



اقليم كوردستان – العراق

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

جامعة السلیمانیة - كلية العلوم الانسانیة

قسم الإعلام

فن الحوار

في فضائية كهلى كوردستان (شعب كوردستان) المضامين والأساليب

رسالة تقدم بها الطالب

بهات حسيب قهره داخي

الى مجلس كلية العلوم الإنسانية – جامعة السلیمانیة وهي جزء من
متطلبات نيل شهادة الماجستير في الإعلام

باشراف الدكتور

عبدالسلام أحمد السامر

2710 كوردي

2010 ميلادي

المقدمة

إنّ من يتابع البرامج الحوارية في القنوات الفضائية الكوردية يجدها تسعى الى معالجة عدد من الموضوعات ذات الأهمية الجماهيرية وسرعان ما تثير انتباهه العناوين الرئيسية لموضوعات الحوار المرتقب، حاملة في طياتها الكثير من التساؤلات والرؤى، ولكن أحيانا وما أن يبدأ الحوار حتى يأخذ هذا الانتباه في التراجع شيئا فشيئا بسبب رتابة الإيقاع أو سطحية الأسئلة المطروحة وتقليديتها أو بسبب ضعف اسلوب طرحها على الضيف أو ربما الخوض في تفاصيل ومقدمات مملّة سواء في الأسئلة التي يطرحها المذيع أو في اجوبه الضيوف أو من مداخلات المتصلين والمشاركين من الجمهور، مبتعدين عن هدف البرنامج ومن جوهر موضوع الحوار. وهذا ليس على سبيل التعميم؛ إذ توجد برامج حوارية ناجحة وهادفة. ولا بد من تلمس الأسباب والعوامل التي تجعل بعض البرامج الحوارية ضعيفة، غير قادرة على الوصول الى اهدافها. ويرجع الباحث ذلك إلى عدة أسباب من أهمها:

- 1 - خروج مقدم البرنامج عن شروط الحوار التلفزيوني الناجح، اجتهادا منه، كخروجه عن الأساليب المهنية و الموضوعية للحوار وتحنقه الى جانب رأي ضد آخر، حيث يؤدي الى حصر أحد الضيوف في زاوية ضيقة، وقد يؤدي الى نوع من عدم الأرتياح من جانب فئة من الجمهور المتابع للبرنامج ايضا.
- 2 - إن اللقاءات المفاجئة لا تنجح في الغالب لأن موضوع الحوار يحتاج إلى اطلاع واسع قبل البدء في نقاشه، فالإعداد المسبق للحوار (سواء من طرف المقدم أم من طرف الضيف) يعد من أهم مقومات نجاحه وهذا يعني أن البرنامج الحوارى الذي لم يتم الأعداد له جيدا من الطرفين، سيفشل حتما .
- 3 - الأداء العشوائى من المقدم و/ أو الضيف. ففي الوقت الذي ينبغي على كل منهما أن يعد مادته العلمية في أسئلة و فقرات ومحاور محددة وفق عاملي الأهمية و الزمن. فإن المقدم و / أو الضيف، يكثر احيانا في طرح الأسئلة المركبة وذات المقدمات الطويلة أو يسهب في الحديث في أحد المحاور ويكون ذلك على حساب الضيوف الآخرين أو على حساب المشاركين عبر الإتصالات التلفونية أو الألكترونية، أو ربما على حساب البقية الباقية من جوانب الموضوع، فينتهي الوقت ولم يوف الموضوع حقه.
- 4 - كثرة المقاطعات غير المناسبة وغير المبررة للحوار و الإنتقالات المفاجئة من محور الى آخر أو ربما العكس، اي العودة الى محور أو موضوع سبق ونوقش بسبب قلة التركيز والانتباه من قبل المقدم، وهذا يؤدي الى تفكك المشاهد وانقطاع التواصل في الحوار وإهدار فرصة الحصول على معلومات أو آراء ذات أهمية.

إن البرامج الحوارية تتطلب في جوهرها (تحديداً دقيقاً لمادة الحوار وحسن اختيار المشاركين ووضع سيناريو الحديث للبرنامج لكي يسير بطريقة سهلة ومقبولة ونقاش مفيد يعكس لغة المعاشرة المشتركة بين ضيوف البرنامج في ظل سيطرة محكمة لمدير الندوة على كل الخيوط وبأسلوب جذاب وممتع يترك انطبعا متميزا للمتابعة المستمرة والفائدة المرجوة من البرنامج)¹. وفي هذا الإطار يحدد أستاذ الإعلام في الجامعة اللبنانية الدكتور (محمود طريبه) ثلاثة عناصر أساسية كفيلة بإنجاح البرنامج الحوارية، وتتمثل في: سعة اطلاع الإعلامي وخبرته وقدرته على إدارة الحوار، فضلا عن أهمية الموضوع ومستوى الضيف. ولا ينبغي طريبه احتلال المقدم المرتبة الأولى من معدل النجاح. لكنه يضيف فيقول: "تكمّن كفاءة المقدم في حضوره المقرب من الناس وإعداده الكامل والوافي للحلقة من الجوانب كافة، ويكون منصفا في احترامه الضيوف وتعامله معهم واستدراجهم بتهذيب من دون أن يدخل طرفا في النزاع. وكذلك تؤدي الصفات التي تعكسها الكاميرا دورا مهما في نجاح الإعلامي، إذ تتمثل في الحضور المحبب ومهارة التواصل والقدرة على إدارة الحوار...". ويؤكد طريبه "أن هذه الأمور مجتمعة تتشكل بناء على خبرة الإعلامي الطويلة في هذا المجال"²

ويرى أستاذ الإعلام في جامعة (القدس يوسف) - (باسكال موانان) أن الخطأ الكبير الذي يقع فيه مقدمو هذه البرامج هو حين يستضيفون أشخاصا لا صلة لهم بالموضوع المطروح أو معروفين بانتمائهم الى لون سياسي واحد، وهذا يؤدي الى إفراغ الحلقة من مضمونها. هذا الوضع أدى أيضا الى تجنب بعض المحللين والسياسيين قبول دعوات للمشاركة في برامج يعرف مقدمها بتطرفه السياسي ووقوفه طرفا في النقاشات المطروحة، ويضيف "مع العلم أن انتماء الإعلامي السياسي يجب أن لا يشكل عائقا أمام نجاحه اذا ما عرف كيف يحافظ على مهنيته وموضوعيته في إدارة الحوار"³

ولعل مسألة الوقت في هذه البرامج من أحد أبرز العناصر التي أثرت سلبا فيها، فغالبية البرامج الآن تسعى إلى تقديم موضوعات عميقة ومعقدة في المجتمع وتتنافس فس ذلك، هذه الموضوعات في غالبها ضخمة ويصعب الإلمام بأساسياتها في برنامج من ثلاث ساعات، فكيف باختصارها بتقرير مدته خمس دقائق، يعقبه حوار من قبل عدة أشخاص يستمر كأقصى حد لخمسين دقيقة، ولا بد من إدارة الحوار على جميع الضيوف بالتساوي قدر الإمكان وهذا قد يمنع بعضهم من تقديم معلومة مهمة جدا، لا لشيء سوى لأن الدور في الحديث للضيف الذي يليه.

¹ أحمد مطهر عقبات، إعداد وتقديم البرامج الإذاعية والتلفزيونية، عرض للكتاب بقلم، محمد طاهر، منشور على موقع (المؤتمر نت): <http://www.almotamar.net/news/66073.htm> 2010 /1/ 20

² فقرات من تقرير صحفي للصحفية كارولين عاكوم منشور على الموقع الإلكتروني لجريدة الشرق الأوسط العدد 10358، 8/ 4/ 2007: <http://www.aawsat.com/details.asp?section=37&article=414184&issue=10358> 2010/ 1 / 10

³ المصدر نفسه .

ان البرامج الحوارية لاقت في بداياتها نجاحا كبيرا حيث إن الناس يحبون الثثرة والإثارة ، كما وأن قلبها الإعلامي جديد، يعبر عن بعض ما يجول في خاطر الناس من أفكار وموضوعات وقضايا، غير أن " تكاثر هذه البرامج من دون رقيب أو حسيب أساء لها بقدر ما أغناها. فالموضوعات المطروقة بكثرة، والضيوف المتكررون، وضيق وقت عرض القضية والجدل فيها، ورقابة التلفزيونات والمجتمع على الأفكار والحوار بطريقة أو بأخرى، من أبرز الأمور التي أخرجت نماذج لا ترتقي للمطلوب، أو أنها على أقل تقدير تسببت في فشل بعض حلقات برامج ناجحة تستقطب عددا كبيرا من المشاهدين."¹

¹ يارا ماهر. البرامج الحوارية يقتلها ضيق الوقت... وتسعى وراء العناوين المثيرة .
<http://www.alwasatnews.com/2234/news/read/19368/1.html>
العدد : 2234 | السبت 18 أكتوبر 2008م

الفصل الأول

الإطار المنهجي للبحث

أولا / مشكلة البحث :

إن نقطة الإنطلاق لأي بحث علمي هي الأحساس بوجود مشكلة ما، مع ان مفهوم المشكلة في البحوث العلمية لايعني بالضرورة ان يكون مشكلة ايضا في نظر الآخرين غير المتخصصين ، ولايعني المشكلة بالضرورة ان تكون هناك حالة سلبية او ضارة " فقد تكون ظاهرة ايجابية او قد تكون فكرة لا يشعر بها المجتمع على الاطلاق، و يشعر بها الباحث تمتلك عقله، وتتحدى تفكيره فيحاول التفاعل معها عن طريق البحث العلمي، وإلى ان يجد لها حلاً، تبقى مشكلة بالنسبة له"¹.

والتعريف الشائع للمشكلة البحثية هو انها " موقف او قضية او فكرة او مفهوم يحتاج الى البحث والدراسة العلمية للوقوف على مقدماتها وبناء العلاقات بين عناصرها، ونتائجها الحالية، واعادة صياغتها عن طريق نتائج الدراسة ووضعها في الإطار العلمي السليم"². علما بأن اول خطوة في مجال البحث العلمي هي اصعبها وهي تحديد المشكلة البحثية " إن اختيار مشكلة البحث وتحديدتها ربما يكون اصعب من ايجاد الحلول لها"³. ويعد تحديد المشكلة من أهم الخطوات على الاطلاق "وعليها تقوم البحوث العلمية وكثيراً ما تتشابك المشاكل وتتعدد غير انه بالتشخيص السليم يمكن التوصل الى المشكلة الحقيقية وتحديدتها"⁴.

ويرى الباحث ان نوعية المضامين المتبّعة في البرامج الحوارية وأساليبها الفنية التي تشكّل الموضوع الجوهري لهذا البحث لم تمنحاً اهتماماً علمياً أكاديمياً على صعيدالمكتبة الإعلامية الكوردستانية. وتلاحظ والى حد ما، حالة الافتقار الى ضوابط علمية و فنية في إعداد البرامج الحوارية وتقديمها ، حيث إن هناك اجتهادات شخصية بعضها غير مبدعة. وعلى الصعيد النظري ليس هناك سوى مقالات عامة ونظرية مترجمة او مقتبسة منشورة هنا وهناك، وهي غير متعمقة و لا تختص بمحطة تلفزيونية محددة او نوعية ما من البرامج الحوارية ، في الوقت الذي تزداد فيه (البرامج الحوارية) عددا وتنوعا وتتوسع في مساحاتها الزمنية في الفضائيات الكوردية وهذا يجعلها تستحق اهتماماً علمياً؛ تحليلياً وتقويمياً من لدن الباحثين الأكاديميين .

ثانيا / أهمية البحث :

ان أهمية هذا البحث تنبع من :

اولا : ندرة البحوث والدراسات العلمية في المكتبات الكوردستانية والعراقية،المتخصصة في موضوع (فن الحوار التلفزيوني) .

¹ محمد عويس، البحث العلمي في الخدمة الاجتماعية، القاهرة، النهضة العربية، 2003 ص70.

² محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، القاهرة، عالم الكتب، 2000 ص70.

³ احمد بدر، اصول البحث العلمي ومناهجه، الكويت، (ب.ن) 1984 ص80.

⁴ محمد الصاوي مبارك، البحث العلمي اسسه وطريقة كتابته، القاهرة، المكتبة الاكاديمية، 1992 ، ص19.

ثانيا : حداثة فضائية شعب كردستان (طقلي كردستان) و المساحات الزمنية الشاسعة التي تخصصها لبرامجها الحوارية بهدف الأسهام في تشكيل الرأي العام و توجيهه في الشارع الكوردستاني . مما يستوجب دراسة هذا الفن دراسة علمية تحليلية و تقويم ماهياتها و مضامينها و اساليبها الفنية . كما ولاتزال هذه الفضائية الكوردية وغيرها مجالا خصبا للباحثين، لذلك فهي في حاجة ماسة لدراستها وفق منهج علمي، بعيداً عن الانطباعات الذاتية والاحكام الجاهزة.

عليه فان هذا البحث هو محاولة جادة للأسهام في سد فراغ قائم في المكتبة الإعلامية الكوردستانية وتلبية حاجتها لدراسات من هذا النوع والتي تشخّص الاساليب الفنية المستخدمة في البرامج الحوارية الى جانب تحليل مضامينها، لتسهم بعدئذ في تطويرها وفتح آفاق جديدة لها .

ثالثا / الفرضيات و المبررات :

يفترض الباحث ومن خلال ممارسته العملية و دراسته العلمية، ان السبب الرئيس في ضعف فن الحوار وادارته من ناحيتي المضمون و الأسلوب واستغلال الوقت في الفضائيات الكوردية، هو عدم متانة الأركان الأساسية لفن الحوار التلفزيوني أي هشاشة الإعداد لموضوع الحوار و عدم توخي الدقة في صياغة الأسئلة ، و عدم تأهيل المقدم من جهة سعة اطلاعه ومهاراته في ادارة الحوار ، والتسرع أو العشوائية في اختيار الضيف/ الضيوف و عدم الإهتمام بقابلياتهم و أهميتهم و اخيرا اهمال عنصري الزمان والمكان و غياب التنسيق والأنسجام فيما بين كل هذه العناصر الأساسية.

ويرى الباحث ان كل هذه تعد مبررات كافية تدعونا لدراسة هذا الفن الإعلامي، دراسة علمية و تحليل كافة جوانبه من اجل تقويم نقاط الضعف و تطوير عناصر القوة فيه ، خدمة للإعلام الكوردي.

رابعا / أهداف البحث :

- 1- التعرف على البرامج الحوارية بأنواعها واشكالها واساليبها المتعددة في فضائية شعب كردستان والتي تبحث في قضايا تهتم الجمهور. وكذلك تحديد المضامين التي اولتها الإهتمام .
- 2 - تحديد انواع الحوار واساليبها وقوالبها التي اعتمد عليها .
- 3 - التعرف على نوعية الأسئلة التي تطرح على الضيوف بحسب معايير مختلفة و قياس المساحة الزمنية التي يستغلها المذيع المقدم و نوع المقاطعات وعددها .
- 4 - التعرف على خصائص الضيوف الشخصية و العلمية و التوزيع الجيوغرافي لضيوف تلك البرامج .

- 5 - التعرف على نوعية الأجوبة والإستمالات المستخدمة و قياس الوقت المتاح للضيوف .
- 6 - التعرف على مدى الإهتمام بمشاركات الجمهور المستهدف والوقت المتاح له و اساليب مشاركاته ونوعيتها .
- 7 - التعرف على نوع الإستمالات المستخدمة في مقدمة تلك البرامج وختامها.

خامسا / حدود البحث الموضوعية:

1 - ركز الباحث في رسالته هذه على البرامج الحوارية في فضائية شعب كردستان، سواء المباشرة منها أم المسجلة، سياسية كانت أم اجتماعية، صحية أم ثقافية عامة . وبما ان الباحث قد توصل خلال بحثه النظري، الى تعريف اجرائي لمفهوم - البرامج الحوارية في التلفزيون - ذلك التعريف الذي من عناصره الأساسية ان يكون زمن البرنامج بأكمله مخصص لموضوع الحوار مع ضيف او أكثر سواءً أكانوا داخل الإستوديو ام خارجه ومن ثم فإن تلك البرامج التلفزيونية التي تخصص مساحة واسعة او ضيقة من زمنها، للحوار او النقاش مع ضيف او أكثر، الى جانب تقارير وريبورتاجات وتعليقات متنوعة عن موضوعات عديدة مختلفة، لا تدخل ضمن اطار هذا التعريف . وفي ضوء هذا التعريف تم تحديد مجتمع البحث وهو ، البرامج الحوارية المباشرة والمسجلة في فضائية شعب كردستان .

وبما أن لفضائية شعب كردستان العديد من البرامج الحوارية موزعة زمنياً مابين: يومية واسبوعية ونصف شهرية و شكليا مابين برامج حوار مباشر و حوار مسجل، كماهي موزعة نوعيا مابين الأنواع الثلاث الرئيسية للحوار - حوار الرأي و حوار المعلومات و حوار الشخصية - فقد رأى الباحث ان يقوم بإختيار عينة من بينها بحسب معايير الزمن والشكل والنوع وعلى الشكل الآتي :

أ - تم اختيار ثلاثة برامج حوارية مباشرة تتوزع على : برنامج حوار يومي (برنامج ساخن جدا) و برنامجين اسبوعيين (بين قوسين) و(تيلي كلينيك)، وتبرير ذلك نوعيا هو: ان البرنامج اليومي المباشر (ساخن جدا) هو من نوع (حوار الرأي) و البرنامج الإسبوعي (بين قوسين) يجمع مابين (حوار الرأي و حوار المعلومة) . أما البرنامج الإسبوعي (تيلي كلينيك) فهو برنامج (حوار معلومات) خالص. علمانه ليس للقناة برنامج مباشر لحوار (الشخصية) وهذا اضطر الباحث الى أهمل هذا النوع.

ب - تم اختيار برنامج حوار مسجل نصف شهري وهو : برنامج (CV اي سيرة) من نوع (حوار الشخصية) . وبهذا نكون قد غطينا كل اشكال البرامج الحوارية وانواعها في فضائية شعب كردستان.

2 - الحدود الزمانية : تم اختيار دورة تلفزيونية كاملة وتحديدها،اي ثلاثة اشهر تبدأ بالأول من شهر ايلول/ سبتمبر من عام 2009 و تنتهي بالثلاثين من شهر تشرين الثاني 2009 و ذلك للأسباب الآتية :

أ - ان هذه المدة الزمنية تعد موسما ودورة من دورات العمل التلفزيوني .

ب - ان هذه المدة الزمنية ، بالمقارنة بما قبلها و ما بعدها، تعد مدة طبيعية غير استثنائية الى حد ما و غير مشحونة بتشنجات الحملات الانتخابية وخصوصياتها والأعداد لها او ما أفرزتها من نتائج انتخابات برلمان كوردستان وما بعدها ما بين المدة من الشهر الرابع الى اواسط آب من عام 2009. و انتخابات البرلمان العراقي وما بعدها خلال المدة من كانون الأول من عام 2009 والى نهاية الشهر الخامس من عام 2010 . فجاء اختيار الباحث لهذه المدة بالذات على هذا الأساس تجنباً للتورط في دراسة مدة استثنائية لا تمثل الحالة الطبيعية لتلك البرامج ، وذلك بحكم استثنائية الظروف التي قدمت فيها تلك البرامج قبل هذه المدة المحددة بالذات وما بعدها.

3 - تحديد عينة البحث : ان عدد حلقات البرامج الحوارية الأربع التي اشرفنا عليها سابقا والتي قدمت خلال المدة من 9/1 لغاية 11/30 من عام 2009 قد بلغ مئة حلقة واثنين: 102 ، اي أكثر من 90 ساعة بث. وبما ان عملية نسخ هذا العدد الكبير من الحلقات صوتا وصورة، أمر لم يكن بمقدور قسم أرشيف القناة انجازه زمنيا و تقنيا، وبما ان فحص كل هذا العدد من الأقراص الليزرية وتحليله ،حتى في حال امكانية طبعه، لم يكن أمرا ضروريا، وبناء عليه تقرر اختيار عدد محدود من حلقات كل برنامج وعلى الشكل الموضح في مبحث اجراءات البحث .

سادسا / منهج البحث :

استخدم الباحث المنهج الوصفي الذي يعد من أهم المناهج في الدراسات الأنسانية و لاسيما في مجال دراسة مضامين الإتصال الجماهيري و اساليبه ، واعتمد اسلوب تحليل المضمون (الكمي و الكيفي) لعينة من البرامج الحوارية بهدف تفكيك عناصرها و تحليلها واستخراج النتائج و التحقق من صحة فرضياته المسبقة .

سابعا / وسائل جمع البيانات وطرقه:

اعتمد الباحث في دراسته على :

- 1 - متون المصادر العلمية و الدراسات السابقة المطابقة والقريبة .
- 2 - فحص الأقراص الليزرية لحلقات عينة البحث بدقة متناهية وتفصيلية و تدوين الملاحظات عنها وتفرغ البيانات عن عناصرها ومضامينها و اساليبها بحسب الفئات وفروعها، في جداول خاصة من اجل تحليلها .
- 3 - اجراء مقابلات مع السيد جمال حسين مدير عام الفضائية والسيد هاورى عزيز مسؤول قسم البرامج في القناة، بهدف التعرف على تاريخ القناة ونشأتها وسياستها و التعرف على طبيعة وانواع برامجها الحوارية .

ثامنا / الدراسات السابقة :

لابد لنا من الإشارة الى قلة الدراسات السابقة التي تبحث تحديدا في موضوع هذا البحث بالذات .. ومع هذا بذل الباحث كل ما يوسع في سبيل الحصول على عدد من الدراسات السابقة القريبة من موضوع بحثه، وذلك بالسفر الى جمهورية مصر العربية وزيارة كلية الإعلام في جامعة القاهرة و البحث في أرشيف رسائلها و اطروحاتها مدة اسبوعين ، وكذلك قام بزيارة مكتبة الأسكندرية الشهيرة عالميا، وقام بالإطلاع على نصوص العديد من رسائل الماجستير و اطاريح الدكتوراه ومستخلصات عدد آخر منها، هنا وهناك، وعبر شبكة الأنترنت باللغتين العربية والانجليزية،و كانت النتيجة كما يأتي :

- 1 - دراسة - محسن جلوب جبر سميع الكناني - بعنوان " فن الحوار في برامج القنوات الفضائية العربية - قناة الجزيرة الفضائية نموذجا " 2005¹. وهي تشتمل على مقدمة واربعة فصول و خاتمة . توصلت الدراسة الى نوعين من النتائج : عامة وخاصة . وتطرق الباحث في نتائجه العامة الى قضايا عمومية ومفاهيمية غير دقيقة بإعتقادنا ، حيث يبتعد كثيرا عن جوهر مادة بحثه . أما فيما يخص نتائج بحثه الخاصة، فنورد أهمها وهي:
 - ان فضائية الجزيرة متأثرة بسياسة الدولة الراعية ، وتقصد دولة قطر- الباحث ، واتجاهات القائمين عليها و العاملين فيها .
 - هناك قصدية وتعتمد مسبق في اختيار الموضوعات والشخصيات المستضافة و مسأهات المشاهدين بحيث تكون كلها منسجمة مع سياسات الدولة الراعية و القائمين والعاملين في القناة .
 - ان معظم البرامج الحوارية المقدمة من قناة الجزيرة هي تقليد ونسخ عن برامج حوارية تعرض من كبريات الفضائيات العالمية مثل أل "بي بي سي "البريطانية و "سي إن إن " الأمريكية .
 - ان بعض اساليب الحوار لمقدمي البرامج الحوارية في قناة الجزيرة غير مناسبة و لا تساهم في التوصل الى الغايات المرجوة من الحوار.
 - تصدرت نوعية ،حوار الرأي، انواع الحوار الأخرى مثل ، حوار المعلومات و حوار الشخصية ، التي لم تكن ذات أهمية في اجندة معدي تلك البرامج الحوارية المباشرة ومقدميها .
 - وجد الباحث ان الجمهور المشارك يفضل المداخلات على الأسئلة . ولاحظ الباحث ان اغلب مشاركات الجمهور جاءت مطابقة مع سياسات و اتجاهات القناة أو منسجمة معها.

¹ محسن جلوب جبر سميع الكناني . فن الحوار في برامج القنوات الفضائية العربية - قناة الجزيرة الفضائية نموذجا. رسالة ماجستير غير منشورة (كلية الإعلام - جامعة بغداد 2005).

- وجد الباحث ان أكثر ضيوف البرامج الحوارية ، عينة البحث ، هم شخصيات غير حكومية و غالبا ما تكون وجهات نظرها مؤيدة لوجهة نظر القناة .
- و اخيرا يسجل الباحث على تلك البرامج عدم تناولها في اية حلقة من حلقاتها المبحوثة، موضوعا يخص دولة قطر و سياساتها .

- 2 - دراسة - جيلان محمود عبدالرازق شرف - وهي رسالة ماجستير مقدمة الى كلية الإعلام ،قسم الإذاعة والتلفزيون، بجامعة القاهرة عام 2004 تحت عنوان " اساليب تغطية القضايا في برامج الرأي المذاعة على الهواء، توك شو، في القنوات الفضائية العربية "1. وتكمن مشكلة البحث في هذه الرسالة، في رصد القضايا العربية كما تعكسها برامج الرأي التي تبثها القنوات الفضائية العربية . وقامت الباحثة بتحليل مضمون خمسة برامج توك شو من بداية شهر تموز الى نهاية ايلول من عام 2002 و اربعة برامج توك شو من بداية كانون الثاني من عام 2003 حتى شهر مارس من العام نفسه . وبعد قيام الباحثة بتحليل محتوى عينة من برامج الرأي - Talk Show توك شو - في بعض القنوات الفضائية العربية تحليلا كميا، توصلت الى نتائج عديدة من أهمها:
- ان نسبة برامج الرأي على الهواء هي 89.2% .
- ان نسبة 99.8% من البرامج عينة الدراسة تبث خلال المدة المسائية . و يعاد عرض نسبة 78.4% .
- كانت نسبة اهتمام الفضائيات الحكومية العامة ،من عينة الدراسة، بعرض برامج الرأي، قد بلغت 39.2% فقط.
- ان نسبة برامج التوك شو من نوع الأخبارية والمعلوماتية هي 50%.
- كان اهتمام تلك البرامج بالقضايا السياسية بنسبة 44.1% .
- احتلت القضايا الإقليمية الصدارة بنسبة 48.1% .
- تركّز اهتمام الفضائيات العربية على استضافة ضيفين في كل برنامج توك شو ، وذلك بنسبة 34.6% .
- ان نسبة مشاركة الذكور في برامج التوك شو محل الدراسة كانت 71.7% مقارنة بنسبة 28.3% لمشاركة الاناث.
- بلغت نسبة استضافة الخبراء 36.2% وهي نسب عالية مقارنة بنسبة استضافة الخبراء في برامج التوك شو في الولايات المتحدة الأمريكية التي تهتم أكثر باستضافة اشخاص عاديين ذوي تجارب خاصة .
- بلغت مشاركة المواطنين العاديين في مناقشة القضايا المطروحة في برامج التوك شو، عينة الدراسة، نسبة 82.9% مما يدل على حرص الجمهور للتعبير عن آرائهم .

¹ جيلان محمد عبدالرازق. اساليب تغطية القضايا في برامج الرأي المذاعة على الهواء Talk Show في القنوات الفضائية العربية. رسالة ماجستير غير منشورة . (جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، 2004)

- احتلت اتصالات الجمهور عبر التليفون مركز الصدارة في طرق الإتصال وذلك بنسبة 47.1 % .
- كان عدد الضيوف المشاركين لمناقشة أكثر من قضية في برنامج واحد ولمناقشة قضايا اجتماعية، أكثر من عدد الضيوف المشاركين لمناقشة قضية سياسية او ثقافية او اقتصادية واحدة ومحددة .
- ان نسبة مشاركة الجمهور كانت اعلى في البرامج التي تناولت عدة قضايا مقارنة بالبرامج التي تناولت قضية سياسية او عسكرية او اجتماعية واحدة ومحددة .
- كانت نسبة برامج على الهواء التي تناولت قضايا اجتماعية 0 % و المسجلة مسبقا نسبة 100 % . أما نسبة برامج على الهواء التي تناولت قضايا سياسية فكانت 51.6% . وهي نسبة ذات دلالة احصائية واضحة.
- كانت نسبة برامج على الهواء التي تناولت قضايا قومية، عربية 0 % و المسجلة مسبقا نسبة 100 % . أما نسبة برامج على الهواء التي تناولت قضايا سياسية دولية 36.3 % . وهي نسبة ذات دلالة احصائية ايضا .
- بلغت القضايا السياسية المطروحة في برامج التوك شو التي تبث في المدة المسائية نسبة 60.9 % في حين بلغت نسبة القضايا الإجتماعية في نفس المدة نسبة 24.6 % .
- بلغت نسبة المشاركة الجماهيرية في مدة السهرة 91.3% وفي المدة المسائية 69.6 % في حين انعدمت في المدة الصباحية كليا .

- 3 - دراسة (ريهام سامي حسين يوسف) بعنوان " دور البرامج الحوارية في القنوات الحكومية والخاصة في ترتيب اولويات القضايا المجتمعية لدى الجمهور المصري)¹ حيث تناولت فيها الباحثة البرامج الحوارية بوصفها ظاهرة حديثة تتناول العديد من القضايا والمشكلات المجتمعية المصرية ، وهذه هي أهم نتائج الدراسة التي شملت عينة من البرنامج الحوارى (الحكومي - البيت بيتك) و(الخاص - العاشرة مساء) ولمدة شهرين متتاليين ومن ثم اجرت الباحثة دراسة ميدانية على عينة عمدية قوامها 420 مبحوثا من مشاهدي البرامج الحوارية في القنوات الفضائية المصرية الحكومية والخاصة . وتوصلت الى نتائج عديدة من أهمها :
- يتفوق البرنامج الحوارى / الخاص على الحكومي في نسبة الفقرات التي تتضمن قضايا مجتمعية .
 - اعتمد البرنامج / الحكومي على مسؤولين من الحكومة كضيوف لمناقشة القضايا المجتمعية في حين اعتمد البرنامج / الخاص على الخبراء و المتخصصين في تلك المجالات .

¹ ريهام سامي حسين يوسف . دور البرامج الحوارية في القنوات الحكومية والخاصة في ترتيب اولويات القضايا المجتمعية لدى الجمهور المصري: رساة ماجستير غيرمنشورة . (جامعة القاهرة :كلية الإعلام 2008 .)

- البرنامج الحواري / الخاص يتفوق على نظيره الحكومي في عدد المشاركات من قبل المشاهدين ونسبتها حيث تتمثل في الإتصالات التليفونية و ينفرد البرنامج / الخاص بالمشاركة الجماهيرية من خلال البريد الإلكتروني و الرسائل القصيرة للموبايل الشخصي .

- البرنامج الحواري / الحكومي يهتم كثيرا بالمشكلات والقضايا الإجتماعية و الإعلامية و التعليمية والخدمات العامة ذات الأهمية الكبيرة للناس. بينما يهتم البرنامج الحواري / الخاص أكثر بالقضايا السياسية و القانونية و قضايا الرأي العام التي تثار في المحاكم و كذلك القضايا الإقتصادية. وهذه الميزة في رأي الباحثة تسهم كثيرا في جذب انتباه الجمهور من خلال عنصرى الإثارة و التشويق.

- واخيرا توصلت الباحثة الى نتيجة مفادها وجود علاقة لمتغير المستوى الإجتماعي الأقتصادي وتأثير له في العلاقة بين اجندة القضايا المجتمعية لدى الجمهور المبحوث و اجندة القضايا المجتمعية للبرنامجين الحواريين عينتي الدراسة بالنسبة للقضايا : السياسية و التعليمية و القانونية .

4 - دراسة (آن تريزا شوليسست رازور) والتي حصل الباحث على ملخص لها بمساعدة احد زملاء من الولايات المتحدة الأميركية، حول "الخطاب السياسي في برامج التوك شو ذات الإتصالات التليفونية، اثناء الأنتخابات الرئاسية 1992".¹ حيث حلت فيها الباحثة برامج (التوك شو) الشهيرة في التليفزيونات الأميركية،تحليلا كميًا و كيفيا وتوصلت الى نتائج عديدة، أهمها:

- ان التفاعل مابين الضيف والجمهور عبر الإتصالات التليفونية،ساعدت المرشحين على تدعيم علاقاتهم بالجمهور من خلال التوضيح المباشر لبرامجهم و خططهم .

- يمارس المرشحون ومن خلال برامج التوك شو، كل فنون الخطابة و الإستمالة لجذب الأنتباه وكسب آراء الجمهور.

- ساعدت برامج التوك شو المباشرة ،على اتاحة الفرصة لافراد الجمهور للتعبير عن آرائهم و طرح ما يفكرون فيه مباشرة على المرشحين .

5 - دراسة (بيت ليزا هولديرمان)التي حصل الباحث على ملخص لها بمساعدة احد الزملاء من الولايات المتحدة الأميركية، حول " دور الخبراء المستضافين في برامج التوك شو الشعبية في الولايات المتحدة"²1997

¹ Anne TERESA SCHULIST RAZOR "Political Discourse on Television Call-In Talk Shows" During the 1992 Presidential Elections"، Dissertation Abstracts International، 1996، Vol.34.No.5.p1725.

² Beth Lisa Holderman " How experts are portrayed in popular united states talk shows" Dissertation Abstracts International،1997،VOL،58، No.3.A،p.622.

حيث قامت الباحثة بدراسة كفاءة الخبراء المستضافين في برامج التوك شو وتحليلها وكانت عينة بحثها العديد من الحلقات لأكثر برامج التوك شو جماهيرية في الولايات المتحدة الأمريكية. وتوصلت (بيث) الى نتائج عديدة من أهمها :

- كان للخبراء دور مهم في ما يمثل 59% من عينة الدراسة.
- كان البيض و متوسطو العمر والنساء، يمثلون معظم الخبراء المستضافين. واحتل الخبراء في مجالي علم النفس و العلاج النفسي المرتبة الأولى مابين التخصصات العلمية والمهنية للضيوف.
- القليل من الخبراء المستضافين يستشهدون ببحوث او دراسات علمية لدعم وجهات نظرهم و آرائهم خلال الحلقات.
- ان الوقت المحدد للخبراء قصير مقارنة بالوقت الممنوح للضيوف الآخرين غير الخبراء. وليس هناك اي عد خاص للخبراء بحجة كونهم من الصفوة العلمية .
- وبالنتيجة فان الباحثة تعتقد وبدعم من العديد من النقاد، ان هذا الأسلوب في معاملة الخبراء سلبي يؤدي الى ضعف في عقلانية المجتمع و تسييد اللاعقلانية .

الفصل الثاني

أهمية الحوار

في الإتصال الإنساني

المبحث الأول

الحوار لغة و اصطلاحا

الحوار كما تتناوله بعض المعاجم اللغوية العربية يعنى مراجعة الكلام "الحوار يعنى مراجعة النطق وتجاوزوا أي تراجعوا الكلام بينهم ". واحاره أي "استنطقه والتجاوز أي التجاوب"¹.. وهو تبادل الكلام بين طرفين مهمته عرض أفكار ورؤى الأطراف المتبادلة للحديث أو الكلام قصد الإقناع أو التأثير عن طريق مقابلتها بعضها ببعض. وجاء في (المنجد في اللغة والإعلام) " حار: رجع وحاوّر محاورة وحواراً ، وحواراً: أي جاوبه راجعه الكلام . وتجاوز القوم أي تراجعوا الكلام وتجاوبوه واستحاره أي استنطقه والمحورة أي الجواب "². وقد جاء في (مختار الصحاح) لأبي بكر الرازي إن " حار: تعني رجع والمحاورة تعني المجاوبة ، والتجاوز التجاوب"³ . و(لسان العرب) لابن منظور جاء فيه ان "المحاورة : مراجعة المنطق والكلام هو المخاطبة والاسم من المحاورة : الحوير. نقول سمعت حوارهما وحويرهما . والمحاورة المجاوبة والتجاوز التجاوب"⁴

ويرى محمد صحراوي أن الحوار " له خاصية أولى وهي أنه يتطلب تعدد الأطراف المشاركة فيه لأن التعدد يعني ضمناً قبول الآخر للتعايش معه و التنازل عن بعض الذاتيات، اذا استلزم الأمر ذلك فيما يتعلق بطبيعة الحال بكيفية النظر الى هذا الأمر أو ذلك و عد هذه القضية او تلك وبناء هذا الراي او ذلك.." والحوار بهذا المنطق قد يصبح مواجهة بين طروحات مختلفة حد التعارض . ويضيف محمد صحراوي : "أن الحوار يكون مرغوب فيه إلى حد كبير كلما كان الطرف الآخر مختلفاً أو بعيداً"⁵ اذن فبحسب هذا التفسير فان الحوار اساسه هو التعرف على الآخر المختلف ومحاولة اكتشافه والإستعداد للتنازل المتبادل متى ما اصبح ذلك ضروريا والإعتراف به وقبوله كما هو .

الحوار اصطلاحا :

هناك تعريفات عديدة للحوار كمصطلح، بعدد معرفيه.. وكلّ يعرفه من وجهة نظره مرگزا على عنصر من العناصر المكونة له ، معبرا بذلك عن وجهة نظره وخلفيته الثقافية والفكرية والمهنية .

أن " الحوار مناسبة و وضعية تواصلية ينتج عنه ميلاد مواقف جديدة و آراء مختلفة في إطار و سياق يتميز بوجود عقل تواصلية، الذي هو الآلية الرئيسية لكل حوار حقيقي و صادق لا يضع أمامه غاية سوى الغاية

¹ الفيروز ابادي ، القاموس المحيط ،ج2، بيروت ، دار الفكر ، بلا سنة طبع ، ص 15.

² المنجد في اللغة والإعلام ، بيروت ، دار النشر ، 1960 ، ص 550 .

³ محمد بن أبي بكر الرازي : مختار الصحاح ، بيروت ، دار الكتاب المصري ، 1979 ، ص 161 .

⁴ ابن منظور ، لسان العرب ، ط1 ، بيروت ، دار لسان العرب ، بلا تاريخ طبع ، ص 751 .

⁵ ابراهيم صحراوي " النص الأدبي فضاء للحوار " مجلة علامات في النقد ، النادي الأدبي الثقافي بجدة، مجلد 14 جزء 54 لسنة 2004 ص 594

المعرفية انطلاقاً من الإقرار بالاختلاف و احترام الآخر المختلف." و يشير الباحث نفسه الى أن الحوار هو إطار موضوعي يتم بحضور لمقولة الحرية من جهة و باستبعاد " الأحكام المسبقة و المواقف المتحيزة و النزوع الذاتي و الذوق النرجسي" ¹ إن الحوار بهذا المعنى يأتي نتيجة الاختلاف لا الاتفاق . و إذا كان الحوار ينبني على أساس التعايش كما قيل سابقاً، فإنه يأتي ضد العنف بامتياز .

يقول - جميل صليبا - في تعريفه للحوار: " هو حديث بين طرفين أو أكثر، فلا بد من مخاطب و مخاطب و تبادل للكلام و مراجعته وهو أما جدال أو مفاخرة أو سجال أو أسئلة و اجوبة و غاية الحوار تولد الأفكار الجديدة في ذهن المتكلم، لا الأقتصار على عرض الأفكار القديمة وفي هذا التجاوب ، توضيح للمعاني و اغناء للمفاهيم يفضيان الى تقدم الفكر " ².

الملاحظ في هذا التعريف هو تركيزه على غاية الحوار، و الحوار لا يكون حواراً من غير هدف أو غاية يراد الوصول إليها ، و الغاية ليست تقليدية ، اي ليست مجرد عرض و استنساخ للأفكار المعروفة و القديمة، بل هي : تولد افكار جديدة في ذهن المتكلم ! وصولاً الى توضيح أكثر للمعاني و اغناء للفكر من اجل التقدم الفكري ! أما ما يأخذه الباحث على هذا التعريف الجميل و العميق، فهو انه لم يوضح عملية تبادل الأدوار ما بين المخاطب، بكسر الطاء، و المخاطب ، بفتح الطاء . وهو يشير فقط الى تبادل الكلام و لم يشر الى تبادل الأفكار و المشاعر و العواطف و التجارب ، و انما حصر الحوار في اطار الكلام فقط و كأن لا دور للأشارة و لغة الجسد في عملية الحوار ما بين البشر .

ويقول الدكتور - فائز طه عمر - عن الحوار انه : "التعبير عن الفكرة بالكلام المتبادل بين أشخاص يجمعهم مكان واحد و زمان واحد، بسؤال و جواب أو بأستدراك و تعقيب، مما يخلق جواً جميلاً اساسه الحوار الذي يعمق الفكرة و يغنيها بالحديث عن جوانبه كافة، و بوجهات نظر مختلفة يقولها المتحاورون الذين يحرصون على اناقة لغتهم و براعة اساليبهم و قوة حججهم" ³.

ويلاحظ في هذا التعريف تركيزه على وحدة المكان و الزمان و على نخبوية الحوار. و هذه من وجهة نظر الباحث من المآخذ الجديّة على هذا التعريف، إذ إن الكاتب لم ينتبه الى نقطتين مهمتين جداً ، هما : اولاً - ان وحدة المكان و الزمان مفهوم نسبيّ جداً و قد تحطمتا في مواجهة هيمنة وسائل الإتصال الالكترونية و تكنولوجيا الإتصال الحديثة و لم تعد لهما أهمية تذكر، فالناس افراداً و جماعات و امّا تتحاور فيما بينها دون ان يجمعها مكان و زمان واحداً!

¹ محمد وقيدي . جراًة الموقف الفلسفي، بيروت ، افريقيا الشرق ، 1999 ص28

² جميل صليبا، المعجم الفلسفي، ج1، بيروت، الشركة العالمية للكتاب، 1982، ص 501

³ نقلاً عن محسن جلوب جبر سميع الكناني، فن الحوار في برامج القنوات الفضائية العربية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة بغداد، 2005، ص 15

ثانيا - ان الحوار لا يقتصر على نخبة من الناس الذين " يحرصون على اناقة لغتهم وبراعة اساليبهم وقوة حججهم!" كما يقول الدكتور فائز طه عمر . بل الأصح ان للحوار مستويات واساليب وطرقا واشكالا وغايات متعددة ومتنوعة، لا تشترط فيه (اناقة اللغة وبراعة الأساليب) وهما مفهومان نسبيان تختلف معانيهما باختلاف البيئة ومعاييرها و باختلاف المستوى الثقافي و التربية الأسرية و متغيرات عديدة اخرى.

أما روجر بسفيلد - ونقلا عن - طه عبدالفتاح - فيعرِّف الحوار على انه : " نمط من انماط التعبير تتحدث به شخصيتان او أكثر وقد اتسم حديثهم بالموضوعية والإيجاز و الإفصاح وهو الطابع الذي يتسق به الكلام بطريقة تجعله يثير الإهتمام باستمرار"¹

ويلاحظ في هذا التعريف لروجر بسفيلد وجود عناصر تعد اساسية بالنسبة له وهي : عدّ الحوار نمطا من انماط التعبير ..اي ان الحوار قالب من قوالب التعبير، ولكنه لم يذكر ماهية التعبير ومحتواه بقدر ما ركز على الشكل والمظهر الخارجي للتعبير وذلك بالتركيز على : توفر الموضوعية ، اي عدم الأنحياز لأفكار مسبقة والدفاع عنها وكذلك الإيجاز اي عدم اللجوء الى الشرح والتفسير. والباحث يتساءل هنا : كيف للإنسان ان يعبر عما بداخله دون ان يرتكز على قيم و افكار ومعتقدات سابقة وراسخة في ذهنه؟ وكيف له ان يدرك غايته في توصيل ما يريد الى الآخرين دون شرح او تفسير لما يقول او يقال عنه؟ ومن ذا الذي يؤشر للفرد على الحدود المسموحة له للتعبير وعلى اي اساس ، وكيف للناس ان يعرفوا هل هم موجزون او مسهبون في التعبير؟ و من وجهة نظر الباحث تلك هي أهم النقاط التي تثير التساؤل حول هذا التعريف الجدّي للحوار. وان هذه الملاحظات لا تعني ان شروط الموضوعية والإيجاز والإفصاح في الحوار هي شروط غير ضرورية، بل على العكس تماماً، ولكنها بحاجة الى توضيح أكثر. أما أهم عنصر في هذا التعريف في رأي الباحث فهو : "إثارة الإهتمام باستمرار!" اي كما يقول روجر: "..... وهو الطابع الذي يتسق به الكلام بطريقة تجعله يثير الإهتمام باستمرار" وهو يقصد اهتمام اطراف الحوار جميعها. اي ان الكاتب يحصر غاية الحوار في إثارة الإهتمام الدائم ليس الا! وهذا بالتأكيد وجهة نظر غربية تماماً تدخل في نهاية المطاف في اطار مدارس فكرية لا يهتما سوى الإثارة. و المغالطة الكبرى هنا هي الجمع ما بين مفهومي ،إثارة الإهتمام ، من جانب و الموضوعية و الإيجاز، من جانب آخر! وهما وبقناعة الباحث مفهومان متعارضان لا يمكن الجمع بينهما في سلوك واحد! إذ ان إثارة الإهتمام بحاجة الى الكثير من فنون التلوين والتشويق و التفصيل، وكلها من الفنون التي تعتمد الذاتية و ابعدها ما تكون عن الموضوعية والإيجاز!

وفي سياق حديثه عن الحوار يقول باحث آخر : "....ان استخدام الحوار يعني اصلا الكفاح او الصراع ضد الآراء او السياسات القديمة الخاطئة وسيلة واسلوبا لإقناع الناس بالحقائق. وتظهر حقائق الحياة المعاصرة

¹ نقلا عن طه عبدالفتاح، الحوار في القصة والمسرحية والأذاعة والتلفزيون، القاهرة، مكتبة الشباب، 1975، ص9

بوضوح حقيقة موضوعية تتمثل في انه ما من عمل سياسي او فنيّ او ثقافي مقنع بدون حوار وان من المستحيل الكشف عن آراء جديدة دون اللجوء الى الحوار والمناقشة"¹

ويلاحظ هنا ان هذا التعريف يناقض تماماً ما ذهب اليه التعريف السابق . فذلك يؤكد على الموضوعية والإيجاز وإثارة الإهتمام فحسب ، بينما يؤكد هذا على عنصر الصراع والإنحياز لفكرة محددة ضد اخرى بوصفها قديمة و يجب مكافحتها و الأستمرار في محاولة اقناع الآخرين بالفكرة الجديدة.. والغاية النهائية من الحوار بحسب هذا التعريف هي : اقناع الآخرين عن طريق الآراء الجديدة التي يستحيل الكشف عنها دون اللجوء الى الحوار !

و تقول باحثة في هذا المجال انه " لا بد في الحوار من وجود طرفين متكلم ومخاطب يتبادلان الدور في أجواء هادئة بعيدة عن العنف والتعصب فحيناً يكون المتكلم مرسلأ للكلام وحيناً متلقياً له ، أي يكون المتكلم مخاطباً حين يصمت ليسمع كلام نظيره ، وهكذا يدور الكلام بين طرفين في إطار حلقة تبادلية يكشف كل منهما عما لديه من أفكار، فيتشكّل جرّاء ذلك ما يمكن أن نسميه بالخطاب المشترك الذي تولده القضية المتحاور فيها."²

وبناء على ماتقدم من التعريفات و غيرها فان الباحث، يرى ان التعريف الأشمل للحوار هو:

- تواصل لغوي لفظي أو / و غير لفظي مابين شخصين او أكثر، للتعبير عن افكارهم و مشاعرهم و تجاربهم بهدف اقناع الآخر او إستمالة مشاعره او تنويره،اي احداث تغيير في موقفه ، فكرا او عاطفة او تجربة و لإنجاحه لابد له من شروط وله مستويات و طرق عديدة تختلف باختلاف الأطر المعرفية والقيمية للمتحاورين ومضمون الحوار والبيئة الزمانية والمكانية والنفسية للمتحاورين - .

وأيا كان مفهومنا عن الحوار ، فان الحقيقة الماثلة أمامنا هي ان الحوار أصبح من أكثر الموضوعات أهمية في عصرنا الحالي " نظراً لأهميته في عملية الإتصال والتواصل الإنساني ونجاح هذه العلاقات". كذلك أصبح الحوار في عصر المتغيرات السريعة "مهارة حياتية لا غنى للجميع عنها". فكلنا اليوم "بحاجة لهذه المهارة الذكية التي تختصر المسافات لنقل المعارف والآراء والأطروحات والقيم والأفكار والاتجاهات"³

¹ د. فلاح كاظم المحنة و د. سوّدد القادري ، الفنون الأذاعية والتلفزيونية، جامعة بغداد ، كلية الآداب ، قسم الإعلام، 1990 ،ص 228

² استقلال احمد الباكر ، ثقافة الحوار الأسري <http://www.dafatir.com/vb/showthread.php?t=96974> . 2010 / 2 / 20

³ المصدر نفسه .

المبحث الثاني

مكانة الحوار في الفلسفة

ان الحوار ، بوصفه فن النقاش وتبادل الافكار وتقنية لإقناع الآخر او افحامه، اخذ قسطا وفيرا من اهتمام الفلاسفة ، القدماء منهم والجدد، وهذا ما دفع بالباحث الى تخصيص جزء من هذا المبحث للتعرف على أهمية الحوار و موقعه في الفلسفة . ولم ير الباحث ضرورة لخوض ميدان الفلسفة ومدارسها او الفلاسفة جميعهم بشكل واسع ومعظم. لذا اكتفى باجراء كشف سريع في تاريخ الفلسفة و تشخيص أهم فقراته للتعرف على رؤية عدد من الفلاسفة المشهورين جدا حول مفهوم الجدل والحوار .

مفهوم الحوار عند فلاسفة اليونان :

استخدم اليونان القدماء كلمة دياالكتيك (Dialektike) اي (Dialectic) بمعنى : فن المناظرة وقد تحولت فيما بعد الى (Dialogue) اي مقابلة الناس بعضهم لبعض من اجل نقاش فكري تصنف فيه الأمور الى انواعها .¹ اي انهم استخدموها للتعبير عن مفهوم الجدل والحوار لغرضين :

1 - فن الجدل عن طريق السؤال والجواب .

2 - فن تصنيف المفاهيم وتقسيم الأشياء الى اجناس وانواع.²

ونستنتج من هذا ان فلاسفة حضارة اليونان القديمة كانوا يعتمدون الحوار - الجدل ، في طرح آرائهم و الدفاع عن افكارهم فيما بينهم. وكان مفهوم - الجدل - الدياالوج (Dialogue) هو السائد بينهم . ان كلمة Dialogue مركبة من Dia بمعنى تبادل و logue اي العقل او العلم وبالنتيجة تتكون لدينا كلمة Dialogue اي تبادل نتاج العقل او العلم ما بين شخصين او أكثر . وهو ما يطابق مفهوم الحوار الذي نحن بصدده . والديالوك هو غير المونولوج الذي يعني التخاطر مع الذات ومع النفس دون مشاركة الآخرين.³

ان فيلسوفا مثاليًا مثل افلاطون كان يركز كليًا على الجدل اي الديالكتيك في مناظراته وقد ارتبط الجدل عنده بأسلوب الحوار الذي سبق ان استحدثه سقراط من قبله وذلك على النحو الآتي :

¹ جمهورية افلاطون، ترجمة فؤاد زكريا ، ، مصر ، الهيئة المصرية العامة ، 1985 . ص 30

² روزنتال ، الموسوعة الفلسفية ، ط 1 بيروت ، دار الطليعة ، 1987، ص 160

³ جلال العشري و آخرون ، الموسوعة الفلسفية المختصرة ، بيروت، دار القلم ، 1983 ، ص 164

- ان الحقيقة لا يمكن ان تدرك الا بعملية بحث تدريجية تسير خطوة فخطوة و بأسلوب السؤال والجواب .
 - ان الذهن يمكنه التوصل الى الحقيقة من ذاته و عبر الإتصال بغيره ، اي بالمناظرة ، او بذاته ، اي بالحوار الداخلي .
 . وذلك بعد تطهيره من الأفكار الفاسدة .¹

أما الجدل عند ارسطو فقد اكتسب معنا جديدا ومتطورا .. اذ فرّق بين الجدل من ناحية و البرهان من ناحية اخرى . فقد عد الجدل علما للأراء الإحتمالية و البرهان علما للتحليلات . فالجدل عند ارسطو، هو سلاح بيد المتخاصمين بإمكان كل منهما استخدامه، أما البرهان فواحد ولا يمكن للخصمين ان يقيماه في الوقت نفسه .²
 ان ارسطو يعد الجدل او الحوار صنعة يمكن للفرد ان يتعلمها اذا ما توفرت لديه المهارات الأربع الآتية :
 1- استحضار كل البديهيات والمعارف القبلية من كل الأصناف والأنواع لكونها أداة آتية لازمة للمجادل او المحاور

2 - القدرة على التمييز بين معاني الألفاظ المشتركة والمنقولة .

3 - القدرة على تحديد الاختلافات ما بين المتشابهات.

4 - القدرة على تحديد التشابه ما بين الأشياء المختلفة.³

أما فلاسفة اليونان الماديون فكانوا يعدون الديالكتيك - الجدل - الحوار - ليس الأ "طريقة الفكر الذي يوجه حركته الى جهات متعارضة مؤثرة فيها مما يؤدي في النتيجة الى تقدمه ... " وهو نفس الاعتقاد عند الفلاسفة الماديين في العصور الحديثة حيث يعدون الجدل : " علم أكثر القوانين عمومية والتي تحكم تطور الطبيعة و المجتمع والفكر .. " ⁴

اذن وبحسب الفلسفة المادية * .. فان الجدل ، الحوار ، هو عملية صراع ما بين طرفين متضادين يؤثران في بعضهما ويتأثران ويتغير شئ او اشياء بداخلهما في الوقت نفسه " مما يؤدي الى ولادة مركب ثالث سرعان ما يدخل هو بدوره ايضا، طرفا في صراع جديد " ⁵ مع آخر يناقضه لتستمر العملية وتدور عجلة التطور والتغيير دون توقف .

¹ جمهورية افلاطون ، مصدر سابق . ص 38

² يوسف كرم ، تاريخ الفلسفة اليونانية ، بيروت ، دار القلم . دبت، ص 130

³ ارسطو ، المنطق ، ترجمة عبدالرحمن بدوي، ج3 ، الكويت، وكالة المطبوعات، 1980 ، ص282

⁴ روزنتال ، مصدر سابق . ص 160

*المادية Materialism نظرة فلسفية ترى ان الشيء الوحيد الذي يمكن القول بوجوده هو المادة : بما أن جميع الأشياء مكون أساسا من المادة .وتذهب الفلسفة المادية الى أن المادة أولية والعقل (الوعي) ثانوي .اي ان الوعي نتاج المادة وليس العكس (حسب تصور الفلسفة المثالية). ولا يمكن فهم تاريخ تطور هذه المدرسة إلا بمقابلتها مع التوجهات التي تقول بكينونات غير مادية متعلقة بعالم العقل كما في توجهات الفلسفة المثالية. ومن اشكال الفلسفة المادية الميكانيكية من أهم ممثلها فيورباخ و ديدرو. و المادية الديالكتيكية (أو الجدلية) التي اوجدها كارل ماركس و انجلز مستفيدين من ديالكتيك هيغل المثالي ومن تنظيرات فيورباخ القائلة بالمذهب الطبيعي الذي كان ذروة التطور في المادية الميكانيكية آنذاك. واعتمدت المادية في تطورها على المكتشفات العلمية لذلك تجدها أكثر النظريات الفلسفية تمسكا بالعلم.وتهدف إلى سيطرة الانسان على الطبيعة. وشاركت في تجميع المعارف العلمية المختلفة لتشكل صورة واقعية للعالم المادي.

⁵ ادبث كيرزويل، عصر البنيوية من ليفي شتراوس الى فوكو، ترجمة جابر عصفور، بغداد، دار آفاق عربية ، 1985، ص 269

إن النهضة التي عرفتها أوروبا، في القرنين الخامس عشر، والسادس عشر، على الصعيد الاجتماعي والاقتصادي والسياسي والثقافي أدت إلى ظهور الفلسفة الحديثة التي نشأت في واقع الأمر على يد كل من - رنيه ديكارت - * بشكلها المنهجي و تأملاته عن - الكوجيتو - ** و - فرانسيس بيكون - ** * بدعوته إلى التخلي عن الميتافيزيك بوصفها دراسة عقيمة، والحديث عن المنهج التجريبي أي الملاحظة والتجربة، والذي خلاصته انه : لو بدأ الإنسان من المؤكدات لانتهى إلى الشك، و لو اكتفى بالبده في الشك، لانتهى إلى المؤكدات .

