

## اتجاهات الصفة العمانية

# نحو برامج الحوار والرأي في القنوات الفضائية العربية

"دراسة مقارنة على الإعلاميين والأكاديميين العمانيين"

\*أنور بن محمد الرواس \*

### مختلخص:

تهدف الدراسة بالتعرف على اتجاهات الصفة العمانية مثلثة في الإعلاميين والأكاديميين في جامعة السلطان قابوس، وموافقهم، من برامج الحوار والرأي في القنوات الفضائية العربية، وتنتهي هذه الدراسة إلى البحث الوصفي، وقد اعتمدت في إجراءاتها المنهجية على استخدام منهج المسح بالعينة؛ لجمع البيانات من خلال صحيفة استقصاء. وقد خلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج تتعلق بمشاهدة أفراد العينة للقنوات الفضائية العربية، ومتابعتهم لبرامج الحوار والرأي، لعل أبرزها وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين معدلات تعرّض الإعلاميين والأكاديميين لبرامج الحوار والرأي وبين اتجاهاتهم نحو هذه البرامج، وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين دوافع تعرّض الإعلاميين والأكاديميين لبرامج الحوار والرأي في القنوات الفضائية العربية وبين اتجاهاتهم نحوها. بالإضافة إلى وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين إشباعات المحتوى المتحققة من برامج الحوار والرأي في القنوات الفضائية العربية للإعلاميين والأكاديميين وبين اتجاهاتهم نحو هذه البرامج.

كلمات مفتاحية: خبراء الإعلام، الأكاديميين، الحوار، برامج موجهة، محطات القنوات الفضائية

### Abstract:

This study explores the attitudes of the Omani elite, (Media Experts and Academics) at Sultan Qaboos University toward the dialogue and opinion- oriented programs hosted by Arab Satellite Channels. It adopts the descriptive approach, and its survey-based methodology is generated through a questionnaire. The findings of the study emphasize several issues in connection with viewers' attitudes toward the above-mentioned programs: such as the existence of a positive statistical relationship between the exposure average of media experts and academics to dialogue and opinion- oriented programs and their attitudes toward them, as well as a positive statistical relationship between the exposure motives of the media experts and academics to the same programs and their attitudes toward them. Moreover, the study shows a positive statistical relationship between the degree of satisfaction attained from these programs and the attitudes of the media experts and academics to them.

Keywords: *Media Experts; Academics; dialogue; opinion- oriented programs; Arab Satellite Channels.*

\* أنور بن محمد الرواس، أستاذ مساعد، كلية الآداب والعلوم الاجتماعية، جامعة السلطان قابوس.

**المقدمة:**

قبول مبدأ التعددية الإعلامية.

وبما أن الفضاء الخارجي بات مفتوحاً للجميع، وليس مملوكاً للحكومات العربية، وفي ظل الانفتاح الإعلامي والتطور التكنولوجي المستمر الذي تشهده الساحة العالمية، فقد سارت بعض الدول العربية إلى اتخاذ صيغ تشريعية للانفتاح الإعلامي داخل بلدانها. وقد أخذت هذه التشريعات أشكالاً مختلفة من خلال السماح بإنشاء مناطق إعلامية حرة، تقدم من خلالها القنوات الفضائية مضموناً إعلامياً مختلفاً، تساهم في الارتفاع بالإعلام العربي. وتشكل هذه المناطق التي تنطلق منها بعض القنوات الفضائية العربية الخاصة نواة عملية لتبني سياسة إعلامية منفتحة من خلال التعامل مع القضايا المختلفة بأسلوب يتسم بالدقة والمسؤولية في طريقة التعاطي مع هذه القضايا، وكذلك لتكون بوابة إعلامية لتقدير مفهوم الرأي والرأي الآخر. فالمنبدأ الذي أصبح سائداً في نهايات القرن الماضي كما يقول أحد الباحثين هو مبدأ فتح الأبواب للمعلومات والأراء وليس إغلاقها، وقبول تعددية التيارات السياسية والاجتماعية وليس حصرها، والاعتراف بالآخر وليس رفضه، أي أصبح السائد هو عدم عزل المجتمع عن مجتمعات الدنيا ووضعه ضمن سور، بل صار من المعتذر عزله، فقد أتاح التطور تمهيد طريق تأمين الحريات الفردية للأفراد، وممارسة الديمقراطية للجماعات، وأعطى للجميع الحق في الحصول على المعلومات ومقارنتها، والاستفادة منها في بلورة الرأي وتكون الموقف (العودات ١٩٩٨: ٣١).

لقد أعطى البث الفضائي الضوء الأخضر لاختراق الحاجز السياسي للدول الذي كان سداً منيعاً لحكومات كثيرة، من بينها الحكومات العربية، من خلال ممارسة الرقابة على كافة المطبوعات الإعلامية التي تدخل بلدانها. وما إن وصلت التقنية الاتصالية التي سمحت باستقبال البث الفضائي الأجنبي في بداية الأمن، حتى استشعر الجميع الخطر القادم من الطرف الآخر، ودخول ثقافة مختلفة عن الثقافة العربية، وبالتالي لا بدّ من ضرورة البحث عن بدائل جديدة تستعفهم في التمسك بالجمهور العربي، خاصة إن الثقافة الأجنبية قد تجد لها مكاناً لدى الكثيرين من الشباب العربي، الذي لم يعرف إلا لغة الإعلام الرسمي طوال العقددين المنصرمين، والتي تركت على الجوانب التنموية في رسائلها الإعلامية، وتختار لهم الأخبار والمعلومات والأفلام والمسلسلات والأغاني والثقافة؛ لتصوّفهم في مسار واحد من التفكير والرؤية، أو لتجحب عنهم المعلومات والأحداث.

ويشير تقرير اللجنة الدولية لدراسة مشكلات الاتصال إلى أن السيطرة المباشرة للحكومة على وسائل الاتصال الجماهيرية يعد من القضايا الخلافية، حيث أثبتت قصورها عن الوفاء بحاجة الجماهير إلى قدر كافٍ من المعلومات، وإلى مصادر أكثر تنوعاً (ماكرايد ١٩٨١: ٢٦٢). ويمكن خطر إخضاع الإعلام الوطني إلى تبعية الدولة كلية أو جزئياً، بشكل مباشر أو غير مباشر، في قهر المعارضة الوطنية، وفي تعجيزها عن التعبير عن قناعاتها وأرائها؛ مما يؤدي إلى اهتزاز الثقة الشعبية بمصداقية الإعلام الرسمي، ويؤدي - من ثم - إلى توجه قطاعات واسعة من الرأي العام إلى مصادر أخرى للمعرفة، قد لا تكون وطنية بالضرورة،

أصبحت القنوات الفضائية العربية جزءاً من حياة الناس، وساهمت بقدر كبير في تشكيل آرائهم وأفكارهم وموافقهم، واستطاعت أن توقف إلى حد ما الوصاية الرسمية على المضمون الإعلامي وعلى ما تشاهده الجماهير العربية، بعد أن كانت ملزمة بمتابعة التلفزيون الرسمي ومشاهدته في بلدانها. فقد كان يختار لها الأخبار والمعلومات والمناقشات الحوارية، ويصوغ لها الصورة في مسار أحادي من الرؤية والتفكير، أو يحجب عنها ما لا يريد من أحداث. ويشير تقرير اللجنة الدولية لدراسة مشكلات الاتصال، إلى أن الوصول إلى مصادر المعلومات في المجالات الاجتماعية والعلمية والاقتصادية والسياسية، يمكن أن يفرض عليه القيود من جانب أولئك الذين يسيطرُون على وسائل الاتصال، كما يمكن أن يوسع نطاقه؛ ليشمل قطاعاً كبيراً من جمهور المستفيدين المحتملين، ويجب ممارسة الضغط من جانب الجمهور بهدف تحقيق المشاركة الديمقراطيَّة في القرارات المتعلقة بتوزيع المعلومات، ومناهضة الرقابة على وسائل الاتصال (ماكرايد ١٩٨١: ٣٥٣-٣٥٤).

لقد عايش العالم طفرات مستمرة في تطور التقنية المعقّدة في جوانب عديدة، الأمر الذي شكل مدخلاً قوياً وفاعلاً في استخدامها في مجال الاتصال الفضائي، الذي يعد الانعكاس الأكثُر تمثيلاً للتطور التكنولوجي. ويشهد العالم اليوم ثورة تقنية عالية غير مسبوقة في ميدان إنتاج الصورة التلفزيونية وتوزيعها، وقد أدت تكنولوجيا الاتصال عبر الوسائل الفضائية (البث الفضائي) إلى بدء محطات فضائية عربية إرسالها التلفزيوني في أواخر القرن العشرين، وهي مرحلة انتقالية، خاصة أن الجمهور العربي كان يتبع الرسائل الإعلامية الموجهة من قبل الإعلام الرسمي المملوك للحكومات العربية التي كانت -وما زالت- تسيطر على المؤسسات الإعلامية الإلكترونية التي خرجت بها من نطاقها الأرضي إلى الفضاء المفتوح، حيث وجد الإعلام الرسمي نفسه في سباق تنافسي مع القنوات الفضائية الخاصة التي بدأ بثها في منتصف عقد التسعينيات من القرن الماضي. وتشير الدراسات الإعلامية إلى أن نطاق البرامج الإعلامية التي تقدمها القنوات الفضائية قد يشمل الأخبار والتعليقات والمناقشات وما تمت إلها من شؤون سياسية واجتماعية واقتصادية وثقافية وعلمية ورياضية وخدمات (الجابر ١٩٩٨: ٢٣).

وأصبحت التقنية الإعلامية صناعة مكلفة وخطيرة وهي بحاجة إلى رؤوس أموال ضخمة، كما هي بحاجة إلى مهنيين على مستوى عال من الدرامية في كيفية إنتاج الكلمة وتوزيعها. وقد شكلت الفضائيات العربية الرسمية والخاصة سوقاً كبيراً، تتوافد إليه الجماهير كل حسب حاجاته ورغباته، فالمضمون الإعلامي الذي يعرض بصورة جيدة، سوف يجد له قاعدة كبيرة من المهتمين والمتابعين للاستفادة من هذه المعلومات، التي قد تساهم إلى حد كبير في تغيير ملامح تفكيرهم. ولا نبالغ إذ قلنا: إن القنوات الفضائية العربية استطاعت في فترة وجiza عرض وجهات وأفكار متنوعة تعكس أيديولوجيات متعددة، كانت غائبة أو محظورةً تداولها بحكم توجّه الحكومات العربية الأحادي الاتجاه، وعدم

ضيق أو أكثر؛ بغض النظر إثارة قضية سياسية أو اقتصادية واجتماعية أو ثقافية أو غيرها (المرسي ٢٠٠٤: ١٥).

وتهدف برامج الحوار والرأي إلى الحصول على آراء متخصصة في موضوع معين، وقد يكون موضوعاً سياسياً أو اقتصادياً أو علمياً، وتبرز هنا أهمية المعلومات التي سوف يحصل عليها المشاهدون من ذوي الاختصاص وأصحاب الخبرة؛ ليشكلوا اتجاهها جديداً وثقافة علمية جديدة تساهم في بناء آفاق متعددة. وعلاوة على ذلك فبرامج الحوار والرأي تظل أسماء ضمن منظومة البرامج، وتجسد شخصية المذيع أو المحاور أو مقدم البرنامج نجاح البرنامج من عدمه، خاصة في اختياره للموضوع والضيوف الذين سوف يغطون كافة جوانب الموضوع المراد مناقشته. وقد ثار الخلاف حول اختيار مقدم البرنامج أو مدير الندوة الحوارية، كما ثار الخلاف من قبل حول اختيار المشاركين فيها، وهنا يرى البعض أن يكون المحاور واحداً من المتخصصين المشاركين فيها؛ وذلك لكي يكون ملماً بالموضوع، قادرًا على متابعته وإدارة المناقشة حوله، والأهم من ذلك إقناع المتخصصين المشاركين فيه خاصة إذا كانوا من كبار العلماء (شلبي ١٩٨٥: ١٧٧).

فالكل الهائل من المعلومات والأراء، المتواقة أو المتضادة، التي يحصل عليها المشاهد، وتنقله من واقع المستقبل السلبي، إلى مشارك حقيقي في الحوار. وتحدث هذه النقلة أيضاً من خلال ما تتيحه له التقنية العالمية، عبر الاتصال المباشر، لطرح فكرته أو رؤيته التحليلية حيال أية قضية موضوعة للنقاش. وقد تكون الفائدة من برامج الحوار والرأي، ذات مردود سلبي، نتيجة تأثير الشخصيات المشاركة في البرامج على المشاهدين. فالثقافة الواسعة التي تتمتع بها الشخصيات المشاركة، تساهم في تشكيل أيديولوجية جديدة، سواء كانت معتدلة أو متطرفة. وهنا تكمن الخطورة في إدراك المشاهدين، أو عدم إدراكتهم للتوجهات الخفية أو الحقيقة لفكرة الضيف، وبالتالي فإن عملية التشكيل تكون حاضرة -طبقاً لإيجابها أو سلبها- وتظهر أثارها داخل المجتمعات.

وتعتبر برامج الحوار والرأي في القنوات الفضائية العربية حجر الزاوية في الانتقال من وضع كان موجهاً ومراقباً ومتماشياً مع توجهات المؤسسة الإعلامية ذات الصبغة الرسمية إلى وضع فيه قبول آراء متعددة وبدون رقابة. ومن الملاحظ أن بعض القنوات الفضائية العربية لا تعطي حق الاتصال وحرية الاتصال والتواصل أهمية كبيرة، مما يؤدي إلى تضييق هامش الحرية، وتوجيه البرامج وإعدادها بمعدل عن الاهتمام برأي المتنقي، ولا يتتيح لها ذلك عقد الصلة معه، وإنعاش الحوار، وإضفاء الحيوية على هذه البرامج، وقد يشعر المتنقي أحياناً بوجود جدار بينه وبين المرسل، وقد لوحظ في السنوات الأخيرة وجود محاولات جادة من الإعلاميين لتشجيع الحوار من خلال برامج البث المباشر، والحوار على الهواء، إلا أن بعض هذه البرامج ما زال مقيداً بالاستوديو، ولا يفسح المجال للنزول إلى المجتمع الواسع والرحب، ومناقشة قضايا الناس وهو مهمهم؛ مما يشجع على التواصيل بين المتكلمين والمُرسلين، ويتيح لوسائل الإعلام أن تعكس ما في المجتمع، و يجعلها وسيلة تثقيف وحوار

بل قد يكون للمصادر الأجنبية أهداف وغايات، فيشكل ما تقدمه من أخبار، يحججاً بالإعلام الرسمي، الطعم الذي يجر الرأي العام الوطني إلى شباك الأجهزة الإعلامية الأجنبية (السماك ١٩٩١: ١٧).

ولذلك أعادت هذه الحكومات حساباتها، وسارعت إلى المشاركة ضمن إطار من العمل الإعلامي العربي المشترك؛ لمجابهة الواقع الجديد من الثقافات الأخرى. وقد وجّه وزراء الإعلام العرب الدعوة لهيئات التليفزيون العربي إلى إعادة النظر بصورة جذرية في أنظمة الرقابة الوطنية في ظل عصر البث الفضائي المفتوح، وتهيئة كوادر بشرية مميزة للعمل في الرقابة والتقييم، وفق مفاهيم العصر الحديث تتبع للمواطن التعرف على قضيائهما ومشاكله من جهة، وتمكّنه من الإنتاج الهابط السيء من جهة ثانية. كما أكدوا على ضرورة الإسراع في إصدار ميثاق شرف إعلامي عربي، تلتزم به كل الأطراف ومن بينها القنوات الفضائية العربية. كما أكدوا على أن يتضمن هذا الميثاق من المبادئ والضوابط ما يسمح بما يأتي (جامعة الدول العربية ١٩٩٨: ٦٢-٥٩).

"نعم الحرية المهنية التي يتمتع بها العاملون في مجال البث الفضائي؛ حتى ينهضوا بمسؤولياتهم الإعلامية على أحسن وجه. الزيادة في مرونة الحركة أمام القنوات الفضائية العربية؛ حتى تتمكن من الانطلاق بدورها في خدمة المجتمع، وتمكين المواطن العربي من حقه في إعلام موضوعي متوازن يخدم القضيّاً العليا".

