

# مجلة البحوث الإعلامية

مجلة علمية محكمة تصدرها كلية الإعلام بجامعة الأزهر



رئيس مجلس الإدارة: أ.د / محمد المحرصاوي - رئيس جامعة الأزهر.

رئيس التحرير: أ.د / غانم السعيد - عميد كلية الإعلام ، جامعة الأزهر.

نائب رئيس التحرير: أ.د / رضا عبد الواحد أمين - أستاذ الصحافة والنشر ووكيل الكلية.

مساعدو رئيس التحرير:

أ.د / عرفه عامر - الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون بالكلية

أ.د / فهد العسكر - وكيل جامعة الإمام محمد بن سعود للدراسات العليا والبحث العلمي (المملكة العربية السعودية)

أ.د / عبد الله الكندي - أستاذ الصحافة بجامعة السلطان قابوس (سلطنة عمان)

أ.د / جلال الدين الشيخ زيادة - عميد كلية الإعلام بالجامعة الإسلامية بأم درمان (جمهورية السودان)

مدير التحرير: د / محمد عبد الحميد - المدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية

سكرتير التحرير: د / رمضان إبراهيم - المدرس بقسم العلاقات العامة والإعلان بالكلية

سكرتير التحرير التنفيذي: د / سامح عبد الغني - المدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية

القاهرة- مدينة نصر - جامعة الأزهر - كلية الإعلام - ت: ٠٢٢٥١٠٨٢٥٦

الموقع الإلكتروني للمجلة: <http://jsb.journals.ekb.eg>

البريد الإلكتروني: [mediajournal2020@azhar.edu.eg](mailto:mediajournal2020@azhar.edu.eg)

المراسلات:

العدد الثالث والخمسون - الجزء الأول - جمادى الأولى ١٤٤١هـ - يناير ٢٠٢٠ م

رقم الإيداع بدار الكتب المصرية ٦٥٥٥

الترقيم الدولي للنسخة الورقية: ٢٦٨٢-٢٩٢ X

الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية: ٩٢٩٧-١١١٠

## قواعد النشر

تقوم المجلة بنشر البحوث والدراسات ومراجعات الكتب والتقارير والترجمات وفقاً للقواعد الآتية:

- يعتمد النشر على رأي اثنين من المحكمين المتخصصين في تحديد صلاحية المادة للنشر.
- ألا يكون البحث قد سبق نشره في أي مجلة علمية محكمة أو مؤتمراً علمياً.
- لا يقل البحث عن خمسة آلاف كلمة ولا يزيد عن عشرة آلاف كلمة... وفي حالة الزيادة يتحمل الباحث فروق تكلفة النشر.
- يجب ألا يزيد عنوان البحث -الرئيسي والفرعي- عن ٢٠ كلمة.
- يرسل مع كل بحث ملخص باللغة العربية وآخر باللغة الانجليزية لا يزيد عن ٢٥٠ كلمة.
- يزود الباحث المجلة بثلاث نسخ من البحث مطبوعة بالكمبيوتر.. ونسخة على CD، على أن يكتب اسم الباحث وعنوان بحثه على غلاف مستقل ويشار إلى المراجع والهوامش في المتن بأرقام وترد قائمتها في نهاية البحث لا في أسفل الصفحة.
- لا ترد الأبحاث المنشورة إلى أصحابها.... وتحفظ المجلة بكافة حقوق النشر، ويلزم الحصول على موافقة كتابية قبل إعادة نشر مادة نشرت فيها.
- تنشر الأبحاث بأسبقية قبولها للنشر.
- ترد الأبحاث التي لا تقبل النشر لأصحابها.

## الهيئة الاستشارية للمجلة

١. أ.د/ على عجوة (مصر)  
أستاذ العلاقات العامة وعميد كلية الإعلام الأسبق بجامعة القاهرة.
٢. أ.د/ محمد معوض. (مصر)  
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة عين شمس.
٣. أ.د/ حسين أمين (مصر)  
أستاذ الصحافة والإعلام بالجامعة الأمريكية بالقاهرة.
٤. أ.د/ جمال النجار (مصر)  
أستاذ الصحافة بجامعة الأزهر.
٥. أ.د/ مي العبدالله (لبنان)  
أستاذ الإعلام بالجامعة اللبنانية، بيروت.
٦. أ.د/ وديع العززي (اليمن)  
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة أم القرى، مكة المكرمة.
٧. أ.د/ العربي بوعمامة (الجزائر)  
أستاذ الإعلام بجامعة عبد الحميد، بجامعة عبد الحميد بن باديس بمستغانم، الجزائر.
٨. أ.د/ سامي الشريف (مصر)  
أستاذ الإذاعة والتلفزيون وعميد كلية الإعلام، الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات.
٩. أ.د/ خالد صلاح الدين (مصر)  
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام -جامعة القاهرة.
١٠. أ.د/ محمد فياض (العراق)  
أستاذ الإعلام بكلية الإمارات للتكنولوجيا.
١١. أ.د/ رزق سعد (مصر)  
أستاذ العلاقات العامة (جامعة مصر الدولية).