إن ما يميز الفلسفة الحديثة، هي انها أولا وقبل كل شيء، فلسفة نقدية، تعتمد على العقل وحده وبذلك قطعت صلتها بالفكر الفلسفي السابق ذي الصبغة اللاهوتية، الذي كان منشغلا أساسا بمشكلة الوجود والميتافيزيك. وبدأت تهتم بمشكلة المعرفة وخدمة الإنسان و معرفة مفيدة في الحياة تجعل من انفسنا سادة الطبيعة وملاكها. لقد حاول ديكارت عبر تجربة الشك المنهجي أن يخلص العقل من الأفكار السائدة، والآراء المسبقة، لكي يصل إلى الحقيقة.

إن الفيلسوف ديكارت ، بوصفه احد ابرز فلاسفة العصر الحديث ، يرى ان العقل بمساعدة الصورة يمكنه استحصال نتائج افضل من التي تستحصل عن طريق الجدل . فهو ينتقد الجدل لكونه " يناسب فلسفة المعاني المجردة ، في حين يناسب المنهج الديكارتي فلسفة المعاني الواضحة . " ومع ذلك فانه يرى في الجدل نوعا من الفائدة في الرياضيات لما يتسم به من تسلسل ولكنه يعود فينتقده ويقول عنه انه ، اي الجدل : "يشوه العقل الجيد" . و يقول ان "المنطق الخارج عن القواعد يشكل خطرا على الفكر".¹

لقد اتجه الفكر، مع الفلسفة الحديثة، نحو الاعتزاز بالعقل وبدأ يثير أسئلة، من نوع جديد، مرتبطة بموضوع المعرفة مثل: هل بإمكان الإنسان الذي يدّعي المعرفة أن يعرف؟ أي هل المعرفة ممكنة؟ وإذا كانت كذلك، فما هي أداة المعرفة أو وسيلتها؟ هل هي العقل؟ أم الحس؟ أم الحدس؟ أم التجربة؟ وهل المعرفة مطلقة؟ أم نسبية؟²

الباحثة الأمريكية (إديث كيرزويل) كتابها: (عصر البنيوية: من شتراوس إلى فوكو) بحثت فيه أعمال ثمانية من أعلام البنيوية في حقول مختلفة: شتراوس والانتروبولوجيا، والتوسير والماركسية، وهنري لوفيفر ضد البنيوية، وبول ريكور والهيرمينوطيقا، وآلان تورين والأبنية دون بنيوية، وجاك لاكان والتحليل النفسي، ورولان بارت والبنيوية الأدبية، وميشيل فوكو وبنيات المعرفة.

* فيلسوف فرنسي وعالم رياضيات وعالم وكاتب عاش معظم شبابه في الجمهورية الهولندية. أطلق عليه لقب "مؤسس الفلسفة الحديثة". ولد في الحادي والثلاثين من مارس عام 1596، وتوفي في الحادي عشر من فبراير عام 1650. يعد مؤسس علم الهندسة التحليلية؛ وهو العلم الذي يعد جسراً يربط بين الجبر والهندسة وهو الأساس في اكتشاف حساب التفاضل والتكامل والتحليل.

* أنا افكر إذن أنا موجود .. هي المقولة المركزية في فلسفة ديكارت.

** Francis Bacon (22 يناير 1561 - 9 أبريل 1626) فيلسوف ورجل دولة وكاتب إنجليزي ، معروف بقيادته للثورة العلمية عن طريق فلسفته الجديدة القائمة على "الملاحظة والتجريب". من الرواد الذين إنتهوا إلى غياب جدوى المنطق الأرسطي الذي يعتمد على القياس.

¹ بول فولكيه، هذه هي الديالكتيكية ، ترجمة تيسير شيخ الأرض، بيروت، (ب. ن) 1959 ص 38

² محمد الشيخ، مسألة الحداثة في الفكر المغربي المعاصر، منشورات الزمان. (الرباط) سلسلة شرفات. العدد 13 ، 2004، ص 147

* أمانويل كانط (1724 - 1804) فيلسوف من القرن الثامن عشر، ألماني، وكان آخر فيلسوف مؤثر في أوروبا الحديثة في التسلسل الكلاسيكي لنظرية المعرفة خلال عصر التنوير. ومن أهم مؤلفاته: نقد العقل المجرد .

أما الفيلسوف كانط * فيعد أول الفلاسفة المحدثين الذين تنبهوا الى قيمة الجدل بوصفه " عملية ضرورية من عمليات العقل " ¹ وهو سلاح لنقد العقل الخالص ، اذ انه ينتقد المعرفة المجردة الفارغة غير المقيدة بتجربة وموضوعات، وبذلك فهو يضع الجدل مقابل التحليل ، لأن للعقل المجدي جدله الدائم عند كانط سواء كان تأمليا ام عمليا.² ومن بين أهم الأسئلة التي طرحها - هايدجر - ** بعمق هو سؤال : ما الفلسفة ؟ ويرى فيه هايدجر انه : السؤال الذي يمد حديثنا بالحركة والقلق المثمرين.³ ومن جهة أخرى، يرى أن الإجابة عن هذا السؤال إنما يجب أن يكون في إطار التفلسف الذي لن يتحقق إلا " عندما ندخل في حديث مع الفلسفة... وهذا يتضمن أننا نتباحث معهم فيما يتكلمون عنه ولا نجد الإجابة عن سؤال ما الفلسفة؟ في العبارات التاريخية ، بل نجدها في التحاور مع ما سلم إلينا بوصفه وجود الموجود ". ويثير هايدجر إشكالية العلاقة بين المحاور والتراث حيث يقول "إن هذا الطريق المؤدي إلى الإجابة عن سؤالنا ليس بالطريق النابذ للتاريخ، ولا المنكر له، بل هو اكتساب لما قد سلم إلينا عبر التاريخ ، وتشكيل له ومثل هذا الاكتساب للتاريخ هو ما نعنيه بمصطلح التهديم... والتهديم لا يعني التحطيم، بل يعني التفكيك و التصفية ، و التنحية جانبا للتقريرات التاريخية البحتة عن تاريخ الفلسفة . فالتهديم يعني أن نفتح آذاننا، وأن نجعل أنفسنا منفتحين لما يحدثنا به التراث من حيث هو وجود الموجود. وبالاستماع إلى الحديث نحصل على الاستجابة"⁴ . ومن هنا نرى ان للحوار أهمية مركزية في فلسفة هايدجر بوصفها اسلوبا وطريقا يؤدي الى الإجابة عن التساؤلات و الشكوك عند اعادة قراءة التراث.

ويشير محمد الشيخ إلى موقف هايدجر من الحوار "وليس هذا الحوار مجرد مناقشة أو تبادل آراء بل هو حوار حقيقي. وليس هو استئناسا بالطريقة التي عالج بها القدماء المسائل الفكرية وإنما هو نظر فيما قالوه ، والذي ما مضى و إنما هو لازال يحكمنا ولهذا فانه لم يكن هذا الحوار حوارا تاريخيا و لم يكن هو حوار وجهات نظر و إنما كان حوارا فكريا"⁵

إن هايدجر يدعو إلى حوار جاد مع التراث من منطلق رأيه فيه حيث يرى انه مازال الاعتقاد يسود بأن التراث شيء مضى وأنه لم يعد إلا موضوعا من موضوعات الوعي التاريخي. ولا نزال نرى أن التراث يوجد وراءنا في حين أنه يجيء صوبنا لأننا معرضون له و هو قدرنا. وللحوار الفلسفي جملة شروط وخصائص، من أهمها:

¹ زكريا ابراهيم ، هيغل والمتالية المطلقة، القاهرة ، دار مصر للطباعة ، 1970 ص 139

² جيل دولوز فليكس، ما هي الفلسفة، ترجمة ومراجعة وتقديم مطاح صفدي و فريق مركز الإنماء القومي ، بيروت، مركز الإنماء القومي، 1997 ص5
** مارتن هايدجر (1889 - 1976) فيلسوف ألماني، وجه اهتمامه الفلسفي إلى مشكلات الوجود والتقنية والحرية والحقيقة وغيرها من المسائل. ومن أبرز مؤلفاته: الوجود والزمان (1927) ، دروب موصدة (1950) ، مالذي يسمى فكرا (1954) ، المفاهيم الأساسية في الميتافيزيقا (1961)

³ هايدجر- ما الفلسفة ما الميتافيزيقيا، ترجمة محمود رجب و فؤاد كامل ، القاهرة دار الثقافة للنشر والتوزيع، 1974 ، ص 63

⁴ هايدجر، المصدر السابق نفسه ، ص 68

⁵ محمد الشيخ ، مصدر سابق ، ص 126

- الحوار الفلسفي قبل أن يكون في حاجة إلى شروط، ينبغي أن يكون في ذاته شرطاً لازماً للفكر الفلسفي. فهو يرى إنه لا يمكن أن نتصور وجود للفلسفة في غياب حوار فلسفي عميق.
- الحوار الفلسفي يجب أن يرتبط بشرط آخر وأعم منه وهو الحوار الفكري العام في المجتمع بمعنى أنه من الضروري أن يفتح المجتمع على جميع قضاياها مع قبول طرحها للتناول الفكري.
- الحوار الفلسفي ينبغي أن يواكب درجات تطور العلوم بصفة عامة و العلوم الإنسانية بصفة خاصة ويشير محمد وقيدي في هذا الصدد إلى أن " الفيلسوف الحق هو الذي يعبر عن فكره بصيغة تترك مجالاً للحوار، الحقيقة بالنسبة للفيلسوف مجال للتشارك في التفكير " ¹

¹ محمد وقيدي . مصدر سابق ص 28

المبحث الثالث

الحوار و الإعلام

نظرا للأصل الواحد والقراءة التي تربط فنون الحوار الإعلامية بقنواتها الثلاث: المقروءة، الورقية والإلكترونية، المعروفة بالصحافة، المذاعة، المسموعة، المعروفة بالراديو، والمذاعة المرئية المعروفة بالتلفزيون، رأى الباحث ضرورة تخصيص هذا المبحث لبيان أهم الحقائق النظرية والعلمية عن الحوار في الصحافة والراديو لينتقل بعده مباشرة إلى الحوار في التلفزيون كفن له خصوصياته وعناصره و أشكاله وأنواعه.

اولا - الحوار في الصحافة المقروءة :

إن الحوار أو الحديث أو المقابلة الصحفية بوصفها فناً من الفنون الصحفية يستند بجذوره كما يشير بعض الباحثين إلى المحاورات الفلسفية والأدبية القديمة ويرون أن "حوار أفلاطون يعد نوعاً من الأحاديث ذلك ان الأسئلة التي كانت توجه إلى سقراط حيناً وإلى غيره من أصدقاء أفلاطون وتلاميذه حيناً آخر كانت تحمل في طياتها صفات الحوار الصحفي"¹ إذ كان الحوار يدور بينهم في مسائل فلسفية وسياسية شتى.

إن الحوار في الصحافة المقروءة يسمى بالحديث الصحفي وهو "نوع صحفي ويقوم على اساس "الحوار الحي المباشر الذي يجريه الصحفي بعد تحضير واستعداد كاملين مع شخصية بارزة أو متخصصة أو مسؤولة وأحياناً مع شخصية عادية برزت بفعل ظروف معينة حول موضوع أو حدث، أو حول الشخصية ذاتها، بتقديم آرائها ومواقفها ووجهات نظرها إلى القراء، وذلك بقصد نقل المعلومات والآراء ووجهات النظر، بعد معالجتها صحفياً، من مصدرها الأصلي إلى الجمهور الواسع، والمعني أو المهتم بهذا الموضوع أو الحدث أو الشخصية، وذلك من أجل تحقيق هدف محدد، وإنجاز وظيفة معينة"²

وهناك من يستخدم تسمية - المقابلة الصحفية - بدلا من الحديث الصحفي، بوصف الأولى ترجمة حرفية للمصطلح الإنجليزي (Interview) أي الإتصال الشخصي للصحفي مع شخص أو اشخاص محددين ومحاورتهم حول موضوع محدد عن طريق طرح أسئلة والحصول على اجوبة لها، لكون الصحفي الناجح هو من "يعرف كيف يستجوب الناس فالقدرة على الاستجواب ضرورية لسبب بسيط هو ان معظم الأتباء تستحصل مباشرة من الإتصال الشخصي."³

¹ محمد حسين علوان، المقابلة الصحفية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة بغداد، كلية الآداب، قسم الإعلام، 1999، ص 6.

² اديب خضور، الحديث الصحفي، ط2، دمشق 2008، ص 7

³ غازي زين عوض الله، الأسس الفنية للحديث الصحفي، القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1996، ص 10

أما فاروق ابوزيد، فيعرّفه كما يأتي: "فن يقوم على الحوار بين الصحفي وشخصية من الشخصيات وهو حوار قد يستهدف الحصول على اخبار ومعلومات جديدة او شرح وجهة نظر معينة او تصوير جوانب غريبة او طريفة او مسلية في حياة هذه الشخصية".¹

فالحديث الصحفي قد "يجرى مع شخص واحد، وهو الشكل الغالب، على الأحاديث الصحفية ولكنه قد يجرى مع عدة اشخاص كما هو الأمر في الإستفتاء الصحفي..." وربما يجرى الحديث الصحفي من قبل عدة صحفيين " .. كما هو الشأن في المؤتمرات الصحفية"²

ويستخلص الباحث من كل التعاريف التي اشار اليها تعريفا شاملا للحديث الصحفي وهو : ان الحديث او المقابلة الصحفية، هي طريقة مهمة ومدروسة للحصول على المعلومات والمعارف الجديدة والأفكار والآراء وكل ما يهم القارئ والرأي العام، من خلال إعداد الأسئلة وطرحها واستحصال الأجوبة الشافية عليها من مصادر موثوقة وذات دراية بموضوع او موضوعات محددة مسبقا وبتقنيات صحفية .

وبعد ان استطلعنا العديد من التعاريف وجدنا أنها لا تخرج عن دائرة الثوابت التالية : اشباع المعرفة والإهتمام الإنساني والفضول لمعرفة ما جرى ، لدى الأفراد والجماعات.

ان العمل الصحفي يقوم في جوهره على جمع المعلومات الكاملة والدقيقة، الموضوعية، لذلك فإن الصحفي الذي يجري مقابلات جيدة انما يبحث باستمرار عن شئ جديد، او معلومات متعمقة، او فكرة أو وجهة نظر تثير الإهتمام في القصة، وتكون جديدة بالإستماع اليها وعلى نحو لا تكون شائعة أو معروفة من قبل و يستنتج الباحث من كل ماسبق مجموعة أركان او عناصر رئيسة لهذا النوع الصحفي المهم، وهي ان الحديث الصحفي هو:

1 - نوع صحفي متعدد الأوجه والأشكال:

ان غالبية الباحثين يرون ان الحديث الصحفي هو نوع صحفي خبري ويهدف اولا واخيرا الى الحصول على خبر او معلومة جديدة غير معروفة ونقلها الى القارئ او المتلقي. وينقل لنا اديب خضور عن الباحث الإعلامي الأمريكي (Melvin Mencher) قوله: " لقد اصبح الحديث الصحفي أداة ناجعة للحصول على الاخبار والمعلومات" كما وينقل عن الباحثة الإعلامية البلغارية (ستيفكا بوبوفا) قولها : ان " الحديث الصحفي هو نوع اخباري يزداد استخدامه في الصحف والمجلات المعاصرة... فالحديث الصحفي نوع صحفي اخباري"³ .. بمعنى ان الأخبار هي عملية نشر للوقائع الجديدة وغير المعروفة سواء حدثت قبل يوم ام قبل اسبوع ام قبل قرن . اذن

¹ فاروق ابوزيد، فن الكتابة الصحفية، القاهرة، بيروت، دار الشروق، 2008، ص13

² فاروق ابو زيد وأ.د. إيلي عبدالمجيد، فن الكتابة الصحفية ، جامعة القاهرة، 2000، ص139

³ نقلا عن د. اديب خضور، مصدر سابق ، ص 10

فالحديث طريقة من طرق جمع المعلومات و مصدر من مصادر المعلومات بغض النظر عما اذا كنا قد اخذنا من الحديث او حصلنا من خلاله على اخبار او آراء، او على مجرد ايضاحات بصدد قضية معينة.¹

وقد تظن ان الحديث الصحفي لايزيد عن كونه مجرد تسجيل لمناقشة، او حوار دار بين طرفين، غير ان حقيقة الأمر هي ان الحديث الصحفي أهم من ذلك، لأنه يتطلب قدرا كبيرا من المهارة والتفنن، ويحتاج الى توفر صفات من نوع خاص في المندوب الصحفي² وعادة ماتجرى هذه المقابلات الخاصة مع شخصيات مهمة و تدور حول موضوعات مهمة وفي مناسبات قليلة وتنشر كمادة صحفية مستقلة. و ان عناصر الرأي والتحليل والتفسير والتعليق والأسلوب في معاجة الأمور المطروحة للنقاش ، هي العناصر السائدة في مثل هذا النوع من الأحاديث التي تصنف ضمن الأنواع الصحفية الفكرية او ذات الطابع الفكري.

أما الدكتور فاروق ابو زيد فله قوله في هذا الشأن حيث يقول "ان الحديث الصحفي فن صحفي مستقل بذاته ولكن هذا لايمنع من ان يكون أداة للحصول على خبر صحفي او ان يكون جزءا من تحقيق صحفي. فالحصول على الغالبية العظمى من الأخبار يتم عن طريق المقابلات الصحفية مع مصادر الأخبار، ولكن هناك فرق كبير بين اجراء مقابلة للحصول على خبر..وبين اجراء مقابلة للحصول على حديث صحفي"³

بينما يستشهد اديب خضور برأي مخالف تماماً للباحث الألماني (كارل شتوركان) حيث يقول : " ..بدأ يتحول الحديث الصحفي وبالتدرج، من عمل إخباري صرف، ليصبح امتحانا لطريقة التفكير.. واخذ يعكس الأفكار الداخلية للشخصيات ، ووجهات نظرها،ومواقفها و تصوراتها،واصبح بالتالي طريقة هامة للبحث، كما اخذ يرتبط دائما بأحدى قيم المعرفة أو الأطلاع والعلم"⁴

2 - حوار مباشر وجها لوجه او عن طريق وسيلة مابين صحفي او عدة صحفيين مع شخصية او عدة شخصيات بارزة و متخصصة او عاديةمن عامة الشعب.

ان الحوار هو العنصر الأساسي في الحديث الصحفي وجوهر خصوصيته و سمته البارزة والأكثر تميزا " ففي الحديث الصحفي لا* يحصل الصحفي على المعلومات والحقائق والآراء والمواقف ووجهات النظر، من خلال التصريحات والتقارير والوثائق،ولكن من خلال الحوار الذي يجريه مع الشخصية حول موضوع محدد،ذلك الحوار

¹ المصدر نفسه ، ص 10

² عبد العزيز شريف، الأساليب الفنية في التحرير الصحفي، القاهرة ، دار قباء للطباعة والنشر والتوزيع، 2000، ص 239

³ فاروق ابوزيد ، فن الكتابة الصحفية،مصدر سابق ، ص 14

⁴ اديب خضور، الحديث الصحفي ، مصدر سابق ص 11

* لاحظ الباحث وجود خطأ مطبعي في النص المذكور في المصدر وهو سقوط كلمة (لا) من الجملة التي تبدأ بـ (يحصل الصحفي على..الخ) عليه راينا من الواجب تصحيح هذا الخطأ عند الاقتباس .

الذي يتحكم فيه الصحفي ويوجهه وفق الأتجاه المطلوب والمناسب من اجل الحصول على المعلومات والآراء، وبالتالي من اجل تحقيق الهدف من اجراء الحديث.¹

3 - تغطية كاملة لموضوع او موضوعات تهم غالبية الناس او فئة منهم.

ان اهتمامات الجمهور هي من اولويات اية صحيفة او مجلة لاتريد ان تخسر جمهورها. وتحرص كل صحيفة على اشباع الحاجات الإعلامية لقرائها وعلى تلبية طلباتهم، والاستجابة لإهتماماتهم . إن اهتمامات القراء ومشاكلهم وهمومهم، تمارس دورا حاسما في تحديد موضوعات الأحاديث الصحفية لصحيفة معينة في مرحلة معينة و يجب ان تلبى احتياجات الجمهور المتعددة والمتنوعة. فان الحديث الذي يجرى مع شخصية تهم الجمهور مثل: مطرب، اديب، موسيقي او اقتصادي.. الخ يدور حول موضوع يهم الجمهور، وبهدف تفسير وتوضيح ظاهرة او مشكلة تشغل بال الجمهور، ويسعى الى تقديم الأجوبة عن الأسئلة الموجودة في ذهن الجمهور... هو الحديث الجيد والناجح والمقروء.

4 - فن تحريري صحفي بأهداف محددة و وظيفة معينة.

ان العلاقة ما بين الهدف من الحوار والشخصية التي يجرى الحديث معها هي علاقة ترابط وتفاعل، بمعنى ان الهدف من الحديث هو الذي سيحدد لنا نوعية الشخصية التي سنحاورها ومستواها. " فأن الهدف الذي تحدده الصحيفة على ضوء سياستها العامة، هو الذي يلعب الدور الحاسم في تحديد الشخصية التي يجب ان يجرى الحديث معها لتضمن الصحيفة تحقيق هدفها. "2 اذن فعلى الصحفي الذي يكلف باجراء حديث ما مع شخصية معينة ان يفهم هذا الهدف الواضح والمحدد، وان يبدأ بالاستعداد والتحضير للموضوع على ضوء هذا الهدف. ومن ثم فهو لا يقوم بجمع اية معلومات، بل انه يجمع المعلومات والوقائع والوثائق والأرقام التي تخدم الهدف المحدد والوظيفة المعينة التي تم تحديدهما في ضوء السياسة العامة للصحيفة او المجلة.

5 - بحاجة ملحة الى اعادة صياغة فنية ومعالجته بأسلوب صحفي محترف .

ان الحديث الصحفي بوصفه فنا من الفنون ونوعا من الأنواع الصحفية، ليس مجرد نقل ما يقال ما بين الصحفي و الضيف حرفيا وشكليا، بل بعد اجراء الحديث "يقوم الصحفي بصياغة هذا الحوار واطافة عناصر كثيرة اليه ويعطيه بنية درامية مؤثرة، ولاسيما في أحاديث الشخصيات، الأمر الذي يجعل الحديث أكثر من مجرد وسيلة للحصول على معلومات، وأكثر من مجرد تسجيل محضر لنقاش دار بين صحفي وشخصية حول موضوع معين"³

¹ اديب خضور ، المصدر نفسه ، ص 16 و 17 .

² سعد لبيب، فن الحوار، بغداد، دار الحرية للطباعة، 1972، ص 80

³ اديب خضور ، مصدر سابق ص 16 و 17

انواع الحديث الصحفي :

هناك عدة تقسيمات وتصنيفات للأحاديث الصحفية وكل منها ينطلق من التركيز على عنصر من عناصرها وركن من أركان الحديث الصحفي. فهناك من يحدد أشكال الحوار من خلال تحديد أهداف الإعلام والصحافة ووظائفها بصورة عامة. وثمة من يقول أن وظائف الصحافة هي مجرد الإعلام والأعلان والترفيه والتثقيف.. الخ وثمة من يؤكد أن هذه ليست وظائف، بل هي عبارة عن فنون أو طرق أو وسائل صحفية تستخدم من أجل تحقيق وظائف وأهداف مختلفة أكثر أساسية وجذرية أي أن الصحيفة لا تقوم بكل ما تقوم به من أعداد وإعادة صياغة ونشر الأنواع الصحفية جميعها فقط من أجل المتعة أو التثقيف والإعلان والإعلام، بل هي تسعى من وراء ذلك كله وبواسطتها إلى "تحقيق أهداف وإنجاز وظائف محددة .

عموما هناك أنواع رئيسة متفق عليها ومن أبرزها:

1- حديث المعلومات و الأخبار، أو الحديث الخبري وهو "حديث يستهدف بالدرجة الأولى الحصول على أخبار و معلومات او معلومات او بيانات جديدة عن وقائع او احداث او سياسات او برامج او قوانين جديدة"¹ ويتجه هذا النوع من الحوار إلى "الحصول على الأخبار والمعلومات والحقائق حول حدث مهم ، او واقعة ذات شأن، أو قضية ، أو المعلومات التي تدور حولها أو حول بلد أو مؤتمر أو فكرة أو تجربة"² ان هذا النوع من الأحاديث الصحفية يلتقي مع الخبر في سمة أساسية وهي انها لا يهتمان بشخصية المتحدث قدر اهتمامهما بفحوى الحديث، أي المعلومات والبيانات، التي يصرح بها هذا الشخص في حديثه. ويختلف عن الخبر لكونه لا يقتصر على نقل وقائع واحداث، كما هو متوقع من الخبر، بل هو ينقل لنا القصة التي تقف وراء الحدث و يفسر ويحلل لنا ما قد وقع وحدث. وأحيانا يسمى هذا النوع بحديث الحقائق والمعلومات و"من الممكن ان تعرض في احاديث مباشرة لكن ضمانا لمزيد من الأقبال عليها وتعميم فائدتها يتم عرضها من خلال الحوار"... فالحوار أكثر جاذبية لأسباب من أهمها تعدد الشخصيات والتلقائية "فضلا على انه يثير الأسئلة التي تراود المتلقي بشأن موضوع الحوار".. وعادة ما يكون الحوار " باللهجة التي تلقى عادة اقبالا من جمهور المتلقين أكثر مما تلقاه من لغة الكتابة"³

2 - حديث الرأي وهو حوار يعالج الموضوعات من حيث المحتوى والتوجه الفكري. أي هو حديث " يستهدف بالدرجة الأولى، استعراض وجهة نظر شخصية ما في قضية او قضايا معينة تهم القراء".⁴ وهو نوع من الحوار " يهدف إلى معرفة آراء الناس حول مواضيع معينة ولايهم ان كان صاحب الرأي عالما كبيرا او فنانا او استاذا

¹ فاروق ابو زيد، و أ.د ليلي عبدالمجيد، مصدر سابق، ص 140

² محمود ادهم ، الأسس الفنية للتحضير الصحفي العام ، القاهرة ، مكتبة الأنجلو المصرية، 1984 ، ص 156.

³ سعد لبيب ، مصدر سابق ، ص 87

⁴ فاروق ابو زيد، و أ.د ليلي عبدالمجيد ، مصدر سابق ص 140

جامعياً بل الأغلب ان يكون رجل الشارع هو هدف البرامج التي يدخل هذا النوع من الحوار فيها¹ وهو "يتجه للحصول على الآراء ووجهات النظر الخاصة بقيادة الفكر والعلم والأدب والسياسية ومختلف جوانب الحياة ، بهدف شرح الوقائع وتفسيرها وتحليلها والتعليق عليها وإعطاء الإنطباع عنها"² وغرضه التوجيه والأرشاد ومهمته الحصول على الآراء من ذوي الخبرة والإختصاص حول موضوع مهم. وفي هذا النوع من الأحاديث الصحفية يتم التركيز على آراء الشخص الذي يجرى معه الحديث أكثر من الإهتمام بشخصه.

3 - حديث التسلية والإمتاع او كما يسميه البعض ، حديث الشخصيات وهو حديث يستهدف البحث في حياة الشخص الذي يجرى معه الحديث: نشأته وتاريخ حياته وابرز الجوانب في شخصيته ثم كيف يفكر ؟ وكيف يمارس حياته"وما احب الأشياء الى قلبه؟ ثم ما احلامه؟ وماطموحاته؟"³ ولا يجري فيه تركيب الأسئلة ". نحو الحصول على إجابات اخبارية او معلوماتية او تفسيرية او توجيهية . ولكن أسئلة هذا النوع تركز على وجه التحديد على الشخصية نفسها وبعض الجوانب المتصلة بحياتها او نشاطها بحيث تكون هي وفي المحل الأول حوار هذا النوع وزبدته"⁴ ويندرج تحت هذا النوع كل اللقاءات والأحاديث الصحفية التي تجرى مع نجوم السينما والمسرح والغناء والرياضة والإعلام و كل الشخصيات الطريفة و الغربية في سلوكها أو بإحدى مواهبها الفريدة.اي ان الإهتمام هنا ينصرف الى شخصية المتحدث أكثر من الإهتمام بأخباره او بآرائه.

أما عن اشكال الحديث الصحفي فإن د. فاروق ابوزيد و د. ليلي عبدالمجيد متفقان على ما يأتي :

" الحديث المباشر و الحديث التليفوني و الحديث في مؤتمر صحفي "⁵. و للدكتور أديب خضور رأي آخر، حيث يسميها - طرق اجراء الحديث الصحفي - و يقسمها الى :

اولا : المقابلة الخاصة او اللقاء الحي والمباشر بين الصحفي و الشخصية. "انها الطريقة الأكثر انسجاماً مع قواعد الحديث الصحفي، والأكثر مراعاة لأصوله وخصائصه" وهذا الشكل من الحوار "هو من افضل الأشكال إذ يتم التبادل اللفظي وغير اللفظي مباشرة بين المحاور- بكسر الواو، والمحاور- بفتح الواو، وبالتالي من الممكن من خلال هذا الشكل من الحوار الحصول على المعلومات والحقائق والآراء بشكل أوسع وادق "⁶. إذ ان اللقاء المباشر يؤدي الى حدوث معالم حيوية وانطباعات وردود افعال تتحول بدورها الى أسئلة ومناقشات . وهي تتميز بعدة مزايا من أهمها: ".فهم اعمق واشمل للموضوع و للشخصية(مايمكن الصحفي) من طرح أسئلة اضافية ومن توجيه الحوار وقيادته ليحصل على المعلومات التي يريدتها. ".وهي تمنح الصحفي فرصة " طلب ايضاح بعض الأمور التي

¹ يوسف مرزوق، المدخل الى حرفية الفن الأذاعي، القاهرة، مكتبة الأنجلو المصرية ، 1977 ، ص87

² محمود ادهم ، الأسس الفنية للتحريير الصحفي العام ، مصدر سابق، ص 157

³ فاروق ابو زيد، فن الكتابة الصحفية ،مصدر سابق ، ص 16

⁴ محمود ادهم ، المدخل الى فن الحديث الصحفي ، القاهرة ، دار الثقافة للطباعة والنشر ،1982، ص 217 .

⁵.فاروق ابو زيد، و أ.د ليلي عبدالمجيد ،مصدر سابق ص 141

⁶ محمود ادهم ، المقابلات الإعلامية ، القاهرة ، دار الثقافة للطباعة والنشر ، 1984 ، ص 16.

تذكرها الشخصية في حديثها، مثل كلمات، مصطلحات، تعابير، مواقف، أرقام... الخ" ... ويستطيع الصحفي خلال اجراء المقابلة جمع "انطباعات حية ومباشرة ومعبرة عن الشخصية.."1 وكل هذه الأمور ستساعد الصحفي في تجسيد شخصية ضيفه اثناء اعادة صياغة الحديث ومعالجته صحفيا.

ثانيا : اجراء الحديث بواسطة الهاتف : وهو الحديث الذي يجرى عبر الهاتف في حالات خاصة مثل الضرورة والألفة والمعرفة، كما يستخدم غالبا عندما يتعذر اجراء الحديث عن طريق المقابلة المباشرة والحية لسبب من الأسباب .. ويرى الباحث انها طريقة تتميز بعدة مزايا من أهمها : وقت اقل ، يخفف من الطابع الشخصي للحديث، ويتيح الفرصة للضيف للتحدث بصراحة ودون تحفظ او الأخذ بعين الإعتبار ردود فعل الصحفي المباشرة.

ثالثا : ارسال أسئلة مكتوبة الى الشخصية واستلام اجوبته مكتوبة: وهذه الطريقة عادة ما تستخدم في اجراء الأحاديث الصحفية "مع شخصيات كبيرة ومسؤولة، كرؤساء دول، وقادة احزاب.. الخ.. وتعد النصوص التي تصل الصحيفة كرد على الأسئلة التي ارسلت للشخصية في وقت سابق، تعد كوثيقة رسمية و تاريخية، وهذه هي سمة هذه الطريقة ولكن من جهة اخرى فإن هذه الطريقة تحرم الحديث من مزايا الحوار الحي والمباشر، وما قد يحصل عليه الصحفي من معلومات او ردود عبر طرح أسئلة آنية وارتجالية ، وتحرم الحديث من اللمسة الإنسانية، ومن المسحة الشخصية التي بإمكانها ان تمنح الحديث الحيوية والقدرة على التأثير والفاعلية.

الحوار الإذاعي المسموع : الحوار في الراديو :

ان بعض الأذاعات " تعد الحوار من برامج المنوعات على الرغم من عدم اشتماله في غالبية الأحيان على سائر الفقرات والمقومات التي تجعل منه او تدخل به الى عداد برامج المنوعات" وهذا يعني أخيرا ان الحوار اصبح شكلا عصريا من اشكال برامج المنوعات "على ان تتوفر فيه خصوصية وطبيعة المنوعات التي تنطلق دائما من حرية المحاور وشخصيته فيها واستيعابه لطبيعتها الخاصة التي لا يرتبط بنفس ماترتبط به سائر الحوارات في كل برامج الإذاعة والتلفزيون الأخرى "2

¹ اديب خضور ،مصدر سابق ص 35 و 36

² وجدي الحكيم " فن الحوار الإذاعي والتلفزيوني" مجلة الفن الإذاعي، القاهرة، اتحاد الأذاعة والتلفزيون، العدد 186 ابريل 2007 ، ص 7 - 14

ونجد رأيا مقاربا لرأي وجددي الحكيم، طرح قبله بنحو عقدين من الزمن حيث قال " يلعب الحوار دورا كبيرا جدا في برامج الإذاعة المختلفة سواء في برامج المنوعات أو الأحاديث أو في البرامج الخاصة وبقدر التوفيق الذي يحققه الإذاعي في حوار به بقدر النجاح الذي يصيب البرنامج الذي دخله هذا الحوار ".¹

مفهوم الحوار الإذاعي في الراديو:

"الحوار في الإذاعة نوع من انواع التعبير تتحدث به شخصيتان او أكثر وقد اتسم حديثهم بالموضوعية والإيجاز والإفصاح وهو الطابع الذي يتسق به الكلام بطريقة تجعله يثير الإهتمام باستمرار وينبغي ان يشتمل على نسب موزونة منظومة من الإيقاع والأثران."² هنا يلاحظ التركيز على الموضوعية والإيجاز و الإفصاح، كمقومات اساسية للحوار الإذاعي، والغاية من الحوار الإذاعي بحسب ، طه عبدالفتاح، هو: إثارة الإهتمام . أما الإيقاع والأثران فيقصد بهما ان الحوار له ايقاع و وزن يكمنان في علاقة كل فقرة من الحوار بقراته الأخرى وعلاقة كل جملة او كلمة بالتي تليها، بحيث يكون هناك انسجام و تناغم وليس تنافرا او تناقضا...ويقول " وصوت الحوار و وقعه في النفوس لهما اثر بالغ في تقويم العمل الفني والحكم عليه ، فأن للكلمات وزنا و جرسا وانغاما"³

أما الخبير الإعلامي المصري ، فيعرفه بأنه: " عرض للحقائق والوقائع والآراء حول موضوع معين من خلال ضيف خبير في الموضوع بما يتيح للمتلقي تكوين رايه الخاص حول صحة ما يعرض عليه"⁴. بناء على هذا التعريف فأن أهم عنصر في الحوار الإذاعي هو عرض الحقائق والوقائع والآراء من قبل الضيف الخبير وليس من قبل المحاور أو الإعلامي .

ويعرفه وجددي الحكيم بأنه : "التواصل مع الآخر من كل الشخصيات و الأنماط الإجتماعية بكل مستوياتها من حيث درجة الثقافة والعلم والتجربة الأنسانية والمهنية بمخلف درجاتها وصولاً الى المعلومة والخبر الجديد الذي ينتظره المتلقي دائما"⁵ من هذا المنطلق يصبح الحوار هو التواصل مع الطرف الآخر من المستضفين ايا كانوا و لمختلف البرامج الإذاعية .

أما عبد الوهاب قناية، فتعريفه للحوار الإذاعي هو : "انه شكل يمتاز بالحيوية والتشويق والإثارة، كما يمتاز بالأفئاع والمصدقية في الحوارات التي تستضيف متخصصين يفضون بمعارفهم أو آرائهم"⁶. ونجد في هذا

¹ سعد لبيب "فن الحوار " مجلة الفن الأذاعي ، اذاعة القاهرة ، العدد 10 ر يناير 1959 ، ص 14 - 17

² طه عبدالفتاح مقلد " طبيعة الحوار في العمل الأذاعي " مجلة : الفن الأذاعي ، القاهرة، اتحاد الأذاعة والتلفزيون، العدد 58 يناير 1973 ، ص69

³ طه عبدالفتاح مقلد، طبيعة الحوار في العمل الأذاعي ، مصدر سابق، ص69

⁴ محمد مرعي " حديث في فن الحوار " مجلة : الفن الأذاعي ، القاهرة، اتحاد الأذاعة والتلفزيون، العدد 194 ابريل 2009 ص5

⁵ وجددي الحكيم " فن الحوار الأذاعي والتلفزيوني " مصدر سابق ، ص 7

⁶ عبد الوهاب قناية " المذيع المحاور " مجلة الفن الأذاعي ، القاهرة، اتحاد الأذاعة والتلفزيون، العدد 178 ابريل 2005 ص 25.

التعريف التركيز على تلبية رغبات الجمهور وميله للإستماع الى ضيوف الحوار وهم يتحدثون بأصواتهم مما يساعد على اشباع نزعة الإثارة والشوق لديه .

وأخيرا يقول الأمين العام السابق للأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام ، في تعريفه للحوار الإذاعي : " يعد الحوار أهم الأشكال البرمجية الإذاعية بل اننا لا نبالغ حين نذكر انه اساس العمل الإذاعي بشكل عام لأنه الأساس في الحصول على البيانات والمعلومات والحقائق الكافية عن موضوع معين أو قضية معينة".¹

تستخدم كلمة حوار Dialogue كما تستخدم كلمة Interview كقالب فني للبرامج، فالحوار كقالب إذاعي يعرف بأنه محادثة ذات هدف أي أن القائم بالحوار يجرى الحوار لهدف معين في إطار أهداف الخدمة الإذاعية، وبما أن الحوار محادثة فهذا يعني أن هناك أكثر من شخص ربما شخصين أو ثلاثة يتحاورون.

وبناء على كل ما سبق توصل الباحث الى تعريف شامل للحوار الإذاعي وهو أنه: " لقاء هادف بين المذيع والضيف او الضيوف حول موضوع معين يهم جمهور المستمعين ويقوم هذا اللقاء على التفاعل المتبادل وفق المعايير الإذاعية".

أهمية اللغة في الحوار الإذاعي :

ان الإذاعة وسيلة اعلامية مسموعة وليست مرئية بعكس الصحافة والتلفزيون. وهي ليست سوى "مجموعة من الأصوات والصمت .."² ولغة الحوار تحكمها القواعد الخاصة باللغة الإذاعية ومن أهم تلك القواعد والشروط : "البساطة و الدقة والوضوح.. " ومن المهم جدا استخدام اللغة التي تناسب مستوى الضيف ونوعيته وفتته. " ومعنى ذلك ان لغة الحوار والتعليقات التي يستخدمها المذيع أثناء إجراء الحوار لابد ان يتماشى مع ضيف الحوار "³ ويرى الباحث انه يجب الانتباه كذلك و بجدية الى انه لا يمكن أن يكتب النجاح لمن يتحدث أو يكتب عبر وسيلة إعلامية "دون معرفته لطبيعة الوسيلة وخصائصها ، ذلك أن فهم أي وسيلة وإدراك خصائصها يمثل مفتاحاً للإفادة من إمكانات كل وسيلة ، واستخدامها على النحو الأمثل ، وكذلك معرفة القيود والحدود التي ينبغي أن يعمل في إطارها ، ولا يمكنه تجاهلها أو تجاوزها"⁴ وكذلك المعرفة المتعمقة بخصائص الجمهور المستهدف ومراعاة المتلقي من حيث المستوى الثقافي و مهنته و المنطقة التي يعيش فيها ولهجة حديثه اليومي ليسهل عليه فهم ما يدور حوله الحوار الإذاعي .

¹ حسن احمد حسن " برامج الحوار الأذاعي المسموع والمرئي " مجلة الفن الأذاعي ، القاهرة، اتحاد الأذاعة والتلفزيون، العدد176 اكتوبر 2004 ص 23 .

² كرم شلبي، فن الكتابة للراديو والتلفزيون، جدة، دار الشروق، 1987، ص 20

³ مصطفى عبدالوهاب " المذيع وفن تقديم البرامج الحوارية " مجلة الفن الأذاعي ، القاهرة، اتحاد الأذاعة والتلفزيون، العدد، 190 ، ابريل 2008 ص 37

⁴ محمود خليل ومحمد منصور هيبية ، إنتاج اللغة الإعلامية في النصوص الإعلامية ، مركز جامعة القاهرة، التعليم المفتوح ، 1999 ، ص 80

وفي هذا الصدد يقول حسين فوزي النجار، إن " اقسى ما يعانیه الأداء اللغوي ان يبهم المعنى الدقيق للكلمة بين المتكلم والمستمع.. ويبدون كما لو كانا يتكلمان لغتين مختلفتين.... فنرى رد الفعل عند المستمع غير ما يريده المتكلم، فالمستمع لا يدرك ما يعنيه المتكلم... فيفسره بمعنى آخر مختلف تماماً عما يدور في ذهن المتكلم" ¹ مما يؤدي الى "حدوث مشكلات تحد من فاعلية الرسالة، من جهة او شيوع اللفظية وترديد المفردات الخالية من الدلالة" ² ومن اجل تفادي الكثير من الأشكالات التي تعترى الحوار الإذاعي بسبب اللغة، تؤكد غالبية الدراسات والبحوث والمقالات على " ضرورة صياغة الجملة المنطوقة في عدد محدد من الكلمات يستغرق القاؤها مدة زمنية محددة، لأن طول الجملة وصعوبتها يرتبط ارتباطاً وثيقاً بعدم التركيز وعدم القدرة على الفهم والأستيعاب" ³ والإيجاز المعرفي يرتبط بسمة الدلالة أي بمعنى إن ادراك العلاقة الدلالية للألفاظ يساعد المحاور على " جعل كلامه وكلام المحاور واضحاً وبدون فهم العلاقات الدلالية للألفاظ يصبح الحوار غير ذي معنى في حين ان المستمع يبحث عن هذا المعنى." ⁴

انماط الحوار الإذاعي :

اجتهد الخبراء والإعلاميون في تصنيفاتهم لأنماط الحوار الإذاعي وانواع ، فمن هم من صنفه بناء على مضمون الحوار ، ومنهم من صنفه بناء على اسلوبه او طريقة تقديمه أو على اساس عدد المشتركين في الحوار. وبهدف التبسيط يمكن التعرف على ثلاثة انماط للحوار بحسب مضمونه وهي:

الحوار المعلوماتي - Informational

الهدف منه هو تزويد المتلقي بالمعلومات والتفاصيل الواضحة عن موضوع ما، وفيه يمنح الضيف وقتنا كافيا لجمع وترتيب المعلومات والبيانات والأرقام والتواريخ وترتيبها . ويصلح مثل هذا النمط من الحوار في موضوعات حيوية تمس حياة الناس مثل نتائج معركة ما او توضيح قرارات مهمة اتخذت من قبل مجلس الوزراء الخ ..

¹ حسين فوزي النجار ، الإعلام المعاصر، القاهرة ، دار المعارف بمصر، 1984 ، ص 42

² هادي الهيتي ، لغة الإعلام والنهضة القومية ، ندوة اللغة العربية والنهضة القومية ، بغداد ، المجمع العلمي ، 1997 ، ص 105 .

³ محمود خليل ومحمد منصور هيبية، مصدر سابق، ص 83

⁴ عبدالعزيز شرف ، وسائل الإعلام لغة الحضارة ، القاهرة ، مختار للنشر والتوزيع ، 1988 ، ص 206

الحوار التفسيري - Interpretive

في هذا النمط تعرض الحقائق من قبل المذيع ويطلب من الضيف التعليق عليها وتفسيرها بهدف إتاحة الفرصة للمتلقي في إعمال عقله بشأنها بغرض الحكم عليها من جانبه. ويتطلب هذا النمط من الحوار الإذاعي من الإعلامي المحاور ان يوجز في أسئلته ويكون يقظاً ومتنبهاً ليتمكن من التعامل بسرعة مع ما يطرحه الضيف من مبررات وشروحات قد تحتاج الى توضيحات أكثر وتفسيرات ادق في التفاصيل . ويصلح هذا النمط من الحوار الإذاعي في موضوعات مثل، المزيد من التوضيح والتفصيل حول مبررات و فوائد قرار اتخذه مجلس الوزراء بخصوص السياسة الاقتصادية المقبلة في الأسواق المحلية، وهنا لايسأل المذيع ضيفه عن حقيقة القرار لأنها أصبحت معروفة سلفاً ، وانما يستفسر منه عن اسباب القرار و ايجابياته او سلبياته من وجهة نظره .

الحوار العاطفي - Emotional

الهدف من هذا النمط هو الدخول الى ذات الضيف و سبر اغوارها، لتزويد المتلقي بفهم جيد عن تصورات الضيوف و افكارهم و اخلاقياتهم وردود افعالهم ومشاعرهم. مثل التحاور مع اهالي ضحايا كارثة طبيعية او مشاعر واحاسيس بطل رياضي فاز في مسابقة دولية شهيرة او خسرفيها. والعنصر الأهم في هذا النمط من الحوار الإذاعي هو حضور قوة المشاعر الجياشة والأحاسيس العاطفية وليست التفسيرات العقلانية والمنطقية للأحداث سعيدة كانت ام مؤلمة . وهذا لا يعني طبعاً التطفل على احزان الناس الخاصة جداً . وفي هذا النمط الحوارى على المذيع ان يوازن ما بين الأنخراط والأنجراف العاطفي مع الضيوف من جهة أو الظهور بمظهر عدم المكثرث لاسيما في المواقف المؤلمة والمأساوية ، من جهة اخرى ¹.
أما حسن أحمد حسن ، فيصنف الحوار الإذاعي على انواع وهي :

الحوار الطارئ :2

وهو الحوار غير المعد مسبقاً،والذي ينشأ في ظروف معينة كالحوارات التي تجريها البرامج السياسية والأخبارية مع شخصيات مهمة عقب وقوع حدث سياسى مهم أو اثناءه وغالبا ماتكون مذاعة على الهواء ، اي ليست مسجلة ، أو قد تجرى هذه الحوارات مع اناس عاديين خلال المناسبات العامة . هذا النوع من الحوار لا يعد سلفاً بل يعتمد كلياً على قدرة المحاور الإذاعي على استيعاب ابعاد القضية التي يتحدث فيها او عنها . والهدف من

¹ محمد مرعي " حديث في فن الحوار " مصدر سابق ، ص5

² حسن احمد حسن " برامج الحوار الأذاعي المسموع والمرئي " مصدر سابق ، ص 24

هذا النوع من الحوار هو الحصول على رأي موجز وسريع من الضيف في خلال نصف دقيقة الى دقيقتين او ثلاث كأقصى تقدير .

الحوار الإذاعي المسجل :

وهو الحوار المعد سلفا وليس بطارئ بل مسجل مسبقا بعد الإعداد له بدقة وتفصيل وينقسم علميا الى ثلاثة انواع بحسب الموضوع المراد التماور حوله وهي :

اولاً - حوار الرأي : وهو الذي يقصد به عرض افكار بعض الناس وآرائهم في مسألة بعينها و يستوي هنا ان يكون صاحب الرأي عالما كبيرا او فنانا او استاذا جامعييا او بائع بطاطه . والحوار هنا يجب ان يكون ارتجاليا دون الأستعانة بأي نص مكتوب من جانب الضيف او من جانب الإعلامي وهذا لا يمنع من ان يرتب المذيع الخطوط العريضة لاسئلته مسبقا .

ثانيا - حوار المعلومات : ويقصد به السعي الى اعطاء المعلومات المتوفرة عن موضوع ما للناس ربما لأهميته السياسية او الإقتصادية او الصحية ..مسأمة من الإذاعة في تقديم خدمة عامة . وقد يدخل هذا النوع من الحوار في برامج الحديث إذا اذيع لوحده او قد يدخل البرامج الخاصة او برامج المنوعات .

ثالثا - حوار الشخصية : ويهدف هذا النوع من الحوار الى تقديم شخصية معينة مثيرة ، طريفة ، ذي تجربة شخصية فريدة ، سواء كانت مشهورة أم لا، غير معروفة الى جمهور المستمعين لوجود مادة مثيرة للأهتمام والانتباه لديها بشكل أو بآخر¹.

الحوار التلفزيوني :

الحوار التلفزيوني يختلف عن الحوار الصحفي المقروء والحوار الإذاعي المسموع في عناصرها الأساسية وفي قدرتها على الجذب والتأثير. فهو "قادر على استحضار اجواء الحوار والأداء والإشارات والإيحاءات والحركات"².

¹ سعد لبيب "فن الحوار" مصدر سابق، ص 14 - 17

² نصر الدين العياضي، وسائل الاتصال الجماهيري والثقافة، القاعدة والاستثناء، الشارقة، إصدارات دار الثقافة والإعلام، 2001 ص 91

الحوار فن صحفي يدخل في جميع اشكال البرامج التلفزيونية تقريبا، فهناك حوار يجريه مقدم نشرات الأخبار مع ضيف ما خلال النشرة الخبرية أو اثناءها سواء داخل الإستوديو ام عن طريق النقل المباشر ام عبر التلفون من خارج المحطة ، كذلك نجد حوارا مابين مقدم النشرة والمراسل لكونه قريبا الى موقع الحدث المطلوب اعطاء تفاصيل أكثر عنه للمشاهدين.وكذلك نجد الكثير من الحوار في التقارير الخبرية والتي لا يمكن ان تكون مكتملة بدون مقابلات ومحاورات تدخل في تفاصيل بعض ما يهم الجمهور، أما ما يتعلق بالتحقيق التلفزيوني فلا يمكن ان تصوره بدون اجراء عدة حوارات ومقابلات مع العديد من الشخصيات ذات العلاقة بمجريات موضوع التحقيق. ويدخل الحوار أيضا كعنصر اساسي في الأفلام والبرامج الوثائقية التلفزيونية.

وهكذا يرى الباحث ان الحوار اسلوبا او طريقة يدخل في مختلف الفنون والقوالب الصحفية ويؤدي الحوار التلفزيوني العديد من الوظائف . " وبسببها اصبح اسلوبا مهما ورئيسا يستخدم بشكل فعّال في التلفزيون بل اصبح للحوار برامج خاصة تطلق عليها البرامج الحوارية التي اصبحت هي الغالبة في التلفزيون بل تكاد تحتل المساحة الأكبر من البث التلفزيوني اليوم"¹

¹ نقلا عن : محسن جلوب جبر، مصدر سابق. ص 137

الفصل الثالث

البرامج الحوارية في التلفزيون

المبحث الأول

البرنامج التلفزيوني

مفهوم البرنامج التلفزيوني :

ان البرنامج التلفزيوني ماهو الا " فكرة او مجموعة افكار تصاغ في شكل او قالب معين لتحقيق هدف مطلوب وتوصيل رسالة معينة، ويتكون من الكلمة المنطوقة والموسيقى والصورة الحية والثابتة، والصوت والصورة عنصران مكملان لبعضهما وهما الدعامتان الأساسيتان اللتان يستخدمهما الإنسان في التواصل والتفاهم والمشاركة مع الآخرين"¹

وهناك من يعرف البرنامج التلفزيوني بوصفه "مجموعة أو سلسلة من النشاطات والعمليات البرمجية التي ينبغي القيام بها لبلوغ هدف معين وهدف البرنامج هو تنظيم العلاقة بين أهداف الخطة البرمجية ومشروعاتها وتنفيذها وأن هناك اختلافات أساسية بين البرنامج من حيث الهدف أو المجال لوسائل التنفيذ أو الظروف المتاحة"² كما ويمكن ان يشار اليه بوصفه " شكل فني يشغل مساحة زمنية محددة وله اسم ثابت ويقدم في مواعيد ثابتة ومحددة كأن يكون يومياً أو أسبوعياً أو شهرياً ليعرض المادة المختارة "³.

وهو "بث مواد ومضامين متنوعة إلى جماهير واسعة ومتباينة في العمر والمستوى المعاشي والوظيفي والثقافي والتعليمي"⁴ وهذا لا يلغي التخصص فالبرنامج قد يكون متخصصاً و محدداً ويستهدف فئة محددة من الجمهور . وعموماً فان البث الإذاعي والتلفزيوني هو وحدة متكاملة من الأصوات البشرية والموسيقية والطبيعية والصور الثابتة والمتحركة الملونة وغير الملونة معاً، والتي تتناول مختلف الأشكال والفنون الإذاعية المرئية من أخبارية وثقافية ودرامية واعلانية .

ويعرف أيضاً بأنه "منهاج يصف شيئاً ويعلن عنه، وله صيغ وأشكال خارجية، هي عبارة عن الشكل والمضمون"⁵ بينما يعرفه البعض على انه " هو كل مادة صورية أو صوتية تقدم من التلفزيون ضمن مدة البث والتي تمتلك هدفاً معيناً وتخطب عينة من المشاهدين بلغة مناسبة وتتميز بعنوان وموسيقى تدل على ميزتها

¹ محمد معوض ابراهيم وبركات عبد العزيز، انتاج البرامج الإذاعية والتلفزيونية، الكويت، ذات السلاسل، 2001، ص 15

² فائق علي مراد الداغستاني، برامج الاسرة التلفزيونية كما يراها المراهقون، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة بغداد، كلية الإعلام، 2009، ص18

³ كرم شلبي، معجم المصطلحات الإعلامية، بيروت، دار الجيل للطبع والنشر والتوزيع، 1994، ص 471 .

⁴ نواف عدوان "بعض المصطلحات الإعلامية، دراسة أولية" مجلة بحوث، العدد 4، اتحاد إذاعات الدول العربية، المركز العربي لبحوث المستمعين والمشاهدين، بغداد، 1988، ص 30 .

⁵ فلاح كاظم المحنة، البرامج الإذاعية والتلفزيونية، الموصل، دار الكتب للطباعة والنشر، 1988، ص128.

عما يسبقها ويلبها فهي تزوج جذب بين الصورة المعبرة والصوت الدال على عمق المشاعر ومغزى الأحداث¹ . ومن هنا يتبين لنا أن وحدة البث، هي : " وحدة واحدة من مجموعة برامج ذات بداية ونهاية"² واجمالاً يتفق الباحث مع التعريف الذي يعد البرنامج التلفزيوني "الوسيط الذي ينقل واقع الحياة - من الطبيعة - بطريقة تحليلية ومفسرة باستخدام جميع أساليب العرض المختلفة من برامج ناطقة أو صامتة أو مؤثرات صوتية وإذاعات خارجية ومقابلات وندوات ومشاهد درامية اختصاراً للزمان والمكان"³ على عد أن مضمون المادة التي ينقلها التلفزيون يتلخص في فكرة مقتبسة من ظواهر المجتمع والطبيعة المختلفة وبعد أن تعالج فنياً عبر التلفزيون وتشكل في قالب محدد وتوجه الى عامة الجمهور او فئة منهم، تؤدي تلك الفكرة وظيفتها المرغوب فيها.

