



بحوث

المؤتمر العلمي الأول لقسم الإعلام

تزامناً مع الإحتفال باليوم العالمي لحرية الإعلام والصحافة

بعنوان: استراتيجيات الإعلام في ظل التحولات
المجتمعية الراهنة للمجتمع الليبي والعربي

وذلك خلال يومي 2-3 / مايو/2018م



هيئة التحرير:

د. فرحة مفتاح عبدالله

د. حسين مسعود ابومدينة

أ. احمد عبدالسلام السني



دولة ليبيا
وزارة التعليم
جامعة سرت
كلية الآداب



بحوث المؤتمر العلمي الأول لقسم الإعلام
بكلية الآداب جامعة سرت بعنوان:

استراتيجية الإعلام في ظل التحولات
المجتمعية الراهنة للمجتمع الليبي والعربي

تحت شعار

معاً لنشر ثقافة التسامح

المنعقد بجامعة سرت خلال الفترة من 2 - 3 مايو 2018م

د. عبدالسلام محمد عبدالقادر

المشرف العام

هيئة التحرير:

د. فرحة مفتاح عبدالله

د. حسين مسعود أبو مدينتا

أ. أحمد عبدالسلام السني

اللجنة العلمية:

أ.د. عابدين الدردير الشريف رئيساً

أ.د. محمد علي الأصغر عضواً

أ.د. مسعود حسين التائب عضواً

أ.د. علي المنتصر فرفر عضواً

د. مفتاح محمد اجعيه عضواً

د. أبو بكر المبروك الغزالي عضواً

د. محمد علي الفقهي عضواً

منشورات جامعة سرت

الطبعة الأولى 2019م

بحوث المؤتمر العلمي الأول لقسم الإعلام
بكلية الآداب جامعة سرت بعنوان:

استراتيجية الإعلام في ظل التحولات المجتمعية

الراهنّة للمجتمع الليبي والعربي

تحت شعار

معا لنشر ثقافة التسامح

المنعقد بجامعة سرت خلال الفترة من 2-3 مايو 2018م

تصميم الغلاف

خالد جمعة امهلل

إدارة النشاط والإعلام الجامعي/ جامعة سرت

تنسيق داخلي

د. حسين أبو مدينته

رقم الإيداع القانوني: 2019/40

دار الكتب الوطنية- بنغازي

رقم الإيداع الدولي

ISBN ردمك 9789 95 989 1297

الوكالة الليبية للترقيم الدولي الموحد للكتاب

دار الكتب الوطنية

بنغازي- ليبيا

جميع حقوق النشر محفوظة لجامعة سرت

منشورات جامعة سرت

الطبعة الأولى 2019م



يَرْفَعِ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا مِنْكُمْ
وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ وَرَجَاءُ
وَاللَّهُ بِمَا نَعْمَلُونَ خَبِيرٌ

صَدَقَ اللَّهُ الْعَظِيمُ



المحتويات

الصفحة	عنوان البحث
هـ - ح	كلمة رئيس اللجنة العلمية للمؤتمر. أ.د. عابدين الدردير الشريف
ط	كلمة رئيس جامعة سرت. أ.د. أحمد فرج المحجوب.
ي	كلمة رئيس اللجنة التحضيرية للمؤتمر د. عبدالسلام محمد عبدالقادر.
ك	كلمة عميد كلية الآداب د. فرحة مفتاح عبدالله
1 - 20	تقييم جمهور النخبة الأكاديمية لدور وسائل الإعلام في تشكيل الصورة الذهنية عن ليبيا، دراسة ميدانية د. مفتاح محمد اجعيه بلعيد
21 - 36	الأوضاع السياسية وانعكاساتها على الإعلام الليبي، دراسة وصفية بعد عام 2011م. أ.د. عابدين الدردير الشريف أ. خالد خليفة إبراهيم الهنشير
37 - 58	دور البرامج الحوارية في القنوات الفضائية الليبية في تعزيز المصالحة الوطنية دراسة ميدانية على عينة من طلاب الجامعات الليبية. أ. أحمد عبدالسلام السني
59 - 78	معالجة الصحف الالكترونية للقضايا السياسية في ليبيا، دراسة تحليلية د. إبراهيم سالم محمد اشتوي
79 - 98	القنوات الفضائية ودورها في تعزيز القيم الانسانية والوطنية لدى الشباب الجامعي الليبي د. عبدالقادر احمد صالح
99 - 130	مساهمة الفضائيات الليبية في نبذ خطاب الكراهية والتعصب ونشر ثقافة التسامح في ظل التحولات الراهنة من خلال المسؤولية الاجتماعية والمهنية. د. عبدالمولى ضو الصغير

المحتويات

الصفحة	عنوان البحث
164 - 131	المعالجة الإعلامية لقضايا الشأن الليبي في القنوات الفضائية الليبية الخاصة "دراسة تحليلية لبرنامج البلاد بقناة 218 الفضائية نموذجاً" د. عبدالله محمد عبدالله إطيقة
196 - 165	تأثير الإعلام في تشكيل الرأي العام، دراسة وصفية د. أحمد إلياس الخضر محمد
226 - 197	دور وسائل الإعلام في تعزيز قيم المواطنة أ. فاطمة منصور فرج
250 - 227	دور وسائل الإعلام في نشر ثقافة التسامح دراسة ميدانية على عينة من شباب مدينة سرت د. سائلة مسعود موسى المعيدة. نوره سالم مفتاح
274 - 251	موقف المشاهد من البرامج التفاعلية في القنوات الفضائية الليبية دراسة ميدانية أ. عمار ميلاد نصر
302 - 275	التلفزيون وتأثيره على القيم الاجتماعية للشباب الليبي دراسة ميدانية على عينة من طلاب جامعة سرت أ. فرج عياش علي امعرف أ. نومه حمد محمد الاسود
322 - 303	القضايا السياسية في صحيفتي فبراير وليبيا الجديدة أ. عادل احنيش محمد
340 - 323	تأثير الإعلام في تشكيل الرأي العام دراسة وصفية لأساليب التلاعب بالرأي العام د. عبد الله حمدينه المرزني أ. ذاوود عبد الله عبد الهادي
356 - 341	دور الإعلام الرسمي في مواجهة الأزمات أ. نوري علي بلحاج

المحتويات

الصفحة	عنوان البحث
374 - 357	التشريعات والقوانين الليبية والعربية للإعلام في ظل التنوع الإعلامي د. عبد المنعم قريرة مرعى
398 - 375	الضوابط التشريعية للإعلام الجديد وتطبيقاته في التشريع المصري والأردني والكويتي د. شعبان محمود محمد الهواري
418 - 399	تأثير وسائل الإعلام في صناعة الرأي العام د. محمد علي محمود الفقهري
442 - 419	الاتصالات المؤسسية والفكر الوقائي في إدارة الأزمات، دراسة وصفية د. علي حامد هارون حامد
450 - 443	وسائل الاعلام بين إدارة الأزمات وصناعتها د. سعيد عبدالرزاق
470 - 453	الإشاعة وتأثيرها في المجتمع وسبل الحد منها د. عمر موسى عمر
488 - 471	الضوابط التشريعية للمؤسسات الحكومية باعتبارها من المرافق العامة المؤسسات الإعلامية نموذجا د. نصرالدين مصطفى الكاسح
510 - 489	الإعلام الدولي في ظل العولمة والهيمنة الغربية وتأثيره على سيادة الدول د. مفتاح عمر درباش
536 - 511	دور الاتصال التنظيمي في إدارة الأزمات داخل المؤسسات التعليمية العليا "دراسة ميدانية على جامعة اجدابيا" أ. فرج احميده العربي أ. إنتصار أبوبكر الجماعي
558 - 537	الإعلام الجديد والتغيرات الاجتماعية والسياسية دراسة نظرية تحليلية لواقع الدول العربية د. نايلى نوره د. ناريمان حداد

المحتويات

الصفحة	العنوان
590 - 559	دور الإعلام في تنمية الوعي البيئي لدى الاطفال د. دليلة مصباح حامد مصباح
614 - 591	تأصيل الخطاب الإعلامي من منظور إسلامي أ. مرعي ميلاد نصر
667 - 615	الإعلام في الشريعة الإسلامية أ. انتصار ميلاد مصباح
669 - 668	توصيات المؤتمر
783 - 670	صور من فاعليات المؤتمر

دور البرامج الحوارية في القنوات الفضائية الليبية في تعزيز المصالحة الوطنية دراسة ميدانية على عينة من طلاب الجامعات الليبية.