## محتويات العدد

- ٩ ■ الخطاب الديني المعتدل ودوره في نشر قيم السلام والتسامح  
أ. د/ رضا عبد الواحد أمين
- 
- ٣٣ ■ إدراك المستهلكين السعوديين لأزمات المنتجات المعيبة وعلاقته  
بالنية الشرائية- دراسة مسحية على المنطقة الشرقية  
أ.م.د/ حسن نيازي الصيفي
- 
- ٦٧ ■ دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة الأدبية بين الشباب  
السعودي وعلاقته بالإبداع الأدبي لديهم «دراسة ميدانية»  
أ.م.د/ فودة محمد علي
- 
- ١٢٥ ■ دور الصحف الإلكترونية في تشكيل معارف طلاب الجامعات  
المصرية نحو الإرهاب «دراسة ميدانية» د/ أحمد منصور هيبه
- 
- ١٨٣ ■ رؤية الطلاب الوافدين الناطقين بغير العربية لمحتوى التسامح  
وقبول الآخر على منصات الأزهر الرقمية الرسمية  
د/ إسلام عبدالرءوف
- 
- ٢٠٥ ■ أساليب تحرير المواد الإخبارية بموقع الهيئة العامة للاستعلامات  
وعلاقتها بتفضيلات القراء د/ أحمد سامي عبد الوهاب
- 
- ٢٦٧ ■ اتجاهات طلاب جامعة أم القرى نحو فاعلية الأنشطة الاتصالية  
في التوعية بالقضايا المجتمعية د/ منى محمد الطوخي

٣١٩ ■ رؤية القائمين بالاتصال تجاه مشروع الاندماج في المؤسسات  
الصحفية  
أ/ إنجي لطفي عبد العزيز

---

٣٥٥ ■ معالجة الصحف المصرية للقضايا الإفريقية واتجاهات الجمهور  
نحوها  
أ/ ياسمين محمد شفيق

---

٤٠٩ ■ تأثير البرامج الحوارية التلفزيونية على ترتيب أولويات الشباب  
نحو القضايا الاجتماعية في المجتمع السعودي  
أ/ محمد هزاع المريخي

---

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ  
«وَقُلِ اعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ  
إِلَى عَالَمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ»

بقلم: الأستاذ الدكتور

**غانم السعيد**

رئيس التحرير

**الافتتاحية**

الحمد لله والصلاة والسلام على رسول الله وعلى آله وصحبه أجمعين .

أما بعد ،،

فإن مجلة البحوث الإعلامية في ظل حرصها على نشر الأبحاث العلمية التي تتميز بالجدة والابتكار، فإن القائمين عليها يحرصون على أن يقوم بتحكيم بحوثها خيرة رجال الإعلام من الأكاديميين في كل كليات الإعلام وأقسامها في كل جامعات مصر، كما إنهم حرصوا أيضاً على رفع كل بحوث المجلة على بنك المعرفة، مع ملخص لكل بحث باللغتين العربية والأجنبية، منذ نشأتها وحتى الآن، ليتمكن كل الباحثين والمشتغلين بالإعلام على مستوى كل دول العالم الاطلاع على هذه البحوث والإفادة منها، وكان من نتيجة هذا الجهد أن أصبحت المجلة قبلة الباحثين الذين يريدون نشر أبحاثهم، ونحن نعد الجميع أن تبقى مجلة البحوث الإعلامية متميزة ببحوثها ومحكميها، مع الحرص على إخراجها في ثوب قشيب في الشكل والمضمون . وهذا هو العدد الثالث والخمسين من مجلة البحوث الإعلامية، حيث تواصل طرح المزيد من العطاءات البحثية والعلمية المتنوعة، وذلك مما يؤكد على رسوخ قدم هذه المجلة بين كل المجالات الإعلامية التي صدرت في مصر، وفي العالم العربي.