اهداف البرامج التلفزيونية :

من المفترض ان تسعى البرامج التلفزيونية إلى اكساب جمهور المشاهدين عموماً او فئة منهم، مهارات علمية وخبرات في شتى مجالات الحياة اليومية والثقافية وعلى سبيل المثال قد تسعى برامج معينة الى تعليم المشاهدين القراءة والكتابة او تعليمهم لغة اجنبية او تسعى لتزويد المشاهدين بخبرات ومعلومات وافية في مجالات مختلفة سياسية،اقتصادية،اجتماعية أو ثقافية . او ربما تسعى الى تزويدهم " بالاتجاهات الصحيحة والقيم والسلوكيات والتجارب التي يمكن ان ينخرطوا فيها ومن المعروف انه لا يمكن اكتساب المهارة او الخبرة او السلوك دون أساس معرفي او معلومة تسندها وتخدمها. حتى ان موثيق العمل الإذاعي والتلفزيوني على اختلاف نظمها تؤكد على ضرورة ان توفر البرامج لجمهورها المستهدف المعلومات المفيدة والنافعة"⁴ وفي بعض الدول فان البرامج التلفزيونية ينبغي إن تكون لها أهداف مرسومة تسهم في إطار الخطة العامة للدولة والمجتمع في التنمية الثقافية والإجتماعية للجمهور. عموماً هناك العديد من الصياغات للأهداف التي يعتقد بان على البرامج التلفزيونية ان تلبها، وأهم هذه الأهداف المشتركة ما بين تلك التصنيفات هو : اهداف عقلية ، اهداف صحية، أهداف اجتماعية،أهداف نفسية و وجدانية .

أولاً : **الأهداف العقلية**⁵ اشار - محمد منير سعدالدين - الى العديد من الأهداف العقلية، وقد وجد الباحث ان مايتفق مع سياق بحثه وحاجته هو الآتي :

¹ إبراهيم أمام ،نحو بلاغة تلفزيونية في البرامج الدينية ، الرياض : مطابع النصر الحديثة ، 1983 ، ص10.

² نواف عدوان، بعض المصطلحات الإعلامية ،دراسة أولية، مصدر سابق ص 32.

³ فوزية فهيم ، التلفزيون فن ، القاهرة، دار المعارف للنشر والتوزيع ، 1987 ، ص54.

⁴ محمد معوض وبركات عبد العزيز، انتاج البرامج الأذاعية والتلفزيونية ، مصدر سابق، ص16.

⁵ محمد منير سعد الدين، دراسات في التربية الإعلامية، بيروت، المكتبة العصرية،1995، ص 69

- 1 - تثقيف الأفراد بثقافة عصرية عن طريق البرامج الثقافية، الفنية والأدبية والفكرية .
- 2 - تعريف الأفراد بمستجدات الحياة في الداخل والخارج عن طريق البرامج الإخبارية والخاصة بالأحداث وتطورات الأوضاع السياسية والإقتصادية ذات العلاقة بحياة المجتمع والأفراد .
- 3 - تدريب الأفراد وتأهيلهم وتزويدهم بالمهارات اللازمة للحياة اليومية واستغلال اوقات الفراغ وتوظيف المواهب والكفاءات وتطوير القدرات الوظيفية من خلال برامج خاصة بالأعمال والمهن والحرف المختلفة.
- 4 - توسيع مدارك الأفراد ومعارفهم حول المكتشفات والاختراعات العلمية وأسرار الكون والوجود وما فيه من عجائب .
- 5 - تقوية المعلومات والمبادئ العقلانية وتنشيطها لدى الأفراد وتثقيفهم الثقافة التي تحصنهم من الوقوع في الجريمة ومخالفة القوانين والرذيلة والانحراف باشكالها المختلفة.

ثانيا : الأهداف الصحية¹ ومن ابرز ما يتلاءم فيها مع سياق بحثنا الآتي :

- 1 - التوعية الصحية البدنية و تعريف الأفراد والأسرة بمبادئ الإسعافات الأولية وطرق المحافظة على الصحة العامة.
- 2 - تعريف الأفراد والمجتمع بالامراض البشرية والآفات الزراعية والحيوانية المرضية وأساليب الوقاية منها.
- 3 - التوعية بدور الأجهزة والمراكز الصحية وجهود العلماء في مكافحة الأمراض والتصدي لها.
- 4 - تنمية الاتجاهات والعادات الصحية مثل النظافة والإمتناع عن او الإكثار من بعض المأكولات و المشروبات وتوضيح المبررات والمخاوف بلغة شيقة و بسيطة ونشر ثقافة ممارسة الرياضة وجعلها عادة يومية لدى الأفراد .
- 5 - التحذير من تلوث البيئة ومخاطرها ومن حوادث الطرق وأسباب السلامة.

ثالثا :الأهداف الإجتماعية:2 ومن ابرزها:

- 1 - تعريف المشاهدين بالبيئة المحلية- الوطنية والإقليمية والعالمية وظروفها الجغرافية والسياسية والإقتصادية.
- 2 - توعية المواطنين بالحقوق والواجبات السياسية- الوطنية وتعزيز روح المواطنة والتعايش السلمي مع الآخرين .
- 3 - التعريف بالمؤسسات الإجتماعية والمرافق العامة ودورها ومراعاة أنظمتها.
- 4 - تنمية الاتجاهات الايجابية والعادات الإجتماعية السليمة وتعزيزها كحب العمل والتعاون والإيثار للصالح العام.
- 5 - تقدير دور الساهرين على أمن الوطن والمواطن والعاملين في بناء المجتمع من أفراد و مؤسسات.

¹ محمد منير سعد الدين، دراسات في التربية الإعلامية، مصدر سابق، ص 69.

² صالح ذياب هندي، اثر وسائل الإعلام على الطفل، عمان، دار الفكر للنشر والتوزيع ، 1990، ص 65

6 - التحذير من الأزمات والمشكلات الإجتماعية مثل الفقر والسرقة والاحتكار و ممارسة العنف والتمييز على اساس النوع والعنصر داخل الأسرة و المجتمع.

7 - إبراز الفرد النموذجي والمثابر وتشجيعه اينما كان ليصبح قدوة خيرة يحتذى بها .

رابعا: الأهداف النفسية والوجدانية: 1 ومن أهمها الأهداف الآتية :

- 1 - العمل الجاد على تنمية العواطف والمشاعر والأحاسيس السليمة و تربية الذوق والحس الجماليين للأفراد عن طريق عرض البرامج الفنية والأدبية و عروض الموسيقى الراقية والأغاني الأصيلة والمعاصرة.
- 2 - المساعدة على التكيف السليم مع الجماعات وتجنب الانجراف مع الجماعات المنحرفة اجتماعيا.
- 3 - المساهمة في بناء شخصية المواطن المتوازنة بنفسية مطمئنة و وجدان مرهف وتجنبيه التوتر والأنفعالات الضارة وتخفيف العبء الحياتي عنه بألوان من الترفيه السليم و البرئ .
- 4 - نبذ العنف والأرهاب والجريمة وعدم تشويق الأفراد والجماعات اليها والتخفيف من حدة العدوان والميل إليه و بالمقابل تحفيزهم على مناصرة الضعيف والمظلوم ومعاونته.
- 5 - التخفيف من حدة الحروب و العمليات الإرهابية وأثارها المدمرة في الإنسانية وفتح قنوات التعاون السلمي القائم على التكافؤ والإحترام المتبادل بين الدول والشعوب.

تصنيف البرامج التلفزيونية:

تعددت التوجهات والتوصيات المحلية والإقليمية والدولية سواء في اطار المنظمة الدولية ، اليونسكو او اتحاد اذاعات الدول العربية او جهاز تلفزيون الخليج . و كل واحدة منها قد افرزت تصنيفات مختلفة للبرامج التلفزيونية بعضها متباينة و اخرى متداخلة سواء على مستوى المفاهيم أم على مستوى ترتيب الأولويات، " ومع هذا التباين فان التوصل الى توصيف البرامج وتصنيفها وتحديد مسمياتها يظل ضرورة ملحة والتزاماً مهماً يفرضه مبدأ التخطيط والتنسيق اللذين يعدان من الاركاب الاساسية للعمل الإذاعي والتلفزيوني".² الأمر الذي دعا منظمة الامم المتحدة للتربية والثقافة والعلوم - اليونسكو، الى التدخل " بهدف ايجاد معايير موحدة للإحصاءات الإذاعية سواء ما يتعلق منها بالراديو أم التلفزيون وبقية الجوانب المختلفة للعمل الإذاعي وانتهت اجتماعات خبراء اليونسكو التي بدأت عام 1974 الى صدور توصية في المؤتمر العام للمنظمة في دورته التاسعة عشرة التي اختتمت

¹ صالح ذياب هندي ، اثر وسائل الإعلام على الطفل، مصدر سابق، ص 66.

² احمد عقبات، " اعداد وتقديم البرامج التلفزيونية"، مجلة متابعات إعلامية، صنعاء، وزارة الإعلام، العدد (59)، ابريل، 1988، ص 12.

بالعاصمة الكينية نيروبي في 30 تشرين الثاني 1976 بشأن التوحيد الدولي لإحصاءات الإذاعة والتلفزيون وأطلق عليه النظام الدولي الموحد للإحصاءات وحظي بموافقة جميع الدول العربية في المنظمة الدولية.¹

مع كل هذا فان منظمة اليونسكو التابعة للأمم المتحدة اعتمدت وظيفة البرامج كمعيار أساس في تصنيف

البرامج التلفزيونية، والباحث يتفق مع هذا التصنيف للبرامج انطلاقاً من وظائفها الشائعة وكما يأتي:²

1 - برامج إعلامية إخبارية: وتشمل نشرات الأخبار والبرامج السياسية والتقارير الإخبارية المصورة او المسموعة والتعليقات والتحليلات الإخبارية والمقابلات والأخبار المالية والإقتصادية والرياضية وغيرها.

2 - برامج ثقافية: وهي التي تتناول موضوعات الأدب والفن والمسرح والسينما والمعارض والفنون وأوجه الحياة الثقافية المختلفة والتي تهدف الى توعية الجماهير وتنقيفها ونشر الثقافة والأدب.

3 - برامج التسلية والترفيه: وتضم مجموعة البرامج الفنية والمنوعات والمسابقات والمسلسلات والأغاني والموسيقى والتي تهدف الى خلق جو من المتعة والترفيه والابتعاد عن ضغوط الحياة اليومية.

والتصنيف المذكور أخذ البرامج من وجهة نظر عامة وفقاً لوظائفها الأساسية.. ويتفق الباحث مع ما ذهب

اليه هذا التصنيف من أهمية عنصرى : الوظيفة والهدف ، كون البرامج التلفزيونية يجب أن تنبع من وظائف وأهداف تسعى الى تحقيقها لخدمة الفرد والمجتمع، ولكن هذا لايعني أهمال الجانب الشكلي للموضوع ، لأن من المعروف ومن البديهيات ان لكل شئ او ظاهرة او نشاط انساني جانبين متلازمين يكمل بعضهما البعض وهما : الشكل والمضمون حيث ان المضمون هو الجانب الذي يحمل في طياته عنصرى الوظيفة والهدف ، أما الشكل فيحمل عناصر شكلية مهمة مثل الأسلوب والتوقيت والوسيلة.

ان هذا التصنيف لم يول الجانب الشكلي للبرامج أهمية تذكر ، فضلا عن أنه لم يتطرق الى تفاصيل دقيقة قد

تحسب من وجهة نظر الباحث ،على الناحية الشكلية والفنية للبرامج.

هناك من يرى ضرورة ان يشير التصنيف بوضوح الى البرامج التعليمية³ والبرامج الدينية⁴ اضافة الى

برامج الأطفال⁵ والأعلانات التجارية و اخيرا مواد الربط والفواصل⁶. وفي هذا الصدد لايد من الإشارة سريعا الى

¹ الملحق رقم 1 "توصية بشأن التوحيد الدولي لإحصاءات الإذاعة والتلفزيون" - <http://www.unesco.org/ar/home/resources-services/legal-instruments> 20.12.2009

² عبد العزيز الغنام، مدخل في علم الصحافة، الصحافة الإذاعية، إنتاج البرامج الإذاعية في الراديو والتلفزيون، ج3، القاهرة، مكتبة الأنجلو المصرية، 1983، ص8.

³ رضا النجار، " اتجاهات البرمجة التلفزيونية في الوطن العربي والتدفق العالمي للبرامج التلفزيونية"، مجلة بحوث، بغداد، اتحاد إذاعات الدول العربية، العدد 1، أيار ، 1984، ص 155 – 156.

⁴ عبد العزيز شرف، الإعلام الإسلامي وتكنولوجيا الاتصال، القاهرة، دار قباء للطباعة والنشر والتوزيع، 1998، ص231

⁵ عبد الرزاق النعاس، التخطيط الإعلامي وديناميت التخطيط البرامجي في تلفزيون العراق، بحث مقدم الى كلية الآداب، قسم الإعلام، جامعة بغداد، 2001، ص 11.

⁶ سعود عبد الحميد دهلوي، المعايير الإحصائية الموحدة لتحليل البرامج في التلفزيونات الخليجية والعربية، جهاز تلفزيون الخليج، الرياض، 1983، ص30

التصنيف الشكلي الأمريكي الذي وضعه كل من - ادوارد ستاشيف و رودى بريترز- ويتضمن العناوين الرئيسية التالية
:1

1- البرامج الدرامية الواقعية.

2- البرامج الأخبارية .

3- برامج الألعاب الجماعية والألغاز والمسابقات.

4- برامج الحوار والمناقشات .

5- برامج المرأة .

6- برامج الأطفال .

7- برامج الأحداث ، اليافعين .

8- البرامج التعليمية .

9- البرامج الدينية .

10- برامج المنوعات والموسيقى .

11- البرامج الدرامية .

التصنيف الشكلي :

للبرامج التلفزيونية أشكال مختلفة يطلق عليها البعض مصطلح نماذج او إطارات او قوالب او أشكال او فورمات - format - وهي كلمة تستخدم اصطلاحا في الإذاعة والتلفزيون بمعنى الشكل العام الذي ينتمي اليه البرنامج، فيقال نموذج محادثات او نموذج الغاز بمعنى برنامج محادثات او برنامج الغاز، وكذلك تستخدم الكلمة للإشارة الى الإطار العام لبرنامج واحد او هيكله . وبذلك فان معناها الاصطلاحي والتعريفى هو إن لكل برنامج فورمة أي كليشة، تستخدم في مقدمته وخاتمته. ومهما اختلفت التسميات " يظل المعنى واحدا ويكتسب البرنامج تصنيفه من الشكل الذي ينتمي اليه فنقول انموذج ندوة او انموذج مسابقة او انموذج حوار وغير ذلك من التسميات التي ترد في الأدبيات الإعلامية"²

وهناك من يصنف البرامج على أساس تقديمها ويرى اصحاب هذا الرأي أن اساليب تقديم البرامج

التلفزيونية هي :

¹ نقلا عن ،ضرغام سعدي عبدالصاحب، مضامين البرامج السياسية في القنوات العراقية الفضائية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة بغداد، 2008 ص69

² كريم شلبي، فن الكتابة للراديو والتلفزيون، مصدر سابق، ص82

1 - أسلوب الحديث المباشر : وهو من الأساليب المعتمدة كثيرا في تقديم البرامج وطرح الموضوعات ويقوم مقدم البرنامج بطرح الموضوع مباشرة وكلما كان الإلقاء جيدا والصوت واضحا واللغة سلسة كان البرنامج ناجحا، ومن أمثلة هذه البرامج، البرامج التوجيهية والبرامج الإرشادية.¹

2 - أسلوب الدراما : وهو شكل فني مبني على فعل يستند الى التمثيل والتقليد ، وهذا يجعله واحدا من الأساليب الجيدة في تقديم البرامج وعرضها لأنه يكون ذا نمط قصصي تمثيلي ، وكثيرا ما يستغل هذا الأسلوب في تقديم البرامج التعليمية والتثقيفية وبرامج التسلية والترفيه .²

3 - أسلوب الندوات او المناقشات : وهو أسلوب استضافة بعض الشخصيات المعروفة او مجموعة من المختصين في مجالات مختلفة لمناقشة قضية معينة تهم المجتمع وغالبا ما يشترك الجمهور في موضوع هذا البرنامج عن طريق اجراء مقابلات خارج الإستوديو مع اصحاب العلاقة او عن طريق التليفون او المشاركة في الإستوديو، ويعد هذا النوع من البرامج ، من المصادر المهمة للمعلومات.³

4 - أسلوب المقابلات : وهو الأسلوب المعتمد في الكثير من البرامج، يقوم على استضافة احد المختصين بالموضوع المطروح في البرنامج للحديث عن قضية عامة او توضيح أمور تهم الجمهور.⁴

ولا تزال مسألة تصنيف البرامج وتحديد طبيعتها وعناصرها ومعانيها بشكل منسجم ومرص تعد من المشكلات التي تواجه الإذاعيين في الهيئات الإذاعية والتلفزيونية العربية والعالمية على السواء فلا نجد هناك تصنيفاً واحداً يتم الاتفاق عليه فهي تقسم بحسب وظيفتها إلى إخبارية وترفيهية وتثقيفية أو تقسم بحسب لغة خطابها إلى رسمية وعامة ومحلية أو تقسم بحسب المنشأ إلى وطنية ومستوردة⁵ وهناك تصنيف آخر يعتمد على مكونات البرنامج وعلى النحو الآتي :

1 - البرامج اللفظية: وتشمل نشرات الأخبار والأحاديث والمناقشات والبرامج الثقافية والتعليمية والوثائقية والمجلات الإذاعية والتمثيلية وبرامج دينية ورياضية.

2 - البرامج الموسيقية: وتقتصر على الأنغام والمقطوعات الموسيقية.

3 - البرامج الفيلمية: و يغلب عليها عنصر المرئيات من صور ورسوم وخرائط وما يقوم بدور توضيحي للصورة من مواد لفظية وموسيقى.⁶

¹ يوسف مرزوق ، فن الكتابة للإذاعة والتلفزيون ، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية ، ، 1988، ص219-220.

² نقلا عن ، سعد مطشر، المضامين والأشكال الفنية للبرامج التلفزيونية في تلفزيون العراق والتلفزيون العربي السوري،دراسة مقارنة، اطروحة دكتوراه غير منشورة،جامعة بغداد، كلية الإعلام، 2005 ص 31

³ سعد مطشر،مصدر سابق ، ص 31

⁴ يوسف مرزوق ، فن الكتابة للإذاعة والتلفزيون ، مصدر سابق ، ص216

⁵ فلاح كاظم المحنة ، البرامج الإذاعية والتلفزيونية ، مصدر سابق ، ص 168 .

⁶ عبد العزيز الغنم، مدخل في علم الصحافة، الجزء الثاني، القاهرة ، مكتبة الانجلو المصرية ، 1983 ، ص11

- ومن الوثائق الدولية المهمة المقترحة لتصنيف البرامج ما قدمتها مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الفرنسية وعرضت على هيئة خبراء اليونسكو¹ ويرى الفرنسيون فيها أنّ البرامج يجب تقسيمها بحسب خمسة معايير منها:
- 1- معيار الوظيفة : بمعنى أن البرنامج يتميز في ضوء أهدافه وعليه تقسم البرامج الى برامج إعلامية وبرامج تربوية وبرامج ثقافية وبرامج تسلية وبرامج دينية وفلسفية ودعاية تشمل الإعلانات التجارية وبرامج اخرى غير محددة بقالب معين .
 - 2 - معيار الشكل : بمعنى إن يحدد البرنامج من شكله الخارجي او قلبه الفني ، وعليه فهناك برامج موسيقية، وبرامج درامية ، وبرامج عرض الوقائع والاحداث وشرحها، وبرامج تبادل الآراء ، وبرامج المنوعات .
 - 3 - معيار اللغة التي يقدم بها البرنامج : ان لكل برنامج لغة تميزه كالعامية او الفصحى او المشتركة او لغات الأقليات القومية او البرامج الموجهة الى شعوب اخرى .
 - 4 - معيار اصل البرنامج او الجهة المنتجة له : إن لكل برنامج جهة انتاج قد تكون محلية او اجنبية او مشتركة او مستوردة او عن طريق التبادل .
 - 5 - معيار فن البث : والمقصود به الطريقة الفنية التي عن طريقها تقدم الرسالة التلفزيونية.

وعلى هذا الأساس قسمت مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الفرنسية فئات البرامج التلفزيونية الى ما يأتي : (دراما ومسلسلات ، أفلام تجارية، ترفيهية، فنون وموسيقى، وقضاء أوقات الفراغ ، وثائق، أدب، ديانات، علوم ، صحة، تاريخ، أعلام، شباب، برامج تعليمية ومهنية، برامج ربط ، إعلانات ودعاية، تربية وثقافة)²

اخيراً لابد للباحث من القول انه يتفق مع ما اقترحه مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الفرنسية ومع ما اقترحه السيد سعد مطشر في اطروحته الموسومة - المضامين و الأشكال الفنية للبرامج التلفزيونية في تلفزيون العراق والتلفزيون العربي السوري - حيث قسم البرامج على المنوال الآتي والذي يتفق بدرجة كبيرة مع ما يصبو اليه بحثنا هذا ، وهو :

- 1- قوالب كاملة النص (full script format) : وهي البرامج التي يعدها الكتاب خصيصاً للتلفزيون مثل : التمثيليات التلفزيونية والمسلسلات ومعنى هذا إن البرنامج يعتمد على قصة كاملة وكل عناصرها معروفة لكاتب النص ويكون النص التلفزيوني هنا بمثابة إعادة صياغة لقصة في قالب تلفزيوني .
- 2- قوالب شبه كاملة النص (semi script format) : وهذا النوع يعتمد أساساً على مقدم البرنامج وحضوره المميز على الشاشة ولباقتة وذكائه ويعدّ من الأنواع البسيطة الإنتاج والمهمة في مد التلفزيون ببرامج ناجحة، وتسمى أحياناً بـ(القالب الوصفي) وتقسّم الى :

¹ نقلا عن ، سعد مطشر، مصدر سابق، ص31

² نواف عدوان "نحو تصنيف عربي موحد للبرامج التلفزيونية" مجلة بحوث ، بغداد ، المركز العربي لبحوث المستمعين والمشاهدين ، العدد 4 ، شباط ، 1981 ،

أ - قوالب المقابلة : وهي من البرامج الإذاعية والتلفزيونية الناجحة وتعتمد أساساً على شخصية المقدم والضيف وموضوع الحوار وطريقة الأسئلة والأجوبة وما يتخلل المقابلة من أحاديث وحوارات عفوية وتهم المشاهد وتشدهم إليها.

ب - قالب الفلم ومقدم البرنامج : ويعتمد هذا النوع على المادة العلمية المصورة ثم المقدم الذي يكون حلقة ربط ما بين اللقطات المصورة والمشاهد .

ج - قالب المجلة التلفزيونية : ويقتصر دور المذيع او المقدم في هذا النوع من القوالب التلفزيونية على عرض الصفحات المرئية وربطها .

د - قالب المحكمة التلفزيونية : والمقصود به البرامج التي تتصدى الى طرح قضايا الجمهور على المسؤولين والجهات المختصة عن طريق الاستضافة او المكالمة الهاتفية .

هـ - قالب المنوعات : وعن طريقه يتحقق جانب من الترفيه والإمتاع الفني للجمهور ويشمل الأغنية والمسهد التمثيلي او المسرحي او تلبية طلبات المشاهدين .

و- قالب المسابقات : ويقوم باستضافة الجمهور وإقامة المسابقات الطريفة وتوجيه الأسئلة إليهم وتقديم الجوائز للمتسابقين .

وخلاصة القول : إن القوالب (شبه كاملة النص) لا تعبر بشكل واضح وصريح عن وجهة نظر ما وإنما هي عملية طرح لمشكلة في الحياة العامة او موضوع جماهيري فهي لا تحتاج الى مؤلف بينما على العكس من ذلك في القوالب او البرامج (كاملة النص) التي لها مؤلفوها¹.

¹ دويديار الطاهر , قوالب البرنامج التلفزيوني , مجلة الفن الإذاعي , القاهرة، معهد الاذاعة والتلفزيون , العدد ، 69 ، سنة 1975 , ص61 .

المبحث الثاني:

البرامج الحوارية في التلفزيون

توطئة :

فيما سبق من صفحات هذا الفصل تطرق الباحث الى تصنيف البرامج بحسب المعايير الوظيفية و الشكلية، و وجد أن التصنيف الشكلي يتضمن نوعا من البرامج يسمى بالبرامج الحوارية او المناقشات .وكذلك وجد اهتماما خاصا في التصنيف الوظيفي، ببرامج التوعية والتثقيف والأخبار وكذلك الترفيه والتسلية، في الوقت الذي لم يبق لديه شك فيه ان الحوار يؤدي دورا اساسيا ويحتل مساحة شاسعة ومركزية في كل تلك البرامج والمسميات التي تقع تحت العناوين الرئيسية لكلا التصنيفين، الوظيفي والشكلي. وكنا قد توصلنا في نهاية الفصل الثاني، الى نتيجة مفادها ان الحوار ك، فن، من الفنون الإذاعية يدخل وبلا منازع في تشكيلة وتكوين كل اشكال البرامج التلفزيونية وقولها و اصبح عنصرا مركزيا من عناصر كل الفنون الإذاعية ولا يمكن الاستغناء عنه.

ومن بين انواع واشكال متعددة من البرامج التلفزيونية تعد برامج الحوار او المقابلات التلفزيونية اي ما يسمى بـ (THE INTERVIEW) التي "اصبحت من أهم فنون الإعلام المستخدمة في نقل احداث الساعة"¹ من البرامج الشائعة والمنتشرة بصورة واسعة في محطات التلفزيون المحلية والعالمية و من خلالها حقق الحوار في التلفزيون نجاحا وشعبية واسعة وتقدما كبيرا مقارنة بالحوار أو الحديث الصحفي والإذاعي الموسوع وذلك لتوفر خاصية اساسية جوهرية فيه الا وهي الإدراك البصري "فمصدر المعلومات عند الجمهور هو التلفزيون لا الحوار الصوتي فحسب، بل الإيقاع والأداء والتلوين العاطفي وكذلك اشارات المتحدث وحركاته الصامتة"²

ولابد من الإشارة هنا الى الدور الكبير للصورة وما تصاحبها من كلمة في " تعزيز الاتجاهات بأشياء مادية ملموسة مصورة تتشابه مع الواقع وتتطابق معه فتكتمل جوانب البرنامج التلفزيوني ويكتمل امتزاج جزيناته ليخاطب العقل والفكر والإحساس والحواس جملة واحدة فتؤثر بطريقة خاصة في شرح مواقف أو الدفاع عن مواقف أخرى بصرف النظر عن وجود المصدقية والموضوعية أو غيابها."³

وتعد الصورة من أهم الخصائص التي تفرد بها التلفزيون على سائر وسائل الإعلام، وأهم ما يميز التلفزيون هو "اعتماده على حاسة البصر إلى جانب حاسة السمع فعن طريق حاسة البصر يكتسب الإنسان ثمانية أعشار

¹ نسيم الخوري، فنون الإعلام والطاقة الاتصالية ، بيروت، دار المنهل، 2005، ص 149

² محسن جلوب جبر، فن الحوار في برامج القنوات الفضائية العربية، مصدر سابق ص136

³ نسمة البطريق " المضمون التلفزيوني بين أخبارية الكلمة وإيحاء الصورة " مجلة الإذاعات العربية ، تونس، العدد 4 ، 2003 ص 10

معلوماته، ويزداد استيعاب المرء للمعلومات بنسبة (35%) عند استخدام الصورة والصوت في وقت واحد، كما تطول مدة الاحتفاظ بهذه المعلومات عندئذ بنسبة (55%)¹.

والباحث تحقيقاً للهدف المحدد لرسالته سيركز مجهوده العلمي على فن الحوار في البرامج الحوارية دون الخوض في تفاصيل الحوار المستخدم في الفنون الإذاعية الأخرى لأنها هي التي تمكننا أكثر من غيرها من سبر أغوار فن الحوار وعناصره واساليبه و مضامينه وأشكاله وطرق اعداده وتقديمه ومعوقاته الخ.. تاركا دراسة توظيف فن الحوار في اشكال البرامج التلفزيونية الأخرى و التي اشرنا اليها سابقا، الى باحثين آخرين .

مفهوم البرنامج الحوارى :

" يعتبر البرنامج الحوارى من البرامج غير كاملة النص، حيث ان للمذيع او مقدم البرنامج هامش الحرية في حذف او اضافة فقرات من او الى النص المعد له مسبقا ولكن في حدود الإطار العام والخطوط العريضة المرسومة للبرنامج.²"

وبالعودة الى المعيار الشكلي المقترح من قبل مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الفرنسية والتصنيف المقترح من قبل الباحث سعد مطشر، والذين عرضناهما سابقا، نجد قالبين مهمين يسمي احدهما قالب المقابلات والآخر قالب المحكمة التلفزيونية التي يرى الباحث ان المقصود بها هو برامج المناقشات والندوات ، فيقتبس الباحث من المعيار الشكلي الفرنسي و اطروحة الأستاذ مطشر و يفصل في بحثهما ويزيد عليهما قالباً اخر هو قالب برامج الـ (Talk Show - توك شو) وهي قوالب أو فورمات تقع ضمن الإطار العام للبرامج الحوارية في التلفزيون. وفي ضوء كل ما ذكر سابقا عن البرامج الحوارية فإن الباحث وخدمة لهدفه في دراسة البرامج الحوارية يقترح التعريف الإجرائي الآتي للعمل في ضوءه وهو:

- البرنامج الحوارى التلفزيونى هو برنامج غير مكتمل النص له هدف و فريق عمل و ميزانية واسم و شخصية مستقلة ومحددة يقدم يوميا او اسبوعيا او عند الضرورة ؛ وفي هذه الحالة يسمى لقاء خاص، ويحاور فيه المذيع المقدم، ضيفه او ضيوفه المتواجدين معه داخل الإستوديو او خارجه، حول قضية او موضوع أو وجهات نظر أو شخصية، سواء كانت محلية ام وطنية أم عالمية، ويطرح عليهم أسئلة ، بعضها معدة مسبقا واخرى تصاغ اثناء الحوار، محاولا جهده الحصول على اجوبة كافية واضحة خدمة للجمهور المستهدف و تطبيقا للخطة المرسومة له

¹ فوزية فهيم، التلفزيون فن، سلسلة اقرأ، العدد 465، القاهرة، دار المعارف، 1981، ص21

² ريهام سامى حسين يوسف، دور البرامج الحوارية في القنوات احكومية والخاصة، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2008 ص 73

من قبل إدارة المحطة التي يعمل لديها، ويشترط ان يخصص وقت البرنامج بالكامل لموضوع الحوار مع الضيوف والمشاركين من المشاهدين أو الجمهور إن وجدوا - .

أهم قوالب البرامج الحوارية

اولا : برامج المقابلات التلفزيونية :

يعرف قاموس وبستر المقابلة التلفزيونية The Television Interview بأنه " جلسة نقاش وحوار للحصول على معلومات من شخص معين من خلال سؤاله"¹. أما الموسوعة البريطانية فقد عرّفته على أنه: "أحد الأشكال التعبيرية في التلفزيون ويستخدم لإخبار المجتمع عن حقيقة وجوهر الأحداث والظواهر والتطورات التي تهم شرائح اجتماعية واسعة، وعن طريقه يحصل الجمهور على معلومات آنية ومتنوعة و تحليل اعمق لحدث أو ظاهرة ما"²

وتعد المقابلة التلفزيونية " محادثة ذات هدف يجريها القائم بالحوار " وهي " لقاء هادف بين المذيع والضيف حول موضوع معين يهم الجمهور المستهدف، ويقوم هذا اللقاء على التفاعل المتبادل مما يعني ان الأمر لا يقتصر على مجرد توجيه أسئلة والحصول على الإجابة وانما يشمل كل ادوات التواصل بين المذيع والضيف، سواء كانت هذه الأدوات لفظية او غير لفظية ."³

و يعرفها البعض بانها: " تفاعل لفظي بين فردين في موقف مواجهة بحيث يحاول شخص منهما أن يستثير بعض المعلومات أو التغييرات عند الآخر والتي تدور حول خبراته وآرائه ومعتقداته"⁴ و " يلتقي فيه مذيع مع شخص ليجري معه حوارا حول موضوع من الموضوعات التي تهم المستمعين او المشاهدين، فيقوم بتوجيه الأسئلة التي تتصل بهذا الموضوع ويتلقى الإجابة عليها "⁵

وقد أصبحت المقابلة الجزء المهم الذي لاغنى عنه في معظم البرامج المقدمة في التلفزيون ومنها الوثائقية. ولذلك فهي تحتل موقعا مهماً في أجهزة الإتصال الجماهيري وتتبوأ مكانة ممتازة في الإنتاج التلفزيوني ولاسيما إذا ما عرفنا أن الشخصيات المختارة في هذه المقابلة قد تم اختيارها بشكل جيد حيث تستطيع أن تقدم إجاباتها بطريقة

¹ Webster's Desk Dictionary of the English Language, New York, Portland House, 1990, P.478

² The Television Interview, New Encyclopedia Britanica، CD 2003.

³ بركات عبد العزيز، اتجاهات حديثة في إنتاج البرامج الأذاعية، اصول الاحتراف ومهارات التطبيق، القاهرة، دار الكتاب الحديث، 2000 ص 111 و112 .

⁴ محمد بهجت كشك : الاتصال ووسائله في الخدمة الإجتماعية ، الطبعة الثالثة ، الإسكندرية ، المكتب الجامعي الحديث ، 1985 ، ص 64 .

⁵ كرم شلبي، المذيع وفن تقديم البرامج في الراديو والتلفزيون،بيروت، دار ومكتبة الهلال، 2008 ص 243

تبدو موثوقة ومنطقية و يمكن أن تكون " هذه الشخصية قادرة على تقديم نموذج المعرفة المباشرة للجمهور، فهي تقدم معلومات مباشرة إليهم " 1 .

ان انتشار شكل الحوار في برامج التلفزيون " يعود الى خصائص و مميزات له، منها انه يشبع رغبة الجماهير وميلهم الى الأستماع الى صوت ضيوف الحوار ومشاهدتهم،ومنها انه شكل يمتاز بالحيوية والتشويق والإثارة، و يمتاز بالإقناع والمصادقية في الحوارات التي تستضيف متخصصين يفضون بمعارفهم و آرائهم." 2 فعن طريق الحوار يمكن استنباط معلومات من الواقع "تسهم في تقديم خدمة عامة للجمهور سواء من أشخاص مشهورين أم غير مشهورين فهي تحقق هدف تقديم المعلومات... وتتسم المقابلة بشيء من التلقائية لان الناس تحب أن ترى مثل هذه الشخصية على طبيعتها وكما تتعامل عادة مع العامة في الحياة اليومية" 3 اذن فهي تتسم بالحيوية و الجاذبية. والمقابلة التلفزيونية تقوم أساساً على الحوار الحي والمباشر والمتطور الذي يجريه صحفي مقتدر مع شخصية بارزة مسؤولة أو خبيرة . قد يصفها البعض بأنها: السهل الممتنع، بمعنى انها قد تبدو مسألة سهلة في حين انها في حقيقة الأمر من أصعب الأنواع الصحفية . وتختلف المقابلة التلفزيونية عن الإتصال العادي لكونها تنطلق من هدف محدد تسعى لتحقيقه و ترسم مسار التأثير ضمن اتجاه معين .

ان المقابلة التلفزيونية لا تجرى بمعزل عن الزمان و المكان وانما تجرى في وقت محدد ووسط أحداث وتطورات معينة وبدافع من اهتمامات معينة وإشباعاً لحاجات إعلامية معينة . ولا بد ان ترتبط بأحدى قيم المعرفة والاطلاع والعلم ، ويشكل الحوار السمة المميزة للمقابلة التلفزيونية، ولكن هذا لا يعني ان كل حوار يمكن أن يكون مقابلة تلفزيونية، إذ يشترط في المقابلة التلفزيونية أن يكون في مقدورها توضيح حقيقة ما . وهذا يعتمد بالدرجة الأساس على قوة شخصيتي المقدم وضيغه وحضورهماالفاعل. وتؤكد الدراسات "أن المشاهد يتأثر أولاً بقوة حضور الشخصية وبأسلوبها في النقاش وبمنهجها في التحليل أكثر مما يتأثر بالأفكار المجردة" 4

خصائص المقابلة التلفزيونية :

لا بد من توفر العديد من الخصائص ليستحق الإتصال الحوارى ان يسمى مقابلة تلفزيونية (Interview) وليس محادثة شخصية (Conversation) فالأخيرة شبيهة بالمقابلة من الناحية الشكلية الى حد ما ولكنها لا ترقى الى مستوى الحوار والمقابلة التلفزيونية لأنها لا هدف مسبق من ورائها ولا شروط علمية وتكنيكية لتنفيذها وهي تعتمد اساسا على المزاج و الرغبة الشخصية للطرفين و القائم بالإتصال فيها غير محايد بل يعبر عن وجهة نظره

1 جون كورنل : التلفزيون والمجتمع ، ترجمة : أديب خضور ، دمشق، المكتبة الإعلامية ، 1999 ، ص144

2 عبدالوهاب قناية " المذيع المحاور" مصدر سابق ، ص25

3 حسن عماد مكاي : إنتاج البرامج للراديو ، القاهرة، مكتبة الانجلو المصرية ، 1989 ، ص247

4 نقلا عن : رافي حمدي محمد الحديثي، واقع البرامج الحوارية في قناة العراقية الفضائية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة بغداد 2005

الشخصية او الفئوية بعكس ما هو مطلوب من القائم بالإتصال (المذيع) من حيادية وعدم الأنجرار وراء رغباته أو آرائه الشخصية.

وبإمكان الباحث تشخيص أهم خصائص المقابلة التلفزيونية التي استخلصها من التعريفات العديدة المشار إليها سابقا وهي :

1- المقابلة التلفزيونية لا بد ان تكون غير كاملة النص . اي يجب ان لاتكون مرسومة الحدود والتفاصيل بدقة وبصورة حدية ونهائية . بل يترك للمذيع المقدم هامش حرية التصرف في تقديم بعض من الأسئلة المعدة مسبقا او تأخير او اضافة او أهماله، وكل ذلك اعتمادا على ذخيرته وخلفيته الثقافية و في ضوء المستجدات وكل ما يطرأ خلال المقابلة من حالات متوقعة او غير متوقعة .

2 - المقابلة التلفزيونية تمتاز عن غيرها من الأشكال والفورمات بانها تبنى أساسا على عمليتي طرح الأسئلة و تلقي الأجوبة وخلق حوار خلاق من خلالهما، انن فلا مفر من التحوار ما بين المقدم و الضيف، والتحوار يستوجب التفاعل و التواصل اللفظي وغير اللفظي ما بين طرفي الحوار و كذلك الأستماع الجيد بجانب التحدث اللبق و الأستجابة الفورية والأستدراك وطلب التوضيح والتأكيد وليس طرح الأسئلة فحسب ومن ثم انتظار الأجوبة او الردود بعيدا عن التفاعل والتعايش مع الموضوع ومع الموقف .

3- لا بد من وجود طرفين اساسيين لبناء الحوار فيما بينهما، المذيع المقدم و الضيف او الضيوف و الا فلن يكون هناك حوار حقيقي بل في احسن الأحوال سيتحول البرنامج الى قالب الحديث التلفزيوني الذي يتحدث فيه مقدم البرنامج للمشاهدين ويرد على اسئلتهم المباشرة او التي وصلت اليه بريديا ، سواء أكان مذيعا صحفيا او شخصا متخصصا، طبيبا كان او قانونيا، او باحثا اجتماعيا .

4 - المقابلة التلفزيونية لا بد لها من موضوع و محاور و هدف او اهداف محددة مسبقا و يجب ان يكون كل ذلك واضحا للمشاهدين من خلال هوية البرنامج كأن يكون الهدف : تسلية وامتاعا أو توعية وارشادا او تثقيفا او ربما هدفين من هذه الأهداف تجانسا .. أما المحاور العبثية التي لا موضوع اساسي لها و لا تهدف الى شئ محدد أو تخلط ما بين الأهداف خلطا لا منطقيا، فهي لا ترقى الى المستوى الذي نستطيع فيه تسميتها بالمقابلة التلفزيونية .

تصنيفات المقابلة التلفزيونية :

لقد تم تصنيف المقابلات التلفزيونية وفقا لعدة معايير و أهمها هي :¹

اولا - وفقا لمعيار الهدف . ويندرج تحت هذا الصنف الآتي:

1- مقابلات المعلومات (Information Interview)

¹ محمد معوض وبركات عبد العزيز، إنتاج البرامج الإذاعية والتلفزيونية، الكويت، ذات السلاسل، 1998 ص242

وهي التي تهدف الى تزويد المشاهد بمعلومات عن موضوع او قضية ما لأهميتها السياسية او الإقتصادية أو الإجتماعية او الصحية او الثقافية الخ... ويمكن تقديم هذه الموضوعات من خلال الحديث التلفزيوني المباشر ومع ذلك فإن محطات التلفزيون تلجأ الى تقديمها في قالب مقابلة وحوار تلفزيوني مابين المذيع والضيف او الضيوف المتخصصين في الموضوع، لضمان المزيد من الشرح و الحيوية والتشويق لأن الحوار وكما اشرنا سابقا له ميزة التلقائية ولغته تتمتع أكثر بالجاذبية والبساطة وقرية الى فهم المشاهد.

2 - مقابلات الرأي (Opinion Interview):

وهي التي تهدف الى عرض وجهات نظر وآراء مختلفة او مكملة لبعضها البعض حول قضية او مسألة معينة تهم شريحة واسعة من المشاهدين وهي تمتاز بانها لا تكتفي بجمع المعلومات وعرضها بل تسعى الى التعرف على كيفية تفكير الناس في قضايا عامة وذلك من اجل تنوير المشاهدين بتلك الأفكار و وضعهم في داخل المشهد ليتمكنوا من اتخاذ المواقف على ضوء الأفكار التي تطرح والمعلومات التي يحصلون عليها من خلال هذه المقابلات . وقد يكون ضيف مقابلات الرأي استاذًا او فنانًا او محللًا سياسيًا او مفكرًا معروفًا، او حتى ربما مواطنا عاديا بسيطًا. اي انه "لا توجد مواصفات معينة لضيف هذا النوع من الحوار، فكل من له وجهة نظر في الموضوع المثار، يصلح ان يكن ضيفا لهذا النوع من برامج المقابلات ."¹

3 - مقابلات الشخصية- (Personality Interview):²

وهي المقابلة التي تهدف الى تسليط الضوء على جوانب غير مكشوفة من حياة و تجارب شخصية مشهورة او غير مشهورة طالما توفر فيها عنصر التشويق والأهمية بالنسبة لشريحة من المشاهدين . وتسعى هذه المقابلات الى خلق جو من المودة والتعارف للجمهور المتطلع الى معرفة المزيد عن حياة الشخصيات المشهورة وتجاربها المؤثرة في الحياة العامة او ربما تعريفهم بشخصيات مؤثرة جديدة لم يسمعوا بها من قبل .

ويرى الباحث ان يسجل هنا ملحوظة مهمة وهي أنه ليس شرطًا ان تحصر المقابلات التلفزيونية غايتها في هدف واحد فقط، فقد يكون لها أكثر من هدف من الأهداف التي ذكرت سابقًا، فهناك العديد من المقابلات التلفزيونية التي تجمع مابين اعطاء المعلومة و عرض الآراء الشخصية او ربما حتى التجارب الحياتية لشخصية ما . اي ان هذا التقسيم ليس بالضرورة تقسيما قطعيا بل هو تقسيم نظري على سبيل البحث والدراسة فقط .

ثانيا - وفقا لمعيار اسلوب التقديم.³ ويندرج ضمن هذا الصنف الآتي :

1- المقابلة المسجلة

2- المقابلة الحية (على الهواء مباشرة)

¹ كرم شلبي، المذيع وفن تقديم البرامج في الراديو والتلفزيون، مصدر سابق، ص 246

² محمد معوض وبركات عبد العزيز، مصدر سابق ص 242

³ محمد معوض وبركات عبد العزيز، مصدر سابق، ص 243

3- المقابلة المستقلة: التي ستكون برنامجا كاملا مستقلا.

4- المقابلة التابعة: التي تكون جزءا او فقرة من برنامج وثائقي او خبري او منوع.

ثالثا- وفقا لمعيار الموقع:

1- مقابلات داخل الإستوديو، بمعنى ان يتواجد المذيع في داخل الإستوديو ومن الممكن ان يكون الضيف/ الضيوف معه في الإستوديو نفسه وهنا يستوجب من المذيع التواصل المستمر عن طريق النظر والإنصات الجيد، او ربما يكون الضيف في داخل استوديو آخر أو قد يكون الضيف / الضيوف في اي مكان آخر: مكان عمل، فندق، او حتى في بيوتهم مثلا ، وفي هذه الحالات الأخيرة سيكون الإتصال أما عن طريق الربط التلفزيوني، صوت وصورة، أو فقط عبر التلفون ، صوتيا .

2- مقابلات خارج الإستوديو: وهي المقابلات التي تستوجب خروج فريق العمل الى خارج الإستوديو لمقابلة الناس في الشارع او في أماكن عملهم، او مقابلة المتخصصين والمسؤولين في مكاتبهم أو منازلهم. وهذا الأسلوب يمنح الضيف فرصة اكبر للتخلص من رهبة اجواء الإستوديو وبالتالي سيتمتع بقدرة تعبير اكبر. ولكن من سلبيات هذا الأسلوب وعيوبه هو عدم ضمان القدرة على التحكم في اجواء الإتصال من ناحية الضوضاء والإنارة والمفاجآت، لا من جانب المذيع ولا من جانب فريق العمل.

رابعا - وفقا لمعيار الموضوع: 1

1- المقابلة البسيطة Simple Interview ، وهي التي تدور الأسئلة والأجوبة فيها حول موضوع واحد محدود وغير معقد وعادة ما تكون مدتها قصيرة .

2 - المقابلة المركبة Complex Interview ، وهي التي تتناول موضوعات مختلفة أو مترابطة و ذات علاقة، من عدة جوانب و تحتاج الى مدة اطول من سابقتها.

خامسا- وفقا لمعيار الإعداد المسبق:

1- المقابلات الطارئة التي تتم من غير اعداد مسبق والإعتماد كليا سيكون على قدرة المذيع ومهارته وخلفيته الثقافية والعلمية.

¹ محمد معوض وبركات عبد العزيز ، المصدر نفسه، ص 243

2- المقابلات المعدة و المدروسة مسبقا من قبل معد البرنامج او فريق الإعداد و ربما بالمشاركة مع المذيع .
والإعداد يتضمن تحديد الموضوع والهدف و الخطوط العريضة ونوع الأسئلة والوقت والمكان و الضيوف وبقية
مستلزمات البرنامج الحوارى .

سادسا- وفقا لعدد الضيوف والمشاركين :¹

- 1- الحوار المنفرد او الفردي ، وهو الحوار الذي ينفرد فيه مقدم البرنامج بالضيف الوحيد طارحا عليه الأسئلة
ومحاورا اياه في موضوع او مواضيع محددة .
- 2 - الحوار الثنائى ، وهو حوار مابين المذيع واثنين من الضيوف او ما يسميه البعض بالثلاثي على اساس انه حوار
مابين الثلاثة المشاركين (المذيع و الضيفين) . وعادة مايكون للضيفين آراء مختلفة حول موضوع الحوار أو ربما
مكلمة و متممة لبعضها .
- 3 - المقابلة الدائرية، وهي عدة مقابلات تتم في موقف واحد وبصورة يغلب عليها الطابع التلقائى ويطلق عليها
المقابلة الجماعية.² بينما يطلق عليها آخرون تسمية المقابلة او الحوار الجماهيرى وهو ما يعرف فنيا ببرامج الـ (
Talk Show توك شو) وتمتاز بنجومية المذيع المقتدر والمتمكن من مواجهة ضيوفه والجمهور الحاضر في
الاستوديو للتسجيل، والمشاهدين من خلال الشاشة.³

اشكال المقابلة التلفزيونية :

للمقابلة التلفزيونية اشكال فنية عديدة من أهمها:

- 1 - المقابلة المتعلقة بالواقع وعادة ما نجدها في الصحافة التلفزيونية والتقارير الخبرية وهي قصيرة جدا (لا تتجاوز
الدقيقتين كحد اقصى) ويطلق عليها البعض "المقابلة الاخبارية"⁴ ... وكثيرا ما تتعرض الى عملية المونتاج و
التقاط الجملة او العبارة المختصرة المطلوبة من مجمل حديث الضيف.
- 2 - المقابلة السردية والتي تجرى مع اشخاص ذوي علاقة بقضية او موضوع فلم وثائقي ما، ويتم تنسيق لقطات
الفيديو التسجيلية مع مقاطع من المقابلة وتعرض على الشاشة معا لتدعيم المصدقية أو من اجل توثيق العلاقة ما بين
الحاضر والماضي من خلال حديث الشهود.

¹ وجدي الحكيم " فن الحوار الأذاعي والتلفزيوني"مصدر سابق ، ص 8 - 14

² محمد معوض ابراهيم وبركات عبد العزيز، مصدر سابق/ ص 243

³ وجدي الحكيم ، مصدر سابق ، ص 9

⁴ كرم شلبي ، المذيع وفن تقديم البرامج فى الراديو والتلفزيون، مصدر سابق، ص 244

3 - المقابلة الأستعراضية والتي تستغرق وقت البرنامج كله او تتوزع على عدة فقرات من البرنامج الذي قد تصل مدته من 15 الى 90 دقيقة.

مقارنة المقابلات الصحفية بالإذاعية والتلفزيونية:

على الرغم من ان المقابلات في كل انواع وسائل الإعلام تشترك في عدة عناصر اساسية مهمة كوجود قائم بالإتصال و شخص متصل به و وجود مجموعة من الأسئلة والأستفسارات والمدخلات في مابينهما من اجل الوصول الى غاية المقابلة، الا ان المقابلة الإذاعية المسموعة غير المقابلة الإذاعية المرئية، و كما هي غير المقابلة الصحفية، فكل وسيلة من وسائل الإتصال لها طبيعتها ولها خواصها ولها جمهورها، ومن ثم تختلف أساليب إعداد المقابلة وتنفيذها وفقاً لهذه المعايير بين وسيلة واخرى.

إن الاسلوب المعتاد لإجراء المقابلة الصحفية غير مستحب وغير مناسب للراديو والتلفزيون. ان الصحافة المقروءة او المطبوعة تعتمد اساسا على رواية وسرد ماجرى او توقع ما سيجري. في حين لدى الراديو والتلفزيون الأمكانية والقدرة على تجاوز قالب الرواية او السرد لما جرى، الى النقل المباشر لما يجري و ما يقال. فهاتان الوسيلتان تكتسبان جاذبيتهما من الحيوية والحركة سواء في الصوت او في الصورة او في كليهما. بينما "الاسلوب المتبع في الصحافة المقروءة، مقارنة بالراديو والتلفزيون، يكتنفه نوع من الجمود".¹

- ومن خلال الراديو يتمكن المستمع من الاستماع المباشر الى المذيع الضيف او الضيوف، وسماع أصواتهم المنفصلة أو المنضبطة، ونبراتهم الحادة أو الهادئة. واذا كانت تُنقل مباشرة، فالمستمعون هنا يسمعون الأسئلة والاجوبة ولا مجال للتعديل أو التجميل أو الإضافة أو الحذف وان كانت تسجل لتذاع في وقت آخر، يمكن للصحفي إجراء تعديلات مونتاجية محددة، ان هذا بالضبط يقف خلف أهمية الاعداد الدقيق من المقابل عندما يريد إجراء المقابلة عبر الراديو. ولاسيما إذا كانت تبث مباشرة. أما التلفزيون فانه لا يُمكن الجماهير من الاستماع وحسب، بل يمكنهم من رؤية المذيع و الضيوف، وملاحظة ملامح وجوههم وحركات ايديهم، فضلاً عن سماع الاصوات كما هي بألوانها المختلفة.

- المقابلة الإذاعية والتلفزيونية تضع حواجز بين المذيع والضيف وهذه الحواجز تتمثل في عدة أشياء من اجهزة الإنارة وجو الإستوديو و اجهزة التسجيل والسيطرة والميكروفون و الكاميرات الثابتة والمتحركة، وكل ذلك له وقعته على الحالة النفسية للضيف ويشكل جزءاً كبيراً من سبب رهبته من جو المقابلة.

من الفوارق المهمة ايضاً أن المستمع و المشاهد يشعرا بأحاسيس وانطباعات المتحدث، أي أن انطباعات المتحدث تبدو كما هي طبيعية، ولهذا فإن وصف المتحدث أو انطباعاته كما تفعل الصحف ليس ضرورياً، لأن أول صدمة، وأول استجابة للسؤال في الصميم يلتقطه الميكروفون أو الكاميرا فوراً. 1

- باستثناء المؤتمر الصحفي واستطلاعات الرأي، فإن كافة أنواع المقابلات الصحفية الأخرى عبر الراديو والتلفزيون تسمح بادخال عنصر جديد ومهم اليها وهذا ما لا يتسنى للصحيفة. وذلك هو إشراك المستمعين أو المشاهدين فيها من خلال تخصيص و اعلان رقم هاتف محدد يستطيعون من خلاله المداخلة وطرح أسئلتهم واستفساراتهم مباشرة، بل وحتى عرض آرائهم باختصار، هذا العنصر الثمين يزيد كثيراً من حيوية مسيرة المقابلة والحوار، ويضفي عليهما طابعاً جذاباً وممتعاً ومفيداً.

- تقدم الإذاعة والتلفزيون الفورية من حيث الوصول الى مكان الحدث، في حين تقدم الصحافة المكتوبة الانطباعات واستعراضاً لما يقوله المصدر المتحدث.

- أما من حيث المحتوى، فإن الإذاعة والتلفزيون تحسب حساباتهما على اساس الزمن و تضغط المادة المذاعة وفقاً لهذا العنصر، في حين تضغط الصحافة، مادة الحديث الصحفي وفقاً لمعايير المساحة من جهة و تتوسع في القصة الصحفية من جهة اخرى ، وذلك تمشياً مع قاعدة ان الإذاعة والتلفزيون تقدمان المعلومة وتتركزان الإيضاح والشرح التفصيلي للصحيفة.

- يُعدّ تقديم المقابلة في الإذاعة أيسر بكثير من تقديمها في التلفزيون، فالمتحدث في الإذاعة الصوتية يعتمد على نبرات صوته والقائه دون الاعتماد على صورته. بينما في التلفزيون ينبغي على المتحدث ان يعتمد على صورته وهيأته ولاسيما ملامح وجهه و الزي الذي يلبسه مثلاً. فضلاً عن نبرة صوته، و يجب ان تكون له شخصية جذابة أو على الأقل شخصية مألوفة لدى الجمهور المشاهد، حتى يتمكن المشاهدون من مواصلة البقاء أمام أجهزة التلفزيون.

- يختلف تقديم المقابلة في الإذاعة عنه في التلفزيون فالمتحدث ليس مطالباً بما هو مطالب به في التلفزيون من السيطرة على حركاته ونظراته... ومن أسوأ الصور التي تظهر على الشاشة منظر المتحدث وهو يحرك يديه أو جسمه بطريقة تجعل المشاهدين ينصرفون عن رؤيته.

- تتضمن المقابلة الإذاعية نغمات صوتية معينة مثل المقاطع الصوتية التي تسبق الجملة المفيدة والتي تفيد الأستدراك او المقاطعة وكذلك المهمة، وكل هذه المقاطع الصوتية تدخل في نطاق المقابلة الإذاعية والتلفزيونية، بينما لا وجود لهذا العنصر في المقابلة الصحفية في الجرائد والمجلات حيث لا تذكر هذه المقاطع. وإذاعة هذه

¹ ابراهيم وهبي، الخبر الإذاعي، القاهرة، دار الفكر العربي، 1985 ص 108 .

المقاطع الصوتية على الهواء إنما يعد من قبل التوضيح الفوري لردود الفعل الحقيقية التي تنعكس على المذيع أو الضيف الذي توجه إليه الأسئلة.

- ان التسجيل الإذاعي والتلفزيوني للمقابلة يعني إنك تعطي تقريراً كاملاً لما يقال بالنص وبالحرف، ولا يستطيع المصدر توجيه الاتهام الى الأذاعات او التلفزيونات بانها أساءت نقل كلماته وتعبيراته، إذ إن كل كلمة يقولها الضيف وكل حركاته وسكناته و تعبيرات وجهه مسجلة دون زيادة او نقصان .

ثانيا - برامج الندوات والمناقشات التلفزيونية:

وهي البرامج التي تعتمد اساسا على اجراء حوار شامل حول موضوع محدد ما بين المذيع وعدد من الضيوف الذين قد يختلفون في آرائهم او ربما يكمل بعضهم البعض من خلال تخصصات مختلفة. فبرامج الندوات هي التي "يتحاور فيها المذيع مع عدد من الضيوف من وجهات نظر متعددة ولكن دون اختلاف او صراع . في حين يكتنف الحوار في برامج المناقشات نوع من الصراع وتتسم باختلاف الآراء و وجهات النظر حول مسألة او موضوع ما"¹. وهذه النوعية من برامج الحوار تكتسب شعبية واسعة ما بين المشاهدين كونها تتسم بالجاذبية و الحيوية وربما الجراءة في طرح الآراء المختلفة، مما يشبع حاجة المشاهد للأطلاع و المعرفة أكثر من غيرها من البرامج.

