فيها وبالتالي استخلاص نتائج يمكن تعميمها مستقبلاً¹.

وفي تعريف آخر هي: "أسلوب من أساليب التحليل المركز على معلومات كافية ودقيقة عن ظاهرة أو موضوع محدد، أو فترة أو فترات زمنية معلومة وذلك من أجل الحصول على نتائج علمية ثم تفسيرها بطريقة موضوعية بما ينسجم مع المعطيات الفعلية للظاهرة"².

ونظرا لطبيعة الموضوع فقد تم الإعتماد على المنهج المسحي كونه المنهج الأنسب للدراسات الوصفية مدعما بأسلوب تحليل المحتوى كأداة من أدوات التحليل وليس كمنهج.

لا يمكننا تعريف المنهج المسحي بدون المرور بتعريف المنهج حيث يعرف بأنه: "الأسلوب أو الطريقة الواقعية التي يستعين بها الباحث لمواجهة مشكلة بحثه أو في دراسته لمشكلة موضوع البحث"³، وحسب هذا التعريف الموجز فإن المنهج هو الطريق الذي يسلكه الباحث أثناء دراسته للوصول إلى نتائج علمية صحيحة .

أما المنهج المسحي Survey Method وهو الأكثر استخداما في البحوث العلمية الكمية، في مختلف المعارف والموضوعات، فهو عبارة عن منهج وصفي يعتمد عليه الباحثون في الحصول على بيانات ومعلومات وافية ودقيقة⁴.

¹ محمد عبد الغني معوض ومحسن أحمد الخضيرى: الأسس العلمية لكتابة رسائل الماجستير والدكتوراه، مكتبة الأنجلو المصرية القاهرة (مصر)، 1992، ص ص 51-51.

² رجاء وحيد دويدري: البحث العلمي، أساسياته النظرية وممارسته العملية، دار الفكر، دمشق (سوريا)، 2000، ص 183.

³ عمار بوحوش: مناهج البحث العلمي وطرق اعداد البحوث، ديوان المطبوعات الجامعية (الجزائر)، 1995، ص 29.

⁴ عامر ابراهيم قديلجي: مرجع سبق ذكره، ص ص 103، 102.

وفي تعريف آخر هو "الدراسة العلمية لظروف المجتمع وحاجاته بقصد الحصول على بيانات ومعلومات كافية عن ظاهرة معينة وتحليلها وتفسيرها للوصول إلى تعميمات بشأنها¹.

ويطبق أسلوب المسح عادة على نطاق جغرافي كبير أو صغير وقد يكون مسحا شاملا أو بطريقة العينة وفي أغلب الأحيان تستخدم فيه عينات كبيرة من أجل مساعدة الباحث في الحصول على نتائج دقيقة وبنسب خطأ قليلة، وبالتالي تمكينه من تعميم نتائجها على مجتمع الدراسة².

من خلال التعاريف السابقة نستنتج أن المنهج المسحي لا يسعى إلى رصد الظاهرة موضع الدراسة بل يسعى إلى تحليلها ومعرفة مضمونها، وقد طبقنا هذا المنهج في دراستنا من خلال مسح مضمون عينة من البرامج الحوارية المباشرة (الحية) محل الدراسة للوقوف على القضايا والموضوعات التي تحرص قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية على إثارتها وطرحها للنقاش والتحليل دون غيرها من القضايا، باستخدام أداة تحليل المضمون.

تاسعا: مجتمع الدراسة وعينته

1/ مجتمع الدراسة

يعرف **مجتمع البحث** على أنه: مجموعة من المفردات التي تشترك في صفات وخصائص محددة ومجتمع الدراسة هو الذي يشمل جميع مفردات الدراسة³. وعرفته مادلين قرافيت *grawitz* على أنه مجموعة عناصر له خاصية أو عدة خصائص مشتركة تميزها عن غيرها من العناصر الأخرى والتي يجري عليها البحث والتقصي⁴، أي أن مجتمع البحث هو الذي يشمل جميع مفردات الدراسة، ومفردات دراستنا هي البرامج الحوارية.

وفي تعريف آخر: هو المجتمع الأكبر أو مجموع المفردات التي يستهدف الباحث دراستها لتحقيق نتائج الدراسة، ويمثل هذا المجتمع الكل أو المجموع الأكبر للمجتمع المستهدف الذي يهدف الباحث لدراسته، ويتم تعميم نتائج الدراسة على كل مفرداته، إلا أنه من الصعب الوصول إلى

¹ فاطمة عوض صابر وميرفت علي خفاجة: أسس ومبادئ البحث العلمي، مكتبة ومطبعة الاشعاع الفنية، الاسكندرية (مصر)، 2002 ص24.

² ربيجي مصطفى عليان وعثمان محمد غنيم: أساليب البحث العلمي، الأسس النظرية والتطبيق العملي، ط4، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان (الأردن)، 2010، ص 68.

³ شرف الدين خليل: الإحصاء الوصفي، شبكة الأبحاث والدراسات الإقتصادية، دس، ص12.

⁴ موريس انجرس: منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون، ط2، الجزائر، 2006، ص62.

المجتمع المستهدف بضخامته فيتم التركيز على المجتمع المتاح أو الممكن الوصول إليه والإقتراب منه لجمع البيانات الذي يعتبر عادة ممثلاً للمجتمع المستهدف ويلبي حاجات الدراسة وأهدافها وتختار منه عينة البحث.¹ وبالتالي فالمجتمع الكلي لدراستنا هو كل البرامج الحوارية المباشرة (يومية وأسبوعية) التي تذاع على قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية، بمعنى أن مجتمع الدراسة يشمل جميع عناصر ومفردات المشكلة أو الظاهرة قيد الدراسة، ولصعوبة دراسة جميع البرامج الحوارية في قناة الجزيرة الفضائية الاخبارية لجأنا إلى إختيار عينة تكون ممثلة لها، وقد وقع الإختيار على ستة برامج حوارية (يومية وأسبوعية) الأكثر مشاهدة في قناة الجزيرة ليكونوا مجتمع البحث في هذه الدراسة.

2/ عينة الدراسة

بالنظر إلى موضوع الدراسة من حيث منهجه ومجال الدراسة فإن أفضل عينة يمكن تطبيقها في هذه الدراسة هي العينة القصدية، وقد قامت الباحثة باختيار العينة العمدية أو القصدية Surposive Sample وتسمى أيضا العينة أو المعاينة الهادفة، وفي هذا النوع من المعاينة يعتمد الباحث إختيار وحدات معينة يجمع منها البيانات ويستثني غيرها، لأنه يعتقد أن هذه الوحدات تمثل ما يراد دراسته أكثر من تلك²، بمعنى آخر تختار الوحدات أو المفردات بطريقة عمدية، وذلك تبعا لما يراه الباحث من سمات وخصائص تتوفر لهذه الوحدات أو المفردات وتخدم أهداف البحث³.

2-1/ عينة القنوات:

لقد وقع الإختيار على قناة الجزيرة الفضائية للإعتبرات التالية:

✓ يرجع إختيار هذا المجال (قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية) كونها من القنوات الفضائية العربية المعروفة في مجال تقديم البرامج الحوارية السياسية وسببا لشهرتها وانتشارها في كل بقاع العالم لما توفره من مجال واسع في إبداء وجهات النظر وحرية طرح الآراء تجسيدا لشعارها (الرأي والرأي الآخر).

¹ محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط2، عالم الكتب، (مصر)، 2004، ص 130.

² موفق الحمداني وآخرون: مناهج البحث العلمي، أساسيات البحث العلمي، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1 2006 ص 206.

³ محمد عبد الحميد: بحوث الصحافة، ط1، عالم الكتب، القاهرة، مصر، 1992، ص 72.

- ✓ تحتوي قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية على برامج حوارية متنوعة، مباشرة ومسجلة، وهذا ما نحتاجه في دراستنا، بالإضافة إلى خاصية الأرشفة التي تسهل للباحثين الوصول إلى أرشيفها بضغط زر.
- ✓ تعالج قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية مختلف القضايا والموضوعات داخل وخارج الوطن العربي سياسية، إجتماعية، ثقافية، ودينية في بعض الأحيان بجرأة وهذا واضح من طريقة وكيفية طرحها للقضايا الساخنة على الصعيد العربي والدولي.
- ✓ إمتلاكها لمقومات تكنولوجية متطورة، بالإضافة إلى كادرها الإعلامي المحترف الذي جعل منها القناة الأكثر مشاهدة، والمفضلة لدى المشاهد أو الجمهور العربي.

2-2/ عينة البرامج الحوارية:

بعد المتابعة اليومية للبرامج الحوارية وكذا الإطلاع على أرشيف قناة الجزيرة الفضائية وقع الإختيار على عينة قصدية مكونة من ستة برامج حوارية مباشرة يومية وأسبوعية باعتبارها البرامج الأكثر مشاهدة لدى الجمهور العربي، وباستخدام أسلوب الحصر الشامل للبرامج الحوارية (اليومية والأسبوعية) التي تناولت القضايا الراهنة، تم تحديد حجم البرامج الحوارية بطريقة العينة القصدية كونها تحقق أغراض الدراسة التي نحن بصدد إنجازها وهذه البرامج هي: الواقع العربي، ما وراء الخبر، بلا حدود، الاتجاه المعاكس، في العمق ولقاء اليوم للتعرف عن كثب على القضايا الراهنة التي سلطت عليها القناة الضوء، وجعلتها في قائمة أولوياتها أو أجندتها خلال فترة زمنية محددة بدورة تلفزيونية كاملة من 01 جانفي 2015 إلى 07 أفريل 2015 والمذاعة في الفترة المسائية ويعاد بثها مرتين لإتاحة الفرصة للجمهور لمتابعتها، حيث بلغ إجمالي عدد الحلقات المتابعة 236 حلقة، بواقع 90 حلقة للبرامج الحوارية اليومية، و14 حلقة للبرامج الحوارية الأسبوعية، وإجمالي 118 ساعة تقريبا ولعل العدد يسمح بالوقوف على أبرز القضايا الراهنة في البرامج الحوارية المباشرة في قناة الجزيرة الإخبارية ويمكننا من الإجابة على إشكالية الدراسة.

وهذه الجداول توضح البرامج الحوارية المختارة وتوقيت بثها وإعادتها:

جدول رقم (01) يبين يوم ونوع وتوقيت بث برنامج الإتجاه المعاكس: برنامج حوارى أسبوعي يقدمه فيصل القاسم.

اليوم	نوع البث	مكة	GMT
الثلاثاء	مباشر	22:05	19:05
الأربعاء	إعادة 1	14:05	11:05
الخميس	إعادة 2	03:05	00:05

جدول رقم (02) يبين يوم ونوع وتوقيت بث برنامج بلا حدود: برنامج حوارى أسبوعي يقدمه أحمد منصور.

اليوم	نوع البث	مكة	GMT
الأربعاء	مباشر	22:05	19:05
الخميس	إعادة 1	14:05	11:05
الجمعة	إعادة 2	03:05	12:05

جدول رقم (03) يبين يوم ونوع وتوقيت بث برنامج لقاء اليوم:

اليوم	نوع البث	مكة	GMT
الخميس	مباشر	17:30	14:30
الجمعة	إعادة 1	11:30	08:30
السبت	إعادة 2	01:30	10:30
الأحد	إعادة 3	04:30	01:30

جدول رقم (04) يبين يوم ونوع وتوقيت بث برنامج في العمق: برنامج سياسي حوارى أسبوعي يقدمه علي الظفيري

اليوم	نوع البث	مكة	GMT
الاثنين	مباشر	22:05	19:05
الثلاثاء	إعادة 1	14:05	11:05
الأربعاء	إعادة 2	03:05	12:05

جدول رقم (05) يبين يوم ونوع وتوقيت بث برنامج ما وراء الخبر: برنامج حوارى يومي يعمد لطرح أسئلة متعددة تتعلق بالخبر المتناول.

اليوم	نوع البث	مكة	GMT
يومي	مباشر	11:30	18:30

جدول رقم (06) يبين نوم ونوع وتوقيت بث برنامج الواقع العربي: برنامج يومي يناقش تطورات المنطقة العربية وانعكاساتها على المستوى الإقليمي والدولي

اليوم	نوع البث	مكة	GMT
يومي	مباشر	20:30	17:30

عاشرا: مجال الدراسة1/ الإطار المكاني:

بالنسبة للدراسة التحليلية فقد قامت الباحثة بتحميل البرامج الحوارية المباشرة (الحية) محل الدراسة من موقع قناة الجزيرة الفضائية في اليوتيوب خلال سنة 2015.

2/ الإطار الزمني:

تمثلت في دورة تلفزيونية كاملة من 2015 /01/01 إلى غاية 2015/04/07 ولهذا الإختيار مبرراته ، فعن إختيار سنة 2015 فقد تم إختيارها لأنها أولا الأقرب زمنيا عند بدء الدراسة، وثانيا لأن موضوع الدراسة ألا وهو القضايا الراهنة يستند على الموضوعات والقضايا الجديدة المعروضة في قناة الجزيرة لدراستها وبالتالي كلما كانت الفترة الزمنية للدراسة أقرب كانت أفضل، وثالثا لأن هذه الفترة إمتازت بالهدوء النسبي لثورات الربيع العربي وبالتالي قل التركيز عليها والمتابعة المكثفة لها ما جعل القضايا تتنوع من حيث الموضوعات والمجالات.

✓ أما فيما يخص إختيار الدورة التلفزيونية من 2015/01/01 إلى 2015/04/07 فهذا راجع إلى أن غالبية دراسات ترتيب الأولويات أشارت إلى أن الوضع الزمني الأمثل لوضع الأجندة من خلال وسائل الإعلام يتراوح من ثلاثة إلى خمسة أسابيع من التغطية التراكمية للأحداث والقضايا في وسائل الإعلام¹.

✓ إن هذه الفترة إتسمت بالهدوء النسبي للثورات العربية وبالتالي توجه إهتمام قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية لقضايا أخرى تهم المجتمع العربي.
وقد تم إختيارنا لقناة الجزيرة الإخبارية للمعايير التالية:

1. معيار اللغة: حاولت الباحثة اختيار قناة عالمية ناطقة باللغة العربية لأنها لغة المجتمعات العربية عامة والجزائر خاصة لسهولة فهمها وتحليل مضمونها.

2. معيار المتابعة: حاولنا بناءا على هذا المعيار إختيار أكثر القنوات الإخبارية العربية من حيث المتابعة، وكانت قناة الجزيرة الإخبارية من بين القنوات الإخبارية متابعة في الوطن العربي والجاليات العربية في الخارج حسب دراسات قام بها باحثون في مجال الإعلام والإتصال، وفي

¹ سمير حسن: دراسات في مناهج البحث العلمي، بحوث الإعلام، ط2، عالم الكتب ، القاهرة مصر، ص 206.

دراستين منفصلتين قامت بهما شركتا الأبحاث الدوليتان المستقلتان "إبسوس" و"سيغما" للفترة بين يناير/كانون الثاني وسبتمبر/أيلول من عام 2014، حافظت قناة الجزيرة الإخبارية على المرتبة الأولى عربياً من حيث عدد المشاهدين للقنوات الإخبارية العربية، حيث بلغ معدل عدد مشاهديها حوالي 23 مليون مشاهد يومياً منذ بداية العام إلى سبتمبر/أيلول الماضي، و يُشار إلى أن الدراسة شملت 23 دولة، حيث عملت "إبسوس" على قياس نسبة المشاهدين في مصر والأردن ولبنان وسوريا والعراق ودول مجلس التعاون الخليجي، بينما قامت "سيغما" بالدراسة في فلسطين والسودان واليمن وجيبوتي والصومال وجزر القمر ودول المغرب العربي¹.

إحدى عشر: تقنيات جمع البيانات

للحصول على إجابات على التساؤلات المطروحة وكذا إختبار الفروض العلمية التي قامت على أساسها الدراسة واستخدمت الباحثة تقنية تحليل المحتوى كأداة رئيسية ووحيدة لجمع البيانات.

لقد إرتبطت نشأة تحليل المضمون كأداة إعلامية وأسلوب منهجي في التحليل بالدراسات الإعلامية، وقد أطلق عليه من قبل الباحثين تسمية تحليل المحتوى، وقد برزت أهميته قبل وأثناء الحرب العالمية الثانية حيث إستخدم على نطاق واسع في تحليل المضمون للصحف والمجلات والإذاعات ومحطات التلفزة، إضافة إلى تحليل الخطب والرسائل والحادثات والصور للوصول إلى معرفة العقلية الكامنة وراء هذا الإنتاج الإعلامي والدعائي لكشف الأساليب الدعائية وكشف الميول والإتجاهات السياسية والعقائدية من خلال التعبيرات المكتوبة والمنطوقة².

1/ تعريفات تحليل المحتوى:

وللتعريف أكثر بتحليل المضمون سوف نستعرض عدة تعاريف على أمل التوصل إلى وضع تعريف مشترك نتوصل إليه في هذه الدراسة:

1. عرف ليتس وبول عام 1942 تحليل المضمون بأنه يطلق على الأسلوب البحثي الذي يغطي ما يلي: الخصائص اللغوية والدلالية للرموز الإتصالية، تحديد تكرار ظهور أو حدوث هذه

1 .. الجزيرة-الأكثر-مشاهدة-عربيا <http://www.aljazeera.net/news/arabic/2014/12/24/>

تمت زيارة هذا الموقع في 20 مارس 2016.

2 بسام المشاقبة: مناهج البحث الإعلامي وتحليل الخطاب، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان (الأردن)، 2014، ص ص 61-62

الخصائص بدرجة عالية من الضبط الدقيق والمحكم، أو تحديد القيم الكمية لهذه التكرارات، وكذلك إمكانية تمييز هذه الخصائص بمصطلحات ذات صلة بطبيعة فروض الدراسة ومجالاتها، والأهم من ذلك الضبط الدقيق المحكم لهذه الإصطلاحات المستخدمة في التعرف على الخصائص الرمزية التي تمت دراستها¹.

2. قدم بيرلسون (Berelson) 1948 أول تعريف لتحليل المضمون فقد عرفه على أنه: "أسلوب البحث الذي يهدف إلى الوصف الكمي والموضوعي والمنهجي للمحتوى الظاهر للإتصال"² ويعتبر من بين التعاريف الأكثر إستخداما وانتشارا، ويجمع عليه العديد من الباحثين، وقد عرف تحليل المضمون تطورا منذ فترة (برلسون) 1952 فكان الإختراع أنه يمكن إنشاء منهج يسمح بالقيام بإستنتاجات تبين بانتظام الخصائص المميزة للرسالة، وبذلك تنتقل من الخصائص الظاهرة والكمية لعناصر النص إلى مفاهيم الشكل والبناء³.

3. د/ أحمد بدر: يعرف تحليل المضمون بأنه: "أسلوب يستخدم في تحليل محتوى المادة التي تقدمها وسائل الإعلام كالصحف والمجلات والكتب والأفلام وبرامج التلفزيون، وذلك بالوصف الموضوعي المنظم الكمي للمحتوى الظاهر للوسيلة الإعلامية"⁴.

4. يقول ديفريجييه: تحليل المضمون يتناول قبل كل شيء النصوص المكتوبة، وفي هذا الصدد فإن كل أنواع الوثائق يمكن أن تكون موضوع تحليل مثل الكتب والجرائد والمجلات والخطب البرلمانية والعظات الدينية والملصقات والشعارات⁵.

5. يؤكد سمير محمد حسين: على أن تحليل المحتوى ليس منهجا بذاته، وإنما هو مجرد أسلوب أو أداة يستخدمها الباحث ضمن أساليب أخرى في إطار منهج متكامل هو منهج المسح في الدراسات الإعلامية، حيث يسعى الباحث إما إلى مسح جمهور القراء أو المستمعين، أو المشاهدين أو مسح الرأي العام أو مسح وسائل الإتصال أو مسح المضمون⁶.

¹ بسام عبد الرحمن المشاقبة: مناهج البحث الإعلامي وتحليل الخطاب، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان (الأردن)، 2014، ص62.
² محمد عبد الحميد: بحوث الصحافة، مرجع سبق ذكره، ص 129.
³ أ.لارامي و ب.فالي: البحث في الإتصال، عناصر منهجية، ترجمة مجموعة من الأساتذة، مراجعة وتدقيق فضيل دليو، مخبر علم اجتماع الإتصال، جامعة منتوري، قسنطينة (الجزائر)، ط2، 1430هـ -2009م، صص240-241.
⁴ بسام عبد الرحمن المشاقبة: مناهج البحث الإعلامي وتحليل الخطاب، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان (الأردن)، 2014، ص ص62-63.
⁵ رشدي أحمد طعيمة: تحليل المضمون في العلوم الإنسانية، مفهومه-أسسه-استخداماته، دار الفكر العربي، (مصر)، 2004، ص70.
⁶ محمد عبد الحميد: تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، دار الشروق، (السعودية)، 1983، ص12.

6. يقصد بتحليل المحتوى في مناهج البحث العلمي: "الأسلوب الذي يهدف إلى الوصف الموضوعي المنظم الكمي للمحتوى الظاهر للإتصال، ويهدف المضمون إلى بيان الدوافع والأهداف التي يرمي إليها الكاتب الصحفي أو المتحدث عن محتويات كتابه أو أحاديثه ومعرفة مدى تأثير محتوى المادة الصحفية في الإتصالات بأفكار الناس والتأثير في اتجاهاتهم وميولهم نحو الأحداث¹.

مما سبق يتضح أن تحليل المضمون يهدف إلى تحويل الرموز اللفظية في الرسائل الإعلامية إلى قيم عددية يسهل عدّها وقياسها والإستدلال من خلال النتائج عن الإرتباطات المتعددة للرسائل الإعلامية بعناصر العملية الإعلامية الأخرى². أي أن تحليل المحتوى يهدف إلى مسح جمهور القراء أو المشاهدين أو المستمعين، وحتى وسائل الإعلام المختلفة، كمياً وكيفياً في صورة فئات ووحدات يسهل عدّها وحساب تكرارها للوصول إلى نتائج ذات مغزى.

إعتمدت الباحثة في دراستها لتحليل القضايا الراهنة في البرامج الحوارية المباشرة (الحية) في قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية آخذة بعين الإعتبار مشكلة البحث والأهداف المرجوة منه على دراسة وحدات التحليل وفئات التحليل كالاتي:

2/ تحديد فئات التحليل:

إن تحليل المحتوى هو الفئات، جاءت لتسهيل التحليل وتصنيفه بأعلى نسبة ممكنة من الموضوعية والشمول، وعليه تسعى عملية وضع الفئات catégorisation إلى تنظيم وفي نفس الإطار أشياء أو أشخاص من نفس الطبيعة، وهي تهدف إلى تقسيم المحتوى إلى منظومة من الأفكار التي لها علاقة مباشرة بإشكالية وأهداف الدراسة، ومنه تجنب باقي الأفكار التي لا تخدم تلك التوجهات، وعلى هذا فإنه لا توجد فئات نمطية صالحة لكل أنواع البحوث بل يتوقف اختيارها على إشكالية البحث وأهدافه، كما يتوقف على طبيعة المحتوى المراد تحليله وطبيعة الدراسة وكميتها³.

¹ محمد جمال الفار: المعجم الاعلامي، دار أسامة للنشر والتوزيع، ودار المشرق الثقافي، عمان (الأردن)، ط1، 2006، ص 64.
² خضير شعبان: مصطلحات في الإعلام والاتصال، ط1، دار اللسان العربي للترجمة والتأليف والنشر، الجزائر، 1422هـ، ص 19.
³ يوسف تمار: مرجع سابق، ص 24.

تعتبر عملية تحديد فئات التحليل من أهم خطوات في مجال تحليل المضمون، فالإعداد الجيد لفئات التحليل وحصر فئات التحليل يؤدي إلى تحقيق أهداف البحث، ففئات التحليل تحاول الإجابة عن تساؤلات الدراسة .

وبناء على ما سبق فقد اعتمدت الباحثة في عملية بناء فئات هذه الدراسة على الفرضيات التي نحاول الإجابة عليها في هذه الدراسة لمعرفة القضايا الراهنة في البرامج الحوارية المباشرة (الحية) لقناة الجزيرة الفضائية الإخبارية وهي كالاتي:

2-1/ فئات الشكل (كيف قيل)؟

تحدد فئات الشكل أهمية وقيمة قضية معينة على أخرى إنطلاقاً من الحجم المخصص أو عدد مرات تكراره، وسنتناول في تحليل القضايا الراهنة من حيث الشكل على الفئات التالية:

1. فئة زمن حلقات البرامج الحوارية عينة الدراسة التحليلية
2. فئة نوع المقدمة: مقدمة تساؤلية (استفهامية) / مقدمة وصفية/ مقدمة تلخيصية/ التعريف بالشخصية.
3. طبيعة اللغة المستخدمة: لغة عربية فصحي/ لغة عربية (لهجة عامية)/ لغة أجنبية
4. طبيعة الضيوف: شخصيات متخصصة: مستشارين/ سياسيين وناشطين/ قياديين/ صحفيين
5. مسؤولين حكوميين: وزراء وسفراء/ كبار المسؤولين/ مدراء/ أمين(حزب، منظمة...)/ عضو (حزب، منظمة...)، خبراء ومتخصصون: أساتذة جامعيين/ خبراء/ محللين/ كتاب/ باحثين/ أخرى
6. فئة الوسائط: يقصد بهذه الفئة الوسائط الحوارية المستخدمة للتواصل مع الشخصيات المستضافة في البرامج الحوارية اليومية المباشرة في قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية، وقد تم تقسيمها إلى: وجها لوجه/ عبر الهاتف/ عبر الأقمار الصناعية/ عبر تطبيقات الأنترنت
7. أسلوب معالجة القضية: مجردة/ متحيزة/ مفسرة
7. الهدف من طرح القضية: تسليط الضوء على القضية/ إنتقاد القضية/ التعليق على القضية/ رفض القضية.

2-2 / فئات المضمون (ماذا قيل) ؟ ويشمل:1. فئة الموضوع:

وهي الفئة الأكثر استخداما في دراسات تحليل المضمون، وتقوم وفقا لموضوعاته ويمكن من خلالها تقدير الأهمية التي توليها وسائل الاعلام للموضوعات التي تناولتها، واستخدمتها الباحثة لمعرفة الموضوعات والقضايا الراهنة التي شغلت حلقات البرامج الحوارية وتقسّم إلى الفئات الفرعية التالية: سياسية/رياضية/اقتصادية/اجتماعية/قانونية/دينية.

2. فئة القضايا:

القضية الفلسطينية/ القضية العراقية/ قضايا دول الربيع العربي/ قضايا الإرهاب والتطرف/ قضايا دول الخليج العربي/ مشكلات الهجرة/ أخرى.

3. فئة مصادر المعلومات المستخدمة: وهي الجهة أو الطرف الذي حصلت منه قناة الجزيرة

الفضائية الإخبارية على المعلومات وتقسّم إلى: مصدر ذاتي/ مصدر مسؤول/ مصدر للجزيرة/ لقاءات مع الضيوف/ إتصال هاتفي/ وكالات أنباء/ الصحف/ دراسات/ شهود عيان/ صحف/ وسائل إعلام/ صور/ تقارير وبيانات/ متحدث رسمي/ مراقبون/ سبر آراء / أخرى

4. فئة الموقع الجغرافي للقضايا المطروحة: ويقصد بها رصد موقع القضايا المطروحة:

محلية (دولة قطر)/ عربية / دولية.

5. فئة الأساليب الإقناعية: تتضمن هذه الفئة الأساليب الإقناعية المستخدمة في البرامج الحوارية

للتأثير في الجمهور المتلقي وتقسّم إلى :

أ/ أساليب عقلية: وتنقسم إلى: الإستشهاد بالأدلة/ عرض وجهتي النظر/ تقديم حقائق وأرقام/ تكرار الرسالة/ ذكر الإيجابيات والسلبيات.

ب/ أساليب عاطفية: الإعتماد على صيغة إنشائية/ معلومات ناقصة/ تزييف الحقائق/ عرض وجهة نظر واحدة.

6. فئة الحلول المقدمة: حلول فاعلة (سيناريوهات)/ حلول غير فاعلة/ لا توجد حلول.

7. فئة القيم: تستخدم للتعرف على القيم المتضمنة في معالجة القضايا المطروحة وقد تم تقسيمها إلى:

أ/ فئة القيم الإيجابية: تكافؤ الفرص/ الإنصات لما يقال/ الحصول على أفكار جديدة/ إحترام الطرف الآخر/ شفافية الحوار/ الاعتراف بحقوق الآخر/ الإلتزام اللغوي/ الوصول إلى حل مرضي/ التدفق الصحيح للمعلومات/ التفاعل/ عدم السخرية/ النقد البناء/ الشجاعة في إبداء الرأي.

ب/ فئة القيم السلبية: مقاطعة الضيوف/ عدم المصداقية/ التراشق اللفظي/ عدم تكافؤ الفرص/ عدم إحترام الطرف الآخر/ عدم الوصول إلى حل مرضي/ التلاعب بالألفاظ/ السخرية من الآخر/ أخرى.

3/ تصميم إستمارة التحليل:

يعد تصميم إستمارة تحليل المحتوى أهم خطوة يقوم بها الباحث والتي تعد الخطوة التالية بعد تحديد مشكلة البحث وأهدافه واختيار فئات التحليل، حيث قامت الباحثة باستخراج المعلومات لمعرفة الموضوعات والقضايا الراهنة التي نالت أولوية في البرامج الحوارية المباشرة عن طريق التكرارات والنسب المئوية للوصول إلى نتائج ذات دلالة.

3-1/ وحدات التحليل: هي الشيء الذي نقوم باحتسابه، وهي أصغر عنصر في تحليل الموضوع وأكثرها أهمية، وقد تبنت هذه الدراسة وحدة الموضوع كوحدة تحليل بمعنى أننا إختارنا فئة الموضوع كوحدة رئيسية لدراسة مضمون البرامج الحوارية محل الدراسة، ووحدة الموضوع كوحدة عد وقياس ذلك المحتوى.

وبما أن دراستنا تتمحور حول القضايا الراهنة في البرامج الحوارية المباشرة (الحية) لقناة الجزيرة الفضائية الإخبارية فقد استخدمنا وحدة الموضوع كوحدة أساسية للتحليل، لبلوغ مقاصد الدراسة، وهي إجابة عن السؤال على ما يدور موضوع الإتصال؟

وقد ركزت الدراسة على فئة الموضوع للأسباب التالية:

- ✓ عن طريق تكرار هذه الفئة يمكن ترتيب المواضيع حسب الأهمية وهو ما تصبوا إليه الدراسة.
- ✓ يمكن عن طريقها معرفة أهمية المواضيع المعالجة من طرف قناة الجزيرة الفضائية في فترة الدراسة

3-2/ أسلوب القياس:

وحدات التسجيل والعد: هو نظام التسجيل الكمي لمحتوى التحليل وفئاته بطريقة منظمة تعيد بناء المحتوى في شكل أعداد وأرقام من خلالها يسهل التفسير، وقد استخدمنا إحدى طرق العد وهي التكرار الذي تظهر به فئات ووحدات التحليل، لأنها تحقق الإجابة الكمية على أهداف الدراسة التحليلية، وبالتالي يمكن معرفة عدد القضايا الراهنة التي اهتمت بها البرامج الحوارية في قناة الجزيرة الاخبارية.

4/ إختبارات صدق أداة التحليل وثباتها:

4-1/ صدق التحليل Validity: يقصد باختبار صدق أداة جمع البيانات مدى قدرتها على أن تقيس ما تسعى الدراسة التحليلية لقياسه فعلا، أي أن الأداة تقيس فعلا ما يسعى لقياسه، بحيث تتطابق المعلومات التي يتم جمعها بواسطتها مع الحقائق الموضوعية، بحيث تعكس المعنى الحقيقي والفعلي للمفاهيم الواردة بالدراسة بدرجة كافية¹.

ولتحقق الباحثة درجة الصحة والصدق للتحليل قامت بما يلي:

أ/ تصميم إستمارة التحليل تحت إشراف الأستاذ المشرف وتم عرضها على مجموعة من المحكمين من أجل تحكيمها وتقويمها لتصبح صالحة للتطبيق حيث أبدوا موافقتهم على جميع الفئات ولم يتم حذف أو إضافة أي فئة جديدة.

ب/ قامت الباحثة بإجراء بعض التعديلات في بعض الفئات مثل فئة القيم وفئة مصادر المعلومات حيث طلب منا تحديد العناصر أكثر على ضوء آراء المحكمين.

4-2/ ثبات التحليل:

تعتبر مرحلة قياس الثبات آخر مرحلة من مراحل تحليل المضمون، لأنها تستعمل للتأكد من وجود إتفاق شامل في النتائج، وحتى تكون الإجراءات التحليلية موضوعية لا بد أن تصاغ بالطريقة التي تمكن باحثين آخرين للوصول إلى نفس النتائج إذا ما استعملوا نفس أدوات التحليل وفي

¹ أشرف قادوس: التلفزيون السياسي- المعالجة التلفزيونية للقضايا السياسية، العربي للنشر والتوزيع، دس، ص 82.

ظروف مماثلة فالموضوعية هنا: "صفة أساسية من صفات العمل العلمي ومقوم من مقوماته أنها تعني النظر إلى الموضوع نفسه دون تأثير بالذات المدركة"¹

5/ تقدير مستوى الثبات:

هناك عدة طرق قدمها الباحثون في تحليل المضمون لقياس الثبات من خلال بناء العلاقة الرياضية بين مستويات الإتفاق، التباين ومجموع الوحدات التي تم عليها الإختيار طبقاً لرؤية الباحث للخروج بمعامل الثبات الذي يتم قبوله أو رفضه، وقد قدم (هولستي) طريقة لحساب معامل الثبات في التحليل الإختباري الذي يقوم به أكثر من محلل أي ثلاثة محللين أو أكثر، وهو يقوم على ترميز المحكمين أولاً وعليه فقد قامت الباحثة بالإستعانة بأساتذة مختصين في مجال الإعلام والاتصال للإطلاع على الفئات وعناصرها من خلال الإستمارة*² التي قامت الباحثة بإعدادها بغرض التحليل، وقد سلمت هذه الإستمارة للأساتذة المحللين مرفقة بإشكالية الدراسة وتساؤلاتها، وبعد استرجاعها تم حساب درجة الإتفاق بين الأساتذة المحكمين* وفق معادلة هولستي الآتية:

$$R = \frac{N.C}{1+(N-1).C}$$

حيث:

R = معامل الثبات.

N = عدد المحللين (أ-ب-ج-د-ه).

C = متوسط الإتفاق بين المحكمين (المرمزين).

وعلى هذا الأساس كانت نسبة الإتفاق بين المرمزين:

¹ يوسف تمار: مرجع سبق ذكره، ص 111.

*الأساتذة المحكمين (المرمزين) هم:

1. أ.م.د حسين علي ابراهيم الفلاحي : كلية الإعلام، الجامعة العراقية. (رمز أ)

2. د/ منى عبد الجليل: أستاذ مساعد الإعلام والعلاقات العامة – جامعة الأزهر، مصر. (رمز ب)

3. د/ غالم عبد الوهاب: أستاذ محاضر صنف أ- جامعة مستغانم – الجزائر. (رمز ج)

4. د/ لمين بودهان: جامعة سطيف 02 – الجزائر. (رمز د)

5. د/ مجاني ياديس: أستاذ محاضر صنف ب- جامعة باتنة 1- الجزائر. (رمز هـ)

² أنظر الملحق رقم 01

$$0.94 = 103/97 = \text{أ و ب}$$

$$0.93 = 103/96 = \text{أ و ج}$$

$$0.96 = 103/99 = \text{أ و د}$$

$$0.92 = 103/95 = \text{أ و هـ}$$

$$0.93 = 103/96 = \text{ب و ج}$$

$$0.94 = 103/97 = \text{ب و د}$$

$$0.91 = 103/94 = \text{ب و هـ}$$

$$0.94 = 103/97 = \text{ج و د}$$

$$0.91 = 103/94 = \text{ج و هـ}$$

$$0.91 = 103/94 = \text{د و هـ}$$

ومنه:

$$C = \frac{0.94+0.93+0.96+0.92+0.93}{10} + \frac{0.94+0.91+0.94+0.91+0.91}{10} = \frac{9.29}{10} = 0.92$$

10

10

إذن:

$$R = \frac{5 \cdot (0.92)}{1+(5-1)} = \frac{4.6}{4} = 0.98$$

$$1+(5-1) \cdot 0.92 = 4.68$$

أي 98%، وهي نسبة عالية من حيث درجة الثبات التي يحصرها بيرلسون بين 0.78 إلى 0.99 وتدل على وضوح المقياس وصلاحيته للتطبيق.

الفصل الثاني

الفصل الثاني: البرامج الحوارية التلفزيونية

المبحث الأول: ماهية الحوار الإعلامي

1/ تعريف الحوار الإعلامي

2/ أنواع الحوار الإعلامي

3/ الخصائص العامة للغة الحوار الإعلامي

4/ أنواع الشخصيات أثناء إجراء الحوار

5/ أهمية الحوار في البرامج الحوارية التلفزيونية

المبحث الثاني: ماهية البرنامج التلفزيوني

أولاً: تعريف البرنامج التلفزيوني

ثانياً: الفرق بين البرنامج والبرمجة التلفزيونية

ثالثاً: أنواع البرامج التلفزيونية

رابعاً: الإنتاج التلفزيوني

المبحث الثالث: ماهية البرامج الحوارية

أولاً: نشأة البرامج الحوارية

ثانياً: مفهوم البرامج الحوارية وأشكالها

رابعاً: مميزات البرامج الحوارية

خامساً: أهداف البرامج الحوارية وعوامل نجاحها

سابعاً: تأثير البرامج الحوارية

ثامناً: صفات مقدم البرامج الحوارية

تاسعاً: واقع البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية

المبحث الأول: البرامج الحوارية التلفزيونية

أولاً: ماهية الحوار الإعلامي

1/ تعريف الحوار الإعلامي

يستخدم الحوار الإعلامي في العديد من الأشكال البرمجية للحصول على المعلومات أو إجابات على الأسئلة المطروحة، ويقصد بالحوار الإعلامي ما يدور بين إعلامي أو أكثر مع ضيف أو أكثر من ضيف، بشأن قضية من القضايا أو موضوع يحتل مساحة ما في ذهن الفرد أو الجماعة أو الأمة أو العالم، وذلك في أي وسيلة من وسائل الإتصال الجماهيري¹، حسب هذا التعريف فالحوار الإعلامي يعتمد على الإعلامي (القائم بالإتصال) - في أحيان كثيرة معد البرنامج هو نفسه القائم بالاتصال- والضيف، والموضوع أو القضية بواسطة وسيلة من وسائل الإتصال الجماهيري (إذاعة، تلفزيون)، أما يوسف مرزوق فيعرفه على أنه: "عرض أفكار بعض الناس وآرائهم في مسألة بعينها أو إعطاء معلومات معينة للناس في موضوع ما أو تقديم شخصية للمتلقي مثيرة لاهتمامه بشكل أو بآخر²، وقد أضاف هذا التعريف للتعريف السابق عنصر آخر من أنواع الحوار وهو حوار الشخصية الذي يستهدف لقاء شخصية مشهورة للتعريف بها أكثر وتقريبها للجمهور، وقد تكون هذه الشخصية رياضية، فنية، ساسية

وتفصيلاً لما سبق سوف نورد هذا التعريف لـ"عبد القادر الحديثي" حيث عرف الحوار الإعلامي بشكل مفصل جاء فيه أن الحوار الإعلامي هو عنصر مشترك في العديد من الأشكال البرمجية، وهو الأساس في الحصول على المعلومات من الضيوف، ويتألف من عدة عناصر متداخلة، مقدم البرنامج الحوارية، وضيوفه، والموضوع المطروح، ومدى إهتمام المشاهدين به والمعد، واللغة المستخدمة فيه، والأسئلة المطروحة، والأجهزة والمعدات التي يتطلبها، ووقت وزمن ومكان إجرائه³.

¹ ريم أحمد عبد العظيم: مرجع سبق ذكره، ص 57.

² حسن جلوب الكنانة: تقنيات الحوار الإعلامي (قناة الجزيرة نموذجاً)، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، 2012، ص78.

³ عبد القادر الحديثي: دراسة في البرامج الحوارية لإذاعة BBC العربية، دار غيداء للنشر و التوزيع، الأردن، 2016، ص 28.

وبهذا نستخلص أن الحوار الإعلامي هو الأساس في البرامج التلفزيونية للحصول على المعلومات والآراء من الضيوف لإشباع حاجات الجمهور المشاهد والإجابة على تساؤلاته وإنشغالاته، وقد يكون هذا البرنامج مباشر أو مسجل، ووفق توقيت زمني محدد يتم الإعلان عنه مسبقاً.

2/ أنواع الحوار الإعلامي:

من خلال قراءتنا لأدبيات إنتاج البرامج الإذاعية هناك عدد من تقسيمات الحوار الإعلامي فمن حيث الهدف، والأفراد، هناك ثلاثة أنواع لكل منها مميزاته، والقواعد الخاصة به:

1-2/ طبقاً للهدف منها:

أ/ حوار الرأي: وهذا النوع من الحوار من أنجح البرامج الإذاعية والتلفزيونية لأنه يحقق نوع من الإلتحام بالشارع، والإقتراب من الجماهير مستمعين أو مشاهدين ويعتمد على إستطلاع رأي شخصية معينة في موضوع ما¹ فهذا النوع من الحوار يستهدف التعرف على رأي الضيف في الموضوع أو القضية المطروحة للنقاش، وقد يستهدف معرفة آراء الجمهور في موضوع ما من خلال المداخلات التي تتم عبر الإتصالات الهاتفية أو التواصل بالبرنامج وضيوفه عبر مواقع التواصل الإجتماعي.

ويتوقف نجاح هذا النمط على عدة عوامل منها:

- **حدائثة وجدة الموضوع المثار:** كلما كان الموضوع أو القضية المثارة جديدة وحصريّة كلما كان لها إقبال جماهيري، فإذا لم تنقل فضائية ما الخبر أو المعلومة فأكيد هناك فضائيات أخرى ستفعل ذلك لكسب ثقة الجمهور وتفاعله وتواصله معها.
- **حسن إختيار الضيوف:** يستحسن عند إختيار ضيوف البرامج الحوارية أن يكونوا على إطلاع بالأحداث الجارية لتزويد المشاهدين أو الجمهور بمعلومات حصريّة، مع مراعاة تنوع إتجاهاتهم وآرائهم بما يسهم في إثراء الحوار بمختلف الزوايا، والجمهور يختار الرأي الذي يناسبه.

¹ غسان عبد الوهاب الحسن: الصحافة التلفزيونية، دار اسامة للنشر و التوزيع، الأردن(عمان)، ط1، 2013، ص ص 45-46.

• وكذلك تتوقف جودة اللقاء على ثقافة القائم بالحوار وقوة شخصيته لحسن إدارة الموضوع وقيادة الضيوف للوصول إلى نتيجة ما¹. فمعرفة المحاور بجوانب الموضوع والإختيار الجيد للضيوف - أن يكون الموضوع في مجال تخصصهم - يساعد في التطرق للقضية من جميع الزوايا وإثراء الحوار للوصول إلى الهدف المتوخى منه.

ب/ حوار المعلومات: يهدف إلى إعطاء معلومات معينة لناس مستمعين أو مشاهدين في موضوع معين ربما لأهميته السياسية أو الإقتصادية أو الصحية أو الإجتماعية... إلخ من الموضوعات التي ترى الإذاعة ويرى التلفزيون أن من واجبهما كوسائل إعلام إعطائها لجمهور المستمعين أو المشاهدين، مساهمة منها في الإعلام، الترفيه، التثقيف، التوجيه والإرشاد²، وهذه المعلومات التي يسعى الصحفي للحصول عليها من الممكن أن تعرض في أحاديث مباشرة لكن ضمانا لمزيد من الإقبال عليها وتعميم فائدتها. يتم عرضها من خلال الحوار فالحوار بطبيعته أكثر جاذبية من الحديث المباشر نظرا لتعدد الشخصيات والتلقائية التي تظهر فيه³، أي أنه يستهدف الحصول على معلومات من الضيف بشأن القضية المعالجة، وقد تكون هذه الشخصية متخصصة في الموضوع أو شخص عايش الموقف أو الحدث أو شاهد عيان.

ج/ حوار الشخصية: ويهدف هذا النوع من أنواع الحوار إلى تقديم شخصية معينة لجمهور المستمعين أو المشاهدين شخصية تثير إنتباههم وإهتمامهم بشكل أو بآخر، وهذه الشخصيات إما تكون معروفة لدى الجمهور من قبل وبشكل ثابت كرجال السياسة أو الفن أو الرياضة، وإما تكون شخصية عادية ولكنها أثارت إنتباه الناس بمناسبة حادث معين كالفوز في بطولة رياضية كبرى أو تحقيق عمل خارق أو ما إلى ذلك⁴، مثلا في مجال الفن أو الغناء نأخذ على سبيل المثال البرنامج التلفزيوني محبوب العرب arab idol فعند أخذ أحد المتسابقين اللقب يكون لدى الجمهور فضول لمعرفة المزيد عن هذه الشخصية، فنجد عدة قنوات تلفزيونية تقوم باستضافته في برامجها التلفزيونية لتعريف الجمهور به و بأعماله.

¹ رجاء عبد الرزاق الغمراوي: مرجع سابق ص 25.

² غسان عبد الوهاب: مرجع سابق، ص 46..

³ محسن جلوب الكنانى: ص 89

⁴ يوسف مرزوق: فن الكتابة للإذاعة والتلفزيون، دار المعرفة الجامعية، مصر، 2008، ص ص 213-214.

د/ حوار إستطلاع آراء الجمهور: يسعى الصحفيون إلى البحث عن آراء عامة أو رأي رجل الشارع حسب التعبير الأمريكي، ولما كان رأي شخص واحد لا يمثل آراء الجميع فإن الصحفيين يسعون في وسائل الإعلام المختلفة إلى الإطلاع والبحث عن آراء حوالي إثني عشر شخصا ثم يختارون عينة منها ويخضعونها لعملية المونتاج أو الإختصار قبل بثها أو نشرها لتقديم فكرة عامة وموجزة عن آراء عينة من الجمهور.

ه/ حوار المواجهة: مع أن الصحفيين يعتبرون المقابلة مناسبة للكشف عن الحقائق، إلا أن الضيوف يختلفون في رؤيتهم للأمور وفي الواقع غالبا ما يعاني البعض من الرد على أسئلة الصحفي دون أن تكون لديه نية حقيقية في الكشف عن معلوماته أو مشاعره، وهم يأملون أن لا يكون الصحفي صارما في توجيه الأسئلة حتى يتمكنوا من إعطاء الإنطباع بأنهم صريحين ومخلصون دون الإفصاح عن معلومات تذكر¹، ويمكن إرجاع هذه الصفات التي تم ذكرها حول الضيوف إلى شخصية الفرد فهناك شخصيات عنيدة لا نستطيع انتزاع أي معلومة منها، كما أن هناك شخصيات ثرثرة تتكلم كثيرا فتستنزف وقت البرنامج دون الخروج بمعلومة أو رأي صريح منها.

2-2/ طبقا لعدد الأفراد إلى:

أ/ مقابلات فردية Individual interview. One to One Interview وفيها يكون القائم بالاتصال (المحاور أو مقدم البرنامج) يتحاور مع ضيف واحد فقط حول الموضوع المطروح كلقاء شخصية ما للتعرف على آخر أعمالها أو البرامج الصحية حيث يستضيف طبيب في مجال ما والجمهور يسأله، ولا ينصح بهذا النوع من المقابلات كونها تعرض رأي واحد هو رأي الضيف.

ب/ مقابلات ثنائية: bilateral interview وفي هذا النوع من الحوار يتحاور المذيع مع ضيفين إثنين، وهذا النوع هو الشائع في البرامج الحوارية اليوم، فالبرامج الحوارية المقدمة في قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية جل برامجها تعتمد على إستضافة ضيفين تجسيدا لشعارها الراي والراي الآخر حيث يقوم القائمون على البرنامج بدعوة إثنين لهما آراء مختلفة حول الموضوع المطروح وكل منهما يدافع عن رأيه بالأدلة والبراهين.

¹ فوزية عبد الله ال علي: دور القائم بالاتصال في تبني البرامج الحوارية التلفزيونية تجاه المجتمع في دولة الإمارات - دراسة ميدانية- ورقة مقدمة للمشاركة في مؤتمر كلية الاعلام جامعة القاهرة بعنوان (الإعلام بين الحرية والمسؤولية) من 24-26 يونيو، 2008، ص 05.

ج/ مقابلات جماعية Groupe Interview وفي هذا النوع من المقابلات يتم استضافة 4 ضيوف كحد أقصى ومن تخصصات مختلفة حتى يتسنى لهم جميعا المشاركة بأرائهم من جهة ومن جهة أخرى حتى لا يختلط على المشاهد الأصوات فيضيع بينهم وبالتالي يفقد الحوار هدفه ويتم التطرق لموضوع أو قضية ما وكل من الضيوف يعالجها من جانب تخصصه لإثراء الموضوع أكثر ويحقق لهدف المنشود منه.

على أية حال فهذه التصنيفات جاءت من أجل تقريب هذا النوع الاعلامي للفهم، ورغم تعددها إلا أنها تشترك في عدة صفات وبإمكان القائمين على هذا النوع من البرامج استخدام شكل أو أكثر من الأشكال السابقة في موضوع واحد حسب الأهداف المسطرة.

3/ الخصائص العامة للغة الحوار التلفزيوني:

3-1/ الوضوح: هي الفتيلة الكبرى لكل من يتحدث في وسائل الإعلام، والوضوح من أبرز سمات لغة الإعلام، ويرجع ذلك إلى طبيعة وسائل الإعلام من ناحية، وإلى خصائص جمهورها من ناحية أخرى، فإذا كانت الكلمات غير واضحة في الراديو فقد المستمع المضمون المقدم ولم يستطع استرجاعه للتأكد منه أو للإستفهام عما غمض منه، لذا يجب أن تكون الكلمات والجمل والمعاني واضحة كل الوضوح حتى تحقق أهدافها، بمعنى آخر كلما كانت اللغة قريبة من الجمهور كلما كان أكثر متابعة للبرنامج، فالإنسان بطبيعته إذا كانت لغة غريبة عليه ولا يفهمها حتى وإن كان البرنامج مفيد ومؤثر فانه يعزف عنه.

3-2/ المعاصرة: ويقصد بها أن تكون الكلمات والجمل والتعبيرات اللغوية متماشية مع روح العصر ومتسقة مع إيقاعه، فالجمل الطويلة والكلمات المعجمية، والجمل المركبة قد لا تكون مناسبة للغة الإعلامية، إلا في موضوعات معينة وفي حالات محددة، ونجد هذه الحالة خاصة في البرامج الاخبارية المباشرة مثال على ذلك الانفجارات التي تقع في العالم اليوم عند حصولها تجد القائمين على القناة ينقلون الخبر حصريا ثم يحاولون الإتصال بالشخصيات المقربة من الحادث لأخذ آرائهم وانطباعاتهم حول الموضوع والأسباب، وإذا حصل ووجدوا شخصا تجد مقدم النشرة الذي يلجأ في هذه اللحظة إلى الإرتجال لا يجد من أين يبدأ لكثرة الأسئلة التي تجول بذهنه فيلجأ

إلى الأسئلة المركبة التي قد تجعل الضيف محتارا ومرتبكا على ماذا يجيب، فيجيب على أول شق سمعه ويهمل بقية السؤال الذي يمكن أن يكون أكثر أهمية من الجزئية الأولى.

3-3/ الملائمة: ويقصد بها أن تكون اللغة متلائمة مع الوسيلة من ناحية ومع الجمهور المستهدف من ناحية أخرى، فلغة الراديو هي لغة ذات طابع وصفي، وهي لغة تتوجه إلى حاسة السمع، ولذا يجب أن تكون مفردات هذه اللغة ملائمة لهذه الحاسة، ولغة الصحافة تستهدف فئات إجتماعية وتعليمية وإقتصادية معينة، وتتوجه إلى حاسة البصر فيجب أن تكون ملائمة أيضا، ولغة التلفزيون لغة تتوجه لحاستي السمع والبصر التي تجذب الجمهور أكثر من الراديو والصحيفة ففي هذه الوسيلة يمكن استخدام لغة الإشارات والصورة التي هي أبلغ من الصوت والكلمات.

3-4/ الجاذبية: ويقصد بها أن تكون الكلمة قادرة على الحكي والشرح والوصف بطريقة حية ومسلية ومشوقة، فلا وجود لجمهور يتشوق إلى الإستماع أو المشاهدة أو القراءة لمضمون جاف خال من عوامل الجاذبية والتشويق، ونجد هذه الخاصية في البرامج الحوارية السياسية وخاصة البرنامج المثير للجدل الاتجاه المعاكس على قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية فعلى الرغم من أنه كما يقال عليه "صراع ديكة" إلا أنه بقي محافظا على مكانته لاحتوائه على جاذبية خاصة به تتمثل في طريقة تقديمه ومقدمه، وضيوفه الذين دائما ما يكونوا من تيارين مختلفين.

3-5/ الإختصار: مهما كان حجم الصحيفة كبيرا فإنها محدودة في صفحاتها، والمطلوب كتابة أكبر عدد من ورقاتها، ومهما كان وقت البرنامج كبيرا فالموضوعات أكبر منه، فلا بد من الإختصار، ولا بد أن تكون اللغة قادرة على الإختصار والإيجاز.

3-6/ المرونة: ويقصد بها أن تكون اللغة قادرة على التعبير عن مختلف الموضوعات بسلاسة وبدون تعسف، ويقصد بها أن تكون متعددة المستويات بحيث نستطيع مخاطبة أكثر من جمهور ومعالجة أكثر من موضوع وقضية.

3-7/ القابلية للتطور: وهي سمة ملازمة للغة الإعلامية، فلغة الإذاعة في الثلاثينيات غير مثيلاتها في الخمسينيات والستينيات، وهذه بدورها تختلف عن مثيلاتها في السبعينيات، وفي التسعينيات، ولغة وسائل الإعلام في السنوات الأخيرة مختلفة عما سبقها، صحيح أن بها عناصر ضعف، ولكنها أصبحت أكثر قدرة على التعبير وأكثر قدرة على الجذب¹.

4/ أنواع الشخصيات أثناء إجراء الحوار:

4-1/ شخصية متعاونة: من مميزات هذه الفئة أنها مستعدة للكلام في أي موضوع ولا تخلق أي صعوبات للصحفي، ولكن يعيبها أنها لا تفرق بين المهم والأقل أهمية والمكرر والجديد، وعلى الصحفي ألا يترك لهذه الشخصية الحرية الكاملة لأنها شخصية توجه الحديث كيفما تشاء.

4-2/ شخصية مترددة: وهي فئة قلقة تحب الحديث مع الصحفيين وفي نفس الوقت تخاف العواقب وتحتاج إلى جهد لحسم الموافقة لصالح الصحفي، من خلال فرض إحترامه وإحترام عمله وصحيفته، وذلك بامتداحه وإظهار المعرفة ببعض الجوانب المهمة في حياته، وأن يقنعه بأهمية ما يقول وجدوى الحديث.

4-3/ شخصية متهربة: وهم يكرهون الحديث إلى الصحافة، ولا يثقون بأحد ولا بالصحافة وتتحدث بحساب².

يبدو من خلال التعريف بالشخصيات السابقة أنها لا تحقق الأهداف المرجوة منها ألا وهي إعطاء المعلومات والرأي حول القضية المثارة، لكن الباحثة ترى العكس من ذلك كون هذه الشخصيات الثلاثة مفيدة لإجراء حوار والمعلومات التي بحوزتها تكون سرية وحصرية، ويبقى الصحفي أو القائم بالاتصال الذي هو أساس الحوار لإيجاد طريقة تتناسب مع كل شخصية لاستخراج المعلومات التي يريدونها منه.

وهناك من يضيف أنواع أخرى من الضيوف هم كالتالي:

¹ مصطفى محمد الحسناوي: واقع لغة الإعلام المعاصر، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، 2011، ص 64.

² عبد الكريم فهد الساري: تكنيك الحديث والمقابلات الصحفية، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2012، ص 36.

4-4/ **مستفز وعدواني:** هذه الشخصية من أصعب الضيوف لأنه يصعب على الصحفي أخذ المعلومات منه، وإذا خالفه شخص آخر الرأي فسوف يتصرف بعدوانية إما بالكلام أو بالفعل (العنف الجسدي)، وهذه هي الشخصيات التي تحرص على استضافتها البرامج الحوارية وخاصة السياسية اليوم، لقدرتها على إثارة اهتمام الجمهور المشاهد.

4-5/ **قليل الكلام:** هذه الشخصية تلتزم بالإجابة قدر السؤال¹، وهذه الشخصية من النادر إيجادها في البرامج الحوارية السياسية لأنها لا تضيف للموضوع أو القضية المطروحة أي جديد فهي تكتفي بالإجابة بنعم ولا وربما.

4-6/ **عنيذ كثير الكلام دون فائدة:** يتصف هذا الشخص بأنه يتصلب لوجهة نظره فقط ويتجاهل وجهة نظر الآخرين ولا يعطيهم فرصة لإبداء آراءهم².

5/ أهم مهارات التواصل الشفوي في الحوار التلفزيوني:

- ✓ القدرة على التفكير في ما يقال بالسرعة المعقولة، فكلما كان المحاور أو الضيوف سرعة البديهة كلما كان الحوار فعالا ويحقق غايته وأهدافه.
- ✓ التمتع بالهدوء والإلتزان الإنفعالي للوصول إلى الأهداف المرجوة.
- ✓ الإنصات بموضوعية فهو حدود الحقائق المتاحة، والمعارضة المنطقية والموضوعية، وعدم التحيز الأعمى.
- ✓ توظيف الأفكار المطروحة، واستخدام الأسئلة التي تثير الحوار وتكشف عن إتجاهات أطرافه.
- ✓ القدرة على التكيف بسرعة مع الحقائق والبراهين والشواهد والأفكار الجديدة.
- ✓ مراجعة الأفكار المطروحة في بداية وأثناء الحوار³.

¹ نفس المرجع ، ص 213.

² فيصل أبو عيشة: مرجع سبق ذكره ، ص ص 292.

³ راشد محمد عطية أبو صواوين: **تنمية مهارات التواصل الشفوي (التحدث والإستماع) دراسة علمية تطبيقية**، ابتراك للطباعة والنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، مصر، 2005، ص ص 206-207.

6/ أهمية الحوار والبرامج الحوارية في التلفزيون:

للحوار أهمية بالغة في حياتنا اليومية، وتكمن أهميته فيما يلي:

6-1/ الحوار أداة للتفاهم مع الآخرين، إذ أن الحوار يهدف إلى شرح وجهة نظر وتبيان المعطيات التي تقوم عليها وفي الوقت نفسه الإنفتاح على الآخر لفهم وجهة نظره ثم للتفاهم معه ذلك أن التفاهم لا يكون من دون فهم متبادل، والحوار هو الطريق إلى إستيعاب المعطيات والوقائع المكونة لمواقف الطرفين المتحاورين ثم إلى تفاهمهما.

6-2/ يأخذ الحوار أهميته أيضا من خطورة أو أهمية القضايا المثارة أو بسبب الثقافة العميقة أو المتميزة للمتحاورين أو لمراكزهم السياسية أو الفكرية أو الإجتماعية الحساسة، فكثير من القضايا التي قد تبدو شائكة لعمقها أو أنها تحتاج لفهم منظومة معلوماتها إلى عرض منظم بين المتحاورين ويعالجها الحوار بما يمتلكه المحاورون من قدرات ومهارات يعالجون فيها ما يواجههم من مواقف غامضة أو مشاكل محيرة فيقفون على البدائل المتعددة لكشف الحلول وقبولها أو رفضها فيستمر الحوار وتتاح الفرصة للطرف الثاني بتوظيف منشطاته العقلية لتساعده في عملية تحسين إدراكه لتفاصيل الحوار الدائر بين المتحاورين.¹

6-3/ تتبع قيمة الحوار من محطة مادة الحديث بجانب شخصية المتحدث بالإضافة لتقنيات العرض التلفزيوني أو المعالجة الإعلامية، كما أن البرامج الكلامية من المواد البرمجية المحببة للمشاهدين وكسر حدة النمطية الشكلية في الرسالة التلفزيونية.²

المبحث الثاني: ماهية البرنامج التلفزيوني:

أدى إختراع التلفزيون إلى ظهور العديد من الأفكار التي من شأنها جعل التلفزيون وسيلة فعالة في التأثير على المجتمعات من خلال ما يعرضه من أفلام ومسلسلات تعالج الواقع المعيشي للمجتمع الذي أنتجت فيه مثل الأفلام العربية (المصرية)، ومع التطور العلمي والتكنولوجي أصبح الأفراد بحاجة لبرامج تعالج مشكلاتهم اليومية وتسمع صوتهم وإحتياجاتهم وتعالج قضاياهم اليومية والمتنوعة وهنا ظهرت البرامج الحوارية التي تثبت في جميع القنوات الفضائية لما لها من قدرة على

¹ فيصل أبو عيشة: مهارات الحوار الصحفي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان (الأردن) 2016، ص ص17-19.

² رجاء عبد الرزاق الغمراوي: مرجع سابق، ص ص24/25.

التأثير في الجماهير، وقبل الحديث عن البرامج الحوارية سوف نتطرق لكيفية نشأة البرامج التلفزيونية وصولاً إلى البرامج الحوارية وأنواعها... الخ.

أولاً: تعريف البرنامج التلفزيوني

عبارة عن فكرة تجسد وتعالج تلفزيونياً باستخدام التلفزيون كوسيلة تتوافر لها إمكانيات مختلف الوسائل الإعلامية، وتعتمد أساساً على الصورة المرئية المتحركة سواء كانت مباشرة أو مسجلة على أفلام أو أشرطة بتشكيل وتكوين يتخذ قالباً واضحاً يعالج جميع جوانب الفكرة خلال مدة زمنية محددة¹، فالبرنامج التلفزيوني يعتمد على الصورة المرئية المتحركة سواء مسجلة أو مباشرة، فكرة ومدة زمنية محددة على حسب برمجة القناة وحسب نوع الموضوع، بالإضافة إلى الإتجاهات والأهداف من عرض البرنامج في محطة البث، ويمكن أن يكون هذا البرنامج سياسياً، إقتصادياً ثقافياً، ترفيهياً..... الخ.

ويعرفه محمد معوض بأنه: عبارة عن فكرة تجسد وتعالج تلفزيونياً باستخدامه كوسيلة تتوافر إمكانيات الوسائل الإعلامية، وتعتمد على الصورة الإعلامية سواء كانت مباشرة أو مسجلة على أفلام أو شرائط، ويتشكل ويتخذ قالباً واضحاً يعالج جميع جوانبها خلال مدة زمنية محددة وتتطور برامج التلفزيون باستمرار، حيث يلاحظ ألواناً جديدة وأشكالاً برمجية متميزة من آن إلى آخر ويهدف إلى الإعلام والتثقيف، التوجيه والتسلية والإعلان، وذلك لجذب المشاهدين والتأثير فيهم² إذن البرنامج التلفزيوني هو العنصر الأساسي الذي تعتمد عليه وسائل الإعلام المتنوعة، ويبث إما مباشرة أو مسجل، وكل برنامج يبث في الوقت المناسب له، فالبرامج الموجهة للشباب مثلاً عادة ما يكون وقت بثها في المساء، وبرامج نهاية الأسبوع تختلف عن البرامج أيام الأسبوع الأخرى وهكذا.

ثانياً: الفرق بين البرنامج والبرمجة التلفزيونية

لا يمكن لأي قناة تلفزيونية فضائية كانت أو أرضية أن تنطلق من فراغ وتتقي برامجها وما يبث عليها بشكل عشوائي إذا لا بد من وجود برمجة تحدد من خلالها سياستها وجمهورها حيث تعرف البرمجة بأنها تترجم تصورات المؤسسة التلفزيونية وتمثلاتها للوظائف الأساسية التي يجب

¹ عصام نصر سليم: مرجع سبق ذكره، ص 106.

² محمد معوض، المدخل إلى فنون العمل التلفزيوني، دار الفكر العربي، القاهرة مصر دس، ص 115.

أن يقوم بها التلفزيون والجمهور الذي تريد الوصول إليه¹، أي أن لكل مؤسسة تلفزيونية وظائف تقوم بها وجمهور تخاطبه، ولتحقيق ذلك أوجدت شبكة البرمجة التلفزيونية لتعويد الجمهور بمراعاة المعايير التي تتدخل في دفع المشاهد لإتخاذ قرار مشاهدة التلفزة، والمتمثلة فيما يلي: ساعات بث البرنامج التلفزيوني، نوع البرنامج، ومقدم البرنامج أو المذيع المفضل²، فشبكة البرمجة من شأنها إعلام المشاهد بما سيتم عرضه في ذلك اليوم والتوقيت وحتى البرامج والمسلسلات التي سيتم عرضها في ذلك الأسبوع ليخصص لها المشاهد وقتا لمتابعتها...إلخ.

من خلال تعرضنا لمفهوم البرنامج وجدنا أنه يجب توضيح الفرق بين البرنامج والبرمجة:

البرمجة دراسة علمية لما يريد الجمهور ولا يمكن للبرمجة الخروج عن السياسة الإعلامية للقناة، أما البرنامج فهو مادة تلفزيونية تبث مسجلة أو حية على الهواء وتشغل مساحة زمنية محددة من ساعات البث التلفزيوني لأي قناة تلفزيونية، أي أن البرنامج جزء من البرمجة.