وقد تصدر الجزء الأول من هذا العدد بورقة بحثية للأستاذ الدكتور/ رضا عبدالواجد أمين. الأستاذ بكلية الإعلام- جامعة الأزهر، بعنوان " الخطاب الديني المعتدل ودوره في نشر قيم السلام والتسامح "، ثم جاء بحث للأستاذ الدكتور / حسن نيازي الصيفي- الأستاذ المشارك بجامعة الأزهر والملك فيصل بعنوان " إدراك المستهلكين السعوديين لأزمات المنتجات المعبية وعلاقته بالنية الشرائية :دراسة مسحية على المنطقة الشرقية "

بينما جاء بحث للأستاذ الدكتور / فودة محمد علي عيشة أستاذ الإعلام المساعد بكلية الإعلام جامعة الأزهر. وأستاذ الإعلام المشارك بكلية الآداب قسم الإعلام -جامعة الملك فيصل بعنوان " دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة الأدبية بين الشباب السعودي وعلاقته بالإبداع الأدبي لديهم-دراسة ميدانية "

وتبعه بحث للدكتور/ أحمد منصور هيبه مدرس الصحافة والنشر بجامعة الأزهر وأم القرى بعنوان " دور الصحف الإلكترونية في تشكيل معارف طلاب الجامعات المصرية نحو الإرهاب- دراسة ميدانية"

وأعقبه بحث للدكتور/ إسلام محمد عبدالرؤف محمد المدرس بقسم الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام، جامعة الأزهر بعنوان " رؤية الطلاب الوافدين الناطقين بغير العربية لمحتوى

التسامح وقبول الآخر على منصات الأزهر الرقمية الرسمية "

ثم بحث الدكتور / أحمد سامي عبد الوهاب العايدي مدرس العلاقات العامة بجامعة الأزهر والدمام بعنوان " أساليب تحرير المواد الإخبارية بموقع الهيئة العامة للاستعلامات وعلاقتها بتفضيلات القراء "

ثم تبعه بحث للدكتورة/ منى محمد الطوخي، أستاذ مساعد بقسم الإعلام كلية العلوم الاجتماعية - جامعة أم القرى بعنوان " اتجاهات طلاب جامعة أم القرى نحو فاعلية الأنشطة الاتصالية في التوعية بالقضايا المجتمعية "

وأعقبه بحث للأستاذة / إنجي لطفي عبد العزيز المدرس المساعد بشعبة الصحافة قسم الإعلام بكلية الآداب- جامعة حلوان بعنوان " رؤية القائمين بالاتصال تجاه مشروع الاندماج في المؤسسات الصحفية "

ثم بحث للأستاذة / ياسمين محمد شفيق باحثة دكتوراه بقسم الإعلام - كلية الآداب - جامعة حلوان بعنوان " معالجة الصحف المصرية للقضايا الإفريقية واتجاهات الجمهور نحوها "

وتكتمل بحوث الجزء الأول من هذا العدد ببحث للأستاذ/ محمد هزاع المريخي باحث ماجستير في الإعلام - كلية الآداب - جامعة الملك سعود بعنوان " تأثير البرامج الحوارية التليفزيونية على ترتيب أولويات الشباب نحو القضايا الاجتماعية في المجتمع السعودي " وبهذه البحوث المذكورة تقدم مجلة البحوث الإعلامية من جامعة الأزهر، للمكتبة الإعلامية العربية إضافات جديدة في صرح دراسات الإعلام العربي.

وقد راعت إدارة التحرير تنوع الموضوعات البحثية التي تطرح من خلال المجلة، بحيث تكون هذه الأبحاث مؤشراً حيويًا مهمًا للقضايا الإعلامية المطروحة على المستويين النظري والتطبيقي.

كما تحرص المجلة على أن يقدم من خلالها قضايا بحثية تتسم بالحدثة، وعدم التكرار، مستخدمة المناهج البحثية والنظريات المناسبة لمعالجة هذه القضايا، كما تهتم المجلة بأن يكون لهذه القضايا أبعادًا اجتماعية وثقافية ودينية، تحقق نتائج ملموسة على المستويين النظري والتطبيقي.

ودعمًا لمكانة المجلة وحفاظًا على قيمتها العلمية، فإنها لم تتساهل يومًا عن اشتراطها لضرورة استيفاء البحوث العلمية التي تحويها صفحاتها لمعايير النشر المتعارف عليها، والتي تضمن استمرار الثقة بها، وعمق محتوياتها، وموضوعية الاختيار، بما يناسب ارتباط تلك

الأبحاث والمقالات العلمية بالقضايا الدينية والاجتماعية والثقافية.

وإذا كانت المجلة تسارع ركب التطور، فإنها لن تقف بإذن الله عند هذا الحد، بل إن إدارتها تسعى دائماً ليلمس القارئ تطوراً واقعيًا سواء في الشكل أو المضمون من خلال إضافة أبواب جديدة تقدم خدمات علمية متنوعة، تحاول بها أن تجعل المجلة مصدرًا معرفيًا متكاملًا في علوم الإعلام.

وفي النهاية تتوجه إدارة التحرير بخالص الشكر والتقدير للسادة المحكمين لأبحاث المجلة من شتى الجامعات المصرية والعربية، والذين يحرصون على نقد البحوث المقدمة وإظهار جوانب السهو والخلل، مما يوجه الباحثين إلى تصويبها وتقويمها، وهذا يؤدي إلى جودة المنتج البحثي المقدم من خلال المجلة.