أ. أحمد عبدالسلام السني

قسم الإعلام/ كلية الآداب/ جامعة سرت

المقدمة:

تُعد البرامج الحوارية، من أكثر برامج وسائل الإعلام المعاصر انتشاراً ونجاحاً في إيصال الرسالة الإعلامية إلى المشاهدين، كما تؤدي البرامج الحوارية بجميع مستوياتها سواء أكانت سياسية، اجتماعية، اقتصادية، رياضية، دينية، وثقافية، دوراً أساسياً في توجيه الرأي العام إن أحسن استغلالها، لأنها تستهدف جميع أطراف المجتمع الذي توجه له الرسالة الإعلامية. وبناءً عليه فإن البرامج الحوارية بأشكالها المختلفة، تستطيع أن تلعب دوراً كبيراً في تشكيل الرأي العام حيال القضايا المهمة داخل المجتمع، ولا سيما قضية المصالحة الوطنية، التي تعد من القضايا الشائكة في مجتمعنا الليبي، والتي تساعد في حلها البرامج الحوارية من خلال تقريب وجهات النظر، وتضييق شق الخلاف وكسر الحواجز بين أبناء الوطن الواحد، ولا يتم ذلك إلا بتغليب مصلحة الوطن من خلال هذه البرامج التي تعتمد على الحوار كوسيلة للتفاهم في هذا العصر.

وهذا البحث محاولة علمية أكاديمية تبحث في الموضوع "دور البرامج الحوارية في القنوات الفضائية الليبية في تعزيز المصالحة الوطنية" من خلال الوقوف على تفاصيل مهمة في مهمة البرامج الحوارية، أنواع البرامج الحوارية، وأهمية البرامج الحوارية، من حيث سماتها، وخصائصها. وتضمن البحث ثلاثة فصول رئيسية، تناول الفصل التمهيدي الأول الإطار المنهجي للدراسة، أما الفصل الثاني فتناول البرامج الحوارية من حيث أنواعها، ومهامها، والصفات الضرورية لمقدمي البرامج الحوارية، ومراحل الإعداد للبرامج الحوارية وصفات رجال الإعلام بصفة عامة. أما الفصل الثالث فتناول الدراسة الميدانية والتي سيتم تطبيقها على عينة من طلاب الجامعات الليبية وهي (جامعة سرت - جامعة مصراتة - جامعة إجدابيا)، وذلك عن طريق المسح العلمي للمبحوثين بغرض الوصول إلى كيفية

مساهمة البرامج الحوارية، في تعزيز المصالحة الوطنية والذي يعتبر غرضاً أساسياً لهذا البحث، يلي ذلك أهم النتائج والتوصيات والمراجع الخاصة بالبحث.

مشكلة البحث:

إن البرامج الحوارية أصبحت تشكل قوة إعلامية لا يستهان بها في تشكيل الرأي العام إن أحسن استغلالها، كما أن لها الفضل في بناء وجهات النظر حول الأحداث الجارية، مما يسهم في تكوين أفكار واتجاهات وقيم لدى الأفراد اتجاه القضايا المطروحة. ومن هنا تتبلور مشكلة البحث في الحاجة إلى معرفة مدى التزام البرامج الحوارية فيما تقدمه من مضامين لمعالجة القضايا المختلفة في المجتمع، من خلال تعاطيها لها، خاصة قضية المصالحة الوطنية التي تعد من أهم القضايا الشائكة داخل المجتمع الليبي.

أهداف البحث:

يهدف هذا البحث إلى التعرف على البرامج الحوارية ودرجة تأثيرها على المتلقي الليبي من وجهة نظر عينة الدراسة، وذلك من خلال استمارة استبيان قام بتوزيعها الباحث على عينة من طلاب الجامعات الليبية، كذلك يهدف البحث إلى التعرف على مقدرة البرامج الحوارية في القنوات الفضائية الليبية في تعزيز قضية المصالحة الليبية.

أهمية البحث:

التعرف على أهمية البرامج الحوارية في تغيير سلوك الأفراد، بسبب تأثيرها الكبير في تشكيل مفاهيم الناس وتصوراتهم اتجاه القضايا المطروحة.

نوع البحث: تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، التي تستهدف دراسة ظاهرة معينة، كما هي على أرض الواقع ويهتم بوصفها وصفاً دقيقاً ويعبر عنها كيفياً أو كمياً.

منهج البحث: اعتمدت هذه الدراسة على منهج المسح، الذي يهدف إلى التعرف على الآراء والاتجاهات والقيم والانطباعات المختلفة، لدى مجموعة معينة من الجمهور تبعاً للهدف من إجراء البحث.

عينة البحث: تم إجراء استبيان الرأي على عينة من الشباب الجامعي، وتم تحديد أفراد العينة ليكون 120 مبحوثاً، وتم اختيار أفراد العينة من ثلاث جامعات ليبية وهي: جامعة سرت، جامعة مصراتة، جامعة إجدابيا.

تساؤلات البحث:

- 1- هل تتطرق البرامج الحوارية المقدمة في الفضائيات الليبية، لقضية المصالحة الوطنية.
- 2- هل تثق عينة الدراسة في ما تقدمه الفضائيات الليبية، فيما يخص المصالحة الوطنية.
- 3- ما مدى اعتماد عينة الدراسة على الفضائيات الليبية، في متابعة قضية المصالحة الوطنية.
- 4- ما أبرز القضايا التي لا بد أن تناقشها البرامج الحوارية وتساعد في تدعيم برامج المصالحة الوطنية على الفضائيات الليبية.
- 5- هل تثق عينة الدراسة في الشخصيات المقدمة من خلال الفضائيات الليبية لمناقشة قضية المصالحة الوطنية.
- 6- ما مدى تغليب القنوات الفضائية لمصلحة الوطن، في معالجتها لموضوع المصالحة الوطنية في برامجها الحوارية.

المبحث الأول: الإطار النظري:

مدخل:

تمثل البرامج الحوارية التلفزيونية، أحد أهم أنواع القوالب الفنية للبرامج التلفزيونية، فهي ترتبط ارتباطاً قوياً بالأحداث الجارية، وتتناول الموضوعات التي تحظى بالاهتمام العام في شتى المجالات، وتستمد هذه النوعية من البرامج موضوعاتها من قضايا المجتمع التي تقدم فيه سواء أكانت هذه القضايا اجتماعية، أو سياسية، أو اقتصادية أو ثقافية... إلخ، والى عادةً ما تفرض نفسها وتكون موضع جدل واختلاف في وجهات النظر بين الأفراد والجماعات، وتكون مثار لانشغال الناس وحديث مجالسهم، أو تكون ضمن اهتمام بعض الفئات النخبوية في المجتمع⁽¹⁾.

مفهوم البرامج الحوارية أو ماذا نقصد بالبرامج الحوارية:

هي البرامج اليومية والمباشرة التي تقدم عبر القنوات الفضائية الليبية، سواء أكانت حكومية أو خاصة، وتجمع في تقديمها بين البرامج الأحاديث المباشرة، والحوارات والمناقشات، والمناظرات والتقارير المصورة، وتقوم على الحوار لبحث موضوع أو قضية ما، سواء كانت سياسية أو اقتصادية أو ثقافية أو اجتماعية أو غيرها، يثار حولها الجدل، ويتم فيها استضافة المسؤولين والمتخصصين والجمهور داخل الاستوديو، أو عن طريق اللقاءات الخارجية

والاتصالات الهاتفية، بهدف معالجة الموضوعات أو القضايا المطروحة للنقاش⁽²⁾.