بالإمكان تصنيف هذه النوعية من البرامج الحوارية بحسب معايير ثلاثة وهي :

1: معيار اسلوب التقديم والعرض و يتكون من :

أ - برامج حوارية حية تعرض مباشرة على الهواء.

ب - برامج حوارية مسجلة تتعرض الى عملية المونتاج.

2: معيار مكان التصوير والبث و يتكون من :

أ - برامج حوارية من داخل الإستوديو.

ب - برامج حوارية من خارج الإستوديو ايا كان موقع التصوير والبث.

3: معيار عدد ضيوف البرنامج و يتكون من:

أ - برامج الضيف الواحد، كما سيتضح لاحقا في ندوة الشخص الواحد.

ب - برامج ذات عدة ضيوف .

¹ محمد معوض ابراهيم وبركات عبد العزيز، مصدر سابق، ص 270

- وتتجسد هذه النوعية من البرامج الحوارية التلفزيونية في عدة اشكال فنية من أهمها: 1
- 1 - المائدة المستديرة (Round Table Discussion): يلتقي فيها مقدم البرنامج مع عدد من الضيوف حول مائدة مستديرة يتبادلون فيها الآراء بتلقائية وليس بالضرورة ان يتوصلوا الى حل لمشكلة ما او نتيجة محددة، بل يكفيهم ان يثيروا اهتمام الجمهور حيال قضية او مشكلة ما و تحفيزهم للتفكير فيها .
- 2 - المناظرة (Debate): وهي المناقشة الثنائية حول موضوع يمثله طرفان من الأطراف يحمل كل منهما رؤية ووجهة نظر مختلفة عن الآخر . وقد يلتقي الطرفان وجها لوجه مع المذيع داخل الإستوديو أو قد يكون كل منهما في بلده او مدينته، يتم ربطهما تكتيكيا باستوديو البث مباشرة ، وتتصادم فيها الآراء ويلجأ كل طرف الى استخدام كامل قدراته الأتقاعية ومهاراته في الحديث والرد والمناورة لتغليب وجهة نظره وتحطيم الطرف الآخر.. ويحتاج هذا الشكل من المناقشات الى مقدم لبق و ذكي جدا ليدير الحوار ويسيطر على أجواء النقاش.
- 3 - ندوة الضيف الواحد : يشترك في هذا الشكل من الندوات ضيف واحد يتم توجيه الأسئلة اليه بعد ان يقوم هو بتقديم عرض للموضوع المطروح للنقاش ثم يتولى الرد على الأسئلة وتدخل في هذا الشكل المؤتمرات الصحفية .

ثالثا- برامج الرأي الجماهيرية (Talk Show):

وهي التي تقوم اساسا على حوار مباشر يديره المذيع، مابين ضيوف متخصصين وقادة الرأي العام من جهة والجمهور من جهة اخرى بصورة تفاعلية تلقائية وهي التي تعنى بمشاكل وقضايا عامة خلال مدة زمنية معينة.² وتتنوع مضامين هذه النوعية من البرامج الحوارية وتتراوح ما بين حوارات جادة وترفيهية، متخصصة وعامة ، سياسية واجتماعية..

ولبرامج الرأي الجماهيرية، خصائص عديدة تميزها عن غيرها من البرامج الحوارية التلفزيونية وأهمها:³

- ان مقدم البرنامج هو نقطة الأنطلاق وهو المسؤول عن تدفق الآراء وهو نقطة الإتصال مابين استوديوالتلفزيون وجمهور المشاهدين في منازلهم او أماكن عملهم كما وهو نقطة الإتصال ومركز السيطرة مابين الضيوف المتخصصين والجمهور المتواجد داخل الإستوديو. ولهذا السبب فأن مقدم برامج التوك شو عادة ما يكون من الإعلاميين البارزين ذوي الشخصية القوية واصحاب الخبرة والمهارة والثقافة الواسعة.

¹ ريهام سامي حسين يوسف، دور البرامج الحوارية في القنوات الحكومية والخاصة..، مصدر سابق، ص 80

² جيلان محمد عبدالرزاق. مصدر سابق، ص 58

³ ريهام سامي حسين يوسف، مصدر سابق، ص 81

- المشاركة الحية والمباشرة للجمهور من داخل الاستوديو(يعد من أهم عناصر هذا النوع من البرامج الحوارية التلفزيونية لأنها تضيف في الوقت نفسه جوا من الإثارة داخل الإستوديو و جوا من الألفة للجمهور الذى يشاهد البرنامج من خلال الشاشة.

- عادة ما ترتبط هذه النوعية من البرامج الحوارية بالأحداث والقضايا الساخنة التي تكون محل اهتمام جمهور واسع من المشاهدين، فبالتالي تظهر عليها سمة الحالية والفورية الى حد كبير.

- ادى نجاح هذه النوعية من البرامج الحوارية في التلفزيونات المختلفة الى لفت انتباه المعلنين والتجار والمنتجين مما دفعهم الى تمويل ورعاية وتكفل مصاريف الكثير من هذه البرامج. ان العديد من برامج التوك شو تكون ممولة من قبل شركات اعلانية تجارية وخصوصا برامج Talk Show - التوك شو الخفيفة والترفيهية.

المبحث الثالث

عناصر البرامج الحوارية في التلفزيون

لابد ان نشير الى انه تقليديا تم التركيز على عناصر ثلاث فقط وهي :

- 1 - المذيع الذي يقوم بإلقاء الأسئلة وتوجيه دفة الحديث.
- 2 - الشخص المتحدث الذي يجيب على الأسئلة.
- 3 - المستمع والمشاهد الذي لا يستطيع التدخل في الحديث او القاء الأسئلة او طلب ايضاحات اضافية . ومن ثم فإن المذيع ينوب عن المستمع والمشاهد في اشباع فضوله.¹

ومن الواضح ان كلاما كهذا مهما كان وزنه العلمي في زمانه، فإنه لايمكن ان يفى بالغرض في عصرنا الحالي وذلك لأن المشهد قد تغير كليا و ظهرت عناصر جديدة وجوهرية في تكوين البرنامج الحوارى الإذاعى عموما والتلفزيونى خصوصا. وبصورة عامة نجد اليوم ان البرنامج الحوارى التلفزيونى عبارة عن تشابك عناصر عديدة وتفاعلها ولايمكن الاستغناء عن اى واحد منها إلا نادرا و تتبعاً لشكل البرنامج الحوارى وقالبه ، ومن بين أهم تلك العناصر تركز الأبحاث والدراسات على : المذيع ، الموضوع ، الأسئلة ، الضيف/الضيفوف،الأجوبة، لغة الحوار و الأسلوب،الجمهور المستهدف والمشارك.²

ويجد الباحث ضرورة ان يفصل ما بين العناصر الفنية و التقنية مثل : الأجهزة و الديكور والماكيناج و الإنارة والتصوير و اللوكيشن .. وبين العناصر الأنسانية اى المرتبطة بالأنسان مباشرة . وكذلك يرى انه من الضرورى التوضيح بان هذا المبحث سيتناول أهم وابرز تلك العناصر المتعلقة مباشرة بالأنسان اذ تساهم في انتاج الحوار التلفزيونى وتوجيهه وهي :

اولا - المذيع المحاور :

ان المذيع يعد أهم عنصر من عناصر البرنامج الحوارى كونه الكائن المرئى الوحيد من فريق البرنامج وهو الذى يتوجب عليه ان يتعامل مع بقية العناصر المكونة للبرنامج من موضوع وأسئلة ولغة وضيوف واجهزة و وقت ومكان وجمهور مشاهد، وان اية هفوة او خطأ او ضعف فى أدائه و تعامله سينعكس سلبا على العناصر الأخرى كافة و العكس صحيح ايضا ، اى ان التفوق فى الأداء والتعامل الصحيح والمحسوب مع بقية العناصر، سينعكس

¹ د. انيس فهمي " مقومات الحوار الإذاعى الناجح" مجلة الفن الإذاعى ، القاهرة ، معهد الأذاعة والتلفزيون، العدد 65، 1974، ص3
² أ. مصطفى عبدالوهاب " المذيع وفن تقديم البرامج الحوارية" مصدر سابق ، ص 30

ايجابا على مجمل البرنامج ويسهم في توصيل رسالته الى جمهوره المستهدف على خير وجه . وقد اشارت الدراسات التي اجرتها منظمة الأمم المتحدة للثقافة والعلوم : اليونسكو، الى ان " كفاءة اي نظام اتصالي تتوقف على كفاءة هؤلاء الذين يتولون تشغيله"¹ اي بعبارة اخرى ان اية عملية اتصال تستنبط نجاحها من كفاءة القائمين بها ، والقائم بالإتصال الأساسي هنا هو المذيع المحاور . وفي اللغة العربية جاءت كلمة المذيع تسمية لفعل يقوم به شخص ، اي هي " اسم الفاعل من اذاع اي نشر "² ومن بين أهم التعريفات السائدة لكلمة المذيع او المحاور (THE INTERVIEWER) تعريف معجم المصطلحات الإعلامية : "الصحفي او المذيع الذي يتولى توجيه الأسئلة الى ضيف المقابلة، ولا بد ان يكون ملما بالموضوع ولديه الحد الأدنى من المعلومات عن موضوع المقابلة وعن الضيف، فضلا عن توافر الصفات التقليدية المعروفة مثل: القدرة على صياغة الأسئلة وترتيبها وعرضها واستلهاام الأسئلة الضرورية اثناء الحوار "³.

مهارات مذيع البرامج الحوارية الناجح :

اثبتت الدراسات والملاحظة الذاتية انه لا بد من توفر جملة خصائص ومهارات في كل المذيعين ولاسيما مذيعي البرامج الحوارية (والحية - المباشرة) منها بالتحديد. وفي هذا الصدد نذكر :

1 - مهارة الإنصات . وتتشكل من خلال :

أ - التركيز الذهني - بمعنى انه يجب على المذيع ان يركز على الحديث وحركات ضيفه او ضيوفه. وبذلك سيكون في مقدوره النقاط أهم الأفكار و العبارات ذات الدلالة من وسط الحديث ومن بين الأسطر كما يقال، مما سيؤدي الى اغناء مادة الحوار واثراء جمهوره المتابع.

ب - الأعتدال في الحماس والأنفعال الزائد او المصطنع⁴ تفاديا لأخراج الحوار عن محوره الأساسي و التمسك بالحيادية، والألتزام بالوصول الى الهدف المرسوم للبرنامج وعدم الأنجرار وراء الأنفعالات الآنية الا بحساب دقيق ان "الإحترام المبالغ فيه او رفع الكلفة بشكل مبالغ فيه ايضا هما من العيوب التي يجب ان لا يتورط فيها الإذاعي في اي نوع من انواع الحوار "⁵

ج - المرونة وهي خاصية مهمة جدا لمذيع البرامج الحوارية وخصوصا التي تبث على الهواء مباشرة ،اذ تجعل منه انسانا مستعدا للتكيف لأي طارئ و تحمل مختلف الأمزجة سواء من الضيوف أو المشاهدين المشاركين والبعض

¹ د.محمد معوض ،د.بركات عبد العزيز ،الخبر الإذاعي والتلفزيوني ،ط1، القاهرة ، دار الكتاب الحديث ،1996 ص 244

² د. كرم شلبي : المذيع وفن تقديم البرامج في الراديو والتلفزيون ، القاهرة ، دار الفكر العربي (د . ت) ص 15

³ د. كرم شلبي : معجم المصطلحات الإعلامية ، القاهرة ، دار الشروق ، 1989 . ص 59

⁴ أ. مصطفى عبدالوهاب ، المذيع وفن تقديم البرامج الحوارية، مصدر سابق ص31

⁵ سعد لبيب " فن الحوار " مجلة الفن الإذاعي ، اذاعة القاهرة، العدد 10 سنة 1959 ص 19

يسمي هذه الخاصية بالذكاء اي : "القدرة على التعامل المناسب مع المشاكل والمواقف الجديدة او الطارئة"¹ وهذا ما يتعرض اليه المذيع المحاور دائما سواء مع ضيوفه او مع الأجهزة أو حتى مع نفسه، كعثرة لسان او نسيان اسم احد الضيوف، وذكاء المذيع يسعفه في تلك الحالات ويحول الخلل الى طرفة تبهج المشاهد و يتجاوز المواقف المحرجة بسهولة ومرح .

د - القدرة على التحليل والتركيب ومن ثم الإستنتاج السريع . وكذلك القدرة على التذكر في الوقت المناسب .

هـ - الذكاء الإجتماعي والتصرف بأدب و ابداء الإحترام واللياقة مع الضيوف والمشاهدين المشاركين. وخلق جو من الألفة و الأمان ليس فيه توتر مصطنع."ان الطرافة في استهلال الحوار مقبولة ومطلوبة من المحاورين في برامج المنوعات "... ونحن نعلم ان... " غالبية الضيوف في هذه الحوارات هم ممن لا يحترفون التحدث أمام المايكروفون والكاميرا وهو ما يتسبب في اغلب الأحيان في حدوث نوع من الرهبة"² لدى هؤلاء.

2 - مهارات التحدث . وهي تتشكل من :

أ - امكاناته اللغوية و ثروته اللفظية و مخزونه من المفردات والمرادفات و قدرته على توظيف افكاره وافكار الآلاف من افراد جمهور برنامجه وصياغتها في جمل و عبارات واضحة ودقيقة وهادفة ، لا تلثم فيها و لا تردد و لا خوف من المايكروفون او من اجواء اللقاء او الفشل في ايجاد المفردة المناسبة في الوقت و المقام المناسبين.وهنا يجدر الإشارة الى جانب آخر من مهارات التحدث الا وهو القدرة على الإرتجال اي الأتيان بالكلام وابتداعه بكل سلاسة ودون الرجوع الى نص معد او مكتوب مسبقا . " وهو التحدث بدون نص مكتوب و بدون اعداد سابق، وذلك في الأعمال الإذاعية التي تتسم بالفورية .. وفي الأحوال والمواقف التي لا يمكن التنبؤ بدقة بنفاصيل ما سيجري فيها من وقائع واحداث وكلام ، وما ستتضمنه او توحى به من افكار ومشاعر، وما ستتدعيه من أسئلة وتعليقات واجابات ومعلومات"³

ومن المعروف ان ابرز البرامج التلفزيونية التي يكون المذيع فيها بحاجة ماسة الى ممارسة فن الإرتجال، هي وبلا شك البرامج الحوارية المباشرة - الحية . فضلا عن ضرورة تمتعه بـ " الصوت الإذاعي الواضح المبين الخالي من عيوب النطق والبعيد عن الشذوذ كالحشونة الزائدة او النعومة المستهجنة، والقدرة على التلوين في الأداء والألقاء."⁴ ويشير باحث اعلامي الى ضرورة " ان يكون المذيع واثقا من نفسه كل الثقة و يجب ان تكون هذه

1.أ.عبدالوهاب قناية " المذيع المحاور" مصدر سابق ، ص 26

2.وجدي الحكيم ، فن الحوار الأذاعي والتلفزيوني، مصدر سابق. ص 7

3.عبدالوهاب قناية " فن الأرتجال في الأذاعة" مجلة الفن الأذاعي، القاهرة، اتحاد الأذاعة والتلفزيون ، العدد 188 سنة 2007 ص 27

4.أ.عبدالوهاب قناية ، المذيع المحاور، مصدر سابق، ص 26

الثقة واضحة في صوته ولهجته وطريقة القائه للأسئلة والتعليق على الأجوبة... ولكن يجب ان لا تزيد هذه الثقة حتى تصل الى حد الغرور او فرض الشخصية" 1.

ب - المثابرة على القراءة والأطلاع المستمر على الشؤون العامة والثقافية كافة والتي تهتم الجمهور ، وفيما اذا كان البرنامج متخصصا في مجال محدد، وجب على المذيع المحاور ان يكثف من قراءته و اطلاعه في تفاصيل ذلك المجال ومستجداته . " على المذيعين ان يجددوا باستمرار معلوماتهم حول القضايا التي ، يحاورون فيها، كما ان عليهم ان يتابعوا ، البرامج، في المحطات المنافسة ليكونوا على علم بما يقع من احداث اولاً" بأول كما يجب ألا يصرفهم الإستغراق في مهامهم عن العناية بقراءة الصحف التي تتوسع في التفاصيل وتقدم المزيد من المعلومات." 2

وعند ذاك سيصبح محاورا مسيطرا ونجما متألقا في برامجهم و يكسب حب ضيوفه واعجابهم قبل مشاهديه .

3 - القدرة على ادارة الحوار او النقاش، وهذه الخاصية تجعل منه قائدا لجولات الحوار ومديرا لدفة البرنامج من دون ان يستبد برأيه او يصاب بالأحباط من جراء ما سوف يطرأ في خلال الحوار. ومن اجل تحقيق هذا النجاح في ادارة البرنامج ، عليه ان يكون اذاعيا ملما بالموضوعات التي يتناولها برنامج الحوار وليس متخصصا فيها وذلك لأسباب أهمها 3:

- حتى تتوفر لديه الخبرة الإذاعية المطلوبة .

- حتى يكون محايدا لجميع الأطراف ولا يتدخل برأيه اثناء المشاركة ،

- واخيرا حتى لا يقع في فخ استخدام المصطلحات الغامضة والصعبة على الفهم و التي عادة ما يستخدمها المتخصصون في حقولهم، بغير تعمد ومن جراء التعود .

اضافة الى ماأشرنا اليه ، فان "المظهر الجسماني الخارجي المقبول ترتاح اليه العين وتألفه بسرعة ولا يصدما فيه عيب خلقي ظاهر منفر، ويلاحظ هنا حرص القنوات التلفزيونية على شرط الجمال في مذيعاتها" 4.

ولاشك ان الجمال والجاذبية في الشكل العام للمذيع، مع توفر بقية المقومات والمهارات التي اشرنا اليها سابقا، سيسهم مباشرة في انجاح البرنامج الحواري و يمنحه شعبية واسعة.

ومن أجل ان يكون المذيع المحاور في المستوى المطلوب ، وضع كبار الخبراء في شؤون الإعلام والصحافة العرب، بعض الشروط التي من الواجب توفرها في شخص المذيع المحاور، ومن ابرز تلك الشروط: 5

- ادراك الجانب التقني في العمل التلفزيوني والأحاساس بأهمية اللقطة وحساسية البث المباشر .

1 سعد لبيب "فن الحوار" مصدر سابق، ص19

2 محمد مرعي، "الحوار في البرامج الاخبارية والأخبار" مجلة الفن الأذاعي، القاهرة، اتحاد الأذاعة والتلفزيون ، العدد 177 سنة2005 ص 16

3 عبدالدايم عمر حسن، انتاج البرامج التلفزيونية، القاهرة، الدار القومية العربية للثقافة والنشر، 2003 ، ص 336

4 أ. عبدالوهاب قنابة ، المذيع المحاور، مصدر سابق ص26

5 نقلا عن : محسن جلوب جبر، فن الحوار في برامج القنوات الفضائية العربية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام ، جامعة بغداد، 2005 ص 98 - 99

- الألمان التام بموضوع الحوار والحصول على معلومات دقيقة عن شخصية الضيف الذي سيحاوره و عن نشاطاته و مكانته العلمية والإجتماعية ومعتقداته و مواقفه البارزة .
- الدراية التامة بالغاية المتوخاة من اجراء الحوار والهدف المنشود .
- ان يلعب وعلى الدوام دور من ينوب عن المشاهدين والمتابعين للحوار، خصوصا عند حدوث اي موقف يحتاج الى التوضيح و التفصيل خدمة للمشاهد البسيط .
- التصرف بعفوية وببساطة دون تكلف أو تصنع غير مرغوب فيه.وسرعة البداهة في التجاوب مع كل مستجد.

أخيرا من المفيد ان نعرض ما توصلت اليه بحوث ودراسات علمية متخصصة مشار إليها في كتاب مترجم الى العربية، من تأليف : كيت كينان، بعنوان - أساليب الإقناع الإداري - بخصوص أهمية عنصر الصورة أي المظهر الخارجي للمذيع و نبرة صوته وتأثيرهما:¹

- 1 - الصورة المرئية أو التأثير المرئي يعادل 55% ويقصد بها وضعية الجسد وهيأته وحركاته ومدى الاقتراب من الآخرين بصرياً والسلوك العام وكلها تساهم في إعطاء انطباع فوري عن مقدم البرامج الحوارية.
- 2 - التأثير الصوتي يعادل 35% ، ويقصد بهذا نغمة صوت مقدم البرامج الحوارية وقوته وحدته وسرعته في إدارة الحوار وهذه تؤثر في كيفية تفسير الآخرين لما يقوله لان ثلث مدى تأثير مقدم البرامج الحوارية في الآخرين يأتي من التأثير الصوتي لذلك يجب أن يتأكد القائم بالحوار في هذه البرامج أن الصوت يعزز ما يريد قوله وإيصاله إلى الآخرين .

ثانيا : الموضوع (اعداد المضمون واتجاه سير البرنامج)

ان أهم مرحلة من مراحل تقديم برنامج حوارى متكامل وناجح شكلا ومضمونا، هو مرحلة التخطيط والأعداد الجيد والجاد له . وتبدأ هذه المرحلة من خطوة البحث عن موضوع مهم و مفيد بالنسبة للجمهور المستهدف . والخطوة الثانية هي الإجابة على تساؤل مهم جدا وهو: مالذي نريد ان نقوله وماهي الرسالة التي نود ايصالها والتأكد من الهدف النهائي للبرنامج . " ان ادراك مدى أهمية الموضوع وفائدته ووضوح الهدف منه، دافع قوي لتقديمه. إضافة الى عوامل اخرى مثل: مدى الحالية الموضوع، ومدى انتشاره جماهيريا، ومدى جديته، ومدى

¹ نقلا عن ، رافي حمدي محمد الحديثي، واقع البرامج الحوارية في قناة العراقية الفضائية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة بغداد، 2005، ص 95

استهلاكه اعلاميا، وغير ذلك من العوامل التي تختلف من حوار لآخر، ولكن يبقى في النهاية مدى أهمية الموضوع ووضوح الهدف منه.¹

على الرغم من ان اهداف البرنامج أو الحوار قد تتعدد، ولكن تبقى الحقيقة البارزة هي انه كلما كان الهدف أو الأهداف محددة وواضحة غير ضبابية، كلما كانت عملية البحث عن المعلومات و تقصي الحقائق والوقائع اسهل واسرع وبالتالي انجح. اي ان اكمال خطوة تحديد الهدف والأهمية بنجاح هو الذي يوصلنا الى الخطوة التالية وهي البحث عن المعلومات وكل ما يتعلق بجوانب الموضوع المطروح للحوار ، ولن تنجح اية عملية بحث عن المعلومات اذا لم يحدد الإطار العام للموضوع و الهدف المنشود من الحوار مسبقا .

ان الشخص المسؤول عن اعداد البرنامج الحوارى المعروف بمعد البرامج قد يكون المذيع شخصيا وقد يكون شخصاً آخر غير المذيع. وفي كلتا الحالتين فان وظيفة معد البرامج تعد وظيفة مهمة جدا في القنوات التلفزيونية ذات الوزن في الساحة الإعلامية. "يجب على المعد أن يبحث في الاتجاهات كافة ويجمع أكبر قدر من المعلومات عن الموضوع ، لكي يستطيع أن يقرر الجانب أو الاتجاه الذي سيتناوله في البرنامج ، والمعلومات التي ستكون أساس السيناريو الخاص بالبرنامج. وتتعدد مصادر المعلومات أمام معدي البرامج ، وتشمل مصادر مكتبية، ومصادر شخصية ، فلا بد لمعدي البرامج من قراءة كل ما كتب عن الموضوع المعني في الكتب أو الجرائد إلى جانب الإتصال بكل من له علاقة بالموضوع"². " اذن فأن الأعداد الجيد للموضوع والمضمون في البرامج الحوارية، هو بمثابة "العمود الفقري لأي برنامج تلفزيوني، وهي الأساس الذي تبنى عليه بقية العناصر في التلفزيون من: التصوير والديكور والأخراج والمونتاج والتقديم ، كما ان هذه العناصر هي التي تحول ماكتب على الورق الى واقع مرئي"³.

وهنا يرى الباحث انه لا بد من الإشارة الى حقيقة واقعية وهي ان بعض البرامج الحوارية الخفيفة قد لا تحتاج الى مجهود ضخم مثل ما تحتاجه البرامج الحوارية السياسية او الفكرية، كما وان بعض البرامج الحوارية اليومية وبسبب عدم توفر الوقت الكافي للبحث و التقصي العميقين، قد يعتمد المذيع فيها على قوة ذاكرته و قدرته على المناورة التي اكتسبها من التمرس في مهنته، وبالطبع لا تتوفر هذه الميزة عند جميع المذيعين وهي تتطلب خبرة وشغفا بالمهنة ونسبة جيدة من الذكاء الشخصي.

والخطوة التالية للبحث عن المعلومات بخصوص الموضوع والضيف ، هي خطوة كتابة سيناريو للبرنامج، وفي حالة كون البرنامج كامل النص، فأن لكتابة السيناريو تفاصيل فنية وأدبية و تقنية لانرى ضرورة للخوض فيها لأن بحثنا محدد بالبرامج شبه كاملة النص ومن بينها البرامج الحوارية بالذات، وهذه النوعية من البرامج لا تحتاج

¹ حسن احمد حسن " برنامج الحوار الأذاعي المسموع والمرئي " مجلة الفن الأذاعي، ، القاهرة، اتحاد الأذاعة والتلفزيون ، العدد 176، سنة 2004 ص25

² د. سوزان يوسف ، د. هبة الله بهجت ، إنتاج البرامج للراديو والتلفزيون ، القاهرة : مكتبة الشباب ، 1993 ص 262

³ مصطفى عبد الوهاب " فن اعداد البرامج للراديو والتلفزيون " مجلة الفن الأذاعي، ، القاهرة ، اتحاد الأذاعة والتلفزيون ، العدد 192، سنة 2008 ص 128

الى سيناريو مفصل أدبي و فني دقيق و " ... لا يستطيع الكاتب أو معد البرامج ان يتحكم في كل عناصر البرنامج ومن ثم يقتصر المطلوب منه على مجرد تحديد الخطوط الرئيسية للبرنامج والنقاط أو الجوانب التي يلتزم بها الأشخاص المشاركون فيه..."¹

ومن هنا يتضح لنا ان التخطيط والإعداد للبرامج الحوارية لا يقل أهمية عن دور مقدم البرنامج وهذه المهمة تشتمل إضافة الى ماسبق ذكره على:

- 1 - اكتشاف واختيار الشخصيات التي ستشارك في البرنامج الحواري.²
- 2 - تحديد الوقت والمكان والزمان و الديكور والإضاءة و الأجهزة و الكوادر الفنية والميزانية اللازمة للبرنامج .
- 3 - تحديد المحاور الرئيسية للحوار والهدف النهائي عن طريق النقاش الجدي مع المقدم والضيوف الأساسيين " للتعرف على وجهات النظر المختلفة ولتجاوز الموضوعات الفرعية التي ستستبعد"³ لاحقاً.
- 4 - صياغة عدد من الأسئلة الجوهرية والتحاور مع المذيع حول أهميتها والغرض من طرحها وكيفية الاستفادة من الردود المتوقعة عليها .
- 5 - دراسة شخصيات الضيوف وتحديد انماطها و تعريف المذيع بها و بخواصها الإيجابية والسلبية .
- 6 - اعداد مقدمة جذابة يفتح بها البرنامج ، وربما كذلك خاتمة يختتم بها البرنامج وتسلم بيد المذيع المحاور. كذلك يتوجب الاتفاق بين المذيع والضيف أو الضيوف والمخرج أو المنفذ " على مجموعة من الإشارات التي سيتبعونها اثناء الحوار للتفاهم فيما بينهم، كطلب الإختصار أو الإسراع في عرض الفكرة أو الإبطاء في الكلام"⁴ او لتجاوز بعض الحالات الطارئة والإستثنائية: كسقوط قطعة من الديكور أو انقطاع صوت احد المايكروفونات، او تدهور صحة احد الضيوف داخل الإستوديو، او ربما لعرض فاصل اعلاني خلال احتدام الجدل والنقاش مابين الضيوف . وفي ضوء ما سبق ذكره فان لمعد البرامج الحوارية التلفزيونية بعض المواصفات التي ستسهم في انجاح مهمته الدقيقة، ومن ابرزها وأهمها :⁵

- 1 - يفضل ان يكون لديه مؤهل جامعي ويجيد أكثر من لغة.
- 2 - له القدرة على التعبير عن الأفكار وتتجلى هذه القدرة في مقدرته على الكتابة.
- 3 - يمتلك مستوى معرفيا جيدا بالموضوعات المطروحة للحوار.
- 4 - المعاشنة الكاملة للواقع والاحساس الشديد بمشكلات مجتمعه .
- 5 - لديه القدرة على التخيل والابتكار .

¹ مصطفى عبدالوهاب، فن اعداد البرامج للراديو والتلفزيون، مصدر سابق، ص 131

² سهير جاد ، البرامج التلفزيونية والإعلام الثقافي ، القاهرة ، الهيئة المصرية العامة للكتاب ، 1987 ، ص 104

³ سعد لبيب، دراسات في الفنون الأذاعية، بغداد، مطبعة الأديب، 1973 ، ص171

⁴ سعد لبيب، المصدر السابق نفسه، ص 172

⁵ نقلا عن : محسن جلوب جبر، فن الحوار في برامج القنوات الفضائية العربية، مصدر سابق، ص 116

- 6 - الالتزام بالمعايير الاخلاقية كالصدق والموضوعية.
- 7 - الالمام بالتشريعات الإعلامية .
- 8 - ان يفهم إن التلفزيون وسيلة اعلامية لها خصائصها ومقوماتها .
- 9 - الإلمام بالثقافة العامة، والمقصود بها مجموعة المعارف والإهتمامات المتنوعة التي تشمل السياسة والتاريخ والإقتصاد والمجتمع ، وهذه الثقافة الموسوعية تعد جزءاً لا يتجزأ من مدركات المعد ورصيماً من الأفكار والمعلومات التي كثيراً ما تعينه على أداء عمله .
- 10- التزود بالثقافة التي تتصل بالعمل التلفزيوني، بمعنى أن يتزود المعد بمجموعة المعارف الاساسية والعلوم والفنون التي تتصل بالعمل التلفزيوني وترتبط به .
- 11- المرونة والقدرة على مواجهة المفاجآت ، وهذا أمر تفرضه طبيعة الإنتاج التلفزيوني أولاً وأخيراً ، إذ يخضع للمفاجآت والظروف المتغيرة في كثير من جوانبه .

ويجدر بنا ان نشير اخيرا الى العلاقة ما بين المذيع وموضوع الحوار، والتي تتلخص في التفاعل والإهتمام والمعرفة ، أما التفاعل فهو ينبع من حب المذيع للموضوع المطروح للحوار ورغبته الذاتية في سبر اغواره . وان يكون مهتما بجوانبه المتعددة وتتبع تفاصيله . وان يطلع على اي مصدر يزيد معرفته بالموضوع و لا تقتصر المعرفة على القراءة فقط وانما يمكن الإستفادة من العلاقات والصلات الشخصية والمعينة والملاحظات اليومية الذاتية . ومع كل ذلك فقد يقع المذيع في أخطاء تؤدي الى نتائج عكسية وسلبية في الحوار .

ومن ابرز تلك الأخطاء:1

الخطأ الأول : احيانا يكون لمذيع الحوار معرفة عميقة بالموضوع ويعمل على اظهار ذلك ليؤكد فكرة انه أكثر علما من الضيف، وينسى فلسفة الحوار ويتمادى في التعليقات المطولة ويوجه الأسئلة ويجيب على جزء منها غافلا عن انه استضاف المتحدث وان الجمهور يريد ان يسمع هذا المتحدث في المقام الأول لا ان يسمع المذيع .

الخطأ الثاني : ان يكون المذيع لا يعرف شيئا عن الموضوع فيصبح دوره قزميا في المحاوره ويكون الضيف هو القائد لمسيرة الحوار وقد يتحدث فيما لا يهم الجمهور وينعدم التفاعل ، ويبدو المذيع بمظهر لا يحسد عليه .

الخطأ الثالث : المعرفة المشوهة العمياء بالموضوع بمعنى ان لا يجهد المذيع نفسه في المعرفة المسبقة للموضوع وانما يحاول معرفة معلومات من الضيف نفسه قبل الحوار مباشرة : **تحب ان نسأل حضرتك في اي موضوع ؟**

1 أ. مصطفى عبدالوهاب ، المذيع وفن تقديم البرامج الحوارية، مصدر سابق ، ص32

ثالثاً. الأسئلة :

لقد اصبح من بديهيات الصحافة ان أسئلة المقابلات والمحاورات ، تصنف الى صنفين اساسيين. فبحسب معيار وقت صياغة الأسئلة، توجد أسئلة معدة مسبقا اي قبل الدخول الى الإستوديو، والأسئلة التلقائية التي تولد و تصاغ اثناء الحوار . وبحسب معيار طبيعة الأسئلة، توجد أسئلة ذات نهايات مغلقة وهي التي تستخدم أدوات الإستفهام: من ؟ و ماذا؟ اين ؟ و متى ؟ وهي التي تتولد عنها في المقابل اجوبة مغلقة غير مشوقة .

"الأسئلة ذات النهاية المغلقة: هي الأسئلة المحدودة التي تتطلب اجوبة محدودة وغالبا ما تكون حدود الجواب متضمنة في السؤال نفسه وهناك أنواع عدة لهذا النوع من الأسئلة كسؤال الاختيار إي إن جواب السؤال ضمن خيارين تم ذكرهما في السؤال والنوع الآخر هو سؤال الحكم إي تقتصر الإجابة بكلمة واحدة وهي نعم أو لا"¹ وأسئلة ذات نهاية مفتوحة مثل : كيف ؟ و لماذا ؟ وهي التي تتولد عنها اجوبة مفتوحة وتدخل في تفاصيل الموضوع و تخلق فرصة للدخول في حوار عميق و مشوق . هي الأسئلة التي " لا تتطلب جواباً محدداً وتوفر للمحاور هامشاً واسعاً من الحرية ليقدم الإجابة التي يريد بمعنى انه لايقيد الشخصية المستضافة التي يحاورها مقدم البرنامج بل يعطيه فرصة واسعة للتعبير بحرية واسعة عن مواقفها وأرائها ووجهات نظرها ويعطي هذا النوع من الأسئلة إحساسا للشخصية المستضافة بالأهمية وشعورا بالإرتياح والإطمئنان"²

ويتيح هذا النوع من الأسئلة حرية الإجابة وتنوعها وتوسعها وهي أسئلة واسعة وعمامة وغالباً ما تحدد الإطار العام للموضوع الذي سيدور حوله الحوار ويستخدم هذا النوع من الأسئلة في أنواع البرامج الحوارية كلها. وقريبا من هذا النوع ولكن ظاهرا لا حقيقة، هناك نوع من الأسئلة التي يسميها البعض بالسؤال واسع النطاق، وهو من اسوأ انواع الأسئلة التي "... تكون واسعة المجال بدرجة تجعل الأمر يختلط على الضيف ... مثل : لقد عدت اخيرا من رحلة دراسية في اوروبا، حدثني عن هذه الرحلة..." فمن المؤكد ان هذه الصيغة ليست سؤالا بالمعنى الحقيقي للسؤال، انها صيغة أمر او طلب يوجهها المذيع الى الضيف الذي لا يعرف من اين يبدأ بالجواب وماهو المطلوب منه بالضبط "....." ان جملا تقريرية من هذا النوع يلجأ الى استخدامها المحاورون متواضعو الخبرة، الذين يظنون انهم يقومون بذلك خدمة للضيف. والحقيقة ان العكس تماما هو الذي يحدث، اذ ان الضيف سوف يجد نفسه محتارا كيف يبدأ؟"³

وهناك نوع خاص من الأسئلة التي تعرف بـ كسارة الجليد، وهو اسلوب قد يلجأ اليه المذيع في حال بروز نوع من التشنج والتحفظ من لدن الضيف اثر طرح سؤال محرج او شخصي عليه، فتفاديا لهذا البرود والحالة غير

¹ إبراهيم أبو عرقوب،الاتصال الإنساني ودوره في التفاعل الاجتماعي، ط2، عمان ، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع،2005،ص255.

² د. أديب خضور ،مدخل إلى الصحافة نظرية وممارسة ، دمشق، المكتبة الإعلامية ، 2000 . ص118

³ محمد مرعي ، "حديث في الحوار" مصدر سابق ، ص 10

المرغوب بها، يغيّر المذيع مجرى الحديث والحوار ،مؤقتا ، ويوجهه وجهة لطيفة، فيها مسحة من خفة الدم او ردّ الإعتبار للضيف او تصحيح أمر أدى الى سوء فهم لدى الضيف ، بهدف كسر الجليد مابين الطرفين واعادة الحوار الى مجاريه الطبيعية .

أما الباحث ومن خلال ملاحظاته للواقع، فيرى انه بالإمكان اضافة بعض التصنيفات الأخرى الى التصنيفات العديدة التي ذكرها الباحثون ، وذلك بحسب معايير مختلفة. فبحسب **معيار القصد**، يمكن ان نجد أسئلة بقصد الحصول على معلومات ، وأسئلة يراد منها الحصول على آراء و مواقف ، وأسئلة القصد منها محاكمة الضيف أو جهة ما واستفزازهما، وأسئلة القصد منها هو الإستيضاح والتوضيح وهي التي يقاطع بها المذيع ، ضيفه المتحدث بغية استيضاح نقطة او مصطلح او مسألة غير واضحة، ذات أهمية وردت عابرة في حديث الضيف وأسئلة ايحائية استدرجية الهدف منها حصر الضيف في زاوية واستنطاقه أي جعله يقول ما يتناغم وينسجم مع التوجهات الشخصية للمذيع او مع سياسة القناة التي يعمل لديها او مع ما يريده السائل ، في حال لو كان السائل من الجمهور المشارك أو من المشاهدين المتصلين بالبرنامج .

وبحسب **معيار النقاوة** ، فتوجد أسئلة نقية مباشرة، بدون مقدمات و أسئلة غير نقية، وهي التي تبدأ بمقدمات ومنها قد تصل الى جوهر المطلوب أو لا تصل اليه.

وبحسب **معيار تركيبية السؤال**، فتوجد أسئلة بسيطة، ليس فيها أكثر من أداة استفهام واحدة وموضوع واحد و أسئلة مركّبة، فيها أكثر من علامة استفهام وأكثر من موضوع وهذه الأخيرة هي ايضا من اسوأ انواع الأسئلة، فالضيف الذي يواجه بسؤالين او أكثر في صياغة واحدة " قد يجيب على الشق الأول ثم ينسى الثاني ، او قد يفضل ان يختار فيجيب عن الشق الذي يستهويه"¹

ولضمان عدم حدوث ذلك فإن الأسئلة البسيطة والقصيرة هي العلاج لأن الأسئلة المركّبة والطويلة تحتاج من الضيف اجوبة طويلة ومتشعبة مما قد يؤدي الى احتمالين احلاهما مرّ! احتمال ان يتمادى الضيف في الإجابة عن شق وينسى شقا او أكثر من السؤال واحتمال أن ينسى المذيع البقية الباقية من سؤاله المركّب والطويل ويستعجل الضيف فلا يعطيه الفرصة للرد على بقية سؤاله المركب الطويل ، وينتقل فجأة الى موضوع آخر، فينبهه الضيف الى انه لم يرد بعد على الجزء الآخر من سؤاله السابق ، مما يجعل المذيع في وضع لا يحسد عليه. وفي كلتا الحالتين فإن المتلقي هو الذي سيخرج خاسرا في النتيجة.

وأخيرا بحسب **معيار الإستمالة المستخدمة**، توجد أسئلة مجردة ومحايدة، وأسئلة مشحونة بإستمالات : (عاطفية- انفعالية) او (عقلية- منطقية) او (تخوفية) وسيشرح الباحث أنواع الإستمالات بالتفصيل لاحقا عند الحديث عن عنصر اللغة في البرامج الحوارية .

¹ محمد مرعي ، حديث في الحوار ، مصدر سابق ، ص 11

وفي كل الأحوال هناك علاقة قوية و مصيرية ما بين المذيع والأسئلة و يجب على المذيع ان لا يأخذ الموضوع ببساطة بل بجدية تامة .

على المذيع بداية ان " يطلع الضيف... على الأسئلة التي سوف يطلب منه الإجابة عليها. وليس المطلوب ان يعرف الضيف، نص الأسئلة بالضبط ولكن يجب ان يكون ملما بما هو مطلوب منه بصفة عامة "1 كما يجب ان لا تلقى الأسئلة سواء أكانت معدة من قبل أو تلقائية بطريقة متتابعة غير مرتبطة بما يلقي من اجابات. فاذا انتهى الضيف من الإجابة على سؤال معين لا ينتقل الإذاعي فجأة الى السؤال التالي بغير ان يمهد له بربط الإجابة التي قيلت عن السؤال الأول وهكذا .. والأبدأ الأمر وكأنه امتحان مدرسي وليس حوارا "2

وتفاديا للوقوع في أخطاء محزنة ومحرجة، على المذيع ان يكون منتبها جدا لكل مايقوله الضيف، وبالتالي يتمكن المذيع من فهم الأفكار واستيعاب ما يقال ثم توجيه الأسئلة المناسبة من حيث المضمون والتوقيت "3 فمثلا اذا كان السؤال وجوابه هو : - متى تزوجت؟. - منذ خمسة اشهر! . ولم ينتبه المذيع لما قيل ، فلربما يعود بعد لحظات فيسأله : - كم طفلا انجبت؟!.

إن الوضوح في اسلوب طرح الأسئلة، يعتمد كليا على ركنين أساسيين: الأول هو مدى مشاركة المذيع في اعداد البرنامج و تحضير المحاور والأسئلة المعدة مسبقا. والثاني هو مدى التواصل والتركيز الذهني وعدم تشتت الانتباه اثناء الحوار . فكلما كانت مساهمة المذيع ومشاركته جدية وعن قرب في اعداد البرنامج ومحاوره والأسئلة، كلما كان قريبا من هدف البرنامج و كلما كانت رؤيته واضحة، واسلوب طرحه للأسئلة ستكون واضحة وليس فيها تشويش او ضبابية . والعكس طبعا صحيح ايضا .

وعلى الجانب الآخر، فكلما كان المذيع مسترخيا ومركّزا جلاً انتباهه لما يقوله ضيفه او ضيوفه ، كلما كان مسيطرا على الوضع و واضح الرؤية والاسلوب متجها صوب الهدف المراد الوصول اليه عبر الحوار الدائر بينه وبين ضيفه.

اذن فعلى المحاور ان يتعايش مع الحوار بحيث يجعل من الحوار مادة تتسم " بالحيوية فلا يقتصر الأمر على مجرد إلقاء السؤال وترك الطرف الآخر يستطرد في الحديث"4

أن تصميم الأسئلة أو التعقيب على الأجوبة وترتيبها في سياق متناغم مريح سيدفعان ضيف البرنامج الحواري للإفضاء بأفضل ما عنده " فهناك أسئلة مباشرة وهي أسهل أنواع الأسئلة وأسئلة غير مباشرة تجمع بين الدبلوماسية والمناورة الذكية والتساؤل الرقيق والتعجب الذي يمكن أن تنتج أجابة جديدة لم تكن متوقعة وربما

1 انيس فهمي ، مقومات الحوار الأذاعي الناجح ، مصدر سابق، ص 6

2 سعد لبيب ، فن الحوار ، مصدر سابق ، ص 18

3 مصطفى عبد الوهاب ، المذيع وفن تقديم البرامج الحوارية، مصدر سابق، ص 34

4 نقلاً عن: يوسف محمد حسين العبيدي، التوظيف الدعائي في القنوات الفضائية، رسالة ماجستير غير منشورة ،جامعة بغداد، كلية الإعلام، 2006 ص120.

أستحدثت المحاور أنماطاً أخرى من التساؤلات مستقاة من خصوصية السياق الحوارى نفسه ، لأن الحوار يهدف الى تنوير الجماهير بشأن جوانب موضوعه وأبعاده¹

وكلما كانت الأسئلة معبرة عما يدور في ذهن المشاهدين ، كلما كان الحوار مشوقا وجماهيريا. اذ على المذيع ان لا ينسى ولو للحظة بانه يمثل دور المندوب عن المشاهدين الى جانب دوره كمثل لسياسة المؤسسة الإعلامية التي يعمل لديها وتوجهاتها.

رابعا - الضيف/ الضيوف :

الضيف هو عنصر أساسى من عناصر الحوار التلفزيونى ولا بد من تواجده وحضوره الفعلى في الإستوديو أو مع المذيع في موقع التصوير أيًا كان ، أو نقل صورته وصوته عبر الأقمار الصناعية أو ربما صوته فقط من خلال الإتصال التليفونى .

والضيف هو الشخص الذي ستوجه له الأسئلة و تؤخذ منه المعلومات والبيانات عبر التساؤل والتجاوب ، و تستنثار لديه الأفكار والآراء والتجارب عبر التحوار الجاد والشيق معه .

هناك عوامل عديدة تسهم في اختيار وتحديد الشخصية التي تستضاف بقصد محاورته في برنامج حوارى في التلفزيون، ومن بين أهم تلك العوامل المؤثرة، يرى الباحث ضرورة الإشارة الى مايلي :

1 - توفر المعلومات الكافية : ونقصد به التأكد من ان المعلومات التي يسعى البرنامج من اجل الحصول عليها متوفرة لدى من، من الأشخاص ؟ وهل هي معلومات كافية و دقيقة و صحيحة وجديدة ومفيدة ، ام لا ؟ وعلى هذا الأساس سيتم تحديد الشخص الأوسع علما والأكثر دراية بالموضوع .

2 - سهولة الوصول الى الشخص : والمقصود هو كمية الجهد المبذول و الوقت والمال المطلوبين للوصول الى الشخص المحدد ، فكلما كانت تلك الأتعاب اقتصادية وغير مكلفة كلما كانت فرصة تحديد الشخص واختياره أسهل وأضمن .

3 - الرغبة في التحوار والأدلاء بالمعلومات : اي مدى رغبة الشخص بالتحدث و اعلان المعلومات التي لديه ، ومدى توفر روح التعاون و اشراك الآخرين في المعلومات والمعارف التي لديه . فكلما كانت هذه الرغبة صادقة وشديدة كلما زادت فرصته في التحديد والاختيار .

4 - القدرة على التعبير والجرأة على مواجهة الكاميرا واجواء الإستوديو: فالشخص الخجول جدا والخائف من اجواء الإستوديو لا يصلح لأن يكون ضيفا ناجحا ونافعا، حتى ولو توفر لديه كل العوامل السابقة . أما الشخص الجريء و

¹ نبيل راغب ، فن الكتابة للاذاعة ، القاهرة، دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع، 2006 ص61

المتحدث اللبق وغير المتردد ، فله نسبة عالية من فرص التحديد والأختيار ليكون ضيفا ناجحا لبرنامج حوارى تلفزيوني .

ومع كل هذا فان للمعد و المذيع المحاور دورا مهما في اقناع الشخص المحدد، باجراء الحوار معه و تشجيعه على ذلك ، وخصوصا اذا كان موضوع الحوار حساسا وغير مطروق بشكل واسع .
وهنا لابد ان نعلم ان للضيف ايضا دوافعه واسبابه لقبول الدعوة للمشاركة في حوار تلفزيوني او رفضها، ومن بين أهم تلك الدوافع والأسباب يمكننا ان نشير الى :

- 1 - هل ستزيد هذه المقابلة او المحاوره فرصته في الحصول على شعبية بين الجمهور ام لا ؟
- 2 - هل سيمنح الفرصة الكافية للتعبير عن افكاره وآرائه بحرية ام لا ؟
- 3 - هل ستسهم مشاركته هذه، في حال كونه متخصصا في موضوع الحلقة، في زيادة النفع العام والمصلحة العامة ام لا؟
- 4 - هل ستسهم هذه المحاوره في التأثير على الرأي العام بالاتجاه الذي ينسجم و توجهاته الشخصية او الفكرية ام لا ؟
- 5 - واخيرا حب الظهور والرغبة في تسويق الذات وهل ستسهم المحاوره في ذلك ام لا ؟

وعموما يتم اختيار ضيوف البرامج الحوارية من النوعيات الآتية للأفراد :¹

- 1 - المسؤولون : وهم بحكم مسؤولياتهم لديهم مايقولونه في موضوعات تتصل بمهام وظائفهم .
- 2 - المتخصصون : وهم بحكم تخصصهم العلمي والمعرفي لديهم القدرة على اثراء البرامج الحوارية في اطار تخصصهم .
- 3 - الشخصيات المعروفة : مثل الفنانين والأدباء و الرياضيين كلاعبى كرة القدم المشهورين وكذلك الساسة و الصحفيون، وهؤلاء يعدون عوامل جذب للمتلقي، ولاسيما اذا كان موضوع الحوار شيقا ومثيرا وبالذات عندما يكون الحوار (حوار الشخصية) فهم يعرضون افكارهم وتجاربهم ويقدمونها هدية للأجيال الشابة.
- 4 - افراد من الناس العاديين : ويتم اشراكهم في البرامج الحوارية لأخذ آرائهم حول بعض القضايا المثارة جماهيريا والتي تمس حياتهم مباشرة أو بهدف الأستماع الى تجاربهم الحياتية في مجال معين او مشروع معين.

¹ حسن احمد حسن ، برامج الحوار الأذاعي المسموع والمرئي ، مصدر سابق ، ص27 و 28

أنماط شخصيات الضيوف :

هناك نماذج مختلفة من الشخصيات او المحاورين تحتاج من المحاور ان يتعامل معها بحسب مواصفاتها. وهناك من الضيوف من هو متجاوب ومتعاون وهناك من هو مستفز وعدواني و هناك من هو كثير الكلام فيما هو غير مجد، وهناك من هو قليل الكلام . وفي مثل هذه الحالات غير الجيدة لابد ان يتعامل المذيع بنوع من الدبلوماسية والمرونة والأصرار والمثابرة¹ والتعامل يختلف من موقف الى آخر ومن ضيف الى آخر، والمحاور الناجح هو الذي يوفر الظروف المتاحة بما فيه مصلحة الحوار .

اذن تتوزع نماذج الشخصيات على الأنماط التالية² :

- 1 - الشخصية المتكتمة: وهي الشخصية غير القادرة او غير الراغبة في الحوار بشكل صريح ويمكن استفزاز هذه الشخصية وجعلها تتكلم وتعطي ما عندها من معلومات وحقائق او اراء وذلك باستخدام أسلوب التقرير وهو أسلوب عرض الحقائق عليها والتي لا تقبل الجدل وهذا يؤدي الى انفتاحها .
- 2 - الشخصية المسهبة في الحديث : وهي الشخصية التي تحب ان تتحدث كثيراً وطويلاً وتدخل في تفاصيل غير مهمة وغير ضرورية للحوار ويفضل استخدام أسلوب الأسئلة المغلقة مع هذا النموذج و مقاطعته بتحويل الحديث الى محور جديد.
- 3 - الشخصية المراوغة : وهي الشخصية التي تتهرب من تقديم أجوبة صريحة وواضحة، وتحاول عدم الكشف عن معلومات مهمة ومحددة وتتهرب من التعبير عن مواقف واضحة. وهي تفعل ذلك بأساليب مختلفة مثل تقديم اجوبة عامة جداً ، أو تفصيلية جداً أو الإجابة عن سؤال بسؤال آخر. وخير اسلوب للحوار مع هذه الشخصية هي الاصرار على جوهر السؤال مع تغيير صياغته وطرحه من جديد بثقة وثبات.
- 4 - الشخصية المحرجة : وهي الشخصية التي لا تتقيد باخلاقيات الحوار، خصوصاً اذا كان الحوار يبيث على الهواء مباشرة مستغلة هذه الميزة لتوجه اتهامات او تدعو الى موقف او تهاجم شخصا بطريقة غير مقنعة وليست وثيقة الصلة بموضوع الحوار. وهنا يجب على المحاور تنبيه الضيف الى خطأ ما يفعله وحثه للعودة الى موضوع الحوار.

بعض الإجراءات الضرورية :

يجب ان يؤخذ في الحسبان الحالة النفسية للضيف قبل دخوله الإستوديو واثناؤه. الضيوف الذين يصابون بنوع من التوتر الذي يشتت الذاكرة ويفقدهم التركيز فيجعلهم يتلعثمون ويترددون في الحديث لسبب ما او بغير سبب

¹ مصطفى عبد الوهاب ، المذيع وفن تقديم البرامج الحوارية، مصدر سابق، ص 22
² أديب خضور ، الحديث التلفزيوني ، دمشق ، المكتبة الإعلامية ، 2002 ، ص 122 وما بعدها .

واضح هم كثيرون . وهنا يأتي دور المذيع قبل البدء بتصوير البرنامج ، سواء خارج الإستوديو او داخله، في الجلوس الى الضيف والتحدث اليه بشكل طبيعي و ودي و يعطيه بعض التوجيهات البسيطة و يخفف من توتره واحساسه بالرهبة من الكاميرا واجواء التصوير والبث . ولا ضير من تهيئته نفسيا من خلال اطلاعه على المحاور الأساسية وبعض من الأسئلة المعدة مسبقا . والإستماع اليه للكشف عما يدور في خلداه وتلبية بعض من طلباته .¹

خامسا - لغة الحوار واسلوبه :

ان وسيلة الحوار الأساسية هي اللغة ، سواء كانت لغة لفظية او لغة غير لفظية. واللغة ليست مجرد الوعاء الذي يحوي افكار ومشاعر المتحدث والمتحاور بالنسبة للطرفين - المذيع المحاور والضيف المحاور- بل هي - اي اللّغة- "جوهر الإتصال ، وتتطلب عملية إقناع الجمهور، الفهم الدقيق للّغة بالقدر الذي يسمح للقائم بالإتصال ترتيب أفكاره بشكل مثير ومؤثر"². ومعنى هذا ان اللغة كائن حي وعنصر فعال ومشارك اساسي في كل عملية اتصال ، وهي التي تقرر الى حد ما ، مصير اية عملية اتصال بشري سواء بالتوفيق او بالفشل .

"ان لغة التخاطب اشبه بقطع العملة، فكما ان العملة تقوم بمهمة الوساطة بين البائع والمشتري، وتتحدد قيمتها بما تمثله لا بما تنطوي عليه ، حيث انها لاتزيد عن رموز لقيم متعارف عليها ، كذلك الحال في اللغة التي تتألف من كلمات تعتبر رموزا او تمثيلا لمعاني الأشياء، وكل قيمتها تنحصر في دلالاتها على تلك المعاني"³.

وبما ان الحوار التلفزيوني هو الفضاء الذي يحاول فيه المذيع ، نيابة عن الجمهور و مؤسسته، الكشف عن مشاعر الشخصيات المستضافة وافكارها وآرائها ومعلوماتها وتجاربها وعواطفها و طبائعها، فلا بد من تمكنه من اللغة واسرارها وقواعدها ومهاراتها ودلالاتها وكيفية استغلالها خير استغلال .

فالحوار الخافت له دلالة والحديث ببطء له دلالة والتشديد على اللفظ له دلالة وهكذا .. ولا بد ايضا ان يفهم الأوضاع النفسية للضيوف والجمهور المشارك ويساعدهم على التعبير باللغة والأسلوب المألوف لديهم. على مقدم البرامج الحوارية أن يكون أكثر تفهماً وقدرة على استخدام علم النفس ، فكثير من الناس يصبحون متوترين وعاجزين إلى حد كبير عن الإفصاح عن مشاعرهم أمام الكاميرا التلفزيونية وفي اجواء الإستوديو والبث المباشر.