والحمد لله صاحب الفضل والمنة

رئيس التحرير

أد/ غانم السعيد



# تأثير البرامج الحوارية التلفزيونية على ترتيب أولويات الشباب نحو القضايا الاجتماعية في المجتمع السعودي

أ. محمد هزاع المريخي

درجة الماجستير في الإعلام - كلية الآداب - جامعة  
الملك سعود

### ملخص الدراسة

هدفت الدراسة إلى التعرف على تأثير البرامج الحوارية التلفزيونية على ترتيب أولويات القضايا الاجتماعية لدى الشباب في المجتمع السعودي، واعتمد الباحث على منهج المسح، واعتمد الباحث على أداة الاستبيان وتم التطبيق على ٤٠٠ مفردة بطريقة عمدية حيث تم التطبيق على الشباب من سن أقل من ٢٠ إلى ٢٤ سنة من مدينة حفر الباطن، وتم التطبيق خلال الفصل الدراسي الثاني من العام الجامعي (١٤٣٨/١٤٣٩ هـ)، ومن أهم ما توصلت إليه الدراسة:

- تتركز العوامل التي تدفع الشباب لمتابعة البرامج الحوارية في القنوات التلفزيونية حول طبيعة القضايا والموضوعات المطروحة في البرنامج حيث جاءت الاستجابات بالاختيار (بشكل كبير جدا) بنسبة (٤٠,٩٪)، ويليهما أسلوب تقديم البرنامج الحوارية.
- تتركز الإشباعات للشباب بالمتابعة للبرامج الحوارية في المساعدة على معرفة وجهات النظر المختلفة حول القضايا الاجتماعية، حيث جاءت الاستجابات بالاختيار (موافق بشدة) فيما يخص البرامج الحوارية ساعدتني في معرفة وجهات النظر المختلفة حول القضايا الاجتماعية بنسبة (٤٠,١٪).
- تتركز الآثار الناتجة عن متابعة الشباب للبرامج الحوارية على التحاور مع الأهل والأصدقاء حول ما يتم طرحه في القضايا الاجتماعية، حيث جاءت الاستجابات بالاختيار (دائما) فيما يخص أتحاور مع الأهل والأصدقاء حول ما طرحه من قضايا اجتماعية بنسبة (٢٥,٢٪) ويليهما عبارة أسعى للحصول على معلومات أكثر عن الضيوف المشاركين في البرنامج.

كلمات مفتاحية: البرامج الحوارية - ترتيب أولويات - القضايا الاجتماعية - المجتمع السعودي

### Abstract

The study aims to identify the effect of television talk shows on prioritizing social issues among young people in Saudi society, and the researcher relied on the survey method, and the researcher relied on the questionnaire tool and the application was applied to 400 singles in an intentional manner, where it was applied to young people under the age of 20 to 24 One year from the city of Hafar Al-Batin, and was applied during the second semester of the academic year (1438/1439 AH).

The most important findings of the study:

- 1-The factors that drive young people to follow the talk shows in the TV channels are focused on the nature of the issues and topics raised in the program, where the responses came by selection (very significantly) at (40.9%), followed by the method of presenting the talk show.

2-Gratifications for young people, by following up on talk shows, are focused on helping to know the different perspectives on social issues, where the responses came with a choice (strongly agreed) with regard to talk shows, which helped me to know the different views on social issues (40.1%).

3-The effects resulting from the youth's follow-up to the talk shows focus on dialogue with family and friends about what is being raised in social issues, where the responses came by choice (always) regarding dialogue with family and friends about the social issues that it raises (35.2%) followed by the phrase I seek to obtain More information on the guests participating in the program.

Keywords: talk shows, social issues, Saudi society.

شهدت المجتمعات العالمية ومنها العربية في السنوات الأخيرة مجموعة من التغيرات السريعة والمتلاحقة في العديد من الجوانب الثقافية والفكرية والاجتماعية والاقتصادية، وكان لهذه التغيرات آثارها على الفرد والمجتمع (خليفة، ٢٠٠٧، ص ٣٤).

ولعل من أهم التغيرات التي طرأت على المجتمعات هو ذلك التطور التكنولوجي الهائل في مجال الإعلام، وخاصة الإعلام الإلكتروني الذي أصبح عصب الحياة في واقعنا المعاصر، وسمة رئيسية للبيئة الاتصالية في العصر الحديث، وأسفر عن الانتشار الواسع للقنوات الفضائية العربية وازدحام خريطة البث الفضائي بكم هائل من القنوات التي تعددت برامجها وساعات إرسالها، وبدأت تتسابق على إرضاء الجمهور واجتذابها له من خلال ما تقدمه من مواد، ومنها ما يسمى بالبرامج الحوارية (العياضي، ٢٠٠٨، ص ٢٨).