ثالثا: أنواع البرامج التلفزيونية

تتكون الشبكة البرمجية للقنوات الفضائية والأرضية على حد سواء من أشكال وأنواع متعددة من البرامج والأفلام والمسلسلات والألعاب...وغيرها مما يعرض على شاشة التلفزيون، وهذا ما سنحاول توضيحه فيما يلي:

1/ البرامج الإخبارية:

هي تلك البرامج التي تعرض للمستمعين والمشاهدين مجموعة الحقائق الراهنة التي تأكدت تماما أو مجموعة الحقائق التي يتفق على حدوثها في المستقبل، أي ما يتوقع حدوثه أو ما يستجد من أحداث على ضوء الحدث الأساسي، وأنها من الأهمية بحيث تستدعي ضرورة التنويه عنها كي يكون الجمهور على علم مسبق، الأمر الذي يمكن من متابعتها وما تسفر عنه من نتائج³، أي أن البرامج الإخبارية تعرض آخر مستجدات ما يحدث حول العالم، وأصبح المشاهد اليوم باستطاعته

¹ نصر الدين العياضي: البرمجة التلفزيونية في القنوات العربية - دراسة تحليلية للأسس والدلالات، د.س، ص 364 من الموقع الإلكتروني

[http://www.univ-skikda.dz/doc_site/revues_SH/article71\(2\).pdf](http://www.univ-skikda.dz/doc_site/revues_SH/article71(2).pdf)

² منصف العياري و يوسف تمار: فن البرمجة واعداد الخارطة البرمجية في القنوات التلفزيونية العربية، جدلية التصور والممارسة، اتحاد الاذاعات العربية، 59 تونس، 2007، ص12.

³ فلاح كاظم المحنة: مرجع سبق ذكره، ص 165.

مشاهدة ما يجري من الأخبار والأحداث المحيطة به عبر الشريط الإخباري للتتويه عنها وليكون على علم بها.

1-1 / أشكال وأنواع البرامج الاخبارية منها:

نشرات الأخبار والمواجيز والتقارير الإخبارية والتحليلات، والندوات الحوارية، والبرامج التسجيلية، والمقابلات، والأحاديث واللقاءات وقراءات الصحف، والتعليق على المشاهد الساخنة للأحداث المباشرة، ووصف مجريات ووقائع المؤتمرات والنشاطات البرلمانية والحكومية والمنظمات المهنية وغيرها... وهذه الأشكال جميعا تشكل محتوى البرامج الإخبارية.

ففي قناة الجزيرة الإخبارية تأخذ نشرات الأخبار المصورة، والبرامج الإخبارية نصيب الأسد من مجمل البرامج التي تبثها، والبالغ عددها 39 برنامجا أي 75% من المواد التي تبثها¹. من خلال قراءة هذه الإحصائيات يتبين لنا أن قناة الجزيرة الفضائية قناة متخصصة في الأخبار والسياسة بامتياز، وهذا ما جعلها تستقطب جمهورا عربيا واسعا لجرأتها في طرح الموضوعات والقضايا العربية التي ظلت لفترة لا بأس بها مصنفة من الطابوهات.

1-2 / البرامج الثقافية:

وتسمى بمصطلح آخر الفيلم التسجيلي ويعرف حسب تعريف الإتحاد الدولي للسينما التسجيلية عام 1984 هو: "كافة أساليب التسجيل على فيلم لأي مظهر من مظاهر الحقيقة، يتم عرضه بوسائل التصوير المباشر، أو بإعادة بنائه بصدق وعند الضرورة² كما لا يخفى علينا أن أي برنامج تلفزيوني لا يخلو من محتوى ثقافي، لكن على الرغم من الأهمية البالغة لهذا النوع من البرامج إلا أنها لا تحظى بمكانة مرموقة في بنية شبكة برامج القنوات التلفزيونية العامة، إذ أن معدلها في القنوات الجامعة لا يزيد عن 04% من مجمل البرامج التي تبثها القنوات التلفزيونية العمومية³. ويمكن أن تكون هذه البرامج الثقافية حول الأدب، الفن، الوعي الصحي، البيئة، الفلك الحيوان، النبات، التعليم، مقابلات.... إلخ.

¹ نصر الدين العياضي: مرجع سبق ذكره، ص 369.

² أيمن عبد الحلیم نصار: إعداد البرامج الوثائقية، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان (الأردن)، 2007، ص 44.

³ نصر الدين العياضي ويوسف تمارة: فن البرمجة وإعداد الخارطة البرمجية في القنوات التلفزيونية العربية، مرجع سبق ذكره، ص

1-3/ البرامج الدينية:

هي برامج تهتم بتوعية الأفراد دينياً، وذلك بتغطية الأعياد والمناسبات والمسابقات الدينية كما تختص بالمواضيع الدينية وتنمية الثقافة الدينية، فنجد لها قنوات متخصصة مثل قناة الناس إقرأ، الرسالة ...

1-4/ البرامج الترفيهية:

وتدخل فيها برامج الموسيقى والدراما والفكاهة والمسلسلات والمسابقات والألعاب والفوزير والألعاب المختلفة¹، ونجد هذا النوع من البرامج في القنوات الخاصة والمتخصصة بهذا النوع مثل قناة روتانا، أو قنوات شاملة مثل باقة قنوات MBC مثل برامج مسابقات الغناء، لاكتشاف المواهب العربية في كل بقاع العالم.

1-5/ البرامج الرياضية:

هي برامج تقوم على أسس رياضية من نشرات الأخبار ولقاءات ومتابعة آخر الأخبار والمستجدات الرياضية، والنقل الخارجي للمباريات الرياضية، وتحظى البرامج الرياضية في غالبية محطات التلفزيون العالمية باهتمام بالغ نظراً لما للرياضة من أثر عظيم في بناء الإنسان وتنشأته وزيادة قدرته على العطاء والإنتاج²، وحسب العديد من الدراسات فإن هذا النوع من البرامج ينال اهتمام الرجال أكثر من النساء، وللأسف فمعظم هذه البرامج على عربيتها إلا أنها تناقش وتحلل وتتقل مباريات لمنتخبات وأندية أوروبية استطاعت فرض نفسها في دولنا العربية لفقر منتخباتنا للإمكانات التي تجعل منها منافساً ونداً قوياً لهذه الأخيرة، ومن هذه القنوات باقة BEIN .SPORT

¹ نورة نايلي: البرامج الترفيهية في قناة الجزائرية ووظائفها تجاه المراهقين الجزائريين -دراسة تحليلية وميدانية- مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال، جامعة الحاج لخضر -باتنة- الجزائر، 2013-2014، ص79.

² جلال الخوالدة: مرجع سبق ذكره، 2009، ص 87.

1-6/ برامج الأطفال:

يحظى هذا النوع من البرامج باهتمام معظم تلفزيونات العالم التي تخصص وقتاً للأطفال ويشكل الأطفال الذين لم يبلغوا سن الدخول إلى المدرسة الشريحة الأوسع بين مشاهدي التلفزيون إذ تقضي أكبر عدد من الساعات وأوفر حصة من الوقت في مشاهدة برامج الأطفال بالمقارنة مع أي مجموعة عمرية أخرى¹، فخصائص هذه البرامج لا تكمن في محتواها أو مضمون ما تقدمه، بل في جمهورها المستهدف، لذا يلاحظ أنها تتمتع بمرونة تستطيع أن تستوعب الكثير من أنواع التعبير التلفزيوني وأشكاله: الدراما، الكوميديا، والمواد الوثائقية والإخبارية والتربوية، والمنوعات، والرياضة² أي أن هذه البرامج مخصصة لجمهور الأطفال على أن يتابعها معهم أولياؤهم لما لها من أثر سلبي على تكوينهم العقلي، وقيمهم وخاصة أن معظم هذه البرامج من إنتاج أجنبي فقد أشارت دراسات إلى أن تعرض الطفل لساعات طويلة للتلفزيون قد يسبب له أمراض خطيرة كمرض التوحد.

بعد التعرض لأنواع البرامج التلفزيونية، وتعريفها وجب علينا التطرق لكيفية إنتاجها والتي سوف نوضحها في يلي:

رابعاً: الإنتاج التلفزيوني

الإنتاج بصفة عامة هو عملية التكفل بالعمل مالياً³، وهي عملية إبداعية تهدف إلى تحويل الأفكار من فكرة إلى مجموعة من الصور والأصوات، ووضعها في قالب فني شيق بهدف توصيلها إلى جمهور المشاهدين والتأثير عليهم⁴.

1/ خطوات إعداد أو إنتاج البرامج التلفزيونية

يخضع إنتاج البرنامج التلفزيوني إلى عدد من الخطوات الهامة والرئيسية وهي:

¹ نسيمه طبشوش: القنوات الفضائية واثرها على القيم الاسرية لدى الشباب، كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2011، ص 50.

² نصر الدين العياضي: برامج الاطفال التلفزيونية بين المطلب الثقافي واحكام السوق، من موقع http://www.arrafid.ae/arrafid/p4_7-2010.html

³ دليلة غروية: مرجع سبق ذكره، ص 52.

⁴ رجاء عبد الرزاق الغمراوي: مرجع سابق، ص 164.

1-1/ تحديد الموضوع أو الفكرة:

تأتي الفكرة من خلال متابعة ما يحدث في المجتمع وفي العالم من خلال قراءة الصحف والمجلات ومشاهدة الفضائيات، متابعة الأخبار والأحداث على الأنترنت وغيرها من مصادر المعلومات، ويعد تحديد فكرة البرنامج من أهم مراحل إنتاج البرامج ويحتاج معد أي برنامج إلى فكرة وقرار لتنفيذها¹، حيث يتم دراسة الفكرة المطلوب تنفيذها للبرنامج ومدى صلاحيتها وموافقة الرقابة والمصنفات الفنية، ومدى إستجابة المشاهدين لها من خلال تقارير يتم إعدادها في هذا الشأن، وأهم شيء أن يكون المحاور أو مقدم البرنامج على علم ودراية بالموضوع الذي يناقش فيه، فهذا من شأنه جعل المذيع يسأل أسئلة ذات أهمية تجعل الضيف يتفاعل معها، وكذا متابعة الجمهور لها ففي بعض الاحيان نجد المقدم يسأل أسئلة لا معنى لها ما تجعل المشاهدين ينصرفون عن متابعة البرنامج ويجعل المذيع في موقف حرج، وهناك نوع من المقدمين الذين يحاولون البروز والتألق على حساب الضيوف كأن يحاول إظهار نفسه على أنه أفضل وأعلم من الضيف بالموضوع من خلال طرح الاسئلة والإجابة عنها في الوقت الذي ينتظر فيه المشاهد الإجابة من الضيف.

1-2/ نوعية المشاهد أو الجمهور المستهدف :

يتم فيها تحديد نوعية المشاهد حتى يمكن تقديم البرنامج بالشكل الذي يناسب هذه النوعية من المشاهدين، وقد تكون نوعية المشاهد من النخبة أو رجال الفكر أو العامة... إلخ²، ونستطيع إضافة أنواع أخرى من الجماهير كجمهور الرياضة، الأغاني، المسلسلات... لأن التعرف الدقيق على الجمهور المستهدف يساعد في إختيار الفكرة وتحديد أسلوب تناول الفكرة³، فالجمهور جزأ لا يتجزأ من البرنامج الحواري، والمحاور هنا هدفه إيصال المعلومات والأفكار التي يريد بها الجمهور كأن يضع نفسه في مكانه ويسأل نفسه ما الهدف من البرنامج وما هي الأسئلة التي يجب أن تطرح وما الأساليب المناسبة لجعل الجمهور منجذبا ومتابعا للبرنامج... إلخ، فإذا ما وضع نفسه في مكان الجمهور سيحظى بالثقة والإحترام والمصادقية لدى الجمهور، وكذلك يمكن التعرف على رغبات الجمهور من خلال دراسة الجمهور، كالبرامج الحوارية في قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية

¹ فلاح كاظم المحنة: الفنون الإذاعية والتلفزيونية، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، ط1، 2011، ص 71.

² محمد كحط الربيعي وحسين الأنصاري: الدور الثقافي في القنوات الفضائية العربية، ط1، مركز الكتاب الأكاديمي، عمان (الأردن) 2015، ص 65.

³ سعيد حامد: مرجع سبق ذكره، ص 241.

فهي تخاطب كافة أفراد المجتمع، ومن كل المستويات العلمية لحد ما، ويتضح ذلك من خلال اللغة المستخدمة.

1-3/ الهدف من البرنامج:

وهذا يعني أنه يجب علينا تحديد ما نريده من وراء البرنامج، هل هو برنامج إخباري معلوماتي يقدم البيانات والمعلومات للجمهور كالنشرات الإخبارية، أم هو تثقيفي؟ كالبرامج السياسية والدينية، أم ترفيهي؟ كالبرامج الرياضية والغنائية وبرامج الألعاب، أم توجيهي؟ كالبرامج الصحية

1-4/ إختيار الضيوف:

ضيف الحوار هو الشخص الذي يتحاور معه المذيع (القائم بالاتصال) حول موضوع معين قد يكون هذا الشخص خبيراً أو مسؤولاً تنفيذياً أو طالباً أو موظفاً أو عاملاً... إلخ وقد يكون يجمع أكثر من صفة، ويتأثر مستوى الحوار بنمط العلاقة بين كل من المذيع والضيف، ويلعب المذيع الدور الأكبر في تحديد هذا النمط¹، ويتم إختيار ضيف أو ضيوف البرنامج بناءً على أهمية وتخصص الموضوع المعد للطرح أمام المستمعين والمشاهدين، لإغناء البرنامج من جميع جوانبه المتعددة وفي مختلف الإختصاصات الإنسانية، وسيكون نجاح البرنامج من نجاح النخبة من الضيوف... على أن يتناسب خطاب البرنامج الموضوع مع ما سوف يغنيه ضيوف البرنامج من طروحات ويتبين عند طرح موضوع ما بأنه بحاجة إلى أكثر من إختصاص لضرورة وأهمية الموضوع لشرحه وتحليله بالأدلة والبراهين من خلال النقاش والجدل المحتدم بين الضيوف أو بين المستمعين والمشاهدين وأحياناً بين مقدم البرنامج وضيوفه لتحقيق الحيوية والمتعة والفائدة بالنسبة للمستمع أو المشاهد²، فقد يكون هذا الضيف متخصصاً أو مسؤولاً أو شاهد عيان، وعليه يجب أن يكون المحاور على علم أو معرفة بهذه الشخصية المستضافة ويمكن التعرف عليه من خلال مؤلفاته أو سيرته المهنية، لتقديمه للجمهور وهذا سيجعل الضيف مرتاحاً للحوار، أما إذا كان من

¹ بركات عبد العزيز: اتجاهات حديثة في إنتاج البرامج الإذاعية (اصول الاحتراف ومهارات التطبيق)، ط1، دار الكتاب الحديث، 2000، ص121.

² طالب الشمري: الصناعة الإعلامية - المقومات الفنية والمهنية لرجل الإعلام - ط1، دار النفائس للنشر والتوزيع، الأردن، 2015، ص58.

العامّة فهو من سيقوم بالتعريف عن نفسه، كما يجب على المحاور أن يكون هو المتحكم في الحوار وليس الضيف حتى وإن كانت لديه مكانة مرموقة أو شخصية بارزة ومشهورة.

1-5/ إعداد الاسئلة:

إن الوظيفة الأساسية للإسئلة هي الحصول على أجوبة لتحقيق الهدف من الحوار، وهناك مستويين من مستويات بناء السؤال عند التفكير في صياغة وطرح الأسئلة:

المستوى الأول: يتعلق بالخصائص الثابتة للسؤال من حيث مراعاة الصيغة التي يكون عليها والطريقة التي يطرح بها لاختصاص الضيف من ناحية ولانعكاساته عليه من ناحية أخرى لتجنب أي آثار سلبية على سير الحوار مع المحافظة الدائمة على وضوح الهدف من وراء الحوار إضافة إلى عدم احتمال إنطوائه على أي قدر من التأويل، **والمستوى الثاني:** يتعلق بخاصية الإستمرارية في مراحل الحوار داخل الإطار والهدف المحددين مسبقا لإجراء الحوار، وهذه الشرطية لا يمكن بلوغها من قبل مدير البرنامج إلا عن طريق الحضور الدائم لإشكالية موضوع الحوار عبر التحضير المسبق والإختيار الصائب للضيوف¹. فمثلا لا نستطيع إستضافة شخص لموضوع خارج تخصصه لإعطائنا رأيه فيه فهذا سوف يفقد الحوار مصداقيته.

الإنتباه إلى ما يقوله الضيف ومتابعة الحديث حتى إذا خرج عن الموضوع أعاده، وإذا لم يجد الكلمة المناسبة ساعده في ذلك، وإذا طرح سؤالا ينتظر الإجابة، وإذا تهرب منها الضيف يحاول المذيع طرحها بطريقة اخرى

محاولة شرح المصطلحات الصعبة التي ينطق بها الضيف وخاصة في مجال الطب والاقتصاد فهناك مصطلحات قد يسمع بها المشاهد لأول مرة فبشرحها يساعد المتابع على مواصلة المتابعة وكذا إذا تطرق الضيف بأفكار جديدة يحاول المقدم استنباط أسئلة منها لتوضيحها أكثر.

ويفضل قبل تنفيذ (تسجيل) البرنامج الحواري أن يعقد المعد جلسة تمهيدية بين مقدم وضيف البرنامج لخلق ألفة بين المذيع والضيف، وبين الضيف والميكروفون، وكذا الاتفاق على

¹ هاني مبارك: البرامج الحوارية العربية، انعكاسات الغياب المنهجي وضرورة التقيد به، الإذاعات العربية، مجلة فصلية يصدرها إتحاد إذاعات الدول العربية، عدد 02، 2005، ص127.

محاور الموضوع والمدة الزمنية له¹، فالإجراءات السابقة من شأنها تقديم برنامج حوارى مفيد وفق خطة تقتضى الانتقال من نقطة إلى أخرى بطريقة مدروسة للوصول إلى الغاية من الموضوع المطروح، على عكس ما هو رائج اليوم في البرامج الحوارية.

1-6/ الأستديو والأجهزة:

الأستوديو هو الفضاء العام الذي يجتمع فيه ناس عاديين مع بعضهم بخبراء من مختلف التخصصات لمناقشة قضية إجتماعية أو سياسية أو شخصية²، والأستوديو عبارة عن غرفة عازلة للصوت مجهز بالكاميرات والميكروفونات لمتابعة ما يحدث ونقله للمشاهد.

وفيما يخص الأجهزة سواء كان الحوار يتم في الأستوديو أو خارجه فإن استخدام المعدات أمر ذو دلالة في الموقف الحوارى، من ذلك مثلا يجب أن تكون المسافة مناسبة بين الضيف وجهاز التسجيل في حالة التسجيل بدون ميكروفون، وكذلك بين الضيف و الميكروفون في حالة استخدام الميكروفون... كما أن المسافة المناسبة تعني وضع التسجيل أو الميكروفون في المكان المناسب بحيث يكون هناك توازن أو تقارب بين صوت المذيع وصوت الضيف³.

1-7/ الكلمة المنطوقة (اللغة):

من أهم مكونات البرنامج الإذاعي على الإطلاق وقد يقتصر البرنامج الإذاعي عليها، وقد يستخدم البرنامج الموسيقى أو المؤثرات الصوتية كعنصر مساعد لهذه الكلمة والكلمة المنطوقة برغم اعتمادها غالبا على نص مكتوب إلا أنها تستعمل الإمكانيات الإقناعية والعاطفية والإيحائية بالكلمات بصورة تؤثر في المستمعين وقد تكون الكلمة المنطوقة حديثا مباشرة كما في نشرات الأخبار والتعليقات والتحليلات والبرامج الكلامية المباشرة، وقد تكون على شكل حوار إذاعي أو في شكل ندوة أو أداء درامى⁴. والعنصر الآخر من محددات المستوى اللغوي للحوار هو الجمهور بمعنى أن خصائص الجمهور - وعلى الأخص المستوى التعليمي والمهني - تؤثر في مستوى لغة

¹ نسمة أحمد البطريق وعادل عبد الغفار: الكتابة للإذاعة والتلفزيون، 2005، ص 20.

² Sonia, Living stone- "Watching talk : gender and engagement in the viewing of audience discussion programmes". Journal of Media, culture and society Vol. 16. July, 1994.p431

³ بركات عبد العزيز: مرجع سبق ذكره ص ص 130-131.

⁴ ماجي الحلواني- محمد مهني: مقدمة فى الفنون الإذاعية والسمعية، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، 1999، ص 167.

الحوار، بحيث إذا كان الحوار يستهدف النخبة المثقفين فإن اللغة التي يستخدمها مذيع الحوار ستختلف دون شك من اللغة التي يستخدمها نفس المذيع عندما يستهدف الحوار جمهور العمال أو الفلاحين مثلا وإن كان في كل الأحوال يجب أن تكون لغة الحوار مفهومة وبعيدة عن الإبتذال¹ كما يجب على القائم بالإتصال أن يحاول من مرة إلى أخرى أن يشرح الكلمات المتخصصة التي يستخدمها الضيوف كون الجمهور المتلقي حتى وإن كان على درجة عالية من التعليم إلا أنه غير ملم بجميع المصطلحات المتخصصة وخاصة في مجال الطب والاقتصاد، والإبتعاد عن استخدام اللغات الأجنبية والإختصارات التي تجعل المتلقي يبحث عن معناها ويضيع عليه ما تلاها من معلومات حولها.

ولكي نصل إلى درجة عالية من الكفاءة عند الكتابة للراديو والتلفزيون يوحى العاملون بالإعداد الإذاعي والتلفزيوني بمراعاة ما يلي:

- ✓ يجب الإبتعاد عن استخدام الكلمات المعقدة صعبة الفهم أو التي يحتمل فهمها بمعان مختلفة واستخدام مترادفات السهلة في حال وجودها.
- ✓ يجب ملاءمة اللغة للموقف الذي تستخدم فيه، وهنا يجب على الإذاعي أن يضع المستقبل نصب عينيه عند اختيار الموضوع ومواده وترتيب اللغة التي يفضل بها برامجه بما يتناسب وأعمال وثقافة وخلفيات المستقبلين².

1-8/ الموسيقى:

تعد الموسيقى من العناصر الرئيسية المكونة للبرامج الإذاعية والتلفزيونية، ولقد شكلت منذ بدء العمل الإذاعي عنصرا أساسيا من عناصر الجذب والتشويق...ولسنا نقصد بالموسيقى هنا النوتة التي يعزف الموسيقيون ألحانها أو تلك الألحان المنبعثة من الآلات الموسيقية نفسها بل الأهم من ذلك هو العلاقة بين تلك الألحان وبين المستمعين أنفسهم... مثال على ذلك مقدمة البرنامج "تتر البرنامج" وهي الموسيقى التي تستخدم في مقدمة البرنامج كإشارة لبديء البرنامج...وتعتبر هذه الموسيقى جزءا أساسيا من البرنامج لأنها سمة أساسية له...ومن هنا يجب

¹ بركات عبد العزيز: مرجع سبق ذكره، ص 134.

² رجاء عبد الرازق الغمراوي: قواعد الإخراج بين النظرية والتطبيق، دار المعرفة الجامعية للطبع والنشر والتوزيع، الإسكندرية (مصر)، 2013، ص21.

مراعاة أن تكون الموسيقى متماشية مع مضمون البرنامج بحيث تكون جزء منه وليست ديكورا يستخدم لحشو الوقت فقط... ويفضل ألا تستخدم موسيقى التتر كنفقات أو فواصل داخل البرنامج ويستحسن أن يختتم البرنامج بنفس موسيقى التتر¹.

ويمكن تلخيص الأهداف من وراء استخدام الموسيقى بما يأتي:

✓ استخدامها بدلا من المؤثرات الصوتية: فقد لا تتوفر لدى المخرج المؤثرات الصوتية التي يريد الإستعانة بها، أو قد يتبين أن هذه المؤثرات الصوتية لا تؤدي عند سماعها الغرض الذي ينشد منها... فالموسيقى في كثير من الحالات تستطيع أن ترسم صورة فنية للأصوات المراد تحقيقها كأصوات الرعد والأمواج... إلخ.

✓ استخدام الموسيقى كستار إذاعي على نحو ما يستخدم الستار في المسرح للإنتقال من فقرة لفقرة أخرى، وأن يكون هدف الموسيقى إدخال شيء من الراحة إلى نفس المستمع أي خلق فترة إستراحة داخل البرنامج².

هذا فيما يخص البرامج الإذاعية التي تعتمد على حاسة السمع، أما البرامج الحوارية التلفزيونية فإن أهم ما يميزها هو الصور والجنيريك الجذاب وشعار البرنامج بالإضافة إلى الموسيقى التي يجب أن تكون خفيفة ومدة بثها قصيرة فالغرض من استخدامها هو تمييز كل برنامج تلفزيوني عن غيره من البرامج التلفزيونية الأخرى، فهي بمثابة بصمة للبرنامج.

والواقع أن الإنتاج البرامجي العربي في جل القنوات الفضائية العربية يعاني من ضعف الإنتاج للبرامج العربية، وشدة حاجتها للبرامج لتغطية ساعات البث المتواصلة، فبالإضافة لشرائها للبرامج العربية التي تنتج في بعض البلدان العربية كمصر وسوريا والأردن وغيرها، كما أن بعضها (القنوات التي لديها مصادر مالية مريحة) يلجأ إلى إستيراد البرامج الأجنبية ذات التكلفة المالية المرتفعة، بينما تضطر أغلبية القنوات الفضائية العربية الخاصة نتيجة لضعف الإمكانيات المادية إلى إعادة بث نفس البرامج عدة مرات في الأسبوع وخاصة القنوات جديدة الإنطلاق أو التي ماتزال في طور البث التجريبي³.

¹ رجاء عبد الرازق الغمراوي: مرجع سابق، ص ص 21-22.

² عبد النبي خزعل: فن تحرير الأخبار والبرامج في الفضائيات التلفزيونية والقنوات الإذاعية، مرجع سابق ص ص 58-59.

³ الأسد صالح علي الأسد: انفجار الفضائيات العربية، الأبعاد-الأهداف-التأثيرات الثقافية، دار غيداء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن 2012، ص 142.

المبحث الثالث: البرامج الحوارية

أولاً: نشأة البرامج الحوارية

تعد البداية الحقيقية للبرامج الحوارية أو ما يعرف بـ Talk Show في الولايات المتحدة الأمريكية، فهذا النوع من البرامج تاريخ طويل حيث بدأ من محطات الإذاعة حيث لم يكن التلفزيون شائعاً كثيراً في 1930، وبدأ أول برنامج حوارى في العالم لأول مرة في الإذاعة، ومع ظهور التلفزيون في العالم أي 1950 تحول الإهتمام من الإذاعة إلى التلفزيون ففضل معظم مقدمي البرامج الإذاعية تقديم برنامج حوارى على شاشة التلفزيون، وبدأ أول برنامج تلفزيونى حوارى على الهواء عام 1951 وفيه أصبح المذيع " إدوارد مورو " Egbert Roscoe Murrow مألوفاً ببرنامجه الذي ناقش السياسة والحياة في أمريكا كل يوم أحد ببرنامجه "تو نايت شو"¹ To Neight Show، وفي هذه الفترة أنشأت شبكة NBC و CBC أصبحت ذات شعبية متزايدة في البرمجة التلفزيونية ، مما أدى إلى إهتمام العلماء بها ودراستها من حيث الإستخدام والشكل والمحتوى، وكذا تأثيرها على الجمهور²، على الرغم من أن البرامج الحوارية بدأت في الإذاعة لمدة طويلة إلا أنها لم تحظى بالإهتمام الكافي من قبل الجمهور المتلقي، ولكن مع ظهور التلفزيون تغير الوضع وأصبح للبرامج الحوارية تأثيراً وحضوراً ملحوظاً لدى الجمهور ما جعل العلماء يهتمون بهذه الظاهرة ودراسة محتواها من حيث الإستخدامات والاشباعات، تحليل محتواها ودراستها شكلاً ومضموناً، وكذا دراسة تأثيرها على الجمهور المتلقي لرسائلها المختلفة.

أما عن ظهورها في الوطن العربي فقد كان يؤرخ لظهور البرامج الحوارية في القنوات العربية ببث برنامج على الهواء والذي قدمه الإعلامي "عماد الدين أديب" من خلال شبكة "أوربيت"

¹ فاطمة زيدان: برامج التوك شو ظهرت في الولايات المتحدة الأمريكية مع ظهور التلفزيون عام 1950... ووصلت مصر متأخرة 20 عاماً، المركز المصري للدراسات والمعلومات، العدد 2703، 2011.

² Nabi, Robn & Hendriks Alexandra. The persuasive effect of Host & Audience Recation shots in television talk show. In: Journal of communication: September 2003.p 527.

والذي إستعار أسلوب "لاري كينغ" من خلال تناوله لمجريات الأحداث العربية وتغطية أنشطة الرؤساء والزيارات الرسمية والصراع العربي الإسرائيلي¹.

يبدو أن العرب لا يتمتعون بأي روح إبداع في ابتكار برنامج نوعي وفريد يخصصهم ويضعون عليه بصمتهم ويكون حسب ذوق المشاهد العربي ويلبي احتياجاته وهو ما نلاحظه في البرامج العربية اليوم فكلها نسخة معربة عن برامج أمريكية وخير دليل قناة الجزيرة الإخبارية وبرامجها المقلدة من برامج bbc البريطانية، وتمتع هذا البرنامج بجمهور الصفوة ذات المستوى الإقتصادي الرفيع نظرا لأنه يبث على قناة مدفوعة الأجر ويمثل هذا البرنامج الفترة الأولى لظهور برامج الحوار في العالم العربي.²

ثانيا: تعريف البرامج الحوارية

البرنامج الحواري (Talk show): برنامج إذاعي أو تلفزيوني يستضيف متخصصين وأفرادا من المجتمع لمناقشة قضايا أو نشاطات أو جوانب من حياتهم، وعادة ما يبث في وقت متأخر من الليل، ويتطرق لجوانب الترفيه أو قضايا السياسة، أو القضايا الإجتماعية المثيرة للجدل، أو مواضيع أخرى حساسة، وبعض هذه البرامج تسمح للمشاهدين والمستمعين بالمشاركة عن طريق الهاتف من خلال طرح أسئلتهم أو تقديم آرائهم حول القضايا المطروحة³.

ويعرفه يوسف مرزوق على أنه: عرض أفكار بعض الناس وآرائهم في مسألة بعينها أو إعطاء معلومات معينة للناس في موضوع ما أو تقديم شخصية للمتلقى مثيرة لاهتمامه بشكل أو بآخر⁴.

¹ علي عبد المعطي محمود الحلاحلة: القيم الاجتماعية في البرامج الحوارية في التلفزيون الأردني من وجهة نظر طلبة الجامعات الأردنية، برنامج يسعد صباحك أنموذجا، رسالة مقدمة للحصول على درجة الماجستير في الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، 2011-2012، ص 49.

² نفس المرجع السابق، ص 49.

³ مي العبد الله وعبد الكريم شين: المعجم في المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال، المشروع العربي لتوحيد المصطلحات، دار النهضة العربية، بيروت، لبنان، ط1، 2014، ص 77.

⁴ التسويق في البرامج التلفزيونية الحوارية، دراسة تحليلية لبرنامج أوبرا شو، مجلة الأستاذ العدد 201، 2013، ص 774.

ثالثا: أشكال البرامج الحوارية

1/ المقابلات: تستخدم فقرة المقابلات واللقاءات في العديد من البرامج وخاصة البرامج الإخبارية والبرامج الثقافية والوثائقية والبرامج الخاصة بأحداث الساعة.

2/ أنواع المقابلات:

هناك ثلاث أنواع رئيسية من المقابلات هي مقابلات لطرح آراء، ومقابلات لإعطاء معلومات والمقابلات الشخصية، وقد تجتمع عناصر هذه الأنواع الثلاثة في نوع واحد منها.

أ/ المقابلات لطرح الآراء:

إن أية مقابلة تركز على طرح معتقدات وأفكار شخص واحد يمكن إعتبرها من نوع المقابلات لطرح الآراء ونظرا لكون العديد من هذه المقابلات مع شخصيات بارزة ومرموقة كأن يكونوا خبراء في مجال عملهم فإنها غالبا ما تكون أيضا من من نوع المقابلات لإعطاء معلومات أو حتى نوع المقابلات الشخصية كذلك، ويجب على مدير الحوار حتى بالنسبة للمقابلات التي تكون إرتجالية بالكامل أن يعد مقدمة وسؤال وفي بداية اللقاء، وأسئلة معدة لأجوبة متوقعة أو محتملة من الضيف لمتابعة الحوار، ويمكن أن يعطي ضيوف البرنامج تعليمات وتوجيهات أساسية قبل تسجيل البرنامج أو بثه على الهواء مباشرة.

ب/ المقابلات لإعطاء المعلومات:

هذا النوع من المقابلات يجري لتقديم خدمات عامة وقد يكون ضيف البرنامج شخصية غير معروفة نسبيا وقد يكون شخصية مرموقة في مجال عمله، لأن الهدف الأساسي هو إعطاء وتوصيل المعلومات، ويتم في بعض الأحيان إعداد نص كامل لمنتج البرنامج ويستطيع ضيف البرنامج أن يقدم مادة حقيقية ملموسة أو إعطاء معلومات لتحقيق هدف أو غرض معين، أو أن يمزج بين هذه المعلومات وآرائه الشخصية، وإذا تم إعداد نص للبرنامج فيجب أخذ الخصائص الشخصية للضيف

بنظر الإعتبار، فإن لم يكن الضيف مؤديا جيدا قارئاً جيداً فمن الأفضل إعداد مخطط عام تفصيلي للبرنامج وإجراء تمرينات عليه ليبدو وكأنه يقدم بشكل إرتجالي أو عفوي.¹

ثالثاً: مميزات البرامج الحوارية

تتميز البرامج الحوارية بعدة مميزات أبرزها:

1. البرنامج الحواري يكون مجدولاً زمنياً ضمن فقرات البث للقنوات التلفزيونية.
2. البرنامج الحواري ذا مقدم برنامج وفريق فني ثابت.
3. للبرنامج الحواري وقت زمني معقول ومناسب للضيف لطرح الرأي.
4. نسبة مشاهدي البرامج الحوارية عادة من فئة أصحاب الرأي والثقافة.
5. نسبة التغيير على Set Up والديكورات من حلقة لأخرى قليلة جداً.²

رابعاً: أهداف البرامج الحوارية

1. إيصال الحقائق والمعلومات للجماهير بطريقة سلسلة وسهلة قريبة إلى نفوسهم، وتعرض الجوانب المتعددة جميعها للموضوع بطريقة قريبة من همومهم وآمالهم.
2. تحث البرامج الحوارية الآخرين على المزيد من التفكير في الموضوع الذي عالجه فهي إن اكتفت بالتنبيه إلى أهميته ومناقشة جوانبه المتعددة وما يحيط به من وجهات نظر مختلفة ولكنها لم تنته إلى حقائق معينة بل تركت الباب مفتوحاً أمام المتلقين.³
3. زيادة المعرفة حول موضوع الحوار وتقديم وجهات نظر جديدة.
4. مساحة لتبادل الأفكار والآراء.
5. البحث عن حل لمشكلة ما.
6. تسليط الضوء على قضية ما.¹

¹ ترجمة مؤيد حسن فوزي- مراجعة أحمد نوري: الكتابة للتلفزيون والإذاعة ووسائل الإعلام الحديثة، ط1، دار الكتاب الجامعي بيروت، لبنان، 2014، ص ص 265-266.

² راما رواش وعماد النشاش: التعامل مع اللقاءات التلفزيونية، برنامج تعزيز مهارات البرلمانيات في التعامل مع وسائل الإعلام، دس ص ص 5-6.

³ راضي رشيد حسن واينار طارق خليل: البرامج الحوارية ودورها في تشكيل اتجاهات الرأي العام من وجهة نظر طلبة الإعلام برنامج ولكم القرار انموذجاً، مجلة كلية التربية الأساسية، العدد 73، 2012، ص 511.

خامسا: عوامل نجاح البرامج الحوارية

- ✓ موضوع الحوار والمناقشة
- ✓ مقدم البرنامج
- ✓ ضيوف البرنامج المشاركين في الحوار
- ✓ طريقة إلقاء الأسئلة وتناول الموضوعات
- ✓ تمكن كل من المعد والمقدم من فن الحوار والمناقشة
- ✓ استخدام وسائل الإيضاح من لقطات مصورة تغطي خلفية لموضوع الحوار والنقاش وتثريه وتوسع إطاره وآفاقه، وتزيد من واقعيته كاستخدام المواد المصورة على الأشرطة، وإظهار ردود أفعال المتحاورين المناقشين أثناء مهاجمة الآخرين لهم من خلال تنوع اللقطات².

سادسا: تأثير البرامج الحوارية

- تثير إهتمام الجمهور بمختلف القضايا الإجتماعية والسياسية الهامة، فقد اهتمت بموضوعات كثيرة مثل المساواة وحقوق المرأة.
- تعتبر البرامج الحوارية بمثابة مرآة تعكس مشكلات وقضايا المجتمع، وأحيانا تساعد على حل هذه المشكلات، فمنتجوا ومذيعوا هذه البرامج لهم القدرة على طرح مختلف القضايا التي تمس المجتمع، كما أن الجمهور لديه القدرة على إختيار ما يريد أن يشاهده .

سابعا: صفات مقدم البرامج الحوارية

يساهم المذيع ومقدم البرامج في تقديم وإعداد البرامج الإذاعية والتلفزيونية وتحرير وتقديم الأخبار اليومية، ويؤدي دورا كبير في إضفاء الحيوية والمتعة أثناء تقديم البرامج ونشرات الأخبار المختلفة مثل البرامج الإقتصادية، الرياضية، السياسية، الثقافية، الدينية، الإجتماعية، المنوعات والبرامج الخاصة سواء كانت داخل الأستوديو أو أثناء اللقاءات الميدانية أو في أحداث النقل الخارجي للمؤتمرات والمهرجانات والمباريات الرياضية المختلفة.

¹ عبد الكريم فهد الساري: مرجع سبق ذكره، ص 209.

² سعيد حامد: الإنتاج الإذاعي والتلفزيوني بين النظرية والتطبيق، ط1، الأفاق المشرقة للنشر والتوزيع، عمان (الأردن)، 2011 ص51.

- أن يتعاون مع المخرج في حالات برامج يحاور فيها ضيوف بأن يأخذ القسط الكافي لشخصيته في الحوار أمام الكاميرا، بحيث لا يستأثر الضيف أو الضيوف بالكاميرا مع التركيز والأخذ في الإعتبار عدم كثرة مقاطعة الضيوف أو الذين يتحدث معهم عبر الهاتف أو عبر المراسلين في أستوديوهات دول ينقل منها الصوت والصورة لضيوف عن بعد على البرنامج.
- يجب أن لا يكون انفعاليا وعصبيا وأن يبتعد عن أداء مثل هذه الأدوار، هناك برامج قد يضطر المذيع أو المذيعه فيها إلى التدخل كثيرا مع ضيوف الحلقة بإبداء الرأي أو إثارة مشاعر أو تهدئة المحاورين¹، مثل برنامج الإتجاه المعاكس الذي تبثه قناة الجزيرة أسبوعيا.
- خطاب حوار الرأي والرأي الآخر ودور مقدم البرنامج فيه يثير عنوان الخطاب تناول عرض وطرح أفكار الجمهور وآرائهم في نقاش مشكلة من مشاكل الحياة والتي تهم جميع هموم الناس ودور موهبة وكفاءة وثقافة مقدم البرنامج فيها.
- خلق جو من المودة والألفة بينه وبين ضيفه لإضفاء الحيوية والديمومة لنكهة البرنامج وصدق ما يطرح فيه.
- استنباط ما يفكر بطرحه ضيف البرنامج قبل التسجيل لمعرفة ما سوف يطرح عليه من أسئلة أثناء البرنامج لتهيئة الإعداد ذهنيا قبل أن يفاجئ الضيف بطرح الأسئلة التي تختلف عما يود طرحه.
- محاولة السيطرة على أجوبة الضيف من خلال التسلسل الزمني لطرح الأجوبة قبل إفراغ جعبته من الأجوبة التي تتناول الموضوع المطروح.
- أن يكون ملما بجوانب المواضيع التي قد يطرحها الضيف ليكون مبادرا عند تلوّ الضيف عند الإجابة ودعوته إلى صلب الموضوع المطروح.
- أن تحسب حسابات أوقات الإجابة وترتيبها بطريقة دراماتيكية لها بداية ووسط ونهاية، على أن يبدأ بالسؤال المثير ليتلقى الجواب المثير لانتباه الجمهور، على أن يكون طرح السؤال الأخير حاسما ومثيرا لابتعاد سير الحوار من الأسلوب الممل والرتابة التي قد تترك أثرا سيئا في نفوس الجماهير.

¹ فارس عطوان: مرجع سبق ذكره، ص 161-162

- الإبتعاد عن طرح الأسئلة التي تحتمل الإجابة عليها بكلمة (نعم) أو (لا) لإفساح المجال للضيف أن يعبر عن رأيه بالإجابة الشافية¹.
- على الصحفي أن يتمتع باللباقة والذكاء، فالحوار يعتمد على براعة الصحفي وحيله في محاوره الضيوف وتحفيزهم على الكلام والإدلاء بجميع أفكارهم ومشاعرهم لإيصال الرسالة للجمهور، وهنا على الصحفي أن يتمتع أيضا بموهبة الإيصال والتواصل مع ضيوفه ومع المشاهدين عبر الشاشة وهي ما تسمى بموهبة الألفة².
- يتصف بالصراحة والشفافية واللغة المباشرة التي تشعر المشاهدين وكأنه صديق يتحدث إليهم بكل ألفة ومحبة³.
- إتقان مهارات الإرتجال فن الحوار بلا نص مكتوب ومعد مسبقا⁴.
- **رد الفعل السريع:** إن المذيع الجيد يحتاج لأن يفكر ويعمل تماما كالطيار أو سائق سيارة السباق. إن رجال الحركة يعملون بسرعة لتجنب الخطر بينما يفكر المذيع بسرعة لينقذ سمعة المحطة التي يعمل بها كما ينقذ سمعته هو نفسه.
- **التواضع المبني على الثقة بالنفس:** إن عمل المذيع يعرضه لمؤثرات تسعى دائما للتضخيم من ذاته كخطابات المعجبين والإطراءات من الناس في الطريق وإعجاب الجمهور عندما يفتتح مهرجانا ما...إلخ، مثل هذه الحالات أنت فيها بحاجة إلى نظرة سليمة متوازنة لمواجهة هذه الضغوط وتقييم حجمها بالنسبة إلى قيمتها الحقيقية⁵.
- **القيم المهنية:** نقصد بها جميع المعايير التي يتفق عليها المجتمع الصحفي ومنها أخلاقيات العمل، ويكتسب الصحفي هذه الأخلاقيات من خلال تعليمه في المؤسسات الأكاديمية أو من خلال ممارسته للعمل الإعلامي⁶.

1 طالب فرحان: صناعة الإعلام الإذاعي والتلفزيوني (المقومات الفنية والمهنية لرجل الإعلام الإسلامي)، ط1، دار الفجر بغداد العراق، دار النفائس عمان، الأردن، 2011، ص ص 108-109.

2 بلقاسم مام: الإعلام الاقتصادي في التلفزيون الجزائري، دراسة جمهور حصة المؤشر الاقتصادية، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2002-2003، ص 60.

3 عبد النبي خزعل: فن تحرير الأخبار والبرامج في الفضائيات التلفزيونية والقنوات الإذاعية، ط1، دار النهضة العربية وبيت الحكمة 2010، ص 66.

4 رجاء عبد الرزاق الغمراوي: مرجع سابق، ص 28.

5 عبد النبي خزعل: مرجع سبق ذكره: ص ص 183-184.

6 منصف العباري وآخرون: المعالجة الخيرية التلفزيونية العربية بين المتطلبات المهنية والتوجهات السياسية، إتحاد إذاعات الدول العربية، سلسلة بحوث ودراسات إذاعية (58)، تونس، 2006، ص 13.

ثامنا: واقع البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية

بعض الشخصيات المستضافة تمتلك ثقافة عالية ومعلومات حول الموضوع المطروح للحوار لكن يوضع في خانة ضيقة بحيث أن العديد منهم يشاركون في البرامج الحوارية ليقوموا بطرح ما ينسجم وطروحات الجهات الداعمة للقنوات الفضائية، وبمرور وقت البرنامج يتحولون إلى ما يشبه الديكور أو شهود زور لمنح المصدقية لطروحات وتوجهات تتعارض مع قناعاتهم ومواقفهم الحقيقية جراء عدم إتاحة المجال أمامهم للمساهمة في الحوار على نحو متقطع، ولتتحول مشاركتهم إلى مأزق حقيقي إذا لم يتعرضوا إلى ما هو أكبر¹، فالوقت المتاح للإجابة على الأسئلة أقصر من وقت السؤال المطروح، ما يترك الضيف ويفقد الحوار مصداقيته وتأثيره.

إختيار الضيوف والموضوعات في بعض الأحيان لا يخضع للمعايير المتفق عليها في البرنامج فهناك شخصيات يتم استضافتها لا تمت بصلة بموضوع الحوار وقد تكون غير معروفة للمشاهد وبالتالي يشك في مصداقيتها وفي أحيان كثيرة يقوم القائمون على البرنامج الحوارية باستضافة نفس الشخصيات وفي مواضيع متعددة وكأن العالم العربي لا يوجد فيه خبراء ومتخصصين، وهذا من شأنه إفقاد البرنامج لمصداقيته وبالتالي نجاحه واستمراريته.

في بعض البرامج الحوارية اليوم وخاصة برامج الرأي يفتح القائمون على البرامج المجال للجمهور للمداخلة وإعطاء رأيهم حول الموضوع أو القضية المطروحة للنقاش هذا جيد ولكن ما يعاب على المتدخلين أنهم في أحيان كثيرة يكونوا من فريق الإنتاج الموجود في الاستوديو لتأييد وجهة نظر سياسة القناة، أما إذا حصل واتصل مشارك من الخارج فأما أن يقول ما تريده القناة أو سيتم قطع إتصاله بحجة رداءة الإتصالات وهذا ما يجعل البرامج العربية محل شك لدى الجمهور المتلقي.

في الوقت الذي نحتاج فيه لمنافسة شريفة وفعالة بين الفضائيات العربية للنهوض بالإنتاج العربي نجد أن هنالك تقليدا أعمى للفضائيات العربية لبعضها البعض والدليل على ذلك أن هنالك كم هائل من البرامج حوارية لكن تختلف في الإسم فقط، وخاصة في البرامج الحوارية السياسية. محاكاة البرامج الحوارية في الفضائيات العربية لبرامج حوارية تقدم على شاشات فضائيات عالمية مثل NEWS. VOX . BBC.CNN وغيرها فعلى سبيل المثال برنامج الإتجاه المعاكس في قناة

¹ محسن جلوب الكناني: ص 146.

الجزيرة الفضائية يشبه إلى حد كبير برنامج cross fire الذي يقدمه المعلق الامريكي لاري كينغ لقناة cnn الفضائية الإخبارية الأمريكية وبرنامج أكثر من رأي في قناة الجزيرة الفضائية الذي يعد نسخة مقلدة من برنامج كلا الوجهين الذي يقدمه جيسي جاكسون لقناة cnn الفضائية الإخبارية الأمريكية¹.

¹ محسن جلوب الكناني: ص 146.

مقدمة

الفصل الثالث: البث الفضائي التلفزيوني العربي.

المبحث الأول: مدخل إلى البث الفضائي

أولاً: آلية البث الفضائي

ثانياً: نشأة وتطور الأقمار الصناعية

1/ تعريف القمر الصناعي

2/ خلفية تاريخية عن تطور الأقمار الصناعية

3/ أنواع الأقمار الصناعية

4/ أنماط استخدام الأقمار الصناعية

ثالثاً: البث الفضائي.

1/ تاريخ البث الفضائي المباشر عبر العالم

2/ خصائص البث التلفزيوني المباشر

3/ البث التلفزيوني عبر الأقمار الصناعية

4/ بدايات البث التلفزيوني في الدول العربية

رابعاً: مدخل إلى الفضائيات العربية

1/ تعريف القنوات الفضائية

2/ نشأة وتطور الفضائيات العربية

3/ واقع الفضائيات العربية

4/ التنافس العربي في مجال البث الفضائي المباشر

5/ تصنيفات وأنواع القنوات الفضائية العربية

6/ واقع اللغة العربية في وسائل الإعلام العربية

7/ مراحل تطور الإعلام العربي

8/ مميزات وسلبيات البث الفضائي العربي

9/ التحديات التي تواجه القنوات الفضائية العربية

المبحث الأول: مدخل إلى البث الفضائي:

يعتبر البث التلفزيوني عبر الأقمار الصناعية قفزة نوعية في مجال العلمي والتكنولوجي الذي أدى بدوره إلى تطوير مجال وسائل الاعلام، وظهور العديد من القنوات التلفزيونية كل في مجالها. وقبل الحديث عن الفضائيات العربية وبالأخص قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية وجب علينا أولاً شرح آليات البث التلفزيوني المباشر، والسؤال الذي يطرح نفسه هو كيف يتم البث التلفزيوني وما هي آلياته؟ وللإجابة على هذا التساؤل لجأنا إلى التعريف بالتلفزيون باختصار ثم تطرقنا إلى الأقمار الصناعية بشيء من التفصيل لتوضيح آلية البث المباشر.

أولاً: آليات البث التلفزيوني المباشر

1 / التلفزيون:

1-1/ تعريف التلفزيون:

أ/ لغة: إن التلفزيون (TELEVISION) كلمة مركبة من مقطعين (TELE) ومعناها "عن بعد" (VISION) ومعناها "الرؤية" وبهذا يكون معنى كلمة التلفزيون هو "الرؤية عن بعد".
ب/ اصطلاحاً: يمكن تعريف نظام التلفزيون من الناحية العلمية بأنه: "طريقة إرسال واستقبال الصورة والصوت بأمانة من مكان إلى آخر بواسطة الموجات الكهرومغناطيسية ثم بواسطة الأقمار الصناعية ومحطاتها الأرضية في حالة البث كبير المسافة"¹.

عملياً: هو طريقة إرسال واستقبال الصورة والصوت من مكان لآخر بواسطة الموجات الكهرومغناطيسية والأقمار الإصطناعية².

أي أن التلفزيون يقوم باستقبال الصورة والصوت ويتم تحويلها إلى إشارات كهرومغناطيسية يتم نقلها عبر الفضاء والمحطات الأرضية ليتم استقبالها مرة أخرى لمشاهدتها (الصورة) كما هي في الواقع.

¹- حسن إبراهيم مكي- بركات عبد العزيز محمود: مرجع سابق ، ص 399.

² محمد صاحب سلطان: وسائل الاعلام والاتصال، دراسة في النشأة والتطور، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، 2011، ص31.

وما يلاحظ كذلك من خلال التعريفين أن التلفزيون بلا معنى ولا تأثير دون وجود الأقمار الصناعية التي... المشاهد العربي بمحيطه وما يحدث من حوله، كما أتاحت له بفضل القنوات الفضائية المتنوعة إنتقاء ما يريد من برامج ومسلسلات... إلخ.

ويتكون التلفزيون من القنوات الفضائية والمحلية، وهي قنوات تبث عبر شبكة من الأقمار الصناعية التي تدور حول الأرض في مسارات محددة ومعروفة، تحدد عموماً بالزاوية والإتجاه على البوصلة لتحديد إتجاه التقاط كل مجموعة من القنوات الفضائية التي يتم بثها على القمر الصناعي. وفيما يلي تفصيل عن الأقمار الصناعية:

ثانياً: نشأة وتطور الأقمار الصناعية:

1/ تعريف القمر الصناعي:

يعرف القمر الصناعي بأنه: عبارة عن برج إستقبال وإرسال يوضع على خط الإستواء خارج الكرة الأرضية بحوالي 22300 ميل ويوضع على خط الإستواء لكونه أقرب نقطة تزامن دوران القمر مع دوران الأرض، بحيث يظل مغطياً البقعة الجغرافية التي حددها، أي يظل دورانه وكأنه ثابت¹ ويحصل على السرعة الكافية للدوران باستخدام الصاروخ الحامل للقمر، وتبلغ سرعته 08 كلم في الثانية تقريباً، وتقوم الآلات التي يحملها القمر بجمع المعلومات وإرسالها إلى الأرض² ويستطيع كل قمر أن يبيت من هذه النقطة إلى 40% من سطح الكرة الأرضية، واحتياطاً لخروج بعض الأقمار عن مداراتها أو وجود عوائق طبيعية تمنع البث، تم الإتفاق على أن وضع ثلاثة مواقع للأقمار الصناعية (في مواقع مختلفة من الكرة الأرضية) كفيل بتغطية كل سطح الكرة الأرضية³ بمعنى آخر "عبارة عن جهاز إرسال وإستقبال (device) يسير في مدار الفضاء الخارجي (External Space) خارج الجاذبية الأرضية، وقادر على إعادة نقل الإشارات من نقطة لنقطة أو نقاط أخرى على سطح الأرض"⁴، هذا يعني أن القمر الصناعي هو عبارة عن جهاز يتم إطلاقه خارج الكرة الأرضية في مدار الفضاء حول الأرض، ويغطي 40% من سطح الكرة الأرضية، وهناك أنواع من الأقمار الصناعية وكل واحد فيها صمم لتحقيق أغراض معينة.

¹ رحيمة عيساني: مدخل إلى الإعلام والاتصال، المفاهيم الأساسية والوظائف الجديدة في عصر العولمة الإعلامية، ط1، مطبوعات الكتاب والحكمة، الجزائر، ص162.

² هبة شاهين: التلفزيون الفضائي العربي، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، مصر، 2007، ص17.

³ رحيمة عيساني: مرجع سبق ذكره، ص162.

⁴ رحيمة عيساني: تكنولوجيا الإتصال والمعلومات والتوثيق، محاضرات مقدمة لطلبة السنة الثانية ل م د تخصص صحافة مكتوبة، 2009-2010، ص 30.

2/ خلفية تاريخية عن تطور الأقمار الصناعية

ترجع تجارب البث التلفزيوني في العالم إلى القرن العشرين، أما البث التلفزيوني المباشر فيعود إلى فكرة نشرها الكاتب البريطاني " كلارك آرثر" في مقال سنة 1945، حيث إقترح في مقاله إطلاق قمر صناعي يدور حول الأرض بارتفاع 360 ألف كم فوق خط الإستواء.¹ ويرجع تاريخ استخدام الأقمار الصناعية لأغراض الإتصالات إلى 10 يوليو 1962 حيث فتح الإتحاد السوفييتي الباب أمام إتصالات الفضاء منذ العام 1957م حين أطلق أول قمر صناعي بإسم (Sputnik) وكان ذلك إيذاناً ببداية عصر جديد من الإتصالات عن بعد تميز به النصف الثاني من القرن 20.

وفي 10 يوليو 1962 أطلقت الولايات المتحدة القمر الصناعي (Telstar) الذي أتاح الإرسال التلفزيوني لكل من بريطانيا وفرنسا والولايات المتحدة في نفس الوقت²، وفي عام 1963 وضعت في العمل أقمار صناعية ذات امتدادات ثابتة على علو 63000 كلم وعلى مستوى خط الإستواء وتدور حول الأرض بسرعة دوران الأرض حول نفسها، وقد ساعدت تلك المحطات على حل صعوبات فنية تكمن في تتبع محطات الإرسال وهو إثبات الأستقبال للأقمار الصناعية ذات المدار المتحرك، وبعد ذلك أطلقت المنظمة الدولية للإتصالات الفضائية (Intelsat) سلسلة من الأقمار الصناعية بداية من القمر الصناعي (Early Bird) في أبريل 1965 وما تبعه من أجيال متتالية لنقل الإرسال الهاتفي والإذاعي والتلفزيوني والبيانات بإستخدام تكنولوجيا الحاسبات الإلكترونية³.

3/ أنواع الأقمار الصناعية:

هناك نوعان من الأقمار الصناعية للإتصالات وهي:

أ/ أقمار صناعية سالبة (Negative Satellites) وهي عبارة عن بالون كبير ذي سطح معدني يقوم بعكس الإشارات المرسله وإعادتها إلى الأرض مرة أخرى، ومن أشهرها القمر الصناعي سكور (score) الذي أطلقته الولايات المتحدة في 19 ديسمبر 1958، والقمر الصناعي كوريير (courier) الذي أطلق عام 1960 والقمر الصناعي إيكو (Echo-1) واستمر حتى عام 1980

¹ جلال عبد الفتاح: البث الإذاعي والتلفزيوني المباشر، ج2، الهيئة العامة للكتاب، القاهرة، 1994، ص 09.

² حسن عماد مكاوي: تكنولوجيا الإتصال الحديثة في عصر المعلومات، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1998، ص 116.

³ نفس المرجع السابق، ص 116.

والقمر الصناعي إيكو (Echo-2) الذي أطلق عام 1964 والذي تمكن من ربط أمريكا بالاتحاد السوفياتي (سابقا) عبر إنكلترا.

ب/ أقمار صناعية موجبة: (Active Satellites) وتحتوي على أجهزة استقبال وإرسال وتسجيل وكل ما يحتاجه العمل الإذاعي، لذلك فهي بحاجة إلى طاقة تشغيل تستمدتها من مجموعة البطاريات الشمسية الموجودة على سطحها ومنها قمر تليستار 1 وقمر تليستار 2 (Téléstar1-2) وأقمار ريلي (Relay)¹.

4/ أنماط استخدام الأقمار الصناعية

هناك ثلاثة أنماط لإستخدام أقمار الإتصالات نوردتها فيما يلي:

النمط الأول: يقوم على نظام الإتصال من نقطة إلى نقطة، وبث الإشارات التلفزيونية عن طريق المحطات الأرضية إلى القمر الصناعي الذي يقوم بدوره بالتقاط هذه الإشارات وإعادة بثها إلى محطة أرضية أخرى تقوم بتوزيعها عن طريق شبكة الإتصالات المحلية.

النمط الثاني: يعتمد على محطات صغيرة متنقلة تقوم بتغطية الأحداث أينما تقع وتبثها للقمر الصناعي الذي يعيد الإشارة إلى المحطات الأرضية الأخرى².

النمط الثالث: أقمار البث التلفزيوني المباشر وهو النوع الجديد الذي يقوم بإرسال الإشارات التلفزيونية من دون الحاجة إلى محطات أرضية، أي هو الإرسال الذي يرد بشكل آني مباشر من محطة الإرسال إلى الأجهزة التلفزيونية الفردية للمتلقيين.

ومما يميز هذا النمط من أقمار البث المباشر (Satellite De Télédiffusion Directe)

هو أنه ثقيل الوزن وباهظ التكاليف وقوي البث 230 واط، حيث تعد هذه القوة أكبر بعشرة أضعاف قوة أقمار الإتصالات، أي النوع الأول والثاني السالف ذكرهما، وهذا ما يسمح باستقبال البث التلفزيوني دون المرور عبر المحطات الأرضية ودون الخضوع لأي مراقبة، وينبغي الإشارة إلى أنه لا يمكن إنتقاط البث التلفزيوني المباشر بواسطة هوائيات التلقي العادية (Antenne Classique)

¹ رحيمة عيساني: مدخل إلى الإعلام والاتصال: المفاهيم الأساسية والوظائف الجديدة في عصر العولمة الإعلامية، ط1، مطبوعات الكتاب والحكمة، الجزائر، 2007، ص 163.

² مرجع سابق: ص 163-164.

وإنما يتم حاليا بواسطة هوائيات منحنية (أطباق) يتراوح قطرها ما بين 75 و190سم تسمى الهوائيات المقعرة (Parabole)¹.

كما لا يخفى علينا أن هناك إستخدامات أخرى للأقمار الصناعية منها:

1. محطات إرسال واستقبال البث التلفزيوني.
 2. وسيلة للإتصال التلفزيوني المباشر وغير المباشر.
 3. عملية الإرسال الإذاعي والتلفزيوني والتلغراف والإتصالات اللاسلكية². بالإضافة الى أقمار الملاحة الجوية والأقمار العسكرية، الأقمار الخاصة بالطقس وغيرها الكثير...
- ورد مصطلح البث الفضائي كثيرا في أنماط إستخدام الأقمار الصناعية، وهذا ما يجعلنا نتساءل عن ماهية البث الفضائي؟ وفيما يلي إجابة على ذلك

ثالثا: البث الفضائي

هو عبارة عن إتصال يتم بصفة آلية من محطة الإرسال التلفزيوني المباشر إلى الجهاز التلفزيوني البيتي دون أي وسيط سوى أقراص الإلتقاط المقعرة، ويتمثل هذا الإرسال بالإتصال الإذاعي الذي يتقيد بحدود المكان والزمان³. فلتحقيق إتصال البث الفضائي يلزمنا جهاز تلفاز وهوائيات مقعرة وجهاز إستقبال لإستقبال الإشارات من القمر الصناعي.

ويعرف أيضا بأنه: "هو الإتصال الذي يمكن من إلتقاط القنوات الفضائية الفردية دون أي وسيط، سوى ذلك الجهاز المسمى الهوائي المقعر، أو الطبق أو صحن الإلتقاط، ويتمثل هذا الإرسال الراديوفوني الذي يتقيد بحدودي الزمان والمكان⁴.

جاء في وثيقة تنظيم البث والإستقبال الفضائي في المنطقة العربية الصادر عن الإجتماع الإستثنائي لوزراء الإعلام العرب بالجامعة العربية في 2008/02/12 تعريف شامل للبث الفضائي بحيث عرفه بأنه: "كل أداء أو إرسال أو إتاحة مشفرة أو غير مشفرة لأصوات أو لصور أو لصور وأصوات معا أو أي تمثيل آخر لها أو الإشارات أو الكتابات من أي نوع كانت لا تتصف بطابع المراسلات الخاصة وذلك عبر الأقمار الصناعية ما يسمح بأن يستقبلها أو يتفاعل

¹ نصير بوعلي: أثر البث التلفزيوني الفضائي المباشر على الشباب الجزائري-دراسة تحليلية و ميدانية- أطروحة لنيل شهادة دكتوراه الدولة في علوم الإعلام والإتصال، الجزائر، 2002-2003، ص 55.

² محمد عبد الحميد: الإتصال والإعلام على شبكة الأنترنت، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 2007، ص 187.

³ رحيمة عيساني: مدخل إلى الإعلام والإتصال، مرجع سبق ذكره، ص ص 160-161.

⁴ بوعلي نصير: التلفزيون واثره على الشباب الجزائري، دار الهدى، 2002، ص 39.

معها الجمهور أو فئات أو أفراد معينة منه بما في ذلك الحالة التي يمكن فيها لأفراد من الجمهور أن يختار الواحد منهم بنفسه وقت الإرسال ومكان إستقباله¹.

وعرف منير حجاب الإرسال التلفزيوني الفضائي بأنه: يتم من محطة الإرسال الأرضية الموجودة في محطة البث الفضائي بالبلد، وذلك عن طريق إستخدام هوائي طبقي ذو قطر كبير ومنه إلى محطة الإستقبال الموجودة في القمر الصناعي ثم يعاد بث الإشارة من القمر الصناعي إلى محطات الإستقبال الموجودة في أماكن مختلفة في حيز (foot print) الخاص بالقمر الصناعي والتردد المستخدم في حيز نطاق الميرووفيف، كما أن هناك ترددات أخرى تقاس (بالميجا هرتز) وهي أعلى من التردد المستخدم في البث الأرضي²، بمعنى أن البث الفضائي يعتمد على قمر البث والهوائي الطبقي وأهم شيء هو جهاز الإستقبال لإستقبال ما يبث من برامج.

1/ تاريخ البث الفضائي المباشر عبر العالم

تم طرح موضوع أقمار البث المباشر لأول مرة في عام 1971 على المؤتمر الإذاعي الإداري العالمي، أما التجارب التي تمت في هذا المجال فكانت من طرف الإتحاد السوفياتي (سابقاً)، من خلال شروعها في البث المباشر عبر مناطق (سيبيريا)، حيث تم إطلاق سلسلة الأقمار الصناعية "أكران"، وكان أولها عام 1976 والذي بث قناة واحدة عاملة، وتوقف هذا البرنامج عام 1988 بعدما بلغ عدد أقمارها 19 قمراً صناعياً، وقد أعيد إطلاق أول الأقمار الروسية الجديدة للبث التلفزيوني المباشر فوق (سيبيريا) عام 1992 بإسم (غلاس تليكون). أما المبادرة الأمريكية فكانت بإطلاق أول قمر تجريبي للإذاعة المباشرة وذلك في إطار سلسلة "ATS-6" للتطبيقات التكنولوجية من الأقمار الصناعية الذي وضع من طرف النازا "NASA" لتقديم خدمات تلفزيونية مباشرة، ثم أعقب بقمر آخر في ذات السلسلة خصص للمشاركة التعليمية بين (الأسكا) ومنطقة (الكاربيي).

وكانت النواة الأخيرة من عقد الثمانينات وبداية التسعينات المخرج الحاسم في إنفجار البث الفضائي عن طريق الأقمار حينما تم الإعلان عن إتفاقية من قبل أربع مؤسسات إتصالية في

¹ نايف بن خربوش هندي الذويبي : القيم في البرامج الموجهة للأطفال بالفضائيات العربية- دراسة تحليلية لمضمون عينة من البرامج جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، 2012، ص 29.

² محمد منير حجاب: وسائل الاعلام نشاتها وتطورها، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، 2008، ص 212.

الولايات المتحدة الأمريكية تم بموجبها إطلاق قمر للبيث المباشر بطاقة عالية جدا له إمكانية توفير 150 قناة¹.

أما في أوروبا فأول قمر للبيث المباشر كان في أوروبا الغربية الذي أطلق عام 1984 بإشتراك ألمانيا وفرنسا في تعاون مثمر، كما أطلق الفرنسيون في نفس العام قمر البيث المباشر وقد كان على المشاهدين تركيب هوائي مخروطي على هيئة طبق قطره ثلاثة أمتار لإسقاط البيث التلفزيوني المباشر².

فيما بدأ الوطن العربي التفكير في مشروع القمر الصناعي العربي خلال إجتماع مجلس وزراء الإعلام العرب الذي انعقد في مدينة بنزرت التونسية عام 1967، وفي عام 1976 أنشأت المؤسسة العربية للاتصالات الفضائية (عرب سات) بهدف سد إحتياجات المنطقة العربية في قطاعات الإتصالات والإعلام والثقافة والتعليم، وأسندت للمؤسسة مهمة إنشاء وإدارة نظام الأقمار الصناعية وتقديم الخدمات العامة والخاصة المرتبطة بها لتلبية إحتياجات الدول العربية³، مع العلم أن دول المغرب العربي في بادئ الأمر بدأت بإستقبال قنوات أجنبية وبالأخص القنوات الناطقة باللغة الفرنسية، ورغم إتفاق وزراء الإعلام العرب على إنشاء قمر صناعي في 1967م إلا أن إنشائه تم في 1976 ما أدى إلى تأخر ظهور القنوات الفضائية العربية .