الصفات الضرورية للمقدم لنجاح مضمون الرسالة الإعلامية:

هذه الصفات التي سنتحدث عنها في الأصل هي تتعلق بالمعد وليس بالمقدم، ولكن وجب ذكرها لأن العمل جار الآن أن يكون المقدم هو الذي يعد الحديث وبالتالي فهو من يقدمه، ويتأكد ذلك في البرامج التي تقدم في القنوات الفضائية، أكثر من الراديو "الإذاعة المسموعة" باعتبار أن الراديو يعتمد على القراءة من الموضوع المقدم، أما التلفزيون يكون فيه مرتجلاً، ومن هذه الصفات⁽³⁾.

1- الاستفادة من خبرات الآخرين: إن العلم ليس خاصاً بقوم أو حكرراً على فئة معينة، بل هو نعمة من الله سبحانه وتعالى ونتاج تلاقح عقول بشرية كثيرة، ساهمت في تشييد حضارات، فلذلك فإن الاستفادة من خبرات الآخرين هو اختصار للطريق، وتوفير للطاقات والجهود المبذولة في أمور توصل إليها آخرون وأعطوا لها حلاً.

2- المخالطة ومعرفة المشكلات والبيئة والجمهور ورجع الصدى: تُعد هذه من أهم الخطوات لمقدمي البرامج لنجاح رسالتهم الإعلامية، وربما تتمثل هذا الموضوع في أن المقدم ييث رسالته لا بغرض الإعلام فقط، بل لغرض الإقناع أيضاً، ولن يتم الإقناع من قبل الجمهور المتلقي إلا إذا كانت الرسالة تعالج واقعهم، وتتعرف على مشكلاتهم، وتحسس ألامهم وأملهم، وتخطب عقولهم وتفكيرهم، وتهتم بردودهم ومقترحاتهم.

3- التخطيط: لا بد أن يكون هناك انسجام وتفاهم وتناسق، وهذا لا يتم بطبيعة الحال إلا عن طريق الدراسة والتخطيط في كل ما يقدم، وذلك بتعاون مع خبراء الإعلام حتى لا تضيع الجهود وتدور في الفراغ.. وخاصةً في هذا العصر الذي تزايدت فيه القنوات الفضائية، ولمواجهتها لا بد أن يكون هناك تخطيط مسبق، وتفكير عميق، ودراسة مستمرة، وتنفيذ على مراحل، سواء للجمهور العام أو الفئات الخاصة التي ستوجه لها الرسالة الإعلامية.

4- المعالجة العلمية والواقعية للمواضيع: ينبغي أولاً تحري الحقيقة، والتأكد من صدق الخبر، ومعرفة أبعاده وصلته بالأحداث الراهنة، حتى لا يكون الحديث سطحياً، أو ضاراً بجهة برينة. أو يكون بلبلة لأفكار فئات معينة تهدف إلى إثارة الفوضى والانقسام، فالتثبت من الأنباء والأخبار من السمات اللازمة للعاملين في الحقل الإعلامي، ولا يتم هذا إلا بإتصالهم

بواقع الناس ومشكلاتهم التي يواجهونها في حياتهم اليومية.

مراحل الإعداد للبرامج الحوارية:

تعتبر مرحلة الإعداد للبرامج الحوارية، هي الأساس الذي يُبنى عليه المراحل اللاحقة، ولكي يتم ذلك لابد للقائم بإتصال من امتلاك مجموعة من الفنيات التي تمكنه من أداء وتنفيذ المرحلة المهمة الآتية⁽⁴⁾:

1- إختيار موضوع الحوار، وفق المعطيات التي يعيشها القائم بالاتصال ومدى إرتباطها بقضايا المشاركين في الحوار، وفي ضوء المناسبات والأحداث الجارية، والقضايا والأمور المهمة المؤثرة في الحياة على المستويين المحلي والعالمي.

2- تحديد الغاية من الحوار من خلال الإجابة على السؤال؟ هل هذا الحوار للتثقيف أم الإقناع أم التسلية؟ وعلى ضوء هذه المعطيات ينبغي للقائم بالاتصال من تحديد الغاية من الحوار.

3- تحديد الغرض الخاص للحوار وتأتي الأهمية من ذلك إلى توحيد جهود المشاركين وتركيز جهودهم وتوجيه انتباههم نحو تحقيق الغاية الكبرى من الحوار.

4- صياغة الأسئلة وعنوان الموضوع، ليعبر عن المشكلة غرض الحوار الرئيس، أو القضية التي سيتم الحوار حولها، وتبدو أهمية هذه الخطوة في تهيئة المشاركين ذهنياً، مما يسهم في تحقيق أهداف الحوار والغاية منه والعكس من ذلك يؤدي إلى ضياع المشاركين، والمتلقين على حد سواء من عدم التركيز وبعثرة الجهود، وعدم الوصول إلى إجابات شفافة لكثير من التساؤلات التي تدور بذهن المتلقي.

5- تجميع البيانات والمعلومات ذات الصلة بموضوع الحوار، حيث يتطلب ذلك إلمام الأطراف المشاركة فيه بقدر وافر من المعلومات، ومن ثم يتم تخطيط البرنامج الحوارى من خلال تحديدا لأفكار الرئيسة للموضوع وتحديد النقاط الفرعية التي تنفرع من كل فكرة، واختيار النموذج المناسب لتنظيم الأفكار، حسب طبيعة الموضوع وأفكاره⁽⁵⁾.

صفات رجال الإعلام: تتعدد الصفات التي لابد أن تتوفر في رجال الإعلام، ويختلف الحديث بصدد التركيز على صفات معينة، من باحث إلى آخر، فكثير من الباحثين يرى أن هذه الصفات تندرج في الآتي⁽⁶⁾:

- 1- أن تتوافر لديه المهوبة الخلاقة، التي تهيئ له أفضل الفرص لا ستعاب كل ما هو جديد في عملة.
- 2- أن تتوافر لديه الخبرة المهنية في حقل الإعلام، والإتصال بال جماهير والقدرة على التعامل معهم.
- 3- أن تتوافر لديه قدر من الذكاء، يستطيع من خلاله التعرف على المواقف الجديدة، ويستطيع خلق وإبداع الموضوعات وحسن تقديمها للجمهور.
- 4- أن تتوافر لديه القدرة على التكيف مع الجماهير حسب مستوياتهم الثقافية والفكرية والاجتماعية.
- 5- على رجل الإعلام أن يتحسس مشكلات مجتمعه، وأن يتفاعل مع هذا المجتمع من أجل معالجة هذه المشكلات بهدف خلق التوافق والإنسجام مع المجتمع.
- 6- على رجل الإعلام أن يكون موضوعياً أثناء عرض المواضيع، وأن يراعي الدقة في ذلك.
- 7- أن تتوافر لديه خلفية ثقافية واسعة، تسعفه إذا تعرض لأي موقف حرج.
- 8- أن يكون متسامحاً صبوراً، محباً لعملة شغوفاً بيه، لا يهدف من وراء ذلك أي مطلب مادي أو أدبي.
- 9- أن يكون مؤمناً برسائلته والمبدأ، يدافع عنها ويعمل من أجلها.