وعليه " ...أن يمنح ذلك الشخص الذي يجري معه المقابلة الراحة، حتى يحصل منه على المعلومات اللازمة لتحقيق هدف البرنامج . وقد يساعد على تهدئة هذا التوتر حديث عرضي أو دعاية بسيطة"⁴

ان لغة الحوار التلفزيوني تحكمها القواعد الخاصة باللغة الإذاعية بوجه عام من حيث : البساطة والدقة والوضوح. ومن المهم ان يستخدم المذيع تلك اللغة التي تناسب موضوع الحوار ومناسبته والسياق العام الزمني

¹ حسن احمد حسن ، برامج الحوار الأذاعي المسومع والمرئي ، مصدر سابق ، ص 28

² د. عبد الستار جواد اللغة الإعلامية ، بغداد ، دار الحرية للطباعة ، 1995 ، ص 9

³ كامل يوسف " لغة الكلام " مجلة الفن الأذاعي، اذاعة القاهرة، العدد 10 سنة 1959 ، ص8

⁴ موري جرين : أخبار التلفزيون بين التحليل والتنفيذ ، ترجمة حمدي قنديل واحمد سعيد عبد الحليم ، القاهرة ، مكتبة النهضة المصرية ، 1972 ، ص 295 .

والظرفي. وكذلك عليه اجادة المستوى اللغوي الذي سيتحاور فيه والمقصود ملاءمة مستوى اللغة مع مستوى الضيف الذي سيحاوره .

أي ان لغة الأسئلة والتعليقات والمناقشات التي يستخدمها المذيع اثناء الحوار لابد ان تتماشى مع نوع الموضوع وظروفه والسياق العام و مكانة الضيف وشخصيته ايضا. اذ ان الضيف والموضوع "... يفرضان مستوى معيناً للحوار، فالحوار مع احد عمال النظافة حول اجراءات جمع القمامة يختلف في مستواه اللغوي مع احد الخبراء حول المعالجة الكيميائية للقمامة ."¹

و يعتقد الباحث ان من محددات المستوى اللغوي للحوار ايضا هو الجمهور المستهدف، اي خصائص الجمهور ومستواه التعليمي والثقافي وظروف عمله ومعيشتة وعاداته وتقاليده. وكذلك السياق العام للحوار والموقف الإجتماعي والمناسبة التي يتم فيها الحوار، هي ايضا تعد من محددات مستوى اللغة في الحوار التلفزيوني.

واللغة اشبه بالموسيقى من حيث ان كليهما يكتسب الحياة عند الأداء الجيد، وهذا يعني ان اي اداء رديء للغة سوف يكون عاملاً في موتها او على الأقل مرضها. وهذه تتطلب مهارة في الأداء الصوتي لأن الصوت والمعنى يؤثران في بعضيهما اشد التأثير . ومن الضروري جدا ان يتدرب المذيع التلفزيوني على تنمية جهازه الصوتي الأدمي وصيانتة ، ليصبح قويا لا رعشة خوف فيه و مقبول الجرس و نقي النغم ، الأمر الذي يستلزم تمرين جهاز السمع اذ ان حسن الأداء يأتي من حسن الإستماع .²

وتشير بحوث ودراسات متخصصة بالإتصال - كما اشرنا سابقا - إلى أن نغمة الصوت والمظهر الخارجي

للقيام بالحوار تساهم بنسبة 90% من الإنطباع المتكون لدى الآخرين عنه وكما يأتي:³

1 - الصورة المرئية أو التأثير المرئي : 55% اي كل العوامل المرئية والبصرية مجتمعة لها قوة تأثير بنسبة 55% وذلك يشمل المظهر الخارجي العام لكل من يظهر على الشاشة في البرنامج التلفزيوني، الى جانب كل الحركات والسكنات وملامح الوجه والنظرات سواء من جانب المذيع او الضيوف اي بعبارة اخرى جميع اوجه اللغة غير اللفظية وغير المنطوقة .

أن الانطباع الأول الذي يعطيه المحاور التلفزيوني عن نفسه من خلال ثيابه ومظهره وتصرفاته وحركاته وتعبيرات وجهه ، قد يكون أكثر أهمية من أي شيء يقوله وخاصة في اللحظات الأولى من بداية الحوار.

2 - التأثير الصوتي : 35% ويقصد به " نغمة صوت مقدم البرامج الحوارية وقوته وحدته وسرعته في إدارة الحوار وهذه تؤثر في كيفية تفسير الآخرين لما يقوله لأن ثلث مدى تأثير مقدم البرامج الحوارية في الآخرين يأتي

¹. مصطفى عبدالوهاب، المذيع وفن تقديم البرامج الحوارية، مصدر سابق، ص 37

² كامل يوسف، لغة الكلام، مصدر سابق، ص 9

³ كيت كينان : أساليب الإقناع الإداري، ترجمة وتحقيق: مركز التعريب والبرمجة، الدار العربية للعلوم ناشرون، 1996، ص 37 و 38

من التأثير الصوتي لذلك يجب أن يتأكد القائم بالحوار في هذه البرامج أن الصوت يعزز ما يريد قوله وإيصاله إلى الآخرين¹.

لغة الحوار التلفزيوني غير اللفظية :

يمكن تصنيف مفردات لغة الحوار التلفزيوني غير اللفظية كالآتي:²

أ- إشارات شبيه لغوية : مثل الأصوات التي تصدر عن المحاور جواباً عن تعليقات أو اقوال مثل: آه ، إمممم ... الخ . تساعد مثل هذه الإشارات على توطيد علاقة الثقة والألفة بين المحاور والمحاور كما تشجع المحاور على المزيد من الحوار. وتزداد أهمية هذه الإشارات إذا مارفتها إشارات جسدية معينة مثل الإبتسامة وانحناء الرأس إلى الأمام.

ب - نبرة الصوت وإيقاعه : ان الجانب الأكثر قابلية للتصديق في العملية الإتصالية هو الذي يأتي من خلال نبرة الصوت أو تعابير الوجه . كما و يوحي إيقاع الكلام بمعان مختلفة .فالسرع القصى قد تعبر عن الضرورة والأهمية - وربما عن قلة الأهمية - والسرع المنخفضة توحى بخطورة الموقف ، والسرع القصى المقترنه بالصوت المتهدج تعبر عن العصبية، والسرع المتقطعة تعبر عن الحيرة والتردد. كما ان الحوار بصوت مضطرب يعكس مستوى القلق أو الهيجان.

ج - الصمت : يكون احياناً في أثناء الحوار أكثر تعبيراً ودلالة من الكلام.ويستطيع المحاور استخدام لحظات الصمت لتشجيع الشخصية التي يجري معها الحوار ، إشارة الى انه ليس في عجلة من أمره ، او دلالة على موافقته على ما يقال ، أو حافزاً للشخصية على متابعة حديثها حول نقطة معينة وإيضاحها .

د - العينان والإتصال البصري : العينان تتكلمان إذ يستطيع المحاور أن يرى في عيني ضيفه الكثير من الأشياء التي قد لا تكون واضحة في كلامه . كما ان الإتصال البصري، بمعنى ان ينظر المحاور في عيني المحاور ، مسألة بالغة الأهمية في الحوار التلفزيوني ، وذلك لأن الإتصال البصري القوي والمستمر يؤكد اهتمام المحاور بما يقوله المحاور وأن ضعف الإتصال البصري يعكس قلة الإهتمام بالشخصية التي تتحدث وبالموضوع الذي تتحدث عنه، كما يعبر عن اللامبالاة والملل .

هـ - الحركات : أننا نحرك أجسامنا والأعضاء المختلفة من اجسادنا (اليدين والرأس والعينين والحاجبين والشفنتين والكتفين والأصابع والساقين ... الخ) بطرق لا حصر لها من اجل تحقيق التواصل . ويشير العديد من الدراسات الى ان الإتصال الذي يجري بين الناس يتم بنسبة ما بين 66-93 بالمائة منه عبر الأفعال غير اللفظية.

¹ رافي حمدي محمد الحديثي، واقع البرامج الحوارية في قناة العراقية الضائية، مصدر سابق، ص 95
² أديب خضور ، الحديث التلفزيوني ، مصدر سابق، ص97 .

اضافة الى ماتقدم فإن الباحث يعتقد ان لغة الإعلام تختلف و تتحد في آن واحد مع لغة المتخصصين ولغة عامة الناس . فهي تختلف عن لغة التخصص الضيق والملى بالمصطلحات العلمية الدقيقة التي لايفهمها غير اصحاب ذلك التخصص ، وتتحد معها بأستفادة من محتواها والموضوعات المعرفية والعلمية التي تهتم بها وتعيد توضيفها . كذلك تختلف عن لغة الناس في الشارع المليئة بالألفاظ السوقية و الأفكار العبثية الساذجة و ربما القبيحة ايضا، وتتحد معها في عفويتها وسهولتها في الفهم وادراك المعنى .

اذن فمن خلال الدمج الذكي مايبين محتوى ودلالات لغة التخصص من جهة و عفوية وسهولة لغة العامة من الناس، من جهة اخرى، بإمكاننا ايجاد لغة متميزة في محتواها الثري و اسلوبها السهل لإيصال الرسالة الإعلامية ومنها رسالة البرامج الحوارية في التلفزيون .

ان الباحث يرى انه من الضروري ان لا ننسى بأن اللغة هي الوسيلة الأهم في عملية إستمالة المتلقي وشد انتباهه،عقلياً او عاطفياً او غريزياً ، او كلها معاً ، لأقناعه بمحتوى الرسالة الموجهة اليه تحقيقاً لأهداف القائم بالإتصال ، والمتصل هنا هو الضيف بالدرجة الأولى ومن ثم المذيع . ومن أهم انواع الإستمالات المستخدمة في إيصال الرسالة الإقناعية هي:¹

1 - الإستمالة العاطفية : وتستهدف التأثير في وجدان المتلقي وانفعالاته إثارة حاجاته النفسية والإجتماعية، ومخاطبة حواسه بما يحقق أهداف القائم بالإتصال ، وعادة تعتمد الإستمالات العاطفية على استخدام التقاليد والرموز، واللعب بالكلمات باستخدام كلمة أو صفة أو فعل، تكون محملة بمشاعر معينة قد تكون سلبية تضي نوعاً من الرفض على الاسم أو الفاعل المصاحب لها مثل استخدام صفات - المخرب، الأرهابي ، المحتل - وقد تكون إيجابية مثل: - المعتدل، النشط ، العادل - والإستشهاد بالمصادر : قال فلان و يقول علان ، مستغلا في ذلك حب التشبه بمن هو أكثر أو أعلى سلطة أو من يحظى بمصداقية عالية من جانب المتلقي و عرض الرأي على أنه حقيقة، وتعتمد في ذلك على خاصية التبسيط لعملية التفكير واختزال مراحلها المختلفة عن طريق إطلاق حكم نهائي في شكل مبسط و سطحي ومباشر.

الشعارات هي عبارات يطلقها القائم بالإتصال لتلخص هدفه في صيغة واحدة ومؤثرة بشكل يسهل حفظها وترديدها، أما الرموز فتشير إلى تنظيم التجارب الإنسانية في مجموعة من الرموز التي تلغي التباين بين الأفراد في عالم الواقع، ويصبح التفاهم ممكناً على أساس هذه الرموز العامة التي حلت محل التجارب الفردية وأصبح لها مدلول عام متفق عليه ومقبول بين أفراد الجماعة دون حاجة للجدل حوله.

¹ حسن عماد مكاوي ويلي حسين، نظريات الإعلام المعاصرة، الطبعة الأولى، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 1998، ص32

2 - الإستمالة العقلية¹: وهي تعتمد على مخاطبة عقل المتلقي وتقديم الحجج والشواهد المنطقية وتفنيد الآراء المضادة بعد مناقشتها وإظهار جوانبها المختلفة وتستخدم في ذلك اساليب عديدة من أهمها الاستشهاد بالمعلومات والأحداث الواقعية وتقديم الأرقام والاحصائيات وبناء النتائج على مقدمات وتقديم وجهة النظر الأخرى ومناقشتها.

3 - إستمالة التخويف²: تشير إستمالة التخويف إلى النتائج غير المرغوبه التي تترتب على عدم اعتناق المتلقي لتوصيات القائم بالإتصال و من خلالها يحاول المتحدث او السائل ان يبرز ويضخم من حجم الخطر الذي يرافق ظاهرة او حدث ما، وتعمل إستمالات التخويف على تنشيط الإثارة العاطفية لدى المتلقي مثل إثارة خوف الناس من الإرهاب وعواقبه المدمرة لتبرير الإستمرار في اتخاذ الإجراءات الأمنية الصارمة، وإثارة الخوف لدى الناس من الأمراض الخطيرة حتى يسارعوا إلى الكشف الطبي الدوري.

اسلوب التحاور :

أما من حيث اسلوب التحاور والتخاطب، فمن واجب المذيع احترام الضيف وعدم التعالي عليه أو السخرية منه أو تجريحه أو تأنيبه أو اسعراض المعلومات أمامه وكذلك من المهم ان يدرك المذيع المحاور ان مقاطعة الضيف في غير مكانه ووقته المناسب ولعدة مرات هي من اكبر الأخطاء التي عليه تجنبها.³ ومن هنا يرى الباحث أهمية الإشارة الى الأسلوب او الطريقة التي يتبعها المذيع المحاور في ادارة برنامجه من زاوية اللغة وتعبيراتها وامكاناتها من البداية الى النهاية . فالبرنامج الحواري شأنه شأن اي برنامج تلفزيوني آخر بحاجة الى مقدمة ومدخل ومن ثم الى خاتمة ونهاية.

وقد اشار بعض المختصين في هذا المجال الى أهمية المقدمة ، كونها تمثل مدة التعارف وياخذ فيها طرفا الحوار انطباعات متبادلة. " ...ومن المؤكد ان الإنطباعات الأولى هي الأقوى والأشد وتعطي احساسا بالمشهد كله وبالشخصية بكاملها ، بينما الإنطباعات اللاحقة تميل الى ان تكون اضيق وان تتجه الى التركيز على التفاصيل والجزئيات . وتمثل البداية الأساس الذي تقوم عليه المراحل اللاحقة من الحوار، كما وتحدد مسار الجو العام للحوار".⁴ و مهمة البداية هي " ...إزالة أي توتر أو خوف أو ارتباك وكسر أي جليد يمكن أن يحد من سير الحديث بعفوية وتلقائية".⁵

ويرى الباحث انه من اجل انجاح البرنامج الحواري التلفزيوني ، يتوجب على المذيع المحاور ان يكون قد اعد مسبقا مقدمة أو هيأ مدخلا يدخل من خلاله الى صلب الموضوع وذلك عن طريق اتباع الخطوات التالية:

¹ محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط2 ، القاهرة، عالم الكتب، 2000 ص 321 و 334

² عصام سليمان موسى، المدخل في الاتصال الجماهيري، ط1 ،الأردن، مكتبة الكنتاني،1986 ص 217

³ نبيل بدر " المذيع واسلوب الحوار " مجلة الفن الأذاعي، اذاعة القاهرة ، العدد 20 ، 1961 ، ص 6

⁴ يوسف مرزوق ، فن الكتابة للأذاعة والتلفزيون، مصدر سابق، ص 234

⁵ أديب خضور ، الخبر الصحفي ، دمشق ، المكتبة الإعلامية ، 1992 ، الطبعة الثانية ، ص 19

1 - بعد القاء التحية على المشاهدين بلطف وباختصار . يعرف نفسه والمحطة التي يعمل لصالحها ويعرف برنامجه وموضوع حلقاته والهدف من طرحه والوقت الذي سيأخذه البرنامج ، كل ذلك بجمل قصيرة وبسيطة و واضحة و بايقاع لاهو بمستعجل ولاهو متراخ.

2 - التأكيد على أهمية الموضوع وأهمية ضيفه ومن ثم التعريف بشخصية و مهنة واختصاص الضيف او الضيوف ودورهم أو موقعهم من الموضوع او المسألة التي ستطرح للحوار والنقاش . والترحيب بهم باتسامة و لطف .

3 - الإشارة الى امكانية اشتراك المشاهدين باتصالاتهم وطرح استفساراتهم او مداخلاتهم عبر وسائل الإتصال المتاحة للبرنامج .

4 - ومن ثم يبدأ الحوار بطرح سؤال من نوع الأسئلة ذي النهايات المفتوحة ، والتي تستدعي اجوبة سهلة وغير محددة وذلك من اجل مساعدة الضيف والمشاهد للتهيؤ لمرحلة الخوض في الحوار الجاد .¹

وخلال البرنامج الحوارى الناجح ، سيبيرز تفاعل لفظي وغير لفظي مابين المذيع من ناحية و الضيف والجمهور من ناحية اخرى . ويقصد بالتفاعل هنا الأخذ والرد بتلقائية مابين الطرفين و من المعلوم حتما ان العبء الأكبر في هذه التلقائية والتفاعل يقع على كاهل المذيع المحاور والذي بدوره يستطيع ان يشجع ضيفه والجمهور المشارك على اتباع التلقائية ذاتها وبغفوية لا تكلف فيها .

وهناك عدد من الأساليب يمكن اتباعها من قبل المذيع في هذا المجال ، ومنها :

- الإستنتاج : اي ان يستنتج المذيع فكرة من جواب ضيفه او مداخلة مشاهد مشارك، ثم يبادر بصياغتها والتعبير عنها بما يحرك عجلة الحوار الى الأمام.

- التأكيد: اي تأكيد المذيع على فكرة معينة وردت في كلام الضيف ، وبذلك يمنح الضيف شعورا بحسن اصغاء مضيفه مما يشجعه على الإستمرار في الحوار .

- الإستيضاح : او الإستفسار عن فكرة او معلومة او كلمة وردت بشكل غير واضح في كلام الضيف او مداخلة مشاهد . وهذا الأسلوب يعطي الحوار جدية و عمقا أكثر .

- التوضيح : وهو قيام المذيع بنفسه بتوضيح فكرة او شرح عبارة او مصطلح غير شائع لدى الجمهور . مما يعطي نوعا من التنبيه اللطيف الى الضيف بعدم تكرار المصطلحات والمفردات غير الشائعة واستخدام بدائل مفهومة لها . ومن جانب آخر يعطي الجمهور توضيحا لمعلومة قد تكون غير معروفة لدى الأكثرية .

- الربط : ان يربط مابين فكرة وردت على لسان الضيف و مثال من واقع الحياة او الربط مابين فكرتين وردتا في وقتين مختلفين من البرنامج على لسان الضيف نفسه . مما يعطي انطبعا حقيقيا عن مدى تفاعل المذيع مع الضيف

¹ أمين عطوة " برامج التلفزيون صورها وخصائصها " مجلة الفن الإذاعي، اذاعة القاهرة، العدد 32 ، 1965 ، ص 78 .

وموضوع الحوار و مراحل تطوره ، فيكسب المزيد من الإحترام و الإعتبار سواء من قبل الضيف او من قبل الجمهور المتابع للبرنامج .¹

واخيرا لابد للبرنامج الحواري التلفزيوني من نهاية. والنهائية لابد ان تكون ملائمة ومنسجمة ولا نقول متطابقة، مع اهداف البرنامج والمخطط الذي تم وضعه مسبقا لسير الحوار والبرنامج . وخلال المدة ما بين طرح السؤال الأول والخاتمة، على المذيع المتمرس ان يغطي كافة الجوانب المتعلقة بموضوع حوار حلقة وذلك من خلال استحصال المعلومات الكافية والصحيحة والجديدة والآراء المختلفة حول موضع الحوار من الشخصيات المستضافة في البرنامج في مدة لا تتجاوز المدة المقررة لحلقة البرنامج .

وهناك نماذج عديدة لطريقة انهاء البرنامج الحواري التلفزيوني واسلوبه، ويتفق الباحث مع نموذجين اساسيين:

1 - الخاتمة البسيطة : يشير المذيع الى قرب نهاية البرنامج ضمن طرحه آخر سؤال على الضيف ، ويجب ان يكون سؤالاً سهلاً و لا تستدعي جواباً طويلاً و مفصلاً . ثم بعد ذلك ينهي البرنامج بعرض سريع ومختصر للفكرة الأساسية التي دار حولها الحوار شاكرًا ضيفه ورضاه عن الحوار المفيد الذي دار بينهما ثم يشكر كادر العمل والمشاهدين بأمل اللقاء في حلقة قادمة. وهذه الطريقة في انهاء البرنامج الحواري متوقفة على طبيعة الحوار وموضوعه والمدة الزمنية التي استغرقها. وهي عادة تلائم برامج حوار الشخصية والمعلومات . ولا تنفع في برامج حوار الأفكار والآراء .

2 - الخاتمة المتممة والمكتملة للحوار: وهي التي تلائم برامج حوار الأفكار والآراء و احيانا حوار المعلومات المتخصصة. ومن الممكن ان تكون الخاتمة على شكل طرح سؤال قويّ ومحدّد و جواب قويّ و محدّد.² أو على شكل تلخيص للآراء الأساسية الواردة في الحوار و صياغتها من جديد. أو ربما على شكل صياغة ما توصل اليه الحوار في قالب تساؤل فكري يطرح على مسامع الجمهور المتلقي لكي يبقى على صلة بالموضوع لمدة أطول ويشركه في ديمومة الحوار بعد انتهاء البرنامج . أو ربما يصيغ معد البرنامج فكرة من غرفة السيطرة ويلقنه للمذيع عبر جهاز التوك باك، وذلك بمدة وجيزة قبل نهاية البرنامج. او يعيد المذيع المحترف ، صياغة الأفكار المهمة والرئيسية التي طرحت في البرنامج في صيغة اقتراحات او ارشادات الى الجمهور المتابع للبرنامج . مما يزيد من درجة نفعية البرنامج وشعبيته .

سادسا - الجمهور المستهدف :

ان هدف البرامج التلفزيونية بشكل عام والحوارية منها اساسا هو توصيل رسالة اعلامية الى جمهور عام او محدد. والجمهور كبقية العناصر التي تحدثنا عنها بالتفصيل، هو ركن اساسي من اركان بناء برنامج حوار ناجح

¹ مصطفى عبد الوهاب ، المذيع وفن تقديم البرامج الحوارية، مصدر سابق ، ص 35

² حسن احمد حسن ، برامج الحوار الأذاعي المسموع والمرئي، مصدر سابق ، ص 28

ومفيد. بل هو اضافة الى ذلك يمثل الهدف النهائي الذي من اجله كان الحوار التلفزيوني ويكون، وهنا يتوجب على معد ومخطط البرنامج الحوارى وكذلك المذيع المحاور، ومن بوصفهم الضيف او الضيوف ، يتوجب عليهم جميعا وكل حسب موقعه من مجمل عملية صياغة الرسالة الإعلامية وارسالها وايصالها الى الجمهور المستهدف ، ان يعيروا انتباهها جديا الى مستوى الجمهور التعليمي والثقافي والمعيشي والإجتماعي والفئات العمرية والجنسية التي ينتمي اليها، و يضعوا في الاعتبار ماالذي يريده ويفكر فيه، وماهي معاناته وتطلعاته واحتياجاته . ودرج كل ذلك في الإطار العام للمواضيع المختارة للحوار حولها .

ويجب على كل واحد من الأفراد الأساسيين المساهمين في انتاج برنامج حوارى تلفزيوني "ان يضع نفسه مكان الجمهور، بمعنى ان يسأل نفسه السؤال التالي : لو انني كنت واحدا من المشاهدين فما الذي اريد وانتظر معرفته من هذا الحوار؟ ماهو المضمون الأكثر أهمية؟. وماهي الأساليب الأكثر جذبا؟ مالذي يجعلني أكثر مصداقية؟"¹

ومن المهم جدا ان ينتبه هؤلاء جميعا وخصوصا المذيع الى ان أهم شئ في مجال التعامل مع الجمهور هو احترام المتلقي و المشارك . والإحترام يتجلى في ، عدم اشعاره ، سواء كان مشاركا او متابعا، بوضعه تحت الوصاية أو التعالي عليه أو السخرية منه أو تجريحه وكذلك من المهم ان يدرك المذيع المحاور ان مقاطعة المشارك في غير مكانه ووقته المناسب ولعدة مرات هي من اكبر الأخطاء التي عليه تجنبها.

¹ مصطفى عبد الوهاب ، المذيع وفن تقديم البرامج الحوارية ، مصدر سابق ، ص 38

الفصل الرابع:

تحليل مضامين

البرامج الحوارية واساليبها

في فضائية كهللى كوردستان.

المبحث الأول

تلفزيون كهلَى كوردستان

نشأة وتطور القناة 1:

بعد انتفاضة آذار من عام 1991 المجيدة و المناخ السياسي و العسكري الذي ساد كوردستان العراق وخصوصا بعد عودة الملايين من الهجرة المليونية،الى مراكز المدن الرئيسية - السليمانية واربيل و دهوك - اندلعت عدة انتفاضات شعبية مسلحة اخرى ضد الوجود المكثف لقوات جيش النظام البائد في شوارع المدن الكوردية وازقتها.

وفي يوم 1991/9/11 تجمع الآلاف من مواطني مدينة السليمانية في ملعب الإدارة المحلية ليستمعوا الى السيد مام جلال / امين عام الأتحاد الوطني الكوردستاني، الذي خطب فيهم في نحو الساعة الواحدة والنصف ظهرا. وفي خضم هذه الأحداث الساخنة شهدت كوردستان عموما والسليمانية خصوصا، ولادة أول محطة تلفزيونية كوردية غير تابعة للحكومة العراقية ، حيث تم قطع ارسال محطة تلفزيون بغداد من خلال جهاز التقوية الذي كان موجودا في أعلى نقطة على جبل كويژه في محيط مدينة السليمانية ، وتم بدلا من ذلك بث الشريط المسجل للخطاب و هتافات الجماهير المحتشدة في مدرجات الملعب وساحته، وذلك في الساعة السابعة و الدقيقة الخامسة والخمسين من مساء اليوم نفسه 1991/ 9/ 11 .

بعد ذلك وبعده ايام زار السيد مسعود بارزاني / رئيس الحزب الديمقراطي الكوردستاني، مدينة ألسليمانية ولقى خطابا في الجماهير وتم تصويره ومن ثم بث من على القناة نفسه، التي سميت في حينه : تلفزيون PUK اي : تلفزيون الأتحاد الوطني الكوردستاني .

¹ عرض الباحث عدة أسئلة على مدير عام القناة السيد جمال حسين و مدير قسم البرامج السيد هاورى عزيز بخصوص نشأة وتطور القناة واقسامها الرئيسية ، والتفاصيل الواردة في هذا المبحث هي اعادة صياغة لردودهما على تلك الأسئلة .

وبعد مدة من الزمن تم تغيير اسم القناة الى : تلفزيون گهلی كوردستان . وفي ليلة 1991/11/8 تم وبمساندة قوة من البيشمركة ، الإستيلاء على محطة التقوية المتواجدة في قلعة اربيل ، وقطع البث الحكومي وبدأ البث الأول لقناة گهلی كوردستان في مركز محافظة اربيل. أما بداية البث في مدينة دهوك ، ولأسباب تقنية فقد تأخر الى الأيام الأولى من شهر حزيران عام 1992 .

وخلال السنوات الثلاث الأولى من عمر القناة الأرضية تم ربط كل المحطات الفرعية في المدن والأقضية بالمحطة الرئيسية في السليمانية وبذلك تحققت ولأول مرة في تأريخ القنوات التلفزيونية الكوردية ميزة البث المركزي الموحد . استمر بث القناة ارضيا لغاية عام 2007 حينذاك وبأقتراح من السيد جلال طالباني، السكرتير العام للإتحاد الوطني الكوردستاني، تم تحويل المحطة الأساسية الكائنة في مركز محافظة السليمانية الى البث الفضائي عبر الأقمار الإصطناعية وذلك بعد استكمال بناية جديدة خاصة وبالمواصفات العالمية لمحطة فضائية استمرت مدة عامين وتم تجهيز البناية بكل مستلزماتها الفنية والتقنية المتطورة خلال عام من الزمن بعد اكمال البناء. وفي يوم 2007/3/5 بدأت المحطة ببث اعلاناتها للبرامج التي تنوي عرضها في المستقبل القريب، وكانت ساعة الإنطلاق هي الخامسة عصرا من يوم 2007/6/1 حيث اشرف السيد طالباني وبحضور عدد غفير من الضيوف على بدء عملية البث المتواصل على القمر الصناعي، هوت بيرد، وكان البث اليومي يبدأ من الساعة الرابعة عصرا لغاية منتصف الليل بتوقيت الإقليم، وبعد مرور شهر واحد زاد وقت البث اليومي بدءا من الساعة التاسعة صباحا وحتى الرابعة فجرا من اليوم التالي. ثم تم الإشتراك في القمر الصناعي، نايل سات، و بدأ البث من خلاله في 2007/10/20 ولغاية اليوم، جنبا الى جنب مع القمر الصناعي الأوروبي هوت بيرد. والى جانب هذه القناة الفضائية بقيت بعض المحطات الصغيرة المحلية الأرضية في مراكز المحافظات الثلاث و مراكز الأقضية ، تبث برامجها المحلية على ذبذبات أرضية .

وكما اشرنا سابقا فإن القناة ملك للإتحاد الوطني الكوردستاني ، وتموّل من قبله ، وتدار سياسيا و اداريا من قبل فريق عمل مرتبط مباشرة بمكتب الإعلام المركزي للحزب . وهي بمثابة لسان حال الحزب و تعبّر عن سياساته واهدافه وتوجهاته في مجالات السياسة الداخلية وتحالفاته و علاقاته كوردستانيا وعلى الصعيد العراقي والإقليمي والعالمي.

أهم الأقسام و الوحدات الفنية في القناة:

يشكّل القسم الفني العمود الفقري لهذه القناة ويتألف من 9 وحدات تعمل على شكل 3 ورديات في اليوم ، بدءاً من الساعة الثامنة صباحاً و لغاية الثالثة فجراً من اليوم التالي ، حيث يتوقف الإرسال لمدة 5 ساعات ليعود في الثامنة من صباح اليوم نفسه . والوحدات هي :

- 1- وحدة الإخراج والإستوديوهات .
- 2- وحدة المونتاج بنظام ماكنتوش .
- 3- وحدة الجرافيك و تصميم الفواصل و التايتلات .
- 4- وحدة الدوبلاج و اضافة الصوت الى التقارير المصورة .
- 5- وحدة الإنارة و الإضاءة.
- 6- وحدة مونتاج الأخبار و التقارير الخبرية عن طريق اجهزة المكسر و الكمبيوتر .
- 7- وحدة الديكور الداخلي والخارجي.
- 8- وحدة تقنيات الإستوديو و الـ (IT) و مراقبة الأجهزة و صيانتها.
- 9- وحدة الكاميرا الثابتة و المحمولة.

ويعمل في المحطة الأساسية لهذه القناة الفضائية حالياً نحو 100 كادر فني إضافة الى عدد غفير من المذيعين و المحررين و المرسلين و الإداريين و موظفي الخدمات و الحراس .

البرامج الحوارية التي تعدّها القناة وتقدّمها :

للقناة باقة من البرامج الحوارية منها المباشرة و منها المسجلة ، وهي كآلاتي :

1 - برنامج : له كه ركوكه وه : من كركوك - برنامج حوارى مسجل نصف شهري، يعده ويقدمه السيد فاروق جميل و يستضيف في كل حلقة مسؤول حكومي أو حزبي أو شخصية من منظمات المجتمع المدني، يحاوره في قضية من قضايا حياة و أوضاع الناس في كركوك. مدته : 52 دقيقة.

2 - برنامج : كه وانه : قوس أو بين قوسين - برنامج حوار رأي و معلومات، مباشر واسبوعي . يعده و يقدمه السيد محمد نوري الذي يحاور فيه ضيفه في واحدة من القضايا السياسية او الإجتماعية او الثقافية الساخنة والتي تمس حياة الناس و تهمهم و يتلقى أسئلة المشاهدين المتابعين للبرنامج ومدخلاتهم، عن طريق مكالمات تلفونية مباشرة . مدته : 52 دقيقة.

3 - برنامج : تيلي كLINIK :العيادة التلفزيونية - وهو برنامج حوار معلومات صحية، مباشر واسبوعي يعده ويقدمه الطبيب فريدون ابراهيم الذي يستضيف واحدا من الأطباء المتخصصين في مجال طبي معين ثم يحاوره في تفاصيل مرض محدد أو حالات وقضايا مرتبطة مباشرة بالصحة العامة و يتلقى مكالمات من المشاهدين لسؤال الطبيب الضيف وطلب الاستشارة منه. مدته 52 دقيقة .

4 - برنامج : كتيب و ديالوگ : كتاب و حوار - برنامج حوارى مسجل نصف شهري . من اعداد و تقديم السيد علي مصطفى الذي يحاور فيه كاتب عن احدث كتاب الفه او ترجمه الى الكوردية .

5 - برنامج : تايم ناوت : تايم أوت - الذي يهتم بالقضايا والمسائل الرياضية في الإقليم، وهو برنامج حوار معلومات و آراء، نصف شهري مباشر، يعده ويقدمه السيد رزطار كمال الذي يستضيف ضيفا رياضيا أو أكثر، لمناقشة بعض المسائل المتعلقة بالشؤون الرياضية و يتلقى فيه أسئلة المشاهدين ومدخلاتهم عن طريق مكالمات تلفونية مباشرة حول موضوع الحلقة. مدته 52 دقيقة .

6 - برنامج : ديدگا : المنظور - وهو برنامج من نوع حوار الشخصية، مسجل، نصف شهري ، يعده ويقدمه السيد گوران علي كريم الذي يحاور فيه فنانا أو ادبيا كورديا مشهورا، ويقلب معه صفحات تأريخ حياته الشخصية والإبداعية. وكثيرا ما يصور البرنامج خارج الإستوديو وفي الأماكن التي يعمل فيها الضيف و يرتادها في العادة. مدته 52 دقيقة.

7 - برنامج: C.V : سيرة حياة - وهو من اعداد وتقديم السيد سامان حه مه غريب الذي يحاور في هذا البرنامج الحوارى، المسجل والنصف شهري، واحدة من الشخصيات التي تمتاز بالبروز في مجال اجتماعي، مهني، حرفي أو

اقتصادي، ويفتح معها صفحات سيرتها الذاتية والمهنية بتجاربها و عبرها، ويشترط في الضيف ان لا يكون قد تحدث عن سيرته الذاتية من قبل في اي برنامج آخر . مدته 30 دقيقة.

8 - برنامج : بينگافى دوويى : الخطوة الثانية - وهو برنامج حوار شخصية نصف شهري ومسجل خارج الإستوديو، شبيه ببرنامج ،المنظور- ديدگا . يعدّه ويقدمه السيّد عجيب محمد، باللّجة الكورمانجية الشمالية. ويحاور فيه احد الأدباء والكتاب الكورد في مناطق بهدينان من كوردستان العراق حوارا شخصيا. مدته 52 دقيقة.

9 - برنامج : فهدهنگ: برنامج حوار رأي مباشر ، نصف شهري. يعده ويقدمه السيد محمد خير، باللّجة الكورمانجية الشمالية . ويحاور خلال 52 دقيقة ضيف حلقة حول واحدة من القضايا الثقافية و التنويرية العامة .

10 - برنامج : بهراف : وهو برنامج حوارى مسجل داخل الإستوديو،نصف شهري يعدّه ويقدمه السيّد محمد حسكو، باللّجة الكورمانجية الشمالية، حيث يحاور فيه واحدا من الصحفيين او الكتاب البارزين حول نتاجه الأدبي و نشاطه المهني . مدته 52 دقيقة .

11 - برنامج : ئەوى رۆژى : أيام مضت - وهو برنامج حوار شخصيات واحداث تاريخية، مسجل نصف شهري، من اعداد وتقديم السيد أحمد لطيف، الذي يصطحب فيه ضيوفه من البيشمركة القدامى الى الأماكن الأصلية للوقائع التاريخية في ثورة شعب كوردستان، ثم يحاورهم في التفاصيل التاريخية للأحداث والمواجهات، محفّزا فيهم كل ما تخزنه الذاكرة. مدته: 45 دقيقة .

12 - برنامج : گهر ماوگهرم : ساخن جدا - وهو برنامج حوار رأي، يومي، مباشر و ساخن . من اعداد وتقديم السيد بههيز حسين ،الذي عادة ما يستضيف شخصيتين، واحدة في الإستوديو داخل المحطة و اخرى في أستوديو خارج المحطة . ويحاورهما في إحدى القضايا السياسية أو الثقافية أو الإجتماعية أو الإقتصادية الساخنة جدا. ويتلقى مشاركات من المشاهدين عبر بريد البرنامج الإلكتروني. هذا البرنامج يقدّم ستة ايام في الأسبوع ومدته: 40 دقيقة.

علما أن مجموع ما تقدمه القناة من برامج - عدا النشرات والتقارير الاخبارية - يبلغ 41 برنامجا من ضمنها

12 برنامجا حواريا، خمسة منها فقط تبث مباشرة .

المبحث الثاني

إجراءات البحث

استخدم الباحث أدوات وطرائق البحث الآتية :-

أولاً- الملاحظة : استخدم الباحث الملاحظة العلمية التي " تعد واحدة من أدوات البحث العلمي المهمة"¹ لجمع المعلومات عن البرامج الحوارية في قناة طةلي كوردستان الفضائية وآلية تقديمها والأساليب المستخدمة في الحوار. وذلك من خلال تسجيل وفحص وتفريغ عدد كبير من الأقراص الليزرية التي احتوت الحلقات عينة البحث.

ثانياً- استمارة التحليل : استعمل الباحث طريقة تحليل المضمون التي عدّها انسب طريقة للوصول الى أهداف بحثه. وتعرّف طريقة تحليل المضمون بأنها وصف المحتوى الظاهر أو المضمون الصريح للمادة الإعلامية وصفاً موضوعياً ومنتظماً وكمياً . واعتمد الباحث في تحليله لمضامين واساليب عينة من البرامج الحوارية بعد اعداد الأستمارات الخاصة لهذا الغرض، على ما يلي :

1 - وحدة الموضوع أو ما تسمى بـ : الوحدة الطبيعية للمادة الإعلامية. في تحليل مضمون حلقات البرامج الحوارية في قناة طةلي كوردستان الفضائية .

2 - فئات التحليل : يقصد بفئات التحليل ما يراد التقصي عنه في المضمون . وتعد عملية تحديد الفئات من أهم الخطوات البحثية في أسلوب تحليل المضمون أو طريقته إذ ان " الإعداد الجيد الواضح لفئات التحليل يؤدي إلى التوصل إلى نتائج علمية وبحثية مثمرة"².

واعتمد الباحث الفئات الرئيسية والفرعية الآتية :

فئة عنصر الحوار :

1. نوع الحوار : يقصد بهذه الفئة جنس الحوار الذي يمكن تحديده عن طريق تحديد الغاية من الحوار، هل الغاية

هي جمع معلومات حول موضوع ما او معرفة رأي حول حدث او قضية ما او معرفة معلومات وحقائق عن شخصية ما. وتم تقسيم هذه الفئة الى ثلاث فئات فرعية هي :

أ- حوار المعلومات : يقصد به حوار،الهدف منه جمع المعلومات عن موضوع ما.

¹ وهيب مجيد الكبيسي ود. يونس صالح الجنابي ، طرق البحث في العلوم السلوكية ، وزارة التعليم العالي والبحث العلمي ، جامعة بغداد ، كلية الآداب ، ، 1987 ، ص 124 .

² سمير محمد حسين ، تحليل المضمون ، ط2 ، القاهرة ، عالم الكتب ، 1996 ص 87

- ب- حوار الرأي : يقصد به الحوار الذي يهدف الى معرفة رأي المحاور في موضوع ما .
- ج- حوار الشخصية : يقصد به الحوار الذي يتوخى معرفة معلومات عن الشخصية المحاوره و الإطلاع على تجربتها الحياتية وارئها حول موضوع يههما ويهم الرأي العام والجمهور المستهدف .
- 2 - موضوع الحوار :** ويقصد بهذه الفئة الموضوع الذي يتم التحوار فيه او مضمون حلقات البرامج الحوارية في قناة طةلي كوردستان الفضائية وتم تقسيمها الى الفئات الفرعية الاتية :
- أ - سياسي : موضوع أو قضية أو حدث سياسي.
- ب - اقتصادي : الموضوعات المتعلقة بالجانب الإقتصادي ، مال ، نبط ، ، استثمار ..
- ج - فكري - ثقافي : فكر ، أدب ، فن، تجارب شخصية في تلك المجالات .
- د - اجتماعي : كل الجوانب المتعلقة بالمجتمع ، حقوق الإنسان ، حقوق المرأة، الزواج، أزمة السكن ، البطالة وكذلك السيرة الذاتية لشخصيات تهم الجمهور المستهدف ..
- هـ - علمية - تربوية : ويقصد بها الموضوعات التي تختص بمجالات التربية والتعليم والدراسة الجامعية .
- و- صحية وتوجيهية : ويقصد بها الحوار حول مواضيع مرتبطة مباشرة بالصحة الجسمية و النفسية والعقلية للجمهور المستهدف.
- 3 - جغرافيا قضايا البرامج :** يقصد بهذه الفئة الموضوعات التي تناولتها البرامج الحوارية موضوع البحث من حيث التوزيع الجغرافي وتم تقسيم هذه الفئة الى فئات فرعية :
- أ - اقليم كوردستان العراق : أي بمعنى ان الموضوعات التي تتناولها البرامج الحوارية موضوع البحث لها علاقة بالشأن الداخلي للإقليم .
- ب - كوردستانية : أي بمعنى ان الموضوعات التي تناولتها البرامج الحوارية موضوع البحث لها علاقة باجزاء كوردستان في الدول المجاورة .
- ج - عراقية : أي بمعنى ان الموضوعات التي تناولتها البرامج الحوارية موضوع البحث لها علاقة بجمهورية العراق الاتحادية ككل .
- د - العراق ودول الجوار .
- هـ - الشرق الأوسط .
- و- العالم : أي بمعنى ان الموضوعات التي تناولتها البرامج الحوارية موضوع البحث لها علاقة بدول العالم الأخرى .
- فئة عنصر الأسئلة :**

- نوع الأسئلة ، وتقسّم بحسب المعايير الى :

1 - معيار النمط :

- أسئلة ذات نهايات مغلقة : من ؟ ماذا ؟ متى ؟ اين؟
- أسئلة ذات نهايات مفتوحة : كيف ؟ ولماذا ؟ .
- أسئلة استيضاحية أو للتأكيد .

2 - معيار القصد :

- أسئلة بقصد الحصول على معلومات.
- أسئلة بقصد معرفة الرأي وإثارته.
- أسئلة بقصد الأيحاء واستدراج الضيف الى جواب محدد.
- أسئلة بقصد المحاكمة او الأستفزاز .

3 - معيار النقاوة :

- أسئلة نقية مباشرة بدون مقدمات.
- أسئلة غير نقية مع مقدمات .

4 - معيار تركيبية السؤال :

- أسئلة بسيطة : سؤال محدد واحد
- أسئلة مركبة : أكثر من سؤال أو سؤال بعدة وجوه في تعبير واحد.

5 - معيار الإستمالة المستخدمة :

- أسئلة بدون إستمالة - محايدة .
- أسئلة بإستمالة عاطفية.
- أسئلة بإستمالة عقلية.
- أسئلة بإستمالة تخويقية .

فئة عنصر الأجوبة :

- نوع الأجوبة ، وتقسّم بحسب المعايير الى :

1 - معيار النقاوة :

- اجوبة مباشرة .
- اجوبة مع مقدمات .

2 - معيار التجاوب والتناغم مع مايريده السائل : - اجوبة متجاوبة ومتناغمة.

- اجوبة غير متجاوبة .
- اجوبة لا علاقة لها بالسؤال .
- 3 - معيار القصد :
- اجوبة بقصد اعطاء معلومة.
- اجوبة بقصد ابداء رأي او تنفيذ رأي .
- اجوبة مراوغة تذهب بعيدا عن المتوقع ولا تعطي المطلوب في نص السؤال .

فئة عنصر الجمهور المشارك :

ويقصد بهذه الفئة كل ما يتعلق بجنس المشارك و مكانه ونوعية المشاركة و وسيلتها من قبل مشاهدي البرامج الحوارية عينة البحث وتم تقسيم هذه الفئة الى:

أولا - جغرافية تواجد المشارك اثناء المشاركة :

1 - داخل الإقليم ، نوعية المشاركة :

أ - توجيه أسئلة الى الضيف

ب - المداخلة وابداء الرأي حول موضوع الحوار.

2 - داخل العراق ، نوعية المشاركة :

أ - توجيه الأسئلة الى الضيف

ب - المداخلة وابداء الرأي حول موضوع الحوار.

3 - خارج العراق، نوعية المشاركة :

أ - توجيه الأسئلة الى الضيف

ب - المداخلة وابداء الرأي حول موضوع الحوار.

4 - غير معلوم، نوعية المشاركة :

أ - توجيه الأسئلة الى الضيف

ب - المداخلة وابداء الرأي حول موضوع الحوار.

ثانيا - جنس المشارك :

1 - ذكر

2 - انثى

ثالثا - وسيلة المشاركة :

- 1 - اتصال تليفوني مباشر .
- 2 - بريد الكتروني .

فئة عنصر الوقت :

- كيفية توزيع وقت البرنامج :

- 1 - الوقت المتاح لمقدم البرنامج .
- 2 - الوقت المتاح لضيوف البرنامج .
- 3 - الوقت المتاح للتقارير المصورة .
- 4 - الوقت المتاح للمشاركين والمشاركات

فئة عنصر اعداد البرنامج

أولاً: نوع المقدمة بحسب الإستمالة المستخدمة فيها :

- 1 - إستمالة عاطفية .
- 2 - إستمالة عقلية .
- 3 - إستمالة تخويقية .

ثانياً : نوع التقرير المصور بحسب الإستمالة المستخدمة فيه:

- 1 - إستمالة عاطفية .
- 2 - إستمالة عقلية .
- 3 - إستمالة تخويقية .
- 4 - بدون تقرير مصور .

ثالثاً : نوع الخاتمة بحسب الإستمالة المستخدمة فيها :

- 1 - إستمالة عاطفية .
- 2 - إستمالة عقلية .
- 3 - إستمالة تخويقية .
- 4 - بدون خاتمة .

فئة عنصر الضيف :

أولا - وظيفة الضيف : ويقصد بهذه الفئة العنوان الوظيفي او التخصص للشخصية التي يجري الحوار معها وتم تقسيم هذه الفئة الى :

1 - مسؤول حكومي : أي إن الشخصية المستضافة لديها وظيفة رسمية لدى حكومة بلدها، رئيس وزراء، وزير، مدير عام ، مستشار .

2 - عضو برلمان .

3 - أكاديمي : كأن يكون رئيس جامعة أو استاذًا جامعيًا أو مدرسا أو محاضرا في التعليم العالي .

4 - محلل سياسي : شخصية معروفة تحلل القضايا السياسية ولديه معلومات موثوقة ترسم صورة واضحة للمشهد السياسي.

5 - قاضي او قانوني .

6 - اعلامي أو كاتب متخصص في الكتابة في الصحف او المجالات عن الموضوعات التي يتم التناحر فيها.

7 - كادر حزبي متقدم .

8 - ناشط من المجتمع المدني والمنظمات غير الحكومية.

9 - طبيب متخصص .

10 - خبير او متخصص في مجالات اخرى .

11 - وجه اجتماعي معروف .

ثانيا - نمط شخصية الضيف :

1 - متكتم : لا يريد اعطاء المعلومة بسهولة ولا يبدي رأيا شخصيا وهو بحاجة الى التشجيع والتحفيز من قبل المذيع.

2 - كثير الكلام : يحب الدخول في التفاصيل ولا يمكن توقع متى واين سيتوقف و يجبر المذيع على مقاطعته مرات عديدة .

3 - مراوغ ومتهرب : لا يبدي رأيا واضحا ويتهرب من جوهر السؤال و هو بحاجة الى نوع من الصرامة والصرامة و اعادة طرح السؤال بصيغة اخرى .

4 - محرج : ليس لديه مانع من احراج المقدم او الضيوف أو المشاركين او الأساءة اليهم لفظيا ، وهذا يدفع بالمذيع الى مقاطعته و تنبيهه الى عدم تكرار تصرفه غير اللائق والإعتذار الى من اسئ اليهم .

5 - متجاوب : لا يسهب في الحديث و يعطي المعلومة او الراي المطلوب منه برحابة صدر ثم يتوقف عن الحديث دون الحاجة الى مقاطعته. وهذه الشخصية هي النموذج المثالي للضيف الناجح والمرغوب فيه.

ثالثا - عدد ضيوف البرنامج :

1 - ضيف واحد .

2 - ضيفان فأكثر .

رابعا - جنسية الضيف :

1- عراقي

2- اجنبي

خامسا - قومية الضيف :

1 - كوردية

2 - عربية

3 - تركمانية

4 - كلدوآشورية

5 - اخرى .

سادسا - جنس الضيف :

1 - انثى

2 - ذكر

سابعا - التوزيع الجغرافي للضيوف اثناء الحوار :

1 - داخل اقليم كردستان العراق .

2 - داخل العراق .

3 - الدول العربية .

4 - دول الجوار الأخرى .

ثامنا - مكان تواجد الضيف اثناء الحوار :

1 - استوديو داخل محطة القناة .

2 - استوديو خارج المحطة .

3 - اخرى .

فئة عنصر التشويش الفيزيكي :

- 1 - انقطاع صوت الضيف .
- 2 - انقطاع او تأخر في بث الصورة .
- 3 - عدم وصول صوت المذيع الى الضيف / او / المشارك
- 4 - اخرى .

فئة مقاطعة الضيف :

- 1 - مقاطعة مناسبة من قبل المذيع : وهي المقاطعة التي تأتي بغرض اعادة الحوار الى مجراه الأصلي اثر دخول الضيف في تفاصيل لاعلاقة لها بجوهر السؤال المطروح أو عند محاولته الأساءة الى الآخرين .
 - 2 - مقاطعة غير مناسبة : وهي التي تقطع على الضيف سلسلة افكاره او تقتل معلومة هامة أو لا تسمح له بشرح وجهة نظره بصورة واضحة او لا تمنح الضيف وقتا متكافئا كنظيره الآخر .
- ملاحظة : تعامل الباحث مع الفئات وفروعها بمرونة تامة فجعل بعضها تتكيف مع ما رآه ملائما لبعض التفاصيل الواقعية، ولم يلزم نفسه بإستخدام التسمية ذاتها في كل الحالات وفي تحليل كل البرامج الحوارية المبحوثة، إلا اذا كانت ضرورية وبعكسه فقد تم الإستغناء عنها او تم اجراء تغيير طفيف وشكلي عليها بحسب الضرورة .
- صدق الأداة : عرض الباحث مقترح لإستمارة التحليل على مجموعة من الأساتذة* الذين ابدوا ملاحظاتهم عليها وتمت مناقشتهم جميعا و بعد ذلك تم حذف مجموعة من الفئات الفرعية و إضافة مجموعة اخرى. وتمت مراجعة الصيغة النهائية للإستمارة من قبل الأستاذ المشرف الذي اقرها.

ثبات التحليل : للتحقق من مدى موضوعية التحليل لابد من قياس مدى استقلالية المعلومات عن أدوات القياس نفسها¹ وهو ما يسمى بالثبات الذي "يعني من الناحية النظرية ضرورة الوصول الى اتفاق كامل في النتائج بين الباحثين الذين يستخدمون نفس الأسس والأساليب على نفس المادة الإعلامية"².

*الدكتور مغنيد سبان ، دكتوراه في الإعلام ، قسم الإعلام في كلية الآداب جامعة صلاح الدين
الدكتور صابر بوكاني، دكتوراه في علم النفس الإعلامي، قسم الإعلام ، كلية العلوم الإنسانية، جامعة السليمانية
الدكتور نارس قادر خوشناو ، دكتوراه في الإدارة . قسم الإعلام ، المعهد الفني في اربيل .
الدكتور حسن محمد عمر، دكتوراه في الإدارة ، عميد المعهد الفني في دوكان.
الدكتور سيروان معروف جياوك ، دكتوراه في علم النفس ، قسم الإعلام ، المعهد الفني في اربيل
الدكتور نازاد رمضان ، دكتوراه في الإعلام ، قسم الإعلام ، المعهد الفني في اربيل .

¹ سمير محمد حسين ، تحليل المضمون ، مصدر سابق ، ص 126

² محمد عبدالحميد ، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية ، القاهرة ، عالم الكتب ، 2000، ص 211

ويمكن قياس الثبات بطرائق عدة، إحداهما قيام الباحث بإعادة الاختبار بنفسه باستخدام نفس استمارة التحليل بعد مرور شهر على التحليل الأول الذي قام به . وقد قام الباحث بعد مرور شهر من اجراء عملية التحليل الأولى بعملية تحليل ثانية لعينة عشوائية من البرامج المحللة مسبقا، شملت حلقات من جميع البرامج المبحوثة و تبين للباحث ان الإتفاق في نتائج التحليلين للفئات والفئات الفرعية كان شبه تام .

عينة البحث : نظرا لكثرة أعداد و حلقات البرامج الحوارية في فضائية طغلي كوردستان ، فقد تم اختيار عدد من الحلقات من البرامج الحوارية الأربعة وعلى الشكل الآتي :

البرنامج اليومي : گهر ماوگهرم - ساخن جدا

وهو برنامج حوار رأي، مباشر، ويقدم 6 مرات في الأسبوع مضروبا في 4 اسابيع ، مضروبا في 3 اشهر أي ما يساوي 72 حلقة. تم اعتماد اسبوعين افتراضيين موزعين على الشهور الثلاثة ، الأسبوع الافتراضي مكون من ستة ايام كما هو حال اسبوع البرنامج . وتم تحديد اول حلقة من الأسبوع الأول و ثاني حلقة من الأسبوع الثاني ، ثم ثالث حلقة من الأسبوع الثالث و رابع حلقة من الأسبوع الرابع من شهر ايلول . وبعد ذلك تم تحديد خامس حلقة من الأسبوع الأول و سادس حلقة من الأسبوع الثاني واول حلقة من الأسبوع الثالث و ثاني حلقة من الأسبوع الرابع لشهر تشرين الأول. ثم ثالث حلقة من الأسبوع الأول و رابع حلقة من الأسبوع الثاني وخامس حلقة من الأسبوع الثالث واخيرا سادس حلقة من الأسبوع الرابع من شهر تشرين الثاني 2009 . وبذلك يكون عدد الحلقات المبحوثة من هذا البرنامج اليومي 12 حلقة من اصل 72 حلقة ، اي بمعدل مايقارب 17% لتمثيل هذا الجزء من عينة البحث.

البرنامج الأسبوعي : كهوانه - قوس او بين قوسين

وهو برنامج (حوار رأي و معلومات) يقدم اربع مرات في الشهر مضروبة في 3 وبما يساوي 12 حلقة . وتم تصميم اسبوع افتراضي مكون من ستة ايام ، لكي تتساوى حصص الأشهر الثلاث - برنامجين من كل شهر بمعنى ان الأسبوع الافتراضي يمثل الأشهر الثلاثة ، وتم اختيار 6 حلقات من البرنامج اي مايعادل نسبة 50% من هذا الجزء من العينة و على الشكل التالي :

حلقة الأسبوع الأول من شهر ايلول و حلقة الأسبوع الثاني من شهر ت1 و حلقة الأسبوع الثالث من شهر ت2 ثم حلقة الأسبوع الرابع من ايلول و حلقة الأسبوع الأول من شهر ت1 و حلقة الأسبوع الثاني من شهر ت2 .

البرنامج الإسيوعي : تيلي كلينيك .

بالطريقة السابقة نفسها تم اختيار 6 حلقات من هذا البرنامج وهو برنامج حوار معلومات صحي . أي بنسبة

قدرها 50% .

البرنامج النصف شهري: CV .

وهو برنامج (حوار شخصية) مسجل، وق دتم اختيار 3 حلقات منه وعلى الشكل التالي :
حلقة الأسبوع الأول من شهر ايلول و حلقة الأسبوع الرابع من شهر ت 1 ثم حلقة الأسبوع الأول من شهر ت2
ونسبة قدرها %50.

وأخيرا فان عدد الحلقات المبحوثة من اربعة برامج حوارية في فضائية شعب كردستان والتي بثت خلال
المدة ما بين 2009/9/1 لغاية 2009/11/30 ، قد بلغ 27 حلقة من مجموع 100 حلقة إثنين. أي بنسبة قدرها
%26.5 وهي نسبة بإمكانها تمثيل مجتمع البحث .

المبحث الثالث

تحليل البرامج

أولا : برنامج : گهرماوگهرم/ ساخن جدا

هو البرنامج الحوارى المباشر اليومى الساخن الذى يعده ويقدمه السيد بهيّن حسين ، بيت يوميا من السبت الى الخميس, في الساعة 20:10 و يعاد بثه مسجلا في الساعة 12:20 من ظهيرة اليوم التالى .