للعلم فإن عربسات هي سلسلة من الأقمار الإصطناعية للاتصالات والبيث الفضائي تمتلكها 21 دولة هي الدول الأعضاء في جامعة الدول العربية وتصنف الأولى في الشرق الأوسط والعاشرة عالميا بوصفها منظمة لخدمات الأقمار الإصطناعية يستفيد من خدماتها أكثر من مئة بلد في الشرق الأوسط وإفريقيا وأوروبا في مجال خدمات البيث الفضائي التلفزيوني والإذاعي والاتصالات السلكية واللاسلكية وخدمات النطاق العريض Band Broad والوصول للإنترنت للمؤسسات الحكومية والشركات⁴.

¹ خالد منصر: علاقة استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة بإغتراب الشباب الجامعي، دراسة ميدانية على عينة من طلاب

جامعة باتنة، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، 2011-2012، ص ص68-69.

² عبد الرزاق محمد الديلمي: عولمة التلفزيون، ط1، دار جريز للنشر والتوزيع، عمان 2006، ص 93.

³ خالد منصر: مرجع سبق ذكره: ص65.

⁴ أحمد اسماعيل حسين: أقمار الاتصالات والأخبار التلفزيونية، جامعة غرب كردفان، كلية الإعلام، السودان، ص69.

وتمكنت عربسات من إطلاق 5 أجيال من الأقمار الإصطناعية حتى يونيو 2010 هي: الجيل الأول الذي أطلق في عام 1985 ويتكون من خمسة أقمار هي عرب سات A1 وعرب سات B1 وعرب سات C1 وعرب سات D1 وعرب سات DR والجيل الثاني أطلق في عام 1996م، وأقماره هي عرب سات A2 وعرب سات B2 وبدر 1 (Badr1) وبدر 2 (Badr2) والجيل الثالث الذي أطلق في عام 1999م باسم بدر 3 Badr3، أما الجيل الرابع فقد أطلق في العام 2006م باسم بدر 4 Badr4 وآخر الأجيال هو الجيل الخامس الذي أطلق حديثاً في منتصف العام 2010م وأقماره هي بدر 5¹ (Badr 5A¹).

ويرجع تاريخ الفضائيات العربية إلى أواخر عام 1990 الذي شهد إنطلاق أول قناة فضائية عربية وهي القناة المصرية الأولى التي بدأت بثها في 22 ديسمبر من العام 1990 والتي كانت البداية لانطلاق قنوات فضائية عربية عديدة ومتنوعة، سواء كانت قنوات حكومية أو قنوات خاصة بل أن الملفت للنظر هو تزايد عدد قنوات العربية بوضوح في السنوات الأخيرة فبعد أن كان يقدر عددها بعشرين قناة في منتصف السبعينات تجاوز عددها الآن 500 قناة الأمر الذي أدى إلى زيادة حدة المنافسة بين الفضائيات العربية أو بين الفضائيات العربية والأجنبية². يبدو أن هناك مبالغة حين نقول أن هناك منافسة بين الفضائيات العربية، فالملاحظ أن القنوات لا توجد بينها منافسة بل عبارة عن تقليد لا يضيف جديداً، أما منافسة الفضائيات الأجنبية فهذا ضرب من الخيال فلا توجد مقارنة بين الفضائيات العربية والفضائيات الأجنبية لا من حيث الإنتاج البرامجي ولا من حيث الابتكار والتجديد فمعظم البرامج الأجنبية تمت محاكاتها في الفضائيات العربية أو شراءها وترجمتها مثل برامج الغناء، وبرامج المواهب، البرامج الحوارية، برامج الواقع، وحتى البرامج الوثائقية، ولكن لا يمكن إنكار أنها المتنفس الوحيد للمشاهد العربي حتى وإن كانت مقلدة فهي تخاطب الجماهير العربية بلغتهم وتنمي مواهبهم وتحقق أحلامهم وطموحاتهم، وتوصلهم للعالمية خاصة برامج المواهب وبرامج الغناء المقدمة في باقة قنوات MBC مركز تلفزيون الشرق الأوسط.

¹ أحمد إسماعيل حسين: نفس المرجع ص70.

² إبراهيم ناصف ناصر عبد الله: عادات وأنماط مشاهدة طلبة الجامعات الأردنية للقنوات الفضائية الإسلامية- قناة الرسالة انموذجا- رسالة لاستكمال متطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، 2009، 2010، ص 15.

2/ خصائص البث التلفزيوني المباشر:

- للبث التلفزيوني المباشر عدة سمات وخصائص يمكن إجمالها فيما يلي:
- سقوط الإحتكارات الوطنية للبث التلفزيوني داخل القطر الواحد.
- تعدد وتنوع قنوات البث التلفزيوني المباشر.
- تخصص القنوات بحكم المحتويات أو بحسب الجماهير المستهدفة.
- أدت زيادة ساعات العرض إلى ارتفاع كلفة البرامج إنتاجا وحقوق البث.
- سيطرة الشركات متعددة الجنسيات على الميدان السمعي البصري من الإنتاج إلى التوزيع مروراً بالتجهيزات الإلكترونية وإمتلاك قنوات البث.
- تقليص دور إشعاع القنوات العمومية الحكومية فقلت نسبة مشاهدة برامجها، وانخفضت مدخولاتها من الإعلانات التجارية وضعفت قدراتها على الخوض في شراء البرامج المتميزة¹ وقد شكلت سبع محطات فضائية عربية البدايات الأولى الحقيقية في نشأة وتأسيس الفضائيات العربية على الرغم من التفاوت الزمني في إنطلاق كل منها إلا أن القاسم المشترك بينها من هذا الجانب هو إنطلاقها في العقد الأخير من القرن الماضي، أي خلال الفترة بين 1990-1997 وهذه الفضائيات هي:

1. القناة الفضائية المصرية (ESC) في 12 ديسمبر 1990.

2. مركز تلفزيون الشرق الأوسط (MBC) في 18 سبتمبر 1991.

3. راديو وتلفزيون العرب (ART) في أكتوبر 1993.

4. شبكة أوربت (Orbit) في 25 مايو 1994.

5. تلفزيون المستقبل (Future TV) في 29 أكتوبر 1994.

6. المؤسسة اللبنانية للإرسال (LBC) في 08 أبريل 1996.

7. قناة الجزيرة الفضائية (JSC) في 01 نوفمبر 1996.

وهي جميعها قنوات خاصة ما عدا القناة الفضائية المصرية، والتي مثلت البداية الفعلية في نشأة وانطلاقة الفضائيات العربية من خلال البث الفضائي المباشر عبر الأقمار الصناعية نحو المشاهد العربي¹.

¹ نورة نابلي: البرامج الترفيهية في قناة الجزائرية ووظائفها اتجاه المراهقين الجزائريين، دراسة تحليلية ميدانية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، الجزائر، 2013-2014، ص 57.

3/ البث التلفزيوني عبر الأقمار الصناعية

تستخدم الأقمار الصناعية في نقل البرامج التلفزيونية بطريقتين:

تعتمد الطريقة الأولى على نقل البرامج من موقع لموقع حيث يتم الإرسال من مكان الإستقبال إلى مكان آخر مثل التقارير الإخبارية التي يتم إرسالها في إحدى الدول الأوروبية عن طريق وصلة صاعدة إلى القمر الصناعي ثم يرتد الإتصال من القمر الصناعي إلى أي مدينة عربية حيث يمكن إذاعته مباشرة على الهواء أو تسجيله على أشرطة فيديو وإذاعته في وقت لاحق²، ونجد هذه الطريقة خاصة في التقارير الإخبارية كما ورد في التعريف، وكذلك في البرامج الحوارية خاصة في قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية حيث يتم الإتصال بضيوف البرنامج عبر الأقمار الصناعية ومن أماكن تواجدهم ويتم محاولتهم بطريقة مباشرة والتفاعل فيما بينهم (الضيوف والمقدم) وكأنهم في الاستوديو وجها لوجه.

والطريقة الثانية لإستخدام الأقمار الصناعية تعتمد على نقل البرامج إلى القمر الصناعي عبر المحطة الأرضية في مكان ما ثم تردد الإشارة من القمر الصناعي إلى منطقة جغرافية شاسعة بحيث يتم إستقبالها من خلال العديد من أجهزة الإستقبال التلفزيوني، ويمكن أن يتم هذا الإستقبال من خلال محطات تلفزيونية تقدم نفس البرامج في مواقع أو مدن مختلفة أو شبكات التلفزيون الكابلي التي تعيد توزيع الإشارات التلفزيونية على المستقبلين في مناطق صغيرة نسبيا أو إلى التلفزيونات التي لديها هوائيات إستقبال البث المباشر³، وفي هذه الطريقة يتم إستخدام أجهزة الإستقبال التلفزيوني لإستقبال برامج خارج المنطقة الجغرافية التي يوجد بها المستخدم أو المشاهد فباستطاعة الفرد اليوم مشاهدة برامج تبث مباشرة في فضائيات الولايات المتحدة الأمريكية بالتزامن مع وقت عرضها في فضائيات عربية وهو في بيته بواسطة هوائيات إستقبال البث المباشر.

¹ الأسد صالح علي الأسد: **إنفجار الفضائيات العربية: الأبعاد والأهداف والتأثيرات الثقافية**، دار غيداء للنشر والتوزيع، 2000، ص 58.

² منذر صالح جاسم الزبيدي: **دور وسائل الاعلام في صنع القرار السياسي**، ط1، دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2013 ص60.

³ نفس المرجع السابق: ص60.

4/ بدايات البث الفضائي في الدول العربية

يرجع عهد العرب بالفضاء إلى مرحلة مبكرة من عمر شبكات الفضاء الدولية إذ شاركت إثنا عشر دولة عربية في تأسيس المنظمة الدولية للاتصالات الفضائية المعروفة بإسم انتلسات: ANTEL SAT (Inter National Telecommunications Satelate Organization) وكانت قد شاركت قبيل ذلك في "الإتحاد المالي الدولي للاتصالات الفضائية" الذي كانت بمثابة هيئة مؤقتة لتدبير الأمور الإدارية والتنظيمية للانتلسات، وشاركت هذه الأقطار في إدارة الإتحاد من خلال اللجنة المؤقتة للاتصالات بالأقمار الصناعية، وهذه الأقطار هي الجزائر، والعراق والأردن والكويت ولبنان والمغرب والسعودية والسودان وسوريا وتونس والإمارات العربية المتحدة وعلى الصعيد القطري كانت الجزائر أول دولة في العالم تستأجر من الانتلسات قنوات للإستخدام الداخلي¹.

ثالثاً: مدخل إلى الفضائيات العربية

1/ تعريف القنوات الفضائية:

وردت عدة تعاريف للقنوات الفضائية ومن أبرز هذه التعاريف ما يلي:

القنوات الفضائية وسيلة لإرسال البرامج التلفازية عبر الأقمار الصناعية بشبكات إتصال أرضية ترسل وتستقبل من أحد الأقمار الصناعية، أي أنها وسيلة لبث البرامج من محطة أرضية إلى الأقمار الصناعية يتم إستقبالها من خلال الأطباق اللاقطة المنتشرة على سطوح المنازل أو الأماكن المرتفعة²، ولكل محطة إذاعية أو تلفزيونية قناة معينة تبث عليها إرسالها وهي بمثابة طريق تسلكه الإشارة الإذاعية أو التلفزيونية من محطة الإرسال إلى أجهزة الإستقبال، ويطلق الإسم نفسه على مصدر الأخبار أو المعلومات أو أي طريق تسلكه هذه المعلومات³. أي أن إستقبال القنوات الفضائية يتم بواسطة الأطباق اللاقطة الموجهة نحو الأقمار الصناعية حيث تسلك الإشارة الإذاعية أو التلفزيونية من محطة الإرسال إلى محطة الإستقبال.

وفي تعريف آخر: "هي القنوات التي يمكن مشاهدتها عبر الأقمار الصناعية مقارنة بقنوات التلفزة الأرضية التي يتم بثها عبر الموجات الإذاعية الصادرة عن عدة قنوات أرضية مستقلة -و

¹ منذر صالح جاسم الزبيدي: مرجع سبق ذكره، ص 65.

² عيسى الشماس: تأثيرات الفضائيات التلفزيونية الأجنبية في الشباب، دراسة ميدانية على طلبة كلية التربية بجامعة دمشق، جلة جامعة دمشق، المجلد 21، ع 2، 2005، ص 17.

³ كرم شلبي: معجم مصطلحات الإعلام، دار الشروق، جدة، ط1، 1989، ص 91.

قنوات التلفزة الكابلية- الموزعة في كوابل متعددة المحور تحت الأرض، وفي عدة مناطق في العالم، تستكمل الخدمات الفضائية الإشارات الأرضية القديمة مقدمة مجموعة أوسع من القنوات والخدمات بما فيها تلك المحصورة بالمشتركين¹.

ولعل ما تقصد به الباحثة في هذه الدراسة بالقنوات الفضائية هي تلك القنوات التي يمكن مشاهدتها عبر الأقمار الصناعية عبر الموجات الإذاعية من محطة الإرسال إلى محطة الإستقبال (جهاز الإستقبال) الذي من وظائفه الأساسية فك التشفير، والقنوات الفضائية المعنية في هذه الدراسة هي القنوات العربية المتخصصة، ألا وهي قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية.

2/ نشأة وتطور الفضائيات العربية:

إزاء غزو الفضاء وتدفق الأقمار الصناعية العاملة في هذا الكون وتزامن خدمات القنوات الفضائية كان لابد للعرب من إقامة قنوات فضائية موجهة لجمهور معين على إعتبار أن التلفزيون قناة ثقافية إرشادية هامة، وقد أنشأت في عام 1985 مؤسسة للإتصالات الفضائية التي قامت بإطلاق القمر الصناعي العربي، وقد ساهم هذا الأخير في الدفع بالدول العربية لتأسيس قنوات فضائية خاصة بها والملاحظ أن الفضائيات العربية صاحبة إتساع لفعاليات المؤسسة العربية للإتصالات الفضائية إذ أصبحت تمتلك قمرين فضائيين، الأول يتسع لـ 26 قناة تستخدم للبث الإذاعي والتلفزيوني وخدمات الهاتف والثاني محصورة مهامه في البث الفضائي².

وهناك من يرى أن تاريخ الفضائيات العربية يرجع إلى أواخر عام 1990 والذي شهد إنطلاق أول قناة فضائية عربية وهي القناة الفضائية المصرية الأولى التي بدأت بثها في 22 ديسمبر 1990 والتي كانت البداية لإنطلاق قنوات فضائية عربية عديدة ومتنوعة سواء كانت قنوات حكومية أو قنوات خاصة، بل أن الملفت للنظر هو تزايد عدد القنوات العربية بوضوح في السنوات الأخيرة إذ كان عددها يقدر بعشرين 20 قناة في منتصف التسعينيات 1990³ فهذا عدد قليل جدا بالنسبة للبلدان الموجهة إليها ولا يلبي احتياجات الأفراد المتابعين ولا يشبع حاجاتهم المتزايدة للمعرفة والأخبار وهذا ما جعل الدول العربية تهتم أكثر بهذا المجال وتتشأ فضائيات موجهة لشعوبها وتخطبهم بلغتهم وتوافيهم بآخر المستجدات الإخبارية التي تمسهم بالدرجة الأولى على عكس

¹ مريم راشد الخاطر: تنظيمات البث الفضائي عالميا والدور العربي المطلوب، ورقة عمل مقدمة إلى مؤتمر الأسرة والإعلام العربي، نحو أدوار جديدة للإعلام الأسري، 2-3 مايو، قطر، 2010، ص 05.

² محمد نصر مهنا: في النظرية العامة للمعرفة الإعلامية، المكتبة الجامعية، مصر 2002، ص 367.

³ رضوان مفلح العلي وآخرون: مدخل إلى وسائل الإعلام الإلكتروني، ط1، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2016، ص 275.

الفضائيات العربية الأخرى البعيدة عن محيطهم، فأخر إحصائيات الأقمار الصناعية لسنة 2015 تشير إلى أنه يوجد ما لا يقل عن 1230 قناة تلفزيونية تبث أو يعاد بثها على الأقمار العربية والدولية التي تغطي منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا¹. الأمر الذي أدى إلى زيادة حدة المنافسة بين الفضائيات العربية أو بين الفضائيات العربية والأجنبية... وقد زادت حدة المنافسة بين الفضائيات العربية لجذب أكبر عدد من المشاهدين وسلكت من أجل ذلك شتى الطرق والوسائل المشروعة وغير المشروعة، فكان أن حقق بعض هذه الفضائيات نجاحا مشهودا على المستوى العربي ونالت المصداقية واستطاعت بالفعل أن تجذب الجماهير إليها² ومن أمثلة تلك القنوات MBC وباقية قنواتها، وكذا باقية قنوات الجزيرة، في حين أن بعض الفضائيات ظلت أسيرة نطاقها الضيق ولم تعدو عن كونها إعادة بث للقناة الأرضية التي يعمل مواطنوها على تجاوزها إلى فضائيات أخرى لمعرفة أخبارهم المحلية الصحيحة، وقد توقع كثيرون أن تسهم هذه الفضائيات في رفع سقف الحرية ونشر الثقافة وتقديم الأخبار الأكثر صدقا واحتراما لعقل المشاهد، والإنطلاق من أسر المحليات إلى الفضاء العربي والدولي³، فمثلا قناة الجزائر الأرضية (البيتية) والقنوات الفضائية التي أتت من بعدها كقناة القرآن الكريم، القناة الرابعة الناطقة بالأمازيغية يشتركون في تقديم نفس المحتوى يتغير الاسم فقط.

3/ واقع الفضائيات العربية:

• لقد نشأ التلفزيون العربي واستمر كأداة تابعة للسلطة، تملكها وتقودها وتوجهها وتديرها لخدمة مصالحها وإفتقارها إلى العناصر الفنية القادرة على التعامل بعقلانية مع هذه الأجهزة، وأدى ذلك إلى تقديم خطاب رتيب، كما هيمنت المادة التلفزيونية الجامدة والمدججة التي تفتقر الإبداع الفني وأسلوب التقديم الجذاب⁴ ويظهر ذلك جليا في القنوات العمومية التي تفتقد لبرمجة واضحة ومنظمة، وكذا في ترتيبها لأخبارها حيث نلاحظ أنها دائما ما تبدأ بأخبار الرئيس والحكومة وتعطيهم حصة الأسد من وقت النشرة وتجعل المواطن وقضاياهم وإنشغالاته في أسفل الهرم ولا

¹ البحث الفضائي العربي: التقرير السنوي 2015، اتحاد اذاعات الدول العربية، ص 09.

² رضوان مفلح العلي وآخرون: مرجع سبق ذكره، ص 275.

³ نفس المرجع السابق: ص 275.

⁴ طرابلسي أمينة: إعلانات القنوات العربية المتخصصة في برامج الأطفال - دراسة وصفيّة تحليلية لإعلانات قناة سبائس تون الفضائية رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة منتوري قسنطينة، الجزائر، 2010/2009، ص ص 112-113.

تعطيها الوقت الكافي ولا التغطية المناسبة والفعالة التي تجعل المشاهد يتابعها ويتفاعل معها، ناهيك عن موعد البرامج الذي قلما يصدق.

• يضاف إلى ذلك محدودية الإنتاج التلفزيوني القادر على إستقطاب الجمهور والتأثير عليه، لهذا يجمع الكثير من الباحثين والمهتمين إلى أن برامج التلفزيون لا يمكن أن تكون ذات فعالية ما لم تعمل على بناء قيم وفكر الإنسان الذي يشارك فيصنع التنمية الإجتماعية¹، هذا الواقع الأليم عن محدودية الإنتاج التلفزيوني العربي القادر على إستقطاب الجمهور والتأثير عليه يعتبر من أخطر سلبيات الفضائيات العربية اليوم، فالمتتبع للفضائيات العربية اليوم يرى أنها خالية من الإنتاج المحلي أو حتى العربي، وما زاد من حدة الوضع إستيراد برامج أجنبية تكرر للرداءة الفكرية والثقافية، أو ما يسمى بالغزو الثقافي، واكتساب الفرد وخاصة فئة الأطفال والشباب - الذين أثبتت الدراسات أنهم الفئة الأكثر تعرضا لما يعرض في التلفزيون والأكثر تأثرا بمحتويات ما يعرض - لقيم غريبة عن مجتمعاتنا العربية الإسلامية بحجة التحضر والانفتاح على الآخر، فالفضائيات اليوم العربية خاصة نجحت في جعل المتلقي مجرد متلقي سلبي لما يعرض، وهذا ما جاءت به نظرية الحقنة تحت الجلد التي ترى الأفراد على أنهم متلقين سلبيين لما يشاهدون، فبعدما بدأت وسائل الإعلام بالنخبة وأصحاب النفوذ، نلاحظ اليوم أنها في طريقها للرجوع إليهم، حيث أصبحت كل القنوات المفيدة مشفرة ويجب دفع إشتراك سنوي قد يكون صعب نوعا ما على أصحاب الدخل المحدود ما يجعلهم مجبرين على التعرض لما يعرض حتى وإن كان لا يناسب ميولاتهم وإتجاهاتهم لملء الفراغ فقط.

• كما أن وسائل الإعلام العربية حتى وإن أنتجت برامج إعلامية فإنها لم ولن تكون مبتكرة بل مقلدة لنماذج غربية، وهي عبارة عن إعادة إنتاج لبرامج غربية بخطاب عربي مدرج بإستعمال اللهجات المتعددة والمتباينة في مختلف المجتمعات العربية². ومن هذه البرامج نجد arab idol أو ما يسمى بالعربية "محبوب العرب"، the X factor والبرنامج الصحي the doctors المترجم باللغة العربية، وغيرها الكثير وفي كل المجالات كالبرامج الحوارية والأخبار، بالإضافة إلى المسلسلات المدبلجة مثل المسلسلات الميكسيكية، التركية، الكورية، الهندية، وصولا إلى

¹ نفس المرجع السابق:صص112-113.

² سيكوك قويدر وبن عزة فاطمة الزهراء: الإعلام المحلي وإشكالية الهوية، ثنائية الغزو الثقافي والمقاومة، مجلة الحوار الثقافي مستغانم، الجزائر، 2015،صص 389

المسلسلات البرازيلية فكلها تساعد على الغزو الثقافي وطمس الهوية الثقافية العربية الإسلامية ما لم تتدارك الفضائيات العربية هذا النقص الفادح في الإنتاج العربي.

• كما حققت الفضائيات العربية أهمية كبرى في إستقطاب المتلقي العربي بإنشاء قنوات عربية متعددة ونشرها تبث برامج عربية وأجنبية في كل أماكن وجود العرب في العالم تقريباً¹، ومن هذه القنوات نجد باقة قنوات MBC التي استقطبت المشاهد العربي بما تقدمه من برامج على الرغم من أنها مقلدة إلا أنها تخدم المشاهد العربي وتلبي إحتياجاته في كل المجالات، وخاصة فئة الشباب ببرامج اكتشاف المواهب وصقلها والتعريف بأصحابها ليصبحوا قدوة للشباب العربي ككل ومن أفضل هذه البرامج على الإطلاق "نجوم العلوم".

• وما يحسب للقنوات العربية كذلك أنها تمكنت من كسر الهيمنة الغربية في مجال الأخبار ووفرت للجمهور العربي قنوات فضائية إخبارية عربية تنقل الأحداث والأخبار برؤى عربية² فبعد أن كان المشاهد العربي يسمع ويشاهد أخباره التي تحجبها عنه دولته أو بمعنى أصح إعلامه الحكومي الرسمي من القنوات الفضائية الغربية وخاصة الأمريكية والأوروبية وما يشوب تلك المعلومات والأخبار من كذب وتزييف للحقائق، ومحاولات لتشويه صور المسلمين من طرف هذا الأخير أصبح لديه اليوم بفضل البث الفضائي عبر الأقمار الصناعية وأخيراً إعلام عربي متخصص في الأخبار وبكواتر إعلامية محترفة، ومراسلين من كل أنحاء العالم، مكنته من الحصول على الخبر الحصري بمهنية وموضوعية أكثر، وأصبح الفرد عنصراً فاعلاً في الخبر فبعد أن كان المشاهد العربي مجرد متلقي سلبي أصبح بإمكانه اليوم أن يكون مرسلًا يقوم بتصوير الحدث ونقله بإمكانياته الخاصة (الهواتف النقالة الذكية، أو الألواح الإلكترونية) ومشاركتها مع الآخرين، بمعنى آخر ما يطلق عليه صحافة المواطن أو المواطن الصحفي التي إنتشرت بكثرة خلال الثورات العربية وبالأخص في دولة مصر ومن هذه القنوات نجد قناة الجزيرة الإخبارية التي فتحت الخط للهواة لنقل الأخبار أولاً بأول وتفاعل المشاهدين معها بالتعليقات .

• مع إزدياد أعداد القنوات الفضائية زادت حدة المنافسة على إجتذاب الجماهير العربية وفي هذا الإطار نجد بعض القنوات التي تحترم جمهور المشاهدين وتقدم له المضمون المناسب والجاد

¹ عبد الباسط سلمان: عولمة القنوات الفضائية، الدر الثقافية للنشر، دس، ص 95.

² طرابلسي أمينة: مرجع سبق ذكره، ص ص114-115.

وعلى الجانب الآخر نجد القنوات الأخرى التي تقدم الشكل والمضمون المبتذل من أجل إجتذاب الجماهير لمضامين لم يتعود عليها من قبل¹، مثل باقة قنوات MBC والجزيرة للأطفال ...

• إن تعدد القنوات العربية وتزايدها يوماً بعد يوم بغية إشباع إحتياجات جماهير محددة أمكن من توفير إختيارات متعددة أمام المتلقي العربي في الداخل والخارج، إستطاعت مناقشة العديد من القضايا التي تمس مصالح الجمهور العربي والتي كانت من الموضوعات المحرمة (التابو) في ظل الإعلام الحكومي الرسمي²، نحن لا نبالغ إذا قلنا أن قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية وقناة العربية الإخبارية هما القناتان الوحيدتان اللتان إستطاعتا كسر إحتكار الحكومات للمعلومات، ومناقشة القضايا والموضوعات المحرمة كقضايا الإرهاب والتطرف، العلاقات العربية الإسرائيلية، واستضافة شخصيات من كل الجنسيات والديانات وحتى الإسرائيليين في معظم برامجها تجسيدا لشعارها " الرأي والرأي الآخر".

4/ التنافس العربي في مجال البث الفضائي المباشر:

لقد أثبتت التجربة أن القنوات التلفزيونية العربية تستطيع أن تنافس القنوات الأجنبية وتجلب لها جمهور، وذلك بتقديم الإنتاج الجيد وتغطية الأخبار العربية شرقاً وغرباً، شمالاً وجنوباً، ووقفت هذه القنوات في وجه القنوات الأجنبية التي شوهدت صورة المسلمين وزيفت قضاياهم في العديد من المرات، ولوقت طويل، وخير دليل على ذلك نجد قناة الجزيرة الإخبارية وما فعلته أثناء تغطيتها الحرب الأخيرة على غزة حيث أصبحت مصدر معلومات للجمهور العربي وغير العربي باللغتين العربية والإنجليزية مما زاد في ذيع صيتها بالقضايا العربية وخاصة الفلسطينية، بالإضافة إلى قناة العربية الإخبارية.

5/ تصنيفات وأنواع القنوات الفضائية العربية:

تشكل خارطة القنوات الفضائية العربية فسيفاء ذات ألوان مختلفة، حيث يمكن تصنيفها حسب الأعمار التي تبث عليها، ويمكن تقسيمها حسب تخصصات القناة، ويمكن تقسيمها أيضاً حسب نوعية البث، ومن حيث لغة البث، وهذا تفصيل فيها:

¹ عدلي سيد محمد رضا: تأثير القنوات الفضائية على الثقافة العربية، رؤية تحليلية، ورقة بحثية- دس، ص ص6-7.

² طرابلسي أمينة: مرجع سبق ذكره، ص ص114-115.

- أ/ من حيث الملكية: هناك قنوات حكومية وقنوات خاصة.
- ب/ من حيث نوع البرامج: هناك قنوات عامة وقنوات متخصصة.
- ج/ من حيث نوعية البث: هناك قنوات مفتوحة وقنوات مشفرة.
- د/ من حيث لغة البث: هناك قنوات تبث باللغة العربية، ويبث بعض برامجها بلغات أخرى إلى جانب العربية، وهناك قنوات تبث باللغات الأجنبية فقط.
- وستنطرق لكل نوع أو صنف بالتفصيل:
- 1-5/ حسب الملكية:**

أ/ القنوات الفضائية العربية الحكومية: ويقدر عددها بـ 133 قناة عمومية، وتعتمد على دعم الدولة

ب/ القنوات الفضائية العربية الخاصة: 1097 قناة خاصة وعمومية أجنبية.

2-5/ من حيث نوع البرامج:

أ/ قنوات فضائية عامة: 133 قناة عمومية عربية

ب/ القنوات الفضائية المتخصصة: إن الإعلام الفضائي المتخصص يعد أفضل وسيلة لمخاطبة الفئات والجماعات الصغيرة والمتربطة والمنسجمة والمتفاوتة على وفق معايير الديمغرافية، وذلك لأن تخصص الوسيلة يساعد على التغلغل بشكل أعمق في الواقع الاجتماعي والإقتصادي أو السياسي الذي يزداد تعقيدا، وبالتالي تصبح الوسيلة المتخصصة أكثر مقدرة على كشف علاقاته الداخلية المترابطة¹. وتنقسم هذه القنوات بين متخصصة من حيث المضمون قنوات إخبارية، قنوات الموسيقى والغناء، قنوات الدراما، قنوات الرياضة، قنوات تعليمية، قنوات الأطفال والأسرة القنوات الدينية، قنوات الخدمات، قنوات الثقافة، قنوات الإقتصاد، تلفزيون الواقع...إلخ.

بواقع 640 قناة مقسمة على القنوات الجامعة 292 قناة، القنوات الغنائية 23 قناة، قنوات الدراما أفلام ومسلسلات 48 قناة، القنوات الرياضية والإخبارية 61 قناة، القنوات الدينية 55 قناة، قنوات الأطفال 21 قناة، الثقافية 04 قنوات، الوثائقية 13 قناة، التعليمية 17 قناة، الأسرة السياحة طيبة شبابية كوميديا 01، الإقتصادية 03، الترويجية 32 قناة، تراثية وطبخ 02 قناة²، من هذه القراءة يتبين لنا أن الفضائيات المتخصصة تمحورت حول الرياضة، الأخبار، الغناء، الأفلام والمسلسلات

¹ سلام نصر الدين محمد: اتجاهات طلبية الإعلام نحو القنوات الفضائية المتخصصة، مجلة الباحث الإعلامي، ع27، 2015، ص 197.

² البث الفضائي العربي: التقرير السنوي، اتحاد إذاعات الدول العربية، 2015، ص 13

والقنوات الدينية، وهي بأعداد كبيرة ولكن السؤال المطروح هل فعلا هذه القنوات موجودة، وما الذي تقدمه، فلو ذهبنا للقنوات الرياضة نجد باقة bein sport فقط، وفي القنوات الدينية 4 أو خمس قنوات تحظى بمتابعة عالية، والأفلام والمسلسلات نفس الشيء، ولكن الجيد بها أن كل مجال عدد لا بأس به من القنوات تسمح للمشاهد العربي بمتابعة ما يتناسب مع ذوقه وإحتياجاته.

5-3/ من حيث نوعية البث: هناك قنوات مفتوحة وقنوات مشفرة.

أ/ قنوات مفتوحة: أي التي يستطيع الفرد إستقبالها بمجرد حصوله على طبق هوائي وجهاز الإستقبال، وقد عددها في إحصائيات عام 2015 بـ 415 قناة.

ب/ قنوات مشفرة: التي تحتاج إلى إشتراك شهري أو سنوي لاستقبال القنوات أو جهاز إستقبال خاص بها كقنوات bein sport وقد عددها هي الأخرى في إحصائيات التقرير السنوي للبث الفضائي العربي لعام 2015 بـ 225 قناة¹

من خلال قراءة هذه الأرقام نجد أن القنوات المفتوحة هي تقريبا ضعف القنوات المشفرة، وما يلاحظ في الآونة الاخيرة على القنوات الفضائية سواء العربي أو الأجنبية التي تلقى إقبالا ومشاهدة جماهيرية عالية وتشبع رغبات واحتياجات الجمهور العربي يتم حذفها من باقة القنوات المفتوحة ونقلها للقنوات المشفرة لإجبار الفرد الذي تعلق بها على الإشتراك بها.

5-4/ من حيث لغة البث:

تعددت اللغات التي تبث بها القنوات الفضائية اليوم فأصبحت تخاطب جماهيرها المتباينة بلغتهم، فالإحصائيات بينت أن القنوات الناطقة باللغة الفارسية 133 قناة، والهندية قناة 78، اللغة الإنجليزية 70 قناة، اللغة الفرنسية 28 قناة بالإضافة إلى لغات أخرى تخص بلدان المغرب العربي التي يتخاطب جانب من شعوبها بالأمازيغية 05 قنوات، الحسانية 07 قنوات، الإسبانية 01 قناة أو بلدان المشرق العربي فيما يخص اللغة الكردية².

¹ نفس المرجع السابق: ص 19.

² نفس المرجع السابق، ص 16.

6/ واقع اللغة العربية في وسائل الإعلام العربية:

جاء في إحصائية ترصد واقع اللغة العربية والصيغات الإعلامية في وسائل الإعلام شملت 140 محطة عربية، جاء فيها أن 63.8% من القنوات العربية إستعملت الصياغات الفصيحة التي تراعي قواعد اللغة العربية المقبولة في وسائل الإعلام المرئية المسموعة، مشيرة إلى أن أغلب هذه الصياغات الفصيحة كانت في البرامج الإخبارية والوثائقية، وأغلبها كانت من خلال محطات إخبارية متخصصة، أو وسائل إعلام رسمية تنتمي لحكومات تتبنى الفكر القومي العربي¹.

فيما توضح الإحصائيات أن ما نسبته 25.3% إعتد النمطين في الصياغات أي العربية الفصيحة واللهجات واللكنات المحلية، مفيدة إلى أن أغلب هذه القنوات كانت ترفيهية، وتوصلت الإحصائيات أخيراً إلى أن 10.6% من وسائل الإعلام العربية تبنت لكنات محلية أو ثانوية بالنسبة للغة الرسمية لهذه البلدان، ورغم الوعي بالحاجة إلى أهمية تجديد الصيغ الإعلامية وجعلها متناسبة مع التطور التقني المهول لوسائل الإعلام وتنوعها فإن الوعي باللغة لا يختلف عن الوعي بالحرية أو الوعي بالآخر²، حسب الباحثة فهذه المؤشرات تعتبر إيجابية نوعاً ما ولكنها رغم ذلك فاللغة العربية الفصحى تبقى بحاجة للإهتمام والوعي أكثر بفائدتها للمجتمعات العربية حتى لا نفقد هويتنا العربية الإسلامية.

7/ مراحل تطور الإعلام العربي :

مر الإعلام العربي في مسيرة تطوره بمراحل مختلفة من حيث أداء الرسالة الإعلامية ومن حيث مخاطبة الجمهور أهمها :

1-7/ مرحلة الصفوة: Elite في هذه المرحلة دور وسائل الإعلام يتمثل في مخاطبة الأفراد الأكثر تعليماً وثقافةً وثراءً مالياً بحيث تصمم الرسالة الإعلامية بما يتوافق مع هذه الصفوة من حيث لغة الرسالة ومضمونها وربما توقيت البث³، ولازالت هذه المرحلة وخاصة مع ظهور القنوات الفضائية المشفرة التي تحتاج إلى دفع مسبق الذي قد يكون عسباً على فئة كبيرة من أفراد المجتمع من أجل متابعة برامجها التي تكون حصرية كالأفلام والمسلسلات وخاصة المباريات الرياضية، أما فيما يخص توقيت البث فهذا المشكل قد حل من خلال الإعادة أو تسجيل الحلقات لمتابعتها لاحقاً.

¹ سلمى حميدان وسلطان بلغيث: واقع استعمال اللغة العربية في وسائل الإعلام المرئية العربية، مجلة التواصل في العلوم الإنسانية والإجتماعية، ع 36، 2013، ص 32.

² سلمى حميدان وسلطان بلغيث: مرجع سبق ذكره، ص 32.

³ أحمد اسماعيل حسين محمد: مرجع سبق ذكره، ص 77-78.

2-7/ مرحلة الحشد: Mass وفيها تخاطب وسائل الإعلام كافة قطاعات المجتمع دون تمييز أو إنقضاء والتي تتباين في خصائص عديدة تتعلق بالنوع والعمر والمستويات التعليمية والثقافي والإجتماعي والتواجد وظروف المشاهدة وغير ذلك.

3-7/ مرحلة التخصص: Specialization وسائل الإعلام في هذه المرحلة تخاطب قطاعات إجتماعية بعينها ومحددة لإرضاء رغباتها وتلبية احتياجاتها إنطلاقاً من الخصائص التي تتسم بها تلك القطاعات كقطاعي المرأة والطفل على سبيل المثال.

4-7/ مرحلة التفاعل: Interactivity هي المرحلة التي يستطيع فيها الجمهور إختيار المضامين الإعلامية والتواصل المباشر مع البرامج والمشاركة بالرأي في الموضوع المطروح ويستطيع أن يسهم برأيه وملاحظاته حتى في بعض مراحل التخطيط الإذاعي وترتيب الخارطة البرمجية للإذاعة أو التلفزيون¹، ومن أمثلة ذلك التواصل مع ضيوف البرامج التلفزيونية المتنوعة وخاصة الحوارية كالسياسية والدينية والصحية....إلخ، وصولاً إلى النشرة التفاعلية المقدمة في قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية.

8/ مميزات وسلبيات البث الفضائي العربي:

8-1/ مميزات البث الفضائي:

1 -تعدد الفضائيات العربية أدى إلى تنوع المضامين الإعلامية للمشاهد العربي.
2 -الفضائيات الإخبارية أدت إلى كسر هيمنة القنوات الغربية في مجال الأخبار وأصبحت أحد المصادر الأساسية للأخبار على المستويين الإقليمي والعالمي²، بعدما كان المشاهد العربي يستقي أخباره وما يجري من حوله من قنوات أجنبية كقناة BBC أصبحت لديه قنوات تخاطبه بلغته وتوافيه بأخر المستجدات على الساحة العربية والدولية أولاً بأول مثل قانتي الجزيرة الفضائية، وقناة العربية الإخباريتين بإمتياز.

3 -تزايد أعداد القنوات المتخصصة أدى إلى توسيع مجال الإختيار أمام المشاهد العربي وبادرت بعض الفضائيات العربية بدخول مجالات جديدة كالسياحة العربية والطهي والشعر والصقور وغيرها من المجالات الخاصة بواقع المجتمع العربي، و باللهجات العربية المختلفة بين

¹ أحمد اسماعيل حسين محمد: مرجع سبق ذكره، ص 77-78

² نفس المرجع السابق ، ص 89-90

العرب وتعزيز اللغة العربية الفصحى¹، وعلى الرغم من كثرتها وتنوعها إلا أنها لازالت تراوح مكانها ولا تلقى الإهتمام الكافي بما تقدمه من مضامين، فالقنوات المتخصصة على تنوعها إلا أنها لا تقدم جديداً، فمثلاً نجد مسلسل يعرض في قناة عربية ما وبعد أيام قليلة نجده يعرض في قنوات أخرى، وهذا راجع لقلة الانتاج الدرامي.

4- إنتشار وتطور البث الفضائي العربي أدى إلى تطوير مدن الإنتاج الإعلامي العربية الرئيسية في كل من القاهرة ودبي وعمان، وحفز على قيام مدن إعلامية جديدة في دول أخرى وعمل على جذب مئات القنوات الفضائية العربية للبث من المدن الإعلامية العربية الثلاث بعد أن كانت تبث من خارج الوطن العربي كشبكة BBC التي إنتقلت من لندن إلى دبي وشبكة ART التي إنتقلت من روما إلى عمان².

5- يتمتع البث التلفزيوني في إتاحة الفرصة لإستخدام الكثير من الإمكانيات الفنية المميزة كفنون الحوار والسيناريو والإخراج وفرز الألوان، مما يزيد في التأثير العاطفي في نفس المشاهد وخصوصاً إذا كانت قضية وطنية أو قومية وتهم قطاعاً كبيراً من الجمهور³. مثل القضية الفلسطينية.

6- القدرة على جذب وشد انتباه المشاهدين محلياً أو دولياً أو عالمياً حيث أن معظم محطات البث التلفزيوني الأرضي أو الفضائي أصبحت تبث برامجها على مدى الليل والنهار أي على مدى أربع وعشرين (24) ساعة يومياً⁴، هذا الحجم الساعي أرغم القائمين على القناة على شراء برامج أجنبية لملاً الحجم الساعي لبث القناة، وهو ما ساهم في انتشار عادات وقيم وثقافات غريبة عن مجتماعتنا العربية الإسلامية.

7- لقد حققت القنوات الفضائية ما عجزت كل الحكومات والمنظمات عن فعله وذلك عندما أطلقت شبكة art قناة إقرأ لتكون أول قناة إسلامية عبر الأقمار الصناعية تحمل الرؤى والمفاهيم الإسلامية للعالم كله، هذا بالإضافة إلى بث الدروس الدينية بأكثر من لغة عالمية ونقل الشعائر الدينية والذي تعتبر بلا شك عامل هام في ربط أواصر الوحدة الإسلامية.

¹ المرجع السابق، صص 89-90

² المرجع السابق، صص 89-90

³ محمد علي ابو العلا: فن الاتصال بالجمهور، ص 56.

⁴ المرجع السابق، ص 56.

8-2/ سلبيات البث الفضائي العربي:

1- إنحياز القنوات الفضائية الحكومية إلى السلطة الحاكمة وبث أهدافها ومواقفها وتغيب مواقف المعارضة يؤدي بالمواطنين العرب إلى اللجوء إلى قنوات خارجية لمعرفة الأخبار الصحيحة المتعلقة بدولهم والغائبة عن الشاشات المحلية.

1- قلة القنوات العربية الموجهة للجماهير الأجنبية الناطقة بغير اللغة العربية بإستثناء بعض القنوات كالجزيرة الدولية International Jazeera في الوقت الذي يوجد فيه عدد من القنوات الأجنبية الناطقة باللغة العربية والموجهة للمواطنين العرب¹.

ونجد منها على سبيل المثال قناة DW الألمانية الناطقة بالعربية، France 24 الفرنسية الناطقة بالعربية، قناة CCTV الصينية الناطقة بالعربية، وما يميزها هو أن العاملين عليها من مقدمي الأخبار والضيوف (قل ما نجد إعلاميين عرب) وحتى البرامج الأخرى من الصين ويتكلمون اللغة العربية بطلاقة.

من الحقائق المسلم بها أن البرامج التلفزيونية تستغرق وقتاً طويلاً في الإعداد وتكلفة أعلى من الوسائل الإعلامية الأخرى كالإذاعة، فقد يعيق هذا تأخير إرسال رسائل إعلامية هامة كثيرة، وهذا يتوقف على ميزانية القناة²، وهذا هو حال القنوات الفضائية الحكومية العمومية التي تفتقر للمداخل لانصراف المعلنين عنها وتوجههم لقنوات ذات سمعة لدى المشاهدين لعرض سلعهم فيها والتأثير على المستهلكين، وهنا تحضرنا قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية فعلى الرغم من أنها لا تلجأ للإعلانات إلا أنها نافست أقوى القنوات العالمية في مجال الأخبار طبعاً، وهناك أيضاً قنوات فضائية خاصة يتم إغلاقها قبل إيصال رسالتها لعدم قدرتها على المنافسة.

2- تقليد بعض القنوات العربية للفضائيات الأجنبية في بعض البرامج مثل برامج الواقع والكليبات Clip Video الفاضحة يؤثر على أخلاقيات الشباب العربي المسلم ويغرس فيه بعض القيم التي تضعف من إنتمائه للحضارة العربية والإسلامية³.

ومن هذه القنوات باقة MBC، كالبرامج الغنائية ARAB IDOL و THE VOICE و THE و ARABS GOT TALENT و VOICE KIDS.

¹ أحمد إسماعيل حسين: مرجع سبق ذكره، ص 89-90

² محمد علي ابو العلا: فن الاتصال بالجماهير، ص 56.

³ أحمد إسماعيل حسين: مرجع سبق ذكره، ص 89-90

- 3- القنوات الخاصة تتأثر بغياب الحرية الكافية للنشر والتعبير مثلها مثل القنوات الحكومية لأنها تخضع هي الأخرى لضغوطات سياسية وإقتصادية من قبل الحكومة.
- 4- إستغلال مناخ والإنتفاخ النسبي للإعلام في الدول العربية من قبل قوى سياسية ووطنية ودينية أدى إلى إطلاقها لقنوات لا هوية لها ولا أهداف واضحة في ظل عدم المراقبة الرسمية للدولة مما حول الإنتفاخ الإعلامي إلى إنفلات إعلامي¹، وقد لاحظنا هذه الظاهرة في بعض القنوات الفضائية وخاصة في مجال الأفلام تغلق وهي في مرحلة التجريب وذلك لسرقتها وعرضها لأفلام لا تزال في دور السينما.

9/ التحديات التي تواجه القنوات الفضائية العربية:

1-9/ التحدي القانوني والتشريعي:

الإلتجاه نحو حرية الرأي وحق التعبير وإستجابة للقواعد والقوانين الدولية مثل المادة 19 من الإعلان العالمي لحقوق الإنسان الذي ينص على أن لكل شخص حق التمتع بحرية الرأي وفي إلتماس الأبناء والأفكار وتلقيها ونقلها إلى الآخرين، وكذلك الإتفاقيات الخاصة بالحق الدولي في التصحيح وغير ذلك.

2-9/ التحدي الإقتصادي:

وهو الذي يعكس الفراغ في الإنتاج الإعلامي الوطني والعربي بوجه عام والذي يتطلب إمكانيات مالية وفنية لإنتاج يواجه التدفق الإعلامي الدولي.

3-9/ التحدي الثقافي في مواجهة الغزو الثقافي وهذا يتطلب الإهتمام بالتربية السليمة القائمة على تنمية القيم الأخلاقية وبما يؤدي إلى التقريب بين الأمة².

¹ نفس المرجع السابق ، ص ص89-90

² رضوان مفلح العلي وآخرون: مرجع سبق ذكره، ص ص 280-281.

10/ تغطية الفضائيات لأحداث الدول العربية:

10-1/ قضايا الدول العربية في الفضائيات العربية

أجرت مؤسسة "كومتراكس سوليوشنز" اللبنانية المتخصصة في الرصد الإعلامي دراسة حول تعاطي "العربية" و "الجزيرة" و "بي بي سي" مع الأحداث التي شهدتها آب/ أغسطس في عدد من الدول، والتي سيطرت على النشرات الإخبارية لهذه المحطات، ورصدت الدراسة التي حملت عنوان "ساحات المعارك في الشرق الأوسط خلال آب 2009 - التغطية الإعلامية في محطات "العربية" و "الجزيرة" و"بي بي سي"، نشرات السادسة مساء بتوقيت غرينتش في المحطات الثلاث.

وأفادت الدراسة التي أعدها جوزف يعقوب وأشرف عليها مدير "كومتراكس" جهاد بيطار بأن "حصّة العراق من التغطية الإعلامية للدول في المحطات الثلاث، بلغت 13%، تليه فلسطين كون نزاعها مع إسرائيل مستمراً، فيما دخلت إيران بنسبة 8% على خط التغطية الإعلامية للدول، بفعل استمرار أزمته بعد الإنتخابات الرئاسية"، ورأت الدراسة أن إستحواذ الحدث العراقي على القسط الأوفر من التغطية الإعلامية يعود إلى الإهتمام الذي أولته "بي بي سي" و"الجزيرة" بهذا الموضوع، وخصوصاً بالتفجيرات التي شهدتها العراق في 19 آب، غير أن "العربية" أبدت، بحسب الدراسة "إهتماماً أكبر بالموضوع الإيراني الذي سيطر على بدايات نشراتها الإخبارية في غالبية الأحيان".

وأشارت الدراسة إلى أن المعارك الدائرة في اليمن بدأت بالظهور الإعلامي في آب، وتحديداً في الحادي عشر منه، فقاربت نسبة التغطية التي نالتها 5% تلك التي حصلت عليها الحرب في أفغانستان 6%، وكانت "بي بي سي" أكثر المحطات الثلاث إهتماماً بالموضوع اليمني بنسبة 6% تبعتها "الجزيرة" و"العربية" بنسب متساوية بلغت 4%، وانخفضت تغطية حرب أفغانستان عند قناة "العربية"، في حين إستحوذت على نسبة 8% من كامل التغطية الإعلامية لدى "بي بي سي" و"الجزيرة"¹.

¹ تمت زيارة الموقع في http://daharchives.alhayat.com/issue_archive/Hayat%20INT/2009/10/1/html .
2017/01/16

وفي دراسة قام بها محمد عارف محمد عبد الله توصلت إلى أن التغطية التي حازت عليها الثورة المصرية من قناة الجزيرة كانت تغطية منحازة لصف الثورة والثوار بنسبة 83% من نسبة المبحوثين، فيما أكد ما نسبته 59% من المبحوثين بتمتع القناة بالمهنية والموضوعية ونقل الوقائع كما هي غير أن نسبة ليست قليلة بلغت 33% نفت ذلك مبرهنة على ذلك إنحيازها لصف الثورة والثوار¹.

10-2/ الإعلام العربي وقضايا الإرهاب والتطرف:

المتأمل في الإعلام العربي خلال السنوات الأخيرة وتعامله مع ظاهرة الإرهاب يلاحظ غياب إستراتيجية واضحة وهادفة، ويلاحظ أن وكالات الأنباء العالمية هي التي تحدد الأجندة والأولويات حسب ما يحلو لها وحسب مفهومها للإرهاب وحسب قيمها ومعتقداتها وسياساتها وإيديولوجيتها، من الملاحظ كذلك غياب إستراتيجية إعلامية لدى الدول العربية ضحية الإرهاب، الأمر الذي أدى إلى عدة مغالطات وإلى حجم كبير من التشويه والتزييف سواء للإسلام أو للعرب بصفة عامة².

¹ محمد عارف محمد عبد الله : دور قناة الجزيرة الفضائية في أحداث التغيير السياسي في الوطن العربي، الثورة المصرية نموذجا رسالة مقدمة استكمالاً لمتطلبات الحصول على الماجستير في التخطيط والتنمية السياسية، نابلس، فلسطين، 2012، ص100.

² محمد قيراط: نظرية التأطير framing theory والتعاطي مع الإرهاب والتطرف، التعاطي الإعلامي مع ظاهرة الإرهاب والتطرف وقائع الورشة الدولية، اتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، 2015، ص32.

المبحث الثاني: قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية

أولاً : حكومة آل ثاني

ثانياً: نشأة قناة الجزيرة الإخبارية وتطورها

ثالثاً: تأسيس قناة الجزيرة الإخبارية

رابعاً: شعار قناة الجزيرة الإخبارية

خامساً: الإدارة والتمويل

سادساً: الإعلان في قناة الجزيرة

سابعاً: مهام وأهداف إنشاء قناة الجزيرة الإخبارية

ثامناً: الهيكلة الإدارية والتنظيمية

تاسعاً: أسباب شهرة قناة الجزيرة الإخبارية عالمياً

عاشراً: شبكة الجزيرة الإخبارية

إحدى عشر: التعريف ببعض مقدمي قناة الجزيرة الإخبارية

أولاً: حكومة آل ثاني

قبل الحديث والتعمق في نشأة قناة الجزيرة الإخبارية يجب أولاً التطرق إلى الظروف التي أدت إلى ولادة هذه القناة حيث تذكر بعض المصادر وبإختصار أن دولة السعودية هي التي كانت تحتكر المشهد الإعلامي في الخليج العربي وهذا ما جعل نظام قطر تحت حكم الشيخ خليفة منتمياً إلى الماضي وغير قادر على القيام بهذا التحول لذا قام ولي العهد الشيخ "حمد بن خليفة" بمساعدة قريبه "حمد بن جاسم" الملحق العسكري في سفارة قطر في واشنطن بإنقلاب ناجح على والده بتاريخ 28 حزيران/ يونيو 1994 أي بعد سنتين من حرب الخليج عام 1991¹، وبعد أقل من سنة أصدر مرسوماً نص على إنشاء القناة الفضائية الجزيرة وإلغاء وزارة الإعلام، وأوكلت إدارة الجزيرة إلى مجلس إدارة يرأسه الشيخ "حمد بن تامر آل ثاني" ابن عم الأمير، قال الأمير أنه يريد الجزيرة على صورة ال "بي بي سي" BBC، قناة تمولها الدولة من دون أن تكون حكومية تبث من الدوحة إلى جانب فضائية قطر الرسمية²، وبالفعل هذا ما تم حيث مولت الحكومة قناة الجزيرة ولكنها بقيت حكومية وهذا واضح من خلال سياسيتها التي لا تتحدث أبداً عن دولة قطر وحكومتها بدءاً بالإنقلاب الإبن على والده.

ثانياً/ نشأة قناة الجزيرة الإخبارية وتطورها

قصة إنشاء هذه القناة التي استطاعت أن تكسر الإحتكار الأمريكي للمعلومات تبدأ عندما أرادت هيئة الإذاعة البريطانية BBC أن تنشئ محطة تلفزيونية إخبارية باللغة العربية بالإشتراك مع شركة الموارد السعودية (أوربيت)، وبالفعل بدأت القناة بالبث ولكن بعد تجربة قصيرة تميزت بالعديد من المشاكل إضافة إلى تراخي الشريك السعودي توقفت عن البث وتم فسخ العقد بين الشركتين وهنا تظهر دولة قطر الطامحة إلى لعب دور سياسي إقليمي مميز، وكانت قد أدركت أهمية دور الإعلام في صنع القرار السياسي سواء على المستوى الوطني أو على المستوى الإقليمي والدولي ومن هذا المنظور وجدت دولة قطر الفرصة سانحة لشراء هذه القناة الجاهزة خاصة وأنها مؤطرة

¹ حياة الحويك: الفضائيات الإخبارية العربية بين عولمتين - جيوبوليتيك وخطاب الفضائيات الإخبارية العربية، ط1، منتدى المعارف، 2013، ص 237

² نفس المرجع، ص 38.

بكفاءات عالية، ولها خبرة طويلة في مجال العمل الإذاعي المحترف وبالضبط في القسم العربي من إذاعة BBC¹. وهنا تكون دولة السعودية قد قدمت هذه القناة على طبق من ذهب لدولة قطر.

ثالثاً: تأسيس قناة الجزيرة:

تأسست قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية بموجب مرسوم أميري رقم 96/01 في الثامن من شهر فيفري/ شباط سنة 1996 ينص على أن تكون مؤسسة قطرية عامة ومستقلة، مقرها الدوحة إستوحي إسمها من شبه الجزيرة العربية²، وجاء تأسيس القناة كتعزيز لنظام إنقلابي مهزوز، ولكي يخلق هذا النظام تحالفات جديدة وبيني قاعدة شعبية له في قطر وخارجها خصوصاً في أوساط الإسلاميين والقوميين، فالنظام القطري بقيادة الشيخين حمد بن خليفة وحمد بن جاسم آل ثاني كان عليه مآخذ عروبية وإسلامية وكان على الجزيرة رتق هذه الخروق³، وتتمثل هذه الخروق في الإنقلاب الذي سبق وتطرقنا إليه.

تأسست القناة في الأول من نوفمبر 1996، وكانت القناة الفضائية الوحيدة لدولة قطر آنذاك، وتقوم هذه القناة على الإتزان والموضوعية فهي تحمل شعار "الرأي والرأي الآخر" حيث نراه واضحاً من خلال الأخبار والبرامج الحوارية التي تبثها يومياً ما بين يومية وأسبوعية وحتى الشهرية بفتحها المجال للضيوف للتعبير عن أفكارهم وآرائهم بكل حرية وجرأة لتنوير الرأي العام، كما فتح عليها.... وهو الشعار الذي بلوره جميل عازر وتبناه الفريق المؤسس، حرية التعبير، التعددية الصديقة والحرص عن الإبتعاد عن دعاية الدولة، هي الخطوط الرئيسية التي أراد هؤلاء المؤسسون أن تتميز بها محطاتهم⁴، لتقدم خدماتها بشكل مستقل ومحيد، وتعتبر الأولى من نوعها، وقد شرعت الحكومة القطرية في تمويل البنية الأساسية لهذه القناة على أن يتولى القطاع الخاص تملكها وإدارتها مستقبلاً، ولها شخصيتها القانونية المستقلة، وتعمل على أسس تجارية صرفة مع مراعاة القيم والعادات والتقاليد العربية والإسلامية⁵. وقد بدأت بالبث على مدى ست ساعات يومياً على

¹ أحمد حمدي: الخطاب الإعلامي العربي آفاق وتحديات، دار هومة، الجزائر، 2002، ص ص 284-286.

² محمد حمود حسن: مراكز التدريب الإعلامي - دراسة مقارنة بين المركز العربي للتدريب الإذاعي والتلفزيوني والجزيرة الإعلامي للتدريب والتطوير، دار الكتب العلمية للطباعة والنشر والتوزيع، ط1، 2013، ص 230.

³ ص 102.

⁴ حياة الحويك: مرجع سبق ذكره، ص 73.

⁵ هالة اسماعيل بغدادي: الصحافة التلفزيونية العربية (الجزيرة والنيل)، دراسة ميدانية مقارنة، المكتب الجامعي الحديث للنشر، الإسكندرية (مصر)، 2009، ص 138.

القمر الصناعي العربي ARABSAT IIA والقمر الصناعي EUTELSATW2 لتكون بذلك أول فضائية عربية متخصصة بالأخبار والبرامج السياسية، على غرار القنوات الفضائية الإخبارية العالمية المعروفة مثل CNN وBBC وEURO NEWS وغيرها، لم يتجاوز عدد الصحفيين عند البدء 18 صحفياً و 06 منتجي أخبار، و12 مذيعاً¹.

وفي أوائل عام 1997 زادت ساعات البث في هذه القناة لتصبح 09 ساعات يومياً ثم 12 ساعة إلى أن وصلت ساعات البث اليومي في منتصف عام 1997 إلى 17 ساعة لتصبح بعد ذلك على مدار اليوم 24 ساعة²، وتذيع القناة برامجها على 19 قمر صناعي، ومع توسع شبكة الانترنت أنشأت موقع الجزيرة نت، الذي بدأ العمل به فعلياً في أوت من سنة 2000م، وقد اشتهرت قناة الجزيرة عالمياً تقريباً وفجأة بشكل غير متوقع كلاعب دولي في الإعلام العالمي في أعقاب هجمات 11 سبتمبر على الولايات المتحدة الأمريكية³، وتشارك قناة الجزيرة الإخبارية في وكالات الأنباء العالمية ومعظم وكالات الأنباء الوطنية ووكالات بيع الصور في مختلف أنحاء العالم⁴.

منذ أن بدأ البث في تشرين الثاني / نوفمبر 1996، تحولت الدولة القطرية السابقة إلى محطة عربية مستقلة تميزت بها رسام الكاريكاتير السياسي الشهير أحمد توغان، بأنه "صوت كبير من بلد صغير". الصوت الكبير، قناة الجزيرة، يتحدث مباشرة إلى الرجل والمرأة في الشارع الإسلامي والعرب. وقد عرفت دولة شبه جزيرة الخليج الصغيرة قطر، من خلال رؤية الأمير الجديد، مصطلح "الشارع العربي" من خلال استخدام التلفزيون الفضائي، وبالتالي إكتسبت إعترافاً دولياً. وناشدت الجزيرة الشعب العربي والإسلامي، حيث قالت إن الكثيرين كانوا يفكرون بالفعل ولكن لم يسمح لهم بالإستماع إلى هيمنة وسائل الإعلام التي تسيطر عليها الدولة في الشرق الأوسط. وعلاوة على ذلك، فقد حولت أجهزة الإعلام المملوكة للدولة في الشرق الأوسط المملوكة للدولة والإبلاغ عن المواضيع المحرمة التي لم يسبق تناولها في وسائل الإعلام العربية. والواقع أن

¹ محمد الفاتح حمدي وعبد القادر عراضة: إنتاج النشرات الإخبارية التلفزيونية، دار اسامة للنشر والتوزيع، ط1، 2013، ص74.

² رحيمة مزيد: قناة الجزيرة وصراع الفضائيات، الدار الدولية للإستثمارات الثقافية، مصر، 2002، ص ص12-13.

³ Awwad, Julian- al-Jazeera's discourse of arabness An examination of discursive construction of Identity in talk how programming. PhD. (Canada: University Canada, 2005) p5.

⁴ نهى عاطف العبد: مرجع سابق، ص 150.

أسلوب الجزيرة غير المسبوق غير شكل التقارير الصحفية في الشرق الأوسط، وشجع على فرضية صحافة حرة ومفتوحة في منطقة خاضعة للسيطرة والمراقبة في العالم¹.

رابعاً: شعار قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية

كان إختيار إسم قناة الجزيرة كشعار بدلاً من أن يكون إسمها قناة قطر الفضائية أو القناة الفضائية القطرية كونها هيئة مستقلة تماماً في عملها عن الحكومة القطرية ومرافقها الإعلامية والجزيرة إسم عام يساهم في إبعاد الوجه الرسمي الموجه عن القناة فضلاً عن كون الجزيرة تبدو منفردة وحدها وسط البحر دون أن تجاورها أراضي أخرى بصورة مباشرة، بمعنى آخر سميت بقناة الجزيرة في قطر في إشارة إلى أن عملية البث التي تجري من قطر لا تعني تبني القناة لوجهة نظر الحكومة القطرية، ويرى بعض العاملين في مركز القناة في الدوحة أن تسمية الجزيرة تحمل إشارة إلى شبه جزيرة قطر التي يعتبرها أهلها عبارة عن جزيرة تحيط بها المياه²، ويشير اللون الذهبي إلى الرمال التي تميز المنطقة العربية عموماً حيث تمثل ثاني أكبر صحراء في العالم بعد صحراء سيبيريا الروسية في تمثيل لمعادلة القناة بالذهب من حيث قيمته وأهميته³، وهناك من يرى أن إسم الجزيرة يحيل إلى الجزيرة العربية كلها، وشارتها تمثل الكرة الأرضية تغطس في مياه زرقاء، رمز الخليج، العالم يغطس في الخليج والدوحة هي مركز الجزيرة، لإثبات وجود قطر على خريطة الجزيرة ثم العالم⁴ ويشير جينيريك القناة إلى تكنولوجيا الإتصال الفضائي بنزول الكرة الأرضية من أعلى إلى عمق البحر في إشارة إلى عمق الطرح، وطابعها الدولي، وقد حصل شعار الجزيرة على لقب خامس أقوى علامة تجارية عالمية⁵.

¹ Colonel Steven P. Carney United States Army : REPORTING FROM QATAR, THIS IS AL-JAZEERA; USAWC STRATEGY RESEARCH PROJECT;2006,p5.

² الأسد صالح علي الأسد: مرجع سبق ذكره، ص71.

³ زواوي الحاج سعد: إتجاهات الجمهور نحو البرامج الإخبارية لقناة الجزيرة، دراسة ميدانية، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع، تخصص علم إجتماع الإتصال، بسكرة، الجزائر، 2012-2013، ص174.

⁴ حياة الحويك: مرجع سبق ذكره، ص 83

⁵ زواوي الحاج سعد: مرجع سبق ذكره، ص174.

خامسا: الإدارة والتمويل

قدمت حكومة قطر قرضا قيمته 500 مليون دولار لتمويل قناة الجزيرة على مدى خمس سنوات على أن تصبح القناة قادرة على إعالة نفسها من خلال الإعلانات والإشتراكات، يدير قناة الجزيرة الفضائية مجلس الإدارة برئاسة إعلامي شاب متفتح هو الشيخ "محمد بن ثامر آل ثاني" وأعضاء آخرين، وقد وضع مجلس الإدارة خطة خماسية لقناة الجزيرة منذ الإنطلاقة الأولى من عام 1996 إلى عام 2001 لتغطية التكلفة الرأسمالية والتشغيلية، فقد بلغت نفقات الجزيرة لعام 1998 مثلا مائة (100) مليون ريال من إجمالي الميزانية البالغة 500 مليون ريال، أي معدل الإنفاق في العام 100 مليون ريال¹، لكن الملاحظ من القراءة أنه لا توجد أرقام صحيحة وثابتة عن تكاليف إطلاق المحطة، فحسب الباحث مأمون فندي أن الأمير القطري مول قناة الجزيرة بمبلغ 137 مليون دولار أمريكي كمبلغ أولي لتغطية تكاليفها، واستمر تمويل القناة حتى يومنا هذا يأتي من بند في ميزانية الديوان الأميري ويصل هذا الدعم إلى 300 مليون دولار أمريكي سنويا²، تعد الجزيرة من الناحية الإدارية مؤسسة مستقلة، إذ لا توجد جهة تشرف عليها ولا تربطها أي صلة بتلفزيون قطر، فالجزيرة لها وضع خاص يختلف عن القنوات الفضائية الحكومية وغير الحكومية فقد أنشأتها مؤسسة لها استقلالها الذاتي، بتمويل من دولة قطر التي يقتصر دورها على التمويل دون الإشراف أو الإدارة، ولا تربطها أي علاقة بتلفزيون قطر أو وزارة الإعلام القطرية³. وهذا النوع من التمويل يطرح سؤال آخر عن إستقلالية القناة عن الحكومة، والذي يبدو أن الإجابة عليه ستكون أنه مجرد إدعاء لأن المؤشرات تبين غير ذلك كون التمويل يأتي من مسؤولين حكوميين في الدولة، فبعد إحلال وزارة الإعلام القطرية فرنيس مجلس الإدارة لقناة الجزيرة الشيخ حمد بن ثامر ال ثاني كان يشغل منصب مدير عام وزارة الاعلام والثقافة القطرية، والمدير الإداري للجزيرة جاسم بن علي كان مديرا لمحطة التلفزيون القطري عندما كانت هذه المحطة خاضعة للحكومة⁴. وكذا إبتعادها عن بث تقارير وأخبار ضد الدولة القطرية كم تفعل مع الدول العربية والمجاورة لها.