مهارات المذيع المحاور⁽⁷⁾:

- 1- مهارات الإنصات، ومهارات التحدث وتتقدم مهارات الإنصات، على مهارات التحدث، لأن الإنصات أشد أهمية، كما أنه من مستلزمات التحدث بكفاءة عالية، وأول مقتضيات مهارة الإنصات أن يركز مذيع الحوار على مضمون حديث الضيف، فالتركيز من شأنه أن يساعد المقدم على صياغة أسئلة جديدة تثري موضوع الحوار.
- 2- على المحاور أن يجعل من كل حوار وسيلة لتنمية قدرته العقلية في التحليل والتفسير والاستنباط والاستنتاج، لذا يقال أن الإنصات الجيد يعني بذل المزيد من الجهد والطاقة، فالمنصت الجيد قد يسمع دقائق قلبه.
- 3- إذا كان الضيف يتحدث بسرعة فعلى المحاور أن يتابعه ولا يقول أنه يتحدث بسرعة ولا يمكن فهمه، بهذه الطريقة لأن المحاور سيصبح عندها محاور سيئ يكرر ما كتبه من أسئلة

- وملاحظات دون الانتباه إلى مضمون حديث الضيف.
- 4- من أهم مهارات المُخاور، الإتزان الانفعالي، فكثيراً ما نملس عناصر من الانفعال الزائد، أو المصطنع من جانب بعض المحاورين، الأمر الذي يؤدي إلى انحراف المُخاور عن منهجية حوار، وبالتالي تضيع الأفكار الأساسية المرتبطة بهدف البرامج .
- 5- المرونة، تجعل مذيع الحوار يتعامل بكفاءة مع المشكلات التي تواجهه كما تجعله يتعامل بعقل مفتوح مع ضيوفه بحيث يصبح الجميع أحرار في إبداء وجهات نظرهم
- 6- القدرة على ضبط سرعة حديثه واستخدام السرعة متى رغب والإبطاء متى لزم بصورة تمكنه من السيطرة على مجريات الحوار.
- 7- امتلاك خبرة وحصيلة لغوية، تمكنه من توظيف هذه الحصيلة في سياقها الاجتماعي المناسب، فالمذيع الذي يمتلك ثروة لغوية لن يجد حرجاً في استخدامها متى لزم الأمر كما أنه يكسب احترام الضيف والجمهور.

أهداف البرنامج الحوارية⁽⁸⁾:

- 1- زيادة المعرفة حول موضوع الحوار و تقديم وجهات نظر جديدة .
 - 2- مساحة لتبادل الأفكار والآراء.
 - 3- البحث عن حل لمشكلة ما.
 - 4- تسليط الضوء على قضية ما.
- عوامل نجاح البرامج الحوارية: يتوقف نجاح أي برنامج حوارى على عدة عناصر نذكر منها⁽⁹⁾:

1- موضوع حلقة البرنامج وطريقة إعداده: فلا بد أن تُجرى الدراسة، وتجمع المعلومات للموضوعات التي سيتناولها البرنامج، وذلك من خلال تحديد الجمهور المستهدف، وصياغة الأسئلة قبيل إجراء الحوار، بل ينبغي الاستفسار وجمع المعلومات حول الشخصية، أو الموضوع الذي ستتناوله الحلقة، لأن ذلك عامل بالغ الأهمية، وليس من المطلوب في الصياغة استعراض جمالية الأسلوب وحده، بل الحصول على المعلومات لإثراء النقاش الجاد، أو إبراز الشخصية ونشاطها، إذا كان الحوار حوار شخصية، ودون شك فإن على معد هذه النوعية من البرامج أن يدرك أن نجاح عمله لا بد أن يتم من خلال تحديد مجموعة من الأهداف

يسعى لتحقيقها وهي:

أ- جذب إنتباه الجمهور المستهدف للبرنامج الحواري.

ب- الاستحواذ على إهتمامه.

ت- أن يحمل البرنامج المضمون، الذي يتم تحديده سلفاً للجمهور المستهدف.

ث- أن يقنع بأفكاره وموضوعاته الجمهور المستهدف، مستثيراً اهتماماته وعواطفه.

2- مقدم البرنامج: إن تمكن مقدم البرنامج وبأسلوبه المميز في تقديمه لموضوع الحلقة، أن ينوع في أسلوب التقديم، وأن يستخدم الوسائل المساعدة من تقارير مفصلة تدعم موضوع الحلقة، أو الرسوم البيانية، ورسوم الكمبيوتر "الجرافكس" وغير ذلك من الوسائل الإيضاحية، فإنه بالتالي يساعد على جذب إنتباه المشاهد، وإخراجه من حاله الفتور والملل التي قد يصيبه أثناء مشاهدة البرنامج⁽¹⁰⁾.

3- ضيوف البرنامج: إن من الأهمية أن يتمتع ضيوف البرنامج بثقافة واسعة، وإلمام تام بالموضوعات التي سيتناولها البرنامج، ليتسنى لهم إثراء الحلقة بالمعلومات التي تهم الجمهور وتشبع رغباته، أما إذا كان للضيف شخصية لا تتمتع بمستوى عالي من الثقافة، فإن ذلك يؤدي إلى انصراف الجمهور عن مشاهدة الحلقة، نظراً لكون الضيف لا يقدم للجمهور المعلومات التي تثيره وتفيده⁽¹¹⁾.

تصنيف البرامج الحوارية:

من الممكن أن تصنف البرامج الحوارية بشكل متعدد ومتنوع غير أن أغلب التصنيفات إستندت على أساسين رئيسيين هما:

الأساس الأول: التصنيف العام للبرامج الحوارية: هذا الأساس يمكن من خلاله أن تصنف البرامج الحوارية وفق أبعاد فكرية، وتوجيهية معينة، ويمكن تقسيم البرامج الحوارية وفق هذا الأساس إلى عدة أقسام هي⁽¹²⁾:

1- برامج حوارية ذات هدف عام في العملية الإعلامية:

وفق هذا التصنيف، تنحصر الأهداف العامة من البرامج الحوارية في الوظائف العامة للإعلام والتي منها: الأخبار، الترفيه، التثقيف، التعليم، التسويق، الإعلان..... إلخ.

2- برامج حوارية تخاطب جمهور معين أو عامة الجمهور:

ويمكن تصنيف البرامج الحوارية في هذا الأساس إلى نوع من البرامج الحوارية يخاطب عامة المجتمع، وآخر يستهدف فئات، أو مجموعة معينة كالأطفال أو الشباب، أو النساء، أو المثقفين، أو قادة الرأي من المفكرين وهكذا..

3- برامج حوارية دورية في أوقات محددة:

هذا التصنيف يُخضع البرامج الحوارية وفقاً لدوريات عرضها، والوقت الذي تستغرقه، فهناك البرامج اليومية الصباحية، أو المسائية، والبرامج الأسبوعية، أو الشهرية، وبرامج المناسبات الخاصة التي لا تتكرر إلا مرة واحدة في العام... إلخ. وهكذا تختلف البرامج حسب الوقت الذي تُذاع فيه.

4- برامج حوارية ذات علاقة بالفصحى والعامية وباللغات الأجنبية:

وقد صُنفت البرامج الحوارية هنا، على أساس اللغة المستخدمة فيها، فهناك البرامج التي تستخدم اللغة العربية الميسرة، وهناك البرامج التي تستخدم اللهجات المختلفة أو العامية، والتي تختلف من دولة إلى أخرى، وهناك أيضاً البرامج الحوارية التي تقدم باللغات الأجنبية، كاللغة الإنجليزية والفرنسية وغيرها من اللغات الواسعة الانتشار.