وعلى الرغم من عدم تفعيل ميثاق الشرف الإعلامي العربي الذي أوصى به وزراء الإعلام العرب منذ عام ١٩٩٨، إلا أن الإعلام الفضائي العربي الخاص، ساهم - إلى حد كبير - في توعية المواطن العربي بحقوقه وواجباته، كما ساهم في التعرف على القضيّاً العربية من خلال ما يطرحه من برامج حوارية تفسح المجال للتنوع في الآراء. فالقنوات الفضائية العربية الخاصة التي حررت الساكن على الساحة العربية ساهمت في خلق لغة إعلامية جديدة في الوطن العربي، وقدّمت نموذجاً جديداً من التعاطي مع القضيّاً العربية، بأسلوب حواري، تقدم فيه الآراء بطريقة مختلفة، وتجسد في ذات الوقت احترام الرأي والرأي الآخر.

#### برامج الحوار والرأي:

من الصعب أن تكون هناك برامج حوارية تحمل روئي وأفكاراً مختلفة في الوطن العربي ما لم تكن هناك حرية للإعلام تكفل لهذه الآراء أن ترافق النشاطات التي تقوم بها الحكومات ومؤسساتها. كما أن الحرية تدفع إلى تطوير العمل الإعلامي بشكل يضمن الدقة في الرسالة الإعلامية التي تجد لها جمهوراً واعياً ومدركاً لهذه التغيرات مع الإصرار على المتابعة الحثيثة لهذه النوعية من البرامج التي تعرضها القنوات الفضائية العربية.

وتعتبر برامج الحوار والرأي من أكثر نواعيّات العمل التليفزيوني وقوّتها جذباً للانتباه، إذا ما أُحسِنَ إعدادها وتنفيذها، ويطبق تغيير برامج الحوار أو البرامج الحوارية على تلك البرامج التي يتحاور فيها المذيع مع

العربية التي تسعى للحصول على الكثير من المعلومات والأراء، من خلال ما توفره القنوات الفضائية العربية من برامج الحوار والرأي؛ فإن هذه الدراسة تسعى للكشف عن اتجاهات الصفة العمانية نحو برامج الحوار والرأي في القنوات الفضائية العربية. وتهدف الدراسة إلى كشف وتوصيف وتحليل الصفة العمانية العاملين في القطاعين الإعلامي والأكاديمي لبرامج الحوار والرأي، ومعرفة أنماط وعادات عملية التعرض. وذلك كمدخل للإجابة عن التساؤل الرئيسي الذي طرحته الدراسة، وهو: ما هي اتجاهات الصفة العمانية -مثلة في الإعلاميين والأكاديميين- وموافقها من برامج الحوار والرأي في القنوات الفضائية العربية؟.

#### أهمية الدراسة:

تبعد أهمية هذه الدراسة من أهمية الموضوع الذي يتجلّى في ظهور قنوات فضائية عربية، تقدم برامج حوارية وتقدم أفكاراً ورؤى متباعدة، تساهُم في تشكيل اتجاهات مختلفة. إضافة إلى مساهمتها في تغيير وتعديل وإضافة مفاهيم سياسية واجتماعية واقتصادية وثقافية بشكل إيجابي أو سلبي. كما أن انعدام البحث والدراسات التي أجريت على الصفة العمانية وعلاقتها ببرامج الحوار والرأي في القنوات الفضائية العربية حفزت الباحث على القيام بهذه الدراسة؛ لتكون بداية لدراسات مستقبلية على الصفة العمانية في المجالات الإعلامية الأخرى.

#### الإطار النظري للدراسة:

تحتَّص هذه الدراسة بقياس اتجاهات الصفة العمانية نحو برامج الحوار والرأي في القنوات الفضائية العربية، ولهذا فإنها تعتمد على الأطر النظرية التي يمكن استخدامها في تفسير نتائج الدراسة، وأهمها: مدخل الاستخدامات والإشباعات *Uses and Gratification Approach*.

يشير عبد الحميد (٢٠٠٠: ٢١٠) إلى أن دينس ماكويل يرى أن هناك ضرورات لدراسة العلاقة بين الاستخدام والإشباع، أهمها: صياغة الفروض الخاصة بتأثيرات وسائل الإعلام بجانب مناقشة تذوق الإعلام، وبذلك قدم مدخل الاستخدامات والإشباعات بدائل لدراسة العلاقة بين محتوى الإعلام والمتلقين، وتم تقسيم المحتوى في إطار الوظائف بدلاً من مستوى التذوق، ولأن هذا المدخل يقوم أساساً على تصور الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام ومحاتها من جانب، ود الواقع الفرد من التعرض إليها من جانب آخر، فإن كل البحث والدراسات التي تمت في هذا المجال كانت تقوم على اختبار العلاقة بين الوظائف التي تتم صياغتها في إطار الدوافع وال حاجات، وبين تعرض الفرد وكثافة هذا التعرض بناءً على إطار نظري، أساسه التحليل الوظيفي *Functional Analysis* من جانب آخر.

ويوفر مدخل الاستخدامات والإشباعات مجالاً رحباً لاختبار السلوك الاتصالِي الفردي، مسافاً إلى مجالات البحث المستمرة عن الطرق التي بها يخلق البشر حاجاتهم ويشعرونها. يمكن وصف الكثير من الحاجات

وابداع، ويعزز مصداقيتها لدى المتلقى (العودات ١٩٩٨: ٣٧-٣٨).

ولا يمكن أن تتجاهل واقع الفضائيات العربية ذات الصبغة الخاصة، أي المملوكة للقطاع الخاص، في تحريك الحوار، المعتمد على فكرة واحدة، تراها الحكومات خطأ أحمر إلى وقت قريب، إلى تعددية في الآراء، أعادت الكثير من الحسابات لدى مالكي المؤسسات الإعلامية الرسمية، في طريقة التعاطي مع الرأي العام بطريقة مغایرة. فالفكرة الأحادية الاتجاه التي جسّدتها السياسات الإعلامية في الوطن العربي، كرست إلى حد كبير التركيز على الإنجازات التي حققتها الحكومات في المجالات التنموية والاقتصادية والثقافية. وقد أضاءت برامج الحوار والرأي، التي تنتجهما القنوات الفضائية العربية، جواً من المنافسة في اختيار الموضوعات، التي لها علاقة بالواقع المعاصر، ومناقشة قضايا لم تكن مألوفة، تتعلق بالدين والسياسة، وإن كانت الآراء في النهاية، تعبر عن أصحابها، إلا أنها تعيد تشكيل اتجاهات المشاهدين كُلَّ حسب ثقافته.

ويظل عامل القبول أو الرفض، محل تساؤل وشك كبيرين، نظراً لغياب ثقافة الحوار في المجتمع العربي طوال عقود مضت، ويبقى الحوار ركناً أساسياً في الحاضر المعاصر، يعيد ترتيب الأجندة الإعلامية، وما يصاحبها من تأثير على حياة الرأي العام. وتشير الدراسات الإعلامية التي أجرتها كل من (Baker et al. 1992, p. 22) إلى أن عملية وضع الخطة وترتيب الاهتمامات باعتبارها ظاهرة اجتماعية، يتم من خلالها تركيز وسائل الاتصال على قضية معينة، يتبعها تشكيل للرأي العام حول هذه القضية، يقود -في النهاية- إلى تبلور استجابات من قبل صانعي السياسات.

ولا يمكن تجاهل حقيقة أن القنوات الفضائية العربية من خلال برامج الحوار والرأي قد أفسحت المجال للتحليل في جوانب كثيرة من القضايا جعلت الإعلام العربي أكثر اقتراباً من الحريات، وجعلت الحكومات أقل احتكاراً للمعلومات، وأقل سيطرة على مصادر الناس في المعرفة، وتكتشف هذه البرامج عن رؤية جديدة في المشهد العربي، يقترب من الوحيدة والتقارب والتفاعل مع الأزمات والقضايا العربية والعالمية.

#### مشكلة الدراسة:

تعد برامج الحوار والرأي في القنوات الفضائية العربية من البرامج التي تلقى قبولاً جماهيرياً ملحوظاً في الوطن العربي بشكل عام، وفي سلطنة عمان بشكل خاص. ويرجع السبب في ذلك إلى أن ثقافة الحوار غير الموجهة كانت غائبة عن الإعلام العربي؛ نتيجة السيطرة الكاملة على المؤسسات الإعلامية من قبل الحكومات العربية. ومع ظهور القنوات الفضائية العربية الإخبارية في منتصف عقد التسعينيات من القرن الماضي، وكذلك الظهور المكثف لبرامج الحوار والرأي في تلك القنوات: جاء الإعلان عن ولادة عهد جديد مليء بالأفكار والرؤى المتفوقة والمتصادمة في القضايا الخلافية، بعد سيطرة الرؤية الأحادية الاتجاه على الخطاب الإعلامي الرسمي.

ولما كانت الجماهير العمانية تدرج ضمن إطار منظومة المجتمعات

أ. إشباعات شبه توجيهية: وتحقق من خلال تخفيف الإحساس بالتوتر والدفاع عن الذات، وتنعكس في برامج التسلية والترفية والإثارة. ب. إشباعات شبه اجتماعية: وتحقق من خلال التوحد مع شخصيات وسائل الإعلام، وتزداد هذه الإشباعات مع ضعف علاقات الفرد الاجتماعية، وزيادة إحساسه بالعزلة.

وتحتاج توقعات الأفراد من وسائل الإعلام وفقاً للفروق الفردية، وكذلك وفقاً لاختلاف الثقافات، ويشير "إلستاين" وزملاؤه في دراستهم المقارنة لتوقعات طلاب الجامعة من وسائل الإعلام في مجتمعات الولايات المتحدة، وألمانيا، واليابان، وهونج كونج، إلى زيادة قلة الإشباعات من الأفلام الروائية والتقارير الرسمية، وتشير النتائج إلى اختلافات في توقعات الطلاب تعكس الثقافة السائدة في المجتمع، فالطلاب الألمان على سبيل المثال: يستخدمون وسائل الراديو والمصادر التعليمية والتقدير الرسمية بنسبة أكبر من طلاب الجامعات في المجتمعات الأخرى محل الدراسة، وكذلك يستخدمون الكتب واللاحظات الشخصية بشكل أكبر، وذلك عند مواجهة مشكلة ما، وتوقعات الطلاب لحل هذه المشكلة من مصادر الاتصال المختلفة. ووفق نظرية الاستخدامات والإشباعات، يتم وصف أفراد الجمهور باعتبارهم مدفوعين بمؤثرات نفسية واجتماعية لاستخدام وسائل الإعلام بغية الحصول على نتائج خاصة يطلق عليها "الإشباعات"، وقد اهتمت دراسات استخدامات والإشباعات منذ السبعينيات بضرورة التمييز بين الإشباعات التي يبحث عنها الجمهور (*Gratification Sought*) من خلال التعرض لوسائل الإعلام، والإشباعات التي تتحقق بالفعل (*Gratification Obtained*) (مكاوي، والسيد، ٢٠٠٢: ٢٤٧-٢٥٠). (٢٤٨)

ويرى "سوانسون" إمكانية ربط محتوى الرسالة بالإشباعات المتحققة، فبرامج الترفيه والدراما يمكن أن تحقق إشباع "التفيس" (*vent off*) الذي يتمثل في خبرات الاستثناء، والتخلص من التوتر والقلق والهروب من المشكلات اليومية، أما برامج الأخبار والمعلومات والشجون الجارية، فيمكن أن تتحقق إشباع مراقبة البيئة (*Surveillance*) الذي يتمثل في الحصول على المعلومات والخبرات والمهارات (مكاوي، والسيد، ٢٠٠٢: ٢٤٩-٢٤٨).

ويقدم نموذج الاستعمال والإشباع مجموعة من المفاهيم وال Shaward التي تؤكد أن أسلوب الأفراد أمام وسائل الإعلام أكثر قوة من المتغيرات الاجتماعية والسكنانية والشخصية، ويرى النموذج أن الأفراد يوظفون - بفعالية - مضمون الرسائل الإعلامية بدلاً من أن يتصرفوا سلبياً تجاهها، ومن ثم فإن المدخل لا يفترض وجود علاقة مباشرة بين الرسائل الإعلامية والتأثيرات على الجمهور، ويفترض بدلاً من ذلك أن الجمهور يستخدمون الرسائل لأمور كثيرة، وتلك الاستخدامات تلعب كعوامل وسيطة في عملية التأثير. وعلاوة على ذلك، فإن هذا المدخل يوفر لنا مجالاً رحباً لاختبار السلوك الاتصالي الفردي مضافاً إلى مجالات البحث المستمرة عن الطرق التي بها يخلق البشر حاجاتهم

التي تم دراستها باعتبارها إشباع حاجات ذات العلاقة بوسائل الإعلام، ولكن غيرها من الحاجات ليس بالضرورة أن تكون ناتجة من استعمال وسائل الإعلام؛ ولذلك يمكن إشباعها سواء عن طريق مصادر وسائل الإعلام أو عن طريق غيرها، ويفترض المدخل أن إشباع الحاجات يتم ليس فقط من خلال التعرض إلى وسيلة إعلامية محددة، بل يمتد كذلك من خلال السياق الاجتماعي الذي تستخدم فيه الوسيلة (أبو أصبع ١٩٩٩: ٢١٥-٢١٦).

ويعكس مدخل الاستخدامات والإشباعات الفرض الأساسي التي يقوم عليها هذا المدخل، وقد أشار عبد الحميد (٢٠٠٠: ٢٢٢) إلى أن كل من اليهو كاتز ورفاقه Elihu Katz قد لخصوا هذا المدخل في الفرض الخمسة التالية:

١. جمهور المثقفين هو جمهور نشط، واستخدامه لوسائل الإعلام هو استخدام موجه لتحقيق أهداف معينة.
٢. يمتلك أعضاء الجمهور المبادرة في تحديد العلاقة بين إشباع الحاجات واختيار وسائل معينة برى أنها تشبع حاجاته.
٣. تنافس وسائل الإعلام مصادر أخرى لإشباع الحاجات، مثل: الاتصال الشخصي والمؤسسات الأخرى، فالعلاقة بين الجمهور ووسائل الإعلام تتأثر بعوامل بيئية عديدة.
٤. الجمهور وحده قادر على تحديد الصورة الحقيقة لاستخدامه وسائل الإعلام؛ لأنه هو الذي يحدد اهتماماته وحاجاته ودوافعه، وبالتالي اختيار الوسائل التي تشبع حاجاته.
٥. الأحكام حول قيمة العلاقة بين حاجات الجمهور واستخدامه لوسائل أو محتوى معين يجب أن يحددتها الجمهور نفسه؛ لأن الناس قد تستخدم نفس المحتوى بطريق مختلفة، بالإضافة إلى أن المحتوى يمكن أن يكون له نتائج مختلفة.

أما عن الإشباعات المتوقعة من التعرض لوسائل الإعلام، فقد أشار العادلي (٢٠٠٤: ١١٨-١٦٧) إلى أن "ويذر" أوضح أن الجماهير أثناء تعرضها لوسائل الإعلام يكونون مدفوعين بمؤثرات نفسية واجتماعية؛ بغية الحصول على نتائج خاصة، يطلق عليها الإشباعات، وقد قسم "ويذر" هذه الإشباعات إلى نوعين:

١. إشباعات المحتوى: وتنتج عن التعرض لمحتوى وسائل الإعلام، وينتج عنها نوعان من الإشباعات:
  - أ. إشباعات توجيهية: وتتضمن الحصول على المعلومات وتأكيد الذات، وهي ترتبط بكثافة التعرض والاهتمام والاعتماد على وسائل الإعلام.
  - ب. إشباعات اجتماعية: ويقصد بها الربط بين المعلومات التي يحصل عليها الفرد بشبكة علاقاته.
٢. إشباعات عملية: وتنتج عن عملية الاتصال والارتباط بوسيلة محددة، ولا ترتبط مباشرة بخصائص الرسائل، وتنقسم إلى نوعين:

من خارجه.