¹ هالة إسماعيل بغدادي: مرجع سبق ذكره، ص 138.

² مأمون فندي: حروب كلامية، الإعلام والسياسة في العالم العربي، ط1، درا الساقى، 2008، ص 102.

³ الأسد صالح علي الأسد: مرجع سبق ذكره ، ص71.

⁴ مامون فندي : مرجع سبق ذكره، ص 114.

سادسا: الإعلان في قناة الجزيرة

يعد الإعلان من أهم مصادر التمويل في القناة حالها حال القنوات التجارية في العالم من الاعتماد على الإعلانات كمصدر هام للتمويل، ويسمح بعرض الإعلانات لمدة 12 دقيقة كحد أقصى لكل ساعة إرسال، وتقسّم الإعلانات إلى أربع (4) فقرات لكل منها ثلاث (3) دقائق مع ضرورة موافقة إدارة القناة على مضمون الإعلانات قبل إذاعتها والتزامها بقواعد ضبط النسخ والترخيص المعتمد لدى القناة.

ويبدو أن المؤشرات مشجعة في أن تسدّد القناة نفقاتها بإعتمادها على التمويل الذاتي عن طريق الإعلانات وبيع برامجها المتنوعة نتيجة إقبال المعلنين في الإعلان في قناة الجزيرة، كما أن شركات عديدة ستقوم برعاية برامج عديدة للجزيرة، لقد إستثمرت نفقات الجزيرة في إنشاء أضخم الأستوديوهات بأحدث الأجهزة التكنولوجية العاملة بالنظام الرقمي (الديجيتال)، وتمتد عدة وكالات أنباء القناة بالصور منها وكالة "رويترز" ووكالة الأنباء الفرنسية والقطرية والمصرية مقابل مبلغ مادي متفق عليه، كما تقوم القناة بتأجير المعدات والأجهزة وبيع المقابلات المشهورة التي تمت في ظروف صعبة¹.

ولزيادة مواردها المالية بادرت قناة الجزيرة الفضائية بإصدار كافة برامجها وموادها الإعلامية على أقراص مدمجة ومطبوعات تطرح للبيع، وقد بادرت دولة قطر بإتخاذ قرارات متعددة لتثبيت قناة الجزيرة وتحديد مواردها، ومن بين هذه القرارات قرار إعادة تشكيل مجلس إدارة الجزيرة وتحويلها إلى شركة مساهمة خاصة، وتأكيدا لهذا القرار أعلن في 2005/02/02 عزم الحكومة القطرية تخصيص قناة الجزيرة بعد إنتهاء المشروع الذي تدرسه كبرى الشركات الأمريكية في مجال الخصخصة².

¹ نهى عاطف العبد: مرجع سبق ذكره، ص 157.

² هالة إسماعيل بغدادي: مرجع سبق ذكره، ص 139.

والمحاور التي تقوم عليها هذه القناة هي:

1. **تغطية الأخبار العالمية والدولية:** من خلال شبكة ضخمة من المراسلين المنتشرين في أنحاء العالم، والذين يزيد عددهم هذه الأيام على 700 مراسل صحفي، بالإضافة إلى تعاونها مع كافة وكالات الأنباء العالمية، وهي تنقل الأحداث أول بأول، ومن مواقع الحدث، وتغطي الأحداث أثناء وقوعها بالصوت والصورة مع إجراء حوارات فورية التعليق على الأحداث .

2. **المناظرات والمناقشات.**

3. **أخبار الإقتصاد والمال والأعمال.**

4. **الأخبار الرياضية.**

5. **البرامج التعليمية والثقافية¹.**

سابعاً: مهام وأهداف إنشاء قناة الجزيرة

عندما قرر الشيخ "محمد بن خليفة" إنشاء قناة الجزيرة لم يكن لديه تصور واضح في البداية عن هيكلها وعملها، ولكنه أعرب عن رغبته في إنشاء قناة تقدم صورة جديدة عن قطر وتنتقل إلى العالم الخارجي².

ذكر المدير العام لقناة الجزيرة السيد "محمد جاسم العلي" أن المهمات التي تضطلع بها المحطة تتلخص بأن مجتمعنا في الوطن العربي وفي الخارج يعتمد على المصادر الأجنبية في تلقي الأخبار، وأن المشاهد العربي كان بحاجة إلى محطة محايدة ذات منظور عربي وليس منظورا غربيا له خصوصية في طرح قضايا لها مصداقية في نقل الأخبار، وربما كانت قناة الجزيرة تحقق هذا الهدف بَعْدَهَا قناة عربية مستقلة للأخبار والمعلومات³.

¹ فارس عطوان: **الفضائيات العربية ودورها الإعلامي**، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2011، ص ص 35-37.

² الأسد علي صالح الأسد: مرجع سبق ذكره، ص ص 71-72.

³ طالب عبد المجيد علاوي وحيدر أحمد علو: **صناعة الأخبار في القنوات العربية المتخصصة**، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن (عمان)، 2015، ص 107.

تعد الجزيرة مشروعاً إعلامياً عربياً منفرداً وقفزة نوعية في الإعلام العربي، تجاوزت ثغرات الإعلام الحكومي المقيد الذي تجاهل المشاهد العربي أحياناً وحرمه من الإطلاع على الحقيقة وما يجري على الساحة العربية والعالمية من أحداث.

وقناة الجزيرة الفضائية هي القناة الإخبارية المستقلة التي كسرت هذا الجمود الإعلامي العربي فراحت تواكب الأحداث وتنقل الأخبار من مواقعها عبر شبكات مراسليها ومكاتبها المنتشرة في أكثر دول العالم، وهواتفها على الهواء مباشرة، وأعدت جسور التواصل مع المشاهد العربي الذي اعتمد في مصادره الإخبارية والمعلوماتية على وكالات الأنباء العالمية وفضائياتها الغربية والأمريكية التي عرفت بتشويهها الحقائق وتزييفها وأنها تحتكر المعلومات بفضل تقنياتها التكنولوجية وخبراتها الطويلة في ميدان البث الفضائي العالمي، بل أن قناة الجزيرة باتت القناة الرائدة في تقديم الخدمات التفاعلية مثل "الجزيرة نت" و"الجزيرة موبايل" و"الجزيرة مباشر أو live streaming.

وتسعى قناة الجزيرة إلى تقديم تغطية إخبارية شاملة لقضايا الساعة والشؤون السياسية والإجتماعية، وتعرض البرامج الحوارية الحية والبرامج الإذاعية الإقتصادية والرياضية، وتسعى إلى ترجمة شعارها المعلن بشكل مسؤول، "الرأي والرأي الآخر"، بتزويد المشاهد بجميع جهات النظر دون تحيز. منذ اليوم الذي تم إطلاقها، إتسمت إستقلاليتها وبطريقة مهنية في جمع وبث الأخبار وفي إعداد برامج حوارية متنوعة. وتسعى برامجهما إلى معالجة القضايا الأساسية والحاسمة التي تهم المواطنين العرب، ولا سيما القضايا الحساسة، دون رقابة، وبالمشاركة الحرة للمشاهدين عن طريق الهاتف أو الفاكس. كما أن القنوات العربية الأخرى لن تجرؤ على التعامل مع هذه القضايا أو الإفصاح عنها، مع تفضيل تحيبتها¹.

تسعى هذه القناة إلى الإبتعاد عن المحلية والإقليمية، فهي تحاول أن تخاطب المواطن العربي بشكل عام، وتكون جسراً إعلامياً حضارياً يسهل إنتقال الخبر للمشاهدين العرب، ويتيح لهم الإطلاع الدائم والمستمر على آخر المستجدات في العالم في مجالات السياسية والمال والأعمال

¹ Taoufik Ben Ammar: **THE LANGUAGE OF TERRORISM AL-JAZEERA AND THE FRAMING OF TERRORISM DISCOURSE**, A Dissertation submitted to the faculty of the Graduate School of Arts and Sciences of Georgetown University in partial fulfillment of the requirements for the degree of Doctor of Philosophy in Arabic Language, Literature and Linguistics. Washington. 2009, P72.

والبرامج الوثائقي، كما تقدم خدمات إعلان فورية ومتميزة عبر القناة الفضائية وتحاول أن تتعامل مع الأحداث بتجرد وحياد وموضوعية ونزاهة تامة دون تحيز لجانب معين¹.

إضافة أبعاد جديدة لصناعة الأخبار والبرامج الحوارية في العالم العربي التي يتعاضم فيها الإهتمام بالإعلام الترفيهي على حساب تقديم خدمة إخبارية وثقافية موضوعية وجريئة ومحررة من القيود الحكومية².

ثامنا: الهيكلية الإدارية والتنظيمية

يشير قانون إنشاء قناة الجزيرة إلى أنها محطة مستقلة ذات شخصية معنوية، مركزها الرئيس في مدينة (الدوحة)، ولها مجلس إدارة مكون من سبعة (7) أشخاص قطريين، يرأسه الشيخ "حمد بن ثامر آل ثاني" وزير الإعلام والثقافة القطري السابق، ورئيس هيئة العامة للإذاعة والتلفزيون ويعقد إجتماعاته على الأقل مرة في الشهر، ويمارس المدير العام المتابعة والإشراف المباشرين على جميع أقسام القناة ويحل بدلا عنه في حالة غيابه معاونه، ويصل عدد العاملين في أقسام الجزيرة إلى قرابة 500 موظف.

تضم هيكلية قناة الجزيرة 14 قسما كما يلي:

1/ قسم إدارة الأخبار:

يشرف عليه رئيس تحرير الأخبار أو مدير الأخبار، مرتبط مباشرة بالمدير العام، ويضم هذا القسم مشرفي النشرات ومنفذيها، ومساعدين لهم ومحرري أخبار ومصححين لغويين، وترتبط بهذا القسم وحدة واجبات المراسلين التي تشرف على جميع مكاتب قناة الجزيرة ومراسليها في جميع أنحاء العالم.

2/ قسم التبادل الإخباري:

ويتولى هذا القسم تنظيم حجوزات عبر الأقمار الصناعية لضمان إيصال المادة الخبرية وبثها على الهواء مباشرة في إطار ترتيبها المعد في النشرة.

¹ هالة اسماعيل بغدادي: مرجع سبق ذكره، ص 137.

² نهى عاطف العبد: صناعة الإخبار التلفزيونية في عصر البث الفضائي، ط1، دار الفكر العربي، 2007، ص 151.

وتكمن أهمية هذا القسم في تأمين البث المباشر على مدار الساعة من جميع مكاتب القناة ومراسليها ومن موقع الحدث في هذه البقعة من العالم أو تلك، والإرتباط بغرف المونتاج حيث يتم تحويل تقارير المراسلين أو المواد الخبرية أو المصورة إلى تلك الغرف لتهيئتها للبث ضمن النشرة الإخبارية أو البرامج المختلفة.

3/ قسم المونتاج الإلكتروني:

يضم إحدى عشر غرفة مونتاج مجهزة بأجهزة مونتاج حديثة تعتمد على أجهزة الحاسوب في عملية تقطيع ودمج الصور ويعمل فيه قرابة 35 موظفا، وعادة ما تتم عملية المونتاج بإشراف المحررين وبمساعدة فنيي المونتاج في المحطة، وفي أحيان كثيرة تكون المادة الإخبارية الواصلة إلى غرف المونتاج تحتاج إلى ترجمة بعض فقراتها إلى اللغة العربية إذا كان أحد المتحدثين يتكلم لغة أخرى، أو تطعيم المادة بمشاهد من الأرشيف بإشراف محرر النشرة الإخبارية

4/ قسم المكتبة:

تحتوي هذه المكتبة على مئات الأفلام والصور والبرامج والتقارير التي تنتجها القناة أو قنوات أخرى يتم تحديثها في الغالب شهريا.

5/ قسم الإخراج: يضم هذا القسم مجموعة من المخرجين الذين يعمل بعضهم في إخراج نشرات الأخبار فيما يعمل البعض الآخر في إخراج البرامج السياسية التي تبثها القناة، إضافة إلى مخرجي البث.

6/ قسم الغرافيك:

ومهمة هذا القسم إنجاز تصميم وطبع وتهيئة مختلف الخرائط والصور والفواصل التي يحتاجها محررو النشرات الإخبارية أو معدوا البرامج السياسية أو البرامج الحوارية.

7/ قسم البرامج:

ويتولى هذا القسم الإشراف على مختلف البرامج التي تبثها القناة ومتابعتها واستحداث برامج جديدة أو إلغاء برامج أخرى حسب كل دورة برامجية¹، فقد سبب ظهور قناة الجزيرة طفرة نوعية في الإعلام العربي الذي كان ينقسم قبل ظهورها إلى مجموعة من القنوات الحكومية التقليدية ومجموعة من القنوات الخاصة اللبنانية والسعودية التي تقدم مضامين إجتماعية وترفيهية متفتحة، بينما قدمت قناة الجزيرة ولأول مرة مضمونا إخباريا جادا يعالج الأحداث بجرأة².

وحرصا منها على إرضاء المشاهدين تقوم القناة ببث مجموعة جديدة من البرامج الحوارية والوثائقية والمجلات التلفزيونية المتنوعة، وقد قامت القناة في سنة 2017م بتغيير فني وتقني شامل تزامن مع إحتفال الشبكة بالذكرى العشرين لإنطلاقها، ولكن قبل الحديث عن البرامج الجديدة سوف نتطرق إلى مجموعة البرامج التي كانت تبث في عام 2015م فمنها ما بقي ومنها ما تم إيقاف بثه وهي كالتالي:

7-1/ البرامج المعنية بشؤون الساعة:

أ/ البرامج الحوارية:

تعتبر البرامج الحوارية في قناة الجزيرة الإخبارية هي السمة البارزة للقناة وأهم ما يميزها بعد الأخبار، حيث تقوم القناة بتقديم عددا من البرامج الحوارية تعالج عددا من القضايا السياسية والإجتماعية والثقافية... إلخ للدول العربية والمشاهد العربي في العالم ككل، ما جعلها تلقى إقبالا جماهيريا واسعا وجدلا كبيرا من حيث الموضوعات والقضايا المثارة، ووجهات النظر المختلفة واستضافتها لشخصيات من مختلف التخصصات والجنسيات، وكذا الخاصية التفاعلية مع الجمهور المشاهدين وإعادة البث للحلقات لأكثر من مرة.

وفيما يلي سوف نتعرف عن كثر على البرامج الحوارية التي تبثها قناة الجزيرة الفضائية

الإخبارية وهي:

¹ راجع مزيد: مرجع سبق ذكره، ص ص 15-17.

² نهى عاطف العبد: مرجع سبق ذكره، ص 152.

1. من واشنطن: برنامج حوارى أسبوعي مباشر يقدمه "عبد الرحيم فقرا"، وتقوم فلسفته على إستضافة إثنين أو ثلاثة من السياسيين أو المحللين لمناقشة ما يجري داخل أروقة الإدارة الأمريكية من قضايا المنطقة لمناقشتها أمام المشاهد تاركا له حرية تحديد رأيه.

- موقعه على الفاييس بوك: @AJMinWash / 75893 معجب بهذا البرنامج
- موقعه على تويتر: @AJMinWash / يتابعه 46.5k

2. في العمق: برنامج سياسي حوارى يقدمه "علي الظفيري"، يبحث البرنامج في القضايا السياسية والفكرية بعمق وتركيز، ويبحث الأسباب والمآلات والمناهج الكامنة وراء تلك القضايا يستضيف كبار المفكرين والمحللين لبحث الزوايا المختلفة للقضية المثارة على طاولة النقاش.



- موقعه على الفاييس بوك: @alomq
- موقعه على تويتر: @indepthshow
- حساب علي الظفيري على موقع تويتر @alialdafiri

3. ما وراء الخبر: برنامج حوارى يومي مباشر، تقوم فكرته على معالجة مفصلة لحدث يشغل الساحة في وقته، ويعتمد إلى طرح أسئلة متعددة تتعلق بالخبر المتناول، يجيب عليها عدد من الخبراء أو المسؤولين ليضع الحقيقة أمام المشاهد تاركا له حرية إتخاذ موقفه.



¹ <http://alkhaleejonline.net/articles/1475083853696963300>

² <http://alziadiq8.com/204133.html>

³ <http://is1.mzstatic.com/image/thumb/Music/v4/15/a6/ff/15a6ff7b-ca2e-64d4-6ca4-651ff16627fb/source/170x170bb.jpg>

⁴ <http://www.aljazeera.net/programs/BehindTheNews/2017/4/7>

4. الواقع العربي: برنامج حوار سياسي يومي يناقش تطورات المنطقة العربية وقضايا الساعة وانعكاساتها على المستوى الإقليمي والدولي.

وجاء إطلاق قناة الجزيرة لهذا البرنامج في إطار التغييرات والتطورات الدائمة التي تجربها على الشكل والمحتوى، وهو ما يترافق مع تغييرات أخرى شهدتها القناة مؤخراً، وتولى بموجبها الإعلامي الأردني "ياسر ابو هلاله" رئاسة القناة، والإعلامي القطري "أحمد ياسر اليافعي" نائباً له.

كما ذكرنا سابقاً الهدف من البرنامج هو رصد مشاهد الواقع العربي بمختلف تجلياته وانعكاساته ومآلاته، وما يشهده الوطن العربي من أحداث وتطورات، ويتم عرضه على قناة الجزيرة الإخبارية بعد منتصف الليل بنصف ساعة بتوقيت مكة المكرمة، فهو نافذة تغطي بمساحة أوسع ومعالجة أعمق للقضايا العربية الراهنة.



2 1



5. حديث الثورة: برنامج حوار مباشر يتناول مسار الثورات في البلدان العربية وما حققته من نجاحات، وما يعترضها من عقبات، ويستضيف البرنامج المسؤولين والنشطاء والخبراء السياسيين لتحليل هذه العناصر بكل حرية وشفافية.



4 3



¹ <http://www.aljazeera.net/programs/discontinued>

² <http://www.aljazeera.net/program/arab-present-situation>

³ <http://4rbtv.com/wp-content/uploads/2014/07/hadith-thawra-2.jpg>

⁴ http://www.fikrwanaqd.net/mritems/images/2012/6/3/1_1825_1_7.JPG

6. لقاء اليوم: برنامج حوارى يستضيف مسؤولين وشخصيات عامة لمناقشة تطورات الأحداث وقضايا الساعة.



2 1



7. بلا حدود: برنامج حوارى أسبوعي يقدمه "أحمد منصور"، يجري حوارا مع أحد المسؤولين أو السياسيين ليعبر عن رأيه الخاص في القضايا المثارة بصراحة ودون حدود ويؤيده بالبراهين.



4 3



8. الإتجاه المعاكس:

برنامج حوارى أسبوعي يقدمه "فيصل القاسم"، ويتطرق لمواضيع حساسة في السياسة والإقتصاد وقضايا إجتماعية، وأحيانا دينية، وتقوم فلسفته على سير أغوار الآراء المتناقضة، وي طرح إستفتاء يحمل وجهتي نظر متناقضتين.

بدأ بثه على الهواء منذ بداية البث تقريبا في تشرين الثاني (نوفمبر) 1996م، ويحظى هذا البرنامج بشعبية واسعة لم تكن معروفة من قبل في التلفزيونات العربية من حيث الإثارة، وطرح القضايا السياسية والفكرية الحساسة⁵. فكان هذا البرنامج حقا بمثابة إعلان ثورة في الإعلام العربي والذي ارتبط إسمه بإسم مقدمه الإعلامي الإستثنائي (فيصل القاسم) الذي سحر الجماهير بأسلوبه الإستثنائي الذي يقدم به البرنامج، وهو أسلوب غير مألوف عند الجماهير العربية ولا موضوع

¹ <http://www.aljazeera.net/File/GetImageCustom/30C6C59D-9CF2-4E31-9321-EF54562CAFE0/475>

² http://bc04.ajmn.me/665001584001/201607/454/66500158400_VideoStillImagebf3a77.jpg?

³ http://bc04.ajmn.me/665001584001/201606/3773/665001584001_VideoStillImage101194.jpg?

⁴ <https://i.ytimg.com/vi/vrNral90Ix0/maxresdefault.jpg>

⁵ مفيد الزبيدي: تاريخ قطر المعاصر، 1913 - 2008، دار المناهج للنشر والطباعة، عمان (الأردن)، 2010، ص137.

البرنامج، ففي تاريخ الإعلام العربي لم يحصل شخصية إعلامية على اهتمام الجماهير وبين أخذ ورد مثل مقدم برنامج الإتجاه المعاكس فيصل القاسم¹.



3



2

ويوضح القاسم أن المشاكل واجهته منذ البداية في إيجاد مشاركين يساهمون بجرأة وحرية في البرنامج، ولكن الذي حصل أن البرنامج تطور بمرور الزمن حتى وصل إلى هذا المستوى وتبنى موضوعات هي مثار خلافات عربية-عربية، كحقوق الانسان في الدول العربية ومستقبل القومية العربية، ومشكلة الأقليات، والعلاقات بين العرب والغرب، وموقف العرب في بلدان المهجر... وقضايا أخرى⁴.

وتقوم فلسفة البرنامج على إستضافة شخصيتين متناقضتين في الرأي وحاول كل منهما إثبات وجهة نظره على حساب رأي الضيف الآخر، وهنا يأتي دور مقدمه في إذكاء نار المواجهة ويتم فتح المجال للمشاهدين للإتصال وإعطاء رأيهم ووجهة نظريهم إما بتأييد أحد الضيوف أو العكس، وفي كثير من الأحيان يصل حدة المناقشات بين الضيوف إلى حد الضرب أو إنسحاب أحد الضيوف، مما يشكل ظاهرة غير مسبوقة في البرامج الحوارية العربية عبر الفضائيات الرسمية أو الخاصة.

ويعتقد فيصل القاسم مقدم البرنامج أن نجاح برنامجه يعود إلى عدم تدخل الحكومة القطرية في برامج قناة الجزيرة ومنحها كامل الحرية في إبداء الرأي والرأي الآخر، وتوفير أجواء ديمقراطية كما يرى أن هذا المنهج من المفترض تبنيه من قبل المثقفين العرب والشعب العربي، فلسفة

¹ تمت زيارة هذا الموقع بتاريخ 19 ديسمبر 2016 <http://www.sudanjem.org/2011/04/>

² https://lh3.googleusercontent.com/_9XbsuWnjg0dVMsn2ZYkTNaBXGFwLicMMrdjWw71Tf

³ <http://www.turkpress.co/sites/default/files/field/image/c50wb7nxqaadhv4.jpg>

⁴ مفيد الزبيدي: مرجع سبق ذكره ، ص 137.

برنامجها هي التحدث بعقل مفتوح وديمقراطية في إبداء الرأي في القضايا المهمة من دون تردد أو مجاملة¹.

وما يعاب على هذا البرنامج هو أنه منذ بدايته إلى نهايته لا نسمع إلا صراخ وسب وشتم واتهامات بين الضيفين والمقدم يحاول تهدئة الأوضاع تارة وإذكاء نار الحوار تارة أخرى مثال يقول له الضيف قال عنكم كذا وكذا رد عليه، ولا نعرف من الطرف الحق ومن الطرف الباطل فكل منهما أدلة وبراهين تبين أنه على حق ما يترك ذهن المشاهد مشتتاً وحائراً وهذا راجع لغياب خاتمة تضم أهم ما حصل في الحوار وما توصل إليه.

9. **شاهد على العصر:** برنامج حوار أسبوعي مسجل، يقدمه "أحمد منصور" تقوم فكرته على إجراء حوار مباشر مع أحد السياسيين ليشهدوا على حقبة زمنية مدعمة بالأدلة والبراهين والوثائق ليضع الحقيقة التاريخية أمام المشاهد.



2 3



10. **لقاء خاص:** برنامج حوارى يستضيف مسؤولين وشخصيات عامة لمناقشة تطورات الأحداث وقضايا الساعة.

11. **المشهد العراقي:** برنامج أسبوعي حوارى مباشر يناقش الأحداث على الساحة العراقية⁴.

2-7/ مجلة تلفزيونية

2-7-1/ **المرصد:** مجلة أسبوعية تقدم قراءة مبتكرة في القضايا المتصلة بعالم الإعلام عربياً وعالمياً وترصد الجديد في ميدان الإتصال سواء عبر الوسائل التقليدية أو وسائط الإعلام الجديد برنامج يقرب عالم صناعة الخبر من المشاهد، ويفتح له باب المشاركة والتعليق عبر مواقع التواصل الإجتماعي ليبيدي رأيه في مختلف الشؤون المتصلة بالإعلام ويثري النقاش حولها.

¹ نفس المرجع السابق: ص 138.

² <http://www.aljazeera.net/File/GetImageCustom/3b273ed0-692f-4a04-8925-0eaac3572ed6/747/423>

³ https://upload.wikimedia.org/wikipedia/ar/9/96/%D8%A7%D9%87%D8%AF%89_.jpg

⁴ رحيم مزيد: مرجع سبق ذكره، ص ص 15-17.

7-2-2 / الإقتصاد والناس: برنامج حوارى أسبوعي مسجل يقدمه "أحمد بثتو" تقوم فكرته على معالجة مفصلة لأحداث إقتصادية على الساحة الدولية والعربية، ويعمد إلى طرح أسئلة متعددة تتعلق بالحدث المتناول يجيب عليها عدد من الخبراء والإقتصاديين أو أصحاب الشأن.

7-2-3 / مراسلوا الجزيرة: مجلة تلفزيونية أسبوعية تتضمن تقارير خاصة ومنوعة من مختلف مناطق العالم¹.

7-3 البرامج الوثائقية:

7-3-1 / عالم الجزيرة: نافذة وثائقية أسبوعية منتقاة من قنوات شبكة الجزيرة الإعلامية بلغاتها المختلفة بجانب الإثارة الأنية وتكمل الرسالة الإخبارية، رسالتها الإتيان للمشاهد بقصص من المعارك والمعابد والمعاهد والمعامل والمصانع والمتاحف والمناجم والملاجئ والمقابر والقصور متيحة له إطلالة موثقة فسيحة على حيوات الشعوب إذا ترمق لقمة عيش سرقة، أو ترنو إلى استرداد حرية سلبت، أو حقوق إنتهكت أو تتطلع إلى حياة فضلى تجمعها إنسانية واحدة وألسن شتى، عالم الجزيرة ... قصص الأخبار وثائقيا.

7-3-2 / الجهات الأربع: باقة منوعة من الوثائقيات المشتريات تسلط الضوء على قضايا الساعة وأبرز الأحداث الساخنة على الساحة العالمية، وتتناول عددا من القضايا السياسية والإقتصادية والعلمية والتاريخية المهمة، كما توفر البيانات والمعلومات للعامة والمختصين، وهي تراعي أذواق المشاهدين لشاشة الجزيرة "الجهات الأربع" زاد معرفي يستكشف ظواهر سياسية وإقتصادية وعلمية وثقافية راهنة أو ماضية من سائر جهات المعمورة.

7-3-3 / المشاء: برتريهات لمبدعين عرب ومدنهم، فكرة نص وإخراج "جما العرضاوي".

7-3-4 / تحت المجهر: برنامج وثائقي أسبوعي من إنتاج الجزيرة يبحث في القضايا السياسية المرتبطة بحياة الإنسان العربي اليومية ليجمع السياسي بالإجتماعي والإقتصادي بالإنساني، ويقدم مضمونا جادا بقالب فني متميز من إخراج مخرجين عرب من كل العالم .

7-3-5 / برامج متفرقة: نافذة لعرض البرامج غير الدورية والتغطيات الخاصة وأحداث الساعة على شاشة الجزيرة.

¹ رحيم مزيد: مرجع سبق ذكره، ص ص 15-17.

7-3-6 / الصندوق الأسود: برنامج وثائقي إستقصائي يهدف إلى فتح الملفات بعين المحقق يحاول فيها كشف أسرار أو تفاصيل جديدة يناقش قضايا أثارت الجدل وقضايا ظلت في الكتمان ويعيد سرد الأحداث برؤية موثقة.

7-3-7 / برقيات التجسس: تمكنت وحدة الصحافة الإستقصائية في شبكة الجزيرة من الحصول على مئات الوثائق المصنفة عالية السرية صادرة من أجهزة مخابرات عالمية مما يتيح فرصة نادرة لمتابعة ما يجري في عالم التجسس.

7-3-8 / فلسطين تحت المجهر: برنامج وثائقي شهري من إنتاج الجزيرة، يقدم القضية الفلسطينية في أوجه جديدة ترتبط بحياة الفلسطيني أينما كان ليجمع توثيق الماضي بالحاضر ويفتح آفاقا للمستقبل ويقدم القضية الفلسطينية بعيدا عن البكائيات بعيون مخرجين من كل العالم. بالإضافة إلى برنامج الشاهد، برنامج الحرب العالمية في عيون العرب، برنامج الجريمة السياسية برنامج أرشيفهم وتاريخنا.

7-4 / البرامج المتوقفة

منذ إنطلاقة الجزيرة الإخبارية كانت لديها العديد من البرامج التي نالت إستقطاب المشاهد العربي إلا أنها توقفت عن البث، وتم استبدالها ببرامج أخرى يمكن القول أن برنامج واحد من الذين يعرضون اليوم يجمع عدة برامج من الذين تم عرضهم في البداية ومن البرامج المتوقفة نذكر: متفرقات، الشريعة والحياة، نقطة ساخنة، موعد في المهجر، أصدقاء العرب، حوار مفتوح ممنوعون، وجهة نظر، أوراق ثقافية، أصوات من العراق، إشراقات، سباق الرئاسة الأمريكي، مع هيكل، زيارة خاصة، منبر الجزيرة، الملف، كتاب قرأته/كتاب ألفته، أكثر من رأي، المحاربون القدامى، رائدات، سري للغاية، النشرة الطبية، أدب السجون، وفي عام 2017م تم توقيف برنامج في العمق، الواقع العربي، حديث الثورة، عالم الجزيرة، تحت المجهر، مراسلوا الجزيرة، فلسطين تحت المجهر، الجهات الأربع، الجريمة السياسية، برقيات التجسس، الشاهد، الحرب العالمية الأولى في عيون العرب، المشهد العراقي.

7-5/ البرامج الجديدة

7-5-1/ البرامج الحوارية

أ/ عين الجزيرة: برنامج أسبوعي يتناول قضية ذات صلة مشتركة بين عدد من الدول، لكن لن نستمع هذه المرة إلى محللين وكتاب بل إلى شبكة من مراسلي الجزيرة يتناولون بحوار حربي الأخبار كل من مكانه ويحاولون الربط بينها بغية الوصول إلى صورة إخبارية كاملة أكثر عمقا.

ب/ نشرة الثامنة التفاعلية -نشرتكم-: هي مجلة إخبارية تفاعلية تعنى بتغطية أبرز ما يتم تداوله على منصات التواصل الاجتماعي عربيا ودوليا، كما تهتم بتغطية تفاعلات القضايا الإخبارية على المنصات الرقمية.

ج/ للقصة بقية: برنامج حوارى أسبوعي يبحث في قضايا عامة تهم المشاهد العربي قد تكون ضمن الشأن الجارى أو ما زالت تداعياتها موجودة، البرنامج عبارة عن فيلم لنصف ساعة، يختصر القصة بشكل قصصي أو تحقيقي، أبطالها شهود عيان، بينما الجزء الثانى فهو حوار مع المختصين المعنيين بالقصة نفسها، على أن يكون لمنصات التواصل الاجتماعي دور في التفاعل بنشر آراء المشاهدين والرد عليها.

د/ سباق الأخبار: مجلة أسبوعية تفاعلية متنوعة تبث بشكل مباشر وتضم في زواياها فقرات عدة تبدأ المجلة بسياقين مستمدين مما ورد في عالم الأخبار خلال الأسبوع، السياق الأول عن الشخصية الأكثر بروزا وفقا لتسويق ينطلق قبل أيام من موعد الحلقة على مواقع التواصل الاجتماعي والفيس بوك وتويتر، أما السياق الثانى فيتناول الحدث الأكثر أهمية بناء على تصويت المشاهدين، إضافة إلى هذين السياقين يضم البرنامج فقرات أخرى من قبل الفيديو والمقال والصور والوسم الأكثر تناولا على مواقع التواصل ونشرات الأخبار¹.

7-5-2/ مجلة تلفزيونية:

أ/ فوق السلطة: يعالج أحداث الأسبوع السياسية والأمنية والإقتصادية والاجتماعية العامة بأسلوب إنتقادي وهجائي ساخر على طريقة الكوميديا السوداء، مع الإحتفاظ بجانب من الجدية، وذلك عبر عدة قوالب فنية قصيرة وفقرات متتابعة، من السكتشات التمثيلية التي تمزج بين الواقع والعالم الافتراضي، إلى الأغاني المعبرة بسخرية عن واقع الحال، إلى الفوكس بوب وآراء الناس، إلى أبرز

¹ تمت زيارة الموقع بتاريخ 2017/03/12 <http://www.aljazeera.net/programs/discussions>

سقطات السياسيين الإعلامية على شاشات التلفزيون والإنترنت خلال أسبوع، مع إشراك الجمهور بإنتاج أفلام ساخرة قصيرة وإرسالها إلى البرنامج لعرض المميز منها.

ب/ حياة ذكية: مجلة تلفزيونية أسبوعية مسجلة (نصف ساعة) ذات فقرات متنوعة تتميز بتغطيتها لجديد التقنيات وآخر الأخبار والإكتشافات والإبتكارات في مجال التكنولوجيا (كمبيوتر، أجهزة محمولة، تقنيات طبية، سيارات، إلخ) وغيرها من المجالات ومدى تأثيرها على حياتنا اليومية وذلك بأسلوب مبسط وسهل وعرض لا يخلو من التشويق. يهدف البرنامج إلى رفع الوعي التقني للمشاهدين وكسب شريحة المهتمين والمستخدمين للتكنولوجيا والسعي لإثارة الفضول وحب المعرفة لدى المشاهد غير المهتم بالتكنولوجيا وإبقاء المشاهد العربي على اطلاع دائم بالأحداث في عالم التكنولوجيا.

ج/ زمام المبادرة: برنامج أسبوعي يسرد مبادرات أسهمت بتعزيز قطاعات في المجتمعات العربية أو حل مشاكل سواء إقتصادية أو إجتماعية أو ثقافية¹.

7-5-3/ برامج وثائقية:

أ/ رواد الأعمال: برنامج وثائقي أسبوعي يقدم نماذج لمشروعات ريادية عربية استطاعت أن تتحول من أفكار بسيطة غير تقليدية إلى مشروعات ناجحة تخطت مرحلة البيانات الصعبة، وانطلقت نحو النجاح وجني الأرباح والحصول على دفعات تمويلية كبيرة.

ب/ خارج النص: هم كتاب وفنانون غردوا خارج السرب، وأبدعوا خارج النص المؤلف، فشكّلت إنتاجاتهم الحدث وأثارت الجدل حد منع كثير منها من التداول والنشر، في برنامج خارج النص متابعة تقنية لتفاصيل السجل الثقافي والسياسي التي طالت عددا من الأعمال الأدبية والفنية بالوطن العربي والعالم.

ج/ مغتربون: أما برنامج "مغتربون" فيتناول في كل حلقة قصة نجاح شخصية عربية غادرت موطنها الأصلي، واستقرت في المهجر².

¹ زيارة الموقع بتاريخ: 2017/03/12 تمت <http://www.aljazeera.net/programs/newsmagazineshows>

² تمت زيارة الموقع بتاريخ: 2017/03/12 <http://www.aljazeera.net/programs/documentaries>

7-5-4 / برامج تحقيقية

أ/ **تحقيقات الجزيرة:** برنامج وثائقي يختص بأفلام ذات طبيعة تحقيقية إستقصائية تنتجها وحدة التحقيقات الإستقصائية في شبكة الجزيرة، وتتوع طبيعة المواضيع التي يحقق فيها البرنامج بين السياسية والإقتصادية والإنسانية. وتتسع تحقيقات البرنامج لتشمل أي دولة أو إقليم في العالم.

ب/ **المسافة صفر:** برنامج وثائقي يستعرض القضايا الشائكة في المناطق الساخنة، تقدمه الزميلة سلام هنداوي من خلال تواجدها في (المسافة صفر) وعلى مقربة من الشخصيات والأحداث بهدف إعطاء إجابات هادئة حول إشكاليات مشتعلة.

ج/ **ما خفي أعظم:** برنامج إستقصائي، يرصد قضايا يلفها الغموض من مختلف دول العالم، يتتبع خيوطها وتفصيلها ويسعى لكشف نتائج جديدة بأسلوب تحقيقي ميداني، يتابع الأشخاص المرتبطين بالقضية مستعينا بأساليب التصوير السري ومواجهة المعنيين أمام الكاميرا. يقدمه تامر المسحال¹.

8 / قسم العلاقات البرمجية والدولية:

هذا القسم معني بتنسيق مواعيد الضيوف القناة من الشخصيات التي تشارك في برامجها المختلفة وتأمين كل مستلزمات سفرها وإقامتها ومشاركتها في البرنامج.

9 / قسم الإنتاج:

يتولى كل ما يتعلق بعملية إنتاج المواد الإخبارية والبرمجية وإعداد الخطط الكفيلة بتأمين مستلزمات العمل والكلف التخمينية لها.

10 / قسم التسويق:

المهمة الرئيسية لهذا القسم هي التعاقد مع المعلنين فضلا عن إجراء إستطلاعات الرأي المختلفة التي تمكن القناة من معرفة مستوى انتشارها وأي البرامج أكثر قبولا لدى المشاهدين².

¹ تمت زيارة الموقع بتاريخ: <http://www.aljazeera.net/programs/investigative> 2017/03/12

² رحيم مزيد: مرجع سبق ذكره، ص ص 15-16.

11/ القسم الهندسي:

وهو القسم المعني بالجانب التقني، مهمته تحديث التقنية الموجودة والإشراف على عملية البث من جانبها التقني صورة وصوتا، ومتابعة تأمين إيصال بث القناة عبر الأقمار الصناعية المشتركة فيها، ومن الجدير بالذكر أن قناة الجزيرة وقعت مذكرة تفاهم مع الشركة المالكة للقمر الصناعي Nile SAT لاستئجار قناتين عربيتين أحدهما لبث إرسال القناة إلى الشرق الأوسط للذين يصلهم إرسال نايل سات وأخرى لاستلام الإشارة التلفزيونية من مدينة الإنتاج الإعلامي على مدى 24 ساعة كقناة احتياطية، كما تبث القناة على قمر هوت بيرد 3 ويوتلسات¹ W2.

جدول رقم (07) يبين تردد قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية لعام 2017².

التردد	FEC	القمر
10973(v)	3/4	نايل سات
10971 (v)	3/4	يوتلسات
10971 (v)	3/4	نايل سات
4054 (LH)	3/4	عرب سات
11604 (h)	3/4	سهيل سات
12457 (V)	3/4	تركسات
3660 (v)	3/4	آسيا سات
12111 (v)	3/4	هوت بيرد

12/ قسم المكياج:

وهو أحد الأقسام الذي يحظى بأهمية في قناة الجزيرة حيث يشرف على عملية المكياج جميع مذيعات ومذيعي القناة إلى درجة عدم السماح لأي منهم بالظهور أمام الكاميرا قبل الدخول إلى غرف المكياج.

¹ نهى عاطف العبد: مرجع سبق ذكره، ص 158.

² <http://www.egyscoop.com/7333/الجديد-الإخبارية-الجزيرة> تردد-قناة-الجزيرة-الإخبارية-الجديد

13/ القسم الإداري:

وواجبه تنظيم المخاطبات الإدارية الخاصة بجميع العاملين وإصدار أوامر العمل لهم وتنظيم عقود التشغيل والبطاقات وغيرها من المتطلبات الإدارية المختلفة.

14/ القسم المالي:

وهو المعني بصرف المستحقات المالية للعاملين وتنظيم عائدات ومصروفات القناة وتقديم كشف دوري بها إلى مجلس الإدارة، وتأمين عملية الإنفاق المالي على جميع نشاطات القناة الإدارية منها والفنية.

15/ قسم العلاقات العامة:

القسم المتخصص بإدامة العلاقة بين القناة والمجتمع، وكذلك المتعاملين معها كتنظيم معارض فنية وإرسال بطاقات التهنئة وإستقبال ضيوف القناة¹.

تاسعا: أسباب شهرة قناة الجزيرة عالميا

من أكثر أسباب شهرة قناة الجزيرة عالميا الأسباب المهنية التي تتمثل في المستوى المهني والحرفي الرفيع الذي يمتاز به قناة الجزيرة، والتي اتخذت من هيئة الإذاعة والتلفزيون البريطانية والتقنوات الإخبارية الغربية نموذجا يحتذى به من حيث مراعاة الدقة والموضوعية في التغطية والحرص على تقديم الرأي والرأي الآخر، بالإضافة إلى الإعتماد على التقارير الإخبارية المصورة من مواقع الأحداث وتقارير المرسلين الميدانيين من شتى أنحاء العالم².

ومن أسباب شهرة الجزيرة أيضا أنها برأي البعض كسرت كثيرا من الممنوعات والمحظورات قديمة العهد، ناهيك عن تخصيصها هواء المحطة لشخصيات مثيرة للجدل، بدءا من قادة المعارضة في الدول العربية وصولا إلى المسؤولين الإسرائيليين، والواقع أن الجزيرة إكتسبت شعبية

¹ رجب مزيد: مرجع سبق ذكره، ص ص 15-17.

² مخلد خلف النوافة: اتجاهات الجمهور الأردني إزاء قضايا الإرهاب التي تبثها قناتا الجزيرة والعربية – دراسة ميدانية- رسالة مقدمة للحصول على رسالة ماجستير في الاعلام، جامعة الشرق الاوسط للدراسات العليا، 2010، ص61.

في تغطيتها لعملية ثعلب الصحراء في العراق عام 1998 عندما كانت الجزيرة في حرب أفغانستان المحطة الوحيدة التي تغطي الحدث من موقعه¹.

أسباب سياسية منها أحداث هجمات 11 سبتمبر 2001 والحرب الأمريكية على أفغانستان التي أعقبها، فقد كانت قناة الجزيرة الإخبارية هي القناة التلفزيونية الوحيدة التي سمح لها بالبقاء في أفغانستان قبل غزو قوات التحالف الدولي لها في أكتوبر 2001 وبالتالي إنفردت ببث تقارير إخبارية حية بالصوت والصورة عبر الأقمار الصناعية مباشرة من داخل أفغانستان، أما CNN و BBC فقد اعتمدت في كثير من الأحيان على التغطية الإخبارية لقناة الجزيرة².

تتميز قناة الجزيرة بأنها القناة الإخبارية العربية الأولى التي تنتهج نهجا مستقلا حرا ومحايذا في كل ما تعرضه من حوارات وبرامج، وتعمل القناة وفقا لأعلى مستويات المهنة الصحافية المحترفة مما أكسبها إحتراما كبيرا وشهرة واسعة بين المشاهدين، وتولي الجزيرة أهمية خاصة في برامجها لنشرات الأخبار وقضايا الساعة والتي تعرض من خلال البرامج الحوارية والتحليلات السياسية والإخبارية على مدار الأسبوع، كما تبث الجزيرة العديد من النشرات الإقتصادية والبرامج الرياضية والوثائقية والعلمية والترفيهية التي تجذب مختلف الفئات والشرائح من الجمهور³.

عندما بدأت قناة الجزيرة في معالجة القضايا السياسية، بدأ جدل كبير في الظهور وحتى الحكومات بدأت تأخذ علما بالمناقشات، وعموما كانت الحكومات غير مستقرة بشأن برامج مثل "الإتجاه المعاكس". وللمرة الأولى على الإطلاق في تاريخ التلفزيون العربي، أدت البرامج التلفزيونية إلى أزمات دبلوماسية⁴ بين حكومة قطر وعدد من الحكومات العربية الأخرى، البعض من هذه الأزمات أدت إلى إغلاق الشبكة المصورة للمكتب المحلي وحتى لسحب السفراء من بعض الدول العربية لفترات قصيرة من الوقت⁵.

¹ نفس المرجع السابق: ص 103

² محمد فلاح القضاة وسحر محمد خميس: الصورة الذهنية لقناة الجزيرة والجزيرة الدولية لدى الشباب الجامعي، دراسة ميدانية، المجلة الأردنية للعلوم الإجتماعية، م1، ع1، 2008، ص30

³ هالة إسماعيل بغدادي: مرجع سبق ذكره، صص145-146.

⁴ Mohamed zayani: the al Jazeera phenomenon, critical perspectives on new arab media;1 st published; pluto press; London; 2005; p95.

⁵ Julian M Awwad : Al Jazeera's discours of arabness An examination of the discursive construction of identity in talk show programming; department of art history and communication studies Mc gill university montreal.2005.P51.

عاشرا: شبكة الجزيرة

تشغل قناة الجزيرة عددا من القنوات المتخصصة بالإضافة إلى قنواتها الإخبارية الرئيسية شملت باقة من القنوات نذكرها فيما يلي بالترتيب أو حسب سنة نشأتها وهي:

1. الجزيرة مباشر مصر 2011 متوقفة حاليا.
2. قناة الجزيرة مباشر 15 ابريل 2005.
3. قناة الجزيرة أمريكا 20 اغسطس 2013 ومقرها نيويورك.
4. قناة الجزيرة الانجليزية 15 نوفمبر 2006.
5. قناة الجزيرة الوثائقية: 1 يناير 2007 وأطلق الموقع الإلكتروني الخاص بها بعد عامين في 1 يناير 2009.
6. Bein Sports الإنطلاقة
 1. 1 نوفمبر 2013 1 يناير 2014 الشرق الأوسط وشمال إفريقيا.
 2. 1 يونيو 2012 فرنسا.
 3. 15 أغسطس 2012 أوروبا وأمريكا الشمالية.
 4. 1 يوليو 2013 أندونيسيا.
 5. 15 أكتوبر 2013 فلبين.
 6. 1 نوفمبر 2013 تايوان وهونغ كونغ.
 7. 1 فبراير 2014 تايلاند.
 8. 1 فبراير 2014 كندا أون لاين.
 9. الجزيرة نت يناير 2001 أول موقع رئيسي للأخبار باللغة العربية على شبكة الإنترنت.
 10. مركز الجزيرة للتدريب و التطوير الإعلامي.
 11. مركز الجزيرة للدراسات.
 12. قناة براعم للأطفال 16 يناير 2009.
 13. قناة الجزيرة البلقان 2011/11/11. مقرها البلقان.
 14. قناة تلفزيون (ج) JEEM TV عام 2005.

إحدى عشر: بعض مقدمي قناة الجزيرة

1/ أحمد منصور:

صحفي وإعلامي مصري، إسمه بالكامل "أحمد السيد منصور"، ولد يوم 16 يوليو لعام 1962م في قرية منية سمنود بمركز أجا التابع لمحافظة الدقهلية، حاصل علي ليسانس آداب من جامعة المنصورة عام 1984م.

تولى "أحمد منصور" عقب تخرجه منصب مدير إدارة المطبوعات والنشر في دار الوفاء للطباعة والنشر خلال الفترة (1984 - 1987)، حيث أشرف على إصدار قرابة مائة وخمسين كتاباً في شتى العلوم والمجالات، كما كان يكتب بشكل منتظم في العديد من الصحف والمجلات.

انتقل الصحفي "أحمد منصور" بعد ذلك إلى الإمارات ومنها إلى باكستان، وهناك عمل مراسلاً لشؤون أفغانستان وآسيا الوسطى للعديد من الصحف والمجلات العربية، كما قام بتغطية الحرب الأفغانية خلال الفترة (1987-1990)، ثم غادر إلى الكويت عام 1990م وعمل مديراً لتحرير مجلة المجتمع الكويتية خلال الفترة (1990-1997).

وفي عام 1997م انضم "منصور" إلى قناة "الجزيرة" الفضائية بقطر للعمل كمنتج ومقدم لعدة برامج من أشهرها "بلا حدود" و"شاهد على العصر"، حيث عُرف بجرأته في عرض الحقائق واتزانته وجديته خلال مواجهة ضيوف البرنامج.

يتمتع الإعلامي "أحمد منصور" بمشوار صحفي طويل قام خلاله بعدد من الإنجازات أهمها تغطية الحرب في البوسنة والهرسك خلال الفترة (1994-1995)، وتغطية معركة الفلوجة الأولى في العراق عام 2004م، كما أنه كاتب مشارك في العديد من الصحف والمجلات العربية، وعضو في نقابة الصحفيين المصرية وجمعية الصحفيين البريطانية، وكذلك جمعية صحفيون بلا حدود الفرنسية وجمعية الصحفيين الدولية.

إلى جانب العمل الصحفي والإعلامي إنصرف "منصور" إلى الكتابة الأدبية حيث أصدر ما يقرب 14 كتاباً منها أربعة كتب عن أفغانستان وحدها وهم "مستقبل كابول" و"امرأة من أفغانستان" و"تحت وابل النيران في أفغانستان" و"مستقبل أفغانستان وجذور الصراع بين المجاهدين الأفغان". بالإضافة إلى مجموعة من أبرز الكتب منها "أضواء على السياسة الأمريكية في الشرق الأوسط" و"الإختراق الإسرائيلي للعالم العربي" و"النفوذ اليهودي في الإدارة الأمريكية" و"سقوط الحضارة الغربية رؤية من الداخل" و"جيهان السادات شاهدة على عصر السادات" و"أحمد ياسين شاهد على عصر الإنتفاضة" و"قصة سقوط بغداد"¹.

التجربة العملية

- * مدير إدارة المطبوعات والنشر في دار الوفاء للطباعة والنشر والتوزيع في مصر 1984-
- 1987. * مراسل لشؤون أفغانستان وآسيا الوسطى للعديد من الصحف والمجلات العربية في باكستان، وقام بتغطية الحرب الأفغانية 1987-1990.
- * مدير تحرير مجلة المجتمع الكويتية 1990-1997.
- * قام بتغطية الحرب في البوسنة والهرسك 1994-1995.
- * قام بتغطية معركة الفلوجة الأولى في العراق 2004.
- * عضو نقابة الصحفيين المصرية، وجمعية الصحفيين البريطانية وصحفيون بلا حدود الفرنسية وجمعية الصحفيين الدولية.
- * كاتب مشارك في العديد من الصحف والمجلات العربية.

¹ <http://gololy.com/cv/%D8%A3%D8%AD%D9%85%D8%AF..>

الكتب المنشورة

* صدر له 16 كتابا منها (تحت وابل النيران في أفغانستان، تحت وابل النيران في سرايفو، النفوذ اليهودي في الإدارة الأميركية، قصة سقوط بغداد، وغيرها).

* قام بتحويل برنامج مشاهد إلى كتاب مقروء حيث أعد سلسلة كتاب الجزيرة عن الذين شاركوا في برنامج شاهد على العصر وصدر منها كتاب "جيهان السادات.. شاهد على عصر السادات" و"الشيخ أحمد ياسين.. شاهد على عصر الإنتفاضة"، وغيرها¹.

2/ المقدم علي الظفيري:

علي الظفيري إعلامي سعودي ومقدم برامج في قناة الجزيرة من مواليد 19 أكتوبر 1975 في الكويت، من أبناء مدينة (حفر الباطن) السعودية، واكتسب شهرة عالية جراء تألقه في محاورات الثورة التونسية وثورة 25 يناير المصرية وتميزه في الأداء وتغطية الثورات العربية ، يكتب حالياً مقالة أسبوعية في جريدة العرب القطرية.

مؤهلاته وخبراته

- دبلوم إعلام من جامعة الملك سعود في الرياض 1999
- بكالوريوس علم نفس تربوي من كلية التربية في جامعة الكويت 1997
- مذيع ومقدم برامج في إذاعة وتلفزيون المملكة العربية السعودية 1999-2004
- مذيع ومقدم برامج في قناة الجزيرة من 25 أبريل 2004 حتى الآن.
- مقدم ومنتج برنامج في العمق على قناة الجزيرة العاشرة مساء كل اثنين.

¹ <http://www.aljazeera.net/programs/broadcasters/2012/3/5/%D8%A3%D8%AD%D9%85%D>

3/ محمد كريشان

من مواليد 07 جانفي 1959 صفاقس (تونس)

- حاصل على بكالوريوس صحافة وعلوم الأخبار من جامعة تونس عام 1981
- عمل مذيع أخبار في تلفزيون البي بي سي العربية في لندن عام 1995، وحتى 1996.
- عمل مراسل إذاعي مونت كارلو وهولندا العربية في تونس 1991 وحتى 1995.
- عمل مراسل لعدد من الصحف العربية 1988 وحتى 1995.
- عمل محرر الشؤون العربية في عدد من الصحف التونسية الأسبوعية المستقلة والمعارضة 1980 وحتى 1995.
- عمل معد ومقدم لبرنامج سياسي أسبوعي في إذاعة تونس 1991 وحتى 1993.
- عمل مراسل لتلفزيون MBC من 1991 وحتى 1992، وكان متعاون مع وكالة رويترز للأخبار.
- حاصل على جائزة أفضل صحفي إذاعي عام 1992، وتكريم خاص من الرئيس الفلسطيني الراحل ياسر عرفات لتغطياته الخاصة بالقضية الفلسطينية عام 1993.
- عضو بمجلس أمناء لجنة حماية الصحفيين في نيويورك منذ يوليو 2011.

الكتب المنشورة:

- 1- منظمة التحرير الفلسطينية التاريخ والفصائل تونس 1986.
- 2- الجزيرة وأخواتها (مجموعة مقالات عن الإعلام) باريس 2006.

4/ خديجة بن قنة:

من مواليد الجزائر " جزائرية " حسابها على تويتر @Benguennak
وعلى أنستغرام: khadija_benganna يتابعها **9 665 647** شخص.

الجوائز:

- جائزة الصحافة العربية- جائزة الإنسان العربي .
- والعديد من الجوائز العربية والدولية

- المؤهلات والخبرات:

- * بكالوريوس في الإعلام الإذاعي والتلفزيوني من جامعة الجزائر 1988.
- * شهادة تكوين بمركز (CFJ) لتكوين وتدريب الصحفيين في الوفر بباريس 1989.
- * شهادة تكوين بمركز (CIRNEA) للإنتاج التلفزيوني بباريس 1993.
- * مقدمة أخبار ومعدة ومقدمة برنامج (الملف الأسبوعي) في القسم العربي لإذاعة سويسرا العالمية 1995-1997.
- * مقدمة أخبار رئيسية ومحرة في التلفزيون الجزائري 1990-1994.
- * مقدمة أخبار وصحافية محققة في الإذاعة الجزائرية 1986-1990.
- * في قناة الجزيرة: مذيع أخبار ومقدمة برامج، إتحتت بالقناة في 1997/6/27

الجانحة

التطبيقي

المفصل الرابع

الفصل الرابع: الدراسة التحليلية

1/ التحليل الكمي والكيفي للبرامج الحوارية

المباشرة (عينة الدراسة)

أ/ المعالجة من حيث الشكل

ب/ المعالجة من حيث المضمون

2/ نتائج الدراسة

الفصل الرابع: الجانب التحليلي للدراسة

نحاول من خلال هذا الفصل التعرف القضايا الراهنة في البرامج الحوارية لقناة الجزيرة الفضائية الإخبارية، وبما أن دراستنا تقع ضمن الدراسات الوصفية التحليلية فقد تم الاعتماد على المنهج المسحي، وقد تكون مجتمع دراستنا من جميع البرامج الحوارية المباشرة اليومية والأسبوعية ولصعوبة دراسة جميع البرامج الحوارية في القناة لجأنا إلى اختيار عينة تكون ممثلة لها، وقد وقع الاختيار على ستة برامج حوارية مباشرة بطريقة قصدية كونها تخدم أهداف البحث هي برنامج الواقع العربي، ما وراء الخبر، بلا حدود، الاتجاه المعاكس، في العمق، لقاء اليوم في الفترة الزمنية من 01 جانفي 2015 إلى 07 أبريل 2015 والمذاعة في الفترة المسائية، حيث بلغ إجمالي الحلقات 236 حلقة بواقع 90 حقة للبرامج اليومية و14 حلقة للبرامج الأسبوعية وإجمالي 118 ساعة تقريبا.

وللوصول لأهداف الدراسة استخدمنا أداة تحليل المحتوى، واعتمدنا في بناء فئات الدراسة على فرضيات الدراسة وتمثلت هذه الفئات فيما يلي:

فئات المضمون (ماذا قيل؟)	فئات الشكل (كيف قيل؟)
1/ فئة الموضوع	1/ فئة زمن حلقات البرامج الحوارية عينة الدراسة.
2/ فئة القضايا	2/ فئة نوع المقدمة
3/ فئة مصادر المعلومات	3/ فئة طبيعة اللغة المستخدمة
4/ فئة الموقع الجغرافي	4/ فئة طبيعة الضيوف
5/ فئة الأساليب الإقناعية	5/ فئة الوسائط
6/ فئة الحلول	6/ فئة أسلوب معالجة القضية
7/ فئة القيم	7/ الهدف من طرح القضية

جدول رقم (07): يبين الخصائص الأساسية لعينة الدراسة التحليلية من البرامج الحوارية المباشرة لقناة الجزيرة الإخبارية.

إسم البرنامج	المقدم	يوم البث	دورية البث	زمن البث	07	الإعادة أيام	توقيت الإعادة
الواقع العربي	عبد الصمد ناصر/ فيروز زياني الحبيب الغريبي/ محمد كريشان جمال ريان/ عبد القادر عياض محمود مراد/ حسن جمول ايمان عياد/ خديجة بن قنة	يومية	يومي	20:30 مكة / GMT17:30	30 د	/	/
ماوراء الخبر	عبد القادر عياض/ خديجة بن قنة محمد كريشان/ عبد الصمد ناصر محمود مراد/ حسن جمول/ غادة عويس	يومية	يومي	21:30 مكة / GMT18:30	30 د	/	/
في العمق	علي الظفيري	الإثنين	أسبوعي	22:05 مكة / GMT19:05	ساعة	الثلاثاء الأربعاء	GMT11:05 / مكة 14:05 GMT00:05 / مكة 03:05
لقاء اليوم		الخميس	أسبوعي	17:30 مكة / GMT14:30	30 د	الجمعة السبت الأحد	GMT08:30 / مكة 11:30 GMT10:30 / مكة 01:30 GMT01:30 / مكة 04:30
الإتجاه المعاكس	فيصل القاسم	الثلاثاء	أسبوعي	22:05 مكة / GMT19:05	ساعة	الأربعاء الخميس	GMT11:05 / مكة 14:05 GMT 00:05/ مكة 03:05
بلا حدود	أحمد منصور	الأربعاء	أسبوعي	22:05 (مكة) GMT 19:05	ساعة	الخميس الجمعة	GMT11:05/ مكة 14:05 GMT 00:05/ مكة 03:05

جدول رقم (08): يبين زمن حلقات البرامج الحوارية عينة الدراسة التحليلية

إسم البرنامج	عدد الحلقات	زمن الحلقات		
		ساعة	دقيقة	ثانية
	90	38	19	12
	90	39	02	51
	14	11	04	45
	14	05	10	26
	14	11	39	75
	14	11	51	25
المجموع	236	115	125	234

بتحويل الثواني إلى دقائق، والدقائق إلى ساعات يكون إجمالي زمن حلقات البرامج التي تم تحليلها بالساعات هو: 117.11.09 ساعة

جدول رقم (09): يبين التكرارات والنسب المئوية الخاصة بنوع المقدمة المستخدمة في معالجة القضايا الراهنة في البرامج

المجموع													إسم البرنامج نوع المقدمة	
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت		
45.76	108	-	-	100	14	-	-	-	-	12.22	11	92.22	83	مقدمة تساؤلية (إستفهامية)
40.67	96	35.71	05	-	-	-	-	35.71	05	87.77	79	07.77	07	مقدمة وصفية
10.59	25	14.28	02	-	-	100	14	64.28	09	-	-	-	-	مقدمة تلخيصية
02.96	07	50	07	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	التعريف بالضيف
100	236	100	14	100	14	100	14	100	14	100	90	100	90	المجموع

نوع المقدمة المستخدمة

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن برنامج (الواقع العربي) يستخدم مقدمة تساؤلية بتكرار بلغ 83 ما يعادل نسبة 92.22 %، ومقدمة وصفية بتكرار بلغ 07 أي بنسبة 07.77 %، أما المقدمة التلخيصية والتعريف بالضيف فنسب معدومة 00 %.

أما برنامج (ما وراء الخبر) فقد استخدم مقدمة تساؤلية بتكرار بلغ 11 ما يعادل نسبة 12.22 %، ومقدمة وصفية بتكرار بلغ 79 مرة ما يعادل نسبة 87.77 %، فيما جاءت المقدمة التلخيصية ومقدمة التعريف بالضيف بنسب معدومة.

وتساوى تكرار استخدام مقدمة تساؤلية ومقدمة التعريف بالضيف في برنامج (في العمق) بواقع تكرار بلغ صفر ما يعادل نسبة 00 %، ومقدمة وصفية بتكرار بلغ 05 أي بنسبة 35.71 % ومقدمة تلخيصية بتكرار بلغ 09 ما يعادل 64.28 %.

بينما برنامج (لقاء اليوم) اعتمد على المقدمة التلخيصية بتكرار بلغ 14 ما يعادل 100 % وانعدمت النسب 00 % في المقدمة الاستفهامية والمقدمة الوصفية ومقدمة التعريف بالضيف.

أما برنامج (الاتجاه المعاكس) فقد استخدمت فيه المقدمة الاستفهامية بتكرار بلغ 14 أي ما يعادل نسبة 100 %، وانعدمت النسب في المقدمة الوصفية، والمقدمة التلخيصية، وأخيراً مقدمة التعريف بالضيف 00 %.

وبرنامج (بلا حدود) لم يستخدم المقدمة التساؤلية 00 %، والمقدمة الوصفية بتكرار بلغ 05 ما يعادل نسبة 35.71 %، والمقدمة التلخيصية بتكرار بلغ 02 أي ما يعادل نسبة 14.28 %، أما مقدمة التعريف بالضيف فتكرار بلغ 07 ما يعادل 50 %.



من خلال هذه القراءة تبين أن المقدمة المعتمدة هي (المقدمة الاستفهامية) حيث نلاحظ في الشكل السابق أنها أخذت صدارة الترتيب في البرامج الحوارية المباشرة (عينة الدراسة) في قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية بتكرار بلغ 108 أي ما يعادل نسبة 45.76% في كل البرامج الحوارية، وأتى في الترتيب الثاني الإعتماد على (مقدمة وصفية) بتكرار بلغ 96 أي بنسبة 40.67%، ونجد في الترتيب الثالث استخدام (مقدمة تلخيصية) بتكرار بلغ 25 أي بنسبة 10.59% وجاء في آخر الترتيب استخدام (التعريف بالشخصية) بتكرار بلغ 07 أي ما يعادل نسبة 2.96%.

يتضح مما سبق:

- اعتماد قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية على (المقدمة الإستفهامية) كتمهيد لمعالجة القضايا الراهنة في المرتبة الأولى، حيث أوضحت نتائج الدراسة التحليلية ذلك.
- اعتماد قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية في المرتبة الثانية على (المقدمة الوصفية) لمعالجة القضايا الراهنة في برامجها الحوارية (عينة الدراسة).
- جاء استخدام (المقدمة التلخيصية) لمعالجة القضايا الراهنة للبرامج الحوارية (عينة الدراسة) في قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية في المرتبة الثالثة.

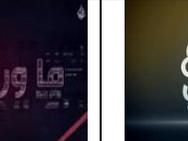
- استخدام البرامج الحوارية (عينة الدراسة) للقضايا الراهنة (التعريف بالشخصية) للتواصل مع الضيوف جاء في المرتبة الرابعة في قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية.

التفسير:

- يرجع تركيز قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية على استخدام المقدمة الإستهامية في معالجة القضايا الراهنة في برامجها الحوارية (عينة الدراسة) كونها من المقدمات التي تجذب الإنتباه، وعلى أساسها يبني نجاح أو فشل الحلقة، فإذا كانت المقدمة جذابة من حيث الأفكار والمعلومات المقدمة فيها زاد إهتمام الجمهور بالقضية المطروحة بها والإقبال على مشاهدة ما تحمل الحلقة من تفاصيل للإجابة على الإستفهام أو التساؤلات المطروحة في بداية الحلقة، وما يحسب ضد هذه المقدمات أنها قد تكون مجرد أسئلة لجذب انتباه المتلقي ودفعه على متابعة الحلقة، حيث أن معظم الأسئلة المطروحة لا توجد لها إجابات، أو أن الإجابات تكون مقتضبة وغير واضحة لسببين الأول أن الضيف لا يريد الإجابة عليها بطريقة مباشرة، والثاني كثرة مقاطعة المقدم للضيف أثناء الإجابة ما يجعلها مبتورة وغير مفهومة.
- يرجع استخدام قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية للمقدمة الوصفية في المرتبة الثانية لمعالجة القضايا الراهنة في برامجها الحوارية المباشرة (عينة الدراسة) هي تركيزها على وصف الوقائع والأحداث وتعتبر من المقدمات الشائع إستعمالها في البرامج التلفزيونية، كونها تلم بجميع جوانب القضية من حيث أسبابها وآثارها ونتائجها، والسعي لإيجاد حلول لها في آخر الحلقة تساعد على حلها أو حتى المساعدة على التخفيف من حدتها وخطورتها.
- أظهرت نتائج التحليل الكمي للبيانات أن المقدمة التلخيصية جاءت في المرتبة الثالثة لمعالجة القضايا الراهنة في البرامج الحوارية المباشرة (عينة الدراسة) كونها تقوم على تلخيص أهم المعلومات حول القضية، ويتم فيها وضع أهم المعلومات التي تخص القضية المطروحة للنقاش وغالبا ما تكون غامضة، ففيها يكفي المقدم بالتعريف بالضيف (اسمه ومهنته) أو اعطاء عنوان الحلقة فقط.