جدول رقم 1
يبين نوع القضايا المطروحة في البرنامج الحوارى (گهرماوگهرم- ساخن جدا)

النسبة المئوية	التكرار	نوع القضية
83.34	10	سياسية
8.33	1	اجتماعية
8.33	1	قانونية
100	12	مجموع القضايا

يتضح من هذا الجدول، ان برنامج (ساخن جدا) هو برنامج حوارى سياسى بالدرجة الأولى %83.34. وان القضايا الاجتماعية %8.33 والقانونية %8.33 لم تحظيا إلا بالقليل جدا من الإهتمام . وكذلك يلاحظ بأن قضايا الأمن ، الإقتصاد ، العلاقات الدبلوماسية ، الثقافية، البيئية و التربوية لم تحظ بأي قدر من الإهتمام في عينة البحث . مما يدفع الباحث الى التساؤل : هل ان القضايا الساخنة في بلدنا تنحصر في السياسية فقط؟ ام ان عامل سياسة القناة و العامل الذاتى المتمثل في شخص معد ومقدم البرنامج هو الذى يتحكم في اختيار نوع القضية لطرحة في البرنامج ؟ ويعتقد الباحث ان كلا العاملين الموضوعي والذاتي يلعبان دورهما في هذا الشأن .

جدول رقم 2
يبين المجال الجغرافي للقضايا المطروحة للحوار في برنامج (كهرماو كهرم)

النسبة المئوية	التكرارات	جغرافيا القضايا المطروحة
50	6	اقليم كردستان - العراق
33.4	4	العراق
8.3	1	اجزاء كردستان
8.3	1	العراق و دول الجوار
صفر	صفر	الشرق الأوسط
صفر	صفر	العالم
100	12	مجموع التكرارات

يتضح من الجدول رقم 2 أن اقليم كردستان - العراق يحظ بنسبة 50% من اهتمام البرنامج الحوارى كهرماو كهرم ويليه في الترتيب جغرافيا دولة العراق الاتحادية 33.4% وكل من الاجزاء الأخرى لكوردستان وما يتعلق بالعراق ودول الجوار 8.3%. بينما لم تحظ قضايا الشرق الأوسط والعالم بأي اهتمام. ما يدل على ان اغلب القضايا الساخنة التي استرعت اهتمام القناة وانتباها، هي التي حدثت في داخل الإقليم بالدرجة الأساس ومن ثم العراق ككل. وهنا نجد الجواب عن تساؤلنا السابق حول سر اهتمام البرنامج بالقضايا السياسية بدرجة مثيرة للانتباه، والجواب هو ان أكثر القضايا الساخنة في الإقليم والعراق عموما هي القضايا المرتبطة مباشرة بالسياسة و اشكالاتها.

ويبدو ان عدم الإهتمام الواضح بالقضايا الساخنة الشرق اوسطية والعالمية، يعبر عن سياسة القناة التي تريد التواصل عبر هذا البرنامج الساخن مع جمهورها الكوردستاني والعراقي بالدرجة الأولى اسهاماً منها في تنوير الجماهير بما يدور حولها من احداث ساخنة يومية مرتبطة بحياتها ومستقبلها. وهذا الأمر بتقدير الباحث ميزة تسجل في صالح البرنامج.

جدول رقم 3
يبين وظيفة ضيوف برنامج (گهر ماو گهرم)

نوع الوظيفة	التكرارات	النسبة المئوية
اعلامي	8	35
عضو برلمان	6	26
كادر حزبي	3	13
ناشط من المجتمع المدني	2	8.8
محلل سياسي	1	4.3
استاذ جامعي	1	4.3
مسؤول حكومي	1	4.3
قاضي او قانوني	1	4.3
مجموع التكرارات	23	100

الواضح في الجدول رقم 3 هو ان الغالبية العظمى لضيوف البرنامج 35% هم من الإعلاميين والصحفيين وهذه الحالة هي نتيجة حتمية لما يتصف به الإعلاميون في الإقليم من التصاق بالقضايا السياسية الساخنة، مما انعكس سلبا على سمة الصحافة والإعلام في إقليم كردستان العراق، حيث تحولت غالبية قنواتها في الإقليم الى منبر للصراعات و المنافسات السياسية على حساب الكثير من القضايا ذات الأهمية الأخرى . ويأتي بوصفهم البرلمانين 26% جميعهم من القائمة الكردستانية عدا واحد فقط. وهذه الحالة نابعة بقناعة الباحث من ان سياسة القناة وبالتالي سياسة البرنامج هي تعريف المشاهدين بنواب مقتردين وبارزين من القائمة الكردستانية ليبرهن للجميع بأن نوابهم في البرلمان مدركون للأمر وهم في مستوى المسؤولية والثقة التي منحتم اياها جماهير الشعب

ثم يليهما في التسلسل الكادر الحزبي، من حزب الأتحاد الوطني الكردستاني 13% الذي يظهر في صورة محلل للقضايا السياسية الساخنة هنا وهناك، و يراد من كل ذلك ، حسب قناعة الباحث، اعادة تجميل وجه الكادر الحزبي و تسويقه الى الجمهور المستهدف . أما بقية الإختصاصات والتي تراوحت نسبتها ما بين الـ 8.8% و 4.3% فهي أما نادرة، مثل المحلل السياسي، او صعب الإتصال بهم فورا وفي وقت البث نفسه وذلك لأن طبيعة البرنامج تقتضي التريث حتى ساعة متأخرة من عصر كل يوم عدا الجمعة، لكي يتوضح للقناة والمعدّ المقدم، أهم وأبرز قضية ساخنة في ذلك اليوم وأخر مستجداتها، مما يحول دون امكانية عرض موعد مسبق عليهم قبل يومين مثلا.

جدول رقم 4
يبين نمط شخصية الضيف. برنامج (گهر ماو گهرم)

النسبة المئوية	التكرارات	نمط الشخصية
78.26	18	متجاوب
21.74	5	كثير الكلام
صفر	صفر	متكتم
صفر	صفر	مراوغ ومتهرب
صفر	صفر	مخرج
100	23	مجموع التكرارات

من الواضح ان نسبة الضيوف من نمط كثيري الكلام عالية الى حد ما، وهذه تعد واحدة من المشاكل التي تواجه مذيعي البرامج الحوارية، ويضطرون معها الى محاولات المقاطعة مرارا وتكرارا، بعضها يصيب وبعضها يخيّب! وهذا ما سنراه حين نحلل الجدول الخاص بالمقاطعات .

ومن الدلالات الإيجابية ان اعلى نسبة يكون من نصيب نمط الشخصية المتجاوبة التي تعرف ما هو المطلوب منه وتعرف اين تتوقف وتنتظر حتى يكمل المذيع سؤاله او مداخلته ثم تبدأ بالحديث بثقة وهدوء ودون الخوض في مقدمات وتفصيل لا حاجة لها. كذلك من الدلالات الإيجابية هي عدم وجود ضيوف من نمط الشخصية المتهربة أو المراوغة وهذه نقطة في صالح البرنامج وتعفي المذيع من التكرار والألحاح. كما ومن الدلالات الإيجابية، ظاهرا، في هذا الجدول هي عدم وجود ضيوف من النمط المخرج. والسبب بقناعة الباحث يرجع بالدرجة الأساس الى عدم اشراك ضيفين متضادين او متخصصين فكريا وسياسيا الا نادرا، بل ان غالبية الحلقات يشترك فيها ضيفان متفاهمان، ذوي مبادئ اساسية مشتركة، فلا يحصل بينهما ما يدعو الى التشنج أو التهجم والإحراج . وفي المحصلة فأن عدم وجود ضيوف مخرجين يعفي المذيع من المقاطعة الصارمة والإعتذار للآخر أو للمشاهد المشارك.

جدول رقم 5
يبين جنسية الضيوف. برنامج (گهرماوگهرم)

النسبة المئوية	التكرارات	الجنسية
95.6	22	عراقي
4.4	1	اجنبي
100	23	مجموع التكرارات

يلاحظ من بيانات الجدول رقم 5 ان 95% من ضيوف البرنامج هم عراقيون ويرى الباحث ان النسبة العالية للقضايا الساخنة العراقية التي تم الحوار حولها هي السبب وراء النسبة العالية جدا من وجود ضيوف يحملون الجنسية العراقية .

جدول رقم 6
يبين قومية الضيف . برنامج (گهرماوگهرم)

النسبة المئوية	التكرارات	القومية
91.2	21	كوردية
4.4	1	عربية
4.4	1	أخرى
صفر	صفر	تركمانية
صفر	صفر	كلدو آشورية
100	23	مجموع التكرارات

مرة أخرى يلاحظ الباحث هنا وبوضوح، مدى تأثير ارتفاع نسبة القضايا الساخنة المتعلقة بالإقليم، وانعكاسها على ارتفاع نسبة الضيوف من القومية الكوردية وانخفاضها بالنسبة للقوميات الأخرى أو انعدامها .

جدول رقم 7
يبين جنس الضيوف . برنامج (گهر ماو گهرم)

النسبة المئوية	التكرارات	الجنس
91.2	21	ذكر
8.8	2	انثى
100	23	مجموع التكرارات

ان الإرتفاع الملفت للنظر في نسبة الضيوف الذكور 91% مقارنة بالنسبة المنخفضة جدا للضيوف الإناث 8.8%، يعيدنا مرة اخرى الى العلة في ارتفاع نسبة القضايا السياسية الساخنة التي تم تناولها في حلقات هذا البرنامج. وهي نتيجة طبيعية لسيطرة الذكور على ميدان العمل السياسي والدور الهامشي الذي تلعبه الإناث في مجال السياسة وهي ايضا محصلة التعامل الجندي ، على اساس النوع و الجنس، مع قضايا جدية ومصيرية سياسية!

جدول رقم 8
يبين التوزيع الجغرافي للضيوف اثناء الحوار . برنامج (گهر ماو گهرم)

النسبة المئوية	التكرارات	الموقع
78.3	18	داخل اقليم كردستان العراق
17.4	4	داخل العراق
4.3	1	دول الجوار الأخرى
صفر	صفر	الدول العربية
100	23	مجموع التكرارات

من الواضح في بيانات الجدول رقم 8 ان القناة تلجأ في أكثر الأحيان الى اشراك ضيوف من داخل الإقليم وليس من خارجه، والمبررات لذلك في رأي الباحث عديدة، منها مايتعلق بارتفاع كلفة الإتصالات عبر الأقمار

الصناعية التي أصبحت عائقا جديا أمام معدي البرنامج و منفذيه حيث يمنعهم من اشراك نسبة معقولة من الضيوف من خارج الإقليم بل ومن خارج العراق ايضا، ناهيك عن اسباب قد تتعلق بسياسة القناة والظروف الخاصة التي تمر بها الجهة الممولة لها . وهذه الحالة أدت الى تكرار بعض الوجوه المستضافة المحلية خلال مدة قصيرة .

جدول رقم 9

يبين مكان تواجد الضيف اثناء التصوير . برنامج (كهـرماو كهـرم)

النسبة المئوية	التكرارات	الموقع
39.15	9	استوديو داخل المحطة
39.15	9	استوديو ربط خارج المحطة
21.7	5	اخرى
100	23	مجموع الضيوف

ان مجموع الضيوف الذين اشتركوا في الحلقات المبحوثة قد بلغ 23 ضيفا، وتوزعت نسبة 78.3% منهم وبالتساوى ما بين التواجد في استوديو داخل المحطة الرئيسة الكائنة في محافظة السليمانية و استوديو الربط في محطة قناة شعب كردستان الأرضية المتواجدة في محافظة اربيل . وهذه الميزة قد ساهمت في اشراك نسبة كبيرة من الضيوف من خارج حدود محافظة السليمانية وبالذات من الساكنين في اربيل واطرافها وبكلفة قليلة وجهد اقل، مقارنة بتكاليف استضافتهم الى السليمانية. بينما نجد نسبة 21.7% منهم قد تواجدوا في أماكن اخرى مثل مكتب اعمال رسمي أو دار او غير معلوم وكان الربط عن طريق الأقمار الصناعية .

جدول رقم 10
يبين عدد ضيوف برنامج (گهرماوگهرم)

النسبة المئوية	التكرارات	عدد الضيوف
75	9	ضيفان
16.7	2	ضيف واحد
8.3	1	أكثر من ضيفين
100	12	المجموع

يتبين من الجدول رقم 10 ان هذا البرنامج يتميز عن بقية البرامج الحوارية باشتراك ضيفين في كل حلقة، الا نادرا كما هو الحال عندما يتغيب احد الضيوف عن الحضور الى الإستوديو في الموعد المحدد. حدث هذا في حلقة واحدة. أو عندما يستدعي الحوار استضافة شخصية واحدة بارزة فقط (وهذا ما حدث في حلقة واحدة من العينة المبحوثة) والسبب في ذلك ، برأي الباحث، هو منح وقت أكثر للضيف المميز للتحدث بالتفصيل عن قضية أو حدث هام ساخن لا يحتمل النقاش في الوقت الراهن، وانما المطلوب هو اخذ اعلى نسبة من المعلومات حولها من شخص مسؤول بارز في الحكومة او في الحزب .

جدول رقم 11
يبين اساليب مشاركة المشاهدين . برنامج (گهرماوگهرم)

النسبة المئوية	التكرارات	الأساليب
100	26	عن طريق البريد الإلكتروني الخاص بالبرنامج
صفر	صفر	طرق اخرى
100	26	مجموع التكرارات

ومن ميزات هذا البرنامج ايضا هي ان مشاركة الجمهور المتابع له يتم وبنسبة 100% عن طريق الرسائل الإلكترونية وليس هناك مجال للأشتراك عبر طرق اخرى . مما يؤدي بالنسبة الى المشاهد، وبرأي الباحث، الى حالة من تدفق احادي الطرف للرسائل. وتظهر هذه الحالة بوضوح في قلة المشاركات أو حتى ندرتها عبر الإيميلات والتي حتى لو وصلت الى بريد البرنامج الإلكتروني في الوقت المناسب، فإن المذيع هو الذي سيتحكم في، اولاً: اختيار رسالة او رسالتين من بين ما وصل اليه. ثانياً: في قراءة المقطع او الجزء الذي يناسبه هو او يناسب سياسة

القناة من الرسالة و أهمل مالا يناسبهما. ثالثا : اعادة صياغة المداخلة أو السؤال المقتبس من جزء من نص الرسالة بلغته و بإسلوبه هو وليس بأسلوب صاحب السؤال او المداخلة. ويرى الباحث ان حرمان المشاهد من المشاركة عبر الإتصال الحي والمباشر يضر بالبرنامج ولا يخدمه.

جدول رقم 12
يبين جنس الجمهور المشارك. برنامج (كهروماو كهرم)

النسبة المئوية	التكرارات	الجنس
96.2	25	ذكر
3.8	1	انثى
100	26	مجموع المشاركين

ان قلة مشاركة الجمهور - بمعدل مشاركتين في كل حلقة فقط - واضح جدا في الجدول رقم 12 وذلك للأسباب التي ذكرناها في تحليلنا لبيانات الجدول رقم 11 . اضافة الى ذلك يتبين لنا ندرة مشاركة الإناث 3.8% فقط في مقابل 96.2% للذكور، وهذا دليل آخر على احتكار العمل والإهتمام السياسي من قبل الذكور و حرمان الإناث منهما الا نادرا . فضلا عن عدم اهتمام الإناث بالتواصل عبر الأنترنت مثلما هو حاصل مع الذكور .

جدول رقم 13
يبين جغرافيا اقامة المشاركين و تواجدهم اثناء المشاركة . برنامج (كهروماو كهرم)

النسبة المئوية	التكرارات	الموقع
46.2	12	خارج العراق
34.6	9	غير معلوم
11.5	3	داخل اقليم كردستان العراق
7.7	2	داخل العراق
100	26	المجموع

ان بيانات الجدول رقم 13 تؤكد ما ذهبنا اليه من ان المشاركة عبر البريد الإلكتروني، طريقة غير مشجعة خصوصا بالنسبة للمواطنين من داخل الإقليم 11.5% والعراق 7.7% لسوء خدمة شبكات الأنترنت، وفي المقابل نجد ان هذه الطريقة هي الأسهل وربما الأرخص والأسرع بالنسبة للمشاهدين الراغبين في المشاركة من المتواجدين

خارج العراق 46.6% . أما فيما يتعلق بغير المعلوم مكان اقامتهم فهذه الجزئية تعد احدى النواقص في اداء المذيع الذي يهمل ذكر عناوينهم أو ربما بسبب عدم ذكرها من قبل المتصلين اساسا.

جدول رقم 14
يبين نوع مشاركة الجمهور . برنامج (گهر ماوگهرم)

النسبة المئوية	التكرارات	نوع المشاركة	
33.3	1	سؤال واستفسار	من إقليم كوردستان
66.7	2	مداخلة وابداء رأي	
100	3	المجموع	
100	2	سؤال واستفسار	من داخل العراق
صفر	صفر	مداخلة وابداء رأي	
100	2	المجموع	
33.3	4	سؤال واستفسار	من خارج العراق
66.7	8	مداخلة وابداء رأي	
100	12	المجموع	
33.3	3	سؤال واستفسار	من جهة غير معلومة
66.7	6	مداخلة وابداء رأي	
100	9	المجموع	
38.5	10	سؤال واستفسار	جميع المشاركات
61.5	16	مداخلة وابداء رأي	
100	26	مجموع المداخلات	

ان بيانات هذا الجدول المركب (رقم 14) تظهر لنا ان المشاهدين سواء داخل الإقليم 66.7% أو خارج العراق 66.7% و حتى مجهولي الإقامة 66.7%، يفضلون وبنفس النسبة، المشاركة بطريقة المداخلة وابداء الرأي وليست بطريقة السؤال والإستفسار التي امتاز بها المشاركون من داخل العراق 100% . وهذه الظاهرة تحمل دلالات تستحق الدراسة.

جدول رقم 15
يبين نوع الأسئلة المطروحة بحسب المعايير المختلفة في برنامج (كهرماوگهرم)

النسبة المئوية	التكرارات	المعايير المختلفة والإستمارات المستخدمة
حسب معيار النمط		
65.6	101	أسئلة ذات نهايات مفتوحة
34.4	53	أسئلة ذات نهايات مغلقة
100	154	مجموع الأسئلة المطروحة في 12 حلقة من البرنامج
حسب معيار القصد من السؤال		
68.2	105	استدراجية - ايجائية
13.6	21	للحصول على رأي
10.4	16	للحصول على معلومة
7.8	12	محاكمة واستفزاز
100	154	مجموع الأسئلة المطروحة في 12 حلقة من البرنامج
حسب معيار نقاوة الأسئلة		
81.9	126	غير نقية - مع مقدمات
18.1	28	نقية - مباشرة
100	154	مجموع الأسئلة المطروحة في 12 حلقة من البرنامج
حسب معيار تركيبية الأسئلة		
66.3	102	بسيطة
33.7	52	مركبة
100	154	مجموع الأسئلة المطروحة في 12 حلقة من البرنامج
حسب نوع الإستمالة المستخدمة في السؤال		
48	74	عاطفية
37.7	58	تخويفية
14.3	22	محايدة
صفر	صفر	عقلية
100	154	مجموع الإستمارات المستخدمة في 12 حلقة من البرنامج

ان الطبيعة الساخنة لهذا البرنامج الحوارى ونوع الحوار الدائر في حلقاته وهو (حوار الرأي) يتحكم في نمط الأسئلة المطروحة فيه، وهذا ما نجده في بيانات هذا الجدول: أسئلة ذات نهايات مفتوحة (لماذا و كيف) والتي تحتاج الى اجوبة مشحونة بالرأي و وجهات النظر وكما هي بحاجة الى الدخول في التفاصيل، هذا النمط من السؤال بلغت نسبته 65.6% في مقابل 34.4% لنمط السؤال المغلق (من، ماذا، اين، متى) والتي لاثثير الفكر لأبداء الرأي او للدخول في تفاصيل الأمور، بل تكفي بطلب المعلومة وباختصار.

البيانات المتعلقة بقصدية السؤال، تشير الى وجود خلل كبير في صياغة الأسئلة واسلوب طرحها من قبل المذيع المقدم. ففي الوقت الذي يتوقع من برنامج (حوار رأي) ان ترتفع فيه نسبة الأسئلة المطروحة بقصد معرفة الرأي، الا اننا نفاجأ بارتفاع حاد في نسبة الأسئلة الإستدراجية والإيحائية 68.2% وهي برأي الباحث نسبة يجب التوقف عندها، فهي تحصر الضيف في زاوية ضيقة وفي اغلب الأحيان لا تتيح له فرصة التفكير والتعبير عما يريد بحرية و دون مجاملة .

بينما لم تصل نسبة الأسئلة (بقصد الحصول على الرأي) سوى الى 13.6% فقط، وهذه النسبة قليلة جدا ولاتكفي للتفكير والتعبير بحرية بعيدا عن مجاملة السائل.

ولأن غالبية ضيوف البرنامج هم ممن تم اختيارهم وفقا لمدى توافقهم الى حد ما مع سياسة القناة ، فإن نسبة أسئلة المحاكمة والإستفزاز لم تزيد عن 7.8% فقط .

كما ويتضح من بيانات هذا الجدول واحدة من ابرز سمات هذا البرنامج الحوارية،الا وهي ارتفاع نسبة (الأسئلة غير النقية) والتي تبدأ بمقدمات قد تطول او تقصر، حيث بلغت 81.9% وهي برأي الباحث نسبة خطيرة تكفي (على الأقل) للقضاء على وقت البرنامج. فكثيرا مانجد مقدمي البرامج الحوارية في نهاية وقت الحلقة يشكون من ضيق الوقت وعدم كفايته.

أما ما يتعلق بمعيار تركيبة السؤال (بسيطة و مركبة) فالجدول يشير الى نسبة ليست بالقليلة لتركيبية الأسئلة المركبة غير البسيطة 33.7% . والأسئلة المركبة بهذه النسبة العالية تتسبب في ارباك الضيف، والمشاهد ايضا و ربما حتى المذيع ذاته، فلا احد بمقدوره ان يجيب عن سؤال مركب من عدة استفسارات أو استدرجات أو استفزازات، دفعة واحدة، ما يعني دوما وجود احتمال ان يضيع جزء أو اجزاء منه في زحمة الحديث في حين قد يكون المشاهد بانتظار الإجابة عن هذا الجزء الضائع أو المسكوت عنه، وبالتالي فإن رسالة البرنامج سوف تصل ناقصة الى الجمهور المستهدف.

وأخيرا من الضروري الحديث عن بيانات الجدول الخاصة بنوع الإستمالات المستخدمة في صياغة وطرح الأسئلة . حيث نجد ارتفاع نسبة الإستمالة العاطفية وبأمتياز 48% وتأتي بوصفها إستمالة التخويف 37.7% و بلغت نسبة الأسئلة المحايدة والتي لم تستخدم اي نوع من الإستمالات 14.3% فقط بينما لم تسجل الإستمالة العقلية المنطقية ايه نسبة صفر% .

من الواضح ان الحوار في القضايا السياسية الساخنة والتي سجلت اعلى نسبة من بين جميع القضايا الأخرى في هذا البرنامج ، وفي بلد مثل بلدنا، لم يزل له ميزة الأستعانة بالعواطف الجياشة وإثارة الأنفعالات و القيم والمعتقدات و اللجوء الى التأريخ والتجارب السابقة و الرموز والشعارات والخ .

والى جانب الشحنات العاطفية لاتزال هناك حاجة الى الإستعانة بإستمالة التخويف والردع والتشجيع المبطن للسلوك باتجاه محدد دون غيره. بينما يبدو ان السياسة والحديث في شؤونها مازالا بعيدين كل البعد عن الأرقام و البيانات والمنطق السليم والتحليل العقلاني المجرد من العواطف والتخويف.

جدول رقم 16
يبين نوع الأجوبة بحسب المعايير المختلفة . برنامج (گهر ماو گهرم)

النسبة المئوية	التكرارات	نوع الأجوبة
		بحسب معيار النقاوة
57.2	88	مباشرة
42.8	66	مع مقدمات
100	154	مجموع الأجوبة المستحصلة في 12 حلقة
		بحسب نوع الإستمالات المستخدمة
45.4	70	إستمالة عاطفية
33.8	52	إستمالة تخويف
20.8	32	إستمالة عقلية
100	154	مجموع الإستمالات المستخدمة في 12 حلقة
		بحسب معيار التجاوب
66.9	103	متجاوبة مع ما يريده السائل
29.9	46	غير متجاوبة مع ما يريده السائل
3.2	5	جواب لاعلاقة له بموضوع السؤال
100	154	مجموع الأجوبة المستحصلة في 12 حلقة
		بحسب معيار القصد
64.3	99	ابداء رأي
30.5	47	اعطاء معلومة
5.2	8	مراوغة
100	154	مجموع الأجوبة المستحصلة في 12 حلقة

ان الجدول رقم 16 الخاص بتصنيفات الأجوبة وانواعها، يظهر لنا العديد من البيانات التي من شأنها انارة الدرب للباحث الذي يقتفي الآثار لمعرفة المزيد عن عنصر هام من عناصر فن الحوار، الا وهو كفاءة و امكانات الضيف في الحوار واسلوبه .

ان الأرقام والنسب تشير الى ان أكثر من نصف الأجوبة 57.2% كان مباشرا وبدون مقدمات، أي كانت اجوبة نقية. فيما كانت نسبة الأجوبة غير النقية - مع مقدمات 42.8% . وبالمقارنة مع نسبة الأسئلة غير النقية - بمقدمات 89% فان نسبة الأجوبة غير النقية هي اقل من نصفها 42.8% . وهذه حالة تدعو الى الإستفهام لأنه تقليديا يتوقع من المذيع ان يسأل أسئلة مباشرة نقية وبدون مقدمات نظرية او سردية، وبالمقابل يتوقع من الضيف ان يجيب عن الأسئلة بمقدمات ، وليس العكس كما نجد هنا.

أما فيما يتعلق الأمر بالإستمالات المستخدمة في الأجوبة؛ فاننا نجد ارتفاعا واضحا في نسبة الإستمالة العقلية 20.8% وذلك على حساب هبوط في نسب كل من الإستمالة العاطفية 45.2% و إستمالة التخويف 33.8% . وهذا الأمر ايضا يثير تساؤلات عديدة حول التباين الواضح في استراتيجيات الحوار لدى المقدم و الضيوف .

أما في البيانات الواردة بخصوص معيار التجاوب، فأنا نجد - وكما اشرنا في السابق - ونتيجة لتاثيرات آلية اختيار الضيوف من جهة و ارتفاع نسبة الأسئلة الأيحابية الأستدرجية، نجد وضعا غير مريح بل ومقلقا يدفع المشاهد الى نوع من الأهمال والملل.

ان نسبة تجاوب وتناغم ما يقوله الضيف مع المذيع أو الضيف الآخر هي 66.9% وهذا سبب كاف لمراجعة آلية اختيار الضيفين في كل حلقة، بحيث يجب ان لا يكونا ظلين لبعضيهما . وكذلك يستوجب مراجعة تلك النسبة العالية من الأسئلة الأيحابية الأستدرجية والتي لا تخدم الحوار وموضوعه . وتقتل فيه التشويق والإثارة و التفاعل بأفكار وآراء حرة متعددة.

جدول رقم 17

يبين محاولات المقاطعة من قبل المذيع . برنامج (گهر ماو گهرم)

النسبة المئوية	التكرارات	نوع المقاطعة
56.9	62	مقاطعة مناسبة من قبل المذيع
43.1	47	مقاطعة غير مناسبة من قبل المذيع
100	109	مجموع مرات المقاطعة خلال 12 حلقة من البرنامج

على الرغم من ان ضيوف البرنامج لم يكونوا (كما وجدنا سابقا) من نمط (كثيري الكلام) ولم تكن هناك حاجة ماسة حقيقية لمقاطعة حديثهم من قبل المذيع المقدم، فأنا نجد هنا نسبة عالية جدا من المقاطعات غير المناسبة من قبل المذيع حيث بلغت 43.1% من مجمل المقاطعات. بينما بلغت نسبة المقاطعات المناسبة والتي جرت بغرض التوضيح أو الأستيضاح أو التأكيد 56.9% .

ويرى الباحث من واجبه ان يسجل ملاحظة على هذه النقطة الحساسة والمهمة. ان كثرة المقاطعات غير المناسبة وغير الضرورية في حلقات هذا البرنامج أدت - وبحسب رأي الباحث - الى نوع من الأضطراب والتشويش المعنوي عند الضيوف وعند المتلقي على حد سواء. فالضيف المتحدث الذي يتعرض الى المقاطعة غير المناسبة مرارا وتكرارا، ستسيطر عليه حالة من تفكك الأفكار وتقطع في تدفقها الطبيعي السلس والمنطقي، مما يعني بالتالي حرمان المتلقي من سماع الفكرة كاملة وعدم القدرة على التواصل والتفاعل.

جدول رقم 18

يبين كيفية توزيع وقت الحلقات . برنامج (گهر ماو گهرم)

العناصر التي تقاسمت الوقت	عدد الدقائق	النسبة المئوية
ضيوف البرنامج	302	68.8
مقدم البرنامج	122	27.8
التقارير المصورة	15	3.4
مجموع الوقت الأجمالي لـ 12 حلقة	439	100

ان زمن الحلقة يعد واحدة من أهم العناصر المكونة للبرنامج الحواري، ومن المفترض - بحسب قناعة الباحث - توزيعه توزيعا متوازنا ودقيقا بحيث يكون بالدرجة الأساس في خدمة عملية ايصال رسالة البرنامج الى المتلقي وبعد ذلك تأتي أهمية دور اشباع رغبة الضيف المتحدث في ابداء وجهة نظره واثبات ذاته، او توضيح وشرح المعلومات والتجارب التي لديه وكل ذلك بحاجة الى الجزء الأكبر والأوسع من وقت البرنامج .

وأخيرا لابد في عملية توزيع الوقت من الأخذ بنظر الإعتبار توظيف جزء من الوقت في خدمة سياسة القناة وتوضيحها. وهذا يعني ان على معد ومخرج البرنامج الحواري توزيع الوقت - أي زمن الحوار - توزيعا دقيقا بحيث يلبي الغايات الثلاث بحسب أهميتها والتي اشرنا اليها بالأضافة الى تخصيص جزء من وقت البرنامج لعرض تقرير مصور يعد بمثابة مدخل او مقدمة للحوار، و جزء آخر لمشاركات الجمهور المتلقي - في حال كون البرنامج من نوع البث المباشر - .

ولابد للباحث من تسجيل ملاحظة في هذا الشأن وهي ان المذيع المقدم في برنامج ساخن جدا، يستغل مساحة زمنية واسعة من وقت كل حلقة من حلقات البرنامج التي بلغت نسبتها 27.8% وهي تقترب من الوقت المتاح لكل واحد من الضيفين؛ 34%. والسبب في ذلك يعود الى كثرة المقاطعات من قبل المذيع وخصوصا غير المناسبة منها، وتعليقات تعبر عن وجهة نظر المذيع و القناة، بالإضافة الى ارتفاع نسبة الأسئلة غير النقية - مع مقدمات طويلة، و أسئلة ايحائية و مركبة. كل هذه الأسباب لعبت دورا سلبيا في عملية توزيع الوقت على عنصري الضيوف و الجمهور .

وللتذكير ينوه الباحث هنا الى سبب عدم تخصيص فئة فرعية للوقت المتاح للجمهور المشارك، وذلك لأن هذا البرنامج لا يتلقى مشاركات الجمهور المباشرة عبر الإتصال التلفوني وانما المشاركات القليلة جدا تكون عبر الأيميلات والتي يعاد صياغتها وتقديمها من قبل المذيع، وبالتالي تصب في رصيد المذيع و تزيد من حصته من وقت البرنامج.

لقد ذكرنا سابقا ان واحدة من ابرز مشاكل البرامج الحوارية هي عدم كفاية الوقت؛ فكثيرا ما نجد المذيع المحاور يستعجل ضيوفه في الدقائق الأخيرة و يضغط عليهم بسؤال أخير ويريد منهم جوابا في أقل من دقيقة! فيربكهم و يربك الجمهور معهم، وفي الختام نجده يقول : لازالت لدينا الكثير من المحاور والعديد من الأسئلة حول موضوع حوارنا ولكن الوقت لا يسعنا ! والسبب في هذه الحالة السلبية يعود و برأي الباحث الى . اولا : التقدير الخاطئ اساسا، أي في مرحلة الإعداد، لوقت البرنامج وعدم تناسبه مع المحاور التي يراد التحاور حولها. ثانيا: استغلال مساحة واسعة جدا من قبل المذيع المقدم على حساب وقت الضيوف والمشاركين.

جدول رقم 19
يبين نوع الإستمالة المستخدمة في مقدمة برنامج (كهرماو كهرم)

النسبة المئوية	التكرارات	نوع الإستمالة
58.33	7	عاطفية
41.67	5	تخوفية
صفر	صفر	عقلية
100	12	المجموع

انسجماً مع ما توصل اليه الباحث سابقاً من ان، طرح القضايا السياسية في بلدنا ومنطقتنا ككل وعرضها ومناقشتها ، تعتمد على الإستمالة العاطفية والتخويفية بشكل اساسي ، نجد هنا في هذا الجدول ، ما يؤكد ذلك مرة أخرى؛ فههي الإستمالة العاطفية تطغي على المقدمة 58.33% وتأتي إستمالة التخويف بوصفها مباشرة 41.67% . بينما لا نجد اثرا لإستمالة عقلية في المقدمة.

وجاءت هذه النسب متناسبة مع نسبة الأسئلة (بإستمالة عاطفية 48% وإستمالة تخويفية 37.7%) كما

جدول رقم 20
يبين عدد التقارير المصورة في برنامج (گهر ماو گهرم)

النسبة المئوية	التكرار	الحالة
58.4	7	تقرير مصور في بداية الحلقة
41.6	5	بدون تقرير
100	12	المجموع

ان توظيف التقرير المصور في بداية البرنامج يخدم جميع عناصر الحوار و بالتالي يسهل عملية توجيه الرسالة الإعلامية الى الجمهور، فالتقرير المصور يمهد للجميع السبيل للدخول في الحوار و يعد بمثابة مقدمة مؤثرة وجذابة (أكثر من الحديث المجرد) وبالمقابل فله تأثير سلبي على سير الحوار مستقبلاً، اذ ان الإستمالة المستخدمة فيه ستتحكم و الى حد كبير في اسلوب الحوار المقبل ونوع الأسئلة وبالتالي الأجوبة ايضاً . وكما سنجد ذلك في بيانات الجدول رقم 21 بوضوح .

جدول رقم 21
يبين نوع الإستمالة المستخدمة في التقارير المصورة لبرنامج (گهر ماو گهرم)

النسبة المئوية	التكرارات	نوع الإستمالة
57	4	تخويفية
43	3	عاطفية
صفر	صفر	عقلية
100	7	المجموع

يتضح من هذا الجدول ارتفاع نسبة الإستمالتين: التخوفية 57% و العاطفية 43% و غياب الإستمالة العقلية بالتمام . مما يؤكد ما ذهبنا اليه في تحليلنا للجدول السابقة من ان الأستمالتين العاطفية والتخوفية هما اللتان تطغيان على المشهد العام في الحوار السياسي في بلدنا. بينما لا نجد اثرا أو دورا ولو ضئيلا للإستمالة العقلية - المنطقية في النقاشات السياسية . وهذه حالة تسترعي الانتباه وهي بحاجة الى دراسات و بحوث علمية لتقييمها وبيان اسبابها وجذورها وتأثيراتها السلبية في الحياة السياسية العامة في البلد .

جدول رقم 22
يبين نوع الإستمالات المستخدمة في خاتمة برنامج (گهرماوگهرم)

النسبة المئوية	التكرارات	الحالة
50	6	بدون خاتمة
25	3	تخوفية
25	3	عاطفية
صفر	صفر	عقلية
100	12	المجموع

تعد الخاتمة بمثابة الضربة الأخيرة في نزال طويل او الجملة الأخيرة من الرسالة الإعلامية الموجهة الى الجمهور، كونها تترك أثرا قويا سواء ايجابا أو سلبا، لدى المتلقي أولا ، و تمنح الفرصة الذهبية و الأخيرة للمذيع المقدم ثانيا، لإختزال سياسة قناته و رأيه هو كأعلامي، حول موضوع حلقاته، في جمل معبرة و مركزة . ولكن الباحث وجد هنا ان نصف عدد الحلقات المبحوثة لبرنامج (گهرماوگهرم) لم يول فيه المقدم أهمية للخاتمة ، وانتهى حلقاته بدونها، والسبب هو :

اولا : انه قد عبر وباسهاب عن رأيه و ربما رأي القناة ايضا، في مجرى الحوار ومن خلال المقاطعات المناسبة و غير المناسبة و تعليقاته و اسئلته الأيحادية الكثيرة فلم يعد بحاجة الى المزيد من الوقت .

ثانيا: لأن وقت البرنامج - وبسبب سوء ادارته وتوزيعه - اصبح ضيقا جدا و اقترب من النهاية السريعة و لم يعد هناك مجال لصياغة الخاتمة وتقديمها مما يشكل - برأي الباحث - خلا لا يمكن التغاضي عنه و يستوجب المعالجة العلمية لتكتمل صورة هذا البرنامج الحيوي والساخن جدا.

ولابد من الإشارة هنا الى ان قسطا كبيرا من أهمية الختام ينبع من نوع الإستمالة المستخدمة فيه .اذ ان لكل نوع من الإستمالات تأثيرا خاصا به من الناحية السلوكية او الأنفعالية لدى المتلقي و يتحول بالتالي الى دافع أو كاج ، مشجع او رادع للقيام بسلوك أو الأحساس بانفعال معين أو الإمتناع عنه أو التخلص منهما.

وتوافقا مع نتائج الجداول السابقة نجد هنا ايضا طغيان الإستمالتين العاطفية: 25% و ألتخويفية: 25% و الغياب التام للإستمالة العقلية - المنطقية : 0%.

جدول رقم 23
يبين حالات التشويش الفيزيكي خلال حلقات برنامج (گهر ماو گهرم)

النسبة المئوية	التكرارات	نوع الخلل
14.3	2	انقطاع صوت الضيف
14.3	2	انقطاع او تاخر في بث صورة الضيف
35.7	5	عدم وصول صوت المذيع الى الضيف
35.7	5	اخرى
100	14	مجموع التكرارات

ان الجدول رقم 23 يشير الى وجود عدد من حالات التشويش الفيزيكي ، وقد اثر بعضها سلبا على مجرى الحوار مثل: انقطاع صوت الضيف وهو في غمرة حديثه: 14.3% أو تأخر في وصول صورته: 14.3% و كذلك عدم وصول صوت المذيع الى الضيف: 35.7% . بالإضافة الى بعض حالات التشويش والإختلالات التقنية الخفيفة الأخرى مثل : القيام بإشارات باليد الى المصور من قبل الضيف المتواجد خارج الإستوديو، و ملامسة المايكروفون المعلق في ياقته و احداث صوت خرخشة مشتتة للإنتباه الخ ...

ثانيا : برنامج : كهوانه - قوس أو بين قوسين :

هو برنامج حوارى اسبوعي مباشر، يعده ويقدمه السيد محمد نوري . يبث مباشرة في الساعة 17:05 بتوقيت الإقليم من مساء كل يوم اثنين و يعاد بثه مسجلا في الساعة 14:05 من عصر يوم الأربعاء الذي يليه . مدة كل حلقة منه 52 دقيقة.

جدول رقم 24

يبين نوع القضايا المطروحة في البرنامج الحوارى (كهوانه)

النسبة المئوية	التكرارات	القضية الأساسية في الحوار
66.7	4	سياسية
33.3	2	التربية والتعليم و التعليم العالي
100	6	مجموع التكرارات

يبدو ان القضايا السياسية في الإقليم تأتي دائما في المرتبة الأولى من اهتمامات اغلب البرامج الحوارية. وهذه الواقعة ظاهرة في بيانات الجدول رقم 24 اذ تشير الى طغيان القضايا السياسية، حتى ولو لم تكن ساخنة جدا، وبنسبة : 66.7% ، ثم تأتي بعدئذ القضايا التربوية والتعليمية بواقع : 33.3% .

جدول رقم 25

يبين نوع الحوار فى برنامج كه وانه

النسبة المئوية	التكرارات	نوع الحوار
66.7	4	حوار الرأي
33.3	2	حوار المعلومات
100	6	المجموع

سبق و اوضحنا في وصفنا للبرنامج، بأنه برنامج يجمع ما بين حوار رأي و حوار معلومات . والجدول رقم 25 يشير الى ذلك بوضوح ، حوار رأي بنسبة 66.7% وهي حلقات الحوار السياسي حصرا ، و نسبة 33.3% لحوار المعلومات والمتعلقة بحلقات الحوار التربوي والتعليمي حصرا.

ان القضايا التربوية والتعليمية تم تناولها في اطار حوار المعلومات فقط ولم تناقش كموضوع لحوار الرأي والفكر المختلف ، وهذه حالة تستحق التوقف عندها وطرح العديد من الأسئلة حولها، حتى تظهر لنا اسباب عدم تناول موضوع التربية والتعليم بحرية اكبر وفي فضاء اوسع وبآليات نقاش أكثر جدوى .

ولماذا اكتفى البرنامج بتناولها كموضوع ثابت قابل للإطلاع و التزود منه بالمعلومات، ولكنه غير قابل للجدل والنقاش و ابداء الرأي والرأي المخالف ؟

جدول رقم 26
يبين المجال الجغرافي للقضايا المطروحة للحوار في برنامج (كه وانه)

النسبة المئوية	التكرارات	جغرافيا القضايا المطروحة
100	6	كوردستان العراق
صفر	صفر	العراق
100	6	مجموع التكرارات

الجدول رقم 26 يظهر لنا حقيقة ان المجال الجغرافي لجميع القضايا السياسية منها والتربوية - التعليمية - التي تم تناولها- في حوارات هذا البرنامج الأسبوعي المباشر، لم يتجاوز جغرافيا الإقليم وبنسبة 100% .

جدول رقم 27
يبين وظيفة ضيوف برنامج (كه وانه)

النسبة المئوية	التكرارات	المكانة الوظيفية للضيف
50	3	كادر حزبي
16.66	1	وزير

16.66	1	رئيس جامعة
16.66	1	اعلامي
100	6	مجموع التكرارات

يتضح من الجدول رقم 27 ان نسبة 50% من ضيوف برنامج (كه وانه) هي من مسؤولين حزبيين من حزب الأتحاد الوطني الكوردستاني (صاحب القناة) و 16.6% من الإعلاميين، وجميعهم اشتركوا في حوار الرأي في القضايا السياسية والحزبية فقط ، بينما لم تبلغ نسبة اشراك الوزراء ورؤساء الجامعات الأكاديميين، أكثر من 16.6% لكل منهما للتحاور حول القضايا التربوية والتعليمية الجامعية.

جدول رقم 28
يبين نمط شخصيات ضيوف برنامج (كه وانه)

النسبة المئوية	التكرارات	نوع الضيف
66.7	4	كثير التحدث
33.3	2	متجاوب
صفر	صفر	مراوغ ومتهرب
صفر	صفر	مخرج
صفر	صفر	متكتم
100	6	مجموع التكرارات

يظهر من خلال بيانات الجدول رقم 28 ان نسبة عالية من ضيوف برنامج كه وانه، هي من النوعية التي تحب الحديث المطول ويصعب التنبؤ بلحظة توقفها عن الحديث المسهب الذي يطول ويخلق جوا من الملل لدى الجمهور(بحسب الملاحظة الشخصية وبمقاييس بعض المبادئ الأساسية في فن الحوار). لذا نرى المذيع قد اضطر الى مقاطعتهم بصورة ناجحة ومناسبة وذلك بنسبة 70% وكما هو موضح في الجدول رقم 40 لأعادتهم الى اصل الموضوع أو للانتقال الى محور أو سؤال آخر.

جدول رقم 29
يبين جنسية ضيوف برنامج (كه وانه)

النسبة المئوية	التكرارات	الجنسية
100	6	عراقي
صفر	صفر	اجنبي
100	6	مجموع التكرارات

لم يستضف البرنامج اي شخص اجنبي وكانت نسبة العراقيين من الضيوف 100% وذلك يعود برأي الباحث الى ان القضايا التي تم تناولها في الحوارات كانت كوردستانية ولذلك كانت جنسية الضيوف عراقية حصرا.

جدول رقم 30
يبين قومية ضيوف برنامج (كه وانه)

النسبة المئوية	التكرارات	القومية
100	6	كوردي
صفر	صفر	أخرى
100	6	مجموع التكرارات

ونجد هنا ايضا تأكيدا لما ذهبنا اليه في الجدول السابق رقم 29 حيث من الواضح ان نسبة 100% من قومية الضيوف هي الكوردية .

جدول رقم 31 يبين جنس ضيوف برنامج (كه وانه)

النسبة المئوية	التكرارات	الجنس
100	6	ذكر
صفر	صفر	انثى
100	6	مجموع التكرارات

نتيجة للثقافة الذكورية المتسلطة وعدم التكافؤ في الفرص ما بين الإناث والذكور في مجتمعنا الى يومنا هذا، نرى ان نسبة الضيوف الإناث في هذا البرنامج هي صفر% بينما بلغت نسبة الضيوف الذكور 100% .

جدول رقم 32
يبين مكان تواجد الضيف اثناء تصوير برنامج (كه وانه)

النسبة المئوية	التكرارات	الموقع
83.3	5	استوديو داخل المحطة
16.7	1	استوديو خارج المحطة
100	6	مجموع التكرارات

بما ان ديكور هذا البرنامج مصمم بالشكل الذي يستوجب حضور المذيع و ضيفه في استوديو المحطة الرئيسية والجلوس الى مائدة خاصة بالبرنامج ، نرى بأن 83.3% منهم متواجدون في داخل الإستوديو نفسه وداخل المحطة الرئيسية في السليمانية، بينما هناك حالة واحدة فقط وتمثل 16.7 % من مجموع التكرارات، كان الضيف فيهما متواجدا في استوديو المحطة الثانوية في اربيل . مايعني أن جميع الضيوف هم من داخل الإقليم وليس من خارجه .

جدول رقم 33
يبين اساليب مشاركة المشاهدين في برنامج كه وانه

النسبة المئوية	التكرارات	الأساليب المستخدمة في المشاركة
100	59	المشاركة عن طريق الإتصال التليفوني المباشر
صفر	صفر	المشاركة بطرق اخرى
100	59	مجموع التكرارات

كما سبق واشرنا، فان عددا كبيرا من المشاركين من بين الجمهور المتلقي يتصلون بالبرنامج عن طريق التليفون والموبايل، مباشرة 100% . وبمعدل 9.8 مشاركة في كل حلقة من الحلقات الست .

جدول رقم 34
يبين جنس الجمهور المشارك في برنامج كه وانه

النسبة المئوية	التكرارات	الجنس
94.9	56	ذكر
5.1	3	انثى
100	59	مجموع المشاركين

حتى مع مشاركات الجمهور كما كان الحال مع ضيوف البرنامج، نجد هنان النسبة الأكبر هي من المشاركين الذكور 94.9% وهي نسبة لاتدع مجالاً للتصل من حقيقة طغيان الثقافة الذكورية في حقل التفاعل الإتصالي وغياب المشاركة النسوية وهي ظاهرة سلبية لابد من دراستها ومعالجتها، فنسبة مشاركة الذكور 94.9% لايمكن مقارنتها بحصة الإناث 5.1% .

جدول رقم 35
يبين قومية المشاركين من الجمهور في برنامج كه وانه

النسبة المئوية	التكرارات	القومية
100	59	كوردي
صفر	صفر	عربي
صفر	صفر	تركمانى
صفر	صفر	كلدو آشوري
100	59	مجموع التكرارات

ان كوردستانية القضايا السياسية والتعليمية التي تناولها البرنامج هي السبب في ان 100% من المشاركين هم من القومية الكوردية .

جدول رقم 36
يبين جنسية المشاركين من الجمهور في برنامج كه وانه

النسبة المئوية	التكرارات	الجنسية
100	59	عراقي
صفر	صفر	أجنبي
100	59	مجموع التكرارات

ان هذا الجدول يبين لنا بان جنسية المشاركين المتصلين هي الجنسية العراقية وليست اجنبية وذلك بحكم القضايا المطروحة للحوار في البرنامج .

جدول رقم 37
يبين جغرافيا تواجد المشاركين اثناء المشاركة في برنامج كه وانه

النسبة المئوية	التكرارات	جغرافيا تواجد المشاهد اثناء المشاركة
93.2	55	داخل اقليم كوردستان العراق
5.1	3	داخل العراق
1.7	1	خارج العراق
100	59	المجموع

نجد هنا ان 93.2% من الجمهور المشارك عبر التلفزيون، هم من داخل الإقليم، و 5.1% من داخل العراق بينما لم يتصل بالبرنامج من خارج العراق سوى شخص واحد من مجموع 59 شخصا وبنسبة 1.7% فقط. وهذه حالة تستدعي الانتباه والتساؤل بجديّة: هل ان القضايا التي تطرح للحوار في هذا البرنامج تستحق ان تعرض من قناة فضائية عالمية؟ ام انه برنامج محلي و ووطني،يعنى بالشأن الداخلي ولا يسترعي انتباه المشاهد الكوردي في اوروبيا والعالم؟

جدول رقم 38
يبين نوع مشاركة الجمهور في برنامج كه وانه

النسبة المئوية	التكرارات	نوع المشاركة	
53.27	57	سؤال واستفسار	من إقليم كوردستان
46.73	50	مداخلة وابداء رأي	
100	107	المجموع	
100	2	سؤال واستفسار	من داخل العراق
0	صفر	مداخلة وابداء رأي	
100	2	المجموع	
0	صفر	سؤال واستفسار	من خارج العراق
100	3	مداخلة وابداء رأي	
100	3	المجموع	
52.7	59	سؤال واستفسار	جميع المشاركات
47.3	53	مداخلة وابداء رأي	
100	112	مجموع المداخلات	

ذا الجدول يؤكد لنا حقيقة ان نسبة عالية جدا من الجمهور المتلقي من داخل الإقليم ومن خارج العراق تريد المشاركة في الحوار بأسلوب المداخلة وابداء الرأي وليس الإكتفاء بطرح سؤال او استفسار، وهذه دلالة على توسع مساحة ثقافة المداخلة و المناقشة وعرض الآراء وانحسار مساحة ثقافة السؤال والإستفسار¹

ان الباحث كان قد لاحظ قبل عدة سنوات ، ان الجمهور لم يكن يناقش في كل شئ ولم يكن يدلي برأيه في كل موضوع الا اذا كان عليما به ، بل كان يسأل ليتعلم و يستفسر ليفهم . بينما تغيرت المعادلة شيئا فشيئا خلال السنوات العشر الماضية، واصبح السؤال والأستفسار عادة قديمة ! وانتشرت ثقافة المداخلة والتحدث في كل شأن خصوصا ما بين الجيل الجديد.

ولم يقتصر سريان هذه الظاهرة على الجمهور فقط، بل وأصبحت من السمات البارزة في العمل الصحفي والإعلامي في الإقليم. حيث وصلت الى الحد الذي اصبح الصحفي الكوردي يخجل من طرح سؤال أو استفسار مجرد و بسيط غير مركب. فأكثر الصحفيين لا يجيدون صياغة الأسئلة وطرحها بحيادية و تجرد،انما يفلسفون الأمور البسيطة و يبدؤون بمقدمات مشحونة بأفكارهم وآرائهم الشخصية، وبدل السؤال والأستفسار ، يطلقون احكاما جاهزة و نمطية. والباحث يرى ان هاتين الظاهرتين هما مكملتان لبعضيهما و هما وليدنا ثقافة واحدة .

جدول رقم 39

يبين نوع الأسئلة المطروحة بحسب المعايير المختلفة في برنامج كه وانه

النسبة المئوية	التكرارات	نوع الأسئلة
		حسب معيار النمط
62.8	54	أسئلة مغلقة
37.2	32	أسئلة مفتوحة
100	86	مجموع الأسئلة المطروحة في 6 حلقات من البرنامج
		حسب معيار القصد
37.2	32	استدراجية - ايحائية
32.5	28	محاكمة واستفزاز
19.8	17	للحصول على معلومة
10.5	9	للحصول على رأي
100	86	مجموع الأسئلة المطروحة في 6 حلقات من البرنامج

¹ يلاحظ زيادة عدد المشاركات عن الـ 59 شخصا الى 112 وذلك بسبب السماح لإفراد الجمهور المشارك بالسؤال والمداخلة معا .

		حسب معيار النقاوة
55.8	48	نقية - مباشرة
44.2	38	غير نقية - مع مقدمات
100	86	مجموع الأسئلة المطروحة في 6 حلقات من البرنامج
		حسب معيار التركيبية
83.7	72	بسيطة
16.3	14	مركبة
100	86	مجموع الأسئلة المطروحة في 6 حلقات من البرنامج
		حسب معيار الإستمالة المستخدمة فيها
53.5	46	تخوفية
24.4	21	عاطفية
20.9	18	محايدة
1.2	1	عقلية
100	86	مجموع الأسئلة المطروحة في 6 حلقات من البرنامج

لاحظ الباحث في هذا الجدول، ارتفاعا في معدلات الأسئلة ذات النهايات المغلقة: 62.8% مقارنة بالأسئلة ذات النهايات المفتوحة 37.2%. وهذه الحالة جاءت كنتيجة طبيعية لهوية البرنامج وشخصيته. حيث سبق وأشرنا الى ان هذا البرنامج يجمع ما بين نوعين من الحوار، حوار رأي و حوار معلومات.

فحوار المعلومات يحتم على المذيع المحاور، ان يكثر من طرح الأسئلة ذات النهايات المغلقة: من؟ ماذا؟ اين؟ ومتى؟ بينما حوار الرأي يتطلب الى جانب هذه الأسئلة، طرح السؤالين: كيف ولماذا؟ ومن جانب آخر نلاحظ ارتفاع نسبة الأسئلة الاستدرجية والأيحائية 37.2% وذلك برأي الباحث يعود الى السبب نفسه الذي ذكرناه سابقا، الا وهو اعتقاد الكثير من المذيعين الكورد بأن الحقيقة الوحيدة هي التي تتفق مع آرائه هو وقتاته و ليس خارجهما، لذا فله الحق في استدراج ضيفه الى التحدث باللغة والنغمة التي تتفق مع نغمته و نغمة قناته!

ونلاحظ ايضا ارتفاع نسبة أسئلة المحاكمة والأستفزاز 32.5% والسبب في ذلك هو محاولة المذيع المحاور تمثيل و تقمص شخصية المعارض لآراء الضيف، مانحا بذلك - في تصوره - فرصة للآراء المعارضة التي تريد ان تحاكم الضيف او تهاجم وجهة نظره، اعتقادا منه بأنه سيساهم في طرح وجهات نظر معاكسة لما يقوله الضيف.

وبالنتيجة فإن المذيع بأسلوبه هذا كان يمهد السبيل للضيوف - الذين اختيروا بدقة والذين تتطابق آراؤهم مع آراء المقدم والقناة - ليتسنى لهم الدفاع بحرية أكثر عن وجهة نظرهم وآرائهم.

سبق واشرنا- اجمالاً- الى اسبقية حوار المعلومة على حوار الرأي في حلقات هذا البرنامج، واتضح ذلك من خلال ارتفاع نسبة الأسئلة المغلقة: طلب معلومات، مقارنة مع نسبة الأسئلة المفتوحة: طلب رأي وتفاصيل. وهنا وجد الباحث ما يؤكد الإنتاج نفسه وذلك من خلال ملاحظة ارتفاع نسبة أسئلة المعلومات 19.8% مقارنة بأسئلة الرأي 10.5%.

قدمنا سابقاً دليلاً رقمياً على ميل المذيع الكوردي للأسئلة الإستدرجية والإيحائية، وارتفاع نسبة تلك النوعية من الأسئلة في محاورته لضيوفه. ويجدر بنا هنا ان نعطي دليلاً آخر على ذلك الا وهو النسبة العالية جداً للأسئلة غير النقية، مع مقدمات مشحونة برأي و وجهة نظر معينة: 44.2%. بينما بلغت نسبة الأسئلة النقية، بغير مقدمات وغير مشحونة بأحكام سابقة: 55.8% فقط.