ولا يخلو أي مجتمع من وجود مشكلات وقضايا تحتاج إلى معالجة ومناقشة من قبل وسائل الإعلام.

وعلى ذلك تعد البرامج الحوارية من أهم البرامج التلفزيونية التي يمكن من خلالها مناقشة مختلف القضايا السياسية، الاجتماعية والثقافية،..... إلخ. وعطفاً على ما سبق فإن البرامج الحوارية اكتسبت جماهيرية كبيرة وطابعاً مميزاً في الفترة الأخيرة لعدة أسباب:

- أنها تهتم بالقضايا والأحداث الجارية مما أدى إلى منافستها للمضمون الإخباري بالقنوات السعودية.
- تتميز بالجرأة الشديدة في تناول الموضوعات والقضايا الاجتماعية والسلبيات في المجتمع السعودي.
- تتناول وتهتم بالعديد من القضايا الاجتماعية في المجتمع السعودي.
- تعتمد هذه البرامج على مقدمي برامج يتمتعون بشعبية وجماهيرية كبيرة مما

- يؤكد نجاح هذه البرامج.
- أصبحت هذه البرامج وجهة للسعودية أمام العالم بصفة عامة والعالم العربي بصفة خاصة.
  - تعتبر حلقة الوصل بين المسؤولين وال جماهير، حيث تتلقى هذه البرامج شكاوى الجماهير وتحاول أن تعرضها على المسؤولين.
  - تساعد البرامج الحوارية التلفزيونية في التقرب من الجماهير وتساعد في الإحساس بهم وبمشكلاتهم.
  - تشتمل على جزء ترفيهي يتمثل في استضافة الكثير من الشخصيات المهمة في المجتمع في محاولة للوصول إلى أسرار هذه الشخصيات وكشف غموضها.
  - أيضًا يتمكن الشباب من المشاركة في هذه البرامج سواء من خلال الحضور إلى الاستوديو أو الاتصال أو البريد الإلكتروني أو مواقع التواصل.
- كل هذه الأسباب أدت إلى جذب الشباب السعودي إلى هذه البرامج للتعرف على أهم وأحدث القضايا السعودية، ومن هنا كان لابد من دراسة هذه الظاهرة في الإعلام السعودي والتعرف على قدرتها التأثيرية في الشباب السعودي، ومدى استطاعة هذه البرامج أن تكون بديلاً عن غيرها من المضامين الإعلامية، وتقوم بترتيب أولويات القضايا الاجتماعية لدى الشباب السعودي.

#### مشكلة الدراسة:

تحدد مشكلة هذه الدراسة في التعرف على تأثير البرامج الحوارية التلفزيونية على ترتيب أولويات الشباب نحو القضايا الاجتماعية في المجتمع السعودي، ومدى متابعتهم للبرامج الحوارية، ورؤية الشباب لمستوى معالجة البرامج الحوارية للقضايا والموضوعات الحوارية المطروحة. في ضوء معرفة تأثير بعض العوامل الوسيطة مثل (الاتصال الشخصي، العوامل الديموغرافية، كثافة المشاهدة، درجة الاعتماد على هذه البرامج في متابعة قضايا المجتمع) على ترتيب أولويات القضايا الاجتماعية لدى الشباب السعودي.

#### تساؤلات الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى الإجابة على التساؤلات الآتية:

- ما مدى متابعة الشباب للقضايا المطروحة في البرامج الحوارية في القنوات التلفزيونية؟

- ما مدى متابعة الشباب للموضوعات الاجتماعية المطروحة في البرامج الحوارية في القنوات التلفزيونية؟
  - ما العوامل التي تدفع الشباب لمتابعة البرامج الحوارية في القنوات التلفزيونية؟
  - ما الإشباعات التي تحققها البرامج الحوارية للشباب؟
  - ما الآثار الناتجة عن متابعة الشباب للبرامج الحوارية الاجتماعية في القنوات التلفزيونية؟
  - أهمية الدراسة:
  - أولاً: الأهمية العلمية:
  - من أهمية البرامج الحوارية أنه يتم في هذه البرامج عرض الكثير من المشكلات ومنها المشكلات الاجتماعية.
  - وجود العديد من القضايا والمشكلات الاجتماعية بالمجتمع السعودي سواء الموضوعات المعتادة أو الموضوعات والقضايا الحديثة والتي يتم تناولها في البرامج الحوارية التلفزيونية.
  - ما الآثار التي تحدثها متابعة البرامج الحوارية التلفزيونية لدى الشباب السعودي؟
  - ما الإشباعات المتحققة للشباب السعودي من متابعة البرامج الحوارية ؟
- ثانياً: الأهمية العملية:**

تقدم هذه الدراسة معلومات مهمة للباحثين والمهتمين في بحوث الإعلام، وبحوث علم الاجتماع الإعلامي والدراسات المختصة بفئة الشباب، حول القضايا الاجتماعية التي يتم طرحها في التلفزيون السعودي.