- جاء في الترتيب الأخير مقدمة التعريف بالشخصية، وهذا النوع من المقدمات يستخدم في حوار الشخصية، وهدفه هو تقريب الشخصية المستضافة من الجمهور للتعرف عليها عن قرب من خلال التطرق لنشأتها وإنجازاتها، وطموحاتها، وهذا النوع من لا يلقى اهتمام لدى المتلقي فما يهمله هو رأيه في الأوضاع الراهنة للمجتمعات العربية، وهذا ما عملت عليه قناة الجزيرة من خلال استضافة شخصية معروفة أو مشهورة في العالم العربي والغربي، والتعريف بها لمعرفة رأيها فيما يجري من تطورات في العالم، لأنه كلما كانت الشخصية معروفة كلما زادت ثقة الجمهور المتلقي بأفكارها وآراءها.

جدول رقم (10): يبين التكرارات والنسب المئوية الخاصة بطبيعة اللغة المستخدمة لمعالجة القضايا الراهنة في البرامج الحوارية:

المجموع													إسم البرنامج طبيعة اللغة	
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت		
90.65	223	57.14	08	82.35	14	50	07	93.33	14	100	90	93.75	90	لغة عربية فصحي
0.40	01	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	01.04	01	لغة عربية عامية
01.21	03	-	-	17.64	03	-	-	-	-	-	-	-	-	لغة عربية مختلطة
07.72	19	42.85	06	-	-	50	07	06.66	01	-	-	05.20	05	لغة اجنبية
100	246	100	14	100	17	100	14	100	15	100	90	100	96	المجموع

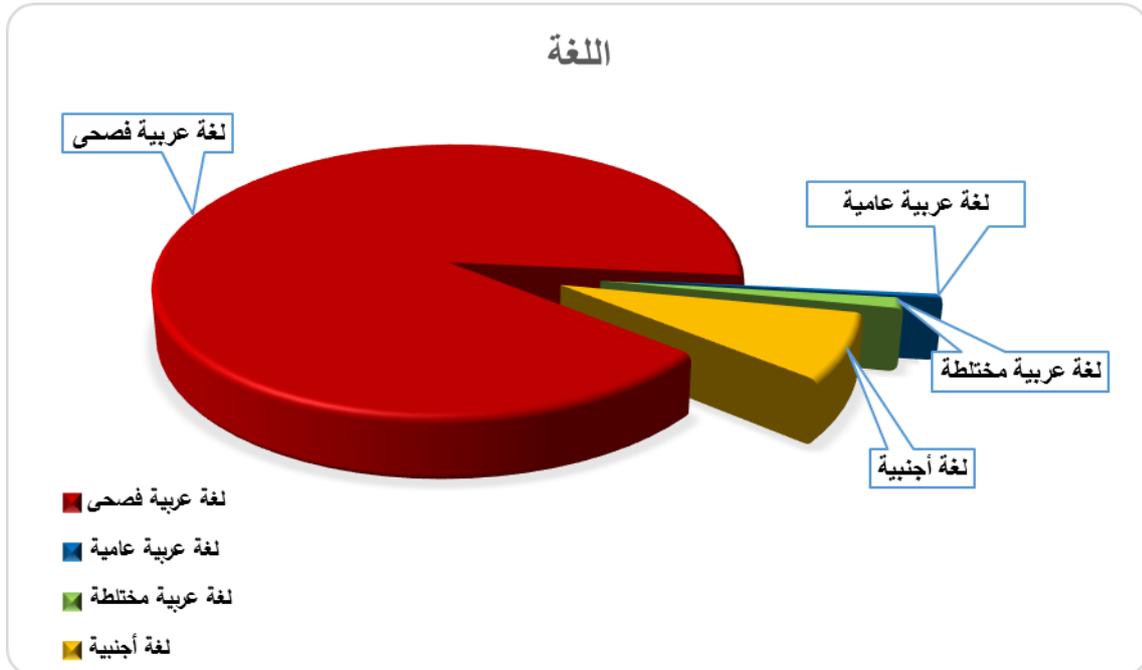
*مجموع التكرارات أكثر من مفردات العينة لأنه في بعض حلقات البرامج الحوارية المباشرة (عينة الدراسة) تم استخدام مزيج بين لغتين.

طبيعة اللغة المستخدمة

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن برنامج (الواقع العربي) يستخدم اللغة العربية الفصحى بتكرار بلغ 90 ما يعادل نسبة 39.75%، واللغة العربية العامية بتكرار بلغ 01 أي بنسبة 01.04%، أما اللغة الأجنبية فتتكرر بلغ 05 بنسبة 05.20%، بينما برنامج (ما وراء الخبر) فقد استخدم اللغة العربية الفصحى بتكرار بلغ 90 ما يعادل نسبة 100%.

فيما جاء استخدام اللغة العربية الفصحى في برنامج (في العمق) بواقع تكرار بلغ 14 ما يعادل نسبة 93.33%، واللغة الأجنبية بتكرار بلغ 01 أي بنسبة 06.66%، بينما يتساوى التكرار في كل من اللغة العربية الفصحى واللغة الأجنبية في برنامج (لقاء اليوم) يساوي 07 ما يعادل نسبة 50% لكل منهما.

أما برنامج (الإتجاه المعاكس) فقد استخدمت فيه اللغة العربية الفصحى بتكرار بلغ 14 أي ما يعادل نسبة 82.35%، واللغة العربية المختلطة بتكرار بلغ 03 أي ما نسبته 17.64%. فيما بلغ تكرار استخدام اللغة العربية الفصحى في برنامج (بلا حدود) 08 أي بنسبة 57.14%، واللغة الأجنبية بتكرار بلغ 06 أي ما يعادل نسبة 42.85%.



من خلال هذه القراءة يتبين أن اللغة العربية الفصحى أخذت حيزاً كبيراً من الاستخدام في القضايا الراهنة المعالجة في البرامج الحوارية المباشرة (اليومية والأسبوعية) في قناة الجزيرة الإخبارية الفضائية، حيث جاءت في المرتبة الأولى بنسبة تكرار بلغت 90.65% في كل البرامج الحوارية (عينة الدراسة)، كما هو مبين في الرسم البياني، وجاء في المرتبة الثانية استخدام اللغة الأجنبية بنسبة 07.72%، فيما جاء استخدام اللغة العربية المختلطة في المرتبة الثالثة بنسبة 01.21%، أما اللغة العربية العامية فقد جاءت في المرتبة الأخيرة بنسبة 00.40%.

يتضح مما سبق:

- اعتماد قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية على اللغة العربية الفصحى في معالجة القضايا الراهنة حيث أوضحت نتائج الدراسة التحليلية ذلك.
- اعتماد قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية في المرتبة الثانية على اللغة الأجنبية.
- جاء استخدام قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية اللغة الأجنبية (فرنسية وإنجليزية) في المرتبة الثالثة.
- استخدام اللغة العربية العامية جاء في المرتبة الرابعة في قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية.

التفسير:

- يرجع تركيز قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية على اللغة العربية الفصحى في معالجة القضايا الراهنة في برامجها الحوارية المباشرة (عينة الدراسة) كونها أولاً لغة الدول العربية بدون استثناء، وثانياً كون قناة الجزيرة تعالج القضايا العربية في خطابها الموجه للمشاهد العربي وتخطب كل الجمهور العربي بدون استثناء وعلى اختلاف لهجاته، وفي كل بقاع العالم، وهذا ما يجعلها تلقى إقبالاً جماهيرياً واسعاً من كافة فئات المجتمع مثال على ذلك برنامج ما وراء الخبر هذا مقطع من الحوار:

"محمد محمود أبو المعالي: طيب شكراً جزيلاً على الإستضافة الواضح أن فرنسا منذ أيام الرئيس ساركوزي بدأت تحاول إعادة الهيمنة على المنطقة أو تحويل مصالحها أو تحالفاتها إلى هيمنة واقعية في المنطقة، فرنسا تاريخياً كانت منطقة ساحلية وشمال أفريقيا تخضع لها باستثناء ليبيا".

نلاحظ من هذا المقطع الصغير من الحوار أن الضيف يتكلم باللغة العربية الفصحى بطلاقة وبمصطلحات مفهومة لكل الناطقين باللغة العربية ومتعلميها في العالم.

• أظهرت نتائج التحليل الكمي للبيانات أن الإعتماد على اللغة الأجنبية جاء في المرتبة الثانية كون بعض القضايا الراهنة التي تعالجها البرامج الحوارية (عينة الدراسة) تحتاج لشخصيات من موقع الحدث لإثراء النقاش حول الموضوع أو القضية المطروحة فمثلا موضوع الهجوم على الصحيفة الفرنسية، و"هجوم شارلي إبيدو تداعيات وسياسات باريس للمواجهة" استضافت شخصيات فرنسية متخصصة، وكذلك في موضوع " لمن تحسم المعركة ضد تنظيم الدولة بالعراق" قامت باستضافة شخصيات أمريكية لغة إنجليزية كون الموضوع يمس العراق وأمريكا وسبب الإرهاب في الدول العربية.

• وما يحسب للقناة أيضا استخداما لتقنية الترجمة الفورية كونها تخاطب الجمهور العربي لربط المشاهدين العرب بالقضية.

• أظهرت نتائج تحليل مضمون البرامج الحوارية (عينة الدراسة) أن اللغة العربية المختلطة (عربية فصحي وعامية) جاءت في المرتبة الثالثة، وخاصة في برنامج الإتجاه المعاكس مثال: "عبد الحميد زكريا: تمام يا دكتور عندما تأتي لانتقادهم يقولون لك نحن معترف فينا من 113 دولة وعلى فكرة هم 113 عضو يعني لكل دولة في عميل أنا ما يعرف العميل تبع الكونغو، المهم الائتلاف يقول نحن خرج الشعب السوري وقال الائتلاف يمثلنا صفحة الثورة السورية حطت لهم تصويت الائتلاف يمثلني وصوتوا عليه..."

• تعتمد البرامج الحوارية (عينة الدراسة) في قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية بدرجة أقل على اللغة العربية العامية كونها غير مفهومة لدى معظم الدول العربية، فكل ضيف لهجته الخاصة (جزائرية، سورية، مغربية، مصرية...) تجعل المشاهد يعرض عن مشاهدتها لأنه لا يستوعبها وبالتالي لا تؤثر فيه، ويحس أنه غير معني بالموضوع وبالتالي الانصراف عن القناة ككل مثل برنامج الإتجاه المعاكس المقدم فقط من يستخدم اللغة العربية العامية مع الضيوف في بعض الأحيان من شدة إنفعاله وتحمسه في القضية المثارة، ومثال على ذلك هذا المقطع من الحوار. " فيصل القاسم: إذن فهتم بدي أحكي شوي حبيبي القصة لا علاقة لها لا بمعارضة ولا ما يحزنون أعتقد المعارضة أنت تعلم النظام السوري أصبح عليقة وشنكل بطرف إيران بذنب إيران ماشي.."

وما يحسب ضد مقدم البرنامج وضيوفه كذلك إستخدامهم لألفاظ السب والشتم والمصطلحات النابية تشعر المشاهد والمتابع وكأنه يشاهد شجارا كلاميا في الشارع، ومثال على ذلك هذا المقطع:

"فيصل القاسم: يعني على الأقل ما عنا للأبد إلى الأبد هذه الصرامي هذه إلى الأبد يعني على الأقل صار في عنا فكرة الديمقراطية والتناوب على السلطة مش إلى الأبد إلى الأبد.."

عبد الحميد زكريا: إذن دعني إذن دعني أرجع إلى 50 مليون دولار التي تتحدث لو وضعت 50 مليون يورو في يد أمينة كان قادرة أن تنجز 10 آلاف مقاتل احترافي يسقطون الخنزير بشار الأسد خلال شهر واحد.

ولكن على الرغم من ألفاظ السب والشتم من صفات وقيم سلبية إلا أنها في بعض الأحيان تعتبر كلمات في محلها للتعبير عما في النفس من قهر وحسرة على الحال الذي وصل إليه وطننا العربي وخاصة وأن الموضوع يمس سوريا وإخواننا السوريين وما لحقهم من ظلم واستبداد، والمقدم هنا يتحدث عن بلده وإخوته.

جدول رقم (11): يبين التكرارات والنسب المئوية الخاصة بطبيعة الضيوف لمعالجة القضايا الراهنة المعالجة في البرامج الحوارية :

المجموع														إسم البرنامج
														طبيعة الضيوف
06.82	29	13.33	02	06.45	02	07.14	01	04	01	06.89	12	06.62	11	مستشارين
04.94	21	13.33	02	06.45	02	-	-	-	-	02.87	05	07.22	12	سياسيين وناشطين
02.35	10	-	-	03.22	01	-	-	-	-	02.29	04	03.01	05	قياديين
01.41	06	-	-	03.22	01	-	-	-	-	02.87	05	-	-	صحفيين
														مسؤولون حكوميون
04.70	20	-	-	03.22	01	21.42	03	-	-	03.44	06	06.02	10	وزراء وسفراء
04.47	19	-	-	03.22	01	21.42	03	-	-	01.72	03	07.22	12	كبار المسؤولين
06.35	27	26.66	04	09.67	03	-	-	20	05	03.44	06	05.42	09	مدراء
03.76	16	06.66	01	06.45	02	07.14	01	-	-	01.72	03	05.42	09	أمين (حزب/ منظمة)
03.52	15	06.66	01	03.22	01	-	-	-	-	07.47	13			عضو
														خبراء ومتخصصون
13.64	58	-	-	09.67	03	-	-	48	12	14.94	26	10.24	17	أساتذة جامعيون
07.29	31	-	-	06.45	02	-	-	-	-	09.19	16	07.83	13	خبراء
05.17	22	-	-	06.45	02	-	-	08	02	01.72	03	09.03	15	محللين
16.94	72	-	-	16.12	05	-	-	04	01	27.01	47	11.44	19	كاتب
08.70	37	13.33	02	09.67	03	07.14	01	08	02	06.89	12	10.24	17	باحثين
09.88	42	20	03	06.45	02	35.71	05	08	02	07.47	13	10.24	17	أخرى
100	425	100	15	100	31	100	14	100	25	100	174	100	166	المجموع

طبيعة الضيوف:

تشير بيانات الجدول أعلاه أن طبيعة الشخصيات المستضافة في برنامج (الواقع العربي) هم (مستشارين) بواقع 11 تكرر أي ما يعادل 06.62%، وشخصيات (سياسية وناشطين)، (كبار المسؤولين) بواقع 12 تكرر أي بنسبة 07.22%، أما (الشخصيات القيادية) فبتكرار بلغ 05 أي ما يعادل نسبة 03.01%، فيما بلغ تكرر (وزراء وسفراء) الذين يترددون على البرنامج 10 أي ما يعادل 06.02%، فيما تساوى التكرر في كل من (مدراء)، (أمين حزب/ منظمة ...) وبلغ 09 ما يعادل نسبة 05.42%، كما تساوى تكرر (الأساتذة الجامعيين)، (باحثون)، و(أخرى) وبلغ 17 أي ما يعادل نسبة 10.24%، بينما بلغ تكرر (خبراء) 13 بنسبة 07.83%، أما (محللين) فبلغ تكررهم 15 أي ما يعادل 09.03%، وفي الأخير نجد الشخصيات (كاتب) بتكرار بلغ 19 ما يعادل نسبة 11.44%.

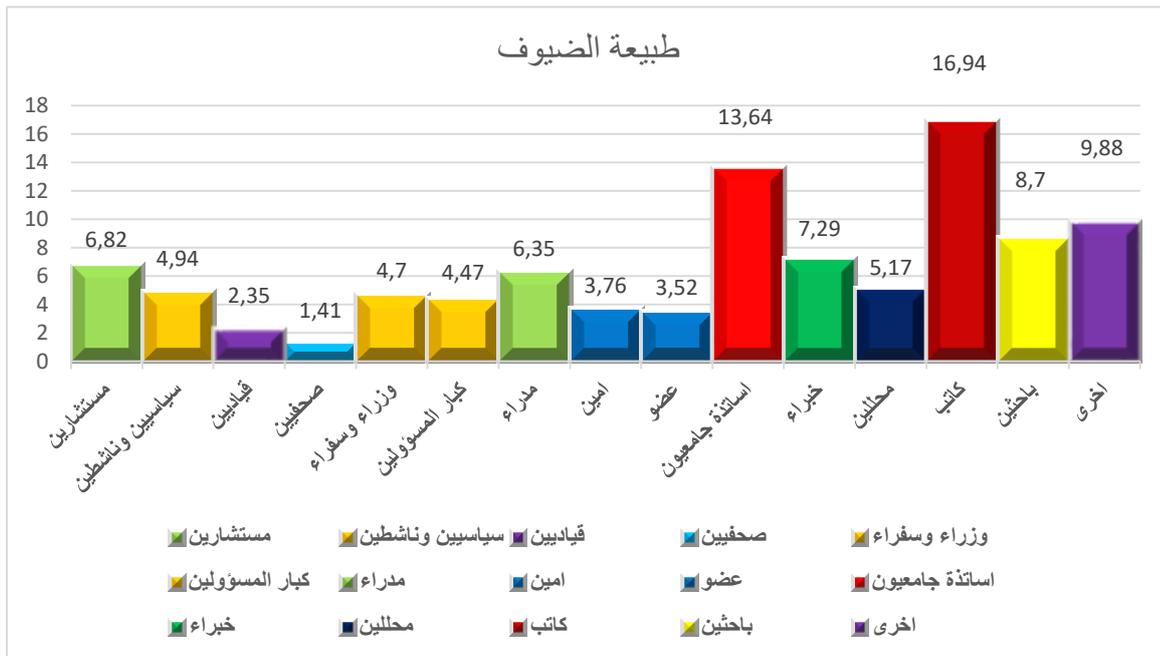
أما برنامج (ما وراء الخبر) فطبيعة الشخصيات المستضافة فيه هم (مستشارين) بتكرار بلغ 12 أي بنسبة 06.89%، بينما تساوى تكرر (سياسيين وناشطين) و(صحفيين) وبلغ 05 بنسبة 02.87%، و(قياديين) بتكرار بلغ 04 أي ما يعادل نسبة 02.29%، وتساوى (وزراء وسفراء) و(مدراء) بتكرار بلغ 06 بنسبة 03.44%، كما تساوى (كبار المسؤولين)، (أمين حزب منظمة ...)، و(محللين) بتكرار بلغ 03 ما يعادل نسبة 01.72%، ونفس الشيء بالنسبة لـ(عضو) و(أخرى) بتكرار بلغ 13 ما يعادل نسبة 07.47%، أما فئة (الأساتذة الجامعيين) فبتكرار بلغ 26 أي بنسبة 14.94%، و(خبراء) بواقع تكرر بلغ 16 ما نسبته 09.19%، وأخيرا نجد (كاتب) بتكرار بلغ 47 أي ما يعادل نسبة 27.01%.

بينما برنامج في العمق فقد تساوى تكرر استضافتهم لـ(مستشارين) و(كاتب) وبلغ 01 أي ما يعادل نسبة 04%، أما (مدراء) فبتكرار بلغ 05 ما نسبته 20%، فيما بلغ تكرر استضافة (أساتذة جامعيين) 12 ما يعادل نسبة 48%، وتساوى (محللين)، (باحثين) و(أخرى) بتكرار بلغ 02 ما يعادل نسبة 08%.

فيما برنامج (لقاء اليوم) تساوى فيه (مستشارين)، (أمين حزب...) و(باحثين) بتكرار بلغ 01 أي ما يعادل نسبة 07.14%، أما الضيوف (سفراء)، (وزراء) و(كبار المسؤولين) فبتكرار بلغ 03 أي ما نسبته 21.42%، فيما جاء الضيوف في تخصصات (أخرى) بتكرار بلغ 05 أي ما يعادل نسبة 35.71%.

أما برنامج (الإتجاه المعاكس) فقد استضاف بدوره عدة شخصيات، تساوى فيها (مستشارين) (سياسيين وناشطين)، (أمين حزب)، (خبراء) و(محللين) و(أخرى) بتكرار بلغ 02 أي ما يعادل نسبة 06.45%، كما تساوى (قياديين)، (صحفيين)، (وزراء وسفراء)، (كبار المسؤولين)، (عضو) بتكرار بلغ 01 أي ما نسبته 03.22%، وتساوى الضيوف (مدراء)، (أساتذة جامعيون)، (باحثين) بتكرار بلغ 03 أي ما يعادل نسبة 09.67%، وفي الأخير فئة (كاتب) بتكرار بلغ 05 ما يعادل نسبة 16.12%.

بينما (برنامج بلا حدود) الذي استضاف بالتساوي (مستشارين)، (سياسيين وناشطين)، (باحثين) بتكرار بلغ 02 أي ما يعادل نسبة 13.33%، أما (مدراء) فبتكرار بلغ 04 ما يعادل نسبة 26.66%، وتساوى (أمين حزب/ منظمة)، (عضو) بتكرار بلغ 01 ما يعادل نسبة 06.66% و(أخرى) بتكرار بلغ 03 ما يعادل نسبة 20%.



من خلال هذه القراءة يتبين أن الضيوف أو الشخصيات المستضافة في البرامج الحوارية المباشرة (عينة الدراسة) في قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية والتي أخذت صدارة الترتيب هي فئة (كاتب) قد يكون كاتب ومحلل سياسي أو كاتب وإعلامي، كاتب ومعارض بنسبة 16.94% في كل البرامج الحوارية (عينة الدراسة)، وأتى في الترتيب الثاني (الأساتذة الجامعيون) بنسبة 13.64%، ونجد في الترتيب الثالث فئة (أخرى) بنسبة 09.88%، وجاء في الترتيب الرابع (باحثين) بنسبة 08.07%، فيما جاءت في المراتب التالية على التوالي (خبراء) بنسبة 07.29% (مستشارين) بنسبة 06.82%، (مدراء) بنسبة 06.35%، (محللين) بنسبة 05.17%، تليها (وزراء وسفراء) بنسبة 04.70%، (كبار المسؤولين) 04.47%، ثم (أمين حزب/ منظمة) بنسبة 03.76%، (عضو) بنسبة 03.52%، (قياديين) بنسبة 02.35%، وفي المرتبة الأخيرة (صحفيين) بنسبة 01.41%.

يتضح مما سبق:

- اعتماد قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية على الكتاب (كاتب وإعلامي، كاتب ومحلل...) في معالجة القضايا الراهنة في البرامج الحوارية المباشرة (عينة الدراسة)، حيث أوضح تحليل نتائج الدراسة ذلك.
- اعتماد البرامج الحوارية في قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية في المرتبة الثانية على (الأساتذة الجامعيين) لإثراء القضايا الراهنة المطروحة للنقاش.
- جاء استخدام قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية لشخصيات (أخرى) غير التي ذكرناها في الفئات في المرتبة الثالثة.
- استضافة شخصيات (باحثين) جاء في المرتبة الرابعة لمعالجة القضايا الراهنة في البرامج الحوارية المباشرة (عينة الدراسة) في قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية.
- جاءت استضافة الشخصيات التالية (خبراء)، (مستشارين)، (مدراء)، (محللين)، تليها (وزراء وسفراء)، (كبار المسؤولين) ثم (أمين حزب/ منظمة)، (عضو)، (قياديين) و(صحفيين) في البرامج الحوارية (عينة الدراسة) في قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية في معالجتها للقضايا الراهنة بنسب قليلة ومتفاوتة بينهم.

التفسير:

• توصلت الدراسة إلى أن قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية قامت باستضافة شخصيات من مختلف الإختصاصات والجنسيات والإنتماءات السياسية لمعالجة القضايا الراهنة في برامجها الحوارية المباشرة (عينة الدراسة) كونها على دراية بمستجدات الأحداث والأزمات والقضايا في الوطن العربي والعالم ككل، وكذا قدرتهم على مخاطبة الجمهور المتلقي بلغة عربية سليمة وفصيحة ومفهومة للمشاهد العربي.

وهذا ما توصلت إليه كذلك دراسة (محسن جلوب الكنانى)¹، حيث تبين في دراسته أن البرامج الحوارية المباشرة (يومية وأسبوعية) في قناة الجزيرة الفضائية تسعى دائما لاستضافة شخصيات من كافة الإختصاصات لمناقشة الموضوعات التي تتناولها، كما تبين في دراسته أيضا أن قناة الجزيرة لم توفق في اختيار الجنسيات، والعناوين الوظيفية التي تتناسب مع الموضوعات التي تتناولها، وهو ما قد تختلف معه الباحثة، فمن خلال متابعتنا وتحليلنا للبرامج الحوارية المباشرة (عينة الدراسة) تبين أن في كل موضوع تم تناوله ومناقشته يتم استضافة شخصيات معنية بالموضوع المطروح ومن قلب الحدث - من الدولة التي بها الحدث- وهذا دليل على أن القناة تسعى دائما للتجديد وتدارك النقائص التي تمس برامجها لزيادة عدد متبعيها ومشاهديها داخل وخارج الوطن العربي وسعيها منها لعدم فقدان مصداقيتها بين جمهورها، والمحفاظة على موقعها وترتيبها -في المراتب الأولى- بين الفضائيات الإخبارية المفضلة والأكثر مشاهدة لدى الجمهور.

¹ محسن جلوب الكنانى: مرجع سبق ذكره.

جدول رقم (12): يبين التكرارات والنسب المئوية الخاصة بالوسائط المستخدمة في معالجة القضايا الراهنة في البرامج الحوارية

المجموع													إسم البرنامج الوسائط	
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت		
27.53	87	80	12	58.33	14	100	14	65	13	15.38	20	12.83	14	وجها لوجه
10.75	34	10	01	29.16	07	-	-	05	01	12.30	16	07.96	09	عبر الهاتف
58.54	185	20	02	12.5	03	-	-	30	06	68.46	89	75.22	85	عبر الأقمار الصناعية
03.16	10	-	-	-	-	-	-	-	-	03.84	05	04.42	05	عبر تطبيقات الأنترنت
100	316	100	15	100	24	100	14	100	20	100	130	100	113	المجموع

الوسائط المستخدمة

تشير بيانات الجدول أعلاه أن برنامج (الواقع العربي) يتواصل مع الضيوف (وجها لوجه) أي الحضور للأستوديو بتكرار بلغ 14 أي ما يعادل نسبة 12.83%، وعبر (الهاتف) بتكرار بلغ 09 أي بنسبة 07.96%، وعبر الأقمار الصناعية بتكرار بلغ 85 أي ما يعادل نسبة 75.22% وعبر تطبيقات الأنترنت (سكايب) بتكرار بلغ 05 ما يعادل نسبة 04.42%.

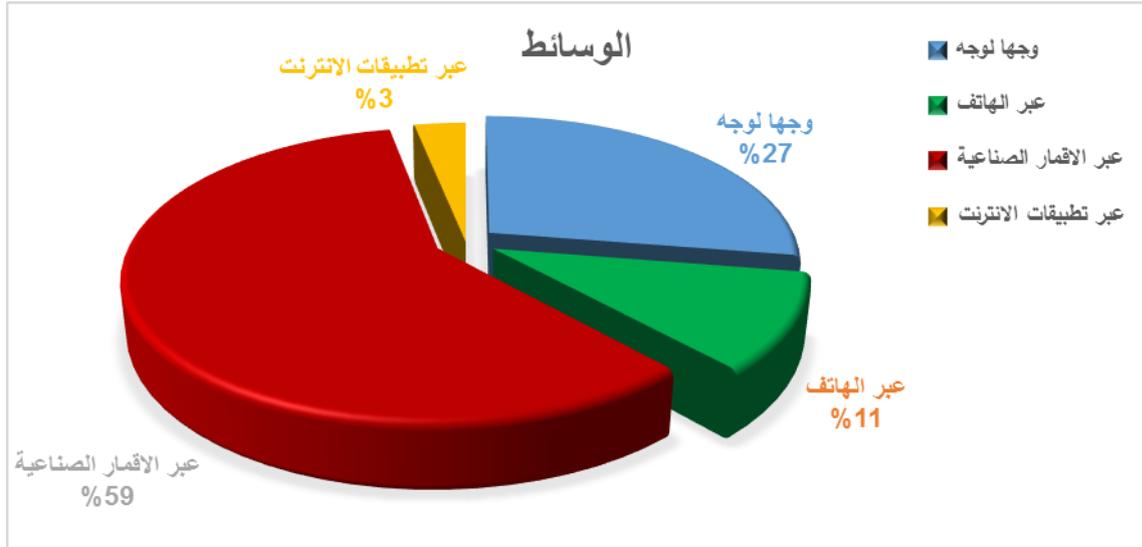
أما برنامج (ما وراء الخبر) فيتواصل مع ضيوفه (وجها لوجه) بتكرار بلغ 20 أي ما يعادل نسبة 15.38%، وعبر (الهاتف) بتكرار بلغ 16 ما نسبته 12.30%، وعبر (الأقمار الصناعية) بتكرار بلغ 89 أي ما يعادل نسبة 68.46%، وعبر تطبيقات الأنترنت (سكايب) بتكرار بلغ 05 أي ما يعادل نسبة 03.48%.

بينما برنامج (في العمق) فيتواصل بدوره مع الضيوف (وجها لوجه) بتكرار بلغ 13 أي ما يعادل نسبة 65%، وعبر (الهاتف) بتكرار بلغ 01 أي بنسبة 05%، وعبر (الأقمار الصناعية) بتكرار بلغ ما يعادل نسبة 30%، وعبر تطبيقات الأنترنت (سكايب) بنسبة معدومة 00%.

فيما برنامج (لقاء اليوم) يستخدم في التواصل مع الضيوف (وجها لوجه) بتكرار بلغ 14 أي ما يعادل نسبة 100%.

أما برنامج (الإتجاه المعاكس) فيتواصل مع الضيوف (وجها لوجه) أي الحضور للأستوديو بتكرار بلغ 14 أي ما يعادل نسبة 58.33%، وعبر (الهاتف) بتكرار بلغ 07 أي بنسبة 29.16%، وعبر (الأقمار الصناعية) بتكرار بلغ ما يعادل نسبة 12.05%، وعبر تطبيقات الأنترنت (سكايب) بنسبة 00%.

بينما برنامج (بلا حدود) فيتواصل مع الضيوف (وجها لوجه) بتكرار بلغ 12 ما يعادل نسبة 80%، وعبر (الهاتف) بتكرار بلغ 01 أي بنسبة 10%، وعبر (الأقمار الصناعية) بتكرار بلغ 02 أي ما يعادل نسبة 20%، وعبر تطبيقات الأنترنت (سكايب) بنسبة معدومة 00%.



من خلال هذه القراءة تبين أن الاتصال بالضيوف عبر (الأقمار الصناعية) أخذت صدارة الترتيب في البرامج الحوارية المباشرة (اليومية والأسبوعية) في قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية بتكرار بلغ 185 أي ما يعادل نسبة 58.54% في كل البرامج الحوارية (عينة الدراسة)، وأتى في الترتيب الثاني التحوار مع الضيوف (وجها لوجه) بتكرار بلغ 87 أي بنسبة 27.53%، ونجد في الترتيب الثالث استخدام (الهاتف) للتواصل مع الضيوف بتكرار بلغ 34 أي بنسبة 10.75% وجاء في آخر الترتيب استخدام (تطبيقات الأنترنت) بتكرار بلغ 10 أي ما يعادل نسبة 3.16%.

يتضح مما سبق:

- اعتماد قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية على (الأقمار الصناعية) للتواصل مع الضيوف لمعالجة القضايا الراهنة، حيث أوضحت نتائج الدراسة التحليلية ذلك.
- اعتماد قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية في المرتبة الثانية للتواصل مع الضيوف (وجها لوجه) لمعالجة القضايا الراهنة في برامجها الحوارية (عينة الدراسة).
- جاء استخدام (الهاتف) لمعالجة القضايا الراهنة للبرامج الحوارية (عينة الدراسة) في قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية للتواصل مع الضيوف في المرتبة الثالثة.
- استخدام البرامج الحوارية (عينة الدراسة) لخاصية (تطبيقات الأنترنت) للتواصل مع الضيوف جاء في المرتبة الرابعة في قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية.

التفسير:

• يرجع تركيز قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية في استخدام (الأقمار الصناعية) للتواصل مع ضيوفها في البرامج الحوارية المباشرة (عينة الدراسة) كون القناة تحصل على ميزانية عالية تمنحها لها الدولة لتسيير القناة لكي تتمكن من استئجار الأقمار الصناعية للتواصل مع ضيوفها وجعلهم أقرب للمشاهد العربي، وكذا الضيوف من بعضهم، فهناك موضوعات وقضايا تحتاج إلى مختصين من كل العالم، فإذا لم يكن لديهم الوقت للحضور للأستوديو الموجود في دولة قطر فهذه أسرع وأفضل طريقة، كما وفرت هذه الخاصية على القناة والمشاركين الوقت والجهد، خاصة للقضايا الحصرية مثل الهجوم على صحيفة الفرنسية "شارلي إيبدو" كلما عرفت أسباب القضية والآراء والمعلومات الحصرية حولها كلما زاد اهتمام الجمهور بها وثقتهم بالقناة، والخاصية الثانية التي توفرها الأقمار الصناعية هي إنقاص المصاريف والتكاليف الخاصة بالفنادق وتذاكر الطيران والفيزا وغيرها من الإجراءات الخاصة بالشخصيات المعنية ليكون ضيفا للبرنامج المعني، والخاصية الثالثة التي توفرها هي أن هذا النوع من الإتصال يعتبر بمثابة الاتصال المواجهي (وجها لوجه) للقيم التي يحملها مثل التفاعل والتعقيب أو النقد البناء على ما جاء به الضيوف الآخرين أو ما يسمى برجع الصدى، وكذا القدرة على تنظيم الحوار من خلال توجيه الأسئلة لكل ضيف على حدا في فترة زمنية محددة واستنباط أسئلة جديدة قد يكون مقدم البرنامج قد غفل عليها من أجوبة الضيف للتعرف على مدى صحتها مثال على ذلك يطرح المقدم السؤال على النحو التالي:

أبو بكر صديق كاتب وباحث سياسي "... نجد هناك ثغرات أمنية كبيرة على الحدود وأيضاً لم تستطيع الولايات المتحدة أن تجمع الدول المجاورة لأفغانستان بأن تساعد أفغانستان بما كان من المطلوب أن تساعدنا حتى تحقق أفغانستان تلك الأهداف وحتى تستطيع أن تتحمل المسؤوليات بعد رحيل قوات حلف الناتو".

محمد كريشان: على ذكر هذا الرحيل الآن ينضم إلينا من كابول الكاتب والمحلل السياسي الله نور سيلاب، سيد سيلاب الآن وقد غادرت معظم القوات الأجنبية أفغانستان كيف ينظر الأفغاني للبلاد بعد أن غادر هؤلاء ولم يبق إلا عدد قليل للتدريب؟

- كما يعاب على هذه الخاصية كثرة الانقطاعات وفقدان الاتصال بالضيف في أحيان كثيرة تجعل المشاهد يمل من متابعة البرنامج، ويفقد السؤال حيويته، وكذا تضييع وأخذ وقت كبير من البرنامج بدون فائدة والمقدم يحاول التواصل معه، وقد لاحظنا ذلك في بعض الحلقات ومن أمثلة ذلك (هل أنت في الاستماع) أو (أعيد عليك السؤال مرة أخرى) أو (السؤال موجه لك) وإذا لم يتلقى إجابة يقول (أحول السؤال إلى ضيفي فلان) الذي يمكن أن لا يكون لديه معلومات أو خبرة حول السؤال فيكتفي بإعطاء رأيه فقط دون أدلة أو براهين أو مصادر موثوقة، في حين كان الضيف الذي انقطع الإتصال به بإمكانه الإجابة على السؤال بالأدلة والبراهين المقنعة والإحاطة بكل جوانبه كونه متخصص في المجال، لذا يجب على القائمين على القناة معالجة هذا التشويش والإنقطاع الذي من شأنه إخراج الحوار عن هدفه.
- استخدام خاصية التواصل (وجها لوجه) مع الضيوف جاءت منخفضة نوعا ما لأن الضيوف القاطنين بدولة قطر أو الزائرين لها قليلون وخاصة في البرامج الحوارية اليومية (ما وراء الخبر) وبرنامج (الواقع العربي) التي قلما يحضر ضيف للأستوديو، كون الموضوع حديث الساعة ويحتاج لمتخصصين في المجال، على عكس برنامج (الإتجاه المعاكس) فسياسته تستلزم حضور الضيوف للبرنامج للصراع وتبادل الإتهامات، أما برنامج (لقاء اليوم) فهو هادئ يستهدف التعريف بالشخصيات المستضافة، ورأيهم في الأوضاع الراهنة للعالم.
- إنخفاض نسبة استخدام وسائل الاتصال (عبر الهاتف) و (عبر تطبيقات الأنترنت) لعدم وجود عنصر التفاعل ورجع الصدى فيهم، المقدم يسأل والضيف يجيب.

جدول رقم (13): يبين التكرارات والنسب المئوية الخاصة بأسلوب معالجة القضايا الراهنة في البرامج الحوارية

المجموع											إسم البرنامج		
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	أسلوب المعالجة
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	مجرد
08.51	20	-	-	64.28	09	-	-	-	-	12.22	11	-	متحيز
91.48	215	100	14	37.71	05	100	13	100	14	87.77	79	100	مفسر
100	235	100	14	100	14	100	13	100	14	100	90	100	المجموع

جدول رقم أسلوب المعالجة:

تشير بيانات الجدول أعلاه أن أسلوب المعالجة المستخدم في برنامج (الواقع العربي) لقناة الجزيرة الفضائية الإخبارية هي (مفسر) بتكرار بلغ 90 أي ما يعادل نسبة 100%، إنعدم في الأسلوبين (مجرد) و(متحيز) بنسبة 00%

أما برنامج (ما وراء الخبر) فأسلوب المعالجة المتبع فيه هو(مجرد) بنسبة معدومة 00% و(متحيز) بتكرار بلغ 11 أي ما نسبته 12.22%، و(مفسر) بتكرار بلغ 79 أي ما يعادل نسبة 87.77%.

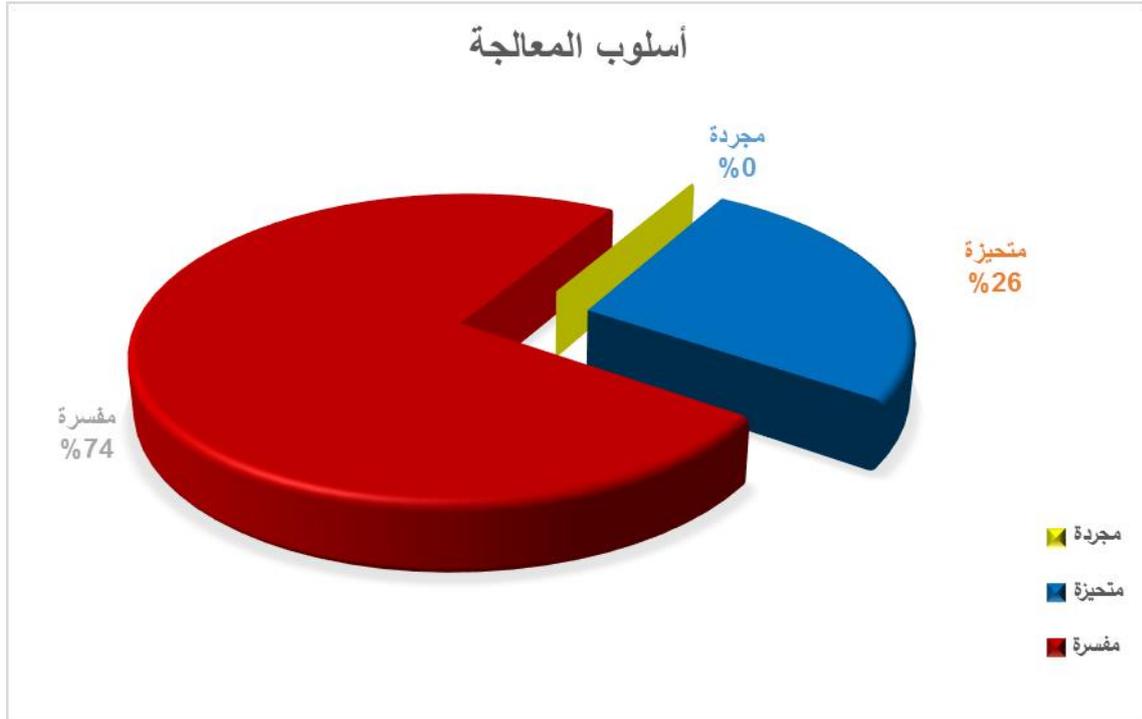
بينما كان أسلوب المعالجة المتبع في برنامج (في العمق) هو (مجرد) و(متحيز) بنسبة معدومة 00%، و(مفسر) بتكرار بلغ 14 أي ما يعادل نسبة 100%.

فيما كان أسلوب المعالجة المستخدم في برنامج (لقاء اليوم) هو (مجرد) و(متحيز) بنسب معدومة 00%، والإحتمال (مفسر) بتكرار بلغ 13 أي ما يعادل نسبة 100%.

أما أسلوب المعالجة المستخدم في برنامج (الإتجاه المعاكس) هو (مجرد) بنسبة معدومة 00%، و(متحيز) بتكرار بلغ 09 أي ما يعادل نسبة 64.28%، و(مفسر) بواقع تكرار بلغ 05 أي ما يعادل نسبة 37.71%.

بينما برنامج (بلا حدود) فأسلوب المعالجة المستخدم فيه هو (مجرد) و(متحيز) بنسبة معدومة 00%، وكان الإحتمال (مفسر) بواقع تكرار بلغ 14 أي ما يعادل نسبة 100% شأنه شأن برنامج (الواقع العربي) و(لقاء اليوم) و(في العمق).

وما يلاحظ من خلال التحليل الكمي لكل البرامج الحوارية المباشرة (عينة الدراسة) أن أسلوب المعالجة المستخدم في الاحتمال (مجرد) كان منعدما أي بنسبة 00%.



من خلال قراءة الجدول والرسم البياني نستنتج أن أسلوب (التفسير) في قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية أخذ الصدارة في أساليب معالجة القضايا الراهنة في البرامج الحوارية المباشرة (عينة الدراسة) بتكرار بلغ 215 أي بنسبة ساحقة تعادل 91.48%، ثم يليه في المرتبة الثانية أسلوب (التحيز) للقضية بتكرار بلغ 20 أي ما يعادل نسبة 8.51%، وفي المرتبة الثالثة والأخيرة جاء أسلوب المعالجة (مجرد) بنسبة معدومة 0%.

يتضح مما سبق:

- اعتماد قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية على أسلوب التفسير لمعالجة القضايا الراهنة في برامجها الحوارية المباشرة (عينة الدراسة)، حيث أوضحت نتائج الدراسة التحليلية ذلك.
- اعتماد قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية في معالجتها للقضايا الراهنة في البرامج الحوارية المباشرة (عينة الدراسة) في المرتبة الثانية على أسلوب التحيز.
- جاء استخدام قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية في معالجة القضايا الراهنة في برامجها الحوارية المباشرة (عينة الدراسة) على أسلوب السرد المجرد للمعلومات في المرتبة الثالثة.

التفسير:

• يرجع تركيز قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية في معالجة القضايا الراهنة على أسلوب التفسير في برامجها الحوارية المباشرة (عينة الدراسة) كونه الأسلوب الأمثل لهذا النوع من البرامج فالهدف من متابعة الجمهور المتلقي للبرامج الحوارية هو الحصول على أفكار ومعلومات جديدة مدعمة بالأدلة والبراهين، والتطرق والإحاطة بجميع النقاط التي تمس الموضوع والإجابة على الأسئلة التي يرى أو يحس أنها تجول في ذهن المشاهدين مثال على ذلك الحبيب الغريبي: سيد عبد القادر هل أنت متفق مع أن فرنسا هي تحاول فقط التسويق لنظرية مقاومة الإرهاب بينما الحقيقة أن هذه المنطقة تاريخياً هي منطقة نفوذ فرنسي وفرنسا تريد الحفاظ على مصالحها الاقتصادية كما كان يقول السيد أبو المعالي منذ قليل، هناك مناجم يورانيوم هناك مناجم ذهب والمسألة أيضاً لها طابع ووجه اقتصادي بالأساس؟

إجابة عبد القادر عبد الرحيم: بالتأكيد بالتأكيد يجب أن لا نكون ساذجين فكافة الدول تود بشكل شرعي أن تحمي مصالحها وتحافظ عليها لكن فرنسا هشة ف 75% من طاقتها المستهلكة في البلاد هذه الطاقة نووية ولهذا السبب فإن اليورانيوم الموجود في النيجر يُمثل قضية حيوية بالنسبة للاقتصاد الفرنسي لا يمكننا أن نتصور أن تكون فرنسا غير قادرة اقتصادياً ولهذا السبب نرى تدخل فرنسا.

• أما عن استخدام قناة الجزيرة الفضائية لأسلوب التحيز في بعض حلقات برامجها الحوارية (عينة الدراسة) لمعالجة القضايا الراهنة فهذا قليل مقارنة بأسلوب التفسير لأنه لا يناسب هذا النوع من البرامج ويجعل المشاهد يشكك في موضوعية ومصداقية القناة وشعارها، وقد لاحظنا هذا الأسلوب كثيراً في برنامج (الاتجاه المعاكس) المثير للجدل

• فيصل القاسم: ولا تنسى والسؤال الآخر يعني تُريد أن تقول ولا تنسى أن الكثير من هؤلاء حتى المعارضين هم في نهاية النهار تربية هذا النظام الفاشي، تعليمياً، عسكرياً، أمنياً، اقتصادياً، سياسياً هذا الجرو من ذاك الكلب يعني بإختصار شديد.

* أما عن عدم استخدام قناة الجزيرة الفضائية في برامجها الحوارية المباشرة (عينة الدراسة) أسلوب المعالجة (مجرد) لأنه لا يخدم أهداف هذا النوع من البرامج، وباستخدامه ولو بنسب قليلة سيفقد القناة مصداقيتها وجمهورها.

جدول رقم (14): يبين التكرارات والنسب المئوية الخاصة بالهدف من طرح القضايا الراهنة في البرامج الحوارية :

المجموع												إسم البرنامج		
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	الهدف من طرح القضية
41.62	236	43.75	14	36.84	14	50	14	46.66	14	40.35	90	41.66	90	تسليط الضوء على القضية
09.70	55	06.25	02	18.42	07	-	-	06.66	02	07.62	17	12.5	27	إنتقاد القضية
41.62	236	43.75	14	36.84	14	50	14	46.66	14	40.35	90	41.66	90	التعليق على القضية
07.05	40	06.25	02	07.89	03	-	-	-	-	11.65	26	04.16	09	رفض القضية
100	567	100	32	100	38	100	28	100	30	100	223	100	216	المجموع

الهدف من القضية:

تشير بيانات الجدول أعلاه أن الهدف من معالجة القضايا الراهنة في برنامج (الواقع العربي) هو (تسليط الضوء على القضية) بتكرار بلغ 90 أي بنسبة 41.66%، و(انتقاد القضية) بواقع تكرار بلغ 27 ما يعادل نسبة 12.50%، و(التعليق على القضية) بتكرار بلغ 90 أي ما نسبته 41.66% كذلك، أما (رفض القضية) فبتكرار بلغ 09 أي ما يعادل نسبة 04.16%.

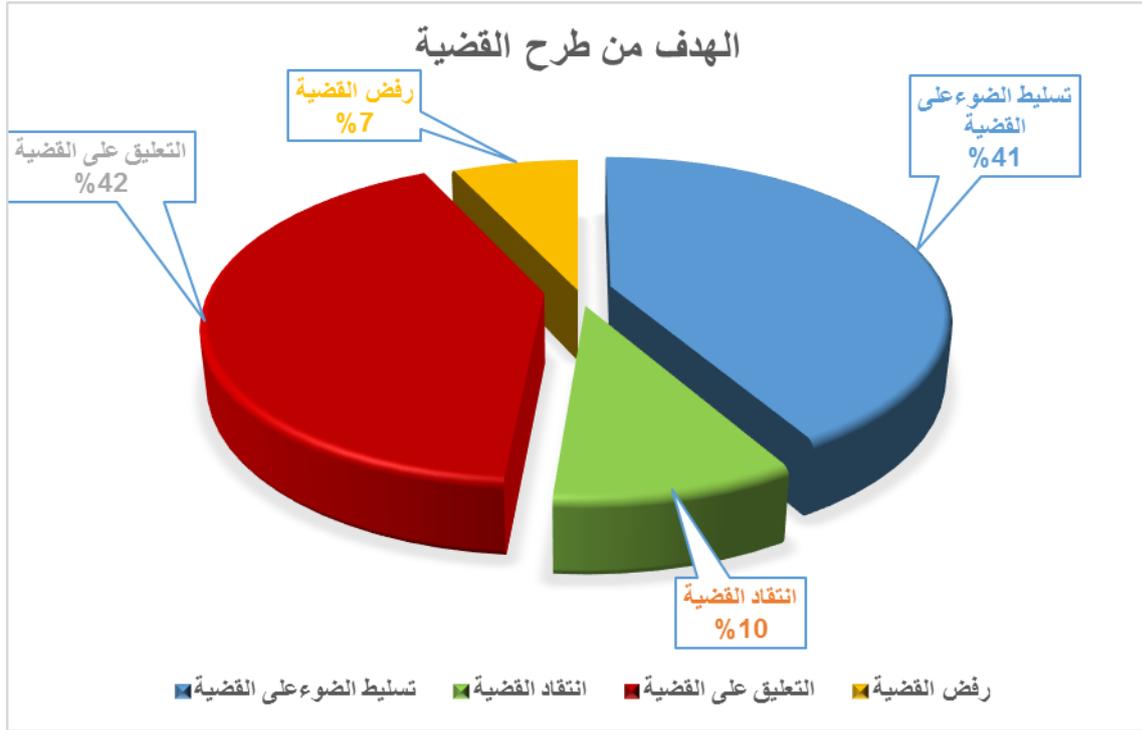
أما برنامج (ما وراء الخبر) فالهدف من معالجة القضايا الراهنة فيه هو (تسليط الضوء على القضية) بواقع تكرار بلغ 90 أي ما يعادل نسبة 40.35%، و(انتقاد القضية) بتكرار بلغ 17 أي بنسبة 07.62%، و(التعليق على القضية) بتكرار بلغ 90 أي بنسبة 40.35% كذلك، أما (رفض القضية) فبتكرار بلغ 26 أي ما يعادل نسبة 11.65%.

بينما كان الهدف من معالجة القضايا الراهنة في برنامج (في العمق) هو (تسليط الضوء على القضية) بتكرار بلغ 14 أي بنسبة 46.66%، و(انتقاد القضية) بتكرار بلغ 02 أي ما يعادل نسبة 06.66%، و(التعليق على القضية) بتكرار بلغ 14 أي بنسبة 46.66% كذلك، أما (رفض القضية) فبنسبة معدومة 00%.

أما الهدف من معالجة القضايا الراهنة في برنامج (لقاء اليوم) هو (تسليط الضوء على القضية) و(التعليق على القضية) بتساوي التكرار بلغ 14 أي ما يعادل نسبة 50%، أما (انتقاد القضية) و(رفض القضية) جاءت بنسبة معدومة 00%.

فيما كان الهدف من معالجة القضايا الراهنة في برنامج (الإتجاه المعاكس) هو (تسليط الضوء على القضية) بواقع تكرار بلغ 14 أي بنسبة 36.84%، و(انتقاد القضية) بتكرار بلغ 07 أي بنسبة 18.42%، و(التعليق على القضية) بتكرار بلغ 14 أي بنسبة 36.48% ، أما (رفض القضية) فبتكرار بلغ 02 أي ما يعادل نسبة 07.89%.

بينما برنامج (بلا حدود) فالهدف من معالجة القضايا الراهنة فيه هو (تسليط الضوء على القضية) و(التعليق على القضية) بتساوي التكرار وبلغ 14 أي ما يعادل نسبة 43.75%، أما (انتقاد القضية) و(رفض القضية) فتساوى هو الآخر بتكرار بلغ 02 ما يعادل نسبة 06.25%.



من خلال هذه القراءة تبين أن الهدف من طرح القضايا الراهنة في البرامج الحوارية المباشرة (عينة الدراسة) في قناة الجزيرة الإخبارية هو تسليط الضوء والتعليق عليها في صدارة الترتيب في البرامج الحوارية بتكرار بلغ 236 أي ما يعادل نسبة 41.62% في كل البرامج الحوارية (عينة الدراسة)، وأتى في الترتيب الثاني إنتقاد القضية بتكرار بلغ 55 أي بنسبة 09.70%، وفي الترتيب الثالث رفض القضية بواقع تكرار بلغ 40 أي ما يعادل نسبة 07.05% .

يتضح مما سبق:

- الهدف من طرح القضايا الراهنة في البرامج الحوارية لقناة الجزيرة الفضائية الإخبارية هو تسليط الضوء والتعليق عليها في المرتبة الأولى.
- أوضحت نسب الدراسة التحليلية أن الهدف من طرح القضايا الراهنة في البرامج الحوارية (عينة الدراسة) هو إنتقادها في المرتبة الثانية.
- جاء الهدف من طرح القضايا الراهنة في البرامج الحوارية المباشرة (عينة الدراسة) في قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية هو انتقادها في المرتبة الثالثة.

التفسير:

• يرجع الهدف من طرح القضايا الراهنة في البرامج الحوارية (عينة الدراسة) لقناة الجزيرة الفضائية الإخبارية إلى تسليط الضوء والتعليق عليها لوجود بعض القضايا التي تهم الجمهور العربي والإسلامي ولكنها مهمشة سواء في الإعلام الرسمي والمتخصص للدول التي تعاني منها أو أن تكون هذه القضايا عرضت بالفعل على قناة الجزيرة الإخبارية لكن لم تخصص لها القناة الوقت الكافي في نشراتها الإخبارية أو مرت عليها باستخدام مصطلحات تشير إليها على سبيل المثال لا الحصر (الغاز الصخري)، (6 أبريل المصرية) فالجمهور العربي يحتاج لتفسير أكثر حول هذه القضية لمعرفة أسبابها أو تاريخ وظروف نشأتها، وهذه أحد أسباب النفاق الجمهور العربي بقناة الجزيرة وتفضيله لها، فهي تسعى جاهدة لتوفير وقت لهذه القضايا ووضعها في برامج خاصة تلبي حاجات الجماهير والمتابعين، ويتجسد ذلك في استضافة شخصيات تكون على صلة بالقضية المطروحة مثل برنامج بلا حدود أو لقاء اليوم أو شخصيات متخصصة سواء حكومية أو شخصيات مسؤولة لمعالجة الجوانب المختلفة للقضية حيث يتدخل كل منهم لمعالجة الجانب الذي يخص مجاله لإثراءه وتدعيمه بالأدلة والبراهين.

• وفي بعض الأحيان يكون الهدف من طرح القضايا الراهنة هو انتقادها لأنها لا تخدم المجتمعات العربية ولا تساهم في تطورها وبنائها الحضاري مثل قضايا الإرهاب والتطرف، وقضايا الهجرة الغير شرعية التي أصبحت تنخر المجتمعات العربية الإسلامية نتيجة لتدني الإقتصاد وعدم توفر مناصب عمل للشباب المتخرج من الجامعات وبالتالي فالشعب العربي يعيش حياة مزرية في ظل أنظمتها المستبدة وغياب الديمقراطية، وكذا عدم وضع استراتيجيات واضحة للتكفل بشبابها والتي أصبحت تسيء بشكل سلبي لصورة الإسلام والمسلمين.

• وبنسبة أقل يكون الهدف من طرح القضايا الراهنة في البرامج الحوارية المباشرة لقناة الجزيرة الإخبارية هو رفضها، وخاصة القضية السورية واليمنية التي يعاني شعبيهما المر في بلدانهم، فالشعب السوري لا يزال يعاني من اجرام نظام بشار الأسد الظالم الذي شرد عائلات واضطر آخرون للجوء السياسي في دول عربية وأجنبية في كل بقاع العالم، وقتل الأطفال والأبرياء، واستخدام أسلحة محضرة دوليا كالغازات السامة، فهذه الهمجية والاستبداد يرفضها كل العالم وليس فقط العرب.

جدول رقم (15): يبين التكرارات والنسب المئوية الخاصة بطبيعة موضوعات القضايا الراهنة في البرامج الحوارية :

المجموع													إسم البرنامج	
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	طبيعة الموضوع	
77.73	199	75	12	76.47	13	68.75	11	62.5	10	93.61	88	67.01	65	موضوع سياسي
0.78	02	-	-	-	-	-	-	-	-	01.06	01	01.03	01	موضوع رياضي
06.25	16	12.5	02	-	-	-	-	06.25	01	02.12	02	11.34	11	موضوع اقتصادي
04.29	11	-	-	-	-	-	-	12.5	02	-	-	09.27	09	موضوع اجتماعي
02.73	07	-	-	-	-	-	-	-	-	03.19	03	04.12	04	موضوع قانوني
01.17	03	-	-	05.88	01	-	-	-	-	-	-	02.06	02	موضوع ديني
07.03	18	12.5	02	17.64	03	31.25	05	18.75	03	-	-	05.15	05	أخرى
100	256	100	16	100	17	100	16	100	16	100	94	100	97	المجموع

طبيعة الموضوع:

تشير بيانات الجدول أعلاه أن طبيعة الموضوعات المعالجة في القضايا الراهنة لبرنامج (الواقع العربي) هي (سياسية) بتكرار بلغ 65 أي بنسبة 67.01%، و(رياضية) بتكرار بلغ 01 أي ما يعادل نسبة 01.03%، و(اقتصادية) بتكرار بلغ 11 أي بنسبة 11.34%، أما (اجتماعية) فتكرار بلغ 09 أي ما يعادل نسبة 09.27%، و(قانونية) بتكرار بلغ 04 أي بنسبة 04.12% و(دينية) بتكرار بلغ 02 أي بنسبة 02.06%، و(أخرى) بتكرار بلغ 05 أي ما يعادل نسبة 05.15%.

أما برنامج (ما وراء الخبر) فطبيعة الموضوعات المعالجة فيه هي (سياسية) بتكرار بلغ 88 أي بنسبة 93.61%، (رياضية) بتكرار بلغ 01 أي ما يعادل نسبة 01.06%، و(اقتصادية) بتكرار بلغ 02 أي بنسبة 02.12%، أما الموضوعات (قانونية) فتكرار بلغ 03 أي ما يعادل نسبة 03.19%، فيما انعدمت التكرارات والنسب في الموضوعات الاجتماعية والدينية وأخرى.

بينما كانت طبيعة الموضوعات المعالجة في برنامج (في العمق) (سياسية) بتكرار بلغ 10 أي بنسبة 62.50%، و(اقتصادية) بتكرار بلغ 01 أي ما يعادل نسبة 06.25%، وأما (اجتماعية) فتكرار بلغ 02 أي بنسبة 12.5%، و(أخرى) بواقع تكرار بلغ 03 أي ما يعادل نسبة 18.75% فيما انعدمت التكرارات والنسب في الموضوعات القانونية والرياضية والدينية.

أما طبيعة الموضوعات المعالجة في برنامج (لقاء اليوم) فهي (سياسية) بتكرار بلغ 11 أي ما يعادل نسبة 68.75%، و(أخرى) بتكرار بلغ 05 أي ما يعادل نسبة 31.25%، فيما انعدمت التكرارات والنسب بالنسبة للموضوعات الاقتصادية، القانونية، الاجتماعية، والدينية.

فيما كانت نسبة طبيعة الموضوعات المعالجة في برنامج الاتجاه المعاكس (سياسية) بتكرار بلغ 13 أي ما يعادل نسبة 76.47%، و(دينية) بتكرار بلغ 01 أي بنسبة 05.88%، و(أخرى) بتكرار بلغ 03 أي ما يعادل نسبة 17.64%، وانعدمت التكرارات والنسب في الموضوعات الاقتصادية، القانونية، الرياضية، والاجتماعية.

بينما برنامج (بلا حدود) فطبيعة الموضوعات المعالجة فيه هي (سياسية) بتكرار بلغ 12 أي ما يعادل نسبة 75%، و(اقتصادية) بتكرار بلغ 02 أي ما يعادل نسبة 12.50%، و(أخرى) بتكرار بلغ 02 أي ما يعادل نسبة 12.50%، فيما انعدمت التكرارات والنسب في الموضوعات الرياضية الإجتماعية، القانونية والدينية.



من خلال هذه القراءة يتبين أن الموضوعات (السياسية) أخذت صدارة الترتيب في كل البرامج الحوارية المباشرة (عينة الدراسة) في قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية بتكرار بلغ 199 أي بنسبة 77.73%، وأتى في الترتيب الثاني (أخرى) بتكرار بلغ 18 أي بنسبة 07.03%، وفي الترتيب الثالث البرامج (الإقتصادية) بتكرار بلغ 16 أي ما يعادل نسبة 06.25%، ثم تليها البرامج (الإجتماعية) بتكرار بلغ 11 أي بنسبة 04.29%، وفي الترتيب الخامس البرامج (القانونية) بتكرار بلغ 07 أي ما يعادل نسبة 02.73%، وفي الترتيب السادس الموضوعات (الدينية) بتكرار بلغ 03 أي ما يعادل نسبة 01.17%، وأخيرا وفي المرتبة السابعة والأخيرة الموضوعات (الرياضية) بتكرار بلغ 02 أي ما يعادل نسبة 0.78%.

يتضح مما سبق:

- اعتماد قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية على معالجة الموضوعات السياسية في برامجها الحوارية المباشرة (عينة الدراسة).
- أوضحت نسب الدراسة التحليلية أن هناك موضوعات أخرى غير التي ذكرناها جاءت في الترتيب الثاني.
- جاءت معالجة قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية للموضوعات الإقتصادية في المرتبة الثالثة.
- اعتماد قناة الجزيرة على الموضوعات الإجتماعية في برامجها الحوارية في الترتيب الرابع.
- تناولت البرامج الحوارية المباشرة (عينة الدراسة) الموضوعات القانونية في المرتبة الخامسة.
- أما معالجة الموضوعات الدينية فقد جاءت في المرتبة السادسة تليها الموضوعات الرياضية في المرتبة السابعة والأخيرة .

التفسير:

- يرجع تركيز قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية على الموضوعات السياسية في برامجها الحوارية المباشرة (عينة الدراسة) كونها موضوعات تمس المجتمعات العربية والإسلامية وتحظى باهتمام المشاهد في الوطن العربي والعالم على حد سواء، وهذا ما توصلت إليه كذلك دراسة محسن جلوب الكنانى (2012)¹ حيث جاءت نسبة الموضوعات السياسية في البرامج الحوارية الحية التي حللها في المرتبة الأولى بنسبة 63.33% وقد أرجع ذلك للأسباب التالية:
- كون القناة إخبارية فهي تركز بالدرجة الأولى على الموضوعات السياسية.
- الأحداث السياسية الكبيرة والخطيرة التي دائما ما تحدث وتستقطب اهتمام الرأي العام وتحتاج لتسليط الضوء عليها.
- ميل قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية في البرامج الحوارية محل الدراسة أيضا إلى تناول الموضوعات الدينية وهذا يرجع إلى أنها تبث من دولة عربية دينها الرسمي الإسلام، وسبق لها أن ترأست المؤتمر الإسلامي، كذلك كون طبيعة المشاهدين دينية (إسلامية) لا سيما أن معظم مشاهديها من الدول العربية الإسلامية، هذا ما يدل على اهتمامها بما يريد مشاهديها وتماشيا مع رغباتهم.

¹ محسن جلوب الكنانى: مرجع سبق ذكره

* تتفق الباحثة مع الباحث محسن جلوب الكناني في هذه النقاط وتضيف نقاط أخرى تخص البرامج الحوارية محل هذه الدراسة وهي:

- طرحت البرامج الحوارية المباشرة (عينة الدراسة) مختلف القضايا للنقاش، سواء عربية أو دولية، وهذا ما جعلها تحافظ على مكانتها ومركزها بين القنوات الإخبارية في الوطن العربي وحتى العالم للمعالجة الحصرية للخبر والإحاطة بكل جوانبه حتى لا يبحث المشاهد عن قنوات فضائية أخرى تشبع له حاجاته الإخبارية غير الجزيرة .
- لم تتل الموضوعات الإقتصادية والإجتماعية والدينية في البرامج الحوارية المباشرة (عينة الدراسة) الإهتمام الكافي على الرغم من أهميتها في العالم العربي، وخاصة القضايا الإجتماعية وانعكاساتها على الوضع السياسي، حيث أنها السبب الرئيسي في قيام الثورات العربية وإسقاط أنظمة دامت لأكثر من 20 سنة.

جدول رقم (16): يبين التكرارات والنسب المئوية الخاصة بفئة القضايا الراهنة المعالجة في البرامج الحوارية :

المجموع														إسم البرنامج القضايا
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
07.20	17	07.14	01	-	-	14.28	02	07.14	01	02.22	02	12.22	11	القضية الفلسطينية
52.96	125	28.57	04	71.42	10	42.85	06	-	-	72.22	65	44.44	40	قضايا دول الربيع العربي
07.62	18	28.57	04	07.14	01	07.14	01	07.14	01	06.66	06	05.55	05	قضايا الارهاب والتطرف
11.01	26	07.14	01	07.14	01	07.14	01	14.28	02	13.33	12	10	09	القضية العراقية
01.27	03	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	03.33	03	قضايا الهجرة الغير شرعية
02.11	05	-	-	-	-	-	-	28.57	04	01.11	01			دول الخليج
17.79	42	28.57	04	14.28	02	28.57	04	42.85	06	04.44	04	24.44	22	اخرى
100	236	100	14	100	14	100	14	100	14	100	90	100	90	المجموع

فئة القضايا:

تشير بيانات الجدول أعلاه أن القضايا الراهنة المعالجة في برنامج الواقع العربي هي (القضية الفلسطينية) بتكرار بلغ 11 أي ما يعادل نسبة 12.22%، و(قضايا دول الربيع العربي) بتكرار بلغ 40 أي ما يعادل نسبة 44.44%، أما (قضايا الإرهاب والتطرف) فبتكرار بلغ 05 أي بنسبة 05.55%، و(القضية العراقية) بتكرار بلغ 09 أي بنسبة 10%، فيما بلغ تكرار معالجة (قضايا الهجرة الغير شرعية) 03 أي ما يعادل نسبة 03.33%، و(قضايا أخرى) بتكرار بلغ 22 أي بنسبة 24.44%.