الأساس الثاني: التصنيف الخاص للبرامج الحوارية: وضع الباحثون أساساً خاصةً لتصنيف هذه النوعية من البرامج، يتعمق في الصفات الأساسية للبرامج الحوارية، وطبيعتها، ووظيفتها، وكيفية إجرائها، ويمكن تقسيم البرامج الحوارية وفق هذا الأساس إلى عدة أقسام وهي⁽¹³⁾:

1- تصنيف البرامج الحوارية وفق نمط الحوار في البرنامج الحوارية:

يرى عدد كبير من المتخصصين في هذا المجال أن من أهم تصنيفات البرامج الحوارية، هو تصنيفها وفق نمط الحوار الذي يسير في اتجاهه، فينقسم البرنامج الحوارية بهذا التصنيف إلى ثلاثة أنواع هي:

أ- حوار الرأي: هذا النوع من الحوار يقوم على استطلاع رأي شخصية معينة في موضوع ما، سواء أكان صاحب الرأي، أو ضيف متخصصاً في مجال معين، أو شخصاً عادياً.

ب- حوار الشخصية: يهدف هذا النوع من الحوار إلى إبراز شخصية معينة والتعريف بها عن قرب، سواء أكانت تلك الشخصية شخصية هامة ذات شهرة مسبقة، أو من الشخصيات

العادية التي حازت على إهتمام الجمهور.

ج- حوار المعلومة: يميل هذا النوع من الحوار إلى الحصول على معلومات بشأن قضية معينة، ويبحث عن التفاصيل المهمة لتوضيح موضوع معين إلى الجمهور.

2- تصنيف البرامج الحوارية وفق عدد الضيوف:

هذا التصنيف يقسم البرامج الحوارية وفقاً لعدد الضيوف، أو الشخصيات التي يجري

الحوار معها، وفي هذا التصنيف نوعان:

أ- الحوار مع شخصية واحدة: وهذا الحوار الذي يجاور فيه المقدم شخصية واحدة، فيوجه إليها الأسئلة المختلفة حول موضوع معين، ويجب ألا يقتصر هذا النوع من الحوار على الكلام فقط، بل أن الاستعانة بالوسائل المساعدة من أفلام، أو صور يضيفي على المقابلة نوعاً من التنوع، فضلاً عن أن لمقدم البرنامج دوراً كبيراً في المقابلة.

ب- الحوار مع أكثر من شخصية: وفي هذا النوع من البرامج الحوارية يتحاور المقدم مع اثنين، أو أكثر من الضيوف، وغالباً ما يكون بين هؤلاء الضيوف إختلاف في وجهات النظر، ومن المفترض في المقدم هنا أن يقوم بطرح الأسئلة على الضيوف بطريقة مرتبة وعادلة.

3- تصنيف البرامج الحوارية وفق طبيعة الموضوع المقدم: وتنقسم إلى:

أ- الحوار اليسير: وهو الحوار الذي يتناول موضوعاً واحداً، أو جانباً محدداً من الموضوع، ويطلق على هذا النوع من المحاورة " الحديث الحواري" وهو أسلوب من أساليب الأحاديث التلفزيونية، يتم فيه تقديم الحديث على شكل حوار بين شخصين في مدة زمنية محددة.

ب- الحوار المركب: ويختلف الحوار المركب عن الحوار اليسير في أنه يتناول القضية المطروحة في البرنامج، أو الحلقة من جوانبها المختلفة بشكل مفصل، وبالتالي فهو يستغرق فترة زمنية أطول.

4- تصنيف البرامج الحوارية وفق ما يطرح من موضوعات:

يأتي تصنيف البرامج الحوارية من حيث مضمون موضوعاتها، كواحدة من أهم التصنيفات التي تحدث عنها الباحثون والمتخصصون في هذا المجال، وهي بهذا التصنيف تنقسم إلى:

البرامج الحوارية المتخصصة، البرامج الحوارية الدينية، البرامج الحوارية السياسية والإخبارية، البرامج الحوارية الاجتماعية، البرامج الحوارية الثقافية، البرامج الحوارية الاقتصادية، البرامج الحوارية الرياضية، البرامج الحوارية للمرأة والطفل، البرامج الحوارية المتخصصة بالشخصيات العامة، البرامج الحوارية الترفيهية.

5- تصنيف البرامج الحوارية وفقاً للبرنامج الحوارية:

صنف عدد من الباحثين البرامج الحوارية في هذا الأساس وفق الشكل إلى نوعين

رئيسين هما:

أ- برامج المقابلات والمناقشات: تُعد برامج المناقشات من أكثر أنواع البرامج الحوارية تأثيراً في معالجة القضايا الجادة تتعدد حولها وجهات النظر حيث تعتمد بالدرجة الأولى على مناقشة موضوعات معينة بين عدد من الأشخاص، بحيث لا يكون هناك تعارض في وجهات النظر محاولاً كل طرف أن يقنع الآخر برأيه، أو وجهة نظره.

ب- المناظرة: هي مناقشة ثنائية بين شخصين حول قضية معينة أياً كانت، سياسية، اقتصادية، اجتماعية.... إلخ، يمثلها طرفان يتقابلان وجهاً لوجه طرف مؤيد، وطرف معارض، يحاول كل طرف منهما إبراز قدراته الإقناعية، وتعد المشاركة الجماهيرية عنصراً أساسياً فيها.

المبحث الثاني: عرض وتحليل نتائج الدراسة الميدانية:

البيانات الشخصية لأفراد العينة:

من خلال الدراسة الميدانية التي أجريت على عينة من طلاب الجامعات الليبية والتي بلغ مجموعها (120) فرد منهم (69) من الذكور بنسبة (57.5%) من مجموع الباحثين و(51) من الإناث بنسبة (42.5%). بحيث انقسمت العينة من حيث العمر إلى ثلاث مجموعات الأولى من (18 سنة إلى 20 سنة) وشملت (31) مبحوثاً بنسبة (25.9%) والثانية أكثر من (20 سنة إلى 23 سنة) وشملت (63) مبحوثاً بنسبة (52.5%) والثالثة من (24 سنة وما فوق) والتي شملت (26) وبنسبة (21.6%) من أفراد العينة. وكذلك انقسمت العينة من حيث مكان السكن إلى (86) فرد يسكنون داخل المدينة وبلغت نسبتهم (71.3%) من أفراد العينة و (34) من أفراد العينة يسكنون في ضواحي المدينة

وبلغت نسبتهم (28.3%) من أفراد العينة.

جدول (1) مدى مشاهدة عينة الدراسة للقنوات الفضائية الليبية.

النسبة	التكرار	الفئة
14.2%	17	دائماً
57.5%	69	أحياناً
28.3%	24	نادراً
100%	120	المجموع

يتضح من بيانات الجدول السابق مدى مشاهدة عينة الدراسة للقنوات الفضائية الليبية، بحيث جاءت نسبة من يشاهدونها بشكل دائم منخفضة وبلغت (14.2%) من أفراد العينة، وهي نسبة تُعد منخفضة مقارنة بالنسب الأخرى، بينما جاءت نسبة من أحياناً ما يشاهدونها مرتفعة وبلغت (57.5%) من أفراد العينة، ومن قالوا إنهم نادراً ما يشاهدونها كانت نسبتهم (28.3%) من أفراد العينة.

جدول (2) ترتيب القنوات الفضائية وذلك حسب متابعة أفراد العينة لها.

النسبة	التكرار	الفئة
10.9%	13	ليبيا الرسمية
20.9%	25	ليبيا 24
14.1%	17	الحدث
35%	42	قناة 218
6.6%	8	ليبيا TV
5%	6	ليبيا الوطن
7.5%	9	ليبيا روحها الوطن
100%	120	المجموع

يتضح من بيانات الجدول السابق ترتيب القنوات الفضائية وذلك حسب مشاهدة أفراد العينة لها بحيث جاءت على النحو التالي: في المرتبة الأولى جاءت قناة 218 الفضائية وبلغت نسبتها (35%) من أفراد العينة. بينما جاءت في المرتبة الثانية قناة ليبيا 24 وبلغت نسبتها (20.9%) من أفراد العينة. بينما احتلت المرتبة الثالثة قناة الحدث الفضائية بنسبة

(14.1%) من أفراد العينة. وفي المرتبة الرابعة جاءت قناة ليبيا الرسمية بنسبة بلغت (10.9%) من أفراد العينة. وخامساً جاءت قناة ليبيا روحها الوطن وكانت نسبتها (7.5%) من أفراد العينة. وفي المرتبة السادسة جاءت قناة ليبيا TV بنسبة بلغت (6.6%) من أفراد العينة. أما المرتبة الأخيرة فجاءت قناة ليبيا الوطن والتي بلغت نسبتها (5%) من أفراد العينة.