هدفت دراسة بركات عبد العزيز (بركات: ٢٠٠٣) إلى تبصير القائمين على برامج الرأي في القنوات التليفزيونية العربية، ومن بينها التليفزيون المصري بجوانب الضعف وجوانب القوة في برامجهم سعياً نحو مزيد من الإجادة في هذه النوعية المهمة من البرامج التليفزيونية. وقد أوضحت النتائج حصول برامج الرأي على المركز الرابع من بين الألوان البرامج التي يفضلها أفراد العينة. وأثبتت وجود تأثير لنوع الجامعة على فكر المبحوث، وبالتالي على أحکامه على برامج الرأي موضوع الدراسة، كما ثبت وجود تأثير للدراسة في الخارج للحصول على الدكتوراه على مشاهدة برامج الرأي في القنوات العربية، وكذلك على الحكم على هذه البرامج من حيث موضوعيتها ومساحة الحرية المتاحة فيها.

وتناولت الباحثة منى محمود (محمود: ٢٠٠٤) تقييم الصحفة المصرية لدور الأحزاب في الحياة السياسية المصرية ودوافع هذا التقييم ومبراته، سواء كان بالسلب أو بالإيجاب. وقد أوضحت الدراسة أن القضايا الحزبية تشغل أولويات الاهتمام من جانب الأحزاب، تليها القضايا السياسية الداخلية ثم قضايا السياسة الخارجية، كما أوضحت إدراك الصحفة بوجود فروق بين الأحزاب السياسية في القيادة والبرامج والعضوية والفعالية؛ لأنها ليست نسخاً كربونية من بعضها. ورأت أغلبية الصحفة أن الأحزاب لا تؤدي دوراً ملماًوساً في صناعة القرار السياسي، إلا في أوقات الأزمات الداخلية والخارجية، ومناقشة مشروعات القوانين المهمة. كما رأت الصحفة أن هناك آليات لجذب الكوادر الحزبية منها نشر مبادئ وأفكار الحزب، والاجتماعات والمؤتمرات الجماهيرية وعقد دورات تدريبية للأعضاء الجدد في التثقيف السياسي.

وتناولت الباحثة سوزان القليني (القليني: ١٩٩٨) مدى اعتماد الصحفة المصرية على التليفزيون المصري خاصة وقت الأزمات ذات الطابع المحلي - الدولي) وإلى أي مدى استطاع التليفزيون من خلال التغطية الإعلامية لحادث الأقصر جذب أفراد الصحفة المصرية، في ظل وجود قنوات وشبكات دولية تستغل تلك الحوادث أفضل استغلال إعلامي ممكن؛ لجذب أكبر عدد من المشاهدين. وقد خلصت الدراسة إلى تصدر التليفزيون الوطني وسائل الاتصال الأخرى كأول مصدر للإعلام عن حادث الأقصر الإرهابي، فيما تقاسم كل من التليفزيون الوطني وشبكة CNN الإخبارية المرتبة الأولى في اعتماد الصحفة المصرية عليهما كأهم مصادر المعلومات خلال الحادث. وأشارت النتائج إلى اختلاف درجة الثقة ومستواها في التليفزيون باختلاف نوع الصحفة، حيث أظهرت صفة الإعلام الممارس درجة ومستوى ثقة مرتفعين جداً في التليفزيون، في حين جاء مستوى ودرجة ثقة الصحفة السياسية في التليفزيون منخفضين جداً.

ويبحث هويدا مصطفى (مصطفى: ٢٠٠١) العلاقة بين اعتماد جمهور

ويشعونها، حتى الآن يمكن وصف الكثير من الحاجات التي تم دراستها باعتبارها إشباع الحاجات ذات العلاقة بوسائل الإعلام، ولكن غيرها من الحاجات ليس بالضرورة أن تكون نابعة من استعمال وسائل الإعلام، ولذلك يمكن إشباعها سواء عن طريق مصادر وسائل الإعلام أو عن طريق غيره (أبو أصبع ١٤٢-١٤١: ٢٠٠٤).

لقد عمق تيار الاستخدام والإشاعات *Uses and Gratifications* في الثمانينيات من القرن الماضي، مفهومه الخاص للقراءة المتفاوض عليها: المعنى والتأثيرات تولد من تفاعل النصوص والأدوار التي يضطلع بها الجمهور، وإن فك الرموز يرتبط بمشاركة الجمهور في عملية الاتصال، وترتبط المشاركة ذاتها بالطريقة التي تبني بها مختلف الثقافات دور المثقفي. ولقد شكل المسلسل التليفزيوني "Dallas" موضوعات تسمح بالتحري عن هذه الفرضيات. وقد أشرف الأستاذان "تامار ليباس Tamar Liebes" و"إيليهو كاتز" على فريق بحث تابع لجامعة القدس، وقاد هذا الفريق مجموعة من البحوث الميدانية لتحليل القراءات المنفردة التي تقوم بها المجموعات الخاصة داخل الثقافات المختلفة لهذا المسلسل الذي تبنته كل القنوات التليفزيونية في العالم: الفلسطينيون في إسرائيل، اليهود المغاربة، والأمريكان بكاليفورنيا. وأستند "كاتز" هذه الدراسات لتمثيل نشاط متلقي البرامج التليفزيونية بالتأكيد على التوافق الحاصل بين النظرية النقدية ووراثة السوسيولوجيا الوظيفية، ويمكن توضيح هذا التوافق بما أكده "مورلي" من خلال الاستلهام الذي بحث عنه في الحدس الناجم عن "الاستخدام والإشاعات". إن معالجة العديد من الكتاب لهذا الموضوع، الذي بقي بعيداً عن اهتمامات البحث، لا تكفي لتجمیع هؤلاء تحت مظلة واحدة، إذ تظل افتراضاتهم الإبستمولوجية المسبقة مختلفة كثيراً، وهذا التوجه العام نحو متلقي البرامج التليفزيونية شكل موضوعاً للنقاش الساخن الذي يطبعه الغموض والالتباس (ماتلار ١٦٧: ٢٠٠٤-١٦٨).

#### الدراسات السابقة:

على الرغم من المحاولات التي قام بها الباحث للعثور على دراسات أو بحوث تناولت برامج الحوار والرأي في القنوات الفضائية العربية فإنه لم يصل إلا إلى القليل منها، وفيما يلي عرض لبعض الدراسات السابقة عن علاقة الصحفة أو النخبة أو قادة الرأي بوسائل الإعلام.

استهدفت دراسة محمد المرسي (المرسي: ٢٠٠٤) التعرف على البرامج الحوارية في تليفزيونات دول مجلس التعاون الخليجي، وتحليل الواقع للتعرف على ما تقدمه، وتقويم إيجابياتها وسلبياتها، واستخدم الباحث منهج المسح وأداة تحليل المضمون. وقد أوضحت النتائج العامة للدراسة أن متابعة البرامج الحوارية بشكل عام في تليفزيونات دول مجلس التعاون الخليجي كانت أثناء فترتي المساء والسهرة، كما أوضحت الدراسة أن الحوارات كانت -في الأساس- حوارات رأي، وحوارات معلومة، أو تجمع بين الاثنين. وأوضحت النتائج أن نسبة كبيرة من البرامج الحوارية يوجد بها مشاركات جماهيرية من داخل الاستوديو أو

وسيطرة دون انحياز لفئة دون أخرى، وأنها ترتبط بالصراعات الأيديولوجية الدولية، وأن العولمة تكمن في الاقتصاد أولاً، ثم السياسة والثقافة. وتوضح الدراسة أن العولمة تفيد نشر سياستها من وسائل الإعلام، وتستخدم لتحقيق سياستها عدداً من الأساليب، في مقدمتها استقطاب الصحفة وكسب الجامعات والمعاهد العلمية، وأوضحت الدراسة أيضاً أن الوطن العربي يتأثر بالعولمة سلباً وإيجاباً في المجالات المختلفة: الاقتصادية والثقافية والسياسية والدينية والاجتماعية.

وتناولت دراسة جمال أحمد (أحمد ٢٠٠١) قضية الانتخابات البرلمانية وحدود المشاركة الجماهيرية فيها، حيث ركزت على دور الصحافة في قضية المشاركة باعتبارها أهم وسيلة جماهيرية تعتمد عليها الأحزاب في تسويق برامجها ومرشحيها للرأي العام. وقد أفرزت التيارات السياسية والأحزاب الكثيرة الموجودة على الساحة السياسية تيارات صحفية حزبية وقومية، تعددت مرجعياتها الفكرية وسياساتها التحريرية، وكان لكل منها أثرها في العملية الانتخابية، ولذا كان من المهم الربط بين السياق السياسي والسياق الصحفي في إطار قضية المشاركة. وتوضح نتائج الدراسة اعتماد قادة الرأي على وسائل الإعلام في الحصول على معلوماتهم السياسية، الأمر الذي يؤكد الاعتماد المتبادل ما بين الجماهير ووسائل الإعلام، ولكن اعتمادية الجماهير على وسائل الإعلام يتم بشكل أكبر. كما برب أن ارتفاع نسبة المشاركة في الانتخابات لدى قادة الرأي في الريف عن قادة الرأي في المدينة، ووجد أن هذا لا يرجع إلى زيادة في النضج السياسي، وإنما للطابع العائلي والعصبيات المسيطرة في الريف على العملية الانتخابية. كما أبرزت النتائج أن المظهر الأول لمشاركة قادة الرأي هو الاهتمام بالمسائل العامة باعتبارها قضايا قومية يهتم بها المواطنون، كما أشارت النتائج إلى أن الدافع الأول لاعتماد قادة الرأي على النظام الاتصالي هو رغبتهم في الحصول على معلومات عن المشاركة السياسية، ممثلة في الانتخابات البرلمانية تمكنهم من العمل من أجلصالح العام.

وعلى الرغم من أن وسائل الإعلام قد جاءت في مجملها في الترتيب الأول للمعلومات السياسية كما أوضحتها نتائج الدراسة، بالنسبة لقيادة الرأي إلا أن النظرة المجموعة التي تجمع في داخلها الفئات الفرعية لأنظمة الاتصال الشخصي تبين أن فعالية أنظمة الاتصال الشخصي تمارس تأثيراتها في جانبيين، الأول كمتصادر مهمة لمعلومات الصحفة أو قادة الرأي عن الأحداث السياسية وبخاصة الانتخابات، والثانية كمتصادر يعتمد عليها الريفيون بشكل أكبر مما هو موجود في المدينة وذلك بحكم تشابك المصالح وصلة القرابة والترابط الاجتماعي الذي يميز الريف عن المدينة.

يتضح من استعراض الدراسات السابقة ما يلي:

١. ركزت الدراسات على علاقة الصحفة أو النخبة بوسائل الإعلام ومدى قدرتها على تشكيل اتجاهاتهم؛ وهو أمر تتفق فيه معظم الدراسات ودراستنا هذه إلى أن الصحفة تعتمد على وسائل الإعلام في تزويدهم

الصحفة على وسائل الإعلام المصرية، وتأثير هذا الاعتماد على اتجاهاته إزاء أحداث ١١ سبتمبر، وما أعقبها من تطورات انتهت بدخول الولايات المتحدة وأسمته "الحرب على الإرهاب"، خاصة أن الاعتماد على وسائل الإعلام يتزايد في ظل عناصر عدم الاستقرار والصراع وأعمال العنف، فتشكلت وسائل الإعلام في تكوين اتجاهات الأفراد ومعارفهم، ومن ثم تشكل طبيعة إدراكيهم لأبعاد الأزمة وأطراها. وأشارت نتائج الدراسة إلى تقديم الفضائيات العربية على وسائل الإعلام المصرية بالنسبة لاعتماد الجمهورية عليها في متابعة أحداث ١١ سبتمبر وتداعياتها. وأشارت النتائج أيضاً إلى تأثير التغطية الإعلامية المصرية بتوجهات القنوات الفضائية غير المصرية سواء العربية أو الغربية.

كما تناولت هودا مصطفى (مصطفى: ٢٠٠١) في دراسة أخرى الدور الذي لعبته التغطية التليفزيونية لانتخابات مجلس الشعب لعام ٢٠٠٠، وتقوم مدى فاعلية هذا الدور من خلال استطلاع عينة من النخبة السياسية والإعلامية للوقوف على آرائهم تجاه ما قدمته هذه التغطية طوال المراحل المختلفة التي مرت بها الانتخابات، لاسيما أنها قد اكتسبت أهمية خاصة، حيث شهدت تكتيقاً إعلامياً وتطوراً في الأشكال والأساليب البرامجية، حيث استحدثت بعض الأشكال البرامجية لمناقشة سير العملية الانتخابية مع إفساح المجال أمام كافة المرشحين السياسيين لتقديم برامجهم الانتخابية، بالإضافة إلى تخصيص القنوات المحلية لعرض برامج المرشحين، بالإضافة إلى الحوارات والمناظرات والمناقشات مع ممثلي الأحزاب المختلفة؛ مما يستدعي دراسة مدى نجاح التغطية التليفزيونية في إتاحة المجال أمام كافة القوى والتيارات السياسية، ومدى موضوعية التناول ومدى التوازن في عرض الاتجاهات والأراء المختلفة. وأشارت نتائج الدراسة إلى أن الأحزاب السياسية قد تكافأت فرصها في تقديم برامجها المختلفة. وأوضحت النتائج أيضاً عدم نجاح التغطية في تقديم وجوه حزبية مختلفة، حيث اكتفت برموز الأحزاب وقياداتها فقط دون الكوادر الأخرى، كما أن تركيز التغطية كان على قيادات الحزب الحاكم أكثر من الأحزاب الأخرى، مما عكس عدم توازن في تمثيل الأحزاب المختلفة. فيما لم يحظ المرشحون المستقلون بالوقت الكافي للتغطية التليفزيونية؛ لتكوين صورة واضحة عن برنامج كل مرشح.

وسعـت دراسة حسين أبو شنب (أبو شنب: ١٩٩٩) إلى التتحقق من حجم الاهتمام بالعولمة، ودلائلها، وتأثيراتها، ومصادر المعلومات حولها، وأهدافها، وأسرارها، ومصادر قوتها، وامتداداتها التاريخية والمستقبلية، وأساليبها للسيطرة والهيمنة، وأساليب مواجهتها، ومدى تأثيرها على الوطن العربي والقضية الفلسطينية، ودورها في تدعيم المفاهيم والقيم والتأثير فيها سلباً أو إيجاباً، والتعرف على نوع العلاقة بين العولمة والإعلام ومصادر المعلومات. وأشارت نتائج الدراسة إلى أن الصحفة الفلسطينية تستمد معلوماتها عن العولمة -بالدرجة الأولى- من الصحافة ومن التليفزيون والفضائيات، فيما تستمد العولمة انتشارها من التليفزيون والفضائيات ومن ثم الصحافة. وبين الدراسة أن العينة تتفق على أن العولمة غزو ثقافي واقتصادي واجتماعي وهيمنة

الإعلاميين والأكاديميين لبرامج الحوار والرأي في القنوات الفضائية العربية وبين اتجاهاتهم نحوها.

**الفرض الثالث:** هناك علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين إشباعات المحتوى المتتحقق من برامج الحوار والرأي في القنوات الفضائية العربية للإعلاميين والأكاديميين وبين اتجاهاتهم نحو هذه البرامج.

#### مفاهيم الدراسة:

##### ١. الصحفة:

يعرف قاموس علم الاجتماع السياسي الصحفة بأنها جماعة من الأشخاص، يشغلون مراكز النفوذ والسيطرة في مجتمع معين. والصحفة أيضا هي جماعة من الأفراد معروفة اجتماعيا، وذات خصائص لها قيمة محددة كالمقدرة العقلية، أو القوة الأخلاقية التي تؤدي إلى درجة عالية من القيمة والنفوذ (الأسود ٢٠٠١: ٩٢). ويعرف "باريتو" الصحفة بأنها تتكون من أعضاء متميزين في المجتمع، لهم صفات خاصة تمنحهم القوة والسلطة، وطبقاً لهذا المفهوم فليس من الضروري أن يكون الانتفاء إلى الصحفة وراثياً؛ لأن الأبناء لا يحملون صفات الآباء في جميع الأحوال، ولهذا تحل صحفة جديدة محل صحفة قديمة تأتي من مختلف فئات المجتمع، وهذا ما يضفي نوعاً من التوازن في النسق الاجتماعي (الأسود ٢٠٠١: ٩٣).