أما برنامج ما وراء الخبر فالقضايا الراهنة المعالجة فيه هي (القضية الفلسطينية) بتكرار بلغ 02 أي ما يعادل نسبة 02.22%، و(قضايا دول الربيع العربي) بتكرار بلغ 65 أي بنسبة 72.22%، أما (قضايا الإرهاب والتطرف) فبتكرار بلغ 06 أي ما نسبته 06.66%، و(القضية العراقية) بتكرار بلغ 12 أي ما يعادل نسبة 13.33%، فيما بلغ تكرار معالجة (قضايا الهجرة الغير شرعية) 00 %، أما قضايا (دول الخليج) فبتكرار بلغ 1 ما يعادل نسبة 01.11% و(قضايا أخرى) بتكرار بلغ 4 أي ما يعادل نسبة 04.44%.

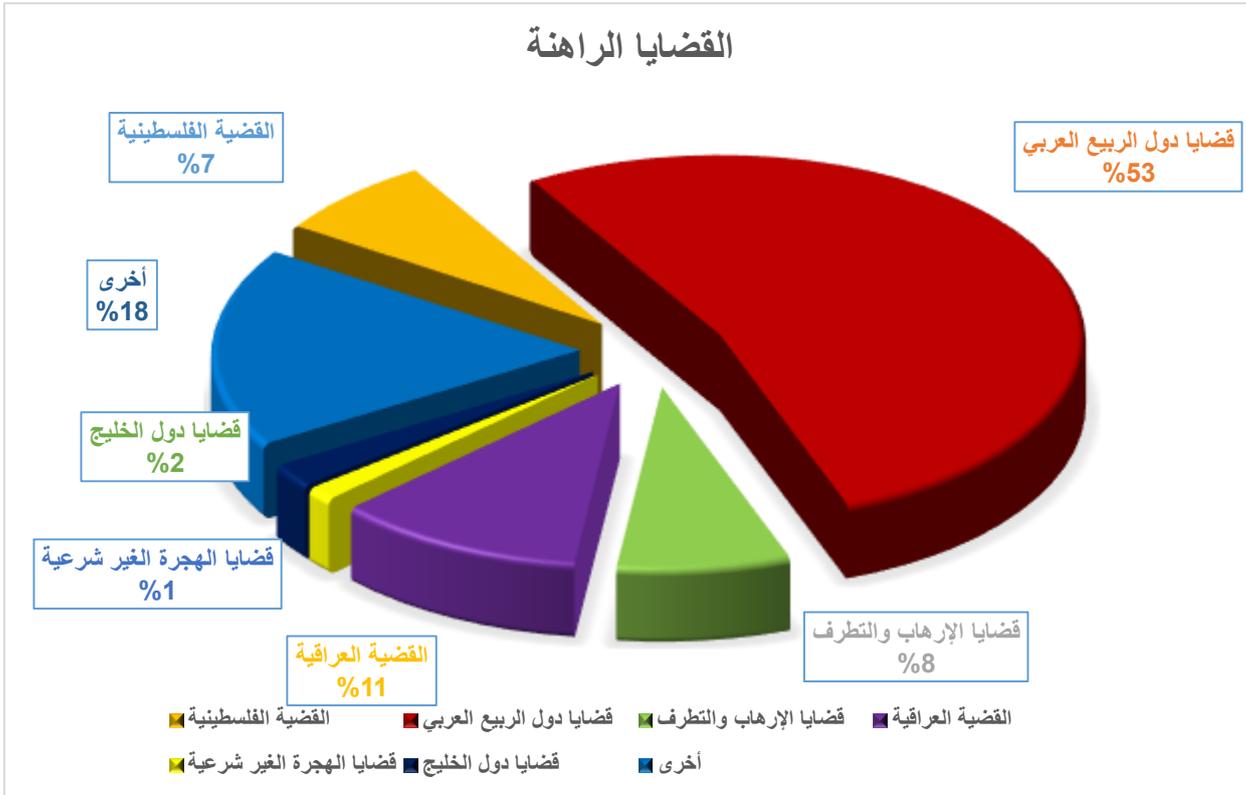
بينما كانت القضايا الراهنة المعالجة في برنامج في العمق هي (القضية الفلسطينية) بتكرار بلغ 01 أي ما يعادل نسبة 07.14%، و(قضايا دول الربيع العربي) بتكرار بلغ 00 ونسبة 00 % أما (قضايا الإرهاب والتطرف) فبلغ تكرارها 01 أي ما يعادل نسبة 07.14%، و(القضية العراقية) بتكرار بلغ 02 أي بنسبة 14.28%، فيما بلغ تكرار معالجة (قضايا الهجرة الغير شرعية) صفر وبنسبة 00%، أما (قضايا دول الخليج) فبتكرار بلغ 04 أي ما يعادل نسبة 28.57%، و(قضايا أخرى) بتكرار بلغ 06 أي بنسبة 42.85%.

أما القضايا المعالجة في برنامج لقاء اليوم هي (القضية الفلسطينية) بتكرار بلغ 02 أي ما يعادل نسبة 14.28%، و(قضايا دول الربيع العربي) بتكرار بلغ 06 أي بنسبة 42.85%، أما (قضايا الإرهاب والتطرف) فبلغ تكرارها 01 أي بنسبة 07.14%، و(القضية العراقية) بتكرار بلغ 01 ما يعادل نسبة 07.14% كذلك، فيما تساوى تكرار معالجة (قضايا الهجرة الغير شرعية) و(قضايا دول الخليج) 00%، أما (قضايا أخرى) فبتكرار بلغ 04 ما يعادل نسبة 28.57%.

فيما جاءت القضايا المعالجة في برنامج الإتجاه المعاكس هي (القضية الفلسطينية) بتكرار بلغ نسبة 00%، و(قضايا دول الربيع العربي) بتكرار بلغ 10 أي ما يعادل نسبة 71.42%، أما (قضايا الإرهاب والتطرف) فتساوى تكرارها (القضية العراقية) 01 ما يعادل نسبة 07.14%، فيما تساوى تكرار معالجة (قضايا الهجرة الغير شرعية) و(قضايا دول الخليج) 00%، أما (قضايا أخرى) فبتكرار بلغ 02 أي ما يعادل نسبة 14.28%.

أما برنامج بلا حدود فالقضايا المعالجة فيه هي (القضية الفلسطينية) بتكرار بلغ 01 أي ما يعادل نسبة 07.14%، و(قضايا دول الربيع العربي) بتكرار بلغ 04 أي ما يعادل نسبة 28.57%، أما (قضايا الإرهاب والتطرف) فبلغ تكرارها 04 أي بنسبة 28.57% هي الأخرى و(القضية العراقية) بتكرار بلغ 01 أي ما يعادل نسبة 07.14%، فيما تساوى تكرار معالجة (قضايا الهجرة الغير شرعية) و(قضايا دول الخليج) 00%، أما (قضايا أخرى) فبتكرار بلغ 04 أي ما يعادل نسبة 28.57%.

القضايا الراهنة



من خلال قراءة الرسم البياني يتضح أن القضايا الراهنة المعالجة في البرامج الحوارية المباشرة (عينة الدراسة) لقناة الجزيرة الفضائية الإخبارية تبين أن قضايا دول الربيع العربي أخذت صدارة الترتيب بتكرار بلغ 125 أي ما يعادل نسبة 52.96% في كل البرامج الحوارية (عينة الدراسة) وأتى في الترتيب الثاني قضايا أخرى بتكرار بلغ 42 أي ما يعادل نسبة 17.79%، وفي الترتيب الثالث القضية العراقية بتكرار بلغ 26 أي ما يعادل نسبة 11.01%، وفي الترتيب الرابع قضايا الإرهاب والتطرف بتكرار بلغ 18 ما يعادل نسبة 07.62%، أما الترتيب الخامس فكان للقضية الفلسطينية بتكرار بلغ 17 أي ما يعادل نسبة 07.20%، وفي الترتيب السادس قضايا دول الخليج بتكرار بلغ 05 أي ما يعادل نسبة 02.11%، بينما كان الترتيب السابع والأخير لقضايا الهجرة الغير شرعية بتكرار بلغ 03 أي ما يعادل نسبة 01.27%.

يتضح مما سبق:

- اعتماد قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية في برامجها الحوارية المباشرة (عينة الدراسة) على معالجة القضايا الراهنة التي تخص دول الربيع العربي.
- أوضحت نسب الدراسة التحليلية أن معالجة قضايا راهنة أخرى في البرامج الحوارية (عينة الدراسة) جاء في الترتيب الثاني.
- جاءت معالجة القضية العراقية في البرامج الحوارية المباشرة (عينة الدراسة) في الترتيب الثالث.
- تناولت قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية في البرامج الحوارية المباشرة (عينة الدراسة) قضايا الإرهاب والتطرف في المرتبة الرابعة.
- جاء في قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية ترتيب القضية الفلسطينية خامسا في البرامج الحوارية المباشرة (عينة الدراسة).
- تناولت قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية في برامجها الحوارية (عينة الدراسة) قضايا دول الخليج في الترتيب السادس بين القضايا المطروحة.
- جاءت قضايا الهجرة الغير شرعية في الترتيب السابع والأخير في البرامج الحوارية المباشرة (عينة الدراسة) لقناة الجزيرة الإخبارية.

التفسير:

- يرجع تركيز قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية في برامجها الحوارية المباشرة (عينة الدراسة) على قضايا دول الربيع العربي كونها لا تزال تعاني من ويلات الثورة خاصة اليمن وسوريا ومصر والجمهور المتلقي، لازل بحاجة لمعرفة آخر الأخبار والتطورات الحاصلة على الساحة.
- معالجة قناة الجزيرة الإخبارية للقضية العراقية في برامجها الحوارية المباشرة لإعلام الجمهور العراقي والعربي والإسلامي بمستجدات القضية وآخر تطوراتها، وكذا ربطهم بها.
- قضايا الإرهاب والتطرف على الرغم من خطورتها وسلبياتها على العالم ككل وليس العالم العربي فقط إلا أنها لم تحظى بالتغطية المناسبة حتى لا نقول مكثفة، لأن هذا النوع من القضايا يحتاج لبرامج خاصة به وحده، حيث نجد أن القناة لا تتطرق إليها إذا حصلت كارثة مثلما حدث في هجوم شارلي إبيدو في فرنسا.
- انحياز قناة الجزيرة الإخبارية للقضية الفلسطينية فلا أحد ينكر التغطيات التي قامت بها القناة فالجزيرة قناة عربية إسلامية هدفها خدمة العرب والمسلمين وتوعيتهم سياسياً، كم تلعب دوراً هاماً في حشد الرأي العام العربي لصالح القضية الفلسطينية وحقوق شعبها، ولكن ما يأخذ على قناة الجزيرة فتحها المجال لشخصيات إسرائيلية أو صهيونية للتعرف على آرائهم ومواقفهم في مختلف القضايا فهذا خطر على القضية الفلسطينية، ويجب على العرب والمسلمين الحذر منه وعلى آثاره على المدى البعيد.
- قضايا دول الخليج العربي جاءت بنسب قليلة في البرامج الحوارية (عينة الدراسة)، رغم العلاقات السيئة بين البلدين إلا أن الموضوعات التي ناقشتها هي حول أزمة النفط فقط.
- قضايا الهجرة الغير شرعية هي الأخرى لم تحظى بالتغطية الإعلامية المناسبة في البرامج الحوارية (عينة الدراسة) للقناة على الرغم من مخاطرها وازدياد حدتها بين فئات الشباب العربي وحتى العائلات العربية وفي الآونة الأخيرة أصابت العدوى اللاجئين، الذين غالباً ما ينتهي حلمهم بعيش حياة كريمة قبل أن يبدأ سواء بالموت غرقاً أو جوعاً أو في السجون.

جدول رقم (17): يبين التكرارات والنسب المئوية الخاصة بمصادر المعلومات المستخدمة لمعالجة القضايا الراهنة في البرامج الحوارية

المجموع														إسم البرنامج
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	مصادر المعلومات
26.02	165	-	-	-	-	-	-	-	-	32.36	78	29.69	87	مصدر ذاتي (تقارير)
12.14	77	05.55	01	-	-	-	-	-	-	08.29	20	19.11	56	مصدر مسؤول
01.34	09	-	-	-	-	-	-	-	-	02.07	05	01.36	04	مصادر للجزيرة
37.22	236	77.77	14	26.92	14	93.33	14	93.33	14	37.34	90	30.71	90	لقاءات مع الضيوف
00.94	06	-	-	11.53	06	-	-	-	-	-	-	-	-	اتصال هاتفي
00.31	02	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	00.68	02	وكالات أنباء
02.36	15	05.55	01	-	-	-	-	-	-	05.80	14	-	-	دراسات
00.94	06	-	-	-	-	-	-	-	-	00.82	02	01.36	04	شهود عيان
00.78	05	-	-	03.84	02	-	-	06.66	01	-	-	00.68	02	الصحف
01.10	07	-	-	05.76	03	-	-	-	-	00.82	02	00.68	02	وسائل الإعلام
01.26	08	-	-	15.38	08	-	-	-	-	-	-	-	-	صور
02.83	18	05.55	01	-	-	-	-	-	-	01.65	04	04.43	13	تقارير وبيانات
04.57	29	-	-	-	-	-	-	-	-	01.24	03	08.87	26	المتحدث الرسمي
01.57	10	-	-	-	-	-	-	-	-	04.14	10	-	-	مراقبون
02.20	14	-	-	26.92	14	-	-	-	-	-	-	-	-	سبر الآراء
05.54	27	05.55	01	09.61	05	06.66	01	-	-	05.38	13	02.38	07	أخرى
100	634	100	18	100	52	100	15	100	15	100	241	100	293	المجموع

مصادر المعلومات

تشير بيانات الجدول أعلاه أن طبيعة مصادر المعلومات في برنامج (الواقع العربي) هي (مصدر ذاتي) بواقع 87 تكرر أي ما يعادل 29.69%، و(مصدر مسؤول) بواقع 56 تكرر أي بنسبة 19.11%، كم تساوى (مصادر للجزيرة) و(شهود عيان) بتكرار بلغ 04 أي ما يعادل نسبة 01.36%، فيما بلغ تكرر (لقاءات مع الضيوف) الذين يترددون على البرنامج 90 أي ما يعادل 30.71%، فيما تساوى التكرار في كل من (وكالات الأنباء)، (صحف)، (وسائل الإعلام) وبلغ 02 ما يعادل نسبة 00.68%، بينما بلغ تكرر (تقارير وبيانات) 13 بنسبة 04.43%، أما (متحدث رسمي) فبلغ تكراره 26 أي ما يعادل 08.78%، وفي الأخير نجد (أخرى) بتكرار بلغ 07 ما يعادل نسبة 02.38%.

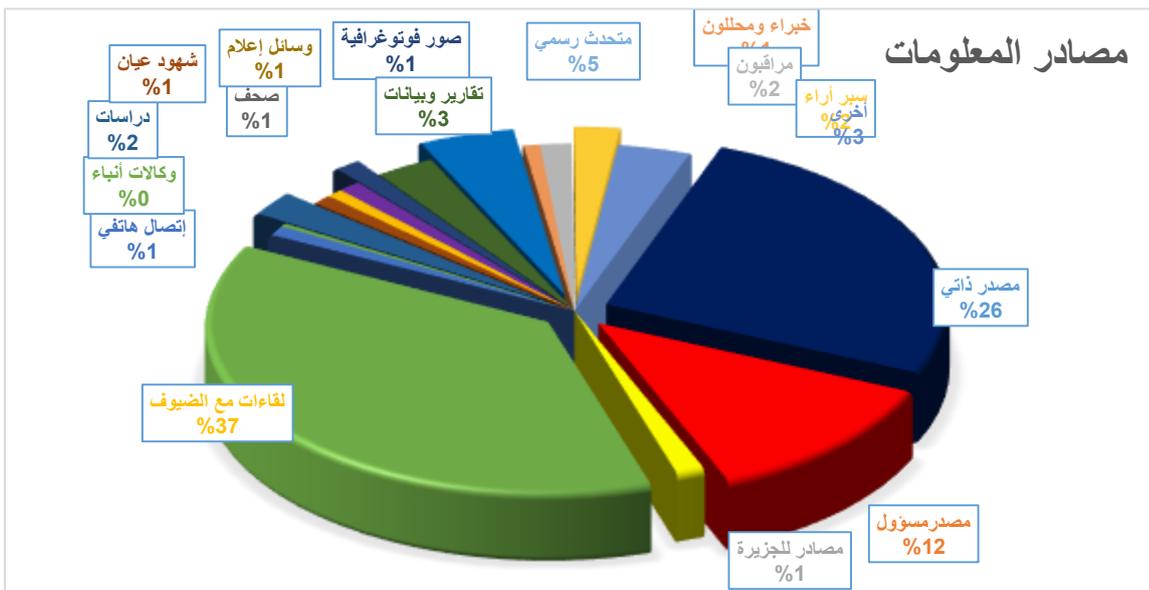
أما برنامج (ما وراء الخبر) فطبيعة المصادر التي اعتمد عليها هي (مصدر ذاتي) بواقع 78 تكرر أي ما يعادل 54.54%، و(مصدر مسؤول) بواقع 20 تكرر أي بنسبة 13.98%، كما تساوى (مصادر للجزيرة) و(خبراء ومحللون) بتكرار بلغ 05 أي ما يعادل نسبة 03.49%، فيما بلغ تكرر (لقاءات مع الضيوف) الذين يترددون على البرنامج 90 أي ما يعادل 62.93% و(دراسات) بتكرار بلغ 14 ما يعادل نسبة 09.79%، فيما تساوى التكرار في كل من (شهود عيان)، (وسائل الإعلام) وبلغ 02 ما يعادل نسبة 01.39%، بينما بلغ تكرر (تقارير وبيانات) 04 بنسبة 02.79%، أما (متحدث رسمي) فبلغ تكراره 03 أي ما يعادل 02.09%، و(مراقبون) بتكرار بلغ 10 ما يعادل نسبة 06.99%، وأخيرا (أخرى) بتكرار بلغ 08 ما يعادل نسبة 05.59%.

بينما برنامج في العمق فطبيعة المصادر المستخدمة فيه هي (لقاءات مع الضيوف) بتكرار بلغ 14 ما يعادل نسبة 93.33%، و(الصحف) بتكرار بلغ 01 ما يعادل نسبة 06.66%، وانعدمت النسب في المصادر التالية: (مصدر ذاتي)، (مصدر مسؤول)، (مصادر للجزيرة) و(خبراء ومحللون)، (دراسات)، (شهود عيان)، (وسائل الإعلام)، (تقارير وبيانات)، (متحدث رسمي) وأخيرا (مراقبون) 00%.

فيما جاءت طبيعة المصادر في برنامج (لقاء اليوم) في (لقاءات مع الضيوف) بتكرار بلغ 14 ما يعادل نسبة 93.33%، و(أخرى) بتكرار بلغ 01 أي ما يعادل نسبة 06.66%، وانعدمت النسب في باقي المصادر ومنها (مصدر ذاتي)، (مصدر مسؤول)، (مصادر للجزيرة) و(خبراء ومحللون)، (دراسات)، (شهود عيان)، (وسائل الإعلام)، (تقارير وبيانات)، (متحدث رسمي) وأخيرا (مراقبون) 00%.

أما برنامج (الإتجاه المعاكس) فالمصادر المستخدمة فيه هي (لقاءات مع الضيوف) و(سبر آراء) بتكرار بلغ 14 أي ما يعادل نسبة 26.92%، و (إتصال هاتفي) بتكرار بلغ 06 أي ما نسبته 11.53%، (صحف) بتكرار بلغ 02 أي ما يعادل نسبة 03.84%، (وسائل الإعلام) بتكرار بلغ 03 ما يعادل 05.76%، (صور فوتوغرافية) بتكرار بلغ 08 ما يعادل 15.38%، وفي الأخير فئة (أخرى) بتكرار بلغ 05 ما يعادل نسبة 09.61%.

بينما (برنامج بلا حدود) فالمصادر المعتمدة فيه هي (لقاءات مع الضيوف) بتكرار بلغ 14 ما يعادل نسبة 77.77%، فيما تساوى تكرار (مصدر مسؤول)، (دراسات)، (تقارير وبيانات) و(أخرى) بتكرار بلغ 01 ما يعادل نسبة 05.55%، وانعدمت النسب في باقي المصادر ومنها (مصدر ذاتي)، (مصادر للجزيرة) و(خبراء ومحللون)، (شهود عيان)، (وسائل الإعلام)، (متحدث رسمي) وأخيرا (مراقبون) 00%.



من خلال هذه القراءة تبين أن مصادر المعلومات المدعمة للقضايا الراهنة في البرامج الحوارية (عينة الدراسة) لقناة الجزيرة الفضائية الإخبارية والتي أخذت صدارة الترتيب بتكرار بلغ 236، ما يعادل نسبة 37.22% هي (لقاءات مع الضيوف)، وأتى في الترتيب الثاني (مصدر ذاتي) بتكرار بلغ 165 أي بنسبة 26.02%، وفي الترتيب الثالث (مصدر مسؤول) بتكرار بلغ 77 ما يعادل نسبة 12.14%، ثم (متحدث رسمي) في الترتيب الرابع بتكرار بلغ 29 ما يعادل نسبة 4.57% وفي الترتيب الخامس (أخرى) بتكرار بلغ 22 ما يعادل نسبة 3.47%، وفي الترتيب السادس (تقارير وبيانات) بتكرار بلغ 18 ما يعادل نسبة 2.83%، وفي الترتيب السابع (دراسات) بتكرار بلغ 15 ما يعادل نسبة 2.36%، تليها (سبر آراء) بتكرار بلغ 14 أي بنسبة 2.20%، وفي المراتب الأخيرة (مصادر للجزيرة)، (مراقبون)، (صور)، (وسائل إعلام)، (شهود عيان)، (صحف) (وكالات أنباء)، (خبراء ومحللون) بنسب قليلة بين 0%، و2%.

يتضح مما سبق:

- اعتماد قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية في برامجها الحوارية المباشرة (عينة الدراسة) على لقاءات بالضيوف.
- أوضحت نسب الدراسة التحليلية أن الإعتماد على مصدر ذاتي -بمعنى يخص قناة الجزيرة- في تدعيم القضايا الراهنة في البرامج الحوارية (عينة الدراسة) جاء في الترتيب الثاني.
- جاء الاعتماد على مصدر مسؤول في البرامج الحوارية المباشرة (عينة الدراسة) في الترتيب الثالث.
- اعتماد قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية في البرامج الحوارية المباشرة (عينة الدراسة) على متحدث رسمي لتدعيم المعلومات حول القضايا الراهنة في المرتبة الرابعة.
- جاء في قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية ترتيب مصادر أخرى خامسا في البرامج الحوارية المباشرة (عينة الدراسة).

التفسير:

- يرجع استخدام قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية لمصادر معلومات متنوعة في معالجة القضايا الراهنة في برامجها الحوارية المباشرة (عينة الدراسة) كونها المادة الأساسية للمضمون.
- اعتمدت قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية في معالجة القضايا الراهنة في البرامج الحوارية المباشرة (عينة الدراسة) بدرجة كبيرة على لقاءات بالضيوف داخل الاستوديو، وهو الأصح كون الموضوعات والقضايا المطروحة تدخل ضمن البرامج الحوارية التي تستضيف شخصية أو شخصيتين أو أكثر لتبادل الآراء والمعلومات ووجهات النظر فيما بينهم، وإثراء الموضوع بالمعلومات التي قد تكون حصرية لم يسبق للمشاهد أن سمع بها أو مرت عليه، وبالتالي هنا مصدر المعلومة هو الضيف نفسه.
- جاء استخدام قناة الجزيرة لمصادر ذاتية في المرتبة الثانية في معالجة القضايا الراهنة في البرامج الحوارية (عينة الدراسة)، فلا يخفى على أحد الكم الهائل من المراسلين التي تعتمد عليهم الجزيرة في نقل الأخبار والأحداث الحصرية، وهو ما جعلها في مصاف الفضائيات الأولى في الدول العربية، بمعنى قناة الجزيرة هي التي تستخدم كمصدر للأخبار وليس العكس.
- جاء اعتماد قناة الجزيرة الإخبارية على مصدر مسؤول، لأن القضايا التي تطرحها للنقاش مثيرة للجدل في أغلبها، ولا يمكن الإعتماد فقط على ما جاء به الضيوف، فالهدف الأساسي للضيوف هو التعليق على القضية وإعطاء معلومات حولها، وتبقى مجرد آراء، لكن إذا ما دعمت الفكرة بمصدر مسؤول من قلب الحدث تتقلب الموازين، وتصبح المعلومة أكثر قابلية للتصديق ومصدر ثقة للجمهور المتلقي.
- أما عن اعتماد البرامج الحوارية في مناقشة القضايا على مصادر أخرى غير التي تم ذكرها من قبل هو أن لقناة الجزيرة علاقات كثيرة وفي كل المجالات واليادين، فقد توصل بها الأمر لجعل رئيس دولة (دولة ألبانيا) ضيفا لها ومصدرا للمعلومات، بالإضافة إلى مصادر أخرى ولكن بنسب قليلة، لكونها قناة إخبارية هدفها الحصول على المعلومة الحصرية والموثوقة.

جدول رقم (18): يبين التكرارات والنسب المئوية الخاصة بجغرافية القضايا الراهنة المعالجة في البرامج الحوارية :

المجموع													إسم البرنامج جغرافية القضايا	
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت		
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	محلية	
86.41	210	50	07	100	14	71.42	10	92.85	13	89.01	81	88.54	85	عربية
13.58	33	50	07	00	00	28.57	04	07.14	01	10.98	10	11.45	11	دولية
100	243	100	14	100	14	100	14	100	14	100	91	100	96	المجموع

فئة جغرافية القضايا:

تشير بيانات الجدول أعلاه أن القضايا المحلية المعالجة في برنامج الواقع العربي معدومة 00% أما القضايا العربية المعالجة في البرنامج فبتكرار بلغ 85 أي ما يعادل نسبة 88.54% فيما بلغ تكرار معالجة القضايا الدولية 11 أي ما يعادل 11.45%.

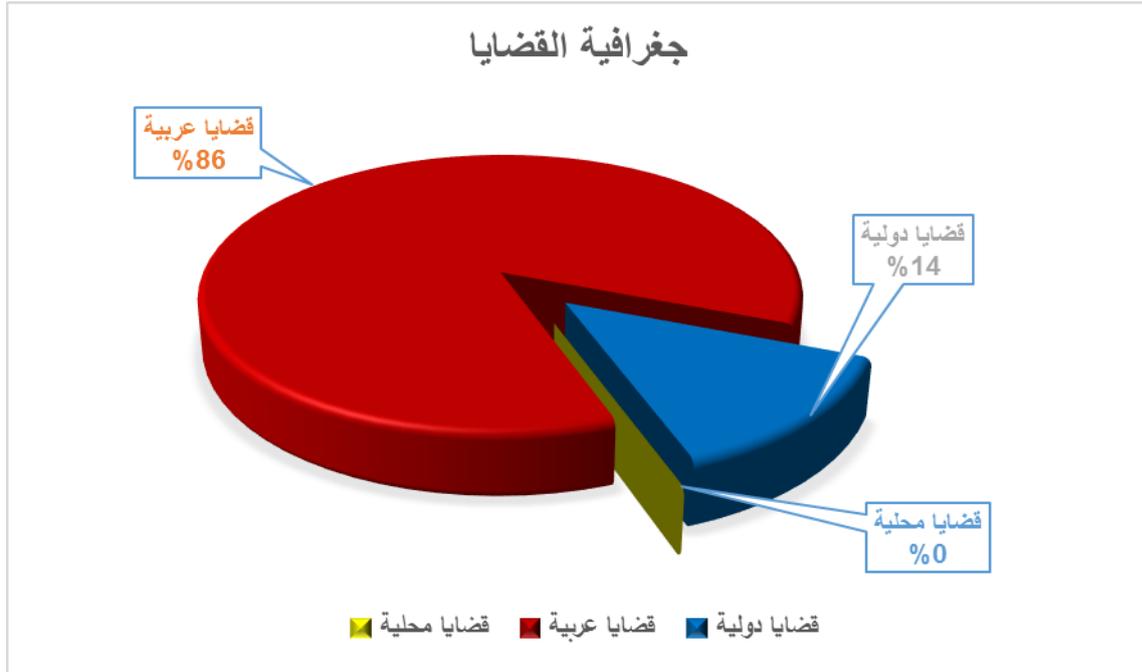
أما برنامج ما وراء الخبر فتكرار معالجة القضايا المحلية فيه بلغت 00% معدومة، فيما بلغ تكرار القضايا العربية المعالجة فيه 81 أي ما يعادل 89.01%، أما تكرار معالجة القضايا الدولية فبلغ 10 ما يعادل 10.98%.

بينما جاءت نسبة معالجة القضايا المحلية في برنامج في العمق 00%، أما تكرار القضايا العربية المعالجة فبلغ 13 أي ما يعادل 92.85%، فيما كان تكرار معالجة القضايا الدولية 01 ما يعادل نسبة 07.14%.

أما برنامج لقاء اليوم فتكرار معالجة القضايا المحلية 00%، والقضايا العربية بتكرار بلغ 10 أي بنسبة 71.42%، فيما بلغ تكرار معالجة القضايا الدولية في البرنامج 04 أي ما يعادل نسبة 28.57%.

فيما تساوى تكرار معالجة القضايا المحلية والقضايا الدولية في برنامج الإتجاه المعاكس 00%، أما القضايا العربية المعالجة في البرنامج فقد بلغ تكرارها 14 أي ما يعادل 100%.

بينما برنامج بلا حدود فنسبة القضايا المحلية المعالجة فيه هي 00%، أما القضايا العربية والدولية فتساوى التكرار 07 ما يعادل 50% لكل منها.



من خلال قراءة الرسم البياني تبين من جغرافية القضايا الراهنة المعالجة في البرامج الحوارية المباشرة (عينة الدراسة) في قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية أن القضايا العربية أخذت صدارة الترتيب بتكرار بلغ 210 ما يعادل نسبة 86.41% في كل البرامج الحوارية (عينة الدراسة)، وأتى في الترتيب الثاني القضايا الدولية بتكرار بلغ 33 ما يعادل نسبة 13.58%، وفي الترتيب الثالث والأخير القضايا المحلية بنسبة 0%.

يتضح مما سبق:

- اعتماد قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية في برامجها الحوارية المباشرة (عينة الدراسة) على القضايا العربية.
- أوضحت نسب الدراسة التحليلية أن معالجة القضايا الدولية الراهنة في البرامج الحوارية (عينة الدراسة) جاء في الترتيب الثاني.
- عدم تطرق قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية نهائياً للقضايا المحلية الخاصة بدولة قطر أو الدولة الراعية جاء في الترتيب الثالث والأخير.

التفسير:

- يرجع تركيز قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية على القضايا العربية الراهنة في برامجها الحوارية المباشرة (عينة الدراسة) كونها موجهة في المقام الأول للمشاهد العربي في كل أنحاء العالم، والقناة تبث باللغة العربية، والدولة الحاضنة دولة عربية إسلامية، وهذا ما توصلت إليه كذلك دراسة محسن جلوب الكناني (2012)¹، ومن بينها:
- بالتطرق والتركيز بدرجة أولى على القضايا العربية رفعت القناة وعي المشاهد العربي بمشاكل الأمة العربية والتحديات التي تواجهها، كما فصحت عن تجاوزات سياسات الأنظمة العربية بكل جرأة.
- الأحداث السياسية الكبيرة والخطيرة التي دائما ما تحدث في الدول العربية وخاصة فلسطين، العراق، سوريا واليمن، وتستقطب اهتمام الرأي العام وتحتاج لتسليط الضوء عليها.
- طرحت البرامج الحوارية المباشرة (عينة الدراسة) مختلف القضايا للنقاش، سواء عربية أو دولية، وهذا ما جعلها تحافظ على مكانتها بين القنوات الإخبارية في الوطن العربي وحتى العالم كونها قناة المشاهد العربي الأولى ومنبر من لا منبر له، كما كانت القناة الأم الشرعية للثورات العربية.
- الإنحياز للقضية الفلسطينية، فمنذ إنطلاق القناة وهي تدعمها فقد غطت أحداث الإنتفاضة، وحصار عرفات، والحرب على غزة...، وعلى الرغم من الإنتقادات الموجهة لها من رجال السلطة الفلسطينية إلا أنها تلعب دورا مهما في حشد الرأي العربي لصالح فلسطين وحقوق الشعب الفلسطيني، على الرغم من أن كلمة إنحياز هنا قد تكون خاطئة لأن قول الحق ليس إنحيازاً، كما أوصلت صوت القضية العربية إلى العالمية، وغيرت نظرة الغرب للقضية الفلسطينية الذي لاطالما اعتبروا إسرائيل مظلومة والفلسطينيين هم المحتلين.
- فتحت المجال واسعا للحكام العرب والمعارضين للحضور إلى أستوديوهاتها وإعطائهم الوقت الكافي لتقديم رأيهم وشرح وجهة نظرهم للمشاهد العربي حيال القضايا العربية.

¹ محسن جلوب الكناني: مرجع سبق ذكره

ولكن رغم إيجابياتها ومميزاتها في معالجة القضايا العربية إلا أن هناك مآخذات على قناة الجزيرة سنعرضها فيما يلي:

- التحيز في انتقاء ومناقشة القضايا العربية، فالمتابع لقناة الجزيرة الإخبارية يرى أنها لا تتعرض في برامجها الحوارية إلى مناقشة القضايا التي تخص دول الخليج ودولة قطر (راعية القناة)، وهذا ما يجعلنا نطرح العديد من الأسئلة من بينها هل سياسة القناة تمنع تناول القضايا المحلية أم أن المعد من يقوم بذلك؟ وقد لاحظنا ذلك في بعض حلقات برامجها الحوارية حيث يقوم مقدم الحلقة بمقاطعة الضيف بطريقة عنيفة إذا ما انتقد القناة أو الدولة الراعية لها ما يجعلنا نشكك في مصداقيتها ومهنتها وموضوعيتها التي لاطالما تغنت بها.
- ميل البرامج الحوارية محل الدراسة أيضا إلى تناول القضايا الدولية وعرضها للنقاش والتحليل من خلال استضافة شخصيات فاعلة ومتخصصة في القضية المطروحة للتعرف على حيثيات القضية والفاعلين فيها، وفتح المجال للرأي والرأي الآخر، إلى هنا معقولة أما ما يؤخذ عليها فهو استضافتها لشخصيات إسرائيلية لتبرير إرهابهم على فلسطين بحجة عرض الرأي والرأي الآخر.

جدول رقم (19) : يبين التكرارات والنسب المئوية الخاصة بفئة إستمالات الإقناع العقلية والعاطفية المستخدمة في معالجة القضايا الراهنة في البرامج الحوارية

المجموع														إسم البرنامج
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	أساليب عقلية
27.46	228	30.43	14	35.89	14	43.33	13	36.84	14	24.48	84	26.64	89	الإستشهاد بالأدلة
23.25	193	04.34	02	35.89	14	-	-	26.31	10	26.23	90	23.05	77	عرض وجهتي النظر
14.81	123	21.73	10	25.64	10	13.33	04	13.15	05	12.82	44	14.97	50	تقديم حقائق وأرقام
20.36	169	08.69	04	-	-	-	-	-	-	22.15	76	26.64	89	تكرار الرسالة
06.38	53	04.34	02	-	-	-	-	13.15	05	08.74	30	04.79	16	ذكر الإيجابيات والسلبيات
	830		46		39		30		38		343		334	

المجموع														إسم البرنامج
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	أساليب عاطفية
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	الإعتماد على صيغة إنشائية
02.04	17	-	-	02.56	01	-	-	-	-	04.66	16	-	-	معلومات ناقصة
00.36	03	-	-	-	-	-	-	-	-	00.87	03	-	-	تزييف الحقائق
05.30	44	30.43	14	-	-	43.33	13	10.52	04	-	-	03.89	13	عرض وجهة نظر واحدة
100	830	100	46	100	39	100	30	100	38	100	343	100	334	المجموع

فئة أساليب الإقناع:

تشير بيانات الجدول أعلاه إلى أن من الأساليب الإقناعية العقلية المستخدمة في الموضوعات المعالجة في برنامج الواقع العربي هي (الاستشهاد بالأدلة) بتكرار بلغ 89 ما يعادل نسبة 26.64% و(عرض وجهتي النظر) بتكرار بلغ 77 أي بنسبة 23.05%، و(تقديم حقائق وأرقام) بتكرار بلغ 50 ما يعادل نسبة 14.97%، و(تكرار الرسالة) بتكرار بلغ 89 ما يعادل نسبة 26.64%، أما (ذكر الإيجابيات والسلبيات) فبتكرار بلغ 16 أي بنسبة 4.79%، فيما جاءت نسب استخدام الأساليب الإقناعية العاطفية في الاحتمالات (الإعتماد على صيغة إنشائية) (معلومات ناقصة)، (تزييف الحقائق) بنسبة معدومة 00%، أما في الاحتمال (عرض وجهة نظر واحدة) فبتكرار بلغ 13 ما يعادل 3.89%.

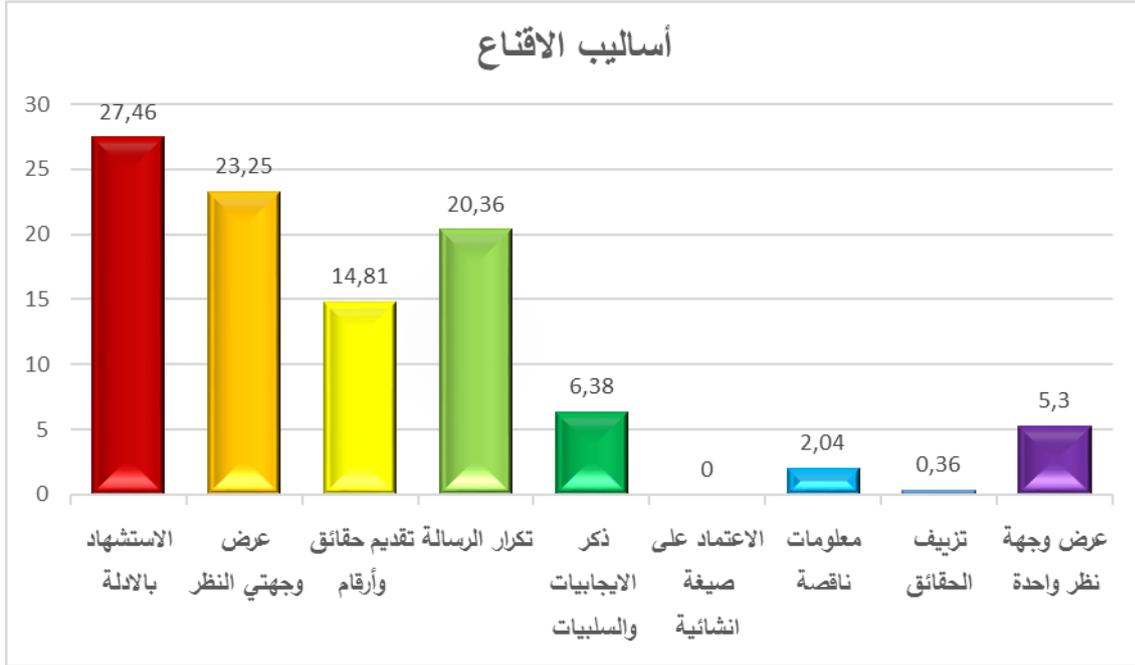
أما برنامج ما وراء الخبر فالأساليب العقلية المستخدمة في المعالجة هي (الاستشهاد بالأدلة) بتكرار بلغ 84 ما يعادل نسبة 24.48%، و(عرض وجهتي النظر) بتكرار بلغ 90 ما يعادل نسبة 26.23%، و(تقديم حقائق وأرقام) بتكرار بلغ 44 ما يعادل نسبة 12.82%، و(تكرار الرسالة) بتكرار بلغ 76 ما يعادل نسبة 22.15%، أما (ذكر الإيجابيات والسلبيات) فبتكرار بلغ 30 ما يعادل نسبة 8.74%، فيما جاءت نسب استخدام الإستمالات الإقناعية العاطفية في الاحتمالات (الإعتماد على صيغة إنشائية)، (عرض وجهة نظر واحدة) معدومة 00%، و(معلومات ناقصة) بتكرار بلغ 16 أي بنسبة 4.66%، و(تزييف الحقائق) بتكرار بلغ 03 ما يعادل نسبة 00.87%

بينما كانت الإستمالات العقلية المستخدمة في القضايا الراهنة المعالجة في برنامج في العمق هي (الإستشهاد بالأدلة) بتكرار بلغ 14 ما يعادل نسبة 36.84%، و(عرض وجهتي النظر) بتكرار بلغ 10 ما يعادل نسبة 26.31%، و(تقديم حقائق وأرقام) بتكرار بلغ 05 ما يعادل نسبة 13.15%، (تكرار الرسالة) بتكرار بلغ نسبة 00%، أما (ذكر الإيجابيات والسلبيات) فبتكرار بلغ 05 ما يعادل نسبة 13.15%، فيما جاءت نسب استخدام الإستمالات الإقناعية العاطفية في الاحتمالات (الإعتماد على صيغة إنشائية)، (تزييف الحقائق)، (معلومات ناقصة) بنسب معدومة 00%، و(عرض وجهة نظر واحدة) بتكرار بلغ 04 ما يعادل نسبة 43.33%.

أما الإستمالات العقلية المستخدمة في برنامج لقاء اليوم هي (الإستشهاد بالأدلة) بتكرار بلغ 13 أي بنسبة 43.33%، و(عرض وجهتي النظر) بنسبة 00%، (تقديم حقائق وأرقام) بتكرار بلغ 04 ما يعادل نسبة 13.33%، أما الإحتمال (تكرار الرسالة) و(ذكر الإيجابيات والسلبيات) فبنسبة معدومة 00%، فيما جاءت نسب إستخدام الإستمالات الإقناعية العاطفية في الإحتمال (عرض وجهة نظر واحدة) بتكرار بلغ 13 ما يعادل 43.33%، أما في الاحتمالات (معلومات ناقصة) (تزييف الحقائق)، (الإعتماد على صيغة إنشائية) فبنسبة 00%.

فيما تساوى تكرار الإستمالات العقلية المستخدمة في معالجة القضايا الراهنة في برنامج الإتجاه المعاكس في (الإستشهاد بالأدلة) و(عرض وجهتي النظر) حيث بلغ 14 ما يعادل نسبة 35.89%، و(تقديم حقائق وأرقام) بتكرار بلغ 10 أي بنسبة 25.64%، وتساوى التكرار في (تكرار الرسالة) و (ذكر الإيجابيات والسلبيات) صفر وبنسبة معدومة 00%، فيما جاءت نسب استخدام الاستمالات الإقناعية العاطفية في الإحتمالات (معلومات ناقصة) بتكرار بلغ 01 ما يعادل نسبة 02.56%، أما (تزييف الحقائق)، (الإعتماد على صيغة إنشائية) و(عرض وجهة نظر واحدة) فبنسبة 00%.

بينما برنامج بلا حدود فالإستمالات العقلية المستخدمة في القضايا الراهنة المعالجة فيه هي (الإستشهاد بالأدلة) بتكرار بلغ 14 أي بنسبة 30.43%، و(عرض وجهتي النظر) بتكرار بلغ 02 أي بنسبة 04.34%، (تقديم حقائق وأرقام) بتكرار بلغ 10 أي ما يعادل نسبة 21.73%، و(تكرار الرسالة) بتكرار بلغ 04 أي بنسبة 08.69%، أما (ذكر الإيجابيات والسلبيات) فبتكرار بلغ 02 ما يعادل نسبة 04.34%، فيما تساوى تكرار استخدام الإستمالات الإقناعية العاطفية في الإحتمالات (معلومات ناقصة)، (تزييف الحقائق)، (الإعتماد على صيغة إنشائية) صفر، أما (عرض وجهة نظر واحدة) فبتكرار بلغ 14 ما يعادل نسبة 30.43%.



من خلال هذه القراءة تبين أن (الاستشهاد بالادلة) في الموضوعات المعالجة أخذت صدارة الترتيب في البرامج الحوارية المباشرة (عينة الدراسة) في قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية بتكرار بلغ 288 ما يعادل نسبة 27.46% في كل البرامج الحوارية (عينة الدراسة)، وأتى في الترتيب الثاني (عرض وجهتي النظر) بتكرار بلغ 193 أي بنسبة 23.25%، وفي الترتيب الثالث (تكرار الرسالة) بتكرار بلغ 169 ما يعادل نسبة 20.36%، ثم (تقديم حقائق وأرقام) في الترتيب الرابع بتكرار بلغ 123 ما يعادل نسبة 14.81%، وفي الترتيب الخامس (ذكر الإيجابيات والسلبيات) بتكرار بلغ 53 ما يعادل نسبة 6.38%، وفي الترتيب السادس (عرض وجهة نظر واحدة) بتكرار بلغ 44 ما يعادل نسبة 5.03%، وفي الترتيب السابع (معلومات ناقصة) بتكرار بلغ 17 ما يعادل نسبة 2.04%، تليها (تزييف الحقائق) بتكرار بلغ 03 أي بنسبة 0.36%، وفي المرتبة التاسعة والأخيرة (الإعتماد على صيغة إنشائية) بنسبة معدومة 0%.

يتضح مما سبق:

- اعتماد قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية لمعالجة القضايا الراهنة في برامجها الحوارية (عينة الدراسة) على استخدام الإستمالات الإقناعية العقلية (الإستشهاد بالأدلة والبراهين) في المرتبة الأولى.
- أوضحت نسب الدراسة التحليلية أن قناة الجزيرة تعتمد في طرحها للقضايا الراهنة في برامجها الحوارية المباشرة (عينة الدراسة) على (عرض وجهتي النظر) في الترتيب الثاني.
- جاء استخدام قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية في برامجها الحوارية (عينة الدراسة) لـ(تكرار الرسالة) في الموضوعات المعالجة في المرتبة الثالثة.
- اعتماد قناة الجزيرة على (تقديم حقائق وأرقام) حول القضايا الراهنة المعالجة في برامجها الحوارية المباشرة في الترتيب الرابع.
- جاء (ذكر الإيجابيات والسلبيات) في معالجة القضايا الراهنة في البرامج الحوارية المباشرة (عينة الدراسة) في المرتبة الخامسة.
- جاء في قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية استخدام أسلوب (عرض وجهة نظر واحدة) في البرامج الحوارية المباشرة (عينة الدراسة) الترتيب السادس.
- إحتل الإحتمال تقديم (معلومات ناقصة) في معالجة القضايا الراهنة في البرامج الحوارية المباشرة (عينة الدراسة) لقناة الجزيرة في الترتيب السابع.
- جاء استخدام أسلوب (تزييف الحقائق) في معالجة القضايا الراهنة في البرامج الحوارية المباشرة (عينة الدراسة) في المرتبة الثامنة.
- عدم استخدام قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية أسلوب (الإعتماد على صيغة إنشائية) في كل البرامج الحوارية المباشرة (عينة الدراسة) لذا جاء في المرتبة التاسعة وهي آخر مرتبة.

التفسير:

• يرجع استخدام قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية للإستimalات الإقناعية العقلية في القضايا الراهنة المعالجة في برامجها الحوارية المباشرة (عينة الدراسة) كونها تخاطب عقل وعاطفة الجمهور المتلقي أو المشاهد العربي في كل العالم ما يجعله يثق في المعلومة والأخبار والشخصيات المستضافة.

• اعتمدت قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية في معالجة القضايا الراهنة في البرامج الحوارية المباشرة (عينة الدراسة) على الإستimalات العقلية كونها تخاطب العقل، والجمهور العربي في ظل التضليل الإعلامي الذي يواجهه في معظم القنوات الفضائية العربية، ولزيادة وعيه بما يدور حوله أصبح من الصعب التلاعب بأفكاره وآرائه ومعتقداته كتزويده بمعلومات ليست موثقة أو ذات مصدر غير موثوق كأن يقول القائم على الاتصال حسب مصدر موثوق دون التعريف به، وحرصاً من القناة على إرضاء الجمهور المتلقي، وإشباع حاجاته والتأثير فيه، استنتجنا من خلال التحليل الكمي استخدامها للإستimalات العقلية كالإحصائيات (تقديم حقائق وأرقام)، (الإستشهاد بالأدلة والبراهين)، (عرض وجهتي النظر)، و(تكرار الرسالة) وهذا ما لامسته الباحثة خاصة في البرامج الحوارية المباشرة اليومية، حيث يحرص القائمون على البرامج الحوارية بعرض شريط متحرك أو ثابت أسفل الشاشة يرد فيه المعلومات الرئيسية والمهمة في الموضوعات المطروحة ويتم إعادتها حتى يتسنى للمشاهد الذي لم يلتحق ببداية البرنامج التعرف على أهم النقاط التي تم التطرق إليها للإحاطة بجوانبها وتكوين فكرة أو رأي حولها، والإحصائيات ومصادر المعلومات، وكذا التذكير بإسم الضيف وطبيعة عمله، ومن أمثلة استخدام الإستimalات العقلية في برامجها الحوارية المباشرة (عينة الدراسة) ما جاء في حلقة من حلقات برنامج الواقع العربي على سبيل المثال لا الحصر تحت عنوان غزة بين استمرار الحصار وتعطل إعادة الإعمار على لسان جمال الخضري رئيس اللجنة الشعبية لفك الحصار عن غزة ما يلي:

• "الواقع الإقتصادي سيء للغاية إذ هناك مليون إنسان يعيش في غزة على المساعدات من وكالات دولية وعربية وإسلامية أهمها طبعاً (أنروا) حتى ما يأخذه من مساعدات غير كافية لإستمرار حياتهم الطبيعية، وهناك جزء من أطفالهم يعيش بأمراض نتيجة لسوء التغذية ونقصها، كذلك 80% من سكان غزة يعيش تحت خط الفقر، ومعدل دخل الفرد اليومي في غزة دولار واحد، و80% من مصانع غزة إما مغلق بشكل كامل أو شبه مغلق بسبب عدم دخول المستلزمات اللازمة للصناعة من مواد خام وخلافه....." نلاحظ إستخدامه للإحصائيات (إستمارات عقلية) ما يجعل المشاهد يكون صورة ذهنية عن الوضع في غزة ويتعاطف معها.

• أما عن استخدام (الإستمارات العاطفية) في تغطية القضايا الراهنة في البرامج الحوارية المباشرة (عينة الدراسة) فنجدها قليلة جداً في قناة الجزيرة الإخبارية، وتستخدم بنسبة كبيرة في برنامجي (لقاء اليوم) و(بلا حدود) اللذان أقرب ما يكونان ببرنامج شخصية هدفها استضافة شخصية للاستفادة من رأيها في موضوع من الموضوعات المطروحة على الساحة الإعلامية، أو لتسليط الضوء على حياة هذه الشخصية وتجاربها والتحديات التي واجهتها لتصبح ما هي عليه اليوم مثل "بيل غيتس" ليكون قدوة للمشاهد العربي.

جدول رقم (20): يبين التكرارات والنسب المئوية الخاصة بالحلول المقدمة للقضايا الراهنة المعالجة في البرامج الحوارية :

المجموع													إسم البرنامج	
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت		الحلول المقدمة
31.77	75	57.14	08	28.57	04	64.28	09	92.85	13	-	-	45.55	41	حلول فاعلة (سيناريوهات)
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	حلول غير فاعلة
68.22	161	42.85	06	71.42	10	38.46	05	07.14	01	100	90	54.44	49	لا توجد حلول
100	236	100	14	100	14	100	14	100	14	100	90	100	90	المجموع

فئة الحلول المقدمة:

تشير بيانات الجدول أعلاه أن الحلول المقدمة في القضايا الرهانة المعالجة في برنامج الواقع العربي هي (سيناريوهات) بتكرار بلغ 41 أي بنسبة 45.55%، و(حلول غير فاعلة) بنسبة 00%، فيما بلغت نسبة الاحتمال (لا توجد حلول) بتكرار بلغ 49 ما يعادل نسبة 54.44%.

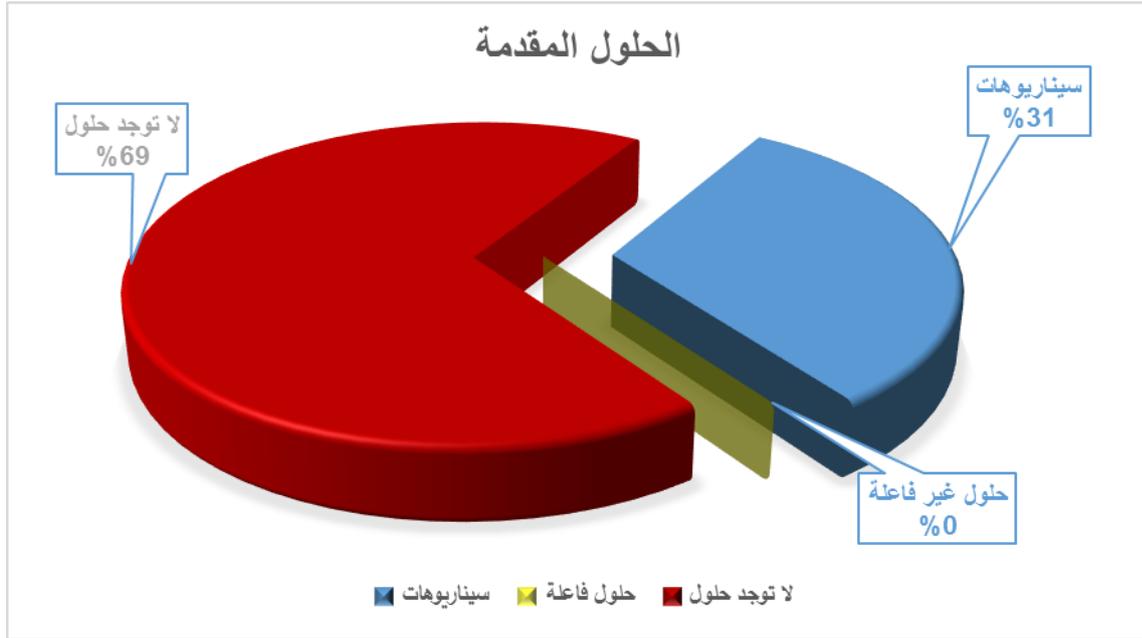
أما برنامج ما وراء الخبر فالحلول المستخدمة أو المقدمة في معالجة القضايا الرهانة هي (سيناريوهات) بنسبة 00%، و(حلول غير فاعلة) بنسبة 00%، أما الاحتمال (لا توجد حلول) فبتكرار بلغ 90 ما يعادل نسبة 100%.

بينما كانت الحلول المستخدمة أو المقدمة في القضايا الرهانة المعالجة في برنامج في العمق هي (سيناريوهات) بتكرار بلغ 13 ما يعادل نسبة 92.85%، و(حلول غير فاعلة) بنسبة 00% فيما جاءت نسبة (لا توجد حلول) بتكرار بلغ 01 ما يعادل 07.14%.

أما الحلول المستخدمة في برنامج لقاء اليوم هي (سيناريوهات) بتكرار بلغ 09 ما يعادل نسبة 61.53%، وحلول (غير فاعلة) بنسبة 00%، أما الإحتمال (لا توجد حلول) فقد بلغ تكراره 05 ما يعادل نسبة 38.46%.

فيما كانت نسبة الحلول المستخدمة في معالجة القضايا الرهانة في برنامج الإتجاه المعاكس هي (سيناريوهات) بتكرار بلغ 04 ما يعادل نسبة 28.47%، و(حلول غير فاعلة) بنسبة 00%، بينما الاحتمال (لا توجد حلول) فبلغ تكراره 10 ما يعادل نسبة 71.42%.

بينما برنامج بلا حدود فطبيعة الحلول المستخدمة في القضايا الرهانة المعالجة هي (سيناريوهات) بتكرار بلغ 08 ما يعادل نسبة 57.14%، و(حلول غير فاعلة) بنسبة 00%، فيما جاءت (لا توجد حلول) بتكرار بلغ 06 ما يعادل نسبة 42.85%.



من خلال هذه القراءة تبين أنه (لا توجد حلول) مقدمة في الموضوعات والقضايا المعالجة أخذ صدارة الترتيب في البرامج الحوارية المباشرة (اليومية والأسبوعية) في قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية بتكرار بلغ 161 ما يعادل نسبة 68.22% في كل البرامج الحوارية (عينة الدراسة)، وأتى في الترتيب الثاني سيناريوهات بواقع تكرار بلغ 75 ما يعادل نسبة 31.77%، وفي الترتيب الثالث حلول غير فاعلة بنسبة 0%.

يتضح مما سبق:

- عدم اعتماد قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية في برامجها الحوارية (عينة الدراسة) على استخدام حلول فاعلة للقضايا المطروحة في المرتبة الأولى.
- جاء استخدام قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية (سيناريوهات) في القضايا والموضوعات المعالجة في البرامج الحوارية المباشرة (عينة الدراسة) في المرتبة الثانية.
- عدم اعتماد قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية على الإحتمال (حلول غير فاعلة) في كل البرامج الحوارية المباشرة (عينة الدراسة) جاء في المرتبة الثالثة والأخيرة.

التفسير:

- يرجع عدم اعتماد قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية في معالجة القضايا الراهنة في برامجها الحوارية المباشرة (عينة الدراسة) لأن هذه الأخيرة هدفها حسب رأي الباحثة وما بينته النتائج مجرد تسليط الضوء على القضايا المهمشة والمثيرة للجدل في الوطن العربي هذا من جهة ومن جهة أخرى ربما لضيق الوقت المخصص لمعالجة القضية حيث أن المدة المخصصة للبرامج الحوارية اليومية لا تتعدى 30 دقيقة، وهي مدة قصيرة لطرح القضايا والموضوعات وكذا تفسيرها والتعرض لحيثياتها، والإحاطة بكل جوانبها.
- استخدام قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية (سيناريوهات) في القضايا الراهنة المعالجة في برامجها الحوارية المباشرة (عينة الدراسة) كون القضايا المطروحة يمكن القول عنها أنه من غير الممكن إيجاد حلول فاعلة لها كونها معقدة ومتراصة ولها جذور قوية بالماضي وبلدان أخرى يصعب التكهن بما سوف يحدث في المستقبل، لذا اكتفى الضيوف بتقديم سيناريوهات مستقبلية لحل القضية حسب رأيهم الشخصي ومعارفهم وخبراتهم في المجال، وحتى إذا كان لدى الضيف حلول قد تكون فاعلة أو يمكن العمل بها لإيجاد حلول إلا أن الوقت المخصص له هو (دقيقة) واحدة لإعطاء حلول فهو شبه مستحيل .
- عدم وجود الحلول الغير فاعلة أو بمعنى أصح انعدامها في البرامج الحوارية المباشرة (عينة الدراسة) في قناة الجزيرة كون القناة لها مصداقية بين جمهورها العربي والإسلامي في كافة دول العالم، ولا يمكنها المخاطرة بتقديم حلول غير فعالة.

جدول رقم (21): يبين التكرارات والنسب المئوية الخاصة بالقيم المتضمنة في القضايا الراهنة المعالجة في البرامج الحوارية :

المجموع													إسم البرنامج	
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت		فئة القيم الإيجابية
11.40	201	01.26	01	08.96	13	-	-	08.18	09	16.41	88	10.81	90	تكافئ الفرص
16.33	228	17.72	14	09.65	14	21.31	13	12.72	14	16.79	90	09.97	83	الإنصات لما يقال
07.99	141	17.72	14	08.96	13	21.31	13	11.81	13	00.18	01	10.45	87	الحصول على أفكار جديدة
08.33	147	01.26	01	03.44	05	-	-	08.18	09	13.05	70	07.45	62	إحترام الطرف الاخر
01.58	28	15.18	12	-	-	21.31	13	02.72	03	-	-	-	-	شفافية الحوار
00.28	05	-	-	02.75	04	-	-	-	-	00.18	01	-	-	الإعتراف بحقوق الآخر
07.09	125	13.92	11	02.06	03	21.31	13	11.81	13	00.37	02	09.97	83	الإلتزام اللغوي
00.17	03	-	-	00.68	01	-	-	-	-	-	-	0.24	02	الوصول إلى حل مرضي
06.40	113	16.45	13	01.37	02	-	-	11.81	13	0.55	03	09.85	82	التدفق الصحيح للمعلومات
06.35	112	-	00	07.58	11	-	-	08.18	09	10.44	56	04.32	36	التفاعل
09.35	165	-	00	01.37	02	-	-	08.18	09	14.17	76	09.37	78	عدم السخرية
03.23	75	-	00	04.13	06	-	-	04.54	05	07.46	40	02.88	24	النقد البناء
08.62	152	16.45	13	09.65	14	14.75	09	11.81	13	08.02	43	07.15	60	الشجاعة في إبداء الرأي
100	1763		79		145		61		110		536		832	المجموع

المجموع														إسم البرنامج
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	القيم السلبية
00.45	08	-	00	05.51	08		-		-		-		-	مقاطعة الضيف
00.68	12	-	00	-	-		-		-	02.23	12		-	عدم المصداقية
00.56	10	-	00	06.20	09		-		-	0.18	01		-	التراشق اللفظي
00.17	03	-	00	00.68	01		-		-	00.37	02		-	عدم تكافؤ الفرص
03.23	57	-	00	06.20	09		-		-	03.73	20	03.36	28	عدم إحترام الطرف الآخر
06.40	113	-	00	08.96	13		-		-	02.23	12	10.57	88	عدم الوصول إلى حل مرضي
00.79	14	-	00	01.37	02		-		-	0.93	05	0.84	07	التلاعب بالألفاظ
02.60	46	-	00	06.89	10		-		-	02.61	14	02.64	22	السخرية من الآخر
00.28	05	-	00	03.44	05		-		-	-	-	-	-	أخرى
100	1763	100	79	100	145	100	61	100	110	100	536	100	832	المجموع

فئة القيم

تشير بيانات الجدول أعلاه أن القيم الإيجابية المتضمنة في القضايا الراهنة المعالجة في برنامج الواقع العربي هي تكافؤ الفرص بنسبة 10.81%، الانصات لما يقال بنسبة 09.97%، الحصول على أفكار جديدة بنسبة 10.45%، احترام الطرف الآخر وشفافية الحوار والإعتراف بحقوق الآخر بنسب معدومة 00%، الالتزام اللغوي بنسبة 09.97%، الوصول إلى حل مرضي بنسبة 0.24%، التدفق الصحيح للمعلومات بنسبة 09.85%، التفاعل بنسبة 04.32%، عدم السخرية بنسبة 09.37%، النقد البناء بنسبة 02.88%، والشجاعة في إبداء الرأي بنسبة 07.15%.

أما القيم السلبية المتضمنة في البرنامج هي عدم احترام الطرف الآخر بنسبة 03.36%، عدم الوصول إلى حل مرضي بنسبة 10.57%، والتلاعب بالألفاظ بنسبة 0.84%، السخرية من الآخر بنسبة 02.64%.

أما برنامج ما وراء الخبر فالقيم المتضمنة في القضايا الراهنة هي تكافؤ الفرص بنسبة 16.41%، الإنصات لما يقال بنسبة 16.79%، الحصول على أفكار جديدة بنسبة 00.18%، احترام الطرف الآخر بنسبة 13.05%، والإعتراف بحقوق الآخر بنسبة 0.18%، الالتزام اللغوي بنسبة 00.37%، التدفق الصحيح للمعلومات بنسبة 0.55%، التفاعل بنسبة 10.44%، عدم السخرية بنسبة 14.17%، النقد البناء بنسبة 07.46%، والشجاعة في إبداء الرأي بنسبة 08.02%.

أما القيم السلبية المتضمنة في البرنامج هي عدم المصادقية بنسبة 02.23%، التراشق اللفظي بنسبة 0.18%، عدم تكافؤ الفرص بنسبة 0.37%، عدم احترام الطرف الآخر بنسبة 03.73%، عدم الوصول إلى حل مرضي بنسبة 02.23%، والتلاعب بالألفاظ بنسبة 0.93%، السخرية من الآخر بنسبة 02.61%.

بينما كانت القيم المتضمنة في القضايا الراهنة المعالجة في برنامج في العمق هي تكافؤ الفرص بنسبة 08.18%، الانصات لما يقال بنسبة 12.72%، الحصول على أفكار جديدة بنسبة 11.81%، احترام الطرف الآخر بنسبة 08.18%، وشفافية الحوار بنسبة 02.72%، والاعتراف بحقوق الآخر بنسبة معدومة 00%، الإلتزام اللغوي بنسبة 11.81%، الوصول إلى حل مرضي

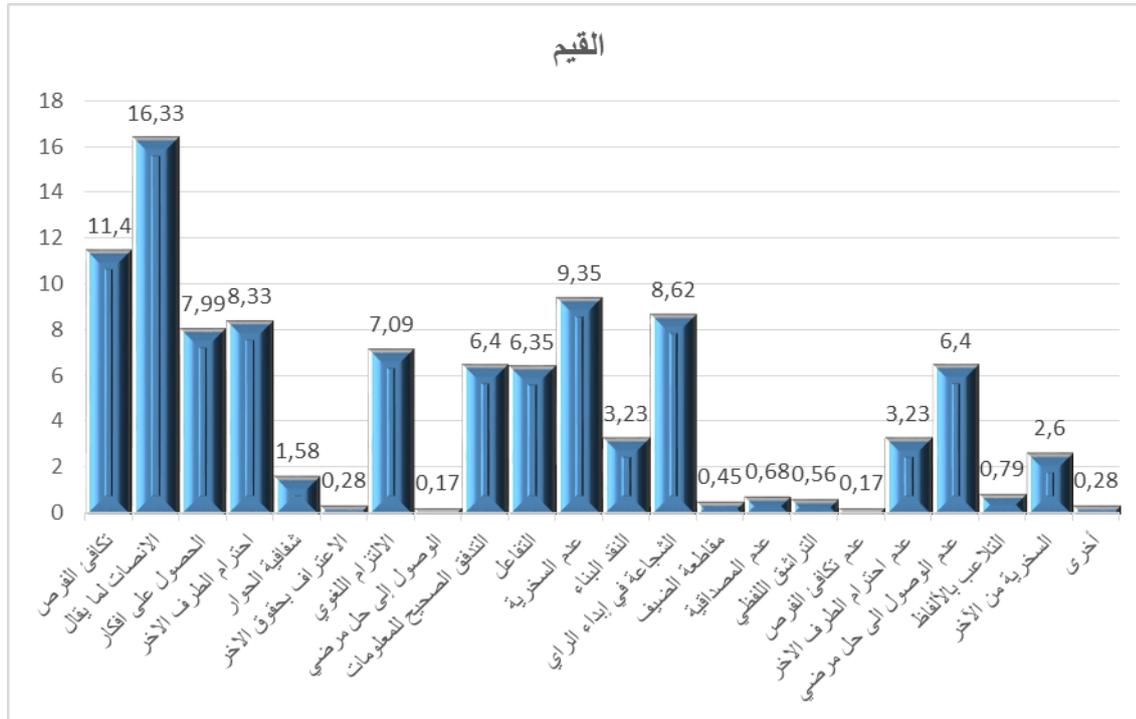
بنسبة 00 %، التدفق الصحيح للمعلومات بنسبة 11.81 %، التفاعل بنسبة 08.18 %، عدم السخرية بنسبة 08.18 %، النقد البناء بنسبة 04.54 %، والشجاعة في إبداء الرأي بنسبة 11.81 %، أما القيم السلبية المتضمنة في البرنامج فلا توجد.