جدول (3) يوضح أي من القنوات الليبية أكثر إسهاماً في المصالحة الوطنية من وجهة نظر أفراد العينة.

النسبة	التكرار	الفئة
13.4%	16	ليبيا الرسمية
26.6%	32	ليبيا 24
15.8%	19	الحدث
30.8%	37	قناة 218
1.6%	2	ليبيا TV
5.9%	7	ليبيا الوطن
5.9%	7	ليبيا روحها الوطن
100%	120	المجموع

يتضح من بيانات الجدول السابق، ترتيب القنوات الفضائية الليبية الأكثر إسهاماً في المصالحة الوطنية حسب وجهة نظر عينة الدراسة، حيث جاءت على النحو التالي: جاءت قناة 218 الفضائية في المرتبة الأولى من بين القنوات الفضائية الليبية بحيث بلغت نسبتها (30.8%) من أفراد العينة. ويمكن أن يرجع السبب في ذلك إلى سياسة التنوع في عرضها لجميع المضامين وكذلك لوقوفها على مسافة واحدة من الجميع، وهي من السياسات الناجحة التي تنتهجها القناة. تلتها في المرتبة الثانية قناة ليبيا 24 الفضائية والتي بلغت نسبتها (26.6%) من أفراد العينة. بينما جاءت في المرتبة الثالثة قناة الحدث الفضائية بنسبة وصلت إلى (15.8%) من أفراد العينة. وفي المرتبة الرابعة جاءت قناة ليبيا الرسمية حيث بلغت نسبتها (13.4%) من أفراد العينة. بينما جاءت قناتي ليبيا الوطن وليبيا روحها الوطن في المرتبة الخامسة وبنسب متساوية بلغت (5.9%) من أفراد العينة، وفي المرتبة

الأخيرة جاءت ليبييا TV وبلغت نسبتها (1.6%) من أفراد العينة.

جدول (4) يوضح ما مدى تطرق البرامج الحوارية المقدمة في القنوات الفضائية الليبية لقضية المصالحة الوطنية حسب وجهة نظر أفراد العينة.

النسبة	التكرار	الفئة
16.7%	20	دائماً
53.3%	64	أحياناً
30%	36	لا تتطرق لها
100%	120	المجموع

يتضح من بيانات الجدول السابق رأي أفراد العينة فيما إذا كانت البرامج الحوارية المقدمة في قنواتنا الفضائية تتطرق لقضية المصالحة الوطنية . حيث أشار (53.3%) من أفراد العينة إلى أن القنوات الفضائية الليبية أحياناً ما تتطرق للمصالحة الوطنية في برامجها الحوارية، بينما أفاد (30%) من أفراد العينة بأنها لا تتطرق لها، وبلغت نسبة من يرون بأنها تتطرق لها بشكل دائم (16.7%) من أفراد العينة. وهي نسبة منخفضة مقارنة بالنسب الأخرى، ويمكن أن يرجع السبب في ذلك إلى قلة تناول القنوات الفضائية الليبية لقضية المصالحة، وعدم تخصيص مساحة كافية لها في خارطة البرامج الخاصة بهذه القنوات، التي في كثير من الأحيان ما تقدم لنا شخصيات جدلية غير توافقية على أقل التقديرات بالنسبة للجمهور المتلقي.

جدول (5) يوضح مدى ثقة أفراد العينة فيما تقدمه القنوات الفضائية الليبية فيما يخص المصالحة الوطنية.

النسبة	التكرار	الفئة
12.5%	15	أثق فيها
45.9%	55	أثق فيها لحد ما
41.6%	50	لا أثق فيها
100%	120	المجموع

تشير بيانات الجدول السابق إلى انخفاض نسبة من لا يثقون فيما يقدم بالقنوات الفضائية الليبية فيما يخص المصالحة الوطنية. حيث أشار (41.6%) من أفراد العينة بأنهم لا يثقون فيها، وربما يرجع ذلك إلى تعدد الأيدولوجيات التي تتبعها القنوات الفضائية الليبية، وخاصة بعد ظهور القنوات الخاصة على المشهد الليبي، وبكثرة والتي دائماً ما تكون متحيزة، ولا تمثل إلا الجهة التابعة لها. أو بمعنى أصح الداعمة لها، مما سبب لها عدم الموضوعية في نقلها للأحداث الجارية وأفقدتها الكثير من الشفافية في تناولها للقضايا الشائكة، التي يعاني منها أبناء الوطن الواحد والتي من أهمها "المصالحة الوطنية" مما جعل الكثيرين ينفرون منها ولا يثقون فيها، بينما أفاد (45.9%) من أفراد العينة بأنهم يثقون فيها إلى حد ما. ومن قالوا بأنهم يثقون فيها بلغت نسبتهم (12.5%) من أفراد العينة.

جدول (6) مدى اعتماد عينة الدراسة على القنوات الفضائية الليبية في متابعة قضية المصالحة الوطنية.

النسبة	التكرار	الفئة
12.5%	15	دائماً ما أعتمد عليها
30%	36	أحياناً ما أعتمد عليها
57.5%	69	لا أعتمد عليها
100%	120	المجموع

تشير بيانات الجدول السابق إلى إرتفاع نسبة من لا يعتمدون على القنوات الفضائية الليبية في متابعتهم لقضية المصالحة الوطنية بين أفراد العينة. حيث بلغت نسبتهم (57.5%) من أفراد العينة وهي نسبة مرتفعة مقارنة بالخيارات الأخرى. وربما يرجع ذلك إلى عدم ثقتهم فيها كما هو مبين بالجدول رقم (5) مما جعلهم لا يعتمدون عليها في متابعة قضية المصالحة الوطنية. وجاءت نسبة من أحياناً ما يعتمدون عليها في المرتبة الثانية وبلغت نسبتهم (30%) من أفراد العينة. وأخيراً جاءت نسبة من يعتمدون عليها منخفضة حيث بلغت (12.5%) من أفراد العينة.

جدول (7) مدى قدرة البرامج الحوارية المقدمة في القنوات الفضائية الليبية على إدارة قضية المصالحة الوطنية حسب وجهة نظر عينة الدراسة.

النسبة	التكرار	الفئة
17.5%	21	قادرة
35.9%	43	قادرة إلى حد ما
46.6%	56	غير قادرة
100%	120	المجموع

يتضح من بيانات الجدول السابق رأي أفراد العينة في ما إذا كانت البرامج الحوارية المقدمة عبر القنوات الفضائية، قادرة على إدارة قضية المصالحة الوطنية. حيث أفاد (46.6%) من أفراد العينة بأنها غير قادرة، ويمكن أن يرجع السبب في ذلك إلى فشلها في قيادة هذه المرحلة وذلك بنشرها لخطابات الكراهية والتحريض، ولعملها بأساليب غير منطقية من أجل إقناع وتأييب رأي عام على رأي عام آخر، دون أن تراعي في ذلك مصلحة الوطن والمواطن، مما جعل أفراد العينة يرون بأنها غير قادرة على إدارة قضية المصالحة الوطنية، ومن يرون بأنها قادرة إلى حد ما جاءت نسبتهم (35.9%) من أفراد العينة. ومن يرون بأنها قادرة كانت نسبتهم منخفضة مقارنةً بالخيارات الأخرى حيث بلغت (17.5%) من أفراد العينة.