ويتضح من هذا الجدول احد أهم ايجابيات فن الحوار في هذا البرنامج الا وهو ارتفاع نسبة الأسئلة البسيطة غير المركبة: 83.7% مقارنة بنسبة الأسئلة المركبة - غير المدروسة في اغلب الأحيان - : 16.3% فقط. مما اتاح للضيوف فرصة اكبر لتقديم المعلومات وكذلك منحهم وقتاً كافياً للحديث.

واخيراً نأتى الى تحليل النتائج الخاصة بنوع الأسئلة بحسب معيار الإستمالة المستخدمة فيها ونجد مايلي: إستمالة تخوفية 53.5% وهي نسبة مرتفعة جداً وتدل على حساسية الموضوعات السياسية والعلمية التربوية التي نوقشت في حلقات هذا البرنامج و نسبة 24.4% إستمالة عاطفية وهي ايضا نسبة ليست بالقليلة بينما لم تصل نسبة الإستمالة العقلية والمنطقية الى أكثر من 1.2% وهي نسبة قريبة لنسبة الإستمالة نفسها عند استخدامها في برنامج (ساخن جداً): صفر%. ويعتقد الباحث ان كل هذه النسب تعد دلالات واضحة على اسلوب الحوار السياسي و التربوي والثقافي لدى المذيع الكوردي والذي بدوره يمثل الجمهور المتلقي المشحون اصلاً بمنطق التخويف والمبالغة والتهويل العاطفيين. جمهور يجسد بدوره المناخ الثقافي والتربوي العام البعيد نوعاً ما عن التعقل والعقلانية ويفضل التعلق بالإنفعالات والتمسك بالرمزية على الإستناد الى الوثائق والأرقام والمنطق.

جدول رقم 40
يبين محاولات المقاطعة من قبل المذيع في برنامج كه وانه

انسبة المئوية	التكرارات	نوع المقاطعة
70	7	مقاطعة مناسبة من قبل المذيع
30	3	مقاطعة غير مناسبة من قبل المذيع
100	10	مجموع مرات المقاطعة خلال 6 حلقات من البرنامج

في هذا الجدول يتبين لنا ميزة اخرى من مميزات مقدم هذا البرنامج، الذي لايقاطع لمجرد انه خطر بباله سؤال جديد او تعليق على حديث الضيف . بل ان غالبية مقاطعاته تبدو مناسبة وتأتي في أوانها ولا تضر بالحوار %70 .

جدول رقم 41
يبين نوع الأجوبة بحسب المعايير المختلفة في برنامج كه وانه

النسبة المئوية	التكرارات	نوع الأجوبة
		حسب معيار النقاوة
60.5	52	مباشرة
39.5	34	مع مقدمات
100	86	مجموع الأجوبة المستحصلة في 6 حلقات
		حسب معيار الإستمالة المستخدمة في الجواب
41.9	36	إستمالة تخويف
34.9	30	إستمالة عقلية
23.2	20	إستمالة عاطفية
100	86	مجموع الأجوبة المستحصلة في 6 حلقات
		حسب معيار التجاوب

65.1	56	متجاوبة مع ما يريده السائل
34.9	30	غير متجاوبة مع ما يريده السائل
صفر	صفر	اجوبة خارجة عن موضوع السؤال
100	86	مجموع الأجوبة المستحصلة في 6 حلقات
حسب معيار القصد		
50	43	ابداء رأي
48.8	42	اعطاء معلومة
1.2	1	مراوغة
100	86	مجموع الأجوبة المستحصلة في 6 حلقات

يلاحظ جليا في هذا الجدول مدى التأثير الايجابي للأسئلة النقية والمباشرة على نوعية الأجوبة. فأرتفاع نسبة الأسئلة المباشرة: 55.8% ادى الى ارتفاع واضح في نسبة الأجوبة المباشرة - بغير مقدمات - 60.5% . المقدم الذي يكثر من الأسئلة ذات المقدمات، سيشجع الضيف على سلوك السبيل نفسه.

يعتقد الباحث بأن المقدم المحاور غالبا ما يتحول الى مصدر احياء وتوجيه للضيف ، لأنه سيخلق المناخ العام للحوار. وفي هذه الحالة نجد بعضا من الضيوف يقعون فريسة سهلة للطقس والمناخ النفسي الصادر عن المذيع، بينما هناك آخرون تكون لديهم نوع من الحصانة عبر تراكم التجربة، فيتحررون من المناخ الصادر عن المذيع ويواصلون حوارهم كما يشاؤون هم لا كما يشاء المذيع. وبعض بيانات هذا الجدول دليل على ما يراه الباحث

من الملاحظ في هذا الجدول عدم تناسب نوع الإستمالات المستخدمة في الأجوبة مع ما استخدم في الأسئلة. فانسبة التخويقية في الأسئلة بلغت : 53.5% بينما لم تتجاوز في الأجوبة نسبة 41.9% والفرق واضح ما بين النسبتين.

ونسبة الإستمالة العقلية في الأسئلة بلغت 1.2% فقط ! بينما بلغت في الأجوبة نسبة 34.9% والفرق واضح جدا . والسبب في ذلك برأي الباحث يعود الى اولا: الأداء التمثيلي وغير اللفظي للمقدم المحاور، الذي يضيف على صياغة الأسئلة صبغة تخويقية و عاطفية. ويحرمها من سمة العقلانية والموضوعية. في حين نجد الضيوف قد تحرروا قليلا من الجو التخويقي للأسئلة واضفوا على الحوار جوا من العقلانية ولكن ليس بعيدا جدا عن العاطفية التي بلغت نسبتها 23.2%.

ان نسبة الأسئلة الإستفزازية والتي طرحت بقصد المحاكمة قد بلغت كما اشرنا سابقا: 32.5% وفي المقابل جاءت نسبة الأجوبة غير المتفكة مع ما يريده السائل 34.9%.

وهذا يؤكد ما ذهب اليه الباحث في تحليله للغرض الحقيقي والضماني من أسئلة المحاكمة والأستفزاز .حيث نرى ان جميع الأسئلة الإستفزازية تم الرد عليها بأسلوب لا يتفق مع ما يظهره السائل وان كان يتفق ضمنا مع الغرض المبطن من أسئلة المحاكمة والإستفزاز .

كذلك وجد الباحث وكما هو واضح في الجدول ان أجوبة الرأي و اجوبة المعلومة، قد تقاسمتا- قسديا- الأجوبة بنسبة 50% للأولى و نسبة 48.8% للأخيرة . مما يؤكد تصنيفنا للبرنامج على انه برنامج حوار رأي و حوار معلومات .

جدول رقم 42
يبين بعض الأشكالات الفنية في برنامج كه وانه

النسبة المئوية	التكرارات	نوع الخلل
70	7	انقطاع الإتصال مع الجمهور
20	2	عدم وصول صوت المذيع الى الضيف / المشاهد
10	1	اخرى
100	10	مجموع التكرارات

يظهر من هذا الجدول ان انقطاع الإتصال مع الجمهور المشارك، يشكل احدى ابرز حالات التشويش الفيزيكي 70% وكثيرا ما يربك المقدم والضيف معا لأن السؤال أو المداخلة يصبحان ناقصين .

جدول رقم 43
يبين كيفية توزيع وقت حلقات برنامج كه وانه

النسبة المئوية	عدد الدقائق	العناصر التي تقاسمت الوقت
61.8	165	الضيوف
25.8	69	الجمهور المشارك
12.4	33	مقدم البرنامج
100	267	مجموع الوقت الأجمالي

من هذا الجدول يتبين احد أهم مميزات مقدم هذا البرنامج، وهو طريقة توزيعه لوقت البرنامج. فقد منح ضيوف حلقات برنامجه أكثر من نصف الوقت المحدد لكل حلقة: 61.8% وأكثر من ربع الوقت للجمهور المشارك 25.8% و 12.4% فقط من الوقت لنفسه كمديع و مقدم وهو برأي الباحث نسبة قليلة ولا تفي بالغرض الأساسي وهو (التحاور) وليس الأستجواب . و هذا يعود برأي الباحث الى عاملين اساسيين، الأول سلبي وهو : التزام المقدم الصارم بالمبدأ الخاطئ الذي يقول (اسأل ولا تحاور) .

و الثاني ايجابي وهو : اعتماده - في اغلب الأحيان - على صياغة الأسئلة النقية والمباشرة 55.8% وبدون مقدمات طويلة. ويسجل الباحث هنا : ان الأسئلة ذات المقدمات والأسئلة المركبة تأخذ وقتا اطول مما لو صيغت بأسلوب مباشر و بسيط .

ومن المميزات الأخرى لهذا البرنامج (برأي الباحث) هو انه يمنح وقتا كافيا للمشاهدين بغرض المشاركة المباشرة في الحوار: اذ تمتع الجمهور المشارك بنسبة، تبلغ 25.8% من وقت البرنامج مما سألهم برأي الباحث في عملية التواصل والتفاعل مابين عناصر الإتصال .

جدول رقم 44

يبين نوع الإستمالة المستخدمة في مقدمة حلقات برنامج كه وانه

النسبة المئوية	التكرارات	نوع الإستمالة
66.7	4	عاطفية
33.3	2	تخوفية
صفر	صفر	عقلية
100	6	مجموع التكرارات

يتبين من الجدول رقم 44 ان الإستمالة العقلية في المقدمة ، ليس لها نصيب : صفر % . بينما كانت نسبة الإستمالة العاطفية 66.7% و التخوفية 33.3% . ومعلوم ان للمقدمة التي يفتح بها المذيع المحاور برنامجه، أثرا كبيرا في جو النقاش والحوار الذي سيجري فيما بعد. فنلاحظ هنا ان الإستمالة التخوفية في المقدمة 33.3%

خلفت مناخا ملائما للأسئلة ذات الإستمالة التخويفية 53.5% و ومن ثم للإجوبة ذات الإستمالة التخويفية 41.9%. كما هو الحال بالنسبة للإستمالة العقلية في المقدمة صفر% مهدت الأجواء لأسئلة بإستمالة عقلية لم تتجاوز نسبتها 1.2%¹.

جدول 45

يبين نوع الإستمالة المستخدمة في الخاتمة

النسبة المئوية	التكرارات	نوع الأستمالة
100	6	بدون خاتمة
0	صفر	تخويفي
0	صفر	عاطفي
0	صفر	عقلي
100	6	مجموع التكرارات

يلاحظ ان كل الحلقات المبحوثة انتهت بدون خاتمة ولذا لم يكن هناك اي استخدام للإستمالات فيها . ان ظاهرة غياب الخاتمة من هذا البرنامج الحواري ، هي دلالة اكيدة على سوء تقدير مقدم البرنامج لأهمية الخاتمة وعدم اهتمامه بها .

¹ للمقارنة يرجى العودة الى الجدول رقم 39 ص209 و الجدول رقم 41 ص 213 .

برنامج : تيلي كلينيك - العيادة التلفزيونية .

برنامج حوارى، معلوماتي، صحي، مباشر. يبث في الساعة 17:05 من مساء كل يوم اربعاء ويعاد بثه مسجلا في الساعة 14:05 من عصر يوم الجمعة التالي . يعدّه ويقدمه الدكتور فريدون ابراهيم .

جدول رقم 46
يبين المجال الصحي للقضايا المطروحة للحوار في برنامج (تيلي كلينيك)

النسبة المئوية	التكرارات	المجالات الصحية المطروحة
33.32	2	الكلى و الجهاز البولي
16.67	1	الأعصاب و النفسية
16.67	1	جراحة الفم والأسنان
16.67	1	القلب و ضغط الدم
16.67	1	انفلونزا الخنازير
100	6	مجموع التكرارات

يبدو من هذه النسب ان امراض الكلى والجهاز البولي شائعة في اقليم كردستان العراق وبالتالي فهي الأكثر حاجة الى الحديث عنها والتوعية بها: 33.32% . ثم تأتي المجالات الأخرى بنسب متعادلة 16.67% .

جدول رقم 47
يبين نمط شخصيات الضيوف في برنامج تيلي كلينيك

النسبة المئوية	التكرارات	نمط الشخصية
83.3	5	متجاوب
16.7	1	كثير التحدث
صفر	صفر	متكتم
صفر	صفر	مراوغ ومتهرب
صفر	صفر	مخرج
100	6	مجموع التكرارات

نلاحظ في هذا الجدول ان الغالبية العظمى من ضيوف البرنامج هي من نمط الشخصية المتجاوبة 83.3% و نسبة قليلة جدا من هؤلاء الضيوف هم من نمط الشخصية كثيرة التحدث . ولم يعثر الباحث من بين ضيوف البرنامج ، على نمط الشخصيات المتكتمة التي لا تعطي المعلومات بسهولة أو الشخصيات المحرجة أو المتهربة المراوغة، فكلهم كانوا صريحين و شفافين في حوارهم .

جدول رقم 48
يبين جنسية الضيوف في برنامج تيلي كلينيك

النسبة المئوية	التكرارات	الجنسية
100	6	عراقي
صفر	صفر	اجنبي
100	6	مجموع التكرارات

يظهر لنا الجدول ان جميع الضيوف الأطباء ومن كل الإختصاصات كانوا من الجنسية العراقية وليسوا أجانب.

جدول رقم 49 يبين قومية الضيف في برنامج تيلي كلينيك

النسبة المئوية	التكرارات	القومية
6	6	كوردي
صفر	صفر	أخرى
100	6	مجموع التكرارات

الجدول رقم 49 يظهر أن جميع الضيوف الأطباء هم من القومية الكوردية وليس فيهم من ينتمي الى قومية أخرى .

جدول رقم 50 يبين جنس الضيف في برنامج تيلي كلينيك

النسبة المئوية	التكرارات	الجنس
100	6	ذكر
صفر	صفر	انثى
100	6	مجموع التكرارات

مرة أخرى تظهر لنا البيانات مدى سيادة الثقافة الذكورية وسيطرتها في المجتمع، فكما نرى ان نسبة 100% من الأطباء الضيوف هم من جنس الذكر ولا توجد طبيبة واحدة من بينهم. أو ربما لأن الإناث (في بلدنا) عادة ما يتخصصن في الطب النسائي وبما ان الحلقات المبحوثة من البرنامج لم تستظف طبيبات نساء فبالتالي لم يتم التطرق الى الأمراض النسائية.

جدول رقم 51

يبين مكان تواجد الضيف اثناء التصوير في برنامج تيلي كلينيك

النسبة المئوية	التكرارات	الموقع
83.3	5	ستوديو داخل المحطة
16.7	1	ستوديو خارج المحطة
100	6	مجموع التكرارات

ان ديكور برنامج (تيلي كلينيك) مصمم وثابت في استوديو البرامج داخل المحطة الرئيسة الكائنة في محافظة السليمانية. لذا نجد ان 83.3% من الحلقات استضافت ضيوفها داخل الإستوديو الرئيس ، باستثناء حلقة واحدة تم تصويرها في استوديو خارج المحطة الرئيسة، وهو استوديو في المحطة الثانوية في محافظة اربيل ، وفي هذه الحلقة تغير الديكور و الخلفية و طريقة جلوس المذيع والضيف و اسلوب الإتصالات وسرعتها مع الجمهور ، وكلها هبطت الى مستوى نوعية ادنى بكثير من مستوى النوعية المعتاد للبرنامج .

جدول رقم 52 يبين عدد الضيوف في برنامج تيلي كلينيك

النسبة المئوية	التكرارات	العدد
83.3	5	ضيف واحد
16.7	1	ضيفان فأكثر
100	6	مجموع التكرارات

لم يستضف البرنامج أكثر من ضيف واحد الا في حلقة واحدة من مجموع الحلقات المبحوثة . فبلغت نسبة استضافة الضيف الواحد 83.3% و نسبة استضافة أكثر من ضيف : 16.7% وكان الحوار في تلك الحلقة التي استضافت 4 ضيوف اطباء، يدور حول (وباء انفلونزا الطيور) وطرق الوقاية والعلاج منه والتوعية بأعراضه وخطورته والأحصائيات المتوفرة عنه، فكان لا بد من التنوع في اختصاصات الأطباء الضيوف .

جدول رقم 53
يبين اساليب مشاركة المشاهدين في برنامج تيلي كلينيك

النسبة المئوية	التكرارات	الأساليب المستخدمة في المشاركة
100	40	المشاركة عن طريق الإتصال التليفوني المباشر
صفر	صفر	طرق اخرى
100	40	مجموع التكرارات

الجدول رقم 53 يظهر لنا ان جميع المشاركات تمت عن طريق الإتصال التليفوني المباشر: 100% وبالتالي كان التفاعل جيدا ما بين طرفي الإتصال . ولكن وبرأي الباحث كان من الممكن رفع درجة التفاعل وحيويته الى مستوى اعلى بكثير فيما لو تمت الإجابة عن استفسارات وأسئلة المشاركين مباشرة بين مدة و اخرى - اي بعد اخذ عدد محدود من الإتصالات في مراحل مختلفة من وقت البرنامج - وليس تأجيلها الى نهاية الحلقة .

الجدول رقم 54
يبين جنس الجمهور المشارك في برنامج تيلي كلينيك

النسبة المئوية	التكرارات	الجنس
87.5	35	ذكر
12.5	5	انثى
100	40	مجموع المشاركين

ان بيانات الجدول رقم 54 تدفع بالباحث للتساؤل حول اسباب قلة مشاركة النساء في برنامج طبي وصحي 12.5% فقط؟ هل هذه الظاهرة هي واحدة من افرازات سيطرة الثقافة الذكورية وتهميش النساء ؟ ام هي نتيجة

طبيعية لعدم الإهتمام بطب النساء من قبل معد ومقدم البرنامج؟ أم هي دلالة على محدودية اصابة النساء بالأمراض التي تناولها البرنامج فلم تكن هناك حاجة ماسة لإتصالهن بالبرنامج! أم هي نتيجة لكل تلك العوامل اضافة الى عوامل اجتماعية وقيمة وشخصية تتعلق بموقع المرأة ودورها داخل الأسرة والمجتمع في ثقافتنا؟.

الجدول رقم 55

يبين قومية المشاركين من الجمهور في برنامج تيلي كلينيك

النسبة المئوية	التكرارات	القومية
100	40	كوردية
صفر	صفر	اخرى
100	40	مجموع التكرارات

الجدول رقم 55 يظهر لنا ان جميع المشاركات 100% كان من قبل مشاهدين من القومية الكوردية .

الجدول رقم 56

يبين جغرافيا تواجد المشاركين اثناء المشاركة في برنامج تيلي كلينيك

النسبة المئوية	التكرارات	جغرافيا تواجد المشاهد اثناء المشاركة
92.5	37	داخل كوردستان العراق
7.5	3	خارج العراق
صفر	صفر	داخل العراق
صفر	صفر	غير معروف
100	40	المجموع

الجدول رقم 56 يظهر لنا ان الغالبية العظمى من المشاركين المتصلين بالبرنامج هي من داخل الإقليم

92.5% ومع هذا فان من الملفت للنظر ان عددا من المشاركين قد اتصلوا من خارج العراق - من دول اوروبية بالتحديد - 7.5% .

وهذا يدفع الباحث الى التساؤل حول اسباب استعانة مشاهدين كورد يعيشون في دول اوروبية متطورة ،
 ببرنامج طبي يستضيف اطباء محليين؟ هل لأن اللغة هي العائق بينهم وبين الأطباء في دولهم ؟ ام لأن مصاريف
 العيادة هناك مرتفعة جدا ؟ فيستفسرون عن حالاتهم المرضية بتكلفة قليلة جدا عن طريق اتصال تلفوني مباشر
 وسريع !

جدول رقم 57

يبين نوع مشاركة الجمهور في برنامج تيلي كلينيك

النسبة المئوية	التكرارات	نوع المشاركة	
88.9	32	سؤال واستفسار	من إقليم كوردستان
11.1	4	مداخلة وابداء رأي	
100	36	المجموع	
صفر	صفر	سؤال واستفسار	من داخل العراق
صفر	صفر	مداخلة وابداء رأي	
0	صفر	المجموع	
75	3	سؤال واستفسار	من خارج العراق
25	1	مداخلة وابداء رأي	
100	4	المجموع	
87.5	35	سؤال واستفسار	جميع المشاركات
12.5	5	مداخلة وابداء رأي	
100	40	مجموع المشاركات	

بما ان برنامج (تيلي كلينيك) هو من نوع حوار المعلومات ، فبالضرورة نجد 87.5 % من مجمل
 المشاركات الداخلية والعالمية تدخل في خانة السؤال والإستفسار بينما لم تتجاوز نسبة المداخلات وابداء الرأي
 12.5 %.

جدول رقم 58
يبين نوع الأسئلة المطروحة بحسب المعايير المختلفة في برنامج تيلي كلينيك

النسبة المئوية	التكرارات	نوع الأسئلة
بحسب معيار نمط الأسئلة		
52.4	107	أسئلة توضيحية
41.2	84	أسئلة مغلقة
6.4	13	أسئلة مفتوحة
100	204	مجموع الأسئلة المطروحة في 6 حلقات من البرنامج
بحسب معيار القصد		
53.4	109	للحصول على معلومة
44.6	91	استدراجية - ايحائية
2	4	محاكمة واستفزاز
صفر	صفر	للحصول على رأي
100	204	مجموع الأسئلة المطروحة في 6 حلقات من البرنامج
بحسب معيار النقاوة		
71.1	145	نقية - مباشرة
28.9	59	غير نقية - مع مقدمات
100	204	مجموع الأسئلة المطروحة في 6 حلقات من البرنامج
بحسب معيار تركيبة السؤال		
86.3	176	بسيطة
13.7	28	مركبة
100	204	مجموع الأسئلة المطروحة في 6 حلقات من البرنامج
بحسب معيار الإستمالة المستخدمة		
42.1	86	محايدة
36.8	75	تخويفية
11.8	24	عاطفية
9.3	19	عقلية
100	204	مجموع الأسئلة المطروحة في 6 حلقات من البرنامج

الجدول رقم 58 والخاص بنوعية الأسئلة وتصنيفاتها ، يوضح لنا أهم ميزة في هذا البرنامج الا وهي : بروز نمط جديد من الأسئلة والتي قلما ظهرت في البرامج الأخرى ، وهو نمط السؤال التوضيحي ، التأكيدي، الإستيضاحي .

والباحث يؤكد بأن هذه المفاهيم والتسميات للأسئلة جاءت مترابطة و في صيغة واحدة بإعتبار أن بعضها قريب من بعض و تتشابه شكلا واسلوبا وغاية، الى درجة لا نحتاج الى فصل بعضها عن بعض ، وانما يمكن درجها كلها تحت عنوان واحد ضمن عناوين : نمط الأسئلة .

ان نسبة الأسئلة التوضيحية قد بلغت 52.4 % وهي نسبة عالية و قد خدمت البرنامج ورسالته التثقيفية والتوعوية ثم الخدمية . وبلغت نسبة الأسئلة المغلقة 41.2% وذلك توافقا مع طبيعة البرنامج الذي يتحاور فيه المذيع والضيف بغرض الحصول على المعلومات وليس الرأي .

ونجد في الجدول نفسه نسبة عالية من الأسئلة التي طرحت بقصد الحصول على المعلومة 53.4% بينما لم تسجل الأسئلة التي يقصد من ورائها الحصول على الرأي، أكثر من صفر % من مجمل الأسئلة .

شأنها في ذلك شأن البرامج الحوارية الأخرى التي لم تغفلت من فخ الأسئلة الإيجابية فبلغت نسبتها 44.6 % ولكنها وعلى العكس مما هو متوقع، لم تكن هذه القصيدة ضارة في الحوارات التي دارت خلال حلقات هذا البرنامج ، الحواري - المعلوماتي ، لأنها لم تكن توحى للضيف افكارا وآراء هو غير مقتنع بها، بل كانت توحى للطبيب الضيف ما هو ضروري بالنسبة للجمهور المستهدف والمشاركين، وبالتالي فهذه القصيدة في صياغة الأسئلة الإيجابية كانت في صالح الحوار والجمهور والبرنامج ايضا .

ان غالبية الأسئلة كانت مباشرة بغير مقدمات : 71.1 % و بسيطة غير مركبة : 86.3 % وبالتالي فإن حالة كهذه كان لها التأثير الواضح في عملية توزيع الوقت مابين عناصر البرنامج و كان لها التأثير الواضح في نوع الأجوبة وكما سنرى لاحقا.

أما فيما يتعلق بالإستمالات المستخدمة في الأسئلة، فنجد ما يسترعي الإنتباه والتحليل . فمثلا وجد الباحث ان نسبة عالية من الأسئلة كانت محايدة ، اي لم تشحن بإستمالة محددة بل طرحت بموضوعية وبكل بساطة، دون تخويف أو انفعال او تبرير عقلي . فقد بلغت نسبة الأسئلة المحايدة: 42.1 % فسهلت على الضيف شحن اجوبته بالإستمالة التي رآها هو ضرورية، كما سيتضح ذلك لاحقا، دون ان يضطر الى الإنسياق وراء مناخ إستمالة محددة قد استخدمها المذيع المحاور في صياغة سؤاله . والباحث يعد هذه الحالة ميزة ايجابية لفن الحوار في هذا البرنامج الحواري .

ان استخدام إستمالة التخويف في الأسئلة، جاءت في المرتبة الثانية وبنسبة 36.8 % . وهي برأي الباحث حالة طبيعية، كون البرنامج يناقش مواضيع تتعلق بصحة الناس وامراضهم ومن الضروري ان يتم شد انتباههم الى المخاطر والصعوبات والعواقب غير المرجوة التي ستواجههم، في حال عدم الألتزام التام والدقيق بالنصائح والتوجيهات التي سيغلف بها كل المعلومات العلمية المبسطة، عن امراضهم ومشاكلهم الصحية.

جدول رقم 59

يبين محاولات المقاطعة من قبل المذيع في برنامج تيلي كلينيك

نوع المقاطعة	التكرارات	النسبة المئوية
مقاطعة مناسبة من قبل المذيع	52	92.9
مقاطعة غير مناسبة من قبل المذيع	4	7.1
مجموع مرات المقاطعة خلال 6 حلقات من البرنامج	56	100

ان الجدول رقم 59 يظهر عددا كبيرا من المقاطعات وهي حالة طبيعية فيما اذا علمنا أن جميع المقاطعات تقريبا، كانت بغرض توجيه أسئلة توضيحية أو تأكيدية ، بالتالي فأن غالبيتها: 92.9 % كانت مناسبة وموفقة .

جدول رقم 60

يبين نوع الأجوبة بحسب المعايير المختلفة في برنامج تيلي كلينيك

نوع الأجوبة	التكرارات	النسبة المئوية
حسب معيار النقاوة		
مباشرة	163	79.9
مع مقدمات	41	20.1
مجموع الأجوبة المستحصلة في 6 حلقات	204	100

حسب معيار الإستمالة المستخدمة		
51.5	105	إستمالة تخوفية
40.2	82	إستمالة عقلية
8.3	17	إستمالة عاطفية
100	204	مجموع الأجوبة المستحصلة في 6 حلقات
حسب معيار التجاوب		
91.7	187	متجاوبة مع ما يريده السائل
6.8	14	غير متجاوبة مع ما يريده السائل
1.5	3	اجوبة خارجة عن موضوع السؤال
100	204	مجموع الأجوبة المستحصلة في 6 حلقات
حسب معيار القصد		
94.1	192	اعطاء معلومة
5.9	12	ابداء رأي خاص
صفر	صفر	مراوغة
100	204	مجموع الأجوبة المستحصلة في 6 حلقات

ان الأسئلة المباشرة بنسبة : 71.1% قد انتجت اجوبة مباشرة بنسبة: 79.9% . والأسئلة ذات المقدمات: 28.9% قد انتجت اجوبة مع مقدمات بنسبة : 20.1% . والأسئلة الموجهة بقصد الحصول على معلومة مع الأسئلة الأيحاءية للغرض نفسه - كما اوضحنا سابقا- والتي بلغت نسبتها معا: 98% قد انتجت اجوبة بقصد اعطاء المعلومات بنسبة : 94.1% . ولكل هذا دلالات احصائية ذات أهمية، على مدى الإرتباط ما بين نوع الأسئلة وجنسها من جهة ونوع الأجوبة وجنسها من جهة اخرى وتأثير كل منهما في الآخر.¹

ان لجوء الأطباء ،ضيوف حلقات البرنامج، الى استخدام الإستمالة التخوفية بنسبة : 51.5% جاءت متوافقة مع، اولاً: استخدام الإستمالة ذاتها بنسبة: 36.8% في الأسئلة المغلقة و المباشرة البسيطة . وثانياً: استعانة المذيع المحاور، بالأسئلة التوضيحية والتأكيدية بنسبة : 52.4% والتي غالباً ما صيغت على شكل إستمالة تخوفية بقصد الأيحاء ودفع الطبيب الضيف للتوضيح أو التأكيد على نقطة هامة وفيها مخاطر ومحاذير طبية، مما يعني تغليف

¹ للمقارنة يرجى العودة الى الجدول رقم 58 ص 146

الأسئلة الأستيضاحية بإستمالة تخوفية، كل هذا أدى الى ارتفاع نسبة الأجوبة ذات الإستمالة التخوفية الى : 51.5%.

ان النسبة العالية جدا للأجوبة المتوافقة والمنسجمة مع ما كان يريده السائل ، سواء كان المذيع أو المشاهد المشارك : 91.7% جاءت منطقية مع ، أولاً: ان المذيع هو طبيب اختصاصي وممارس، فلا يتوقع منه صياغة سؤال غير مفهوم أو متناقض مع المنطق العلمي للطب، حتى ولو كان يمثل جمهور المشاهدين البسطاء والمتقفين . ثانياً: ان الحوار هو حوار معلومات وليس حوار آراء واجتهادات، قد ينسجم مع ما يريده السائل أو لا ينسجم .

الجدول رقم 61
يبين بعض التشويشات الفيزيكية في برنامج تيلي كلينيك

النسبة المئوية	التكرارات	نوع الخلل
20	1	عدم وصول صوت المذيع الى الضيف / المشاهد
20	1	انقطاع الإتصال مع الجمهور
60	3	اخرى
100	5	مجموع التكرارات

يظهر من خلال الجدول رقم 61 ان عدد التشويشات الفيزيكية خلال الحلقات الست المبحوثة لم يتجاوز خمس حالات أي بمعدل اقل من حالة تشويش واحدة في كل حلقة وهي كما لاحظ الباحث لم تؤثر سلبا على سير الحوار .

جدول رقم 62
يبين كيفية توزيع وقت حلقات البرنامج في برنامج تيلي كلينيك

النسبة المئوية	عدد الدقائق	العناصر التي تقاسمت الوقت
62.1	169	الضيوف
21.3	58	مقدم البرنامج
16.6	45	الجمهور المشارك
100	272	مجموع الوقت الأجمالي

ان بيانات الجدول رقم 62 تظهر لنا ان نصيب الضيوف من وقت حلقات البرنامج كان الأكبر وبلغت نسبته : 62.1 % وهذه ميزة من الميزات الإيجابية لهذا البرنامج الحواري. بينما تقاسم المذيع مع المشاركين بقية الوقت بنسب متقاربة: 21.3 % للمذيع و 16.6 للمشاركين .

وللباحث ملاحظة على نسبة الوقت المتاح للمذيع، وهي : لو ان المذيع ادار الحوار بطريقة تسمح للضيف بالرد مباشرة على المشارك (المتصل تلفونيا) ودون تأجيل كل الردود الى نهاية الحلقة(كما هو حاصل في الواقع) لكان هناك وفرة من الوقت بنحو دقيقتين الى ثلاث في كل حلقة وذلك لأن المذيع وبسبب تأجيل الرد على أسئلة الجمهور واستفساراته، يضطر دائما الى اعادة تلك الإستفسارات وترديدها لكي يذكر بها الطبيب الضيف، وهذه حاجة الى أكثر من دقيقتين من الوقت في كل حلقة

جدول رقم 63

يبين نوع الإستمالة المستخدمة في المقدمة في برنامج تيلي كلينيك

س	نوع الإستمالة	التكرارات	النسبة المئوية
	تخوفية	4	66.8
	عاطفية	1	16.6
	محايدة	1	16.6
	عقلية	صفر	صفر
	مجموع التكرارات	6	100

سبق وأن ذكرنا ان الإستمالة المستخدمة في مقدمة اي حوار قد تؤثر سلبا أو ايجابا - بحسب نوعها- في سير الحوار ونوع الأسئلة التي ستعقب المقدمة وبالتالي في نوع الأجوبة وإستمالاتها ..
وهنا نجد في هذا الجدول ما يؤكد رأينا ذاك ، اذ ان اكبر نسبة من الحلقات المبحوثة لهذا البرنامج كانت لها مقدمات بإستمالة تخوفية : 66.7 % ما أدى ذلك الى ارتفاع في نسبة الأسئلة ذات الإستمالة التخوفية: 36.8 % و الأجوبة ذات الإستمالة التخوفية ايضا: 51.5%. بينما لم يجد الباحث اية نسبة لإستمالة عقلية في مقدمة الحلقات . وقد انعكس ذلك سلبا على نسبة الأسئلة ذات الإستمالة العقلية : 9.3 % بينما لم تؤثر سلبا على نسبة الأجوبة ذات الإستمالة العقلية: 40%¹.

¹ للمقارنة يرجى العودة الى الجدول رقم 58 ص 146

ويرى الباحث ان لاضير من استخدام الإستمالة التخويفية في مقدمة برنامج حوارى صحى ، كون الحوار فيه يدور حول مخاطر صحية و أمراض وأوبئة بحاجة الى نوع من التخويف حتى يكون للرسالة الإعلامية التوجيهية والوقائية، تأثير قوي وسريع في ذهنية و مخيلة المتلقي وسلوكه .

جدول 64

يبين نوع الإستمالة المستخدمة في الخاتمة في برنامج تيلي كLINIK

النسبة المئوية	التكرارات	نوع الأستمالة
66.8	4	بدون خاتمة
16.6	1	عاطفية
16.6	1	تخويفية
صفر	صفر	عقلية
100	6	مجموع التكرارات

مرة اخرى وكما كان الحال مع البرنامجين الحواريين السابقين (ساخن جدا و بين قوسين) يجد الباحث نفسه أمام حالة عدم اهتمام مقدم البرنامج ومعه، بخاتمة البرنامج. حيث وجدنا ان نسبة 66.7% من الحلقات المبحوثة لم تكن لها خاتمة . بينما هناك حلقتان فقط كانت لهما خاتمة احدهما بإستمالة عاطفية 16.6 % والثانية بإستمالة تخويفية 16.6% . وكان نصيب الإستمالة العقلية في ختام الحلقات المبحوثة : صفرًا % .

برنامج - سيرة (CV) :

هذا البرنامج الحوارى المسجل والذي يبث كل نصف شهر أي مرة كل اسبوعين هو من اعداد وتقديم السيد سامان محمد غريب .

الحوار في هذا البرنامج هو من نوع حوار الشخصية. وقد قام الباحث بمتابعة دقيقة لعشر حلقات من هذا البرنامج وحلل بيانات ثلاث منها ومن ثم قام بجدولتها. علما أن الباحث تعامل مع بعض فئات التحليل وفروعها

بمرونة وكيفية مع ما يتطلبه هذا النوع من البرامج الحوارية . فإستغنى عن بعضها و بدلها بأخرى تتناسب ونوع البرنامج و عناصره .

جدول رقم 65
يبين اختصاص ضيوف برنامج C.V

النسبة المئوية	التكرارات	الإختصاص
33.33	1	حداد مخترع
33.33	1	جزار (قصاب) مشهور وعريق
33.33	1	تربوي من الرواد
100	3	مجموع التكرارات

يظهر من هذا الجدول ان البرنامج قد اهتم بشخصيتين من الحرفيين - حداد وقصاب - وهما من طبقة شغيلة اليد، و شخصية واحدة ليست حرفية بل هي من طبقة شغيلة الفكر - تربوي - وتركز الحوار مع كل من الشخصيات الثلاث حول سيرتها الذاتية .

جدول رقم 66
يبين قومية الضيف C.V

النسبة المئوية	التكرارات	القومية
100	3	كوردي
صفر	صفر	أخرى
100	3	مجموع التكرارات

الجدول رقم 66 يظهر لنا بأن جميع ضيوف البرنامج في الحلقات المبحوثة هم من القومية الكوردية و ليس هناك ضيوف من قوميات اخرى .

جدول رقم 67
يبين جنس الضيوف في برنامج C.V

النسبة المئوية	التكرارات	الجنس
100	3	ذكر
صفر	صفر	انثى
100	3	مجموع التكرارات

هذا الجدول يظهر لنا احتكار الذكور للحلقات المبحوثة من برنامج C.V ، ولم تكن حصة الإناث فيها أكثر من حصتهن في البرامج الحوارية الأخرى التي حللناها سابقا .

جدول رقم 68
يبين أوقات تواجد الضيوف وأماكنهم أثناء الحوار في برنامج C.V

النسبة المئوية	الدقائق	الموقع
40.6	26	في منزل الضيف
36	23	في مكان عام
23.4	15	في مكان العمل
100	64	مجموع التكرارات

الجدول يظهر لنا ان منزل الضيف قد حظي بأهتمام كبير بوصفه خير مكان لتصوير ناجح وتسجيل صوت نقي . ومع هذا لم يتم توظيف عناصر منزل الضيف ومفرداته لا في تطوير الحوار ولا في اغناء التقارير الصوتية المصحوبة بمعزوفة خاصة بالبرنامج ، الا مرة واحدة فقط .

أما المكان العام والذي يأتي في المرتبة الثانية، فلم يوظف هو ايضا في اغناء تقنيات البرنامج قطعاً. بل يبدو للباحث ان المكان العام تم اختياره عشوائيا او صدفة وليس لأسباب تتعلق بطبيعة البرنامج أو موضوع حلقتة. أما مايتعلق بمكان العمل، فانه لم يتم استغلاله الا في حلقة واحدة من عينة البحث وتم توضيفه بشكل جيد مع وجود بعض النواقص الفنية اثناء الحوار كخفوت صوت المذيع بسبب استخدام (مايكروفون وايرليس - لاقطة لاسلكية) واحدة فقط مابين المذيع و الضيف عند تواجدهما في مكان العمل.

جدول 69

يبين اساليب مشاركة المشاهدين في برنامج C.V

النسبة المئوية	التكرارات	الأساليب المستخدمة في المشاركة
100	13	المشاركة عن طريق المقابلة صوتا و صورة
صفر	صفر	اساليب اخرى
100	13	مجموع التكرارات

ان طبيعة البرنامج تقتضي اشراك عدد من المقربين أو الذين يعرفون و يتعاملون مع الشخصية المستضافة عن طريق معرفة آرائهم وانطباعاتهم أو ذكرياتهم عنها ومعها .. ويتعامل فريق عمل البرنامج مع هذه الفقرة

باسلوب تسجيل (كلام او تعليق أو سرد للذكريات من قبل هؤلاء) اي ان المذيع أو المراسل لا يظهران في الكادر و لا نسمع لهما سؤالاً ،بل ان المشارك يدلي بما يريد ان يقوله سواء كان مدحاو سردا للذكريات عن شخصية الضيف ، مباشرة.

جدول رقم 70
يبين جنس الجمهور المشارك في برنامج C.V

النسبة المئوية	التكرارات	الجنس
92.3	12	ذكر
7.7	1	انثى
100	13	مجموع المشاركين

ان الجدول رقم 70 يبين لنا ان الغالبية الساحقة من المشاركين هم من الذكور 92.3% بينما لم تتجاوز نسبة اشراك الإناث 7.7% وهي نسبة ضئيلة جدا . ويؤخذ على معد ومقدم البرنامج عدم اشراكه الإناث في حلقات برنامجه لا كضيوف ولا كمشاركين من الجمهور .

والمواخذه هنا وارده لأن المشاركين في هذا البرنامج هم من اختيار معد ومقدم البرنامج ، وليس كما هو الحال مع البرامج الحوارية المباشرة التي سبق وحللنا عينة منها في هذا المبحث والتي لا مواخذه عليها بسبب قلة المشاركة الجماهيرية النسوية، لأن قرار الإشتراك والإتصال بها، يعود الى افراد الجمهور وليس الى فرق عمل تلك البرامج .

جدول رقم 71
يبين نوع مشاركة الجمهور في برنامج C.V

النسبة المئوية	التكرارات	نوع المشاركة
54	7	وصف ومديح
23	3	سرد ذكريات
23	3	مديح وذكريات
100	13	مجموع المشاركات

يظهر من الجدول رقم 71 ان نسبة المشاركة بالوصف والمدح والثناء لشخصية الضيف هي الغالبة 54% بينما تتفاسم نوعي ، سرد الذكريات و الدمج مابين المدح وسرد الذكريات ، النسبة المتبقية بالتناصف 23% لكل منهما .

وهنا يرى الباحث ضرورة تسجيل نقطة مآخذة اخرى على اسلوب اعداد البرنامج . وهي ان الهدف من البرنامج ليس واضحا وخصوصا الهدف من اشراك هؤلاء الأفراد من الجمهور ! حتى ان بعض المشاركات من خلال المدح والثناء والوصف المبالغ فيه ، تتحول عن غير قصد، الى نوع من الدعاية المجانية لشخصية الضيف! بينما كان حري بمعد و مقدم البرنامج ان يحدد الهدف من اشراك افراد من الجمهور في برنامجه بحيث تتجمع جميع المشاركات - وليس جزءا قليلا منها - لتكوّن رافدا مهما للبرنامج واهدافه ، لا ان يكتفي منها بمجرد املاء فراغ في وسط الحوار مع الضيف.

جدول رقم 72

يبين نوع الأسئلة المطروحة بحسب المعايير المختلفة في برنامج C.V

نوع الأسئلة	التكرارات	النسبة المئوية
بحسب معيار نمط السؤال		
أسئلة مغلقة	28	34.6
أسئلة مفتوحة	12	14.8
أسئلة توضيحية	41	50.6
مجموع الأسئلة المطروحة في 3 حلقات من البرنامج	81	100
بحسب معيار القصد من السؤال		
للحصول على معلومة	42	51.8
للحصول على رأي	صفر	صفر
استدراجية - ايحائية	39	48.2
محاكمة واستفزاز	صفر	صفر
مجموع الأسئلة المطروحة في 3 حلقات من البرنامج	81	100
بحسب معيار النقاوة		
نقية - مباشرة	70	86.4
غير نقية - مع مقدمات	11	13.6
مجموع الأسئلة المطروحة في 3 حلقات من البرنامج	81	100

		بحسب معيار تركيبية السؤال
95	77	بسيطة
5	4	مركبة
100	81	مجموع الأسئلة المطروحة في 3 حلقات من البرنامج
		بحسب معيار الإستمالة المستخدمة
49.4	40	محايدة
50.6	41	عاطفية
صفر	صفر	عقلية
صفر	صفر	تخوفية
100	81	مجموع الأسئلة المطروحة في 3 حلقات من البرنامج

ان ما يجذب الإنتباه في نوعية الأسئلة المطروحة في الحلقات المبحوثة من هذا البرنامج ، هو النسبة العالية جدا للأسئلة التوضيحية التي بلغت 50.6% من مجموع الأسئلة بينما كانت نسبة الأسئلة المغلقة 34.6% و المفتوحة 14.8% وهذه الحالة برأي الباحث دلالة قطعية على سوء الإعداد للحوار والبرنامج عموما . فليس هناك تبرير لهذه النسبة العالية جدا للأسئلة التوضيحية - والتي احتلت المساحة الأوسع من وقت المتاح لمقدم البرنامج - الا لكون الأعداد لم يكتمل ولم تكن هناك أسئلة - معدة مسبقا- فكان المذيع مضطرا للأستيضاح مرة بعد مرة لا لشئ بل لإثبات الوجود وقتل الملل وتحويل زاوية الكاميرا اليه .

والملاحظة الأخرى الجديرة بالتحليل هي ان مقدم البرنامج كغيره من المذيعين في هذه الفضائية ، وقع في فخ اغراءات الأسئلة الإيحائية - الإستدرجية ، فبلغت نسبتها 48.2% على الرغم من ان غالبيتها كانت توضيحية، اي كانت مجرد ردود فعل أنية لحوار الضيف ولم تكن مدروسة. ولم يخل الحوار من نقص آخر خطير ، الا وهو انجرار المذيع وراء الطقس الذي كان يؤسس له الضيف خدمة لما يريد ان يقوله، والدليل على ذلك هو النسبة العالية جدا من الإستمالة العاطفية المستخدمة في الأسئلة 50.6% ولم تكن هذه برأي الباحث، الا امثالا واستسلاما للنسبة العالية جدا من الإستمالة العاطفية 84.4% التي لجأ اليها ضيوفه في اجوبتهم على الأسئلة، مما اضر بجدوى وجودة الحوار الذي لم تستخدم فيه إستمالة عقلية ولو لمرة واحدة لا في الأسئلة ولا في الأجوبة - كما سيتضح ذلك لاحقا-

جدول رقم 73
يبين نوع الأجوبة بحسب المعايير المختلفة في برنامج C.V

النسبة المئوية	التكرارات	نوع الأجوبة
		بحسب معيار النقاوة
89	72	مباشرة
11	9	مع مقدمات
100	81	مجموع الأجوبة المستحصلة في 3 حلقات
		بحسب معيار الإستمالة المستخدمة
13.6	11	بدون إستمالة
84.4	70	إستمالة عاطفية
صفر	صفر	إستمالة تخويف
صفر	صفر	إستمالة عقلية
100	81	مجموع الأجوبة المستحصلة في 3 حلقات
		بحسب معيار التجاوب
100	81	متجاوبة مع ما يريده السائل
صفر	صفر	غير متجاوبة مع ما يريده السائل
صفر	صفر	اجوبة خارجة عن موضوع السؤال
100	81	مجموع الأجوبة المستحصلة في 3 حلقات
		بحسب معيار القصد
65.4	53	سرد ذكريات
33.3	27	اعطاء معلومة
1.3	1	ابداء رأي خاص
صفر	صفر	مراوغة
100	81	مجموع الأجوبة المستحصلة في 3 حلقات
		بحسب معيار طبيعة الحديث *
15.6	15	سرد بغير سؤال
84.4	81	رد على سؤال
100	96	مجموع الأجوبة المستحصلة في 3 حلقات

ان أكثر ما يجذب الإنتباه في هذا الجدول، هو ان نسبة الإستمالة العقلية المستخدمة في الرد على 81 سؤالاً و في 15 حالة سرد بغير سؤال ، لم تبلغ حتى 1% .. بينما بلغت نسبة استخدام الإستمالة العاطفية 84.4 % . ما

* رأى الباحث هنا ان يضيف هذه الفئة الفرعية للضرورة التي تقتضي جدولاً هذه الحالة الخاصة بهذا البرنامج ، والمقصود منها هو معرفة تكرارات طبيعة بدء الحديث من قبل الضيف : هل هي سرد بغير سؤال ؟ ام هي رد على سؤال محدد ؟ .

أدى الى خلق مناخ مشحون بالإنفعال والمبالغة والتضخيم ولم يحاول المذيع ان ينفذ برنامجه من سطوة العواطف، بل استسلم لها ، فلأحظ الباحث ان المذيع قد فقد كلياً السيطرة على زمام الأمور حتى ان وجوده وظهوره باتا غير ضروريين في كثير من المواقف .

الشيء الآخر الجدير بالتعليق هو ان القصدية في الردود على الأسئلة لم تدخل في مجال التعبير عن رأي خاص، الا في نطاق ضيق جدا 1.3% بينما تركزت في مجالي سرد ذكريات: 65.4% و اعطاء معلومات: 33.3% . ويرى الباحث ان افتقار حوار الشخصية، الى تعبير حر عن الرأي حول امور أو قضايا او حتى احداث من الماضي، يفقد الحوار جاذبيته و يحوله الى مجرد سرد ممل و غير هادف للذكريات الشخصية التي قد لاتهم المشاهد .

اخيرا وجد الباحث أكثر من مرة ان الضيف يبدأ بالحديث مباشرة من دون ان يسبق حديثه سؤال من المذيع ! وخصوصا في بداية الحلقات . وبرأي الباحث ان هذه الحالة لم تكن تكتيكا ناجحا، وهي قد ظهرت نتيجة للمونتاج ولعدم اهتمام المذيع والمعد بصياغة مقدمة للبرنامج .

جدول رقم 74

يبين بعض التشويشات الفيزيكية في برنامج C.V

النسبة المئوية %	التكرارات	نوع الخل
60	3	خلل في صوت المذيع
20	1	خلل في صوت الضيف
20	1	خلل في مونتاج الصوت والصورة
100	5	مجموع التكرارات

هذا الجدول يرينا ان هناك ثلاث حالات خلل في صوت المذيع اي 60% من مجموع التشويشات الفيزيكية، وذلك بسبب استخدام مايكروفون وايرليس واحد فقط اثناء الحوار في أماكن العمل حيث اضطر المذيع الى توجيهه وتقريب المايكروفون الى ضيفه حتى عندما يسأله أو يحاوره .

عدا ذلك فأن الباحث وجد خلا ظاهرا ومعيبا جدا في احدى الحلقات وهو التنافر ما بين الصوت والصورة، اي ان الصوت كان حديثا متوصلا أما الصورة فكانت متواترة و غير مستقرة وغير متجانسة معه . والعلة في ذلك

برأي الباحث هو الإستعجال في تنفيذ عملية المونتاج وعدم الإهتمام بها. والسؤال هنا هو : كيف تم السماح بعرض تلك الحلقة بعيوبها تلك من على شاشة فضائية لها وزنها وسمعتها ؟

جدول رقم 75
يبين كيفية توزيع وقت حلقات البرنامج في برنامج C.V

العناصر التي تقاسمت الوقت	عدد الدقائق	النسبة المئوية %
مقدم البرنامج	9	10.4
الضيف	55	64
الجمهور المشارك	16	18.6
التقرير السوري	6	7.0
مجموع الوقت الأجمالي	86	100

من هذا الجدول يتبين لنا أحد أهم العوامل التي ساهمت في اعطاء صورة غير فنية لمحتوى مبعثر وهدف غير واضح للحلقات المبحوثة من هذا البرنامج ، وهذا العامل هو الخلل الواضح في طريقة توزيع عنصر الوقت - زمن البرنامج - على بقية العناصر الفعالة فيه .

ان نسبة 10% من وقت (برنامج : حوار شخصية) والتي كانت من حصة المذيع ، أي فقط 3 دقائق من كل 28 دقيقة - زمن الحلقة- هي دلالة قاطعة على عدم التحضير لها، وندرة الأسئلة الحقيقية وغياب الحوار المتبادل الذي من المفترض ان يديره المذيع، والذي كان من شأنه ان يزيد حصة المذيع من زمن البرنامج، وتصل الى نسبة معقولة، ليست اقل من 20 % مثلا لاسيما ان البرنامج يستضيف شخصية واحدة فقط لا أكثر. وذلك بأفترض توجيه ستة أسئلة موزعة على دقيقة واحدة من الزمن و مناقشة اجوبتها، خلال فترة تتوزع على خمس دقائق، وتقديم البرنامج وإنهائه في خلال دقيقة واحدة بالتناصف ، أي ان تكون حصة المذيع(7) سبع دقائق من مجموع (28)ثمان وعشرين دقيقة فتعادل 25 % من زمن كل حلقة، لا كما هو حاصل أي 10% .

والملاحظة الأخرى هي تخصيص مساحة واسعة نسبيا من الوقت للمشاركين حيث بلغت مايقارب 19% من زمن كل حلقة، اي تقريبا ضعف حصة المذيع، مع ان طبيعة البرنامج لاتحتمل هكذا هدر لوقته. ومما يبعث على التساؤل هو عدم جدوى العديد من المشاركات، حيث بلغت نسبة المدح والوصف 54% . ومع كل هذا وذاك لم يبذل

المذيع / المعد، جهدا لتوظيف بعض تلك المشاركات - من نوع سرد ذكريات مشتركة- في صياغة الأسئلة وادارة الحوار مع الضيوف .

جدول 76

يبين نوع الإستمالة المستخدمة في مقدمة و خاتمة برنامج C.V

النسبة المئوية	التكرارات	نوع الأستمالة
صفر	صفر	عاطفية
صفر	صفر	عقلية
صفر	صفر	تخوفية
100	3	بدون مقدمة و خاتمة
100	3	مجموع التكرارات

لم يجد الباحث خاتمة لأية حلقة من الحلقات المبحوثة من هذا البرنامج . وهذا ان دل على شئ فأنا ، وبراي الباحث ، يدل على عدم ادراك أهمية الخاتمة من قبل معد ومقدم البرنامج ، تماماً مثلما لم تكن لها اية مقدمة ، كما اشرنا سابقا .

المبحث الرابع

النتائج الكمية والكيفية لتحليل البرامج

اولا : النتائج الكمية المتعلقة ببرنامج كهرا ماو كهرم ، ساخن جدا :

- 1 - هذا البرنامج الحوارى يهتم بالقضايا السياسية بالدرجة الأساس = 83.34 % .
- 2 - يتوزع اهتمام البرنامج على مناطق جغرافية متعددة و يأتي اقليم كردستان العراق في المرتبة الأولى 50 % والعراق عموما في المرتبة الثانية 33.4 % .
- 3 - يستضيف البرنامج في حلقاته شخصيات مختلفة الوظائف، ويأتي الإعلاميون في المرتبة الأولى 35 % ثم البرلمانين 26 % فالكوادر الحزبية 13 % أما نشطاء المجتمع المدني 8.8 % واخيرا 4.3 % لكل من (المحللين السياسيين، اساتذة الجامعة، مسؤولين حكوميين، قضاة وقانونيين) .
- 4 - ضيوف هذا البرنامج أكثرهم من النمط المتجاوب 78.26 % و نسبة 21.74 % منهم كانوا من نمط كثيرى الكلام. بينما لم يكن هناك ضيوف من نمط (متكتم ، مراوغ ، أو محرج) .
- 5 - ان نسبة ضيوف هذا البرنامج من حملة الجنسية العراقية هي 95.6 % . أما حملة الجنسيات الأجنبية فكانت نسبتهم 4.4 % فقط .
- 6 - ان نسبة الضيوف الكورد بلغت 91.2 % والعرب 4.4 % وقوميات اخرى 4.4 % .
- 7 - بلغت نسبة الضيوف من الذكور 91.2 % بينما بلغت نسبة الضيوف من الإناث 8.8 % .
- 8 - بلغت نسبة تواجد الضيوف اثناء الحوار ، داخل الإقليم 78.3 % . وداخل بقية مناطق العراق 17.4 % و في دول الجوار 4.3 % .
- 9 - بلغت نسبة تواجد الضيوف داخل استوديوالمحطة 39.15 % و في استوديو خارج المحطة 39.15 % وفي أماكن خرى 21.7 % .
- 10 - بلغت نسبة المحاورة مع ضيفين 75 % ومع ضيف واحد 16.7 % ومع أكثر من ضيفين 8.3 % .
- 11 - اشترك المشاهدون في هذا البرنامج فقط عن طريق البريد الألكترونى الخاص بالبرنامج اي بنسبة 100 % .
- 12 - بلغت نسبة المشاركين من الذكور 96.2 % و الإناث 3.8 % .
- 13 - بلغت نسبة المشاركات من خارج العراق 46.2 % و من أماكن غير معلومة 34.6 % ومن داخل الإقليم 11.5 % ومن بقية مناطق العراق 7.7 % .

14 - بلغت نسبة المشاركة بسؤال أو استفسار 38.5 % و المشاركة بمدخلة وابداء رأي 61.5 % .