#### أهداف الدراسة:

تستهدف هذه الدراسة إلى التعرف على تأثير البرامج الحوارية التلفزيونية على ترتيب أولويات القضايا الاجتماعية لدى الشباب في المجتمع السعودي.

#### مصطلحات الدراسة:

**التأثير:** هو الهدف الذي يتحقق أثناء التواصل أو بعده، وقد يكون هذا التأثير إيجابياً كالحصول على المعلومات المطلوبة، أو تعلم شيء أو تحقيق اتفاق أو صفقة.. وقد يكون التأثير سلبياً وهو ما نعبر عنه بفسل التواصل (سوء فهم - حدوث صراع...) (علوي، ٢٠١٣، ص ٢٣).

**البرامج الحوارية:** هي برامج تتخذ أشكال مختلفة منها المقابلات والندوات والمناقشات، وتذاع على الهواء مباشرة وتستهدف إلقاء الضوء على الموضوعات والقضايا المهمة للمجتمع وتتنوع تلك القضايا ما بين (سياسية - اقتصادية - اجتماعية - نقابية - مهنية - دينية - ....) باستضافة المسؤولين والمتخصصين والجمهور وتتيح للجمهور فرص المشاركة إما بالحضور داخل الاستديو أو عن طريق اللقاءات الخارجية أو الاتصالات الهاتفية أو البريد العادي أو البريد الإلكتروني لطرح آرائهم واستفساراتهم. (يوسف، ٢٠٠٨، ص ٥).

**القضايا الاجتماعية:** تعرف القضية الاجتماعية بمصطلحات عدة مثل: المشاكل الاجتماعية، الصراع الاجتماعي والمعاناة الاجتماعية، وهي الظواهر غير المستقرة التي تواجه العديد من الناس، وهي أي وضع غير مرغوب فيه ويحتاج إلى الاهتمام به ويعتقد أن يؤثر في نسبة كبيرة من سكان المجتمع أو في أجزاءه العديدة. (سرحان، ٢٠١٤، ص ٣٤).

#### حدود الدراسة:

- الحدود الموضوعية: تتناول هذه الدراسة تأثير البرامج الحوارية التلفزيونية في ترتيب أولويات الشباب نحو القضايا الاجتماعية في المجتمع السعودي.
- الحدود الزمانية: سوف تطبق هذه الدراسة في الفصل الدراسي الثاني من العام الجامعي (١٤٣٩/٣٨ هـ)
- الحدود المكانية: مدينة حفر الباطن وتم اختيار هذه المدينة لأنه لم يسبق تطبيق ذلك النوع من الدراسات الإعلامية في تلك المنطقة.
- الحدود البشرية: سيتم تطبيق هذه الدراسة على الشباب في المجتمع السعودي ممن تشملهم العينة، وهم من مدينة حفر الباطن.

#### الدراسات السابقة:

دراسة (سيفينانس، ٢٠١٧) هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على وظيفة الإعلام الإعلامية بوصفها محررًا لعمليات وضع الأجندة السياسية، وهي تدرس مدى معرفة السياسيين بالمعلومات الواردة من وسائط الإعلام، في مقابل الحالات التي تعمل فيها وسائط الإعلام كمكبر للصوت بدلاً من أن تكون المصدر الحقيقي للمعلومات ذات الصلة بالسياسات، يحاول العلماء الآن الحصول على الآليات الكامنة وراء هذه النتائج، ويتم التحقيق في هذه المسألة من خلال دراسة استقصائية مع أعضاء البرلمان في

بلجيكا وكندا وإسرائيل وعددهم ٣٧٦ عضواً، واستقرت الدراسة على النتائج التالية: أن الأدبيات السياسية التي وضعتها الأجندة على نطاق واسع تشير إلى أن القضايا التي تحظى باهتمام أكبر من جانب وسائل الإعلام تحتل مكانة أعلى في جدول الأعمال السياسي، أن معظم السياسيين عرفوا بالمعلومات قبل ظهورها في وسائل الإعلام، ولكن هناك تباين بين السياسيين وأنواع العمل في هذا الصدد، تمت مواجهة النواب مع القصص الإخبارية التي كانت مؤخراً في وسائل الإعلام، وسألتهم عما إذا كانوا قد اتخذوا إجراء سياسياً على القصة الإخبارية، وعما إذا كانوا يعرفون قصة الأخبار قبل ظهورها في وسائل الإعلام.