جدول (8) مدى رضا أفراد العينة فيما تقدمه البرامج الحوارية في القنوات الفضائية الليبية فيما يخص المصالحة الوطنية.

النسبة	التكرار	الفئة
10.8%	13	راض عنها تماماً
32.5%	39	راض عنها إلى حد ما
56.7%	68	غير راض
100%	120	المجموع

تشير نتائج الجدول السابق إلى إرتفاع نسبة أفراد العينة، اللذين هم غير راضين عن ما يقدم في البرامج الحوارية فيما يتعلق بالمصالحة الوطنية حيث بلغت نسبتهم (56.7%) من أفراد العينة وهي نسبة مرتفعة مقارنةً بالنسب الأخرى. بينما أشار (32.5%) من أفراد العينة بأنهم راضون عنها إلى حد ما. ومن قالوا بأنهم راضون عنها تماماً بلغت نسبتهم (10.8%)

من أفراد العينة.

جدول (9) أبرز القضايا التي لا بد أن تناقشها البرامج الحوارية لتساعد على تدعيم المصالحة الوطنية حسب وجهة نظر أفراد العينة.

النسبة	التكرار	الفئة
37.5%	45	عدم الدعوة إلى الانقسام
25%	30	عودة اللاجئين في الخارج
21.7%	26	عودة المهجرين في الداخل
15.8%	19	سرعة محاكمة المسجونين
100%	120	المجموع

توضح بيانات الجدول السابق، رأي أفراد العينة في أبرز القضايا، التي لا بد أن تناقشها القنوات الفضائية الليبية في برامجها الحوارية حيث جاءت في المرتبة الأولى قضية عدم الدعوة إلى الانقسام بحيث بلغت نسبتها (37.5%) من أفراد العينة. ويمكن أن يرجع السبب في تصدرها أول القضايا إلى شعور أفراد العينة وخاصةً أنهم من الفئة التي يعول عليها في المجتمع بأهمية الوحدة والتماسك بين أبناء الشعب الواحد، وأن المستقبل الحقيقي لليبيا يكمن في وحدتها وتماسكها. بينما حلت في الترتيب الثاني قضية عودة اللاجئين في الخارج والتي بلغت نسبتها (25%) من أفراد العينة، وفي المرتبة الثالثة قضية عودة المهجرين بالداخل وبلغت نسبتها (21.7%) من أفراد العينة، وفي المرتبة الأخيرة جاءت قضية سرعة محاكمة المسجونين بنسبة (15.8%) من أفراد العينة.

جدول (10) ثقة أفراد العينة في الشخصيات المقدمة من خلال القنوات الفضائية الليبية والتي بدورها تناقش قضية المصالحة الوطنية.

النسبة	التكرار	الفئة
11.7%	14	أثق فيهم تماماً
29.2%	35	أثق فيهم إلى حد ما
59.1%	71	لا أثق فيهم
100%	120	المجموع

تشير بيانات الجدول السابق، إلى إرتفاع نسبة من لا يثقون في الشخصيات المقدمة، من خلال الفضائيات الليبية بين أفراد العينة. حيث أفاد (59.1%) منهم بأنهم لا يثقون فيها، وربما يرجع ذلك إلى إنعدام أخلاقيات المهنة لدى الكثير من العاملين في مجال الإعلام، والتي أوجدت لنا أزمة أخلاقية يعيشها مقدمي البرامج الحوارية، مما أفقدهم الكثير من المعايير والقيم العليا التي تقوم عليها العملية الإعلامية. ناهيك عن عدم تجردهم من الأهواء الشخصية التي دائما ما نجدتها تتفق مع سياسة القناة ومالكها، بينما أشار (29.2%) من أفراد العينة بأنهم يثقون فيها إلى حد ما ، ومن يثقون فيها بلغت نسبتهم (11.7%) من أفراد العينة.

جدول (11) وجهة نظر أفراد العينة في ما إذا كانت القنوات الفضائية الليبية

غلبت مصلحة الوطن في معالجتها لموضوع المصلحة الوطنية أم لا.

النسبة	التكرار	الفئة
38.3%	46	غلبت مصلحة الوطن
61.7%	74	لم تغلب مصلحة الوطن
100%	120	المجموع

تشير بيانات الجدول السابق، إلى ارتفاع نسبة من يرون بأن القنوات الفضائية لم تغلب مصلحة الوطن، في برامجها الحوارية، حسب وجهة نظر أفراد العينة. بحيث أفاد (61.7%) منهم بأنها لم تغلب مصلحة الوطن وربما يرجع ذلك إلى أيديولوجيات القناة ومالكها، كما ذكرنا ذلك في أكثر من جدول سابق. ومن يرون بأنها قد غلبت مصلحة الوطن كانت نسبتهم (38.3%) من أفراد العينة.

نتائج الدراسة الميدانية:

انتهت الدراسة الميدانية إلى مجموعة من النتائج أهمها:

1- انخفاض نسبة من يشاهدون القنوات الفضائية الليبية، حيث بلغت نسبة من يشاهدونها بشكل دائم (14.2%) من أفراد العينة، بينما بلغت نسبة من أحيانا ما يشاهدونها (57.5%) من أفراد العينة، في حين بلغت نسبة من يشاهدونها بشكل دائم (28.3%) من أفراد العينة.

- 2- جاء ترتيب المبحوثين للقنوات الفضائية الليبية على النحو التالي: في المرتبة الأولى جاءت قناة 218 الفضائية بنسبة (35%) من أفراد العينة، تليها قناة ليبيا 24 الفضائية بنسبة (20.9%) من أفراد العينة، وفي المرتبة الثالثة جاءت قناة الحدث الفضائية والتي بلغت نسبتها (14.1%) من أفراد العينة، وفي المرتبة الرابعة قناة ليبيا الرسمية بنسبة بلغت (10.9%) من أفراد العينة، أما في المرتبة الخامسة جاءت قناة ليبيا روحها الوطن بنسبة بلغت (7.5%) من أفراد العينة، وسادساً جاءت قناة ليبيا TV بنسبة (6.6%) من أفراد العينة، واحتلت المرتبة الأخيرة قناة ليبيا الوطن والتي بلغت نسبتها (5%) من أفراد العينة.
- 3- تشير النتائج إلى أن (53.3%) من أفراد العينة يرون أن القنوات الفضائية الليبية أحياناً ما تتطرق للمصالحة الوطنية في برامجها الحوارية، بينما أشار (30%) منهم بأنها لا تتطرق لها، ومن قالوا بأنها دائماً ما تتطرق لها بلغت نسبتهم (16.7%) من أفراد العينة.
- 4- تشير النتائج إلى أن (12.5%) من المبحوثين يثقون فيما يقدم في القنوات الفضائية الليبية فيما يخص المصالحة الوطنية، بينما أشار (45.9%) من أفراد العينة بأنهم يثقون فيها إلى حد ما، ومن لا يثقون فيها بلغت نسبتهم (41.6%) من أفراد العينة.
- 5- تشير النتائج إلى أن (57.5%) من أفراد العينة لا يعتمدون على القنوات الفضائية الليبية في متابعة قضية المصالحة الوطنية، ومن يعتمدون عليها إلى حد ما بلغت نسبتهم (30%) من أفراد العينة، ومن قالوا بأنهم دائماً ما يعتمدون عليها في متابعة قضية المصالحة الوطنية بلغت نسبتهم (12.5%) من أفراد العينة.
- 6- تشير النتائج إلى أن (17.5%) من المبحوثين يرون بأن القنوات الفضائية الليبية قادرة على إدارة قضية المصالحة الوطنية، ومن قالوا بأنها قادرة إلى حد ما كانت نسبتهم (35.9%) من أفراد العينة. وأفاد (46.6%) من أفراد العينة بأنها غير قادرة.
- 7- تشير النتائج إلى أن (56.7%) من أفراد العينة غير راضين عن ما يقدم في البرامج الحوارية فيما يخص المصالحة الوطنية، وأشار (32.5%) من أفراد العينة بأنهم راضين عنها إلى حد ما، ومن قالوا بأنهم راضين عنها تماماً كانت نسبتهم (10.7%) من أفراد العينة.
- 8- جاء ترتيب المبحوثين للقضايا التي لا بد أن تناقشها البرامج الحوارية المقدمة في القنوات الفضائية الليبية على النحو التالي: في المرتبة الأولى جاءت قضية عدم الدعوة للإنقسام والتي

بلغت نسبتها (37.5%) من أفراد العينة، تلتها في المرتبة الثانية قضية عودة اللاجئين في الخارج وكانت نسبتها (25%) من أفراد العينة، أما في المرتبة الثالثة جاء قضية عودة المهجرين في الداخل بنسبة بلغت (21.7%) من أفراد العينة، وفي المرتبة الأخيرة جاءت قضية سرعة محاكمة المسجونين بنسبة بلغت (15.8%) من أفراد العينة.