ويرجع الاقتصر على الصحفة: لأن طبيعة الدراسة تتطلب وجود رؤية نقدية وفك عال يمكن لعيينة الدراسة إدراك البعد السياسي والاقتصادي والثقافي والاجتماعي للقضايا المطروحة للنقاش، ربما لا يتأتى للفئات العامة من الجمهور إدراك أبعاد النقاشات التي تحمل أفكاراً وأيديولوجيات متباعدة. ولما كانت هذه البرامج تحمل في طياتها رؤى وأفكاراً ذات مستوى عال وتتنوعاً في الآراء تحتاج إلى متابعة على قدر من التعليم والثقافة، يسمح لها إدراك المنطق الصائب من عدمه، كان من الأفضل تطبيق البحث على جمهور الصحفة، وقد وقع الاختيار على الصحفة الإعلامية والأكاديمية التي تحمل رسالة واضحة تهدف إلى توعية المجتمع بحقوقه وواجباته.

ويرجع الاقتصر على الفئتين أيضاً: لما يحملانه من رؤى وأفكار تجاه مختلف القضايا وقدرتها على التحليل والاستنباط من الموضوعات التي يتم مناقشتها في برامج الحوار والرأي في القنوات الفضائية العربية. وجاء تقديم الصحفة الإعلامية على الأكاديميين لكن الإعلاميين موجودين على الساحة العمانية منذ عام ١٩٧٠، فيما بدأ الأكاديميون العمل بعد افتتاح جامعة السلطان قابوس عام ١٩٨٦. ويمثل مجتمع الدراسة فئتين هما: الصحفة الإعلامية، وتشمل العاملين في مؤسستي الإذاعة والتليفزيون والمؤسسات الصحفية، والصحفة الأكاديمية، وتشمل الأستانة العاملين في جامعة السلطان قابوس.

##### ٢. الاتجاه:

ويقصد به الاستعداد المسبق *Predisposition* الذي اكتسبه الفرد نتيجة التعرض لبرامج الحوار والرأي في القنوات الفضائية العربية، نحو هذه البرامج ومضامينها. وسيخذل الباحث مقياس زليكرتز المكون من

بالمعلومات، وكمصدر مهم لهم.

٢. اشتهرت الدراسات في تأكيد غياب دور المؤسسات السياسية في دعم عملية الحوار، وبالتالي ضرورة الاعتماد على وسائل الإعلام في هذا المجال.

والخلاصة أن المكتبة العربية ما زالت تعاني من ندرة الدراسات الإعلامية، خاصة في ما يتعلق بالصحفية أو النخبة واتجاهاتها وتقييمها للبرامج التي تقدمها القنوات الفضائية العربية وهي وبالتالي بحاجة إلى المزيد من الدراسات. وفي هذا الإطار تأتي هذه الدراسة لتبني على نتائج الدراسات السابقة، وتضيف إليها البعد الخاص باتجاهات الصحفة نحو برامج الحوار والرأي من خلال دراسة اتجاهات الصحفة في سلطنة عمان.

#### تساؤلات الدراسة:

تسعى الدراسة للإجابة عن التساؤلات التالية:

١. ما نوعية البرامج التي يحرص أفراد العينة على مشاهدتها في القنوات الفضائية العربية؟
٢. إلى أي مدى يحرص أفراد العينة على مشاهدة برامج الحوار والرأي في القنوات الفضائية العربية؟
٣. ما القنوات الفضائية التي يحرص أفراد العينة على مشاهدة برامج الحوار والرأي التي تقدمها؟
٤. ما الجوانب الإيجابية والسلبية في برامج الحوار والرأي في القنوات الفضائية العربية من وجهة نظر أفراد العينة؟
٥. ما القناة المفضلة التي يحرص من خلالها أفراد العينة على متابعة برامج الحوار والرأي؟
٦. ما برامج الحوار والرأي التي يفضل أفراد العينة متابعتها في القنوات الفضائية العربية؟
٧. من أفضل مقدمي برامج الحوار والرأي في القنوات الفضائية العربية من وجهة نظر أفراد العينة؟
٨. ما مساهمة برامج الحوار والرأي في القنوات الفضائية العربية في تغيير أداء الإعلام الرسمي؟
٩. ما الفائدة التي يسعى أفراد العينة إلى تحقيقها من مشاهدة برامج الحوار والرأي في القنوات الفضائية العربية؟
١٠. هل استطاعت برامج الحوار والرأي في القنوات الفضائية العربية أن تكون بديلاً عن مقالات الرأي في الصحافة؟

#### فرضيات الدراسة:

تختبر الدراسة الفرضيات العلمية التالية، بناءً على الإجابات التي توصلت إليها من الأسئلة السابقة:

**الفرض الأول:** هناك علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين معدلات تعرض الإعلاميين والأكاديميين لبرامج الحوار والرأي وبين اتجاهاتهم نحو هذه البرامج.

**الفرض الثاني:** هناك علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين دوافع تعرض

المتعدد عينه تمثل ١٠٪ من حجم عينة الدراسة (العبد: ٢٠٠٤: ١٠٥-١٠٩). على عينة تمثل ١٠٪ من حجم عينة الدراسة (العبد: ٢٠٠٤: ١٠٥).

#### عينة الدراسة وخصائصها:

لما كان البحث يستهدف دراسة اتجاهات الصفة العمانية، فإن اختيار عينة البحث قد مرّ بمرحلتين. الأولى تجلّت في اختيار عينة عمدية، تمثل مجتمع الصفة العمانية الذي يضم فئات متعددة. وفي هذه المرحلة اختار الباحث فئتين من فئات الصفة بطريقة عمدية هما: الأكاديميون العاملون في جامعة السلطان قابوس، والإعلاميون العاملون في المؤسسات الصحفية والإذاعية والتلفزيون. ويرى الباحث أن هاتين الفئتين -طبقاً للمعلومات المتوفّرة- لهما نفس خصائص مجتمع الصفة في عُمان وسماته. كما أن الاختيار العشوائي قد لا يأتي بفئة مماثلة لمجتمع الصفة تمثيلاً صحيحاً (عجوة، ١٩٧٨، العبد وعزمي ١٩٩٣، حسین ١٩٩٧). وقد عد الباحث هاتين الفئتين بمثابة مجتمع البحث الذي يمكن منه سحب عينة عشوائية تتسم بالعلمية.

وفي المرحلة الثانية تم الاستناد إلى البيانات المتوفّرة في قوائم حول الأكاديميين العاملين العاملين بجامعة السلطان قابوس، والإعلاميين العاملين العاملين في المؤسسات الإعلامية في السلطنة. ومن هذه القوائم تم سحب عينة منتظمة من كل فئة بواقع ٥٠ مفردة من كل منها، روعي فيها تنوع التخصصات العلمية بالنسبة للأكاديميين، وتتنوع جهات العمل الإعلامي بالنسبة للإعلاميين، بالإضافة إلى تمثيل متغيرات السن، كما يوضح جدول رقم (١).

خمس درجات لتحديد شدة الاتجاه، والذي يتراوح بين الموافقة بشدة (٥ درجات)، وعدم الموافقة بشدة (درجة واحدة)، بالنسبة للعبارات الإيجابية الواردة في صحيفة الاستقصاء، وبين المعارضة بشدة (٥ درجات) والموافقة بشدة (درجة واحدة) بالنسبة للعبارات السلبية.

#### ٣. برامج الحوار والرأي:

المقصود ببرامج الحوار والرأي، تلك البرامج التي تقدم حواراً بين طرفين أو أكثر، حول قضية معينة تهم الرأي العام، يتم مناقشتها في إطار من عرض الرأي والرأي الآخر من خلال توخي الدقة والنزاهة في تمثيل الآراء، سواء كانت تلك البرامج مسجلة، أو تبث على الهواء مباشرة. وتحمل البرامج الحوارية، رؤى متخصصة ومتعددة، تعطي المتابع حرية القبول أو الرفض، كما هو الحال في البرامج الحوارية، بين ضيوف البرنامج، حول مدى توافقهم في الرؤى أو اختلافهم، ولكن في النهاية، هناك احترام متتبادل بين المتحاورين، يجسد النقلة النوعية في تشكيل ثقافة حوارية جديدة، داخل المجتمعات العربية، كانت مفقودة منذ فترة طويلة. وفي تعريف آخر لبرامج الحوار والرأي أو ما اتفق عليه بعض الباحثين في تسميتها ببرامج الندوات، بأنها تلك البرامج التي يلتقي فيها أكثر من شخص، لمناقشة الجوانب المختلفة لموضوع معين، وتناوله من كافة جوانبه، سواء اتفقت آراء المشاركين ووجهات نظرهم أو اختلفوا فيما بينهم، أي أن كلاً منهم يتناول بالشرح والتفسير جانباً من جانب الموضوع يكمله الآخر (شلبي: ١٩٨٥: ١٧١).

#### منهج الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية، التي تهدف إلى وصف خصائص مجتمع معين من خلال جمع البيانات والمعلومات عنه وتحليلها وتفسيرها. وتستخدم الدراسة منهج المسح الإعلامي، وعلى وجه التحديد مسح جمهور وسائل الإعلام وذلك بالنظر إلى مجتمع البحث (الأكاديميين والإعلاميين) باعتباره ممثلاً لمجتمع الصفة في سلطنة عُمان. وتستخدم الدراسة صحيفة الاستقصاء كأداة من أدوات منهج المسح لجمع البيانات من عينة البحث. وقد من إعداد وتنفيذ الصحيفة بالخطوات العلمية المنهجية المتعارف عليها، حيث تم إعدادها بصورة أولية وعرضها على مجموعة من المحكمين والخبراء في مجال الدراسات الإعلامية<sup>١</sup>، الذين أبدوا آرائهم وملاحظاتهم، وبناء على ذلك تم تعديل الصحيفة. وقد من إعداد صحيفة الاستقصاء بالخطوات المنهجية

١. أسماء المحكمين مرتبة ترتيباً من حيث الأقدمية حسب الوظيفة العلمية، وهم
٢. أ.د. عاطف العبد. أستاذ الإذاعة ومدير مركز بحوث الرأي العام بكلية الإعلام جامعة القاهرة.
٣. أ.د. محمد الصرايرة. أستاذ الصحافة بقسم الإعلام بكلية الآداب والعلوم الاجتماعية، جامعة السلطان قابوس
٤. د. حسني نصر أستاذ الصحافة المساعد بكلية الإعلام، جامعة الشارقة
٥. د. طه نجم، أستاذ الصحافة المساعد بكلية الآداب، جامعة الإسكندرية.
٦. د. علي كاظم مشارك ورئيس قسم علم النفس بكلية التربية، جامعة السلطان قابوس
٧. د. أحمد المشيخي. أستاذ مساعد ورئيس قسم الإعلام بكلية الآداب والعلوم الاجتماعية، جامعة السلطان قابوس.

الجدول (١): خصائص عينة الدراسة موزعة حسب النوع والسن والمهنة

المتغيرات	فئات المتغير	النكرارات	%
السن	أقل من ٢٩ سنة	٢٤	٢٤
	من ٣٤-٣٠ سنة	٢١	٢١
	من ٣٩-٣٥ سنة	٢٧	٢٧
	من ٤٤-٤٠ سنة	٢٠	٢٠
	من ٤٩-٤٥ سنة	٧	٧
	٥٠ سنة فأكثر	١	١
	إعلامي	٥٠	٥٠
المهنة	أكاديمي	٥٠	٥٠
	المجموع	١٠٠	%١٠٠

جدول رقم (٢) معدل مشاهدة أفراد العينة لبرامج الحوار والرأي في القنوات الفضائية العربية

المجموع	معدل المشاهدة اليومية	النكرارات	%
٣٩	١ من ساعة إلى أقل من ساعتين	٤٧	٤٧
١٣	٢ أقل من ساعة	٣٩	٣٩
١	٣ من ساعتين إلى أقل من ثلاث ساعات	١٣	١٣
١٠٠	٤ ثلاث ساعات فأكثر	١	١

العينة لمشاهدة برامج الحوار والرأي في القنوات الفضائية العربية بنسبة ٥٩٪، وجاءت فترة السهرة في المرتبة الثانية بنسبة ٢٦٪، بينما حصلت فترة ما بعد منتصف الليل على المرتبة الثالثة بنسبة ٧٪، وجاءت فترة الظهيرة في المرتبة الرابعة بنسبة ٥٪، وحصلت الفترة الصباحية على المرتبة الأخيرة بنسبة ٢٪. ويستنتج من النتائج أن أفراد العينة يفضلون فترتي المساء والسهرة لمشاهدة برامج الحوار والرأي في القنوات الفضائية العربية، وذلك بحكم أن هذه الفترات من فترات الذروة للمشاهدة، كما أن هاتين الفترتين تعتبران من الفترات الأكثر استرخاء بعد عناء العمل اليومي.

ج. المكان المفضل لمشاهدة برامج الحوار والرأي في القنوات الفضائية العربية.

يشير الجدول رقم (٤) أن ٨٥٪ من أفراد العينة يفضلون مشاهدة برامج الحوار والرأي في المنزل، فيما تفاوتت النسب الأخرى للمشاهدة على منازل الأصدقاء ٧٪، وعبر الإنترنت ٢٪، والمراكز التجارية ١٪. ويستنتج من النتائج الموضحة إلى دعم تصدر المشاهدة في أوقات المساء والسهرة المبنية في الجدول السابق، وأفضلية أفراد العينة متابعة تلك البرامج في المنزل، خاصة بعد عودتهم من أعمالهم والتزاماتهم المجتمعية. وربما يرجع ذلك أيضاً إلى أن واقع المجتمع العماني يؤكد

نتائج الدراسة:

النتائج العامة للدراسة:

#### ١. عادات المشاهدة وأنماطها:

أ- معدل مشاهدة برامج الحوار والرأي في القنوات الفضائية العربية. يشير الجدول رقم (٢) أن جميع أفراد العينة يشاهدون القنوات الفضائية. ويوضح الجدول نفسه أن معدل مشاهدة برامج الحوار والرأي في القنوات الفضائية تركزت بين (ساعة واحدة) إلى أقل من (ساعتين) بنسبة ٤٧٪، تلاها مباشرة (أقل من ساعة) بنسبة ٣٩٪، بينما كان معدل المشاهدة (من ساعتين إلى أقل من ثلاث ساعات) بنسبة ١٢٪، وربما يعود ارتفاع معدل المشاهدة لدى أفراد العينة إلى كون البرامج الحوارية تطرح قضيائياً ساخنة، إضافة إلى استضافة أساتذة متخصصين يقدمون إسهامات وإيضاحات حول المسائل العالقة. كما أن غياب البرامج الحوارية في المحطات الرسمية قد أثّر في ارتفاع معدل مشاهدة هذه البرامج في القنوات الفضائية العربية.

ب. الأوقات التي يفضلها أفراد العينة لمشاهدة برامج الحوار والرأي في القنوات الفضائية العربية.

يشير الجدول رقم (٣) إلى تصدر فترة المساء الأوقات التي يفضلها أفراد

جدول رقم (٣) الأوقات التي تفضلها عينة الدراسة لمشاهدة برامج الحوار والرأي في القنوات الفضائية العربية.

%	النكرارات	الأوقات المفضلة
٥٩,٠	٧٥	١ فترة المساء
٢٦,٠	٣٣	٢ فترة السهرة
٧,١	٩	٣ بعد منتصف الليل
٥,٥	٧	٤ فترة الظهيرة
٢,٤	٣	٥ الفترة الصباحية
١٠٠	١٢٧	المجموع*

\* سمح في هذا السؤال باختيار أكثر من بديل

جدول رقم (٤) المكان المفضل لمشاهدة برامج الحوار والرأي في القنوات الفضائية العربية.

%	النكرارات	المكان المفضل
٨٥	٩٧	١ المنزل
٧,٩	٩	٢ منازل الأصدقاء
٢,٦	٣	٣ عبر الإنترنت
١,٨	٢	٤ المراكز التجارية
١,٨	٢	٥ المقاهي
٠,٩	١	٦ الجامعة
-	-	٧ المنتديات الثقافية
١٠٠	١١٤	المجموع*

\* سمح في هذا السؤال باختيار أكثر من بديل

يفضل أفراد العينة المشاهدة مع الأسرة بنسبة ٣٣,٦٪، ومع الأصدقاء بنسبة ١٥,٢٪. وربما يعود تفضيل أفراد العينة للمشاهدة على انفراد ومع الأسرة له ما يبرره بحكم النتائج الموضحة في الجداول السابقة، التي توضح أفضلية مشاهدة برامج الحوار والرأي في أوقات المساء والسهرة وكذلك المنزل، حيث جاءت النتائج منسجمة مع تفضيل المشاهدة سواء كانت على

عملية المتابعة في المنازل وفي أوقات المساء والسهرة.