أما القيم المتضمنة في برنامج لقاء اليوم هي الإنصات لما يقال، الحصول على أفكار جديدة وشفافية الحوار، والإلتزام اللغوي بنسبة 21.31 %، والشجاعة في إبداء الرأي بنسبة 14.75 % أما القيم السلبية المتضمنة في البرنامج هي معدومة 00 %.

فيما كانت نسبة القيم المتضمنة في معالجة القضايا الراهنة في برنامج الإتجاه المعاكس هي تكافؤ الفرص بنسبة 08.96 %، الإنصات لما يقال بنسبة 09.65 %، الحصول على أفكار جديدة بنسبة 08.69 % كذلك، احترام الطرف الآخر بنسبة 03.44 %، والإعتراف بحقوق الآخر بنسب معدومة 02.75 %، الإلتزام اللغوي بنسبة 02.06 %، الوصول إلى حل مرضي بنسبة 0.68 % التدفق الصحيح للمعلومات بنسبة 01.37 %، التفاعل بنسبة 07.58 %، عدم السخرية بنسبة 01.37 %، النقد البناء بنسبة 04.13 %، والشجاعة في إبداء الرأي بنسبة 09.65 %.

أما القيم السلبية المتضمنة في البرنامج هي مقاطعة الضيف بنسبة 05.55 %، الترشق اللفظي بنسبة 06.20 %، عدم تكافؤ الفرص بنسبة 0.68 %، عدم احترام الطرف الآخر بنسبة 06.20 %، عدم الوصول إلى حل مرضي بنسبة 08.96 %، والتلاعب بالألفاظ بنسبة 01.37 % السخرية من الآخر بنسبة 06.89 %، وأخرى بنسبة 03.44 %.

بينما في برنامج بلا حدود فالقيم المتضمنة في القضايا الراهنة المعالجة هي تكافؤ الفرص بنسبة 01.26 %، الإنصات لما يقال بنسبة 17.72 %، الحصول على أفكار جديدة بنسبة 17.72 % احترام الطرف الآخر 01.26 %، وشفافية الحوار بنسبة 15.18 %، والإعتراف بحقوق الآخر بنسب معدومة 00 %، الإلتزام اللغوي بنسبة 13.92 %، الوصول إلى حل مرضي بنسبة 00 % التدفق الصحيح للمعلومات بنسبة 16.45 %، التفاعل، عدم السخرية، النقد البناء بنسبة 00 % والشجاعة في إبداء الرأي بنسبة 16.45.15 %، أما القيم السلبية المتضمنة في البرنامج معدومة 00 %.



من خلال هذه القراءة يتبين أن القيم المتضمنة في القضايا الراهنة المعالجة والتي أخذت صدارة الترتيب في البرامج الحوارية المباشرة (اليومية والأسبوعية) في قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية هي قيمة الإنصات لما يقال بنسبة 16.33.22% في كل البرامج الحوارية (عينة الدراسة)، وأتى في الترتيب الثاني قيمة تكافؤ الفرص بنسبة 11.04%، وفي الترتيب الثالث قيمة عدم السخرية بنسبة 9.35%، تليها في المرتبة الرابعة قيمة الشجاعة في إبداء الرأي بنسبة 8.62%، وقيمة احترام الطرف الآخر في الترتيب الخامس بنسبة 8.33%، وفي الترتيب السادس قيمة الحصول على أفكار جديدة بنسبة 7.99%، تليها قيمة الإلتزام اللغوي في الترتيب السابع بنسبة 7.09%، أما في الترتيب الثامن فقد جاءت قيمة التدفق الصحيح للمعلومات وقيمة عدم الوصول لحل مرضي بنسبة 6.4%، فيما جاءت قيمة التفاعل في الترتيب التاسع بنسبة 6.35%، قيمة النقد البناء وقيمة عدم احترام الطرف الآخر في الترتيب العاشر بنسبة 3.23%، قيمة السخرية من الآخر بنسبة 2.6%، ثم تليها القيم التالية مرتبة بقيم قليلة كالتالي قيمة شفافية الحوار، قيمة التلاعب بالآفاظ

قيمة عدم المصادقية، قيمة التراشق اللفظي، قيمة مقاطعة الضيف، قيمة الاعتراف بحقوق الآخر وأخرى، وفي المرتبة الأخيرة قيمة الوصول إلى حل مرضي، وقيمة عدم تكافؤ الفرص.

التفسير:

- يرجع ارتفاع نسبة قيمة الإنصات لما يقال في معالجة القضايا الراهنة في البرامج الحوارية المباشرة في قناة الجزيرة الإخبارية، إلى أن برامج الحوار مبنية على الحوار أي يجب على المشاركين أو الضيوف وحتى القائم بالاتصال الإنصات لما يقوله الضيوف للحصول على أفكار ومعلومات جديدة تساعدهم على استنباط أسئلة مهمة قد تكون غابت عن القائم بالاتصال أو لم تكن ذات أهمية بالنسبة إليه.
- استخدام قناة الجزيرة الإخبارية في معالجة القضايا الراهنة في برامجها الحوارية المباشرة لقيمة تكافؤ الفرص بنسبة كبيرة يحسب لها كون بعض البرامج الحوارية في القنوات العربية العمومية أو الخاصة على أهمية هذا العنصر إلا أنها تهمله، وهنا يأتي دور القائم بالاتصال في إدارة الحوار، فلكل ضيف وقت محدد للإجابة على السؤال حتى لا يحس نفسه غريب ومشتت، وتتم الاستفادة من كل الضيوف والإستماع لأكثر من رأي حول القضية المطروحة.
- استخدام قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية لقيمة عدم السخرية في القضايا الراهنة المعالجة في برامجها الحوارية المباشرة (عينة الدراسة) وهو أيضا عنصر مهم جدا، فأى شخص يجد نفسه معرضا للسخرية ليس كشخص وإنما للمعلومات والآراء التي يعطيها سوف يجعله يعزف عن تقديم معلومات جديدة هذا إذا لم ينسحب من البرنامج، وتقابل هذه القيمة قيمة أخرى مهمة ألا وهي احترام الطرف الآخر، فكلما كان الاحترام بين القائم بالاتصال والضيف كلما سار الحوار في جو من الهدوء بعيد عن الشجارات والصراخ الذي يضيع الوقت الثمين للبرنامج بدون فائدة تذكر.
- والقيمة المهمة كذلك في معالجة القضايا الراهنة في البرامج الحوارية المباشرة (عينة الدراسة) هي الشجاعة في إبداء الرأي هذه القيمة التي لاطالما غابت عن الإعلام العربي، ووجدت الباب مفتوحا أمامها في القناة، وتعتبر هذه القيمة حصرية وخاصة بالقناة حيث لا نجد البرامج الحوارية في القنوات العربية وخاصة في مجال السياسة تتحدث بحرية وجرأة حول القضايا العربية أو تقوم بانتقاد حكامها.

نتائج الدراسة

1/ النتائج العامة للدراسة:

• أوضحت نتائج تحليل المضمون أن قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية تركز على استخدام المقدمة الإستهلامية في معالجة القضايا الراهنة في برامجها الحوارية (عينة الدراسة) كونها من المقدمات التي تجذب الانتباه، وعلى أساسها يبني نجاح أو فشل الحلقة، فإذا كانت المقدمة جذابة من حيث الأفكار والمعلومات المقدمة فيها زاد إهتمام الجمهور بالقضية المطروحة بها والإقبال على مشاهدة ما تحمل الحلقة من تفاصيل للإجابة على الاستفهام أو التساؤلات المطروحة في بداية الحلقة.

• أظهرت نتائج تحليل المضمون تركيز قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية على اللغة العربية الفصحى في معالجة القضايا الراهنة في برامجها الحوارية (اليومية والأسبوعية) كونها لغة الدول العربية دون استثناء، ويرجع استخدام اللغة العربية الفصحى بنسبة كبيرة كون قناة الجزيرة تعالج القضايا العربية في خطابها الموجه للمشاهد العربي، كونها تخاطب كل الجمهور العربي بدون استثناء وعلى اختلاف لهجاته وفي كل بقاع العالم.

• كشف تحليل المضمون أن قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية قامت باستضافة شخصيات من كافة الاختصاصات لمعالجة القضايا الراهنة في برامجها الحوارية (عينة الدراسة) كونها على علم بمستجدات الأحداث في الوطن العربي والعالم ككل، وكذا قدرتها على مخاطبة الجمهور المتلقي بلغة عربية سليمة وفصيحة ومفهومة للمشاهد العربي.

• أوضحت نتائج تحليل المضمون أن قناة الجزيرة الإخبارية تقوم بالتواصل مع ضيوفها عبر الأرقام الصناعية للخصائص التالية: إنقاص المصاريف والتكاليف الخاصة بالفنادق وتذاكر الطيران والفيزا وغيرها من الإجراءات الخاصة بالشخصيات المعنية ليكون ضيفا للبرنامج المعني والخاصية الثالثة التي توفرها هي أن هذا النوع من الاتصال يعتبر بمثابة الاتصال المواجهي (وجهها لوجه) للقيم التي يحملها مثل التفاعل والتعقيب أو النقد البناء على ما جاء به الضيوف الآخرين أو ما يسمى برفع الصدى، وكذا القدرة على تنظيم الحوار من خلال توجيه الأسئلة لكل ضيف على حدا في فترة زمنية محددة واستنباط أسئلة جديدة قد يكون مقدم البرنامج قد غفل عليها من أجوبة الضيف للتعرف على مدى صحتها.

- أظهرت نتائج تحليل المضمون تركيز قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية على أسلوب التفسير في برمجها الحوارية المباشرة (اليومية والأسبوعية) كونه الأسلوب الأمثل لهذا النوع من البرامج فالهدف من متابعة البرامج الحوارية هو الحصول على أفكار ومعلومات جديدة مدعمة بالأدلة والبراهين، والتطرق إلى جميع النقاط التي تمس الموضوع والإجابة على الأسئلة التي يرى أنها تجول في ذهن المشاهدين.
- أوضحت نتائج تحليل المضمون أن الهدف من طرح القضايا الراهنة في البرامج الحوارية لقناة الجزيرة الفضائية الإخبارية هو تسليط الضوء والتعليق عليها لوجود بعض القضايا التي تهم الجمهور العربي والإسلامي ولكنها مهمشة سواء في الإعلام الرسمي والمتخصص للدول التي تعاني منها، ومن جهة أخرى قد تكون هذه القضايا عرضت بالفعل على قناة الجزيرة الإخبارية لكن لم تخصص لها القناة الوقت الكافي في نشراتها الإخبارية أو مرت عليها باستخدام مصطلح يشير إليها.
- أظهرت نتائج تحليل المضمون تركيز قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية على الموضوعات السياسية في برامجها الحوارية المباشرة (عينة الدراسة) كونها موضوعات تمس المجتمعات العربية والإسلامية وتحظى باهتمام المشاهد في الوطن العربي والعالم على حد سواء، وكون القناة إخبارية فهي تركز بالدرجة الأولى على الموضوعات السياسية، كما أن الأحداث السياسية الكبيرة والخطيرة التي دائما ما تحدث وتستقطب اهتمام الرأي العام وتحتاج لتسليط الضوء عليها.
- كشف تحليل المضمون تركيز قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية في برامجها الحوارية المباشرة (عينة الدراسة) على قضايا دول الربيع العربي كونها لا تزال تعاني من ويلات الثورة خاصة اليمن وسوريا ومصر.
- بين تحليل المضمون أن قناة الجزيرة بتركيزها بدرجة أولى على القضايا العربية رفعت القناة وعي المشاهد العربي بمشاكل الأمة العربية والتحديات التي تواجهها، كما فصحت عن تجاوزات سياسات الأنظمة العربية بكل جرأة، كما أن الأحداث السياسية الكبيرة والخطيرة التي دائما ما تحدث في الدول العربية وخاصة فلسطين، العراق، سوريا واليمن، وتستقطب اهتمام الرأي العام وتحتاج لتسليط الضوء عليها.

- كشف تحليل مضمون البرامج الحوارية المباشرة (عينة الدراسة) اعتماد قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية في معالجة القضايا الراهنة. بدرجة كبيرة على لقاءات بالضيوف داخل الأستوديو، وهو الأصح كون الموضوعات والقضايا المطروحة تدخل ضمن البرامج الحوارية التي تستضيف شخصية أو شخصيتين أو أكثر لتبادل الآراء والمعلومات ووجهات النظر فيما بينهم وإثراء الموضوعات بالمعلومات التي قد تكون حصرية ولم يسبق للمشاهد أن سمع بها أو مرت عليه، وبالتالي هنا مصدر المعلومة هو الضيف نفسه.
- أظهرت نتائج تحليل المضمون أن قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية اعتمدت في معالجة القضايا الراهنة في البرامج الحوارية المباشرة عينة الدراسة على الاستمالات العقلية كونها تخاطب العقل، والجمهور العربي في ظل التضليل الإعلامي الذي يواجهه في القنوات العربية، ولزيادة وعيه بما يدور حوله أصبح من الصعب التلاعب بأفكاره وتزويده بمعلومات ليست موثقة، وحرصا من القناة على إرضاء الجمهور المتلقي استنتجنا استخدامها للاستمالات العقلية كإحصائيات.
- كشفت نتائج تحليل المضمون أن قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية لا تسعى لتقديم حلول للقضايا الراهنة المعالجة في برامجها الحوارية المباشرة (عينة الدراسة) لأن هذه الأخيرة هدفها حسب رأي الباحثة وما بينته النتائج مجرد تسليط الضوء على القضايا المهمشة في الوطن العربي هذا من جهة ومن جهة أخرى ربما لضيق الوقت المخصص لمعالجة القضية.
- أظهرت نتائج الدراسة تبني قناة الجزيرة الإخبارية للقيم التالية:
- قيمة الإنصات لما يقال في معالجة القضايا الراهنة في البرامج الحوارية المباشرة في قناة الجزيرة الإخبارية، كون هذه الأخيرة مبنية على الحوار، وحتى ينجح يجب على المشاركين أو الضيوف وحتى القائم بالاتصال الإنصات لما يقوله الضيوف للحصول على أفكار ومعلومات جديدة تساعدهم على استنباط أسئلة مهمة قد تكون غابت عن القائم بالاتصال أو لم تكن ذات أهمية بالنسبة إليه.
- قيمة تكافؤ الفرص بنسبة كبيرة يحسب لها كون بعض البرامج الحوارية في القنوات العربية العمومية أو الخاصة على أهمية هذا العنصر إلا أنها تهمله، وهنا يأتي دور القائم بالاتصال في إدارة الحوار، فلكل ضيف وقت محدد للإجابة على السؤال حتى لا يحس نفسه غريب ومشتت وتتم الاستفادة من كل الضيوف والاستماع لأكثر من رأي حول القضية المطروحة.

• قيمة عدم السخرية لأي شخص يجد نفسه معرضا للسخرية ليس كشخص وإنما للمعلومات والآراء التي يعطيها سوف يجعله يعزف عن تقديم معلومات جديدة هذا إذا لم ينسحب من البرنامج وتقابل هذه القيمة قيمة أخرى مهمة ألا وهي احترام الطرف الآخر، فكلما كان الاحترام بين القائم بالاتصال والضيوف كلما سار الحوار في جو من الهدوء بعيد عن الشجارات والصراخ الذي يضيع الوقت الثمين للبرنامج بدون فائدة تذكر.

2/ نتائج الدراسة على ضوء الفرضيات:

الفرضية الأولى:

تم رفض الفرضية الأولى التي تنص على أن قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية تستضيف في برامجها الحوارية المباشرة (عينة الدراسة) محللون سياسيون، حيث اتضح ارتفاع نسبة مشاركة خبراء ومتخصصين بنسبة 16.94% و 13.64% للأساتذة الجامعيين، وهذا دليل على أن قناة الجزيرة الإخبارية تحرص على استضافة شخصيات متخصصة لها علاقة مباشرة بالقضايا المطروحة لزيادة ثقة الجمهور المتلقي بها.

الفرضية الثانية:

تم قبول الفرضية الثانية التي تنص على أن قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية تستخدم في برامجها الحوارية المباشرة (عينة الدراسة) الأقمار الصناعية للاتصال بالضيوف والتحاور معهم، حي اتضح استخدام قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية الأقمار الصناعية للاتصال بالضيوف والتحاور معهم بنسبة بلغت 58.54%، ولا شك أن هذه النتيجة تؤكد على سعي القناة لتوفير كل الإمكانيات لضيوفها من أجل الإستفادة من المعلومات والتحليلات حول القضايا المطروحة.

الفرضية الثالثة:

تم قبول الفرضية الثالثة التي تنص على أن قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية تهدف في برامجها الحوارية المباشرة إلى تسليط الضوء على القضايا الراهنة، حيث اتضح من خلال تحليل البرامج الحوارية إلى أن قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية تهدف من طرح القضايا الراهنة في برامجها

الحوارية المباشرة إلى تسليط الضوء والتعليق عليها إذ بلغت نسبة 41.62% لوجود بعض القضايا التي تهم الجمهور العربي والإسلامي ولكنها مهمشة أو ضمن الطابوهات.

الفرضية الرابعة:

تم رفض الفرضية الرابعة التي تنص على أن قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية تعتمد على مصادر مسؤولة في برامجها الحوارية المباشرة (عينة الدراسة) كون قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية اعتمدت في طرح القضايا الراهنة على لقاءات مع الضيوف كمصدر أساسي للمعلومات بنسبة 37.22% وهو الأنسب لتبادل الآراء والمعلومات ووجهات النظر فيما بينهم، وفي هذه الحالة المعلومات قد تكون حصرية كون الضيف متخصص في الموضوع وله مصادره الخاصة لإمداده بأخر التطورات.

الفرضية الخامسة:

تنص الفرضية الخامسة على أن قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية تعالج في برامجها الحوارية المباشرة (عينة الدراسة) قضايا الوطن العربي، وقد تم قبول هذه الفرضية حيث اتضح أن قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية سلطت في برامجها الحوارية المباشرة الضوء على القضايا العربية بنسبة 86.41% كونها تمس المجتمعات العربية والإسلامية، والجمهور العربي بحاجة لمعرفة ما يحدث في وطنه أولاً، والدول العربية ثانياً خاصة فلسطين، العراق، سوريا، اليمن.

الفرضية السادسة:

تم قبول الفرضية السادسة التي تنص على أن قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية تستخدم في برامجها الحوارية المباشرة (عينة الدراسة) أساليب عقلية لإقناع المشاهدين، حيث اتضح استخدام ضيوف قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية في برامجها الحوارية المباشرة "عينة الدراسة" أساليب عقلية لإقناع المشاهدين ولزيادة مصداقيتها، حيث نال أسلوب الإعتماد على الأدلة والبراهين أعلى نسبة بلغت 27.46%.

خاتمة

خاتمة

جاءت هذه الدراسة للبحث في البرامج الحوارية في قناة الجزيرة الإخبارية، وبالتحديد القضايا المعالجة فيها، وقد ركزت الدراسة على القضايا الراهنة أو قضايا الساعة المعالجة فيها حسب أجندة القناة، ولتحقيق ذلك تم الاعتماد على نظرية ترتيب الأولويات (وضع الأجندة) كسند نظري للدراسة وتحليل المضمون كأداة للدراسة.

وبناء على النتائج التي تم التوصل إليها اتضح أن قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية تعتمد بشكل كبير على طرح القضايا الراهنة التي تشغل الساحة العربية والرأي العام العربي خاصة في برامجها الحوارية المباشرة، أي أن الأحداث والأزمات التي يتم تناولها والتطرق إليها في نشراتها الإخبارية ولا تجد لهذه الأخيرة الوقت الكافي للتعلمق في حيثياتها وأسبابها ونتائجها لتقريبها من المشاهد العربي وزيادة الوعي لديه، فإنها تسعى جاهدة لتخصيص الوقت المناسب والكافي لها، باستضافة شخصيات ذات ثقة وحضور لدى المتابع، وعلى الرغم من أن الوقت أو المدة الزمنية المحددة لا تكفي في أحيان كثيرة للوصول إلى الحلول إلا أنه يبقى كاف للتعريف بالقضية ووضعها في أجندة المتلقي، وتقريب وجهات النظر، وتبادل الآراء وتكوين اتجاهات حول القضايا المطروحة.

• طبيعة الإضافة العلمية:

لا يمكن لأي دراسة أن تتطلق من فراغ فلا بد من وجود دراسات سابقة حول الموضوع ناقشته من زاوية معينة، فأغلب الدراسات في مجال الإعلام والاتصال قامت بدراسة البرامج الحوارية بتحليل محتواها أو دراسة قضية من القضايا المطروحة فيها أو دراستها من وجهة نظر الطلبة الجامعيين، ودراستنا هذه تعتبر إضافة علمية لدراسة البرامج الحوارية من حيث استخدام نظرية ترتيب الأولويات (وضع الأجندة) كمدخل نظري للدراسة، وتحليل محتوى عينة من البرامج الحوارية تنوعت بين أسبوعية ويومية في نفس القناة، للتعرف عن قرب عن القضايا الراهنة التي تناقشها وإخضاعها للتحليل الكمي والكيفي على أمل أن تكون هناك دراسات معمقة أخرى حول هذه البرامج لما لها من قدرة على التأثير في الرأي العام وتغيير الإتجاهات.

وقبل الختام نأمل أن نكون قد وفقنا في طرح هذه الدراسة، وأن يتم الاعتماد عليها مستقبلا في إنتاج دراسات أخرى، وخاصة أن هذا النوع من البرامج لم يلقى الاهتمام الكافي في الدراسات الجزائرية وخاصة في مجال الإعلام والاتصال.

وفي الأخير نسأل الله تعالى أن يوفقنا لما يحبه ويرضاه، والحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على خاتم الأنبياء والمرسلين.

تم بحمد الله

قائمة المراجع

قائمة المراجع

الكتب باللغة العربية

1. أحمد حمدي: الخطاب الإعلامي العربي آفاق وتحديات، دار هومة، الجزائر، 2002.
2. أحمد زكريا أحمد: نظريات الإعلام، ط1، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، مصر 2009.
3. الأسد صالح علي الأسد: إنفجار الفضائيات العربية، الأبعاد-الأهداف-التأثيرات الثقافية دار غيداء للنشر والتوزيع، عمان (الأردن)، 2012.
4. أشرف قادوس: التلفزيون السياسي- المعالجة التلفزيونية للقضايا السياسية، العربي للنشر والتوزيع، د.س.
5. أميرة الحسيني: فن الكتابة للإذاعة والتلفزيون، دار النهضة العربية، بيروت، لبنان 2005.
6. أيمن عبد الحليم نصار: إعداد البرامج الوثائقية، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان (الأردن)، 2007.
7. بركات عبد العزيز: إتجاهات حديثة في إنتاج البرامج الإذاعية (أصول الإحتراف ومهارات التطبيق)، ط1، دار الكتاب الحديث، 2000.
8. بسام عبد الرحمن المشاقبة: مناهج البحث الإعلامي وتحليل الخطاب، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان (الأردن)، 2014.
9. جلال عبد الفتاح: البث الإذاعي والتلفزيوني المباشر، ج2، الهيئة العامة للكتاب القاهرة، 1994.
10. حسن جلوب الكناني: تقنيات الحوار الإعلامي (قناة الجزيرة نموذجاً)، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان (الأردن)، ط1، 2012.
11. حسن عماد مكاوي: تكنولوجيا الإتصال الحديثة في عصر المعلومات، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1998.
12. حياة الحويك: الفضائيات الإخبارية العربية بين عولمتين- جيوبوليتيك وخطاب الفضائيات الإخبارية العربية، ط1، منتدى المعارف، 2013.
13. راشد محمد عطية أبو صواوين: تنمية مهارات التواصل الشفوي (التحدث والإستماع) دراسة علمية تطبيقية، ايتراك للطباعة والنشر والتوزيع، ط1، القاهرة (مصر)، 2005.

14. ربحي مصطفى عليان وعثمان محمد غنيم: أساليب البحث العلمي، الأسس النظرية والتطبيق العملي، ط4، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان (الأردن)، 2010.
15. رجاء عبد الرازق الغمراوي: قواعد الإخراج بين النظرية والتطبيق، دار المعرفة الجامعية للطبع والنشر والتوزيع، الإسكندرية (مصر)، 2013.
16. رجاء وحيد دويدري: البحث العلمي، أساسياته النظرية وممارسته العملية، دار الفكر دمشق (سوريا)، 2000.
17. رحيم مزيد: قناة الجزيرة وصراع الفضائيات، الدار الدولية للإستثمارات الثقافية، مصر 2002.
18. رحيمة عيساني: مدخل إلى الإعلام والاتصال: المفاهيم الأساسية والوظائف الجديدة في عصر العولمة الإعلامية، ط1، مطبوعات الكتاب والحكمة، الجزائر، 2007.
19. رشدي أحمد طعيمة: تحليل المضمون في العلوم الإنسانية، مفهومه-أسسه-استخداماته دار الفكر العربي، (مصر)، 2004.
20. رضوان مفلح العلي وآخرون: مدخل إلى وسائل الإعلام الإلكتروني، ط1، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2016.
21. ريم أحمد عبد العظيم، الحوار الإعلامي، برنامج تدريبي لتنمية مهاراته، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الأردن ، 2010.
22. سعيد حامد: الإنتاج الإذاعي والتلفزيوني بين النظرية والتطبيق، ط1، الآفاق المشرقة للنشر والتوزيع، عمان (الأردن)، 2011.
23. سمير حسن: دراسات في مناهج البحث العلمي، بحوث الإعلام، ط2، عالم الكتب، القاهرة (مصر).
24. شرف الدين خليل: الإحصاء الوصفي، شبكة الأبحاث والدراسات الإقتصادية، دس.
25. طالب الشمري: الصناعة الإعلامية -المقومات الفنية والمهنية لرجل الإعلام- ط1، دار النفائس للنشر والتوزيع، الأردن، 2015.
26. طالب عبد المجيد علاوي وحيدر أحمد علو: صناعة الأخبار في القنوات العربية المتخصصة، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن (عمان)، 2015.
27. طالب فرحان: صناعة الإعلام الإذاعي والتلفزيوني (المقومات الفنية والمهنية لرجل الإعلام الإسلامي)، ط1، دار الفجر بغداد (العراق)، دار النفائس عمان (الأردن)، 2011.

28. عاطف عدلي العبد ونهى عاطف العبد: نظريات الإعلام وتطبيقاتها العربية، دار الإيمان للطباعة، القاهرة، 2007.
29. عامر إبراهيم قنديلجي: البحث العلمي في الصحافة والإعلام، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان (الأردن)، 2015.
30. عبد الباسط سلمان: عولمة القنوات الفضائية، الدار الثقافية للنشر، د.س.
31. عبد الرزاق محمد الديلمي: عولمة التلفزيون، ط1، دار جرير للنشر والتوزيع، عمان (الأردن)، 2006.
32. عبد القادر الحديثي: دراسة في البرامج الحوارية لإذاعة BBC العربية، دار غيداء للنشر والتوزيع، الأردن، 2016.
33. عبد الكريم فهد الساري: تكنيك الحديث والمقابلات الصحفية، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان (الأردن)، 2012.
34. عبد الله الغدامي: الثقافة التلفزيونية، سقوط النخبة وبروز الشعبي، ط2، المركز الثقافي العربي، بيروت (لبنان)، 2005.
35. عبد النبي خزل: فن تحرير الأخبار والبرامج في الفضائيات التلفزيونية والقنوات الإذاعية، ط1، دار النهضة العربية وبيت الحكمة، 2010.
36. عصام نصر سليم: مدخل إلى إنتاج البرامج في الراديو والتلفزيون، ط1، الأفاق المشرقة للنشر والتوزيع، الأردن، 2011.
37. عمار بوحوش: مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، ديوان المطبوعات الجامعية (الجزائر)، 1995.
38. غسان عبد الوهاب الحسن: الصحافة التلفزيونية، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان (الأردن)، 2013.
39. فارس عطوان: الفضائيات العربية ودورها الإعلامي، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن 2011.
40. فاطمة عوض صابر وميرفت علي خفاجة: أسس ومبادئ البحث العلمي، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية، الإسكندرية (مصر)، 2002.
41. فلاح كاظم المحنة: الفنون الإذاعية والتلفزيونية، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، ط1 2011.

42. فلاح كاظم المحنة: الفنون الإذاعية والتلفزيونية، مؤسسة وراق للنشر والتوزيع، عمان (الأردن)، 2010.
43. فيصل أبو عيشة: مهارات الحوار الصحفي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان (الأردن) 2016.
44. كامل خورشيد مراد: الإتصال الجماهيري والإعلام، التطور-الخصائص-النظريات، ط2 دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان (الأردن)، 2014.
45. كرم شلبي: فن الكتابة للراديو والتلفزيون، دار ومكتبة الهلال للطباعة والنشر، مصر 2008.
46. ماجي الحلواني ومحمد مهنى: مقدمة في الفنون الإذاعية والسمعية، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، 1999.
47. محسن جلوب الكنائي: تقنيات الحوار الإعلامي (قناة الجزيرة انموذجا)، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2010.
48. محمد الفاتح حمدي وعبد القادر عراضة: إنتاج النشرات الإخبارية التلفزيونية، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2013.
49. محمد حمود حسن: مراكز التدريب الإعلامي - دراسة مقارنة بين المركز العربي للتدريب الإذاعي والتلفزيوني والجزيرة الإعلامي للتدريب والتطوير، ط1، دار الكتب العلمية للطباعة والنشر والتوزيع، 2013.
50. محمد صاحب سلطان: وسائل الإعلام والإتصال، دراسة في النشأة والتطور، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان (الأردن)، 2011.
51. محمد عبد الحميد: الإتصال والإعلام على شبكة الأنترنت، ط1، عالم الكتب، القاهرة 2007.
52. محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط2، عالم الكتب، (مصر) 2004.
53. محمد عبد الحميد: بحوث الصحافة، ط1، عالم الكتب، القاهرة، مصر، 1992.
54. محمد عبد الحميد: تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، دار الشروق، (السعودية) 1983.
55. محمد عبد الحميد: دراسة الجمهور في بحوث الإعلام، ط1، عالم الكتب، القاهرة 1993.

56. محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط3، عالم الكتب، القاهرة (مصر) 2004.
57. محمد عبد الغني معوض ومحسن أحمد الخضيرى: الأسس العلمية لكتابة رسائل الماجستير والدكتوراه، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة (مصر)، 1992.
58. محمد كحط الربيعي وحسين الأنصاري: الدور الثقافي في القنوات الفضائية العربية، ط1 مركز الكتاب الأكاديمي، عمان (الأردن)، 2015.
59. محمد معوض، المدخل إلى فنون العمل التلفزيوني، دار الفكر العربي، القاهرة (مصر) دس.
60. محمد منير حجاب: وسائل الإعلام نشأتها وتطورها، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر 2008.
61. محمد نصر مهنا: في النظرية العامة للمعرفة الإعلامية، المكتبة الجامعية، مصر 2002.
62. مروى عصام صلاح ومحمود عزت اللحام: الصحافة بين الواقع والطموح، ط1، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، 2015.
63. مصطفى حميد كاظم الطائي: الفنون الإذاعية والتلفزيونية وفلسفة الإقناع، ط1، دار الوفاء لنديا الطباعة والنشر، مصر، 2007.
64. مصطفى محمد الحسنأوي: واقع لغة الإعلام المعاصر، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع عمان (الأردن)، 2011.
65. مصطفى يوسف كافي: الرأي العام ونظريات الإتصال، ط1، دار الحامد للنشر والتوزيع عمان (الأردن)، 2015م/1436هـ.
66. مفيد الزبيدي: تاريخ قطر المعاصر، 1913 - 2008، دار المناهج للنشر والطباعة عمان (الأردن)، 2010.
67. منذر صالح جاسم الزبيدي: دور وسائل الاعلام في صنع القرار السياسي، ط1، دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع، عمان (الأردن)، 2013.
68. منذر عبد الحميد الضامن: أساسيات البحث العلمي، ط3، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، 2015.

69. موفق الحمداني وآخرون: مناهج البحث العلمي، أساسيات البحث العلمي، ط1، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان (الأردن)، 2006.
70. مي العبد الله: نظريات الإتصال، ط2، دار النهضة العربية، بيروت (لبنان)، 2010.
71. نسمة أحمد البطريق وعادل عبد الغفار: الكتابة للإذاعة والتلفزيون، 2005.
72. نسيمة طبشوش: القنوات الفضائية وأثرها على القيم الأسرية لدى الشباب، كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2011.
73. نهى عاطف العبد: صناعة الإخبار التلفزيونية في عصر البث الفضائي، ط1، دار الفكر العربي، 2007.
74. هالة إسماعيل بغدادى: الصحافة التلفزيونية العربية (الجزيرة والنيل)، دراسة ميدانية مقارنة، المكتب الجامعي الحديث للنشر، الإسكندرية (مصر)، 2009.
75. هبة شاهين: التلفزيون الفضائي العربي، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، مصر 2007.
76. هناء السيد: الفضائيات وقادة الرأي، ط1، العربي للنشر والتوزيع، مصر، 2005.
77. يوسف تمار: تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين، ط1، الفسيلة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2007.
78. يوسف مرزوق: فن الكتابة للإذاعة والتلفزيون، دار المعرفة الجامعية، مصر، 2008.

الكتب المترجمة:

1. أ.لارامي و ب.فالي: البحث في الإتصال، عناصر منهجية، ترجمة مجموعة من الأساتذة مراجعة وتدقيق فضيل دليو، مخبر علم إجتماع الإتصال، جامعة منتوري، قسنطينة (الجزائر)، ط2، 1430هـ - 2009م.
2. مأمون فندي: حروب كلامية، الإعلام والسياسة في العالم العربي، ترجمة تانيا ناجية، ط1 درا الساقى، 2008، ص 102.
3. موريس إنجرس: منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ط2، ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون، الجزائر، 2006.
4. مؤيد حسن فوزي ترجمة - مراجعة أحمد نوري: الكتابة للتلفزيون والإذاعة ووسائل الإعلام الحديثة، ط1، دار الكتاب الجامعي، بيروت (لبنان)، 2014.

الكتب باللغة الأجنبية:

Mohamed zayani : the al Jazeera phenomenon, critical perspectives on new arab media;1 st published; pluto press; London; 2005.

المعاجم والموسوعات:

1. ابن منظور: لسان العرب، دار صادر للنشر، بيروت، المجلد 4، دس.
2. خضير شعبان: مصطلحات في الإعلام والاتصال، ط1، دار اللسان العربي للترجمة والتأليف والنشر، الجزائر، 1422هـ.
3. كرم شلبي: معجم مصطلحات الإعلام، دار الشروق، جدة، ط1، 1989.
4. محمد إبراهيم: المبرق، قاموس موسوعي للإعلام والاتصال، ط1، منشورات المجلس الأعلى للغة العربية، الجزائر، 2001.
5. محمد جمال الفار: المعجم الاعلامي، دار أسامة للنشر والتوزيع، ودار المشرق الثقافي عمان (الأردن)، ط1، 2006.
6. مي العبد الله وعبد الكريم شين: المعجم في المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال، المشروع العربي لتوحيد المصطلحات، دار النهضة العربية، بيروت، لبنان، ط1، 2014.

المجلات والدوريات:

1. إسماعيل محمود حسن: دور البرامج الحوارية بالفضائيات العربية في إمداد الشباب الجامعي المصري بالمعلومات حول أحداث ثورة 25 يناير، مقال منشور بمجلة دراسات الطفولة، مج 16، ع 58 يناير - مارس 2013.
2. البث الفضائي العربي: التقرير السنوي 2015، إتحاد إذاعات الدول العربية.
3. دحام علي حسين العبيدي: دور البرامج الحوارية التلفزيونية في تشكيل الوعي السياسي لدى طلبة جامعة ديالى، مجلة الباحث الإعلامي، العدد 27، 2015.
4. راضي رشيد حسن وإيثار طارق خليل: البرامج الحوارية ودورها في تشكيل اتجاهات الرأي العام من وجهة نظر طلبة الإعلام، برنامج ولكم القرار انموذجا، مجلة كلية التربية الأساسية، العدد 73، 2012.

5. راضي رشيد حسن وعثمان محمد ذويب، إتجاهات البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العراقية (السومرية والبغدادية إنموذجا) الجامعة العراقية، مجلة كلية التربية واسط، ع 10 2011.
6. سلام نصر الدين محمد: إتجاهات طلبة الإعلام نحو القنوات الفضائية المتخصصة، مجلة الباحث الإعلامي، ع27، 2015.
7. سلمى حميدان وسلطان بلغيث: واقع استعمال اللغة العربية في وسائل الإعلام المرئية العربية، مجلة التواصل في العلوم الإنسانية والإجتماعية، ع 36، 2013.
8. سيكوك قويدر وبن عزة فاطمة الزهراء: الإعلام المحلي وإشكالية الهوية، ثنائية الغزو الثقافي والمقاومة، مجلة الحوار الثقافي، مستغانم، الجزائر، 2015.
9. عيسى الشماس: تأثيرات الفضائيات التلفزيونية الأجنبية في الشباب، دراسة ميدانية على طلبة كلية التربية بجامعة دمشق، مجلة جامعة دمشق، المجلد 21، ع2، 2005.
10. فاتن عبد الرحمن الطنباري: دور البرامج الحوارية بالقنوات التلفزيونية الإقليمية في معالجة قضايا الطفولة في مصر، مقال منشور بمجلة دراسات الطفولة مج 17، ع63 إبريل يونيو 2014 .
11. فاطمة زيدان: برامج التوك شو ظهرت في الولايات المتحدة الأمريكية مع ظهور التلفزيون عام 1950...ووصلت مصر متأخرة 20 عاما، المركز المصري للدراسات والمعلومات، العدد 2703، 2011.
12. محمد فلاح القضاة وسحر محمد خميس: الصورة الذهنية لقناة الجزيرة والجزيرة الدولية لدى الشباب الجامعي، دراسة ميدانية، المجلة الأردنية للعلوم الإجتماعية، م1، ع1 2008.
13. منصف العياري وآخرون: المعالجة الخيرية التلفزيونية العربية بين المتطلبات المهنية والتوجهات السياسية، إتحاد إذاعات الدول العربية، سلسلة بحوث ودراسات إذاعية (58) تونس، 2006.
14. منصف العياري ويوسف تمار: فن البرمجة وإعداد الخارطة البرامجية في القنوات التلفزيونية العربية، جدلية التصور والممارسة، إتحاد الإذاعات العربية، 59 تونس، 2007.
15. هاني مبارك: البرامج الحوارية العربية، إنعكاسات الغياب المنهجي وضرورة التقيد به الإذاعات العربية، مجلة فصلية يصدرها إتحاد إذاعات الدول العربية، عدد 02، 2005.
16. هدى مالك شبيب: التسويق في البرامج التلفزيونية الحوارية، دراسة تحليلية لبرنامج أوبرا شو، مجلة الأستاذ العدد 201، 2013.

ليندة ضيف: الاتجاهات البحثية الجديدة في نظرية الأجنحة من يربأ وسائل الإعلام؟

جامعة العربي بن مهيدى، أم البواقي، الجزائر، دس.

رأما رواش وعماد النشاش: التعامل مع اللقاءات التلفزيونية، برنامج تعزيز مهارات البرلمانيات في

التعامل مع وسائل الإعلام، دس.

الرسائل الجامعية:

1. ابراهيم حمادة بسيوني: الاتجاهات الحديثة في بحوث وضع الأجنحة، كلية الصحافة والإعلام

جامعة القاهرة، مصر، دس.

2. ابراهيم ناصف ناصر عبد الله: عادات وأنماط مشاهدة طلبة الجامعات الأردنية للقنوات

الفضائية الإسلامية - قناة الرسالة انموجا- رسالة مقدمة لإستكمال متطلبات الحصول على

درجة الماجستير في الإعلام، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، 2009، 2010.

3. أحمد أحمد أحمد: "دور البرامج الحوارية بالتلفزيون المصري في بث قيم العدالة

الإجتماعية لدى الشباب" أطروحة دكتوراه (غير منشورة)، جامعة القاهرة (مصر)، 2015.

4. أحمد اسماعيل حسين: أقمار الإتصالات والأخبار التلفزيونية، جامعة غرب كردفان، كلية

الإعلام، السودان.

5. أمال كمال: ثقافة الحوار في الصحافة العربية، دراسة حالة لأحداث العدوان الإسرائيلي

على غزة، ورقة مقدمة للمؤتمر العلمي الدولي الخامس عشر-الإعلام وقضايا الإصلاح في

المجتمعات العربية -الواقع والتحديات، كلية الإعلام جامعة القاهرة، 2009.

6. بلقاسم مام: الإعلام الإقتصادي في التلفزيون الجزائري، دراسة جمهور حصة المؤشر

الإقتصادية، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة

الجزائر، 2002-2003.

7. حواء حمدوك محمد حسين: دور الحوار بالإذاعة السودانية في تعزيز الوعي السياسي

بالسودان، كلية علوم الإتصال، جامعة السودان، 2013.

8. خالد منصر: علاقة استخدام تكنولوجيا الإعلام والإتصال الحديثة بإغتراب الشباب

الجامعي، دراسة ميدانية على عينة من طلاب جامعة باتنة، مذكرة مكملة لنيل شهادة

الماجستير في علوم الإعلام والإتصال، 2011-2012.

9. رحيمة عيساني: تكنولوجيا الإتصال والمعلومات والتوثيق، محاضرات مقدمة لطلبة السنة

الثانية ل م د تخصص صحافة مكتوبة، 2009-2010.

10. زاوي الحاج سعد: إتجاهات الجمهور نحو البرامج الإخبارية لقناة الجزيرة، دراسة ميدانية، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علم الإجتماع، تخصص علم إجتماع الإتصال، بسكرة (الجزائر)، 2012-2013.

11. طرابلسي أمينة: إعلانات القنوات العربية المتخصصة في برامج الاطفال - دراسة وصفية تحليلية لإعلانات قناة سبايس تون الفضائية، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والإتصال، جامعة منتوري قسنطينة (الجزائر)، 2009-2010.

12. 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 (غير منشورة)، المملكة العربية السعودية، جامعة الإمام محمد بن سعود الاسلامية، كلية الدعوة والإعلام، قسم الإعلام، 1429هـ/2008م.

13. عدلي سيد محمد رضا: تأثير القنوات الفضائية على الثقافة العربية، رؤية تحليلية، ورقة بحثية- دس.

14. علي عبد المعطي محمود الحلاحة: القيم الإجتماعية في البرامج الحوارية في التلفزيون الأردني من وجهة نظر طلبة الجامعات الأردنية، برنامج يسعد صباحك انموذجا، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط، 2011-2012.

15. علي عبد المعطي محمود الحلاحة: القيم الإجتماعية في البرامج الحوارية في التلفزيون الأردني من وجهة نظر طلبة الجامعات الأردنية، برنامج يسعد صباحك أنموذجا، رسالة مقدمة للحصول على درجة الماجستير في الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، 2011-2012.

16. فارس شكر المهداوي: أخبار العراق في الفضائيات العربية (تحليل مضمون لأخبار العراق في قناتي الجزيرة والعربية الفضائيتين) أطروحة دكتوراه في الإعلام والاتصال مقدمة إلى مجلس كلية الآداب والتربية الأكاديمية العربية المفتوحة في الدنمارك 2009.

17. فوزية عبد الله ال علي: دور القائم بالإتصال في تبني البرامج الحوارية التلفزيونية تجاه

المجتمع في دولة الإمارات - دراسة ميدانية- ورقة مقدمة للمشاركة في مؤتمر كلية الاعلام

جامعة القاهرة بعنوان (الإعلام بين الحرية والمسؤولية) من 24-26 يونيو، 2008، ص

05.

18. لامية صابر: الحملات الاعلانية في باقة MBC ودورها في التوعية الدينية للشباب

دراسة ميدانية على عينة من شباب ولاية سطيف، رسالة ماجستير في الإعلام والاتصال

جامعة باتنة (الجزائر)، 2009-2010.

19. مخلد خلف النوافذة: إتجاهات الجمهور الأردني إزاء قضايا الإرهاب التي تبتها قناتا الجزيرة والعربية - دراسة ميدانية- رسالة مقدمة للحصول على رسالة ماجستير في الإعلام جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، 2010.
20. مريم راشد الخاطر: تنظيمات البث الفضائي عالميا والدور العربي المطلوب، ورقة عمل مقدمة إلى مؤتمر الأسرة والإعلام العربي، نحو أدوار جديدة للإعلام الأسري، 2-3 مايو، قطر 2010.
21. نايف بن خربوش هندي الذويبي : القيم في البرامج الموجهة للأطفال بالفضائيات العربية- دراسة تحليلية لمضمون عينة من البرامج ، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية الرياض، 2012.
22. ندية عبد النبي محمد محمد القاضي: دور الصحافة المصرية في ترتيب أولويات الجمهور قضايا الإصلاح الإجتاعي في مصر - دراسة تحليلية وميدانية، ورقة مقدمة إلى المؤتمر العلمي الدولي الخامس عشر لكلية الإعلام، 7-9 يوليو 2009.
23. نصير بوعلي: أثر البث التلفزيوني الفضائي المباشر على الشباب الجزائري-دراسة تحليلية وميدانية- أطروحة لنيل شهادة دكتوراه الدولة في علوم الإعلام والاتصال، الجزائر 2002-2003.
24. نورة نايلي: البرامج الترفيهية في قناة الجزائرية ووظائفها إتجاه المراهقين الجزائريين دراسة تحليلية ميدانية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال الجزائر، 2013-2014.
25. نورة نايلي: البرامج الترفيهية في قناة الجزائرية ووظائفها تجاه المراهقين الجزائريين - دراسة تحليلية وميدانية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال جامعة الحاج لخضر، باتنة (الجزائر)، 2013-2014.
26. هبة شاهين: معايير بناء أجندة القضايا العامة المقدمة في برامج الرأي بالقنوات التلفزيونية المصرية الحكومية والخاصة - دراسة في القائم بالاتصال، د.س.

الرسائل الجامعية الأجنبية:

1. Sonia, Living stone- "Watching talk : gender and engagement in the viewing of audience discussion programmes". Journal of Media, culture and society Vol. 16. July, 1994.
2. Nabi, Robn & Hendriks Alexandra: "The persuasive effect of Host & Audience Recation shots in television talk show". In: Journal of communication: September 2003.
3. Awwad, Julian: "al-Jazeera's discourse of arabness An examination of discursive construction of Identity in talk how programming. PhD. (Canada): University Canada, 2005.
4. Colonel Steven P. Carney United States Army : "REPORTING FROM QATAR, THIS IS AL-JAZEERA"; USAWC STRATEGY RESEARCH PROJECT;2006.
5. Taoufik Ben Ammar: "THE LANGUAGE OF TERRORISM AL-JAZEERA AND THE FRAMING OF TERRORISM DISCOURSE", A Dissertation submitted to the faculty of the Graduate School of Arts and Sciences of Georgetown ,University in partial fulfillment of the requirements for the degree of Doctor of Philosophy in Arabic Language, Literature and Linguistics. Washington. 2009.
6. Julian M Awwad : "Al Jazeera's discours of arabness An examination of the discursive construction of identity in talk show programming; department of art history and communication studies Mc gill university montreal.2005.

المواقع الإلكترونية:

1. <http://gololy.com/cv>
2. <http://www.aljazeera.net/programs/broadcasters/2012/3/5/>
3. <http://www.aljazeera.net/programs/discussions> تمت زيارة الموقع بتاريخ 2017/03/12
4. <http://www.aljazeera.net/programs/documentaries> تمت زيارة الموقع بتاريخ: 2017/03/12
5. <http://www.aljazeera.net/programs/investigative> تمت زيارة الموقع بتاريخ: 2017/03/12
6. <http://www.aljazeera.net/programs/newsmagazineshows> تمت زيارة الموقع بتاريخ: 2017/03/12
7. <http://www.almaany.com/ar/dict/ar-ar/> مؤتمر

8. <http://www.egyscoop.com/7333/> تردد-قناة-الجزيرة-الإخبارية-الجديد
9. <http://www.sudanjem.org/2011/04/> تمت 2016 ديسمبر 19 زيارة هذا الموقع بتاريخ
10. <http://www.aljazeera.net/news/arabic/2014/12/24/> الجزيرة-الأكثر-
مشاهدة-عربيا تمت زيارة هذا الموقع في 20 مارس 2016
11. M.Sanchez : Agenda Setting, Spring 2002 at:
<http://www.comprofessor.com/2012/10/media-agenda-setting.html>
12. معجم المعاني الجامع <http://www.almaany.com/ar/dict/ar-ar/>
13. نصر الدين العياضي: البرمجة التلفزيونية في القنوات العربية - دراسة تحليلية للأسس
والدلالات، د.س، ص 364 من الموقع الإلكتروني
http://www.univ-skikda.dz/doc_site/revues_SH/article71pdf
14. نصر الدين العياضي: برامج الأطفال التلفزيونية بين المطب الثقافي وأحكام السوق، من
موقع http://www.arrafid.ae/arrafid/p4_7-2010.html
15. نسرين محمد عبده حسونة: نظريات الإعلام والاتصال، ماجستير صحافة، شبكة الألوكة
2015.

الملاحق

التعريفات الإجرائية للفئات وعناصرها:

أولاً: فئات الشكل (كيف قيل)؟

1/ فئة زمن حلقات البرامج الحوارية عينة الدراسة

2/ فئة نوع المقدمة:

1-2/ مقدمة تساؤلية استفهامية: تبدأ بإستفهام أو تساؤلات يتم الإجابة عليها في الحلقة.

2-2/ مقدمة وصفية: وصف القضية التي سيتم طرحها.

2-3/ مقدمة تلخيصية: ملخص موجز عن موضوع الحلقة.

2-4/ التعريف بالشخصية: السيرة الذاتية للضيف.

3/ فئة طبيعة اللغة المستخدمة: ويقصد بها نوع اللغة المستخدمة للتواصل مع ضيوف القضية

والجمهور المتلقي، وعناصرها كالآتي:

3-1/ لغة عربية فصحي: هي اللغة الرسمية للدول العربية، ولغة ثانية لغير الناطقين بها.

3-2/ لغة عربية عامية: هي اللغة المتفق عليها في دول عربية دون أخرى، أو بمعنى آخر

لهجات خاصة بكل بلد مثل: اللهجة المصرية، اللهجة اللبنانية.....

3-3/ لغة أجنبية: هي لغة غير مفهومة لدى الجمهور العربي وتحتاج لترجمة، كاللغة الفرنسية،

الإنجليزية...إلخ

4/ فئة طبيعة الضيوف:

يقصد بها نوع وطبيعة الوظيفة التي يمارسها الضيوف المعنيين بالقضية، وعناصرها كالآتي:

4-1/ شخصيات متخصصة: مثل المستشارين والسياسيين والقياديين.

4-2/ مسؤولين حكوميين: مثل وزراء، سفراء، أعضاء أحزاب.

4-3/ خبراء ومتخصصون: أي متخصصين في مجال ما مثل أساتذة جامعيين، باحثين، خبراء.

5/ فئة الوسائط: ويقصد بها الوسائل الإتصالية المستخدمة للتواصل مع ضيوف القضية المطروحة للنقاش، وعناصرها كالاتي:

1-5/ وجها لوجه: بمعنى حضور الضيف لمقر القناة.

2-5/ عبر الهاتف: استخدام الهاتف للتواصل مع المقدم وضيوف القضية.

3-5/ عبر الأقمار الصناعية: بمعنى الضيف بعيد أو ليس في مقر القناة فقد يكون في قارة أخرى ويتواصل ويتفاعل مع ضيوف البرنامج بالصوت والصورة وعلى المباشر.

4-5/ عبر تطبيقات الأنترنت: أي التواصل مع الضيف وهو في مقر عمله أو في منزله عبر تطبيقات الأنترنت كالسكايب مثلا.

6/ فئة أسلوب المعالجة: ويقصد به الأسلوب المعتمد في تقديم المعلومات وتحليلها، وعناصره كالتالي:

1-6/ مجردة: أي محايدة، عدم التحيز لأي جهة أثناء عرض القضية.

2-6/ متحيزة: الوقوف في صف أصحاب رأي ما والدفاع عنه دون أصحاب الرأي الآخر.

3-6/ مفسرة: بمعنى سرد المعلومات وتفسيرها لا أكثر ولا أقل.

7/ فئة الهدف من طرح القضية: ويقصد بها المغزى والهدف من طرح قضية ما دون غيرها من القضايا الأخرى، وعناصرها كالاتي:

1-7/ تسليط الضوء على القضية: بمعنى التعريف بالقضية وحيثياتها وتقريبها من المشاهد لأهميتها.

2-7/ إنتقاد القضية: أي استنكارها وذكر سلبياتها فقط.

3-7/ التعليق على القضية: عرض القضية كما هي بإيجابياتها وسلبياتها للجمهور المتلقي لتوضيحها.

4-7/ رفض القضية: أي عدم الإعتراف بها جملة وتفصيلا.

ثانيا: فئات الموضوع:

وهي تجيب على السؤال ماذا قيل، أي على ماذا يدور محتوى الموضوع، وبمعنى آخر ما هي القضايا الأكثر برزا في المحتوى، وقد قسمتها الباحثة في هذه الدراسة إلى ستة فئات رئيسية تتضمن فئات أخرى فرعية وهي كالتالي:

1/ فئة نوع الموضوع:

وهي تدل على المجال الذي تندرج تحته القضية، وقد قسمناها إلى: موضوعات سياسية، اقتصادية، اجتماعية، رياضية، قانونية، دينية.

2/ فئة القضايا:

نظرا لكثرة القضايا وتشابكها ارتأت الباحثة تقسيمها إلى العناصر الآتية:

1-2/ القضية الفلسطينية

2-2/ قضايا الربيع العربي

3-2/ قضايا الارهاب والتطرف

4-2/ قضايا دول الخليج

5-2/ مشكلات الهجرة

6-2/ أخرى

3/ فئة مصادر المعلومات:

تدل على المصادر التي تنتسب إليها مادة المحتوى في وقد تم تقسيمها إلى:

1-3/ مصدر ذاتي/ مصدر مسؤول/ مصدر للجزيرة/ لقاءات مع الضيوف/ إتصال هاتفي

وكالات الانباء/ الصحف/ دراسات/ شهود عيان/ صحف/ وسائل الإعلام/ صور/ تقارير وبيانات/

متحدث رسمي/ مراقبون/ سبر آراء/ أخرى.

4/ فئة جغرافية القضايا:

1-4/ محلية: ويقصد بها القضايا التي تخص بلد القناة ألا وهي دولة قطر.

2-4/ عربية: تخص الدول العربية دون استثناء.

3-4/ دولية: تخص باقي دول العالم

5/ فئة أساليب الإقناع:

1-5/ أساليب عقلية:

- الإستشهاد بالأدلة

- عرض وجهتي النظر

- تقديم حقائق وأرقام

- تكرار الرسالة

- ذكر الإيجابيات والسلبيات

2-5/ أساليب عاطفية:

- الإعتماد على صيغة انشائية

- معلومات ناقصة

- تزييف الحقائق
- عرض وجهة نظر واحدة
- 6/ فئة الحلول المقدمة:**

- 1-6/ حلول فاعلة
- 2-6/ حلول غير فاعلة
- 3-6/ لا توجد حلول
- 7/ فئة القيم:**

7-1/ فئة القيم الإيجابية: وهي كالتالي:

- الإنصات لما يقال
- الحصول على أفكار جديدة
- احترام الطرف الآخر
- شفافية الحوار
- الإعتراف بحقوق الآخر
- الإلتزام اللغوي
- الوصول إلى حل مرضي
- التدفق الصحيح للمعلومات
- التفاعل
- عدم السخرية
- النقد البناء
- الشجاعة في ابداء الرأي

7-2/ القيم السلبية: وتدرج تحته العناصر الآتية

- عدم المصداقية
- التراشق اللفظي
- عدم تكافئ الفرص
- عدم احترام الطرف الآخر
- عدم الوصول إلى حل مرضي
- التلاعب بالألفاظ
- السخرية من الآخر
- أخرى: لم تذكر في الإحتمالات السابقة

عناوين الحلقات عينة الدراسة:

1/ برنامج الواقع العربي

التاريخ	عنوان الحلقة
2015/01/01	الاحزاب العربية وصعود التنظيمات غير التقليدية / التجربة الحزبية العربية
2015/01/02	قدرات اعلام تنظيم الدولة الاسلامية واهدافه
2015/01/03	عرب اروبا وجديد الاسلاموفوبيا
2015/01/04	ماذا ربح الفلسطينيون من "أوسلو" / السلطة الوطنية الفلسطينية... الواقع والتحديات
2015/01/05	متى تكف قوارب الموت عن الإبحار؟
2015/01/06	اي دور للمليشيات المقاتلة الى جانب قوات النظام السوري؟/ المليشيات المقاتلة مع النظام السوري.
2015/01/07	هل حققت منظمة التعاون الاسلامي اهدافها؟
2015/01/08	اي دور واي تاثير لمسيحي لبنان/ واقع مسيحي لبنان
2015/01/09	الطائفية في اليمن...عوامل التناحر والتجاذب
2015/01/10	ماذا حدث للجيش العراقي؟
2015/01/11	ما الذي بقي من الائتلاف السوري المعارض؟
2015/01/12	فصائل المعارضة السورية المسلحة وفرص التوحد
2015/01/13	استعداد الدول العربية لمواجهة الكوارث الطبيعية
2015/01/14	اسباب تراجع مستوى الانتاج الفكري العربي
2015/01/15	هل لا تزال منظمة التحرير بيت العائلة الفلسطينية؟/ منظمة التحرير الفلسطينية
2015/01/17	الصومال...محاولة اعادة بناء الدولة
2015/01/18	كيف تنظر الحكومات للدين عربيا ومن باريس؟
2015/01/19	منظمة الدول المصدرة للنفط...الواقع والتحديات
2015/01/23	تداعيات ملف المعتقلين بالعراق على المشهد السياسي
2015/01/24	الانتخابات البرلمانية المصرية وعودة رموز مبارك
2015/01/25	اكراد سوريا ونظام الاسد

تأثير عملية الكرامة على مدينة بنغازي/ كيف اصبحت مدينة بنغازي بعد عملية الكرامة	2015/01/26
هل هاجمت المليشيات الايزيدية قرى عربية؟	2015/01/27
دور المنظمات الغير حكومية في فلسطين	2015/01/28
لماذا لا تحسم تبعية شبعاء بين سوريا ولبنان؟	2015/01/29
هل تتحول عين العرب الى كردستان جديدة؟	2015/01/30
واقع جماعة الاخوان المسلمين في مصر	2015/01/31
غزة بين استمرار الحصار وتعطل اعادة الاعمار	2015/02/01
تأثيرات مشكلة التصحر بالسودان...وطرق المواجهة عربيا	2015/02/02
من يتحمل مسؤولية الانتهاكات ضد العرب بشمال العراق؟/ مسؤولية الانتهاكات ضد العرب في العراق	2015/02/04
مخاطر استيراد مصر للغاز من اسرائيل/ دخول الاسرائيليين سوق الطاقة المصرية	2015/02/05
تعقيدات وتحديات علاقة مصر بقطاع غزة	2015/02/06
كتائب القسام...تحديات الداخل والخارج/ واقع ومستقبل كتائب القسام	2015/02/07
مصير المساعدات الخليجية لمصر بعد تسريبات السيسي	2015/02/08
الخارطة القبلية لليمن ودورها في الازمة الحالية	2015/02/09
هل اضحت المنظمات الحقوقية بمصر عاجزة؟/ دور منظمات حقوق الانسان في مصر	2015/02/10
التأثير المتبادل بين السياسة والرياضة بالعالم العربي	2015/02/11
الوضع الاقتصادي بلبيبا وعقبات استعادة الاموال المنهوبة	2015/02/12
التجويع والحصار يزيدان الماساة الانسانية للشعب السوري	2015/02/13
ارتهان الفلسطيني للراتب والسلطة لاسرائيل	2015/02/14
مكثوموا القيد بلبنان...سجناء في الوطن	2015/02/15
تاريخ العلاقة المصرية الليبية ومستقبلها	2015/02/16
العرب والمعرفة...متهلكون لا منتجون/ تأثير اعلام التواصل الاجتماعي	2015/02/17
تأثير السلطة على الاعلام...مصر نموذجا	2015/02/18
صناعة واستثمار "الارهاب" بالوطن العربي	2015/02/19
مسار "الاعلام الجهادي" وتأثيراته	2015/02/20

كيف تدفع العمالة المصرية بليبيا ثمن الخلافات السياسية؟	2015/02/21
التحرك الدولي لمحاكمة الرئيس السوري واركان نظامه	2015/02/22
ابعاد وانعكاسات الجدل في ليبيا حول شرعية البرلمان	2015/02/23
واقع حركة الشباب الصومالية ومراحل تطورها الفكري	2015/02/24
تفاقم ظاهرة اطفال الشوارع بلبنان	2015/02/25
المد والجزر في العلاقات التركية السورية	2015/02/26
ثورة الرئيس اليمني المخلوع...شبكة الفساد والتحالفات	2015/02/27
الاتحاد المغربي بين حلم الشعوب وخصومات السياسيين	2015/02/28
حركة الاستيطان الاسرائيلية المتسارعة وخيارات مواجهتها	2015/03/01
اسباب هجرة اللبنانيين خارج بلدهم	2015/03/02
حزب الدعوة الاسلامية بالعراق...انحراف عن مسار اصلاحي	2015/03/03
التيار الصدري...تاريخ من المواقف المتناقضة	2015/03/04
تبعات استخراج الغاز الصخري بالجزائر	2015/03/05
ازمة جماعة الاخوان المسلمين بالاردن	2015/03/06
الطائفي والسياسي في خندق كربلاء- الانبار	2015/03/07
اطفال فلسطين في سجون الاحتلال	2015/03/08
انتهاكات الميليشيات الكردية ضد العرب في سوريا	2015/03/09
الاشوريون في العراق وسوريا...معاناة تاريخية	2015/03/10
واقع ومستقبل الحياة السياسية بالسودان	2015/03/11
جدوى مشاركة الاحزاب العربية في انتخابات الكنيست	2015/03/12
اليسار التونسي...امتداد ثقافي وشعبية محدودة/ نشأة اليسار التونسي وتاريخه	2015/03/13
فاعلية جامعة الدول العربية وجدواها في الوقت الراهن	2015/03/14
العشائر ووضعها الراهن في الصراع العراقي	2015/03/15

واقع حقوق الانسان عربيا بعد ثورات الربيع	2015/03/16
دور منظمة بدر في العراق وعلاقتها بايران/ الدور الراهن لمنظمة بدر	2015/03/17
اسباب تنامي ظاهرة الهجرة السرية عبر المتوسط	2015/03/18
تقرير "ووتش" عن العراق... "بعد التحرير جاء التدمير"	2015/03/19
العلاقات الامريكية السورية... عقود من التحول والغموض	2015/03/20
المسجد الابراهيمي... بين تشدد الاحتلال وتراخي المسلمين	2015/03/21
ماذا تبقى من فكرة الجيش اليمني؟	2015/03/22
مخاطر تعديل مناهج التعليم على الهوية الثقافية المصرية	2015/03/23
ملف المعتقلين اللبنانيين بسوريا الى اين؟	2015/03/24
مواقع القوى اليمنية قبل "عاصفة الحزم" وبعدها.	2015/03/27
هل تفعل "عاصفة الحزم" اتفاقية الدفاع العربي المشترك؟	2015/03/28
اللاجئ العربي بين اوروبا و"بلاد العرب اوطاني"	2015/03/29
دور صالح فيما وصلت ايه الاوضاع باليمن	2015/03/30
طعمة يحذر من سقوط ادلب بيد تنظيم الدولة/ اداء الحكومة السورية المؤقتة	2015/03/31
واقع الحريات باليمن في ظل سيطرة الحوثيين	2015/04/01
لماذا خرقت فرنسا حظر بيع الاسلحة للمتحاربين بلبيبا	2015/04/02
اموال اليمن المنهوبة... منظومة راسخة للفساد	2015/04/03
مخيم اليرموك بين حصار الاسد وتقدم تنظيم الدولة	2015/04/04
جدل العلاقات بين تونس والنظام السوري	2015/04/05
ابريل تراجع مواقفها في الذكرى السابعة لتاسيسها	2015/04/06
اهلية النظام السوري بعد سقوط المعابر بيد المعارضة	2015/04/07