9- تشير النتائج إلى إرتفاع نسبة من لا يثقون في الشخصيات المقدمة في القنوات الفضائية اللبية بحيث بلغت نسبتهم (59.1%) من أفراد العينة، بينما أشار (29.2%) من الباحثين بأنهم يثقون فيها إلى حد ما، ومن لا يثقون فيها كانت نسبتهم (11.7%) من أفراد العينة.

10- تشير النتائج إلى أن (61.7%) من أفراد العينة يرون بأن القنوات الفضائية اللبية في برامجها الحوارية لم تغلب مصلحة الوطن في معالجتها لها، ومن قالوا بأنها غلبت مصلحة الوطن كانت نسبتهم (38.3%) من أفراد العينة.

مقترحات الدراسة:

- 1- العمل على تكوين لجنة متخصصة هي التي تفرز المواضيع التي ينبغي البحث فيها ومعالجتها وتقديمها للجمهور المتلقي، وخاصةً للبرامج المقدمة عبر القنوات الفضائية.
- 2- ضرورة التخطيط المسبق لأي برنامج حوارى يقدم سواء أكان الجمهور عام أو خاص.
- 3- العمل على إعطاء دورات تدريبية لمقدمي البرامج الحوارية وخاصةً من تتوفر فيهم صفات المقدم الناجح، ليتولوا هذه البرامج كل حسب اختصاصه.
- 4- ضرورة معرفة أراء الجمهور المستهدف من البرامج الحوارية وما ينقصهم وما يلزم تقديمه لهم وذلك بإجراء البحوث الميدانية.
- 5- العمل على تطبيق أقصى العقوبات على مقدمي البرامج الحوارية في حالة خروجهم عن المؤلف وإخلافهم بأخلاقيات المهنة المتعارف عليها دولياً ومحلياً.

الخاتمة:

في إطار ما هدف إليه البحث فقد تبين من خلال العرض السابق أن البرامج الحوارية يقصد بها البرامج المباشرة التي تقدم عبر القنوات الفضائية سواء أكانت حكومية أو خاصة، وتجمع في تقديمها بين البرامج والأحاديث المباشرة والحوارات والمناقشات والمناظرات والتقارير

المصورة، والتي دائماً ما نجدتها تبحث في موضوع أو قضية يثار حولها الجدل ويتم فيها استضافة المسؤولين والمتخصصين وكذلك الجمهور داخل الاستوديو أو عن طريق اللقاءات الخارجية والاتصالات الهاتفية، بهدف معالجة الموضوعات أو القضايا المطروحة للنقاش. كما أوضح البحث أهم الصفات التي لا بد أن تتوفر في المقدم الناجح لضمان نجاح الرسالة الإعلامية ووصولها بكل سهولة ويسر إلى المتلقي والذي يُعد الهدف الأساسي من هذه البرامج. كما كشف البحث عن أهم المراحل التي تمر بها عملية إعداد البرامج الحوارية مثل إختيار موضوع الحوار وتحديد الغاية والغرض الخاص منه، وكذلك تجميع البيانات والمعلومات ذات الصلة بموضوع الحوار الذي يتطلب إلمام الأطراف المشاركة فيه بقدر وافر من المعلومات. وأيضاً بينا في هذا البحث أهم عوامل النجاح لأي برنامج حوارى والتي منها موضوع حلقة البرنامج وطريقة إعداده، وأهم الأساليب المميزة التي لا بد أن يسير عليها مقدم البرامج والتي يستخدم فيها أهم الوسائل المساعدة من تقارير مفصلة تدعم موضوع الحلقة ورسوم بيانية ورسوم الكمبيوتر وغيرها من الوسائل الإيضاحية التي تساعد في جذب إنتباه المشاهد. كما أوضح البحث في الجزئية الأخيرة من الإطار النظري تصنيفات البرامج الحوارية والتي إستندت على أساسين رئيسين هما التصنيف العام والتصنيف الخاص للبرامج الحوارية. وأختتم البحث بدراسة ميدانية تم إجرائها على عينة من طلاب الجامعات الليبية والمتمثلة في ثلاث جامعات ليبية هي - جامعة سرت - جامعة مصراتة - جامعة إجدابيا، والتي تبين من خلالها ضعف أداء وسائل الإعلام الليبية والمتمثلة في (القنوات الفضائية) وفشلها في رآب الصدع وملمة شتات الوطن الجريح بعدم استغلالها للبرامج الحوارية التي تساعد في تقريب وجهات النظر وتضييق شقة الخلاف بين أبناء الوطن الواحد، خاصةً وأن هذه البرامج تعتمد على الحوار كوسيلة للتفاهم في هذا العصر.

الهوامش والتعليقات:

- 1- عبدالله الدويبي، اتجاهات طلبة جامعة العلوم التطبيقية نحو الفضائيات (دراسة اجتماعية تربوية)، مجلة جامعة النجاح للأبحاث ، مجلد25، ص612.
- 2-أحمد أحمد عثمان، دور البرامج الحوارية في بث قيم العدالة الاجتماعية لدى الشباب، رسالة دكتوراه (غير منشورة)، كلية الآداب، جامعة القاهرة، 2015م، ص6.
- 3- محمد خير يوسف، الصفات الضرورية لمقدمي البرامج الحوارية، دار الفكر العربي، ط1. 1986م ص81-97.
- 4- سوزان القليني. هبة الله بمحت، إنتاج البرامج للراديو والتلفزيون، مكتبة الشباب ، القاهرة، ط1، 2005م، ص55.
- 5- مني إبراهيم اللبودي، الحوار فنياته استراتيجياته ، القاهرة مكتبة هبة ، ط1، 2003، ص23.
- 6- محي الدين عبد الحليم، الإعلام وتطبيقاته العملية، مكتبة الخانجي للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 1980م، ص33-35.
- 7- نور الله ، عبد الرحيم . مداخلة في ندوة صحفية حول البرامج الحوارية. جريدة الوطن القطرية 2008/4/6.
- 8- المرجع نفسه.
- 9- محمد معوض إبراهيم، دراسات في الإعلام الخليجي، دار الكتاب الحديث _ القاهرة، ط2، 2002، ص186.
- 10- المرجع نفسه، ص187.
- 11- عاطف حمدي، العمل الإذاعي والتلفزيوني مفاتيح النجاح وأسرار الإبداع، دار النهضة للطباعة والنشر، القاهرة، ط1، 2004، ص105.
- 12- بركات عبدالعزيز، محمد معوض، إنتاج البرامج الإذاعية والتلفزيونية، ذات السلاسل للطباعة والنشر، الكويت، 1998م، ص15.
- 13- عبد الحميد شكري، الفن الإذاعي وتحديات تكنولوجيا قرن جديد أسس نظرية وتطبيقية، دار الفكر العربي للنشر والتوزيع_ القاهرة، ط1، 1999م، ص12.