د. مع من تفضل مشاهدة برامج الحوار والرأي في القنوات الفضائية العربية؟

يبين الجدول رقم (٥) أن أفراد العينة يفضلون مشاهدة برامج الحوار والرأي في القنوات الفضائية العربية على انفراد بنسبة ٥١,٢٪، فيما

جدول رقم (٥) تفضيل أفراد العينة خلال مشاهدتهم لبرامج الحوار والرأي في القنوات الفضائية.

%	النكرارات	فضيل لمشاهدة
٥١,٢	٦٧	١ على إنفراد
٣٣,٦	٤٤	٢ مع الأسرة
١٥,٢	٢٠	٣ مع الأصدقاء
١٠٠	١٣١	المجموع*

\* سمح في هذا السؤال باختيار أكثر من بديل

في المرتبة الرابعة بنسبة ١٤,٣٪، تليها مباشرة البرامج المنوعة بنسبة ١٢,٤٪، وحصلت المسلسلات على المرتبة السادسة بنسبة ١٢,١٪. ويستنتج من النتائج أن أفراد العينة يفضلون متابعة الأخبار، ويتمسكون بها بحكم التطورات التي تشهدها الساحة العربية العالمية، وقد استخدمت القنوات الفضائية مؤخرًا نمطاً جديداً في النشرات الإخبارية، حيث أدخلت اللقاءات الحية ضمن هذه النشرات، وهو ما يشبه إلى حد كبير- برامج الحوار والرأي من خلال الاستعانة بالمتخصصين في القضايا المطروحة.

انفرد أو مع الأسرة؛ وهو الأمر الذي عادةً ما يكون أفراد العينة متواجدين في المنزل للمشاهدة.

#### هـ. نوعية المشاهدة:

يبين الجدول رقم (٥) حصول الأخبار على المرتبة الأولى بنسبة ٢٣,٥٪، وجاءت برامج الحوار والرأي في المرتبة الثانية بنسبة ٢٠,٣٪، فيما حصلت الأفلام على المرتبة الثالثة بنسبة ١٥,٠٪، وجاءت الوثائقيات

جدول رقم (٦) نوعية المشاهدة

نوعية المشاهدة	المجموع*	النكرارات	%
الأخبار	١	٨٩	٢٣,٥
برامج الحوار والرأي	٢	٧٧	٢٠,٣
الأفلام	٣	٥٧	١٥,٠
الوثائقيات	٤	٥٤	١٤,٣
البرامج المنوعة	٥	٤٧	١٢,٤
المسلسلات	٦	٤٦	١٢,١
المباريات	٧	٥	١,٣
البرامج الدينية والثقافية	٨	٤	١,١
		٣٧٩	١٠٠

\* سمح في هذا السؤال باختيار أكثر من بديل

أطر الحوار، وتقديم وجهات النظر المختلفة للرأي العام العربي والعالمي على حد سواء. وعلى غرار قناة الجزيرة ظهرت مؤخرًا قناة العربية، لتكمل منظومة الحوار التليفزيوني في المنطقة العربية ولتساهم هي الأخرى في إذكاء الحوار والمشاركة من خلال جملة من البرامج التي تقدمها للمشاهدين. وربما يعود السبب في حصولها على المرتبة الثانية أمراً هاماً وأساسياً بحكم عدم اعتمادها على الرأس المال الحكومي، فقد استقطعت نخبة من الإعلاميين البارزين في الوطن العربي لتقديم تلك البرامج. فيما تفاوت النسب بين بقية القنوات الفضائية العربية الأخرى، وإن كان بعضها مملوكاً من قبل الحكومات، إلا أنها نشطة إلى حد ما في تقديم برامج حوارية تقدم آراء متعددة في مختلف المجالات. وربما يستنتج أيضاً في تحول القنوات المملوكة للحكومات إلى تبني لغة الحوار جاء بعد أن حركت قناة الجزيرة المياه الراكدة، وأشعلت بذلك لغة المنافسة الإعلامية في المنطقة العربية، وهو أمر يحسب لها بعد سنوات من الاعتماد على سياسية الرأي الواحد في المنطقة.

بـ. أسباب مشاهدة برامج الحوار والرأي في القنوات الفضائية العربية يبين الجدول رقم (٨) أن أحد أسباب مشاهدة برامج الحوار والرأي في القنوات الفضائية العربية يعود إلى الحقائق التي تكشفها. وحصلت بذلك على المرتبة الأولى بنسبة ٢٢,٧٪، وجاء موضوع تغطيتها السريعة للأحداث في المرتبة الثانية بنسبة ١٧,٣٪، بينما حصل موضوع تمعتها

#### ٢. القنوات المفضلة للمشاهدة بشكل عام:

يبين الجدول رقم (٧) حصول (قناة الجزيرة) على المرتبة الأولى بنسبة ٣١,٤٤٪، تليها مباشرة (قناة العربية) بنسبة ٢١,٢٨٪، فيما حصلت (قناة أبوظبي) على المرتبة الثالثة بنسبة ٦,٣٢٪، وجاءت قناتاً (MBC) و دبي في المرتبة الرابعة بنسبة ٦,٤٤٪، وحصلت (قناة LBC) على المرتبة السادسة بنسبة ٣,٦١٪، وجاءت (قناة الحرة) في المرتبة السابعة بنسبة ٣,٤١٪، فيما حصل كل من (تلفزيون سلطنة عمان وقناة المستقبل) على المرتبة الثامنة بنسبة ٣,١٧٪، بينما حصلت (قناة الرأي الكويtie) على المرتبة العاشرة بنسبة ٣,٠٩٪، وجاءت (قناة المنار) في المرتبة الحادية عشرة بنسبة ٣,٠٢٪.

ويستنتج من النتائج الموضحة إلى أفضليّة مشاهدة قناة الجزيرة؛ ربما تكونها تقدم حصيلة معرفية ومعلوماتية من خلال مجموعة من القنوات الفضائية العربية التي تبنت (أسلوب الرأي والرأي الآخر)، خاصة وأن هذا النوع من البرامج يعد غائباً في العالم العربي. كما أن قناة الجزيرة قدّمت للعالم العربي نخبة من المثقفين السياسيين العرب والأجانب في حوارات مباشرة، لم تكن ضمن الثقافة الحوارية الإعلامية العربية. وربما جاء حصول الجزيرة على المرتبة الأولى أمراً منطقياً لمساهمتها في تحريك

جدول رقم (٧) القنوات الفضائية العربية المفضلة للمشاهدة بشكل عام.

القنوات المفضلة	النكرارات	%
الجزيرة	٢٤	٣١,٤٤
العربية	١٦	٢١,٢٨
أبو ظبي	٥	٦,٣٣
MBC	٥	٦,٣٣
دبي	٥	٦,٣٣
LBC	٣	٣,٦١
الحرة	٣	٣,٦١
تلفزيون سلطنة عمان	٢	٣,١٧
المستقبل	٢	٣,١٧
الرأي	٢	٣,١٧
المنار	٢	٣,١٧

تتركز على الإنجازات التنموية في مختلف المجالات، ولكن هذه القنوات التي تقدم برامج حوارية تعتمد على الشفافية وظهور آراء متعددة يبرر حصولها على المرتبة الأولى. كما أن التغطية السريعة للأحداث، وكذلك مهنية المحاورين وموضوعية الموضوعات ومصداقيتها، ربما يعطيها السبق في المتابعة والاهتمام من قبل أفراد العينة، حيث يتطلع الإنسان دوماً إلى اكتساب مهارات معرفية جديدة، إضافة إلى تنوع الآراء من مختلف الثقافات، وهذا يكسبها مصداقية -إلى حد ما- في القضايا التي تطرحها البرامج الحوارية. وربما يعود السبب أيضاً إلى أنَّ القنوات الفضائية العربية الخاصة قد تحررت من تبعية الإعلام الرسمي، وتبنَّت مفاهيم عصرية تتماشى ولغة العصر الرقمية التي تتيح الوصول إلى المعلومات بكل سهولة ويسر.

بالحرية عن غيرها على المرتبة الثالثة بنسبة ١٤,٩٪، وجاء موضوع قدرة المحاورين على إدارة الحوارات في المرتبة الرابعة بنسبة ١٤,٢٪، أما قضية الموضوعية التي طرحتها البرامج الحوارية في تلك القنوات فقد جاءت في المرتبة الخامسة بنسبة ١١,٢٪، فيما حصل موضوع أنها تقدم تلك البرامج في أوقات مناسبة على المرتبة السادسة بنسبة ٧,٩٪، يليها مباشرة كل من المصداقية والآنية في برامج الحوار والرأي في مرتبة واحدة بنسبة ٦,١٪، بينما حصلت قضيتنا منصب الضيف وأهميته، وكذلك تفريغ الهموم في المرتبة الأخيرة وبنسبة متساوية على ٣٪.

وربما يكون السبب في تصدر موضوع الحقائق التي تكشفها له ما يبرره في الوطن العربي، حيث اعتمد المشاهد العربي على نمطية محددة، يقدمها له الإعلام الرسمي المملوك للحكومة من البرامج الحوارية التي

جدول رقم (٨) أسباب مشاهدة برامج الحوار والرأي في القنوات الفضائية العربية.

أسباب المشاهدة	النكرارات	%
لكشفها الحقائق	٦٧	٢٢,٧
لتغطيتها السريعة للأحداث	٥١	١٧,٣
لتمتنها بالحرية عن غيرها	٤٤	١٤,٩
لقدرة المحاورين على إدارة الحوارات	٤٢	١٤,٢
لموضوعيتها	٣٣	١١,٢
تقديم البرامج في أوقات مناسبة	٢٠	٦,٩
لمصادقيتها	١٨	٦,١
لأنيتها	١٨	٦,١
وظيفة الضيف وأهميته	١	٠,٣
لتفریغ الهموم	١	٠,٣
<b>المجموع*</b>	<b>٢٩٥</b>	<b>١٠٠</b>

\* سمح في هذا السؤال باختيار أكثر من بديل

السياسية من بين الموضوعات الحوارية التي تقدمها القنوات الفضائية العربية، ربما له من يبرره في هذه المرحلة لكونها مرحلة تتس بالانفتاح المعرفي والتقني هذا من جانب، ومن جانب آخر فربما يكون لنمطية الإعلام الرسمي الموجه دور ملحوظ في عملية التوجيه السياسي من قبل الحكومات العربية؛ ولهذا وجد المشاهد العربي مساحة كبيرة يتحرك من خلالها لمتابعة الأنشطة السياسية في القنوات الفضائية العربية بمنتهية أخرى، تعتمد على تقديم وجهات النظر المختلفة، ومن أطراف يملكون القدرة على تقديم تحليلات سياسية وغيرها من الموضوعات بصورة متخصصة تشبع رغبات المشاهدين. كما أن الأمر ينسحب على بقية الموضوعات التي تقدمها برامج الحوار والرأي في القنوات الفضائية العربية والموضحة في الجدول رقم (٨) وإن اختلف زاوية أفراد العينة في أفضلية المتابعة لتلك الموضوعات، إلا أنها تساهم في تنوع الآراء والمعلومات المقدمة بشفافية وموضوعية إلى حد ما.

ج. موضوعات برامج الحوار والرأي التي يحرص أفراد العينة على متابعتها في القنوات الفضائية العربية

يبين الجدول رقم (٩) حصول الموضوعات السياسية على المرتبة الأولى بنسبة ٢٦,٣٪، وجاءت الموضوعات الثقافية في المرتبة الثانية بنسبة ١٨,٢٪، فيما حصلت الموضوعات الاجتماعية على المرتبة الثالثة بنسبة ١٤,١٪، وحصلت الموضوعات الدينية على المرتبة الرابعة بنسبة ١٠,٧٪، يليها مباشرة الموضوعات الفنية بنسبة ٨,٤٪، بينما جاءت الموضوعات التربوية في المرتبة السادسة بنسبة ٧,٢٪، وجاءت الموضوعات الاقتصادية على المرتبة السابعة بنسبة ٦,٩٪، وقد حصلت الموضوعات الرياضية في المرتبة الثامنة بنسبة ٤,٣٪، ويسنتج من البيانات الموضحة في الجدول تصدر الموضوعات

جدول رقم (٩) موضوعات برامج الحوار والرأي في القنوات الفضائية العربية

الموضوعات	%	النكرارات
سياسية	١	٩١
ثقافية	٢	٦٣
اجتماعية	٣	٤٩
دينية	٤	٣٧
فنية	٥	٢٩
تربيوية	٦	٢٥
اقتصادية	٧	٢٤
رياضية	٨	١٥
تنموية	٩	١٣
<b>المجموع*</b>	<b>١٠٠</b>	<b>٣٤٦</b>

\* سمح في هذا السؤال باختيار أكثر من بديل

ويتضح من النتائج تفضيل الصحفة العمانية من الأكاديميين والإعلاميين -على حد سواء- متابعتهم لبرامج قناة الجزيرة، وهو أمر تؤكد نتائج الدراسة، من خلال تصدر هذه القناة لرغبات الصحفة العمانية. أما فيما يتعلق بالبرامج الحوارية المفضلة لعينة الدراسة، فإن تصدر (برنامج الاتجاه المعاكس) ربما له ما يبرره لكون البرنامج يعتمد على حوار المواجهة بين شخصيتين متخصصتين إلا أنها غير متفقين في الرأي، حيث يساهم البرنامج في تبيان الحقائق التي قد تكون غير واضحة لكثير من المتابعين، وبالتالي فإن تصدر البرنامج جاء بعد ركود في الحوار شهدته المنطة العربية لأكثر من ثلاثة عقود. كما أن برامج الحوار والرأي في قناة الجزيرة والقنوات الفضائية العربية الأخرى تساهم في توفير حلقة معرفية وملوئية للمشاهدين، إضافة إلى مساحتها -إلى حد ما- في إشكاء مفهوم الحوار في العالم العربي.

د. البرامج الحوارية المفضلة للمشاهدة في القنوات الفضائية العربية يشير الجدول رقم (١٠) إلى تصدر برنامج قناة الجزيرة، حيث حصل برنامج (الاتجاه المعاكس) على المرتبة الأولى بنسبة ٢١,٦٣٪، وجاء برنامج (أكثر من رأي -قناة الجزيرة-) في المرتبة الثانية بنسبة ١٥,٤٤٪، فيما حصل برنامج (بلا حدود -قناة الجزيرة-) على المرتبة الثالثة بنسبة ١٠,١٤٪، وجاء برنامج (الشريعة والحياة -قناة الجزيرة-) وقلم رصاص (قناة دبي-) في المرتبة الرابعة بنسبة ٥,٥٩٪، وحصل برنامج (بالعربي -قناة العربية-) على المرتبة السادسة بنسبة ٣,٥٨٪، بينما جاء برنامج (خليك في البيت -قناة المستقبل-) في المرتبة السابعة بنسبة ٣,٥١٪، وحصل برنامج (بانوراما -قناة العربية-) على المرتبة الثامنة بنسبة ٢,٩٨٪، فيما جاء برنامج (شاهد على العصر -قناة الجزيرة-) في المرتبة التاسعة بنسبة ٢,٦٨٪، وأخيراً حصل برنامج (الحدث والذي يبث من قناة (١) على المرتبة العاشرة بنسبة ٢,٣٨٪.

جدول رقم (١٠) البرامج الحوارية المفضلة للمشاهدة في القنوات الفضائية العربية.