دراسة (العناني، ٢٠١٦) هدفت الدراسة إلى التعرف على أطر معالجة البرامج الحوارية في الفضائيات العربية للعلاقة بين المسلم والمسيحي وعلاقتها بمستويات الانتماء لدى المراهقين - عينة الدراسة الميدانية-، و تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية. وتستخدم منهج المسح بالعينة بشقيه التحليلي والميداني، واستخراج الباحث المنهج المسحي، ويتمثل مجتمع الدراسة التحليلية في البرامج الحوارية المقدمة على شاشات القنوات الفضائية العربية. وقامت الباحثة بسحب عينة عمدية قوامها (٥٠٠) مبحوث (٢٥٠ مسلم، ٢٥٠ مسيحي) من الشباب الذين يتراوح أعمارهم من (١٨ وحتى ٢١) سنة وتقسّم بالتساوي بين الجامعات بواقع ١٠٠ مفردة لكلٍ من (جامعة القاهرة، جامعة عين شمس، جامعة بني سويف، جامعة الإسكندرية، جامعة المنيا). مستخدماً أدوات جمع البيانات التالية: استمارة تحليل المضمون، استمارة الاستبيان، ومقياس الانتماء، واستقرت الدراسة على النتائج التالية: جاء استخدام إطار الاهتمامات الإنسانية في مقدمة أطر معالجة القضايا التي تتعلق بالمسلم والمسيحي في البرامج محل الدراسة بنسبة بلغت ٢٨,٣٪، ثم جاء إطار الصراع في المرتبة الثانية بنسبة بلغت ٢٣,٣٪، ثم جاء إطار نسب المسؤولية في المركز الثالث بنسبة ٢١,٧٪، نسبة من يشاهدون القنوات الفضائية العربية من إجمالي مفردات عينة الدراسة بلغت ٥٣,٢٪، وبلغت نسبة من يشاهدون البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية العربية من إجمالي أفراد عينة الدراسة ٣٣,٣٪، توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين أطر معالجة البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية العربية للعلاقة بين المسلم والمسيحي و الانتماء لدى المراهقين.

دراسة (فابرا، Fabra، ٢٠١٥): هدفت الدراسة إلى تحليل الرسائل العلمية المتعلقة بغابات إسبانيا من خلال البرامج الحوارية التلفزيونية "توك شو" من خلال أداة

تحليل المضمون للأخبار المنشورة عبر المواقع الإخبارية، واستقرت الدراسة على النتائج التالية: أن الأخبار المتعلقة بحرائق الغابات قد تصدرت المرتبة الأولى بنتيجة ٦٥٪، وجدت الدراسة أن ١٥٪ من الأخبار استخدمت أكثر من مصدر واحد في المواد الصحفية المنشورة، لم ترصد هذه الدراسة أي مقالات رأي تحمل وجهات نظر معارضة أو مؤيدة لحرائق غابات استراليا، تعرضت البرامج الحوارية بنسبة عالية إلى موضوع حرائق الغابات وتم تناوله بصور مختلفة.

### التعليق على الدراسات السابقة:

يتضح من استعراض الدراسات السابقة التي أجريت حول البرامج الحوارية التلفزيونية وجود بعض أوجه التشابه والاختلاف بين تلك الدراسات والدراسة الحالية والتي تتمثل فيما يأتي:

- اتفقت الدراسات السابقة مع الدراسة الحالية في أهمية البرامج الحوارية التلفزيونية ودورها في معالجة القضايا.
- تناولت الدراسات السابقة محور واحد وهو البرامج الحوارية التلفزيونية، أما هذه الدراسة فقد ربطت بين البرامج الحوارية التلفزيونية ومعالجتها لبعض القضايا الاجتماعية.
- اختلفت النظريات التي تتناول البرامج الحوارية حيث تتناول هذه الدراسة البرامج الحوارية من خلال نظرية ترتيب الأولويات.
- من خلال ما سبق من تعليقات على الدراسات السابقة فقد اتضحت أوجه التشابه والاختلاف بين هذه الدراسة والدراسات السابقة.
- وتتمثلت أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة في تحديد مشكلة الدراسة وصياغة تساؤلاتها ووضع صياغة للدراسة الميدانية وتحديد العينة.

### منهجية الدراسة وإجراءاتها:

#### منهج الدراسة:

اقتضت طبيعة هذه الدراسة استخدام المنهج المسحي لمناسبته لموضوع الدراسة، وذلك لتمييزه باستهداف الحقائق التفصيلية عن واقع الظاهرة المدروسة مما يمكن الباحث من تقديم وصف شامل ودقيق عن هذا الواقع، كما يعتبر من أبرز المناهج المستخدمة في مجال الدراسات الإعلامية خاصة البحوث الوصفية.