2/ برنامج ما وراء الخبر

التاريخ	عنوان الحلقة
2015/01/01	حصيلة 13 عاما من التدخل الدولي بافغانستان
2015/01/02	الوجود العسكري الفرنسي بافريقيا... الاهداف والاحتمالات
2015/01/03	هل تزامنت الانتقادات الامريكية والايرائية للبحرين؟
2015/01/04	ليبيا... دماء تسابق الحوار المنتظر
2015/01/05	خيارات حكومة الصيد بتونس والتحديات التي تواجهها
2015/01/06	هل تقاثل العشائر العراقية تنظيم الدولة؟
2015/01/07	الهجوم على الصحيفة الفرنسية الدوافع والعواقب
2015/01/08	هجوم شارلي ايبودو... التدايعيات وسياسات باريس للمواجهة
2015/01/10	هل تتغير السياسات الغربية بعد هجمات فرنسا؟
2015/01/11	القيادات السنوية وحقيقة تمثيلها للطائفة بالعراق
2015/01/12	تحفظات المؤتمر الوطني الليبي على حوار جنيف والبدائل المطروحة
2015/01/13	قضية رواتب الموظفين في غزة
2015/01/14	شارلي تعيد القاعدة الى الواجهة/ هل عاد تنظيم القاعدة للواجهة؟
2015/01/15	دلالات لقاء السيسي بعباس ودحلان
2015/01/16	ابعاد قرار واشنطن دراسة مساعدات للسلطة الفلسطينية
2015/01/17	تدايعيات الخلافات حول مسودة دستور اليمن الجديد
2015/01/18	لماذا اشترط المؤتمر الوطني عقد الحوار في ليبيا؟
2015/01/19	اي اتفاق باليمن بعد محاصرة قصر الرئيس؟
2015/01/21	صالح والحوثيون... تحالف الاعداء؟/ التنسيق بين صالح والحوثيين
2015/01/22	تطورات الازمة في اليمن وخيارات دول الخليج
2015/01/23	دوافع وتدايعيات مجزرة حموية بريف دمشق
2015/01/24	الازمة الليبية... التطورات وفرص الحل
2015/01/25	الى اين يذهب اليمن؟ وما موقف المجتمع الدولي؟

الى اين تتجه الثورة المصرية مع تواصل القمع؟	2015/01/26
ما مصير الرئيس اليمني عبد ربه منصور هادي؟	2015/01/27
تداعيات عملية حزب الله واحتمالات الرد الاسرائيلي عليها	2015/01/28
مجلس رئاسي باليمن...حل للارزمة ام غطاء للحوثيين؟	2015/01/29
لمن تحسم المعركة ضد تنظيم الدولة بالعراق؟	2015/01/30
اي دور لحزب الله وايران في الجولان؟	2015/01/31
دلالات امهال الحوثيين القوى اليمنية لسد الفراغ السياسي	2015/02/01
ماذا بعد سيطرة القبائل اليمنية على مارب؟	2015/02/02
اعدام الكساسبية...الرسائل والردود المحتملة/ تداعيات اعدام معاذ الكساسبية	2015/02/03
هل يستطيع الحوثيون مواجهة ثورة جياح اليمن/ مستقبل الدولة في اليمن	2015/02/04
اليمن...احتمالات التوافق	2015/02/05
هل ينجح انقلاب الحوثيين في اليمن؟	2015/02/06
تسريبات النظام المصري...ابتزاز ام استرزاك؟	2015/02/07
هل قلب الحوثيون باليمن الطاولة على صالح؟	2015/02/08
بعد مجزرة الدفاع الجوي بمصر...هل تتحقق العدالة للضحايا؟	2015/02/09
معركة الحسم بين الثوار والنظام السوري	2015/02/10
فرص نجاح الحوار الليبي في غدامس	2015/02/11
تأثير الصراع باليمن على الحرب الامريكية ضد القاعدة	2015/02/12
ابعاد انسحاب السفارات من اليمن ومخاطر الحرب الاهلية	2015/02/13
رسائل اوباما وخامنئي...هل تحمل جديدا	2015/02/14
عنف الحوثيين اتجاه شباب الثورة...المغزى والمدلول	2015/02/15
حدود رد الفعل المصري في ليبيا وتداعياته	2015/02/16
ضد من يستخدم الحوثيون المقاتلات اليمنية؟ طائرات بيد الحوثي...من العدو؟	2015/02/17
ليبيا من الحل الدبلوماسي ودعوات التدخل الدولي/ امكانية الحل الدبلوماسي في ليبيا	2015/02/18
دلالات اسر المعارضة السورية لجنود النظام في حلب/ دلالات اسر عشرات من قوات الاسد	2015/02/19

تداعيات تعطيل الاردن مشروع قرار الحل السياسي بليبيا	2015/02/21
كيف تنظر اطراف الصراع في ليبيا لمحاكمة رموز القذافي؟	2015/02/22
دلالات التسريب المنسوب لوزير الداخلية المصري	2015/02/23
تبعات تاكيد صحة تسريبات التلاعب بمحاكمة مرسي	2015/02/24
كيف يفهم تطور الموقف الخليجي من الازمة اليمنية؟	2015/02/25
افاق الخروج من الازمة الامنية والسياسية بمصر	2015/02/26
فرص الحوار بليبيا وخيارات الاطراف الداخلية والخارجية	2015/02/27
انعكاسات حكم محكمة مصرية باعتبار حماس ارهابية"	2015/02/28
لماذا تاجلت الانتخابات النيابية بمصر للمرة الثالثة؟	2015/03/01
معركة تكريت وحقيقة الدور العسكري الايراني في العراق	2015/03/02
الحوار اليمني في الرياض... المؤيدون والرافضون/ الحوار اليمني ودعوات نقله للخارج	2015/03/03
كيف يقرأ المجتمع الدولي رسائل اطراف الصراع بليبيا/ رسل فجر ليبيا...كيف تقرأ دوليا	2015/03/04
التقديرات الامريكية لامد الحملة ضد تنظيم الدولة	2015/03/05
تغلغل ايران في العراق وابعاد الصمت الامريكي	2015/03/06
دلالات رئاسة هادي لاجتماع حكومي مصغر بعدن	2015/03/07
دلالات زيارة وزير الخارجية الاردني طهران	2015/03/08
هل ينجح حوار فرقاء اليمن برعاية خليجية؟	2015/03/09
تدهور الوضع الامني بمصر وافق الحل السياسي	2015/03/10
الاولويات العسكرية والامنية في اليمن/ اولويات المرحلة المقبلة في اليمن	2015/03/11
تداعيات تعطل الحوار السياسي على الساحة اليمنية	2015/03/12
حدود العلاقات الايرانية العراقية في ضوء تصريحات متبادلة	2015/03/13
امريكا واسقاط النظام السوري...تغير الموقف ام انكشافه	2015/03/14
دلالات استخدام القنابل العنقودية بليبيا	2015/03/15
لماذا استعصيت تكريت؟	2015/03/16
لماذا لم تنشر اسماء المتهمين بجرائم الحرب في سوريا؟	2015/03/17

خلفيات ودوافع هجوم تونس	2015/03/18
صراع الارادات السياسية في عدن ارضا وجوا/ الدلالات السياسية والعسكرية للغارات على عدن	2015/03/19
لماذا اشعلت المعارضة السورية جبهة القلمون؟	2015/03/20
هل تصبح تعز بوابة التمدد الحوثي الى جنوب اليمن	2015/03/21
ما الاهداف النهائية التي يريدها الحوثي؟	2015/03/22
مستقبل اتفاق "سد النهضة" بين ايثيوبيا ومصر والسودام	2015/04/23
افق الحلول المطروحة للازمة اليمنية	2015/04/24
الى اين تتجه الاوضاع باليمن؟	2015/03/25
كيف اوصلت ايران اليمن والمنطقة ل"عاصفة الحزم"؟	2015/03/26
هل تنجح القوات العراقية في السيطرة على تكريت؟	2015/03/27
القمة العربية...ما قبل اليمن وما بعده	2015/03/28
ماذا بعد سيطرة المعارضة المسلحة على ادلب؟	2015/03/29
ابعد القلق الاممي من انتهاكات الميليشيات بالعراق	2015/03/30
دوافع النظام السوري لاستخدام الغزات السامة في ادلب/ استخدام النظام السوري للغازات السامة	2015/03/31
هل اهالي تكريت بامان بعد سيطرة الحكومة العراقية؟ القوات الحكومية في تكريت	2015/04/01
المقاربة الامنية في مصر...ما النتائج؟	2015/04/02
الاتفاق النووي بين ايران والغرب...المكاسب وحجم التنازلات	2015/04/03
هل الانتهاكات ضد العرب السنة بالعراق منهجية؟ الانتهاكات المنهجية ضد سنة العراق	2015/04/04
سيناء مجددا...هل الحل الامني خيار وحيد/ سيطرة السلطات المصرية على شمال سيناء	2015/04/05
كيف يقرأ تلمييح اوباما بدعم تحرك العرب ضد الاسد/ لماذا التزم اوباما بدعم التحرك ضد الاسد؟	2015/04/06

3/ برنامج الاتجاه المعاكس:

التاريخ	عنوان الحلقة
2015/01/06	هل تصلح روسيا كوسيط نزيه بين المعارضة السورية والنظام؟
2015/01/13	التضييق اللبناني على لاجئي سوريا...لماذا؟
2015/01/20	لماذا يستخف الاعلام الغربي بالمقدسات الاسلامية؟
2015/01/27	هل ينتقم صالح من اليمن بتسليمه لايران؟
2015/02/03	محور الممانعة والمقاومة...حقيقة ام اكذوبة كبرى؟
2015/02/10	هل يحقق قصف دمشق اهداف الثوار بسوريا
2015/02/17	هل بدأت الثورة اليمنية الثانية؟
2015/02/24	لماذا يؤيد بعض الليبيين التدخل المصري في بلادهم؟
2015/03/03	ماذا قدمت المعارضة السورية خلال سنوات الثورة؟
2015/03/10	هل هناك تطرف حلال واخر حرام؟
2015/03/17	هل تحالف سنة العراق مع الجهة الخطا؟
2015/03/24	هل تحولت الثورة السورية للطائفية ام بدأت بها؟
2015/03/31	ايران ام السعودية...من المسؤول عن ازمت اليمن؟
2015/04/07	سنة خامسة ثورة...سوريا الى اين؟

4/ برنامج بلا حدود:

التاريخ	عنوان الحلقة
2015/01/07	ممدوح سلامة: انعكاسات خطيرة لتراجع اسعار النفط
2015/01/14	سلامة: تواطؤ دولي وراء ازمة النفط...والجميع سيخسر
2015/01/21	بنغلاديش...فساد وقمع وتشبث بالسلطة
2015/01/28	مستقبل مسلمي اوروبا وسط تصاعد الكراهية والعنصرية
2015/02/04	خوجة: الاسد باخر ايامه...وتغير استراتيجي بالسعودية
2015/02/11	المساري: حكومة العبدى صادقة بتغيير الواقع السياسي بالعراق / أحمد المساري رئيس كتلة القوى العراقية
2015/02/18	يورغن تودنهوفر: الماني حصل على امان البغدادي
2015/02/25	تودنهوفر: الارهاب الغربي وراء نشأة تنظيم الدولة
2015/03/04	الدور الخليجي في سقوط اليمن بيد ايران
2015/03/11	رئيس البانيا: تغلبنا على ميراث الشيوعية ونواجه تحديات كبيرة
2015/03/18	لماذا عادت الشرطة بدول الربيع العربي اكثر قمعا؟
2015/03/25	ساجد بور: النفوذ الايراني يزداد مع وجود الفوضى
2015/04/01	حنيني: الفصائل تتكفل بالاسرى ولا خوف على المقاومة
2015/04/08	تحرير ادلب ومستقبل الثورة السورية

5/ برنامج في العمق:

التاريخ	عنوان الحلقة
2015/01/06	عزمي بشارة: سوريا بحاجة لتسوية والعراق مشكلة معقدة
2015/01/12	الدور السياسي لمراكز الابحاث الغربية
2015/01/19	الشرق الاوسط في ظل مشاريع عالمية
2015/01/26	افغانستان بعد انسحاب القوات الاجنبية
2015/02/02	اتجاهات السياسة الخارجية لدول الخليج
2015/02/09	العنف بين السياسة والدين والاجتماع
2015/02/16	النفط والاقتصاد الخليجي
2015/02/23	العلاقات العربية الايرانية...الاستراتيجية وغيابها
2015/03/02	العالم العربي بين الاستبداد والامن
2015/03/09	العراق...المسار الصعب
2015/03/16	عزمي بشارة: انتخابات اسرائيل بلا قلق وجودي لاول مرة/ عضوية الكنيست ليست شرف وطينا
2015/03/23	احمد التويجري: تحديات مجلس التعاون صهيونية وفارسية/ مجلس التعاون والتحديات الاقليمية
2015/03/30	النفيسي: ادعوا لكنفيديرالية خليجية تدفع التغول الايراني/ عاصفة الحزم ومستقبل المنطقة
2015/04/06	ما بعد عاصفة الحزم

6/ برنامج لقاء اليوم:

التاريخ	عنوان الحلقة
2015/01/02	طعمة: نظام الاسد بحالة ضعف ولن نقبل استمراره.
2015/01/09	شاتي: الوضع قاتم بمصر وفشل دولي بسوريا
2015/01/16	تشومسكي: لا امل للدولة الفلسطينية وانتظروا ثورة جديدة بمصر
2015/01/23	نابارو: تقدم بمكافحة ايبولا ونحتاج لاستمرار الدعم
2015/02/30	بيل غيتس: بين الاستثمار والاعمال الخيرية
2015/02/13	محافظ مارب: نقف ضد الانقلاب الحوثي ونريد دولة القانون
2015/02/27	يوسف كالا: على العرب الالتفات الى اهمية اندونيسيا
2015/03/06	الياسون:الحل بسرويا سياسي والدور الايراني محتوم
2015/03/13	بن عمر: الوضع باليمن معقد جدا ومخاطر تطوره كبيرة
2015/03/27	ولد الوالد: احلام ايران ادخلت المنطقة بصراع غير مسبوق
2015/03/30	العودة: طموح ايران المفرط قد يؤدي الى انهيارها
2015/04/03	ولد الوالد: ايران تنتظر الضوء الاخضر لتدخل البحرين
2015/04/07	وزير خارجية اليمن: لولا الخليجيون لما خطونا اي خطوة

ميثاق الشرف المهني لقناة الجزيرة الفضائية الإخبارية:

كونها خدمة إعلامية عالمية التوجه فإن الجزيرة تعتمد ميثاق الشرف المهني التالي سعياً لتحقيق الرؤية والمهمة اللتين حددتهما لنفسها:

- 1- التمسك بالقيم الصحفية من صدق وجرأة وإنصاف وتوازن واستقلالية ومصداقية وتنوع دون تغليب للاعتبارات التجارية أو السياسية على المهنية.
- 2- السعي للوصول إلى الحقيقة وإعلانها في تقاريرنا وبرامجنا ونشرياتنا الإخبارية بشكل لا غموض فيه ولا ارتياب في صحته أو دقته.
- 3- معاملة جمهورنا بما يستحقه من احترام، والتعامل مع كل قضية أو خبر بالاهتمام المناسب لتقديم صورة واضحة واقعية ودقيقة مع مراعاة مشاعر ضحايا الجريمة والحروب والاضطهاد والكوارث وأحاسيس ذويهم والمشاهدين واحترام خصوصيات الأفراد والذوق العام.
- 4- الترحيب بالمنافسة النزيفة الصادقة دون السماح لها بالنيل من مستويات الأداء حتى لا يصبح السبق الصحفي هدفاً بحد ذاته.
- 5- تقديم وجهات النظر والآراء المختلفة دون محاباة أو انحياز لأي منها.
- 6- التعامل الموضوعي مع التنوع الذي يميز المجتمعات البشرية بكل ما فيها من أعراق وثقافات ومعتقدات وما تنطوي عليه من قيم وخصوصيات ذاتية لتقديم انعكاس أمين وغير منحاز عنها.
- 7- الاعتراف بالخطأ فور وقوعه والمبادرة إلى تصحيحه وتفاذي تكراره.
- 8- مراعاة الشفافية في التعامل مع الأخبار ومصادرها والالتزام بالممارسات الدولية المرعية فيما يتعلق بحقوق هذه المصادر.
- 9- التمييز بين مادة الخبر والتحليل والتعليق لتجنب الوقوع في فخ الدعاية والتكهن.
- 10- الوقوف إلى جانب الزملاء في المهنة وتقديم الدعم لهم عند الضرورة وخاصة في ضوء ما يتعرض له الصحفيون أحياناً من اعتداءات أو مضايقات، والتعاون مع النقابات الصحفية العربية والدولية للدفاع عن حرية الصحافة والإعلام.

دليل السلوك المهني:

أولاً- لائحة السلوك المهني

تسمى هذه الوثيقة "لائحة السلوك المهني" وهي دليل يتضمن الضوابط والتوجيهات التي ينبغي الالتزام بها في العمل لكونها تستند إلى ميثاق الشرف الصحفي.

واللائحة مرجع للاسترشاد به والاحتكام إليه في كل ما يتعلق بالعمل ذي الطبيعة الصحفية في القناة سواء في مجال نشرات الأخبار أو البرامج وكل ما له علاقة بين القناة ومصادرها وجمهورها.

أهداف اللائحة:

أ- تحديد الأسس والمعايير المنهجية للسلوك والأداء المهني.

ب- تعزيز وتكريس حرية العمل الصحفي.

ج- ضبط التمسك بالقيم الصحفية.

د - ضمان موضوعية ومصداقية واستقلالية القناة.

هـ - تعزيز ثقة المشاهد بالقناة.

و - تحديد علاقات العمل بما يكفل سلاسة سير العمل في جو من المهنية والاحترام المتبادل.

المصداقية والموضوعية

يعتمد نجاح العمل الإعلامي على عناصر عديدة أهمها المصداقية والموضوعية، اللذان يكفلان إيصال المادة الخبرية بصيغة يمكن الوثوق بصحتها وتصديقها. وقد ظل هذان العنصران سمة مميزة لقناة الجزيرة، وعلينا تكريس ذلك بالتقيد بالضوابط والتوجيهات التالية:

1- تحري دقة وصحة المعلومات الواردة من مختلف المصادر والحرص على تقادي ارتكاب أخطاء نتيجة للغفلة والإهمال.

2- عدم تحريف الوقائع والمعلومات والحقائق تحت أي ذريعة.

3- عدم إطلاق الأحكام على الأمور والموضوعات التي نتناولها، وتقادي التحليلات الوصفية غير القائمة على معطيات وحقائق وبيانات معلومة يمكن التأكد منها.

4- تغادي الإبهام والمفردات والمصطلحات والعبارات التي قد تؤدي إلى التشكيك في صدقية الخبر أو التقرير أو الرأي أو التحليل (مثل استخدام كلمة مؤخرًا بمعنى أخيرًا) لتغادي التثبت من تأريخ حدث مهم.. وتكرار مفردات وعبارات مثل "العالمون ببواطن الأمور" و"النقاد والمراقبون"، قد تبدو محاولة للالتفاف على الحقائق بنسبها إلى جهات غير معلومة (لدى القناة والمتلقي).

5- ينبغي عدم التلاعب بمحتوى الصور المتعلقة بالأخبار والتقارير الإخبارية بحيث يؤدي ذلك إلى تشويه الوقائع، ويمكن محاولة تحسين الصورة فنيا لتكون أكثر وضوحاً.

6- إعادة تمثيل الأحداث والوقائع أو اصطناعها مجافاةً للأمانة الصحفية، وفي حال اللجوء إلى تمثيلها لغايات إيضاحية يجب إبلاغ المشاهد بأنها محاولة لمحاكاة الواقع.

7- عند تناول الموضوعات والأحداث بالتحليل والتعليق ينبغي الاستعانة بأهل المعرفة والدراية على اختلاف رؤاهم مع الأخذ في الاعتبار أن تبني موقف أو رأي دون الآخر سيُحسب على القناة.

8- يجب احترام خصوصية وتفرد مختلف ثقافات وعادات وتقاليد الشعوب كافة وعدم إعطاء أوصاف تعميمية (وصف زي معين بأنه "قومي"، أو وصف امرأة ترتدي الجينز بأنها متفرجة، أو نعت شاب ذي وشم وأقراط بأنه جانح..).

9- تغادي التمييز والأحكام الجاهزة الشائعة على أساس العنصر أو العرق أو الجنس أو الدين أو السن أو الموقع الجغرافي أو الإعاقة أو المركز الاجتماعي.

10- الحرص على التمييز بين الخبر من جهة، والتحليل والتعقيب من جهة أخرى، تغادياً لشبهة المحاباة والانحياز. فالخبر يستند إلى عناصر ومصادر متعارف عليها، ويمكن للمشاهد تقصي صدقيتها عبر أدوات إعلامية أخرى، في حين أن التعقيب أو التحليل يعكس بالضرورة وجهات نظر قابلة للجدل، وقد تكون محل قبول أو رفض، وينبغي من ثم تغادي إدغام ودمج وخط الرأي أو التحليل في عناصر الخبر دون تنويه إلى ذلك.

11- ليس هناك حَجْر على آراء الصحفيين العاملين في القناة، وقد يستوجب موقف أو حدث معين استطلاع رأي مراسل أو موفد في موقع ما، فيقدم قراءته الخاصة واستنتاجاته دون الإيحاء بأنها حقائق قاطعة أو أنها تمثل رأي القناة، ويستحسن أن يكون ذلك في المشهد الذي يظهر فيه المراسل أو الموفد على الشاشة في مواجهة الكاميرا، أو يجيب فيه على الأسئلة الموجهة إليه من المذيع.

12- على الصحفي عدم إطلاق الأحكام على الأمور التي يتناولها، وتفادي التحليلات الوصفية غير القائمة على معطيات وحقائق وبيانات معلومة يمكن التحقق منها (مثلا التحدث عن دمار شامل في بلدة ما لمجرد أن في المشهد المصور بضعة مبان مهدمة.. أو القول إن طرفا ما في مواجهة مسلحة تلقى "ضربة قاصمة").

13- منح الفرصة لأطراف أي قصة خبرية أو قضية موضع حوار، لتوضيح مواقفهم والرد على أي اتهام موجه إليهم، أو قولٍ أو فعلٍ يرون أنه نسب إليهم خطأ، أو بصورة مشوهة، وإذا تعذر عند طرح المواضيع المثيرة للجدل إدراج وجهات النظر المتعارضة في حلقة البرنامج ذاتها فينبغي السعي لمنح الفرصة لمن لم يتسن لهم الإعراب عن وجهات نظرهم في حلقات لاحقة. وإذا رفضت جهة ما المشاركة لتوضيح وجهة نظرها أو موقفها من قضية بعد محاولة الاتصال بها من قبل القناة ينبغي إبلاغ المشاهد بذلك كي لا تُتهم القناة بعدم التوازن.

14- عند تغطية أحداث فيها مواقف وآراء متضاربة مثل الانتخابات، يجب التعامل بحرص وموضوعية مع حملات الحشد الرامية إلى كسب التأييد، والشعارات، تقادياً لتغليب مصالح طرف أو حزب على آخر، والحرص على منح الأطراف المتنافسة فرصاً متساوية لطرح رؤاهم وبرامجهم (ولا يشمل ذلك الإعلانات المدفوعة الأجر التي يبثها طرف معين على نفقته).

15- المراسل أو الموفد الموجود في موقع الحدث ليس حجة في كافة الأمور المتعلقة بالحدث أو بمكانه أو أطرافه، وعلى المذيعين تفادي التخاطب مع المراسلين والموفدين كأنهم مدركون لكافة أبعاد المواضيع التي يغطونها أو بشكل قد ينم عن أنهم معنيون بالأمر، لأن ذلك يوقع المراسلين والقناة في حرج، وقد يضطر المراسل/الموفد إلى الخوض في شؤون لا يلم بها، وقد يدلي بآراء شخصية وكأنها حقائق مسلم بها. ولهذا ينبغي التفاهم بين المذيع والمراسل أو الموفد حول محاور المقابلة قبل البث.

16- عدم الوقوع في فخ الإعلان التحريري غير المدفوع الأجر في سياق إعداد وبث المادة الإعلامية (كالقول إن دباية معينة تعتبر الأفضل في الميدان، وإن عقارا معيناً هو الأنجع، أو الإشادة بكتاب أصدره أحد ضيوف البرامج، إلخ).

التعامل مع المصادر:

1- القاعدة هي أن يُنسب كل خبر/رواية/ رأي إلى مصدر معلوم وموثوق به، والاستثناء هو الامتناع عن نسبة الخبر/ الرواية/ الرأي إلى المصدر لأسباب تقتضيها خصوصيات المصدر نفسه.

2- عند رفض المصدر الكشف عن هويته ينبغي التحقق من دوافعه ومبرراته، فإذا كانت خالية من الشبهات، يجب احترام رغبته، مع التنويه إلى ما يؤكد الثقة فيه/ فيها.

3- لا تعرض مصادرك للمخاطر أو المضايقة أو الملاحقة أو المساءلة، ووفر لها الكتمان والحماية إذا كان الكشف عنها سيعود عليها بمتاعب.

4- المصادر الرسمية وغير الرسمية تتمتع بنفس القدر من الأهمية، وتأسيساً على هذا فإن المادة المذاعة لا تكتسب أهميتها من أسماء الشخصيات اللامعة التي ترد فيها، وعليه لا يجوز إغفال أو إهمال خبر أو تقرير يهم الرأي العام لمجرد أن أطرافه أو رواته من غير المشاهير.

5- لا تتق بالمصادر غير المعتمدة وغير المتعارف عليها التي تطلب مقابلها مادياً نظير توفير المعلومات.

الأمانة المهنية:

1- عند إعداد العناوين والمواد الترويجية أو استخدام الصور والرسومات التوضيحية (الغرافيكس) والمقتطفات والأقوال للتنويه بمادة معينة، ينبغي تفادي التهويل أو التبسيط الذي يجافي محتوى المادة المذاعة، ويجب أن تكون المادة الترويجية خالية من الأحكام المسبقة، وبعيدة عن التحيز.

2- تفادي استخدام "المؤثرات" المتاحة في أنظمة المونتاج والتصاميم الإيضاحية (الغرافيكس) بما يعطي المشاهد انطباعاً غير واقعي، ولكن يجوز اللجوء إليها لتعزيز الصورة والصوت الفعليين (مثلاً استخدام مؤثر صوتي لتبادل إطلاق نار حدث فعلاً ولكنه جاء ضعيفاً عند التسجيل).

3- يجب عدم التلاعب بمحتوى الصور المتعلقة بالأخبار والتقارير الإخبارية، بما يؤدي إلى تشويه الوقائع، إلا لدواعي تحسينها فنيا لتكون أكثر وضوحاً.

4- إعادة تمثيل الأحداث والوقائع واصطناعها مجافاةً للأمانة الصحفية وفي حال اللجوء إليها لغايات إيضاحية يجب إبلاغ المشاهد بأنها محاولة لمحاكاة الواقع.

5- عند استخدام المواد الأرشيفية ينبغي وضع تنويه على الشاشة أو على لسان المذيع يفيد بأنها تعود إلى تواريخ سابقة.

6- لا يجوز للصحفي السطو على جهود وإنتاج الآخرين ونسبتها إلى نفسه، وعليه عدم انتهاك قوانين الملكية الفكرية.

7- لا يجوز إهمال أو قتل قصة خبرية مهمة لمجرد أنها قد لا تكون مقبولة لدى شريحة من المشاهدين.

8- التحلي بالشجاعة والأمانة عند تناول موضوع قد لا ينال استحسان شخصية/ شخصيات متنفذة، وإذا شعرت بأن ارتباط اسمك بمادة تحريرية ما قد يجر عليك متاعب مؤكدة، عليك إبلاغ أعلى سلطة تحريرية بذلك مشفوعاً بطلب تكليف زميل آخر بمهمة إعداد تلك المادة.

9- في حال بث مادة يثبت لاحقاً أنها خاطئة أو تحوي إفادات غير دقيقة، أو موثوق بها يتم اتخاذ الخطوات التالية:

التأكد من عدم إعادة بث تلك المادة.

الاعتراف للمشاهدين في أقرب فرصة ممكنة بحدوث الخطأ والاعتذار عنه.

إعادة بث المادة بعد تصويب الخطأ (ما لم يكن الخطأ كبيراً بحيث يُفقد المادة أهميتها الخبرية).

إذا كان هناك طرف متضرر من ذلك الخطأ فمن مقتضيات الإنصاف أن يمنح الفرصة ليقوم بالتصويب أو النفي مع ضمان أنه لن يلجأ إلى المهاترة أو أي أسلوب ينال من سمعة القناة.

التعامل مع شرائح ذات وضعية خاصة:

1- تعامل بحصافة وكياسة مع الذين تأثروا سلباً بالأحداث الموضوع التغطية، خاصة الأطفال والبسطاء من عامة الناس (مثلاً ينبغي عدم الطلب من رجل الشارع العادي أن يقول رأيه في حدث شائك ومتعدد الأبعاد في غير سياق الاستطلاعات، ولي ذراع شخص، قاصراً كان أم راشداً، ليقول ما يريد الصحفي سماعه).

2- الحرص على عدم جرح مشاعر ضحايا أحداثاً مأساوية عند محاورتهم أو التقاط أو بث صورهم (مثلاً الذين تعرضوا للإذلال والمهانة وانتهاك الشرف في ظروف معينة)، وتقادي مخاطبة العواطف بالتركيز على المشاهد والأقوال الانفعالية التي لا تشكل عناصر مهمة في التقرير أو الخبر.

3- كونك مكلفاً بجمع المعلومات وتغطية الأحداث لا يعطيك رخصة لتعريض بعض الناس للأذى أو المخاطر، وحتى لو قدم لك البعض معلومات عن طيب خاطر وبمبادرات منهم، عليك أن تنبههم إلى محاذير الكشف عن هوياتهم، في حال إدراكك أن ذلك قد يعرضهم لمتاعب من أي نوع.

4- لعامة الناس حقوق أكبر للمحافظة على خصوصياتهم، مقارنة بالرسميين أو الساعين للسلطة والنفوذ والأضواء، ومن ثم لا يجوز التعدي على تلك الخصوصيات ما لم يكن هناك مبرر مهني أخلاقي قوي لذلك، شريطة ألا يتسبب تناول تلك الخصوصيات للمعنيين بها في حرج أو مضايقات قد تؤثر سلباً على مجريات حياتهم.

ولهذا لا بد من التأكد من أن من يدلون بآراء أو إفادات للقناة يدركون أنها ستذاع منسوبة إليهم.

الصياغة والمعالجة:

1- الرصانة وليس الإثارة هي ما يكسبك احترام جمهورك، ومن ثم ينبغي تقادي التهويل عند وصف الأحداث أو عرض الخبر، أو محاورة أصحاب الرأي والمواقف، ويستوجب ذلك عدم الانفعال من الأحداث بما يوحي للمشاهد أن هناك تعاطفاً أو انحيازاً لطرف أو آخر، حتى من خلال ما يسمى بلغة الجسد (الإيماءات وتعابير الوجه، إلخ).

2- الصفات والنوعيات ذات الطابع التعميمي تشكك في أحيان كثيرة في صدقية وحياد الرواية (سلوك شائن.. همجية.. وحشية..).

3- لغة القناة هي العربية الفصحى المبسطة أي الخالية من التعقيد والتنتع أي ما تعرف بلغة الصحافة دون أن يعني التبسيط اللجوء إلى المفردات العامية ما لم يقتض السياق ذلك (مثل نسبة عبارة بالعامية إلى قائلها).

4- اللغة أداة اتصال، ولا بد للصحفي أن يتقنها ليتسنى له استخدام مفرداتها وعباراتها بما يخدم الخبر/التقرير/الموضوع، لأن عدم استخدام المفردة أو العبارة الصحيحة ينال من دقة المادة الصحفية، كما أن الأخطاء والركاكة اللغوية تؤثر سلباً على سمعة القناة.

5- تقادي الحيل البلاغية المستهلكة والعبارات المقولبة المحفوظة (مثلاً: عن بكرة أبيهم.. المصير المشترك.. الجموع الهادرة.. خفي حنين.. وللحرية الحمراء باب..)، واستخدام عبارات صحيحة وسهلة لها دلالات مباشرة لإيصال المعنى المطلوب، وينبغي تقادي المفردات والجمل التي قد تحمل أكثر من معنى، أو يفهم منها الاستخفاف أو الإساءة إلى أي معتقد أو عرق أو ثقافة أو فرد.

ثانياً- السلوك العام

1- تفاد السلوك والمواقف والأفعال التي تؤدي إلى تضارب/ تعارض المصالح الشخصية والمهنية.

2- تجنب الارتباطات والأنشطة التي قد تتال من مصداقيتك أو تقود إلى التشكيك في استقامتك المهنية.

3- لا يسمح للعاملين في القناة بالقيام بأي عمل إضافي يؤثر على أدائهم، ولا يسمح في جميع الأحوال بممارسة أي عمل ذي عائد مادي (بما في ذلك الكتابة الصحفية) دون إذن مسبق من مدير القناة أو من ينوب عنه رسمياً.

4- لا يجوز للعاملين في القناة المشاركة في تقديم أي نوع من أنواع الدعاية السياسية أو الحزبية أو الإعلانات التجارية.

5- لا يجوز للعاملين في القناة العمل لدى أي جهة إعلامية منافسة لها بأجر أو من دون أجر.

6- على الصحفي مقاومة ورفض أي ضغوط لبث أي مادة تجافي أخلاقيات وشرف المهنة والإبلاغ الفوري عن تعرضه لضغوط من هذا القبيل.

7- يجب عدم قبول الهدايا النقدية والعينية، والعطايا غير المباشرة مثل تذاكر السفر والضيافة (ما لم تكن مقدمة عبر إدارة القناة أو بعلمها أو في سياق مهمة رسمية)، ولا يشمل ذلك الهدايا الرمزية والتذكارية (مثل الدروع وشهادات التقدير) على أن يتم إبلاغ إدارة القناة بأمرها لتحديد ما إذا كانت ستسمح للشخص المعني بالاحتفاظ بها أو جعلها ملكاً للقناة في ضوء محتواها ودلالاتها.

8- لا حظر على الانتماءات الحزبية والفكرية، ولكن ينبغي التأكد من أن ذلك لا يؤثر على الأداء المهني الذي ينبغي المحافظة عليه من خلال التمسك بميثاق الشرف الصحفي للقناة، والالتزام بالضوابط والتوجيهات المدرجة في هذه اللائحة.

9- يمنع منعاً باتاً استغلال المكانة الوظيفية أو اسم جهة العمل للحصول على مكاسب شخصية، أو معاملة تفضيلية خاصة إذا كان في ذلك ما يسيء إلى مكانة وسمعة القناة.

10- يمنع منعاً باتاً استخدام المعلومات المتوفرة لدى القناة للمصلحة الشخصية أو لتحقيق مكاسب لأطراف أخرى.

11- التعاميم الداخلية والتوجيهات المتعلقة بتسيير العمل في القناة، بما في ذلك ما يكتب في منبر الحوار الإلكتروني الداخلي (التوك باك)، أمور داخلية تهم فقط العاملين في القناة، ومن ثم ينبغي الحفاظ على خصوصيتها.

12- على مقدمي البرامج الظهور بمظهر لائق خاصة في ما يتعلق بأسلوب التزين (المكياج)، والملابس التي يرتدونها بحيث لا تكون منافية لقواعد الرزانة والاحتشام المتعارف عليها.

13- حرية التعبير والعمل الصحفي ليست سلاحاً في يد الصحفي يشهره في وجوه الآخرين (ومن هذا التهديد بالبطاقة الصحفية أو الانتماء المهني لشخص طبيعي أو اعتباري للإيحاء بأن القناة ستستخدم للتشهير بذلك الشخص).

14- عند استضافة أي من العاملين في القناة من قبل وسيلة إعلام أخرى عليه عدم الخوض في سياسة القناة وخططها الحالية والمستقبلية وشؤونها الداخلية الأخرى وكأنه ينطق باسمها، ما لم يكن قد كلف رسمياً بذلك. ولا يجوز -في جميع الأحوال- الإدلاء بأي تصريحات أو أقوال قد تعود على مكانة القناة وسمعتها بالضرر.

15- لا تستخدم الأجهزة والمعدات التي توفرها القناة إلا للأغراض المخصصة لها. (ويشمل ذلك استخدام أجهزة الحاسوب لممارسة ألعاب التسلية واستخدام الإنترنت أثناء ساعات العمل للدردشة أو تصفح مواقع ترفيهية، بريئة كانت أم موضع ريبة).

16- يجب الإبقاء على قنوات التواصل مع أفراد الجمهور مفتوحة للاستماع إلى شكاواهم وانتقاداتهم وملاحظاتهم وآرائهم (عبر البريد الإلكتروني الخاص بكل برنامج، أو قنوات الاتصال المتاحة الأخرى).

ثالثاً- التعامل مع المشاركين في البرامج

1- يجب اختيار ضيوف نشرات الأخبار والبرامج الحوارية بعناية، والتأكد من أهليتهم وإمامهم بالمواضيع المطروحة (لأن نوعية الشخص المستضاف قد تحسب على القناة).

2- يجب تفادي تعريف الضيوف بمسميات هلامية ولا تتطبق عليهم (كلقب "مفكر"، أو "مراقب"، أو "محلل سياسي"، أو تعريف شخص بأنه إعلامي رغم أنه معروف بمهنة أخرى أو لمجرد أنه نشر أو ينشر مقالات في الصحف أو يشارك في حوارات إعلامية)، فلا ضير في أن يعكس التعريف طبيعة عمل أو مهنة الضيف (ما لم يكن الضيف -مثلاً- مشهوراً له في مجال الفكر والفلسفة والتتظير.. أو يحترف التحليل السياسي).

3- عامل ضيوفك ومشاهديك أو مستمعيك باحترام وخاطبهم بلغة مهذبة حتى لو بادروك بالإساءة، وتجنب تحقير وتسفيه آرائهم، دون حرمان نفسك من حق تصويب ما تراه خطأ في أطروحاتهم.

4- خلال البرامج الحوارية والتفاعلية، احرص على التوزيع العادل لفرص الكلام وتجنب الانحياز إلى طرف ضد آخر.

5- خلال البرامج التفاعلية ينبغي أن نحفظ كرامة ضيوفنا إذا تعرضوا للإساءة والتجريح من قبل من يقومون بمداخلات هاتفية (ويعني هذا ضمنا إهمال الإساءة والتجريح التي تأتي عبر الفاكس أو البريد العادي أو الإلكتروني)، وقد يكون ذلك بقطع الاتصال عن المتداخل والاعتذار للضيف.

6- وبنفس القدر علينا حماية أفراد الجمهور الذين يقومون بمداخلات في برامجنا من التجريح والإساءة من قبل الأشخاص الذين نستضيفهم، بلفت انتباههم بأدب ووضوح إلى أن تجريح الآخرين غير مسموح به في الجزيرة.

7- أمر مقاطعة الضيف الذي يراد استنطاقه متروك لتقدير الشخص الذي يجري الحوار إن كان في البرامج أو نشرات الأخبار. ولكن ينبغي إدراك أن المقاطعة المتكررة قد تهدر فرصة الحصول على أجوبة كاملة ومعلومات وافية، كما أنها تشتت ذهن الضيف أو تسبب له ضيقا. ومن ثم ينبغي تفادي مقاطعة الضيوف خاصة وهم يدلون بمعلومات مهمة، وطالما أنهم لا يتهربون من السؤال أو الموضوع المطروح، وفي جميع الأحوال ينبغي أن تكون المقاطعة بكياسة وأدب.

رابعاً- علاقات العمل

1- كل التوجيهات المعتمدة الصادرة عن مختلف الأقسام والوحدات حول كيفية تسيير العمل وإنجاز المهام تعتبر ملزمة ومكملة لهذه اللائحة.

2- العمل الإعلامي جهد جماعي وينبغي أن تسود روح الفريق بين العاملين في كل برنامج على حدة، وفي كافة البرامج (بما فيها الأخبار) على وجه العموم. وفي حالة ظهور اختلافات أو وجود اعتراضات مهنية حول أسلوب التناول أو المعالجة يصعب التوفيق بينها، فعندئذ ينبغي الاحتكام إلى أعلى سلطة تحريرية مناوبة.

3- المنصب أو المسمى الوظيفي ليس رخصة لتجاهل أو تسفيه آراء الآخرين من أعضاء فريق العمل، وينبغي أن يحظى كل العاملين في القناة بالتقدير والاحترام اللازمين بغض النظر عن مستوياتهم المهنية. ينبغي على رئيس الفريق المناوب أن يتوخى تحقيق أعلى مستوى للإنتاج من خلال توزيع العمل وفقا لأهلية المعنيين، مع الأخذ في الاعتبار ما قد يتوفر لدى البعض من تخصص أو خبرة في مجال أو آخر، أو معرفة بمنطقة جغرافية.

4- علاقة العمل تقوم على الاحترام المتبادل ولا مكان فيها للاعتبارات الشخصية، ومن ثم فإنه لا يسمح بمهاترات أو مشاجرات بين الزملاء داخل مباني القناة بغض النظر عن قد يكون مسبباً لها.

5- يجب احترام التراتبية الوظيفية، وعدم تخطي المسؤول المباشر، إذا كان هناك ما يستوجب التشاور أو الحصول على توجيهات أو اتخاذ قرار في أمر مهني.

6- لا يجوز بث أو إدخال أي مادة مهما كانت قصيرة في نشرة أخبار أو برنامج دون الحصول على ضوء أخضر من المسؤول المختص.

خامساً- العنف والمحظورات الأخلاقية

1- ينبغي تجنب بث كل ما يحض على العنف ويروج له وعدم بث صور مشاهد العنف ما لم تكن عنصراً مهماً من عناصر المادة المراد بثها (المراد بالعنف هنا كل فعل لا مبرر أو مسوغ له يهدف إلى إلحاق الأذى النفسي أو الجسدي بكائن حي، خاصة الأدميين)، وعند حجب مشاهد العنف مراعاة لمشاعر المشاهدين، ينبغي إعلان ذلك.

2- يجب توخي الحذر الشديد عند التطرق لمواضيع تتضمن مشاهد عنف ضد النساء والأطفال أو ذات طابع عرقي أو ديني أو طائفي أو تستهدف ذوي الاحتياجات الخاصة وكبار السن.

3- إذا اقتضت ضرورات مهنية بث مشاهد عنف في غير سياق الحروب التقليدية فعلى مقدمي نشرات الأخبار والبرامج تنبيه المشاهدين مقدماً إلى أن هناك مشاهد قد يجدونها غير مستساغة.

4- عند تناول مواضيع تتعلق بالجنس والعلاقة بين الرجل والمرأة يجب تفادي اللغة والصور السافرة التي تخذش الحياء العام، وعدم عرض مشاهد العري -إذا اقتضى السياق ذلك- إلا بعد المعالجة الإلكترونية لستر العورات.

5- توخي أقصى درجات الحذر لتفادي تمجيد ممارسات تعتبر ضارة بصورة عامة (مثل التدخين وتعاطي المخدرات والمسكرات).

سادساً- ضوابط وتوجيهات عامة

1- يُتوقع من العاملين في إعداد وتقديم نشرات الأخبار والبرامج مواكبة الأحداث والمستجدات في الساحات السياسية والاقتصادية والرياضية والفنية والعلمية والتعليمية والترفيهية توسيعاً للمدراك وإثراء للمعلومات العامة.

- 2- يجوز للصحفي، في ظروف خاصة (أحداث طارئة وشديدة الأهمية مثلاً) إعداد المادة المناطة به دون الرجوع إلى المنتج أو كبير المحررين، إذا كان واثقاً من صحة ودقة المعلومات المتوفرة لديه، ولا يعني هذا أن تلك المادة تجد طريقها للنشر دون التمهيد المتعارف عليه من خلال المنتج أو كبير المحررين المناوب والمدقق اللغوي.
- 3- كبار المحررين والمنتجين مسؤولون عن البت في مضمون التحليلات والتعليقات التي يتم إعدادها داخلياً من حيث حياديتها وموضوعيتها وصحة ودقة المعلومات وملاءمة الصور الواردة فيها أو المصاحبة لها.
- 4- عند استدراك خطأ ما وتصويبه أثناء أو بعد بثه (في حالة الإعادة) ينبغي عدم طمس الخطأ أو إخفاؤه ليتسنى رصده من باب النقد الهادف إلى التقويم.
- 5- يتم إبلاغ رئيس التحرير أو من ينوب عنه شفاهاً ثم كتابةً بحدوث خطأ ما يتطلب تداركه ومعالجته فنياً أو تحريراً.
- 6- يناط بمدير القناة أو من ينيبه مهمة البت في خرق هذه الضوابط/ اللائحة على أن يكون ذلك خلال ثلاثة أيام من تاريخ التبليغ.
- 7- يعتبر الخروج على الضوابط والتوجيهات المتضمنة في هذه اللائحة خرقاً لشروط عقد الخدمة وستترتب عليه عقوبات متدرجة (سيتم الإعلان عنها لاحقاً).

سابعاً- الإعلانات

- 1- لا يجوز قبول الإعلانات التجارية التي تخذش الحياء العام أو تسيء إلى المعتقدات الدينية أو تروج للعنف والرذيلة والمحرمات المتعارف عليها دولياً (السلاح، والدعارة، والدجل، والخرافات، والعقاقير الطبية غير المسجلة لدى جهة/جهات معترف بها عالمياً.. إلخ).
- 2- لا يجوز بث الإعلانات ذات الطابع السياسي التحريضي (تأليب طرف على آخر أو حض على العنف)، أو تلك المتعلقة بنزاع قانوني بين أي عدد من الأطراف (منتج أمر ملكيته متنازع عليه).
- 3- ينبغي الإشارة بوضوح على الشاشة إلى أن الإعلانات السياسية مدفوعة الأجر، منعا للإلتباس لدى المشاهدين الذين من دون ذلك قد يحسبون المادة الإعلانية صادرة عن القناة.

4- لا يجوز بث إعلان دون موافقة الجهة المعلنة، فبعض الإعلانات قد تكون -مثلا- ذات طابع كيدي، وقد تجعل القناة طرفا في مساءلة قانونية.

5- لا يسمح بالإعلانات التي تقل صراحة من قيمة أو جدوى منتجات أو خدمات منافسة محددة الاسم.

ثامناً- المنافسة

1- لا يجوز أن يكون الحماس الشديد للتفوق على المنافسين وتسجيل السبق الصحفي ذريعة لتغليب الإثارة على الموضوعية والالتفاف على ميثاق الشرف الصحفي.

2- المنافسة لا تعني أبدا الحط من قدر الجهات الإعلامية الأخرى بالإساءة المباشرة إليها أو التشكيك صراحة في صدقيتها، فإثبات التفوق ينعكس في كسب أكبر شريحة ممكنة من الجمهور، وعلينا إدراك أننا لسنا ننافس القنوات التلفزيونية الترفيهية مهما لقيت برامجها من رواج، فنحن أولاً وأخيراً قناة إخبارية ولا يجوز لنا أن نخلط بين الخدمة الإخبارية والترفيهية، فالخط الفاصل بينهما يكون في غاية الدقة أحيانا.

3- سلامة العاملين في القناة لها أولوية على السبق الصحفي، ومن ثم ينبغي على من يغطون الأحداث توخي الحذر الشديد وعدم تعريض حياتهم للخطر خاصة في ظروف الحرب والاضطرابات العنيفة وأعمال الشغب، ولو وقعت خلال المنافسات الرياضية.

4- الرغبة في تسجيل سبق ليست مبررا لقطع البرامج لبث خبر أو حدث باعتباره عاجلا أو طارئا. ويترك لأعلى سلطة تحريرية مناوئة حق البث في ما إذا كان هناك سبب وجيه يستدعي قطع برنامج ما.

3. كسب الإحترام والحفاظ على المصداقية له أولوية قبل كسب الشعبية والرواج.

دليل البحوث الأكاديمية حول الجزيرة 2011-1996

القسم الأول: أطروحات الدكتوراه

1. العلاقة بين الإعتماد على القنوات التلفزيونية الفضائية ومستويات المعرفة بالموضوعات الإخبارية.
2. قناة الجزيرة الفضائية من الإقليمية إلى العالمية
3. خطاب الجزيرة عن «العروبة»
4. قناة الجزيرة الفضائية ودورها في بناء رأي عام الشتات العربي في بريطانيا وفرنسا.
5. الدولية وقناة الجزيرة القطرية
6. المعالجة الإخبارية للقضية الفلسطينية في قناة تي في .
7. تصوير الهوية.
8. الجزيرة لاعب إقليمي على المسرح الإعلامي العالمي
9. التصوير التلفزيوني لـ"الحرب على الإرهاب"
10. قناة الجزيرة وعلاقتها مع الحكومة القطرية
11. صناعة الأخبار في قناة الجزيرة
12. الجزيرة وتغطية حروب الولايات المتحدة
13. قناة الجزيرة والحرب على العراق
14. دور الراديو والتلفزيون في تشكيل معارف واتجاهات النخبة اليمينية إزاء القضايا السياسية
15. المتغيرات المؤثرة على تغطية القضايا العربية في القنوات الفضائية
16. استراتيجيات القوة في القنوات الفضائية العالمية متعددة اللغات
17. الجزيرة بين الرمزية والمهنية
18. الرأي والرأي الآخر
19. دور القنوات الفضائية في إمداد الجاليات العربية في مصر بالمعلومات السياسية
20. تطور الإعلام في العالم العربي
21. الصحفيون العرب في عصر الجزيرة
22. التقارير التلفزيونية حول حرب العراق

23. التقنيات الحديثة المستخدمة في القنوات الإخبارية ومستوى المعرفة لدى الجمهور
24. تقنين الكلمة الحرة للصالح العام
25. مراكز التدريب الإعلامي
26. دور الفضائيات العربية في تشكيل الرأي العام الإقليمي
27. الاتجاهات السياسية للتغطية الإخبارية للشأن العراقي في الجزيرة نت
28. التلفزيون كمؤشر على التطور السياسي
29. العلاقات العامة ودورها في تحفيز الأداء الوظيفي للعاملين في المؤسسات الإعلامية
30. دبلوماسية الإعلام
31. تغطية العراق في القنوات الفضائية العربية
32. المساهمة النظرية لنظم الاتصالات في الترجمة
33. أثر فضائية الجزيرة على الرأي العام الفلسطيني في كل من فلسطين والأردن
34. اتجاهات التلفزيون الدولي في تغيير قيم المجتمع المسلم
35. الجغرافيا السياسية للأخبار
36. العلاقة بين اعتماد الجمهور العراقي على الفضائيات والمعرفة بقضايا الإصلاح السياسي
37. بين الوساطة والأداء
38. دور "ميثاق الشرف المهني" في بناء هوية مهنية جماعية لصحفي قناة الجزيرة
39. الاستشراق، العروبة، وحرب الإعلام العسكري
40. الجنوب يرد: الجزيرة الإنجليزية كأداة استراتيجية للتدفق العكسي للأخبار
41. العلاقة المتبادلة بين القنوات الفضائية وبين مشاهديها
42. السيرة الذاتية الشفهية المرئية
43. من ناصر إلى نصر الله: الهوية العربية من خلال روايتها إعلاميا
44. دور الجزيرة في التحولات الديمقراطية وتأسيس فضاء عربي عام
45. المرأة والمجال العام
46. طريقة تناول الجزيرة للأخبار السياسية من خلال حصاد اليوم والنشرة المغربية
47. تغطية الفضائيات للأزمات والحروب ودورها في تشكيل الرأي العام
48. تأثير القنوات الفضائية على المجتمعات العربية

49. تغطية قضايا القدس في الفضائيات الناطقة بالعربية
50. محددات إنتاج خطاب الجزيرة الإعلامي بين التجديد التكنولوجي والتوظيف الإعلامي
51. على السلوك الانتخابي للفرنسيين من أصول شمال إفريقية
52. تأثير الجزيرة وتي أف 1
53. الخطاب الإعلامي لقناة الجزيرة الفضائية وصناعة الرأي العام
54. قناة الجزيرة الفضائية والقضايا المركزية للأمم العربية
55. التغطية الإعلامية للحروب في الشرق الأوسط
56. التغطية الإعلامية لانتشار انفلونزا الخنازير في العالم وفي المنطقة العربية
57. الإعلام الجماهيري وتطوير اللغة العربية
58. الجزيرة والثورات العربية
59. ما بعد الأيديولوجيا العربية
60. موقع المقاربة بالكفاءات في تدبير الموارد البشرية في قناة الجزيرة
61. ثقافة قناة الجزيرة الإنجليزية
62. اقتصاد الإعلام والسياسة الثقافية في قناة الجزيرة الإنجليزية
63. معالجة القضايا العربية في الجزيرة في ضوء سياسة القناة وميثاق الشرف الصحفي.

القسم الثاني: رسائل الماجستير

1. إدارة القنوات الفضائية الإخبارية العربية
2. تدفق الأخبار في شبكات الاتصال
3. اتجاهات المعالجة الإعلامية للقضايا الإفريقية في قناة الجزيرة
4. حرب واحدة، وجهتا نظر
5. ثورة الجزيرة الإعلامية
6. إشكالية المصادقية في البث الفضائي العربي
7. إلى أي مدى يمكن اعتبار قناة الجزيرة مصدرا بديلا للأخبار العالمية.
8. ترويج الديمقراطية الأمريكية وقناة الجزيرة
9. من التودد إلى النقد والرقابة ثم القصف

10. الجزيرة: رأي آخر
11. تطوير إعلام عربي في ظل نظام سلطوي
12. أثر العامل السياسي على إدارة المؤسسات الإعلامية في العالم العربي
13. الديمقراطية وسياسة تشتيت الانتباه
14. الجزيرة في موقع الحدث
15. دور الإعلام في التنمية السياسية من خلال حلقات الملف اللبناني في برنامج حوار مفتوح
16. تأثير قناة الجزيرة في العالم العربي ورد فعل الحكومات العربية
17. نظرة الجزيرة إلى الأزمة العراقية-الأمريكية
18. الإعلام التلفزيوني بين التذكر والنسيان
19. المجيء إلى أمريكا: سمعة الجزيرة الإنجليزية في الولايات المتحدة
20. إعدام صدام: الحدث من ثلاث زوايا
21. الدور الجديد للإعلام في الشرق الأوسط
22. التصورات المختلفة لقنوات تلفزيونية دولية في أوقات الصراع
23. أثر قناة الجزيرة على توجهات مشاهديها العرب
24. تغطية الانتخابات الرئاسية الأمريكية
25. ليبيا والجزيرة نت
26. الجزيرة: نموذج لتمكين المرأة العربية
27. البث الحي في العصر الرقمي
28. المعالجة الإعلامية في قناتي الجزيرة والعربية للعدوان الإسرائيلي على غزة
29. تأثير السي أن أن والجزيرة في السياسة الدولية وفي المجتمع
30. عندما يعني قول «نعم» الرفض: قرار المفوضية الكندية للإذاعة والتلفزيون حول الجزيرة
31. الخطاب المضاد في الإعلام العالمي
32. تحليل قانوني لخليج غوانتانامو وقضية سامي الحاج
33. المنافسة في مجال الأخبار العالمية
34. المسؤولية كمؤشر نوعي في عالم الصحافة التلفزيونية العالمية
35. برامج الرأي في قناة الجزيرة

36. التقرير الإخباري التلفزيوني الميداني
37. دور الانترنت في صناعة الرأي العام العربي
38. تغطية احتجاجات ميدان التحرير على الجزيرة والبي بي سي
39. الحرب والأيدولوجيا والتغطية الإخبارية
40. دور التطوير التنظيمي في تحسين الأداء المهني لقناة الجزيرة
41. «ليس من رأى كمن سمع»: دور الجزيرة في الثورة المصرية
42. قناة الجزيرة كأداة سياسية ضمن التناقضات القطرية
43. المعالجة الإخبارية لقضايا الوطن العربي على شبكتي سي أن أن والجزيرة الإنجليزية
44. تغطية القنوات الفضائية لاتجاهات السلام داخل إسرائيل
45. تطبيق نظم إدارة الجودة لرفع معدلات الأداء وتحقيق نتائج ملموسة
46. تغطية الجزيرة العربية والجزيرة الإنجليزية لأحداث الشرق الأوسط
47. الجزيرة الإنجليزية: وظيفتها وتحديات توسيع حضور علامتها التجارية
48. حرب العراق في وسائل الإعلام الكبرى
49. ظاهرة الجزيرة: النهوض ومواءمة السياق العالمي
50. دور قناة الجزيرة في تشكيل العلاقات الدولية لدولة قطر
51. الإعلام ودوره في حماية وتعزيز ثقافة حقوق الإنسان
52. ماهو دور الجزيرة وشبكات الإعلام الاجتماعي في ثورتي تونس ومصر؟

القسم الثالث: كتب

1. قناة الجزيرة المطلوب رقم واحد
2. قصة شبكة الجزيرة
3. قناة الجزيرة: كسر المحرمات في الفضاء الإعلامي العربي
4. الجزيرة.. نظرة رمادية إلى أفريقيا
5. الجزيرة: مرآة متمردة وغامضة للعالم العربي
6. إشكالية المصادقية في البث الفضائي العربي
7. الجزيرة وثورة الإعلام العربي

8. هل من قناة جزيرة إفريقية؟
9. ظاهرة الجزيرة
10. الجزيرة: الإعلام العربي والمجتمع العربي في الألفية الجديدة
11. المظاهرات في مصر
12. الجزيرة لاعب إقليمي على المسرح الإعلامي العالمي
13. خسارة عقول العرب وقلوبهم
14. الجزيرة وأسرارها
15. أصوات الجمهور العربي الجديد
16. القومية الفورية
17. الجزيرة وأخواتها
18. الجزيرة: الشبكة الفضائية العربية وصناعة الأخبار العالمية
19. الجزيرة: القصة الحقيقية لقناة الأخبار العربية التي تتحدى الغرب
20. الإعلام تحت الضغط
21. الإعلام وأنظمة الإيهام
22. روح الجزيرة
23. ثقافة الجزيرة
24. الجزيرة كمهمة
25. حرب كلمات (غير) أهلية
26. تأثير الجزيرة: كيف يعيد الإعلام العالمي الجديد تشكيل السياسة الدولية
27. التوسط في الصراع
28. استطلاع آراء أساتذة العلوم السياسية والإعلام حول مدى مهنية قناة الجزيرة
29. الأخبار المضادة للهيمنة¹.

¹ عز الدين عبد المولى: مركز الجزيرة للدراسات، ط1، مطابع الدار العربية للعلوم، 2011م/1432هـ.

فهرس المحتويات

* البسمة.

* فاتحة البحث

* الإهداء.

* شكر وتقدير

* ملخص باللغة العربية

* ملخص باللغة الفرنسية

* ملخص باللغة الإنجليزية

الصفحة	الموضوع
أ - ج	مقدمة
	الإطار النظري
	الفصل الأول : الإطار المنهجي للدراسة
9-7	أولاً: تحديد إشكالية الدراسة
10-09	ثانياً: أهمية الدراسة وأسباب اختيارها
11-10	ثالثاً: أهداف الدراسة
19-11	رابعاً: مفاهيم الدراسة
32-19	خامساً: الدراسات السابقة وتقييمها
32	سادساً: فرضيات الدراسة
43-33	سابعاً: المدخل النظري للدراسة ترتيب الأولويات كمنظور للتحليل
45-44	ثامناً: منهج الدراسة
49-45	تاسعاً: مجتمع الدراسة وعينته
51-50	عاشراً: مجال الدراسة
59-51	إحدى عشر: تقنيات جمع البيانات (تحليل المحتوى)

	الفصل الثاني: البرامج الحوارية التلفزيونية
	المبحث الأول: ماهية الحوار الإعلامي
63-62	1/ تعريف الحوار الإعلامي
66-63	2/ أنواع الحوار الإعلامي
68-66	3/ الخصائص العامة للغة الحوار الإعلامي
69-68	4/ أنواع الشخصيات أثناء إجراء الحوار
70	5/ أهمية الحوار في البرامج الحوارية التلفزيونية
	المبحث الثاني: ماهية البرنامج التلفزيوني
71	أولاً: تعريف البرنامج التلفزيوني
72-71	ثانياً: الفرق بين البرنامج والبرمجة التلفزيونية
75-72	ثالثاً: أنواع البرامج التلفزيونية
81-75	رابعاً: الإنتاج التلفزيوني
	المبحث الثالث: ماهية البرامج الحوارية
83-82	أولاً: نشأة البرامج الحوارية
83	ثانياً: مفهوم البرامج الحوارية
84	ثالثاً: أشكال البرامج الحوارية
85	رابعاً: مميزات البرامج الحوارية
85	خامساً: أهداف البرامج الحوارية
86	سادساً: عوامل نجاح البرامج الحوارية
86	سابعاً: تأثير البرامج الحوارية
88-86	ثامناً: صفات مقدم البرامج الحوارية
90-89	تاسعاً: واقع البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية
	الفصل الثالث: البث الفضائي التلفزيوني العربي.
	المبحث الأول: مدخل إلى البث الفضائي
93	أولاً: آلية البث الفضائي

94	ثانيا: نشأة وتطور الأقمار الصناعية
94	1/ تعريف القمر الصناعي
95	2/ خلفية تاريخية عن تطور الأقمار الصناعية
96-95	3/ أنواع الأقمار الصناعية
97-96	4/ أنماط استخدام الأقمار الصناعية
	ثالثا: البث الفضائي.
100-98	1/ تاريخ البث الفضائي المباشر عبر العالم
101	2/ خصائص البث التلفزيوني المباشر
102	3/ البث التلفزيوني عبر الأقمار الصناعية
103	4/ بدايات البث التلفزيوني في الدول العربية
	رابعا: مدخل إلى الفضائيات العربية
103	1/ تعريف القنوات الفضائية
104	2/ نشأة وتطور الفضائيات العربية
108-105	3/ واقع الفضائيات العربية
108	4/ التنافس العربي في مجال البث الفضائي المباشر
110-108	5/ تصنيفات وأنواع القنوات الفضائية العربية
111	6/ واقع اللغة العربية في وسائل الإعلام العربية
112-111	7/ مراحل تطور الإعلام العربي
115-112	8/ مميزات وسلبيات البث الفضائي العربي
115	9/ التحديات التي تواجه القنوات الفضائية العربية
117-116	10/ تغطية الفضائيات لأحداث الدول العربية
	المبحث الثاني: قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية
119	أولا : حكومة آل ثاني
120-119	ثانيا: نشأة قناة الجزيرة الإخبارية وتطورها
122-120	ثالثا: تأسيس قناة الجزيرة الإخبارية

122	رابعاً:شعار قناة الجزيرة الإخبارية
123	خامساً: الإدارة والتمويل
125-124	سادساً: الإعلان في قناة الجزيرة
127-125	سابعاً: مهام وأهداف إنشاء قناة الجزيرة الإخبارية
141-127	ثامناً: الهيكلية الإدارية والتنظيمية
142-141	تاسعاً: أسباب شهرة قناة الجزيرة الإخبارية عالمياً
143	عاشراً: شبكة الجزيرة الإخبارية
148-144	إحدى عشر: التعريف ببعض مقدمي قناة الجزيرة الإخبارية
	الفصل الرابع: الدراسة التحليلية
220-150	1/ التحليل الكمي والكيفي للبرامج الحوارية المباشرة (عينة الدراسة)
226-222	2/ نتائج الدراسة
229-228	الخاتمة
	قائمة المراجع
	الملاحق

فهرس الجدول

الصفحة	عنوان الجدول
48	جدول رقم (01) يبين يوم ونوع وتوقيت بث برنامج الإتجاه المعاكس
48	جدول رقم (02) يبين يوم ونوع وتوقيت بث برنامج بلا حدود
48	جدول رقم (03) يبين يوم ونوع وتوقيت بث برنامج لقاء اليوم
49	جدول رقم (04) يبين يوم ونوع وتوقيت بث برنامج في العمق
49	جدول رقم (05) يبين يوم ونوع وتوقيت بث برنامج ما وراء الخبر
49	جدول رقم (06) يبين يوم ونوع وتوقيت بث برنامج الواقع العربي
153	جدول رقم (07) يبين البرامج الحوارية المباشرة (عينة الدراسة) التي تبث في قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية.
154	جدول رقم (08) يبين زمن حلقات البرامج الحوارية (عينة الدراسة)
155	جدول رقم (09): يبين التكرارات والنسب المئوية الخاصة بنوع المقدمة المستخدمة في معالجة القضايا الراهنة في البرامج الحوارية
160	جدول رقم (10): يبين التكرارات والنسب المئوية الخاصة بطبيعة اللغة المستخدمة لمعالجة القضايا الراهنة في البرامج الحوارية
165	جدول رقم (11): يبين التكرارات والنسب المئوية الخاصة بطبيعة الضيوف لمعالجة القضايا الراهنة المعالجة في البرامج الحوارية
170	جدول رقم (12): يبين التكرارات والنسب المئوية الخاصة بالوسائط المستخدمة في معالجة القضايا الراهنة في البرامج الحوارية
175	جدول رقم (13): يبين التكرارات والنسب المئوية الخاصة بأسلوب معالجة القضايا الراهنة في البرامج الحوارية
179	جدول رقم (14): يبين التكرارات والنسب المئوية الخاصة بالهدف من طرح القضايا الراهنة في البرامج الحوارية

183	جدول رقم (15): يبين التكرارات والنسب المئوية الخاصة بطبيعة موضوعات القضايا الراهنة في البرامج الحوارية
188	جدول رقم (16): يبين التكرارات والنسب المئوية الخاصة بفئة القضايا الراهنة المعالجة في البرامج الحوارية
193	جدول رقم (17): يبين التكرارات والنسب المئوية الخاصة بمصادر المعلومات المستخدمة لمعالجة القضايا الراهنة في البرامج الحوارية
198	جدول رقم (18): يبين التكرارات والنسب المئوية الخاصة بجغرافية القضايا الراهنة المعالجة في البرامج الحوارية
204-203	جدول رقم (19) : يبين التكرارات والنسب المئوية الخاصة بفئة إستمالات الإقناع العقلية والعاطفية المستخدمة في معالجة القضايا الراهنة في البرامج الحوارية
211	جدول رقم (20): يبين التكرارات والنسب المئوية الخاصة بالحلول المقدمة للقضايا الراهنة المعالجة في البرامج الحوارية :
216-215	جدول رقم (21): يبين التكرارات والنسب المئوية الخاصة بالقيم المتضمنة في القضايا الراهنة المعالجة في البرامج الحوارية