البرامج المفضلة	النكرارات	%
الاتجاه المعاكب	١٧	٢١,٦٣
أكثر من رأي	١٢	١٥,٤٤
بلا حدود	٨	١٠,١٤
الشريعة والحياة	٤	٥,٥٩
قلم رصاص	٤	٥,٥٩
بالعربي	٣	٣,٥٨
خليك في البيت	٣	٣,٥٨
بانوراما	٢	٢,٩٨
شاهد على العصر	٢	٢,٩٨
الحدث	٢	٢,٩٨

بنسبة ٤,٩٪، فيما حصلت خديجة بن قنة مقدمة النشرات الإخبارية وبعض البرامج السياسية والدينية على المرتبة الثامنة بنسبة ٣,٥٤٪، وجاء مدير مكتب الجزيرة في بيروت غسان بن جدو في المرتبة التاسعة بنسبة ٢,٧١٪، وحصلت الإعلامية جزيل خوري مقدمة برنامج (بالعربي) من قناة العربية على المرتبة العاشرة بنسبة ٢,٣٣٪، بينما جاءت كل من ليلى الشيفاني وشذا عمر مقدمة برنامج (الحدث) من قناة LBC في المرتبة الحادية عشرة بنسبة ٢,٠٣٪.

ويستدل من النتائج أن الصفة العمانية من الأكاديميين والإعلاميين الممثلين لعينة الدراسة يفضلون قناة الجزيرة؛ وربما يكون السبب في ذلك لكونها السابقة في تبني مصطلح (الرأي والرأي الآخر) في العالم العربي، ولكنها أيضاً تقدم برامج الحوار الجريئة غير المعهودة في

هـ-مقدمو برامج الحوار والرأي في القنوات الفضائية العربية ي Bibin الجدول رقم (١١) تصدر مقدمي برامج الحوار والرأي من قناة الجزيرة، حيث حصل فيصل القاسم مقدم برنامج (الاتجاه المعاكب) على المرتبة الأولى بنسبة ١٧,٧٠٪، يليه مباشرةً أحمد منصور مقدم برنامج (بلا حدود وشاهد على العصر) بنسبة ١٤,٩٢٪، وجاء سامي حداد مقدم برنامج (أكثر من رأي) في المرتبة الثالثة بنسبة ١٢,١٣٪، وحصل محمد كريشان مقدم نشرات الأخبار وبعض البرامج السياسية على المرتبة الرابعة بنسبة ٧,٦١٪، فيما جاء زاهي وهبي مقدم برنامج (خليك في البيت) لقناة المستقبل في المرتبة الخامسة بنسبة ٥,٥٠٪، وحصل الإعلامي حمدي قنديل مقدم برنامج (قلم رصاص) لقناة دبي على المرتبة السادسة بنسبة ٤,٤٤٪، وجاءت الإعلامية منتهي الرحمي مقدمة النشرات وبرنامج (بانوراما) من قناة العربية في المرتبة السابعة

جدول رقم (١١) مقدمو برامج الحوار والرأي في القنوات الفضائية العربية

أفضل مقدم	النكرارات	%
فيصل القاسم	١٤	١٧,٧٠
أحمد منصور	١١	١٤,٩٢
سامي حداد	٩	١٢,١٣
محمد كريشان	٦	٧,٦١
زاهي وهبي	٤	٥,٥٠
حمدى قنديل	٣	٤,٤٤
منتهي الرحمي	٣	٤,٤٤
خديجة بن قنة	٣	٤,٤٤
غسان بن جدو	٢	٢,٧١
جزيل خوري	٢	٢,٧١
لily الشيفاني	٢	٢,٧١
شذا عمر	٢	٢,٧١

المرتبة الرابعة بنسبة ١٥,٣٪، أعقبتها مباشرة في المرتبة الخامسة موضوعية النقاش بنسبة ١٣,١٪، بينما جاء الاستفادة من الوقت في المرتبة السادسة بنسبة ٧,٥٪، ليه مباشرة في المرتبة السابعة موضوع إعطاء وقت كاف للنقاش بنسبة ٤,١٪، بينما جاء موضوع انتقاء الموضوع في المرتبة الثامنة بنسبة ٢,٩٪، وحصل موضوع لغة الحوار الراقية على المرتبة الأخيرة بنسبة ٤,٠٪.

وي逞 من بيانات الجدول أن الأسباب ربما تكون موضوعية، خاصة إذا ما قورنت بالبرامج الحوارية التي تقدمها قنوات التلفزة الوطنية المملوكة للحكومات، باعتبارها قنوات توجيهية، ولهذا جاءت الأسباب التي عرضها أفراد العينة منطقية -إلى حد ما- التي من خلالها يكتسب المتابع معلومات مهمة تناقش قضايا لها علاقة بالواقع، وربما تفتح هذه البرامج الحوارية آفاقا جديدة، لعل من أهمها اكتساب ثقافة الحوار مغايرة، تعتمد على التعددية وقبول الرأي الآخر.

المنطقة، إضافة إلى وجود مجموعة من الإعلاميين البارزين الذين يقودون دفة الحوار التليفزيوني. ولهذا جاءت النتائج متسبة ومتباقة من خلال اتجاهات أفراد العينة لمتابعة قناة الجزيرة. فأفضلية القناة كانت للجزيرة وأفضلية برامج الحوار والرأي كانت للجزيرة، وفي بيانات الجدول (١١) توضح أفضلية مقدمي برامج الحوار والرأي، ولهذا فقد فاقت قناة الجزيرة بقية القنوات الفضائية العربية في قدرتها على استقطاب النخبة العمانية للمتابعة والاستفادة من تلك البرامج.

وأسباب تفضيل برامج الحوار والرأي في القنوات الفضائية العربية يبيّن الجدول رقم (١٢) أن أسباب تفضيل برامج الحوار والرأي في القنوات الفضائية العربية تعود إلى الحرية في إبداء الرأي، التي تصدرت الترتيب بحصولها على نسبة ٢١,٦٪، وجاءت في المرتبة الثانية عمّق التحليل بنسبة ١٧,٩٪، فيما حصل حسن إدارة المذيع للحوار على المرتبة الثالثة بنسبة ١٧,٢٪، وجاء موضوع الضيوف المشاركين في

جدول رقم (١٢): أسباب تفضيل برامج الحوار والرأي في القنوات الفضائية العربية

أسباب التفضيل	المجموع*	النكرارات	%
الحرية في إبداء الرأي	١	٥٨	٢١,٦
عمق التحليل	٢	٤٨	١٧,٩
حسن إدارة المذيع للحوار	٣	٤٦	١٧,٢
الضيوف المشاركين	٤	٤١	١٥,٣
موضوعية النقاش	٥	٣٥	١٣,١
الاستفادة من الوقت	٦	٢٠	٧,٥
إعطاء وقت كاف للنقاش	٧	١١	٤,١
انتقاء الموضوعات	٨	٨	٢,٩
لغة الحوار راقية	٩	١	٠,٤
٢٦٨			١٠٠

\* سمح في هذا السؤال باختيار أكثر من بديل

الصراخ والعويل أحياناً بنسبة ٣٠٪.

ويستدل من بيانات الجدول أن أفراد العينة ربما يشعرون بوجود جانب سلبية في برامج الحوار والرأي في القنوات الفضائية العربية، وهو أمر له ما يبرره نظرا لكثر البرامج الحوارية المقدمة في تلك القنوات، وربما يعود السبب أيضا إلى وجود ثقافة مختلفة لدى أفراد العينة في عدم الوثوق بشكل مطلق في تلك البرامج؛ لكونهم كانوا يعتمدون على رسالة إعلامية موجهة لفترات طويلة من الزمن، شكلت لديهم نوعا من التوجس والحدر من البرامج الحوارية المقدمة في تلك القنوات الفضائية العربية هذا من جانب، ومن جانب آخر فإن تكرار الضيوف في أكثر من برنامج، وأكثر من قضية، يجعل المتتابع يتوجّه الدقة فيما يتبعه نظرا لاختلاف الرؤى والتوجهات المقدمة من قبل الضيوف، وهو أمر ربما يكون فيه شيء من الموضوعية؛ نظرا لكثر المواجهات الحوارية المبنية على التشتّد في الطرح، وكذلك التطرف والطعن في الآراء المطروحة في أحابين

نـ. الجوانب السلبية في برامج الحوار والرأي في القنوات الفضائية العربية  
يبين الجدول رقم (١٣) أن الجوانب السلبية في برامج الحوار والرأي في  
القنوات الفضائية العربية تكمن في الإعلانات المستمرة أثناء فترة بث  
البرامج، حيث احتلت هذه العبارة صدارة الترتيب بحصولها على نسبة  
١٥,٣٪، تليها مباشرة أنها تراعي مصالح الدول بنسبة ١٢,١٪، فيما  
جاء اختيار ضيوف غير مناسبين في المرتبة الثالثة بنسبة ١١,٨٪،  
وحصل الخوف من الوقوع في المحظوظ على المرتبة الرابعة بنسبة  
١١,٤٪، وجاء تكرار الموضوعات في المرتبة الخامسة بنسبة ٩,٥٪، يليه  
مباشرة في المرتبة السادسة تقيد الحرية بنسبة ٩,١٪، وحصل الشعور  
بأن المكالمات الخارجية مفتعلة على الترتيب السابع بنسبة ٧,٢٪، وجاء  
غياب المصداقية في المرتبة الثامنة بنسبة ٦,٩٪، بينما جاءت عبارات  
تكرار الضيوف في معظم البرامج والشعور بوجود مجاملات بين الضيوف  
في المرتبة التاسعة بنسبة ٥,٦٪، وحصلت عبارة أن البرامج أصبحت  
مركزًا ثالثًـ الفرقـة على العاشرة بنسبة ٥,٢٥٪، وأخيراً يغلـ علىـها

كثيرة.

جدول رقم (١٣): الجوانب السلبية في برامج الحوار والرأي في القنوات الفضائية العربية

الجوانب السلبية		%	التكارات
١	الإعلانات المستمرة أثناء البرامج	١٥,٣	٤٧
٢	تراعي مصالح الدول	١٢,١	٣٧
٣	اختيار ضيوف غير مناسبين	١١,٨	٣٦
٤	الخوف من الوقوع في المحظوظ	١١,٤	٣٥
٥	تكرار الموضوعات	٩,٥	٢٩
٦	نقيد الحرية	٩,١	٢٨
٧	الشعور بأن المكالمات الخارجية مفتعلة	٧,٢	٢٢
٨	غياب المصداقية	٦,٩	٢١
٩	تكرار الضيوف في معظم البرامج	٥,٦	١٧
١٠	الشعور بوجود مجامالت بين الضيوف	٥,٦	١٧
١١	أصبحت مركزاً لبث الفرق	٥,٢	١٦
١٢	يغلب عليها الصراخ والعويل أحياناً	٠,٣	١
<b>المجموع*</b>		<b>١٠٠</b>	<b>٣٠٦</b>

\* سمح في هذا السؤال باختيار أكثر من بديل

حوارية شكلت ضغطاً مستمراً على أداء الإعلام الرسمي، مما كان له صدى إيجابي في تحريك آلية الإعلام الرسمي، حيث أصبح يقدم برامج حوارية، وإن كانت قليلة قياساً بالقنوات الفضائية الخاصة، إلا أنها تعتبر تحولاًهما في الخريطة البرامجية لهذا من جانب، ومن جانب آخر فربما يكون الخوف سبباً آخر من فقدان المشاهدين لتلك القنوات، وبالتالي فإن التغيير أصبح مطلوباً في المرحلة الحالية؛ حتى تظل تلك القنوات في دائرة المنافسة الشرسة التي تشهدها الساحة الإعلامية العربية.

٣. برامج الحوار والرأي ومدى مساحتها في تغيير أداء الإعلام الرسمي  
أ. مساهمة برامج الحوار والرأي في القنوات الفضائية العربية في تغيير أداء الإعلام الرسمي  
يبين الجدول رقم (١٤) أن درجة مساهمة برامج الحوار والرأي في القنوات الفضائية العربية بلغت نسبة ٨٠٪، فيما كانت النسبة التي أشارت إلى عدم مساحتها في تغيير أداء الإعلام الرسمي ٢٠٪. وربما يكون السبب في ارتفاع درجة المساهمة له ما يبرره بحكم ظهور برامج

جدول رقم (١٤) مساهمة برامج الحوار في القنوات الفضائية العربية في تغيير أداء الإعلام الرسمي

درجة المساهمة		%	التكارات
نعم		٨٠	٨٠
لا		٢٠	٢٠
<b>المجموع</b>		<b>١٠٠</b>	<b>١٠٠</b>

من سلطة الرقيب والرقابة على المرتبة الرابعة بنسبة ١٣,٩٪، وجاء موضوع مناقشتها قضايا خلافية فكرية جديدة في المرتبة الخامسة بنسبة ١٣,٦٪، فيما حصل موضوع مواكبة المحطات التقليدية للتطور التقني على المرتبة الأخيرة بنسبة ١٢,٥٪.

ويستدل من بيانات الجدول أن شكل المساهمة جاء متواافقاً مع واقع العصر معرفياً وتقنياً، وهي إجابات ربما تكون موضوعية قياساً بحركة

ب. كيفية مساهمة برامج الحوار في القنوات الفضائية العربية في تغيير أداء الإعلام الرسمي.  
يبين الجدول رقم (١٥) أن برامج الحوار والرأي في القنوات الفضائية العربية خلقت جواً من المنافسة؛ وتتصدر بذلك الترتيب بنسبة ٢٣,٧٪، وحصل موضوع مساحتها في تنمية المجتمع سياسياً على المرتبة الثانية بنسبة ١٨,٥٪، وجاء موضوع أنها فتحت آفاقاً للحوار وتقبل الرأي في المرتبة الثالثة بنسبة ١٧,٨٪، بينما حصل موضوع أنها خفت

للقضايا، وهو أمر ترى فيه عينة الدراسة ممارسة لسلطة الرقابة والرقابة على الرسالة الإعلامية.

الإعلام الرسمي في هذا الشأن هذا من جانب، ومن جانب آخر فربما يكون أداء الإعلام الرسمي موجهاً أكثر من كونه متعددًا في طريقة تناوله

جدول رقم (١٥): كيفية المساهمة في التغيير

شكل المساهمة	المجموع*	النكرارات	%
خلفت جواً من المنافسة	٦٨	٢٣,٧	٢٣,٧
ساهمت في تنمية المجتمع سياسياً	٥٣	١٨,٥	١٨,٥
فتحت آفاقاً للحوار وتقبل الرأي	٥١	١٧,٨	١٧,٨
خففت من سلطة الرقابة والرقابة	٤٠	١٣,٩	١٣,٩
تناقض قضايا خلافية فكرية جديدة	٣٩	١٣,٦	١٣,٦
مواكبة المحطات التقليدية للتطور الفني	٣٦	١٢,٥	١٢,٥
	٢٨٧	١٠٠	

\* سمح في هذا السؤال باختيار أكثر من بديل

ويستدل من بيانات الجدول، أن أفراد العينة يرون أن التمسك بالنظام والسياسات الإعلامية القائمة ربما لا تزال من الهواجس التي تشغله عينة الدراسة، وهو هاجس ربما له ما يبرره في ظل عالمي التطور والافتتاح الذي شهدتها الساحة الإعلامية العربية، وكذلك التنافس الشديد على استقطاب عدد كبير من المتابعين لبرامج الحوار والرأي في معظم القنوات العربية، التي لا تخضع للإدارة الحكومية. وربما يكون السبب أيضاً التمسك بالخيارات التنموي في أداء الإعلام الرسمي لكونه عاملاً مهماً في توجيه المواطنين نحو البرامج التي تقدمها الحكومات لشعوبها، وهو أمر مختلف معه لكونه لم يعد عنصراً فاعلاً في تجسيد الرؤية الإعلامية الجديدة التي تنشد الحوار وتعديديّة الطرح.

ج. أسباب عدم مساهمة برامج الحوار والرأي في القنوات الفضائية العربية في تغيير أداء الإعلام الرسمي

يبين الجدول رقم (١٦) تصدر موضوع التمسك بالنظام والسياسات الإعلامية القائمة الترتيب بنسبة ٢٠,٩٪ من أسباب عدم مساهمة برامج الحوار والرأي في القنوات الفضائية في تغيير أداء الإعلام الرسمي، يليه مباشرة موضوعاً وجود قيادات إعلامية ترفض التغيير، وعدم وجود سياسات إعلامية واضحة بنسبة ١٧,٩٪، وجاء موضوعاً استمرارية الخطاب الإعلامي التقليدي، وغياب الجانب المهني في المرتبة الرابعة بنسبة ١٦,٤٪. بينما حصل موضوع الاهتمام بالقضايا الترفية على المرتبة الأخيرة بنسبة ١٠,٥٪.