15 - كانت نسب توزيع الأسئلة بحسب المعايير المختلفة كآلاتي :

* حسب معيار النمط

65.6 % أسئلة ذات نهايات مفتوحة

34.4 % أسئلة ذات نهايات مغلقة

* حسب معيار القصد من السؤال

68.2 % استدرجية - ايحائية

13.6 % للحصول على رأي

10.4 % للحصول على معلومة

7.8 % محاكمة واستفزاز

* حسب معيار نقاوة الأسئلة

81.9 % غير نقية - مع مقدمات

18.1 % نقية - مباشرة

* حسب معيار تركيبة الأسئلة

66.3 % بسيطة

33.7 % مركبة

* حسب نوع الإستمالة المستخدمة في السؤال

48 % عاطفية

37.7 % تخويف

14.3 % محايدة

صفر % عقلية

16 - كما وتوزعت الأجوبة بحسب المعايير المختلفة كآلاتي:

* حسب معيار النقاوة

57.2 % اجوبة مباشرة

42.8 % مع مقدمات

* حسب نوع الإستمالات المستخدمة

عاطفية % 45.4

تخويف % 33.8

عقلية % 20.8

*حسب معيار التجاوب

متجاوبة مع ما يريده السائل % 66.9

غير متجاوبة مع ما يريده السائل % 29.9

جواب لا علاقة له بموضوع السؤال % 3.2

*حسب معيار القصد

ابداء رأي % 64.3

اعطاء معلومة % 30.5

مراوغة % 5.2

17 - بلغت نسبة المقاطعات المناسبة من قبل مقدم البرنامج 56.9 % بينما لم تكن 43.1 % من محاولاته مناسبة

18 - توزع وقت البرنامج على عناصره الحيوية كآلاتي :

ضيوف البرنامج % 68.8

مقدم البرنامج % 27.8

التقارير المصورة % 3.4

19 - كانت الإستمالات المستخدمة في مقدمة حلقات البرنامج كآلاتي:

عاطفية % 58.33

تخويفية % 41.67

عقلية % صفر

20 - كانت نسبة التقارير المصورة كآلاتي :

تقرير مصور في بداية الحلقة % 58.4

بدون تقرير % 41.6

21 - كانت الإستمالات المستخدمة في التقارير المصورة كآلاتي :

تخويفية % 57

عاطفية % 43

عقلية % صفر

22 - وكانت نسبة الإستمالات المستخدمة في خاتمة خلقات البرنامج كآلاتي:

بدون خاتمة % 50

تخوفية % 25

عاطفية % 25

عقلية % صفر

23 - كانت نسبة حالات التشويش الفيزيكي في البرنامج كآلاتي :

انقطاع صوت الضيف : % 14.3

انقطاع او تاخر في بث صورة الضيف : % 14.3

عدم وصول صوت المذيع الى الضيف: % 35.7

اخرى : % 35.7

ثانيا:النتائج الكيفية المتعلقة ببرنامج : كهرماو كهرم ، ساخن جدا .

1 - هذا البرنامج واستنادا الى مذكره السيد المدير العام للقناة، بحاجة الى مجهود كبير وشاق ، من حيث الإعداد واختيار قضية ساخنة من بين عدة قضايا كل يوم ليتم الحوار حولها.

2 - صعوبة عملية اختيار الضيوف يوميا و ابلاغهم واقناعهم بالحضور الى الإستوديو، كل ذلك بساعة او ساعتين قبل الظهور على الشاشة حيا . مما يشكل ارباكا و تكرارا في الوجوه المدعوة الى الحوار معها.

3 - هذا البرنامج الحواري المباشر لا يعطي المشاهد فرصة المشاركة المباشرة صوتيا . بل تنشر عنوانا لبريد البرنامج الألكتروني بين حين وآخر على الشاشة خلال الحوار مع الضيوف. ويصبح المذيع حارس بوابة على تدفق المشاركات ويختار منها ما يراه هو مناسباً ثم أما ان يقرأ من المشاركة مقطعا او اثنين، او يعيد صياغتها من جديد ليحولها الى سؤال او تعليق نابع من اسلوبه هو، لا اسلوب المشارك.

4 - لا توجد فواصل اعلانية خلال البرنامج .

5 - يعرف المذيع نفسه في بداية كل حلقة.

6 - هذا البرنامج الحواري المباشر يركز بدرجة اساسية على حوار الراي . واغلب الآراء المطروحة فيه سواء من قبل المذيع أو الضيوف أو المشاركين، هي آراء متجاوبة ومتجانسة مع سياسة القناة . أما نسبة الراي المخالف فهي ضئيلة جدا .

7 - تركز اهتمام البرنامج في قضايا الإقليم بالدرجة الأساس ثم قضايا العراق .

- 8 - أكثر ضيوف البرنامج كانوا من الإعلاميين ثم البرلمانيين فالكوادر الحزبية هم للإتحاد الوطني الكوردستاني.
- 9 - المشاهدون الذكور سجلوا أعلى نسبة مشاركة، والإناث لم يشاركن إلا نادرا .
- 10- مشاهدو البرنامج يفضلون المشاركة عن طريق المداخلة وابداء الرأي على السؤال والإستفسار .
- 11- النسبة الأعلى من الأسئلة التي وجهها المقدم المذيع والمشاركون، كانت أسئلة : ذات نهايات مفتوحة، استدرجية - ايجابية، غير نفية - مع مقدمات، بسيطة و مشحونة عاطفيا.
- 12 - النسبة الأعلى لأجوبة الضيوف جاءت : مباشرة ، عاطفية ومتجاوبة مع مايريده السائل و كان القصد الأساسي منها هو ابداء الرأي .
- 13 - نسبة عالية من مقاطعات المذيع للضيوف كانت غير مناسبة .
- 14 - تمتع المذيع بأكثر من ربع زمن حلقات البرنامج .
- 15 - سيطرت الإستمالتان ، العاطفية و التخوفية ، كليا على مقدمة الحلقات وختامها و التقارير المصورة التي عرضت خلالها . ولم يكن للإستمالة العقلية اي نصيب .

ثالثا : النتائج الكمية المتعلقة ببرنامج : كهوانه - بين قوسين :

- 1 - توزعت حلقات هذا البرنامج الحواري المباشر مابين (حوار الراي 66.7 % و حوار المعلومات 33.3 %) واهتم بالقضايا السياسية بالدرجة الأساس 66.7 % ثم قضايا التربية والتعليم بنسبة 33.3 % .
- 2 - وتركز كل اهتمامه بالقضايا المتعلقة بالإقليم بنسبة 100 % .
- 3 - يستضيف البرنامج في حلقاته شخصيات مختلفة الوظائف، فجاءت الكوادر الحزبية بنسبة 50 % بينما تقاسم، الوزير، رئيس جامعة و اعلامي، ال 50 % الباقية بالتساوي 16.66 لكل منهم .
- 4 - 66.7 % من ضيوف البرنامج كانوا من نمط كثيري التحدث و 33.3 % من النمط المتجاوب .
- 5 - 100 % من الضيوف كانوا من اصحاب الجنسية العراقية 100 % من القومية الكوردية و 100 % من الذكور.
- 6 - تواجد الضيوف في استوديو داخل المحطة بنسبة 83.3 % و في استوديو خارج المحطة بنسبة 16.7 % .
- 7 - بلغت نسبة المشاركة عن طريق الإتصال التليفوني المباشر 100 % وقومياتهم 100 % كوردية وجنسياتهم 100 % عراقية . وجاءت نسبة 94.9 % من المشاركات من جهة الذكور فيما كانت نسبة مشاركة الإناث 5.1 %.
- 8 - تواجد 93.2 % من المشاركين في داخل الإقليم و 5.1 فقط من بقية مناطق العراق ، و تواجد 1.7 % منهم خارج العراق.
- 9 - بلغت نسبة المشاركة بسؤال أو استفسار 52.7 % و المشاركة بمداخلة وابداء رأي 47.3 % .
- 10 - كانت نسب توزيع لأسئلة بحسب المعايير المختلفة كآلاتي :

* حسب معيار نمط السؤال :

62.8 % أسئلة مغلقة

37.2 % أسئلة مفتوحة

* حسب معيار القصد

37.2 % استدرجية - ايحائية

32.5 % محاكمة واستفزاز

19.8 % للحصول على معلومة

10.5 % للحصول على رأي

* حسب معيار النقاوة

55.8 % نقية - مباشرة

44.2 % غير نقية - مع مقدمات

* حسب معيار التركيبية

83.7 % بسيطة

16.3 % مركبة

* حسب معيار الإستمالة المستخدمة فيها

53.5 % تخوفية

24.4 % عاطفية

20.9 % محايدة

1.2 % عقلية

11 - اغلب حالات المقاطعة كانت مناسبة وبلغت نسبتها 70%.

12 - وكانت نسب توزيع الأجوبة بحسب المعايير المختلفة كآلاتي :

* حسب معيار النقاوة

60.5 % مباشرة

39.5 % مع مقدمات

* حسب معيار الإستمالة المستخدمة في الجواب

إستمالة تخويف % 41.9

إستمالة عقلية % 34.9

إستمالة عاطفية % 23.2

* حسب معيار التجاوب

متجاوبة مع ما يريده السائل % 65.1

غير متجاوبة مع ما يريده السائل % 34.9

اجوبة خارجة عن موضوع السؤال % صفر

* حسب معيار القصد

ابداء رأي % 50

اعطاء معلومة % 48.8

مراوغة % 1.2

13 - كانت نسبة حالات التشويش الفيزيكي في البرنامج كآلاتي :

انقطاع الإتصال مع الجمهور : 70 %

عدم وصول صوت المذيع الى الضيف / المشاهد 20 %

اخرى 10 %

14 - توزع وقت البرنامج على عناصره الحيوية كآلاتي :

ضيوف البرنامج : 61.8 %

الجمهور المشارك : 25.8 %

مقدم البرنامج : 12.4 %

15 - كانت نسبة الإستمالات المستخدمة في مقدمة الحلقات كآلاتي :

عاطفية : 66.7 %

تخويفية : 33.3 %

عقلية : صفر %

16 - كانت نسبة الإستمالات المستخدمة في ختام الحلقات صفرا لأن 100 % من الحلقات لم يكن لها ختام .

رابعا : النتائج الكيفية المتعلقة ببرنامج : كهوانه - بين قوسين .

- 1 - هذا البرنامج الحوارى المباشر يجمع ما بين حوار الرأي وحوار المعلومات ، وجاء اهتمامه بالقضايا السياسية بالدرجة الأساس ثم بقضايا التربية والتعليم. و يستضيف شخصية واحدة فقط في كل حلقة داخل استوديو المحطة.
- 2 - يبدأ المذيع في كل حلقة بقراءة مقدمة طويلة بصوت مرتفع ومتكلف، من اوراق مبعثرة على الطاولة التي تجمعه والضيف. مقدمة مكونة من العديد من التساؤلات و الافتراضات في صيغة المبني للمجهول ولا يلتزم بها بل حتى ينسى ان يطرح العديد منها على ضيفه خلال الحوار .
- 3 - يتصل بالبرنامج عدد كبير من المشاهدين تلفونيا.. يطرحون اسئلتهم وآرائهم حول موضوع حوار الحلقة.
- 4 - كثيرا ما يلجأ المذيع الى التمثيل في ادائه ، يحرك يديه و يقلب في الأوراق و يؤشر بين مدة وأخرى بقلمه على أحد الأوراق التي تحت يديه، و احيانا يطرح اسئلته دون النظر في عيني ضيفه او حتى في اتجاهه ، شاغلا نفسه بالقلم والورق .
- 5 - انحصر اهتمام البرنامج في قضايا الإقليم فقط.
- 6 - أكثر ضيوف البرنامج كانوا من الكوادر الحزبية للإتحاد الوطنى الكوردستاني ثم وزير و رئيس جامعة واعلامي .
- 7 - المشاهدون الذكور سجلوا اعلى نسبة مشاركة، والإناث لم يشاركن الا نادرا وهم يفضلون المشاركة عن طريق السؤال والإستفسار .
- 8 - النسبة الأعلى من الأسئلة التي وجهها المقدم المذيع والمشاركون، كانت أسئلة : ذات نهايات مغلقة، استدرجية - ايحائية، استفزازية ، نقية - مباشرة، بسيطة و تخوفية.
- 9 - النسبة الأعلى لأجوبة الضيوف جاءت : مباشرة ، تخوفية ، متجوبة مع مايريده السائل و كان القصد الأساسي منها هو ابداء الرأي ثم اعطاء المعلومات .
- 10 - نسبة عالية جدا من مقاطعات المذيع للضيوف كانت مناسبة .
- 11 - منح المذيع أكثر من نصف زمن الحلقات للضيوف وأكثر من رבעه للمشاركين ولم يستغل هو أكثر من 12% من وقت البرنامج .
- 12 - سيطرت الأستمالتان ، العاطفية ثم التخوفية، على مقدمة الحلقات ولم يكن للإستمالة العقلية اي نصيب . بينما لم تكن للحلقات ختام .

خامسا : النتائج الكمية المتعلقة ببرنامج : (تيلي كلينك)

- 1 - هذا البرنامج الحوارى يهتم بقضايا صحة الإنسان وتوعية المشاهدين بمخاطر الأمراض و اعراضها والوقاية منها.
- 2 - يتوزع اهتمام البرنامج على اعضاء الجسم وامراضه وجاء الإهتمام بأمراض الكلى والجهاز البولى بأعلى نسبة. ربما بسبب شيوع تلك الأمراض فى الإقليم .
- 3 - يستضيف البرنامج فى حلقاته اطباء اخصائيين و استشاريين .
- 4 - ضيوف هذا البرنامج أكثرهم من النمط المتجاوب 83.3% و نسبة 16.7% منهم كانوا من نمط كثيرى الكلام. بينما لم يكن هناك ضيوف من نمط (متكتم ، مراوغ ، أو محر ج).
- 5 - ان نسبة ضيوف هذا البرنامج من اصحاب الجنسية العراقية هي 95.6 . أما اصحاب الجنسيات الأجنبية فكانت نسبتهم 4.4% فقط .
- 6 - ان نسبة الضيوف الكورد من حملة الجنسية العراقية بلغت 100% .
- 7 - بلغت نسبة الضيوف من الذكور 100% بينما لم تحظ الإناث بأية نسبة .
- 8 - بلغت نسبة تواجد الضيوف داخل استوديو المحطة 83.3% و فى استوديو خارج المحطة 16.7% .
- 9 - بلغت نسبة المحاورة مع ضيف واحد 83.3% ومع ضيفين فأكثر 16.7% .
- 10 - اشترك المشاهدون فى هذا البرنامج فقط عن طريق خط التلفون المباشر الخاص بالبرنامج اي بنسبة 100% .
- 11 - بلغت نسبة المشاهدين المشاركين من الذكور 87.5% و الإناث 12.5% .
- 12 - بلغت نسبة المشاركات من داخل الإقليم 92.5% ومن خارج العراق 7.5% . وجميع المشاركين والمشاركات هم من القومية الكوردية أي بنسبة 100% .
- 13 - بلغت نسبة المشاركة بسؤال أو استفسار 87.5% و المشاركة بمداخلة وابداء رأي 12.5% .
- 14 - كانت نسب توزيع الأسئلة بحسب المعايير المختلفة كآلاتي :

* حسب معيار النمط

52.4% أسئلة توضيحية

41.2% أسئلة ذات نهايات مغلقة

6.4% أسئلة ذات نهايات مفتوحة

* حسب معيار القصد من السؤال

53.4% للحصول على معلومة

استدر اجية - ايحائية	% 44.6
محاكمة واستفزاز	% 2
للحصول على رأي	صفر %

*حسب معيار نقاوة الأسئلة

نقية - مباشرة	% 71.1
غير نقية - مع مقدمات	% 28.9

*حسب معيار تركيبة السؤال

بسيطة	% 86.3
مركبة	% 13.7

*حسب معيار نوع الإستمالة المستخدمة في السؤال

محايدة	% 42.1
تخويف	% 36.8
عاطفية	% 11.8
عقلية	% 9.3

16 - وتوزعت الأجوبة بحسب المعايير المختلفة كآلاتي:

*حسب معيار النقاوة

اجوبة مباشرة	% 79.9
مع مقدمات	% 20.1

*حسب نوع الإستمالات المستخدمة

تخويفية	% 51.5
عقلية	% 40.2
عاطفية	% 8.3

*حسب معيار التجاوب

متجاوبة مع ما يريده السائل	% 91.7
غير متجاوبة مع ما يريده السائل	% 6.8
جواب لا علاقة له بموضوع السؤال	% 1.5

*حسب معيار القصد

94.1 % اعطاء معلومة

5.9 % ابداء رأي

15 - بلغت نسبة المقاطعات المناسبة من قبل مقدم البرنامج 92.9 % بينما لم تكن 7.1 % من محاولاته مناسبة.

16 - توزع وقت البرنامج على عناصره الحيوية كآلاتي :

ضيوف البرنامج 62.1 %

مقدم البرنامج 21.3 %

الجمهور المشارك 16.6 %

17 - كانت نسبة الإستمالات المستخدمة في مقدمة حلقات البرنامج كآلاتي:

تخوفية % 66.8

عاطفية % 16.6

محايدة % 16.6

عقلية % صفر

18 - وكانت نسب الإستمالات المستخدمة في خاتمة حلقات البرنامج كآلاتي:

بدون خاتمة % 66.8

تخوفية % 16.6

عاطفية % 16.6

عقلية % صفر

19 - كانت نسبة حالات التشويش الفيزيكي في البرنامج كآلاتي :

انقطاع الإتصال مع الجمهور: 20 %

عدم وصول صوت المذيع الى الضيف: 20 %

اخرى : 60 %

سادسا : النتائج الكيفية المتعلقة ببرنامج (تيلي كلينيك) :

1 - هذا البرنامج الحواري المباشر يركز بدرجة اساسية على حوار المعلومات الصحية . وأكثرية المعلومات

المطروحة فيه هي معلومات متجاوبة ومتجانسة مع ما يريده المذيع أو ما يحتاجه السائل . أما نسبة حوار الرأي فيه

فهي ضئيلة جدا .

- 2 - يبدأ الدكتور المذيع بتعريف برنامجه وطبيعته وكيفية الإتصال به، في بداية كل حلقة .
- 3 - كثيرا ما يدخل في حوار قصير مع المتصلين من الجمهور المشارك ويستوضح منهم بعض الأمور ، اي ان هناك سؤالا وجوابا مباشرا ما بين الطبيب المذيع و المتصل المشارك.
- 4 - لا يحصل المتصل على اجابة لسؤاله مباشرة بل تؤجل الإجابة عن جميع الأسئلة و أستفسارات الجمهور المتصل الى الدقائق الأخيرة من وقت البرنامج .
- 5 - يتصرف الطبيب المذيع مع ضيوف برنامجه وهم اطباء اخصائيون وكأنه صحفي لديه معلومات غير دقيقة وغير أكيدة عن الطب وموضع الحوار، أي يتصرف نيابة عن الجمهور المتلقي وليس كطبيب ولا يحاول ان يستعرض معلوماته الشخصية العلمية كطبيب متخصص ، بل يطرح الأسئلة بوضوح ويفسح المجال للطبيب الضيف ليشرح و يوضح بينما هو يكفي بمقاطعات ضرورية ومناسبة للتأكيد او التوضيح أو الأستيضاح فقط ولا يدخل معه في جدال ولا يطرح رأيه الا نادرا.
- 6 - تركز اهتمام البرنامج في الأمراض والقضايا الصحية التي تهتم مواطني الإقليم بصورة عامة و هذا يظهر من خلال تدفق المشاركات من كل المحافظات و الأفضية والنواحي.
- 7 - جميع ضيوف البرنامج كانوا من الأطباء الذكور من القومية الكوردية ومن حملة الجنسية العراقية المتخصصين والإستشاريين من داخل الإقليم.
- 8 - المشاهدون الذكور سجلوا اعلى نسبة مشاركة, والإناث لم يشاركن الا نادرا .
- 9 - مشاهدو البرنامج يفضلون المشاركة عن طريق السؤال والإستفسار.
- 10 - النسبة الأعلى من الأسئلة التي وجهها المقدم المذيع والمشاركون، كانت أسئلة : توضيحية، معلوماتية، نقية، بسيطة و محايدة .
- 11 - النسبة الأعلى لأجوبة الضيوف جاءت : مباشرة ، تخوفية ، متجاوبة مع مايريده السائل و كان القصد الأساسي منها هو اعطاء المعلومات .
- 12 - نسبة عالية من مقاطعات المذيع للضيوف كانت مناسبة وموفقة .
- 13 - كانت حصة المذيع اقل من ربع المساحة الزمنية للبرنامج. بينما كانت حصة الضيوف أكثر من نصف المدة الزمنية والمشاهدون المشاركون حصلوا على البقية.
- 14 - سيطرت الأستمالتان ،التخوفية و العاطفية، كليا على مقدمة الحلقات وختامها . ولم يكن للإستمالة العقلية اي نصيب فيهما .

سابعا : النتائج الكمية المتعلقة ببرنامج (C.V) :

- 1 - هذا البرنامج الحوارى يهتم بالسيرة الذاتية لشخصيات بارزة في مجال ما.
- 2 - يتوزع اهتمام البرنامج على شخصيات حرفية من شغيلة اليد و اخرى من شغيلة الفكر .
- 3 - ضيوف هذا البرنامج أكثرهم من النمط المتجاوب 83.3% و نسبة 16.7% منهم كانوا من نمط كثيرى الكلام.
- بينما لم يكن هناك ضيوف من نمط : متكتم ، مراوغ ، أو محرر .
- 4 - ان نسبة 100% من الضيوف كانوا من الكورد وهم من حملة الجنسية العراقية .
- 5 - بلغت نسبة الضيوف من الذكور 100% بينما لم تحظ الإناث بأية نسبة .
- 6 - النسبة الأعلى لتواجد الضيوف اثناء الحوار كانت داخل منازلهم 40.6% ثم في أماكن عامة 36% . واخيرا في أماكن عملهم 23.4% .
- 7 - اشترك المشاهدون في هذا البرنامج فقط عن طريق المقابلة الشخصية صوت وصورة، اي بنسبة 100% .
- 8 - بلغت نسبة المشاهدين المشاركين من الذكور 92.3% و الإناث 7.7% .
- 9 - بلغت نسبة المشاركة بالوصف والمدح 54% و المشاركة بسرد ذكريات عن شخصية الضيف 23% . أما المشاركة بالمدح وسرد ذكريات فبلغت نسبة 23% .
- 10 - كانت نسب توزيع الأسئلة بحسب المعايير المختلفة كآلاتي :

* حسب معيار النمط

34.6% أسئلة مغلقة

14.8% أسئلة مفتوحة

50.6% أسئلة توضيحية

* حسب معيار القصد من السؤال

51.8% للحصول على معلومة

صفر% للحصول على رأي

48.2% استدرجية - ايجابية

صفر% محاكمة واستفزاز

* حسب معيار نقاوة الأسئلة

86.4% نقية - مباشرة

13.6% غير نقية - مع مقدمات

*حسب معيار تركيبة السؤال

95 % بسيطة

5 % مركبة

*حسب معيار نوع الإستمالة المستخدمة في السؤال

49.4 % محايدة

50.6 % عاطفية

صفر % عقلية

صفر % تخويقية

11 - توزعت الأجوبة بحسب المعايير المختلفة كآلاتي:

*حسب معيار النقاوة

89 % مباشرة

11 % مع مقدمات

*حسب نوع الإستمالات المستخدمة

84.4 % إستمالة عاطفية

13.6 % بدون إستمالة

صفر % إستمالة عقلية

صفر % إستمالة تخويقية

*حسب معيار التجاوب

100 % متجاوبة مع ما يريده السائل

صفر % غير متجاوبة مع ما يريده السائل

صفر % اجوبة خارجة عن موضوع السؤال

*حسب معيار القصد

65.4 % سرد ذكريات

33.3 % اعطاء معلومة

1.3 % ابداء رأي خاص

صفر % مراوغة

حسب معيار طبيعة الحديث :

15.6 % سرد بغير سؤال

84.4 % رد على سؤال

12 - بلغت نسبة المقاطعات المناسبة من قبل مقدم البرنامج 92.9 % بينما لم تكن 7.1 % من محاولاته مناسبة .

13 - توزع وقت البرنامج على عناصره الحيوية كآلاتي :

ضيوف البرنامج 64 %

مقدم البرنامج 10.4 %

الجمهور المشارك 18.6 %

التقرير الصوري 7.0 %

14 - كانت نسبة الإستمالات المستخدمة في مقدمة حلقات البرنامج كآلاتي:

عاطفية % صفر

عقلية % صفر

تخوفية % صفر

بدون مقدمة % 100

15 - كانت نسبة حالات التشويش الفيزيكي في البرنامج كآلاتي :

خلل في صوت المذيع : 60 %

خلل في صوت الضيف : 20 %

خلل في مونتاج الصوت والصورة: 20 %

ثامنا : النتائج الكيفية المتعلقة ببرنامج (C.V) :

1 - هذا البرنامج الحواري المسجل يركز على حوار الشخصية في اطار السيرة والذكريات . واغلب الذكريات

المطروحة فيه شخصية لا تتضمن الشأن العام الانادرا.

2 - جميع ضيوف البرنامج كانوا من الذكور ومن القومية الكوردية ومن حملة الجنسية العراقية و من داخل الإقليم.

3 - سجل الذكور اعلى نسبة مشاركة, والإناث لم يشاركن الانادرا.

4 - جميع المشاركات كانت عن طريق المقابلة الشخصية. واغلبها كانت مدحا ووصفا لشخصية الضيف .

- 5 - النسبة الأعلى من الأسئلة التي وجهها المقدم المذيع والمشاركون، كانت أسئلة : توضيحية، معلوماتية ، نقية، بسيطة و عاطفية .
- 6 - النسبة الأعلى لأجوبة الضيوف جاءت : مباشرة ، عاطفية ، متجاوبة مع مايريده السائل و كان القصد الأساسي منها هو سرد ذكريات و كانت تأتي ردا على سؤال محدد.
- 7 - نسبة عالية من مقاطعات المذيع للضيوف كانت مناسبة وموفقة .
- 8 - كانت حصة المذيع نحو عشر المساحة الزمنية للبرنامج. بينما كانت حصة الضيوف أكثر من نصف المدة الزمنية والبقية كانت للمشاركين ومن ثم للتقرير الصوري .
- 9 - لم تكن للحلقات المبحوثة اية مقدمات او خواتم .
- 10 - الهدف من هذا البرنامج غير واضح. والسؤال هو : هل هو يهدف الى تسليط الضوء على سيرة وذكريات ذات خصوصية فردية فحسب ، ام هو يهدف الى تعريف المشاهد بحقبة من تأريخ شعبه من خلال تقليب صفحات السيرة الذاتية لشخصية ما ؟
- 11 - لم يجد الباحث في العينة المبحوثة، محاور للنقاش أو أسئلة مدروسة و معدة مسبقا.
- 12 - لم يتم اشراك افراد من عوائل الضيوف وخصوصا زوجاتهم في الحوار.
- 13 - لم يلحظ الباحث وجود تسلسل منطقي في ربط مشاهد البرنامج و فقراته . بينما لاحظ وجود عيوب نوعية في عمليتي التصوير والمونتاج .

المبحث الخامس

نتائج واستنتاجات عامة وتوصيات

أولاً - نتائج و استنتاجات عامة :

- 1 - وجد الباحث ان معدي ومقدمي البرامج الحوارية في قناة شعب كردستان الفضائية ملتزمون بسياسة الحزب الراعي للقناة وسياسة واتجاهات القائمين عليها والعاملين فيها .
- 2 - وجد الباحث ان هناك قصدية وتعمد في اختيار ضيوف البرامج الحوارية يتوافق وسياسة القناة المتأثرة اصلاً بسياسة الحزب الراعي لها وسياسة واتجاهات القائمين عليها والعاملين فيها.
- 3 - تبين للباحث بأن القناة لم تستفد من اساليب و قوالب البرامج الحوارية ذات الشهرة العالمية . بل اعتمدت على اساليب و قوالب فنية تقليدية محلية غير جذابة من ناحية الأعداد و التقديم والأخراج .
- 4 - ظهر للباحث ان جميع مقدمي البرامج الحوارية في القناة، هم من الذكور .
- 5 - ظهر للباحث ان الغالبية العظمى من ضيوف البرامج الحوارية في القناة، هم من الذكور.
- 6 - ظهر للباحث ان الغالبية العظمى من الجمهور المشارك في البرامج الحوارية في القناة، هم من الذكور.
- 7 - ظهر من خلال البحث ان جميع مقدمي البرامج الحوارية يقومون بدور معدي برامجهم بأنفسهم .
- 8 - ظهر من خلال البحث ان القناة تهتم بحوار الرأي بالدرجة الأساس ومن ثم بحوار المعلومات و اخيراً بحوار الشخصية .
- 9 - كانت السياسة و وما يتعلق بها، هي صاحبة النسبة الكبرى في مضامين البرامج الحوارية من ناحية الإهتمام و مجمل الوقت المخصص لها .
- 10 - وجد الباحث ان مشاهدي برامج حوار الراي ، في القناة، يفضلون المداخلات على السؤال والأستفسار، للمشاركة وابداء وجهات نظرهم وآرائهم حول الموضوعات التي تتناولها هذه البرامج. بينما كانت اغلب المشاركات في برامج ، حوار المعلومات، بأسلوب السؤال و الإستفسار. كذلك وجد الباحث ان المشاهدين يفضلون المشاركة في هذه البرامج عبر الهاتف والتحدث الى المقدمين والضيوف مباشرة و عددهم أكثر بكثير من عدد المشاركين عبر البريد الإلكتروني .
- 11 - ظهر للباحث ان برامج ، حوار الرأي، احياناً تستضيف شخصيات غير متوافقة في آرائها أو مواقفها السياسية مع سياسة الحزب الراعي للقناة وتعطيها المجال الكافي لأبداء رايها بحرية. وهذه نقطة ايجابية تسجل لصالح القناة

والبرنامج. ولكن ما يسجل عليهما هو ندرة تلك الحالات من جهة و عدم وجود من يحاورهم أو يجادلهم في الطرف الآخر ، مما يساعد غالبا على تحويل البرنامج الى منبر سياسي دعائي لطرف واحد، دون الرد على مداخلته او مناقشته من وجهة نظر مخالفة .

12 - ظهر للباحث ان مقدمي البرامج الحوارية في فضائية شعب كردستان يميلون بصورة عامة الى تحميل اسئلتهم بوجهات نظرهم المسبقة فيطرحونها وكأنهم ينتظرون من الضيف جوابا معروفا لديهم ، و كثيرا ما يناقشون اجوبة الضيوف وكأنهم طرف في الجدل وليسوا مديرين للنقاش - خاصة في الحوارات السياسية- وهذا يؤدي الى ضياع الموضوعية والحيادية المطلوبة منهم .

ثانيا - التوصيات :

في محصلة هذه الدراسة التفصيلية و اجراء تلك التحليلات المتعمقة لعينة من البرامج الحوارية في فضائية شعب كردستان ، بأشكالها و اساليبها و مضامينها المختلفة ، يقترح الباحث و يوصي ادارة القناة بمايلي :

1 - ايلاء الإهتمام الجدي بالإعداد المسبق و المندروس لمضامين الحوار للبرامج الحوارية، فيما يتعلق بأعداد المحاور و الأسئلة بانواعها المتعددة و اختيار الضيوف و خاصة برنامجي ، ساخن جدا و سيرة C.V ، وذلك بتكليف فريق عمل كامل أو على الأقل فصل الإعداد عن التقديم .

2 - ايلاء اهتمام أكثر بالتحديد المسبق للهدف المنشود و تشخيص أدق للجماهير المستهدف لكل البرامج الحوارية خصوصا فيما يتعلق ببرنامج : سيرة .

3 - تحديث اساليب تقديم البرامج الحوارية و تطويرها و عدم التوقع داخل اشكال و قوالب ثابتة لا تغيير فيها ، مثل: استضافة شخصيتين او أكثر ذوي اتجاهات و ميول فكرية مختلفة في برنامج : طرماو طرم ، ساخن جدا و عدم الإكتفاء بالضيوف المتفقين في آرائهم.

4 - تنظيم دورات نظرية و تدريبية عملية- اكااديمية- داخل و خارج الإقليم، باستمرار، لتجديد و صقل كفاءات المذيعين - مقدمي البرامج الحوارية- في القناة .

5 - تدريب و تأهيل عدد من الوجوه النسوية لتقديم برامج حوارية ناجحة و هادفة في القناة.

6 - تغيير اسلوب الإتصال الجماهيري ببرنامج : طرماو طرم ، ساخن جدا ، وفتح خطوط اتصال تلفونية مباشرة بدلا من الإتصال عبر البريد الإلكتروني، وذلك لضمان المشاركة الحقيقية للجماهير و تسخين التفاعل المتبادل .

- 7 - استضافة شخصيات معروفة ومؤثرة، من خارج الإقليم والعراق في البرامج الحوارية وذلك من خلال ايلاء اهتمام أكثر بعمليات الربط الخارجي عبر ابراج التغذية و واجهزة الـ S.N.G. والأقمار الصناعية.
- 8 - ايلاء اهتمام أكثر بجماليات الأخراج و المونتاج والديكور والتصوير و جرافيك التايتل والمؤثرات الصوتية المصاحبة لتايتل المقدمة والختام .
- 9 - الإهتمام بعنصر الوقت وكيفية توزيعه ما بين العناصر المشاركة في الحوار بصورة عادلة ومنطقية. وعرض فواصل اعلانية قصيرة ما بين محاور البرنامج . والإهتمام الجاد بمقدمة وختام البرامج الحوارية كونهما من أهم عوامل الجذب و استمرارية التفاعل ما بين اطراف اية عملية اتصال ناجحة .
- 10 - اجراء استطلاعات رأي جماهيرية و نخبوية لمعرفة مدى نجاح البرامج الحوارية للقناة و ومدى تأثيرها و جماهيريتها، مرة كل ثلاثة اشهر . ودراسة نتائجها وتحليلها من قبل مستشارين اعلاميين من خارج القناة.

المصادر والمراجع

المصادر والمراجع

الكتب العربية والمترجمة :

1. إبراهيم أبو عرقوب، الإتصال الإنساني ودوره في التفاعل الإجتماعي، ط2، عمان ، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، 2005
2. إبراهيم أمام ،نحو بلاغة تلفزيونية في البرامج الدينية ، الرياض : مطابع النصر الحديثة ، 1983 ،
3. ابراهيم وهبي، الخبر الإذاعي، القاهرة، دار الفكر العربي، 1985 .
4. احمد بدر، اصول البحث العلمي ومناهجه، الكويت ،(ب.ن) 1984 .
5. أديب خضور ،مدخل إلى الصحافة نظرية وممارسة , دمشق، المكتبة الإعلامية ، 2000 .
6. _____ ، الحديث التلفزيوني ، دمشق ، المكتبة الإعلامية ، 2002
7. _____ ، الخبر الصحفي ، دمشق ، المكتبة الإعلامية ، 1992 ، الطبعة الثانية
8. _____ ،الحديث الصحفي، ط2 ، دمشق 2008
9. ارسطو ، المنطق ، ترجمة عبدالرحمن بدوي، ج3 ، الكويت، وكالة المطبوعات، 1980
10. بركات عبد العزيز، اتجاهات حديثة في انتاج البرامج الإذاعية، اصول الاحتراف ومهارات التطبيق، القاهرة، دار الكتاب الحديث، 2000 .
11. بول فولكيه، هذه هي الديالكتيكية ، ترجمة تيسير شيخ الأرض، بيروت، (ب.ن) 1959
12. جلال العشري و آخرون ، الموسوعة الفلسفية المختصرة ، بيروت، دار القلم ، 1983
13. جمهورية افلاطون، ترجمة فؤاد زكريا ، ، مصر ، الهيئة المصرية العامة ، 1985
14. جهاز تلفزيون الخليج، المعايير الموحدة لتحليل البرامج في التلفزيونات الخليجية والعربية، الرياض، 1983
15. جون كورنل : التلفزيون والمجتمع ، ترجمة : أديب خضور ، دمشق، المكتبة الإعلامية ، 1999
16. حسن عماد مكاوي : إنتاج البرامج للراديو ، القاهرة، مكتبة الانجلو المصرية ، 1989
17. حسن عماد مكاوي وليلي حسين، نظريات الإعلام المعاصرة، الطبعة الأولى ، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 1998
18. حسين فوزي النجار ، الإعلام المعاصر، القاهرة ، دار المعارف بمصر، 1984
19. زكريا ابراهيم ، هيغل والمثالية المطلقة، القاهرة ، دار مصر للطباعة ، 1970
20. سمير محمد حسين ، تحليل المضمون ، ط2 ، القاهرة ، عالم الكتب ، 1996
21. سعد لبيب، دراسات في الفنون الإذاعية، بغداد، مطبعة الأديب، 1973

22. ——— ، فن الحوار، بغداد، دار الحرية للطباعة، 1972
23. سعود عبد الحميد دهلوي ، المعايير الأحصائية الموحدة لتحليل البرامج في التلفزيونات الخليجية والعربية، جهاز تلفزيون الخليج، الرياض، 1983
24. سهير جاد ، البرامج التلفزيونية والإعلام الثقافي ، القاهرة ، الهيئة المصرية العامة للكتاب ، 1987
25. سوزان يوسف ، د. هبة الله بهجت ، إنتاج البرامج للراديو والتلفزيون ، القاهرة : مكتبة الشباب ، 1993
26. صالح ذياب هندي، اثر وسائل الإعلام على الطفل، عمان، دار الفكر للنشر والتوزيع ، 1990
27. طه عبدالفتاح، الحوار في القصة والمسرحية والإذاعة والتلفزيون، القاهرة، مكتبة الشباب، 1975
28. عبد الستار جواد اللغة الإعلامية , بغداد ، دار الحرية للطباعة ، 1995
29. عبد العزيز الغنام، مدخل في علم الصحافة، الجزء الثاني، القاهرة ، مكتبة الانجلو المصرية ، 1983
30. ——— ، مدخل في علم الصحافة، الجزء الثالث، القاهرة ، مكتبة الانجلو المصرية ، 1983
31. عبد العزيز شرف، الإعلام الإسلامي وتكنولوجيا الإتصال، القاهرة، دار قباء للطباعة والنشر والتوزيع، 1998
32. ——— ، الأساليب الفنية في التحرير الصحفي، القاهرة ، دار قباء للطباعة والنشر والتوزيع، 2000
33. ——— ، وسائل الإعلام لغة الحضارة ، القاهرة ، مختار للنشر والتوزيع ، 1988
34. عبدالدائم عمر حسن، انتاج البرامج التلفزيونية ، القاهرة، الدار القومية العربية للثقافة والنشر، 2003
35. عصام سليمان موسى، المدخل في الإتصال الجماهيري، ط1 ،الأردن، مكتبة الكنتاني، 1986
36. غازي زين عوض الله، الأسس الفنية للحديث الصحفي، القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1996
37. فاروق ابو زيد وأ.د. إيلي عبدالمجيد، فن الكتابة الصحفية ،جامعة القاهرة، 2000
38. فاروق ابوزيد ،فن الكتابة الصحفية، القاهرة ،بيروت، دار الشروق، 2008
39. فلاح كاظم المحنة و د. سؤدد القادري ، الفنون الإذاعية والتلفزيونية، جامعة بغداد ، كلية الآداب ، قسم الإعلام، 1990
40. فلاح كاظم المحنة، البرامج الإذاعية والتلفزيونية، الموصل، دار الكتب للطباعة والنشر، 1988
41. فوزية فهيم ، التلفزيون فن ، القاهرة، دار المعارف للنشر والتوزيع ، 1987
42. ——— ، التلفزيون فن، سلسلة اقرأ، العدد 465، القاهرة، دار المعارف، 1981
43. كرم شلبي : المذيع وفن تقديم البرامج في الراديو والتلفزيون ، القاهرة ، دار الفكر العربي (د . ت)
44. ———: معجم المصطلحات الإعلامية ، القاهرة ، دار الشروق ، 1989 .
45. ——— ، معجم المصطلحات الإعلامية، بيروت، دار الجيل للطبع والنشر والتوزيع ، 1994

46. ——— ، المذيع وفن تقديم البرامج في الراديو والتلفزيون، بيروت، دار ومكتبة الهلال، 2008
47. ——— ، فن الكتابة للراديو والتلفزيون، جدة، دار الشروق، 1987
48. كيت كينان : أساليب الإقناع الإداري ، ط1، ترجمة وتحقيق: مركز التعريب والبرمجة، الدار العربية للعلوم ناشرون، 1996
49. كير زويل، ادبث، عصر البنيوية من ليفي شتراوس الى فوكو، ترجمة جابر عصفور، بغداد، دار آفاق عربية ، 1985 ،
50. محمد الشيخ، مسألة الحداثة في الفكر المغربي المعاصر، منشورات الزمان. (الرباط) سلسلة شرفات. العدد 13 ، 2004
51. محمد الصاوي مبارك، البحث العلمي اسسه وطريقة كتابته ، القاهرة، المكتبة الاكاديمية، 1992
52. محمد بهجت كشك : الإتصال ووسائله في الخدمة الإجتماعية ، الطبعة الثالثة ، الإسكندرية ، المكتب الجامعي الحديث ، 1985
53. محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية ، القاهرة، عالم الكتب، 2000
54. ——— ، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط2 ، القاهرة، عالم الكتب، 2000
55. محمد عويس، البحث العلمي في الخدمة الإجتماعية ، القاهرة ، النهضة العربية، 2003
56. محمد معوض ، دبركات عبد العزيز ، الخبر الإذاعي والتلفزيوني ، ط1، القاهرة ، دار الكتاب الحديث ، 1996،
57. ——— ، انتاج البرامج الإذاعية والتلفزيونية ، الكويت، ذات السلاسل، 2001
58. ——— ، أنتاج البرامج الإذاعية والتلفزيونية، الكويت، ذات السلاسل، 1998
59. محمد منير سعد الدين، دراسات في التربية الإعلامية، بيروت، المكتبة العصرية، 1995
60. محمد وقيدي . جراءة الموقف الفلسفي، بيروت ، افريقيا الشرق ، 1999
61. محمود ادهم ، الأسس الفنية للتحريير الصحفي العام ، القاهرة ، مكتبة الأنجلو المصرية، 1984
62. ——— ، المدخل الى فن الحديث الصحفي ، القاهرة ، دار الثقافة للطباعة والنشر ، 1982
63. ——— ، المقابلات الإعلامية ، القاهرة ، دار الثقافة للطباعة والنشر ، 1984
64. محمود خليل ومحمد منصور هيبية ، إنتاج اللغة الإعلامية في النصوص الإعلامية ، مركز جامعة القاهرة، التعليم المفتوح ، 1999
65. محمود فهمي، الفن الإذاعي والتلفزيوني ، القاهرة: مكتبة الانجلو المصرية، 1982

- 66.موري جرين ، أخبار التلفزيون بين التحليل والتنفيذ ، ترجمة حمدي قنديل واحمد سعيد ، القاهرة ، مكتبة النهضة المصرية ، 1972
- 67.نبيل راغب ، فن الكتابة للإذاعة ، القاهرة ، دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع، 2006
- 68.نسيم الخوري، فنون الإعلام والطاقة الإتصالية ، بيروت، دار المنهل، 2005
- 69.نصر الدين العياضي، وسائل الإتصال الجماهيري والثقافة، القاعدة والاستثناء، الشارقة، إصدارات دار الثقافة والإعلام، 2001
- 70.هادي الهيبي ، لغة الإعلام والنهضة القومية ، ندوة اللغة العربية والنهضة القومية ، بغداد ، المجمع العلمي ، 1997 .
- 71.هايدجر- ما الفلسفة ما الميتافيزيقيا، ترجمة محمود رجب و فؤاد كامل ، القاهرة دار الثقافة للنشر والتوزيع، 1974
- 72.وهيب مجيد الكبيسي ود. يونس صالح الجنابي ، طرق البحث في العلوم السلوكية ، وزارة التعليم العالي والبحث العلمي ، جامعة بغداد ، كلية الآداب ، ، 1987
- 73.يوسف كرم ، تأريخ الفلسفة اليونانية ، بيروت ، دار القلم . د.ت
- 74.يوسف مرزوق ، فن الكتابة للإذاعة والتلفزيون ، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية ، ، 1988
75. ——— ، المدخل الى حرفية الفن الإذاعي، القاهرة، مكتبة الأنجلو المصرية ، 1977

معاجم وقواميس عربية ومترجمة :

1. جميل صليبا، المعجم الفلسفي، ج1، بيروت، الشركة العالمية للكتاب، 1982
2. روزنتال ، الموسوعة الفلسفية ، ط 1 بيروت ، دار الطليعة ، 1987
3. لسان العرب - الجزء الأول ، ابن منظور ، بيروت ، دار لسان العرب ، ب.ت
4. مختار الصحاح ، محمد بن أبي بكر الرازي ، بيروت ، دار الكتاب المصري ، 1979 .
5. المنجد في اللغة والأدب ، بيروت ، دار النشر ، 1960 .

المجلات والدوريات :

1. مجلة بحوث ، بغداد ، المركز العربي لبحوث المستمعين والمشاهدين ، العدد 4 ، شباط ، 1981
2. مجلة بحوث، بغداد ، اتحاد إذاعات الدول العربية ، المركز العربي لبحوث المستمعين والمشاهدين ، العدد 1، أيار ، 1984

3. مجلة بحوث ، بغداد ، اتحاد إذاعات الدول العربية ، المركز العربي لبحوث المستمعين والمشاهدين ، العدد 4 ، 1988 ، 2
4. مجلة الإذاعات العربية ، تونس ، العدد 4 ، 2003
5. مجلة الفن الإذاعي ، القاهرة ، اتحاد الإذاعة والتلفزيون ، العدد ، 190 ، ابريل 2008
6. مجلة الفن الإذاعي ، القاهرة ، اتحاد الإذاعة والتلفزيون ، العدد 192 ، سنة 2008
7. مجلة الفن الإذاعي ، القاهرة ، اتحاد الإذاعة والتلفزيون ، العدد 178 ابريل 2005 .
8. مجلة الفن الإذاعي ، اذاعة القاهرة ، العدد 32 ، 1965 .
9. مجلة الفن الإذاعي ، القاهرة ، اتحاد الإذاعة والتلفزيون ، العدد 176 اكتوبر 2004
10. مجلة الفن الإذاعي ، القاهرة ، معهد الإذاعة والتلفزيون ، العدد ، 69 ، سنة 1975
11. مجلة : الفن الإذاعي ، القاهرة ، اتحاد الإذاعة والتلفزيون ، العدد 58 يناير 1973
12. مجلة الفن الإذاعي ، القاهرة ، معهد الإذاعة والتلفزيون ، العدد 65 ، 1974
13. مجلة الفن الإذاعي ، اذاعة القاهرة ، العدد 10 ر يناير 1959
14. مجلة الفن الإذاعي ، القاهرة ، اتحاد الإذاعة والتلفزيون ، العدد 188 سنة 2007
15. مجلة الفن الإذاعي ، القاهرة ، اتحاد الإذاعة والتلفزيون ، العدد 194 ابريل 2009
16. مجلة الفن الإذاعي ، القاهرة ، اتحاد الإذاعة والتلفزيون ، العدد 177 سنة 2005
17. مجلة الفن الإذاعي ، اذاعة القاهرة ، العدد 20 ، 1961
18. مجلة الفن الإذاعي ، القاهرة ، اتحاد الإذاعة والتلفزيون ، العدد 186 ابريل 2007
19. مجلة متابعات إعلامية ، صنعاء ، وزارة الإعلام ، العدد (59) ، ابريل ، 1988.
20. مجلة علامات في النقد ، النادي الأدبي الثقافي بجدة ، مجلد 14 جزء 54 لسنة 2004

رسائل واطاريح :

1. جيلان محمد عبدالرزاق. اساليب تغطية القضايا في برامج الرأي المذاعة على الهواء Talk Show في القنوات الفضائية العربية. رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، 2004
2. رافي حمدي محمد الحديثي، واقع البرامج الحوارية في قناة العراقية الفضائية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة بغداد 2005

3. ريهام سامي حسين يوسف . دور البرامج الحوارية في القنوات الحكومية والخاصة في ترتيب اولويات القضايا المجتمعية لدى الجمهور المصري: رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة القاهرة، كلية الإعلام 2008
4. سعد مطشر،المضامين و الأشكال الفنية للبرامج التلفزيونية في تلفزيون العراق والتلفزيون العربي السوري، اطروحة دكتوراه غير منشورة،جامعة بغداد، كلية الإعلام، 2005
5. ضرغام سعدي عبدالصاحب، مضامين البرامج السياسية في القنوات العراقية الفضائية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام ،جامعة بغداد،2008
6. عبد الرزاق النعاس، التخطيط الإعلامي وديناميت التخطيط البرامجي في تلفزيون العراق، بحث مقدم الى كلية الآداب ،قسم الإعلام ، جامعة بغداد، 2001.
7. فاتن علي مراد الداغستاني، برامج الاسرة التلفزيونية كما يراها المراهقون، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة بغداد،كلية الإعلام،2009
8. محسن جلوب جبر سميع الكناني . فن الحوار في برامج القنوات الفضائية العربية - قناة الجزيرة الفضائية انموذجا. رسالة ماجستير غير منشورة (كلية الإعلام - جامعة بغداد 2005
9. محمد حسين علوان ، المقابلة الصحفية ، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة بغداد ، كلية الآداب ، قسم الإعلام ، 1999 .

مصادر من الإنترنت :

- (1) استقلال احمد الباكر، ثقافة الحوار الأسري
15.9.2009 . <http://www.dafatir.com/vb/showthread.php?t=96974>
- (2) فقرات من تقرير صحفي للصحفية كارولين عاكوم منشور على الموقع الإلكتروني لجريدة الشرق الأوسط العدد10358، 8/ 4/ 2007 :
<http://www.aawsat.com/details.asp?section=37&article=414184&issueno=10358>
10.5.2010
- (3) 20.1.2010 <http://www.almotamar.net/news/66073.htm>

7.11.2009 <http://www.alwasatnews.com/2234/news/read/19368/1.html> (4

(5) الملحق رقم 1 "توصية بشأن التوحيد الدولي لإحصاءات الإذاعة والتلفزيون"

18.12.2009/<http://www.unesco.org/ar/home/resources-services/legal-instruments>

مراجع باللغة الإنجليزية :

- 1) Anne TERESA SCHULIST RAZOR "،Political Discourse on Television Call-In Talk Shows، During the 1992 Presidential Elections"، Dissertation Abstracts International، 1996، Vol.34.No.5.
- 2) Beth Lisa Holderman، "How experts are portrayed in popular United States talk shows" Dissertation Abstracts International،1997،VOL،58، No.3.A.
- 3) The Television Interview, New Encyclopedia Britannia، CD 2003.
- 4) Webster's Desk Dictionary of the English Language, New York, Portland House, 1990.

المتابعات والمقابلات الشخصية :

- 1- متابعة حلقات البرامج الحوارية في قناة شعب كوردستان الفضائية .
- 2 - مقابلات شخصية (وجها لوجه و عبر البريد الإلكتروني) مع مدير عام القناة، السيد جمال حسين و مسؤول قسم البرامج في القناة، السيد هاوري عزيز .

أَمْلَاحِقْ

نموذج لإستمارة تحليل مضامين واساليب البرامج الحوارية في فضائية طقلى كوردستان من 1 / 9 / 2009
ولغاية 30 / 11 / 2009

فئات التحليل :

فئة عنصر الحوار :

1 - نوع الحوار

حوار المعلومات

حوار الرأي

حوار الشخصية

2 - موضوع الحوار

أ - سياسي

ب - اقتصادي

ج - فكري - ثقافي

د - اجتماعي

هـ - علمية - تربوية

و- صحية وتوجيهية

3 - جغرافيا قضايا البرامج

أ - اقليم كوردستان العراق

ب - كوردستانية

ج - عراقية

د - العراق ودول الجوار .

هـ - الشرق الأوسط .

د- العالم

فئة عنصر الأسئلة :

- نوع الأسئلة

1 - معيار النمط :

- أسئلة ذات نهايات مغلقة

- أسئلة ذات نهايات مفتوحة

- أسئلة استيضاحية أو للتأكيد .

2 - معيار القصد :

- أسئلة بقصد الحصول على معلومات.

- أسئلة بقصد معرفة الرأي وإثارته.

- أسئلة بقصد الأيحاء واستدراج الضيف الى جواب محدد.

- أسئلة بقصد المحاكمة او الأستفزاز .

3 - معيار النقاوة :

- أسئلة نقية مباشرة بدون مقدمات.

- أسئلة غير نقية مع مقدمات .

4 - معيار تركيبية السؤال :

- أسئلة بسيطة : سؤال محدد واحد

- أسئلة مركبة : أكثر من سؤال أو سؤال بعدة وجوه في تعبير واحد.

5 - معيار الإستمالة :

- أسئلة بدون إستمالة - محايدة .

- أسئلة بإستمالة عاطفية.

- أسئلة بإستمالة عقلية.

- أسئلة بإستمالة تخويفية .

فئة عنصر الأجوبة :

- نوع الأجوبة

- 1 - معيار النقاوة .
- اجوبة مباشرة .
- اجوبة مع مقدمات .
- 2 - معيار التجاوب والتناغم مع مايريده السائل :
- اجوبة متجاوبة ومتناغمة.
- اجوبة غير متجاوبة .
- اجوبة لا علاقة لها بالسؤال .
- 3 - معيار القصد :
- اجوبة بقصد اعطاء معلومة.
- اجوبة بقصد ابداء رأي او تنفيذ رأي .
- اجوبة مراوغة تذهب بعيدا عن المتوقع ولا تعطي المطلوب في نص السؤال .

فئة عنصر الجمهور المشارك :

أولا - جغرافية تواجد المشارك اثناء المشاركة :

- 1 - داخل الإقليم ، نوعية المشاركة :
- أ - توجيه أسئلة الى الضيف
- ب - المداخلة وابداء الرأي حول موضوع الحوار.
- 2 - داخل العراق ، نوعية المشاركة :
- أ - توجيه الأسئلة الى الضيف
- ب - المداخلة وابداء الرأي حول موضوع الحوار.
- 3 - خارج العراق، نوعية المشاركة :
- أ - توجيه الأسئلة الى الضيف
- ب - المداخلة وابداء الرأي حول موضوع الحوار.

4 - غير معلوم، نوعية المشاركة :

- أ - توجيه الأسئلة الى الضيف
- ب - المداخلة وابداء الرأي حول موضوع الحوار.

ثانيا - جنس المشارك :

1 - ذكر

2 - انثى

ثالثا - وسيلة المشاركة :

1 - اتصال تليفوني مباشر.

2 - بريد الكتروني .

فئة عنصر الوقت :

1 - الوقت المتاح لمقدم البرنامج .

2 - الوقت المتاح لضيوف البرنامج .

3 - الوقت المتاح للتقارير المصورة .

4 - الوقت المتاح للمشاركين والمشاركات

فئة عنصر اعداد البرنامج

أولاً: نوع المقدمة بحسب الإستمالة المستخدمة فيها :

1 - إستمالة عاطفية .

2 - إستمالة عقلية .

3 - إستمالة تخويقية .

ثانيا : نوع التقرير المصور بحسب الإستمالة المستخدمة فيه:

1 - إستمالة عاطفية .

2 - إستمالة عقلية .

3 - إستمالة تخويقية .

4 - بدون تقرير مصور .

ثالثا : نوع الخاتمة بحسب الإستمالة المستخدمة فيها :

1 - إستمالة عاطفية .

2 - إستمالة عقلية .

3 - إستمالة تخويقية .

4 - بدون خاتمة .

فئة عنصر الضيف :

أولا - وظيفة الضيف :

1 - مسؤول حكومي .

2 - عضو برلمان .

3 - أكاديمي .

4 - محلل سياسي .

5 - قاضي او قانوني .

6 - اعلامى أو كاتب متخصص .

7 - كادر حزبي متقدم .

8 - ناشط من المجتمع المدني والمنظمات غير الحكومية.

9 - طبيب متخصص .

10 - خبير او متخصص في مجالات اخرى .

11 - وجه اجتماعي معروف .

ثانيا - نمط شخصية الضيف :

1 - متكتم .

2 - كثير الكلام.

3 - مراوغ ومتهرب.

4 - محرج .

5 - متجاوب.

ثالثا - عدد ضيوف البرنامج :

1 - ضيف واحد .

2 - ضيفان فأكثر .

رابعا - جنسية الضيف :

1- عراقي

2- اجنبي

خامسا - قومية الضيف :

1 - كوردية

2 - عربية

3 - تركمانية

4 - كلدوآشورية

5 - اخرى .

سادسا - جنس الضيف :

1 - انثى

2 - ذكر

سابعا - التوزيع الجغرافي للضيوف اثناء الحوار :

1 - داخل اقليم كردستان العراق .

2 - داخل العراق .

3 - الدول العربية .

4 - دول الجوار الأخرى .

ثامنا - مكان تواجد الضيف اثناء الحوار :

- 1 - استوديو داخل محطة القناة .
- 2 - استوديو خارج المحطة .
- 3 - اخرى .

فئة عنصر التشويش الفيزيكي :

- 1 - انقطاع صوت الضيف .
- 2 - انقطاع او تأخر في بث الصورة .
- 3 - عدم وصول صوت المذيع الى الضيف / او / المشارك
- 4 - اخرى .

فئة مقاطعة الضيف :

- 1 - مقاطعة مناسبة من قبل المذيع.
- 2 - مقاطعة غير مناسبة.