جدول رقم (١٦): أسباب عدم مساهمة برامج الحوار والرأي في تغيير أداء الإعلام الرسمي

أسباب عدم المساهمة	المجموع*	النكرارات	%
التمسك بالنظام والسياسات الإعلامية القائمة	١٤	٢٠,٩	٢٠,٩
وجود قيادات إعلامية ترفض التغيير	١٢	١٧,٩	١٧,٩
عدم وجود سياسات إعلامية واضحة	١٢	١٧,٩	١٧,٩
استمرارية الخطاب الإعلامي التقليدي	١١	١٦,٤	١٦,٤
ضعف الجانب المهني	١١	١٦,٤	١٦,٤
الاهتمام بالجوانب الترفية	٧	١٠,٥	١٠,٥
	٦٧	١٠٠	

\* سمح في هذا السؤال باختيار أكثر من بديل

يشير الجدول رقم (١٧) إلى ارتفاع فائدة تزويد أفراد العينة بالمعلومات حول الأحداث الجارية، حيث حصل على أعلى متوسط حسابي قدره ٢,٨٤، وكذلك هناك ارتفاع ملحوظ في إبراز التحليلات ووجهات النظر المختلفة بمتوسط حسابي قدره ٢,٦٧، وهناك أيضاً ارتفاع في الوقف

٤. آراء عينة الدراسة حول الفائدة من مشاهدة برامج الحوار والرأي في القنوات الفضائية العربية  
أ-الفائدة التي يسعى من خلال أفراد العينة من مشاهدة برامج الحوار والرأي في القنوات الفضائية العربية.

وكذلك السيطرة المباشرة من قبل الحكومات على محتوى هذه البرامج؛ مما يفقدها فاعليتها وتأثيرها.

وتشير بيانات الجدول رقم (١٧) أيضاً بشأن العلاقة بين الإعلاميين والأكاديميين من الفائدة المرجوة من مشاهدة برامج الحوار والرأي إلى وجود علاقة دالة بين الفتئين بالنسبة لقضية الهروب من البرامج الحوارية الموجهة من قبل الحكومات عند مستوى مئوي ٠٠٠١ لصالحة الإعلاميين، بينما لا توجد فروق بين الإعلاميين والأكاديميين بالنسبة للرأيهم في بقية القضايا المرتبطة بفائدة البرامج الحوارية.

على القضايا العربية والقومية بمتوسط حسابي قدره ٤٨٪. وفيما يلاحظ هناك انخفاض فتني الهروب من البرامج الحوارية الموجهة من قبل الحكومات، وشخصية مقدمي برامج الحوار والرأي بمتوسط حسابي قدره ٢٢٪، و ٢٠٪ على التوالي. وربما نجد أن ارتفاع قيمة الفائدة من مشاهدة برامج الحوار والرأي في القنوات الفضائية العربية في الفئات الثلاث الأولى له ما يبرره بحكم أن المشاهد العربي بحاجة ماسة – إلى حد كبير – إلى معلومات والتعرف على وجهات النظر المتعارضة، إضافة إلى أنه بحاجة إلى التعمق أكثر في معرفة قضياب العربية وال القومية. أما أسباب تدني المشاهدة فيمكن رده إلى ضعف شخصية مقدمي البرامج،

جدول رقم (١٧): الفروق بين الإعلاميين والأكاديميين فيفائدة من مشاهدة برامج الحوار والرأي في القنوات الفضائية العربية.

الفوائد	الصفوة	ن	المتوسط الحسابي	قيمة ت	مستوى المعنوية
١ تزويني بالمعلومات حول الأحداث الجارية	إعلامي أكاديمي	٥٠	٢,٨٦ ٢,٨٢	٠,٤٠ ٠,٣٩	٠,٥٥
٢ إبراز التحليلات ووجهات النظر المختلفة	إعلامي أكاديمي	٥٠	٢,٦٦ ٢,٦٨	٠,٥٢ ٠,٥١	٠,١٩٤
٣ الالتفاف على القضايا العربية والقومية	إعلامي أكاديمي	٥٠	٢,٤٢ ٢,٥٤	٠,٧٠ ٠,٥٨	٠,٩٣٢
٤ الهمش من الحرية المتناثر أثناء الحوارات	إعلامي أكاديمي	٥٠	٢,٢٠ ٢,٢٦	٠,٦٧ ٠,٦٦	٠,٤٥٠
٥ لمعرفة الاتجاهات المعارضة للأنظمة السياسية	إعلامي أكاديمي	٥٠	٢,٣٢ ٢,١٤	٠,٧١ ٠,٨١	١,١٨١
٦ البحث عن آراء واقعية غير مسيئة	إعلامي أكاديمي	٥٠	٢,٢٨ ٢,١٦	٠,٧٨ ٠,٧٩	٠,٧٦٢
٧ للهروب من البرامج الحوارية الموجهة من قبل الحكومات	إعلامي أكاديمي	٥٠	٢,٢٤ ١,٧٦	٠,٦٦ ٠,٧٧	٣,٣٥٢
٨ شخصية مقسم ببرامج الحوار والرأي	إعلامي أكاديمي	٥٠	٢,٤٤ ٢,٢٤	٠,٦٤ ٠,٦٩	١,٥٠٢

ويتضح من الجدول أيضا دور برامج الحوار والرأي في القنوات الفضائية العربية في التشجيع على المشاركة في الحياة العامة، وكذلك حل المشكلات التي تواجهه أفراد العينة. ورغم تدني المتوسط الحسابي لهاتين الفتنتين، إلا أنها حفزتا المشاهدين - ولو بدرجة بسيطة - على المشاركة في الحياة العامة، وهو أمر كان لا يقوم به الإعلام العربي الرسمي طوال العقود الماضية. ومع ظهور التعددية الإعلامية العربية بدأت منظومة الحوار تستقطب المتابعين، وبالتالي فقد تشكلت ثقافة جديدة عرفت بثقافة الحوار الإعلامي.

بـ. الفائدة التي تتحقق لك بالفعل من مشاهدتك لبرامج الحوار والرأي في القنوات الفضائية العربية.

يبين الجدول رقم (١٨) أن البرامج الحوارية قد اكتسبت أفراد عينة الدراسة معلومات جديدة في معظم المجالات بمتوسط حسابي قدره ٢،٦٧، بينما يلاحظ أيضاً ارتفاع في أن برامج الحوار والرأي قد وسعت من أفق عينة الدراسة ومدراكمهم بمتوسط حسابي قدره ٤،٤٣، كما أن هذه البرامج قد شجعت على إبداء الرأي في الحياة العامة بمتوسط حسابي ٢،٠٢. أما فيما يتعلق بفتني: شجعوني على ضرورة المشاركة في الحياة العامة، وأصبحت قادراً على حل المشكلات التي تواجهني فقد جاءت بمتوسط حسابي قدره ٦،٧١، و ١،٥٨ على التوالي.

وتشير بيانات الجدول رقم (١٨) أيضاً بشأن العلاقة بين الإعلاميين والأكاديميين بالنسبة للفوائد المترتبة من مشاهدة البرامج الحوارية إلى وجود علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين الفئتين بالنسبة لفائدة السادسة الخاصة بزيادة الإيمان بالقضايا الوطنية، والفائدة السابعة الخاصة بالمشاركة في الحياة العامة، وكان الفرق لصالح الإعلاميين؛ بينما تشابهت مواقف الإعلاميين والأكاديميين بالنسبة لفوائد الأخرى التي تتحقق من مشاهدة برامج الحوار والرأي في القنوات الفضائية العربية.

ومن الملاحظ أن الارتفاع في الفئات الثلاث الأولى والتي تتركز حول البناء المعرفي وتوسيع أفق أفراد العينة ومداركهم، وكذلك تشجيعهم على إبداء الرأي في الحياة العامة، ففيه من الموضوعية ما يستدعي القول بأن برامج الحوار والرأي تقوم بدورٍ إلى حد ما - بتزويد المتابعين بمعلومات مختلفة وبرؤى مختلفة أيضاً، بحكم تعددية الآراء وكذلك الشخصيات التي تتحدث عن القضايا المهمة في الشأن العربي والعالمي على حد سواء.

جدول رقم (١٨): الفروق بين الإعلاميين والأكاديميين في الفائدة التي تحققت من مشاهدة برامج الحوار والرأي في القنوات الفضائية العربية.

الفوائد	الصفوة	ن	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت	مستوى المعنوية
١ اكتسبت معلومات جديدة في ظم المجالات	إعلامي أكاديمي	٥٠	٢,٧٠	٠,٥١	٠,٥٦١	٠,٥٧٦
٢ وسعت من أفقى ومداركي	إعلامي أكاديمي	٥٠	٢,٦٤	٠,٥٦		٠,٧٩١
٣ شجعتني على إبداء الرأي في الحياة العامة	إعلامي أكاديمي	٥٠	١,٩٦	٠,٧٥	٠,٢٦٦	٠,٨٧٠
٤ أفادتني بشكل واضح في العملية السياسية	إعلامي أكاديمي	٥٠	١,٩٢	٠,٧٥		٠,٧٦٢
٥ ساعدتني على اتخاذ قرارات هامة	إعلامي أكاديمي	٥٠	٢,٤٤	٠,٦١	٠,١٦٤	٠,٣١٨
٦ أصبحت أكثر إيمانا بالقضايا الوطنية	إعلامي أكاديمي	٥٠	١,٦٠	٠,٦٤	٠,٣٠٤	٠,٠١١
٧ شجعتني على ضرورة المشاركة في الحياة العامة	إعلامي أكاديمي	٥٠	١,٥٦	٠,٦٧		٠,٠٢٠
٨ أصبحت قادرا على حل المشكلات التي تواجهني	إعلامي أكاديمي	٥٠	١,٧٤	٠,٦٤	١,٠٠٤	٠,٣٦٥

ربما يعطي دلالة أن هذه البرامج تساعده على زيادة الفرق بين الشعوب العربية، وهي برامج مصطنعة، وهي رؤية لا يمكن تعليمها ولكن يمكن الأخذ بها بحكم تنوع البرامج الحوارية التي تقدم أطريقاً مختلفة من القضايا التي تتعلق بالواقع العربي والعالمي على حد سواء، كما أن الثقافة الواسعة التي يتمتع بها مقدمو البرامج الحوارية ساهمت إلى حد كبير في توضيح بعض القضايا المهمة، وفي الوقت نفسه ساهموا إلى حد ما في تنوع الآراء. أما فيما يتعلق بتدني المتوسط الحسابي لكل من تقديم البرامج بطريقة راقية، واستغلال ضيوف البرامج للهجوم على الأنظمة السياسية، ربما يعطي دلالة أيضاً في تجسيد لغة الحوار وتقديم تعددية الآراء بعد أن كان الأمر يقتصر على رأي الحكومات وتوجهها للرأي العام العربي، وهو أمر يجب الإشارة إليه خاصة بعد ظهور قنوات فضائية عربية كسرت حاجز النظرة الأحادية للكثير من القضايا والمواضيع.

ج. رأي عينة الدراسة في برامج الحوار والرأي التي تقدمها القنوات الفضائية العربية

يبين الجدول رقم (١٩) أن هذه البرامج تساعده على زيادة الفرق بين الشعوب، حيث حصلت على أعلى مستوى بمتوسط حسابي قدره ٢,٤٥ من إجمالي رأي عينة الدراسة في برامج الحوار والرأي التي تقدمها القنوات الفضائية العربية، ليها مباشرة في الترتيب الشعور بأن البرامج الحوارية مصطنعة بمتوسط حسابي قدره ٢,٤٣، وجاء في مرتبة عالية أيضاً اعتماد مقدمي البرامج الحوارية على الثقافة الواسعة بمتوسط حسابي قدره ٢,٣٤. بينما حصلت فئة البرامج التي تقدم القضايا العربية بطريق راقية، واستغلال ضيوف البرامج فرص الهجوم على الأنظمة السياسية العربية في مرتبة متدينة بمتوسط حسابي قدره ٢,١٠، على التوالي.

ويستدل من النتائج أن ارتفاع آراء أفراد العينة في الفئات الثلاث الأولى

جدول رقم (١٩): رأي عينة الدراسة في برامج الحوار والرأي التي تقدمها القنوات الفضائية العربية

رأي أفراد العينة
١ تساعده البرامج الحوارية على زيادة الفرق بين الشعوب
٢ الشعور بأن البرامج الحوارية مصطنعة
٣ يعتمد مقدمو البرامج على الثقافة الواسعة
٤ البرامج الحوارية جريئة وتنتمي بالحرية
٥ ساهمت البرامج الحوارية في خلق رأي عام عربي
٦ غياب الشفافية لدى المشاركين في هذه البرامج
٧ البرامج التي تقدم تعرضاً للقضايا العربية بطريقة راقية
٨ يستغل ضيوف البرامج فرص الهجوم على الأنظمة السياسية العربية

العينة يرون في برامج الحوار والرأي مادة علمية تبث مباشرة أو مسجلة تقدم معلومات حية من ذوي الاختصاص في مختلف المجالات، ولهذا فإنهم يرون فيها بديلا عمليا لهم، بينما الذين لا يوافقون على ذلك فهم متمسكون بالصحافة؛ لكونها تقدم معلومات كثيرة، وفيها إسهام مباشر لكثير من القضايا، وبالتالي فإن برامج الحوار والرأي على الرغم من الصورة الحية التي تقدمها، إلا أنها تظل ناقصة في نظرهم.

##### ٥. برامج الحوار والرأي في القنوات الفضائية العربية ومقالات الرأي في الصحافة عموما

أ. مدى قدرة برامج الحوار والرأي أن تكون بديلا عن الصحافة يشير الجدول رقم (٢٠) إلى أن أفراد العينة يرون أن برامج الحوار والرأي استطاعت أن تكون بديلا عن الصحافة عموما بنسبة ٦٤٪ (نعم، و ٢٣٪)، فيما يرى ٣٦٪ من عينة الدراسة بأن تلك البرامج لا يمكن لها أن تكون بديلا عن الصحافة. وربما يعود السبب في ذلك إلى أن أفراد

جدول رقم (٢٠): مدى استطاعة برامج الحوار والرأي أن تكون بديلا عن الصحافة عموما

مدى استطاعتها	النكرارات	%
نعم	٦٤	٦٤
لا	٣٦	٣٦
المجموع	١٠٠	١٠٠

المعلوماتية، ولأن المشاهدة والاستماع أسهل جاءت في مرحلة متاخرة بمتوسط حسابي قدره ١٩,٠٠، و ٠,٠٦ على التوالي. ويتبخ من نتائج الجدول أن ارتفاع المتوسط الحسابي في الفئات الثلاث ربما جاءت لتقدم واقعا جديدا شهدته الساحة الفضائية العربية من خلال مجموعة من برامج الحوار والرأي، التي تقدم فصلا من فصول المعرفة وثقافة الحوار لدى المتابع العربي. وعلى الرغم من تدني بعض الإجابات إلا أنها تأتي ضمن اهتمام عينة الدراسة بمشاهدة تلك البرامج ومتابعتها للاستفادة من المعلوماتات المتوفرة.

ب. الشكل والكيفية حتى تكون برامج الحوار والرأي بديلا عن الصحافة: يبين الجدول رقم (٢١) وجود ارتفاع في المتوسط الحسابي في وصف هذه البرامج للأحداث مشفوعة بالصور المصاحبة بمتوسط حسابي قدره ٥٨,٠، ويليه مباشرة موضوع صراحة المتحاورين وهو يتحدثون على الهواء بمتوسط حسابي قدره ٥٦,٠، بينما كانت القضايا التي تناولت لها علاقة بالمحيط الجغرافي وقدرة الضيف على الوصف والإلقاء من الفئات التي حصلت عن متوسط حسابي عال يقدر بـ ٥٥,٠. أما فيما يتعلق بتدني كيفية أن تكون برامج الحوار والرأي بديلا عن الصحافة، فقد أوضحت إجابات أفراد العينة أن كلا من الشعور بأنها تشبع رغباتي

جدول رقم (٢١): كيفية اعتبار برامج الحوار والرأي بديلا عن الصحافة

الكيفية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
١ وصفها للأحداث مشفوعة بالصورة المصاحبة	٠,٥٨	٠,٤٩٨
٢ صراحة المتحاورين وهو يتحدثون على الهواء	٠,٥٦	٠,٥٠
٣ القضايا التي تناولت لها علاقة بالمحيط الجغرافي	٠,٥٥	٠,٥٠٢
٤ لقدرة الضيف على الوصف والإلقاء	٠,٥٥	٠,٥٠٢
٥ شخصية مقدم هذه البرامج	٠,٥٢	٠,٥٠٤
٦ الإعجاب بالشخصية - الضيف -	٠,٢٨	٠,٤٥٣
٧ أشعر بأنها تشبع رغباتي المعلوماتية	٠,١٩	٠,٣٩٣
٨ لأن المشاهدة والاستماع أسهل	٠,٠٦	٠,٢٤٤

تنوع موضوعات الرأي واختلاف القضايا على درجة متقدمة هي أيضا بمتوسط حسابي يقدر بـ ٦١,٠. أما فيما يتعلق بتدني إجابات أسباب عدم كون البرامج الحوارية بديلا عن الصحافة فقد تركزت في فئة لا يمكن الاستغناء عن الصحافة بمتوسط حسابي قدره ٦٠,٠.

ويستدل من نتائج الجدول أن هناك ارتفاعا ملحوظا في إجابات أفراد العينة، خاصة في الفئات الثلاث الأولى التي توضح أسباب عدم كون

ج. أسباب عدم اعتبار برامج الحوار والرأي في القنوات الفضائية العربية بديلا عن الصحافة يوضح من الجدول رقم (٢٢) أن شريحة الذين يرون أسباب عدم كون برامج الحوار والرأي في القنوات الفضائية العربية بديلا عن الصحافة على النحو التالي. أولا، أن الصحافة لها رونقها مهما كثرت الوسائل في مقدمة الخيارات وبمتوسط عال قدره ٨١,٠. وحصل تنوع الأقلام التي تكتب على مرتبة متقدمة بمتوسط حسابي يقدر بـ ٧٥,٠، بينما حصل

فيما يتعلّق الأمر بتدني أسباب عدم كون البرامج الحوارية بدليلاً عن الصحافة، فإنّ الأمر ترتكز حول عدم الاستغناء عن الصحافة وهو أمر ربما يكون من باب الحرص على الصحافة المطبوعة التي تشهد تنافساً إعلامياً، خاصة بعد انتشار القنوات الفضائية على نطاق واسع.

برامج الحوار والرأي بدليلاً عن الصحافة، وربما له ما يبرره خاصة وأن الصحافة تقدم طبقاً معرفياً مطبوعاً يمكن الرجوع إليه في أي وقت، على العكس من البرامج التلفزيونية التي تقدم عبر الهواء مباشرة أو مسجلة، وبالتالي لا يمكن متابعتها مرة أخرى بحكم ارتباطها بعامل الوقت. أما

جدول رقم (٢٢) أسباب عدم اعتبار برامج الحوار والرأي في القنوات الفضائية بدليلاً عن الصحافة

الأسباب	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
الصحف لها رونقها مهما كثرت الوسائل	٠,٨١	٠,٤٠١
تنوع الأقلام التي تكتب بها	٠,٧٥	٠,٤٣٩
لتنوع موضوعات الرأي واختلاف القضايا	٠,٦١	٠,٤٩٤
يمكن العودة للموضوعات في أي وقت	٠,٥٦	٠,٥٠٤
أكثر عمقاً وتحليلياً	٠,٤٢	٠,٥٠٠
لا تشعرك بأن الوقت سوف ينتهي	٠,٤٢	٠,٥٠٠
أكثر تفصيلاً	٠,٤٢	٠,٥٠٠
لا يمكن الاستغناء عن الصحافة	٠,٠٦	٠,٢٣٢

#### قناة الجزيرة.

٥. أوضحت نتائج الدراسة أن ٨٠٪ من عينة الدراسة يرون أن برامج الحوار والرأي في القنوات الفضائية العربية تساهم في تغيير أداء الإعلام الرسمي.

٦. ترى عينة الدراسة أن برامج الحوار والرأي في القنوات الفضائية العربية تزودهم بالمعلومات حول الأحداث الجارية بمتوسط حسابي قدره ٢,٨٤، وجاء إبراز التحليلات ووجهات النظر المختلفة في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي قدره ٢,٦٧.

٧. يرى ٦٤٪ من عينة الدراسة أن برامج الحوار والرأي في القنوات الفضائية العربية استطاعت أن تكون بدليلاً عن الصحافة عموماً.

#### ثانياً: اختبار الفروض:

الفرض الأول: هناك علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين معدلات تعرض الإعلاميين والأكاديميين لبرامج الحوار والرأي وبين اتجاهاتهم نحو هذه البرامج.

يبين الجدول رقم (٢٢) وجود علاقة ارتباط دالة إحصائية بين معدلات تعرض الإعلاميين والأكاديميين في سلطنة عمان لبرامج الحوار والرأي في القنوات الفضائية العربية، وتكون اتجاهاتهم نحوها، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون ٠,٢١٤، بمستوى معنوية ٠,٠٣٢، ويوضح الجدول ذاته عدم وجود علاقة ارتباط دالة إحصائية بين معدلات تعرض الإعلاميين والأكاديميين لبرامج الحوار والرأي وإشارة المضمون المتحقق، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون ٠,١٧٦، بمستوى معنوية ٠,٠٧٩، وبذلك يتحقق صحة هذا الفرض بصورة جزئية وذلك بالنسبة

#### الإجابة عن أسئلة الدراسة واختبار الفروض:

حاولت الدراسة منذ البداية معرفة اتجاهات الصحفة العمانية من برامج الحوار والرأي التي تقدمها القنوات الفضائية العربية. وقد تطلب ذلك مجموعة من الأسئلة وصياغة مجموعة من الفروض لاختبارها. وتقدم الصفحات الآتية عرضاً موجزاً للإجابة عن هذه الأسئلة بالإضافة إلى عرض نتائج اختبارات الفروض.

#### أولاً: الإجابة عن أسئلة الدراسة:

١. تشير نتائج الدراسة إلى أن جميع أفراد العينة يشاهدون القنوات الفضائية.

٢. حصلت (قناة الجزيرة) على أفضل قناة للمشاهدة، وحصلت على ٣١,٤٤٪، تليها مباشرة (قناة العربية) بنسبة ٢١,٢٨٪.

٣. يشير أفراد العينة إلى أن أسباب تفضيل مشاهدة برامج الحوار والرأي في القنوات الفضائية العربية تتمثل في حرية إبداء الرأي التي تتمتع بها هذه البرامج بنسبة ٢١,٦٪، وكذلك لعمق التحليل بنسبة ١٧,٩٪، ولحسن إدارة المذيع للحوار بنسبة ١٧,٢٪. أما الجوانب السلبية في برامج الحوار والرأي فتكتمن في الإعلانات المستمرة بنسبة ١٥,٣٪، وأنها تراعي مصالح الدول بنسبة ١٢,١٪، و اختيار ضيوف غير مناسبين بنسبة ١١,٨٪.

٤. توضح الدراسة أن أفضل البرامج الحوارية كانت من نصيب برنامج "الاتجاه المعاكس" بنسبة ٢١,٦٪، يليه برنامج "أكثر من رأي" بنسبة ١٥,٤٪، ثم برنامج "بلا حدود" بنسبة ١٠,١٤٪. وفيما يتعلق بأفضل مقاصي البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية، فقد جاء فيصل القاسم" في المرتبة الأولى بنسبة ١٧,٧٠٪، يليه "أحمد منصور" بنسبة ١٤,٩٪، ثم "سامي حداد" بنسبة ١٢,١٣٪ وجميعهم من العاملين في

جدول رقم (٢٣): معدلات التعرض لبرامج الحوار والرأي وإشباعات المضمون واتجاهات الآراء نحو تلك البرامج

اتجاهات الآراء نحو برامج الحوار والرأي		إشباعات المضمون		النوات	
مستوى المعنوية	قيمة بيرسون	ن	قيمة بيرسون	ن	معدلات التعرض
٠,٠٣٢	٠,٢١٤	١٠٠	٠,٠٧٩	١٠٠	٠,١٧٦

في القنوات الفضائية العربية واتجاهاتهم نحوها، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون للدافع الطقوسية ٠,٢٥٥، بمستوى معنوية ٠,٠٤١، وبلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون للدافع التفعية ٠,٣٢٦، بمتسوى معنوية ٠,٠٠١، وبذلك يتحقق صحة الفرض القائل بوجود علاقة ارتباط دالة إحصائيًا بين دوافع تعرّض الإعلاميين والأكاديميين لبرامج الحوار والرأي في القنوات الفضائية العربية.

الفرض الثالث: هناك علاقة ارتباط دالة إحصائيًا بين إشباعات المحتوى المتحقق من برامج الحوار والرأي في القنوات الفضائية العربية للإعلاميين والأكاديميين وبين اتجاهاتهم نحو هذه البرامج.

للعلاقة معدلات التعرض واتجاهات عينة الدراسة نحو برامج الحوار والرأي، بينما لم يتحقق صحة الجزئية الثانية من الفرض الخاصة بالعلاقة بين معدلات التعرض وإشباعات المضمون المتحققة.

الفرض الثاني: هناك علاقة ارتباط دالة إحصائيًا بين دوافع تعرّض الإعلاميين والأكاديميين لبرامج الحوار والرأي في القنوات الفضائية العربية وبين اتجاهاتهم نحوها.

يشير الجدول رقم (٢٤) إلى وجود علاقة ارتباط دالة إحصائيًا بين دوافع تعرّض الإعلاميين والأكاديميين في سلطنة عمان لبرامج الحوار والرأي

جدول رقم (٢٤): يوضح العلاقة بين الدوافع الطقوسية والتفعية لعينة الدراسة واتجاهاتهم نحو برامج الحوار والرأي

اتجاهات الآراء نحو برامج الحوار والرأي		اتجاهات الآراء		الدافع	
مستوى المعنوية	قيمة بيرسون	ن	الدافع الطقوسية	الدافع التفعية	
٠,٠٤١	٠,٢٠٥	١٠٠			
٠,٠٠١	٠,٣٢٦	١٠٠			

الفضائية العربية فالمجال مُشرّعً لإجراء المزيد من البحوث والدراسات التي تتصل باتجاهات الجمهور العام نحو هذه البرامج. بالإضافة إلى إجراء دراسات مماثلة في دول عربية أخرى، تسهم مع هذه الدراسة في إلقاءزيد من الضوء على ظاهرة برامج الحوار والرأي في القنوات الفضائية العربية، وما تثيره من قضايا بوجه عام، واتجاهات الجمهور نحوها على وجه الخصوص.

يبين الجدول رقم (٢٥) إلى وجود علاقة ارتباط دالة إحصائيًا بين إشباعات المضمون التي حققها الإعلاميون والأكاديميون من متابعتهم لبرامج الحوار والرأي في القنوات الفضائية العربية واتجاهاتهم نحو هذه البرامج، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون ٠,٢٣٥، بمستوى معنوية ٠,٠١٨، وبذلك يثبت صحة الفرض القائل بوجود علاقة ارتباط دالة إحصائيًا بين إشباعات المضمون واتجاهاتهم نحو برامج الحوار والرأي.

ما يثيره البحث من بحث جديد في إطار نتائج الدراسة، وتركيزها على دراسة اتجاهات الصفة العمانية نحو برامج الحوار والرأي في القنوات

جدول رقم (٢٥): يوضح العلاقة بين إشباعات المحتوى واتجاهات عينة الدراسة

اتجاهات الآراء نحو برامج الحوار والرأي		اتجاهات الآراء		الإشباعات	
مستوى المعنوية	قيمة بيرسون	ن	إشباعات المضمون	إشباعات المضمون	
٠,٠١٨	٠,٢٣٥	١٠٠			

### المراجع العربية:

- أبو أصبع، صالح ١٩٩٩ الاتصال الجماهيري، دار الشروق، عمان.
- أبو أصبع، صالح ٢٠٠٤ الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، دار آرام للدراسات والنشر والتوزيع، عمان.
- أبو شنب، حسين ١٩٩٩ استطلاع النخبة الفلسطينية إزاء العولمة وتحديات الغد، مجلة البحث والدراسات العربية، معهد البحث والدراسات العربية، العددان ٣٢٣١، ٣٢٣٢، ص ٢١١-٢٢٧.
- الأسود، شعبان ٢٠٠١ علم الاجتماع السياسي، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة.
- أحمد، جمال ٢٠٠١ دور الصحافة المصرية في المشاركة السياسية لدى قادة الرأي، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد الثاني، العدد الأول، ص ١٦١-٢٢٧.
- الجابر، زكي ١٩٨١ قراءة في المضمون الثقافي والإعلامي في القنوات الفضائية العربية - المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم. مطبعة المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، تونس.
- السماك، محمد ١٩٩١ تبعة الإعلام الحر. المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت.
- العبد، عاطف، وعزمي، زكي ١٩٩٣ الأسلوب الإحصائي واستخداماته في بحوث الرأي العام والإعلام، دار الفكر العربي. القاهرة.
- العبد، عاطف ٢٠٠٤ تصميم وتنفيذ استطلاعات الرأي وبحوث الإعلام والرأي العام، دار الفكر العربي، القاهرة.
- العادلي، مرتضى ٢٠٠٤ الإعلانات الصحفية - دراسة في الاستخدامات والإشباعات، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة.
- العودات، حسين ١٩٨١ كيف يمكن أن يجعل القنوات الفضائية أداة للتعریف بالثقافة العربية الإسلامية - المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، تونس.
- القليني، سوزان، ١٩٩٨ مدى اعتماد الصحفة المصرية على التليفزيونات دول مجلس التعاون الخليجي، جهاز تليفزيون الخليج، الرياض.
- بركات، وليد ٢٠٠٣ تعریض الصحفة المصرية لبرامج الرأي في القنوات التليفزيونية العربية. المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد الرابع - العدد المزدوج -، ص. ٤٩-٧٥.
- حسين، سمير ١٩٩٧ الرأي العام - الأسس النظرية والجوانب المنهجية. عالم الكتب، القاهرة.
- شلبي، كرم ١٩٨٥ الإذاعي - فنونه وخصائصه في الراديو والتليفزيون. دار الشروق للنشر والتوزيع والطباعة، جده.
- عبد الحميد، محمد ٢٠٠٠ نظريات الإعلام واتجاهات التأثير. عالم الكتب، القاهرة.
- عجوة، علي ١٩٧٨ الأسس العلمية للعلاقات العامة. عالم الكتب، القاهرة.
- ماتلار، أرمان وميشال ٢٠٠٤ تاريخ نظريات الاتصال، (ترجمة): نصر الدين لعياضي والصادق رابح، (٢٠٠٥)، المنظمة العربية للترجمة، بيروت.
- ماكيرايد، شون ١٩٨١ أصوات متعددة وعالم واحد-الاتصال والمجتمع اليوم وغدا. تقرير اللجنة الدولية لدراسة مشكلات الاتصال -اليونسكو، الشركة الوطنية للنشر والتوزيع، الجزائر.
- محمود، منى، ٢٠٠٤ تقييم الصحفة دور الأحزاب في الحياة السياسية المصرية. المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد الخامس - العدد الثاني، ص ٤٩٩-٥٥٤.
- مصطفى، هويدا، ٢٠٠٢ اتجاهات الصحفة نحو تغطية الإعلام المصري لأحداث ١١ سبتمبر وتداعياتها. المجلة المصرية لبحوث الرأي العام ،المجلد الثالث- العدد الرابع، ص. ٥٣-١٠٨.

مصطففي، هويدا ٢٠٠١ استطلاع عينة من النخبة السياسية والإعلامية حول التغطية التلفزيونية لانتخابات مجلس الشعب لعام ٢٠٠٠، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد الثاني، العدد الأول، ص ١٢٣-١٥٩.

مكاوي، حسن، والسيد، ليلى ٢٠٠٢ الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة.

الإدارة العامة لشئون الإعلام، الأمانة العامة لجامعة الدول العربية ١٩٩٨ قرارات مجلس وزراء الإعلام العرب في الدورة العاشرة (٣١) الجزائر

#### المراجع الأجنبية:

Baker, T., Rogers, M. and Soopy, P. 1992. *Designing Health Communication Campaigns: What Works?* Newbury Park, Sage.