وفي إطار هذا المنهج استخدم الباحث أداة الاستبانة أداة ضرورية للحصول على



المعلومات الرئيسية للدراسة من أفراد العينة، وقد قسم الباحث الاستبانة إلى قسمين على النحو التالي:

الجزء الأول: خصص للمعلومات العامة مثل السن والحالة الاجتماعية والجنس والمؤهل العلمي وغيرها.

الجزء الثاني: خصص لقياس مدى اعتماد الشباب السعودي على البرامج الحوارية التليفزيونية ودور هذه البرامج في ترتيب أولويات الشباب.

#### مجتمع الدراسة:

تم تطبيق الدراسة بالمملكة العربية السعودية (مدينة حفر الباطن) ويشمل مجتمع الدراسة الشباب في المجتمع السعودي.

#### عينة الدراسة:

وسيتم سحب العينة بطريقة عمدية Purposive Sample وهي من العينات غير الاحتمالية Non-Probability Sample والتي لا تعتمد على الخطوات الحسابية في اختيار مفرداتها، ولجأ الباحث إلى العينة العمدية، وتشمل عينة الدراسة الشباب من سن أقل من ٢٠ إلى ٢٤ سنة وتم تحديد عدد أفراد العينة ليكون ٤٠٠ مبحوثًا، وتم اختيار أفراد العينة من مدينة حفر الباطن.

#### إجراءات الصدق والثبات:

- للتأكد من صدق الاستبانة المستخدمة في هذه الدراسة قام الباحث بصياغة أسئلة الاستبانة المتعلقة بمتغيرات الدراسة صياغة واضحة بحيث يمكن فهم محتواها من قبل المبحوثين.
- تم عرض مشكلة الدراسة وتساؤلاتها على عدد من المحكمين لتحكيمها، للحكم على مدى صلاحيتها للقياس، وقد أخذ الباحث بملحوظات المحكمين وتعديلاتهم وأفاد منها في إعادة صياغة بعض الأسئلة حتى أصبحت الاستبانة جاهزة للتوزيع.
- قام الباحث بتجريب الاستبانة على عينة من المبحوثين (٢٥%) للتأكد من وضوح أسئلة الاستبانة للمبحوثين ومعدل استجابة المبحوثين ثم بعد التحقق من ذلك صياغة الاستبانة صياغة نهائية جاهزة للتوزيع.

#### الصدق الداخلي:

للتأكد من صدق الاستبانة قام الباحث بحساب صدق الاتساق الداخلي (معاملات ارتباط بنود المتغيرات الأساسية وهي: القنوات التي يحرص الشباب على مشاهدة

البرامج الحوارية فيها، القضايا التي تتم متابعتها في البرامج الحوارية، الموضوعات الاجتماعية التي تتم متابعتها في البرامج الحوارية، العوامل التي تدفع لمتابعة البرامج الحوارية، وجهة نظر الشباب في البرامج الحوارية، الإشباع التي حققتها البرامج الحوارية للشباب، الآثار التي تنتج عن متابعة البرامج الحوارية الاجتماعية) بالدرجة الكلية لتلك المتغيرات، وقد أظهرت النتائج أن جميع معاملات الارتباط كانت معدلاتها مرتفعة عند مستوى دلالة (٠,٠١).

#### النتائج:

للتأكد من ثبات استبانة دراسة (دور البرامج الحوارية التلفزيونية في ترتيب أولويات الشباب نحو القضايا الاجتماعية في المجتمع السعودي)، استخدم الباحث معامل (ألفا كرومباخ) ويبين الجدول التالي أن الاستبانة تتمتع بدرجة عالية من الثبات.

جدول (١) معاملات ثبات ألفا كرومباخ لمحاو الدراسة (العينة الاستطلاعية: ن=٤٠)

معامل ثبات ألفا كرومباخ	عدد البنود	المحور
٠,٩١	١١	القضايا التي تتم متابعتها في البرامج الحوارية
٠,٩٠	١٢	الموضوعات الاجتماعية التي تتم متابعتها في البرامج الحوارية
٠,٧٩	٧	العوامل التي تدفع لمتابعة البرامج الحوارية
٠,٨٩	٩	الإشباع التي حققتها البرامج الحوارية للشباب
٠,٨٢	٧	الآثار التي تنتج عن متابعة البرامج الحوارية الاجتماعية

#### الإطار النظري:

##### البرامج الحوارية التلفزيونية

##### تعريف البرامج الحوارية التلفزيونية:

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

وبناء على ما سبق يمكن تعريف الحوار الإذاعي بأنه لقاء هادف بين المذيع والضيف حول موضوع معين يهم الجمهور ويقوم هذا اللقاء على التفاعل المتبادل

وفق المعايير الإذاعية. والبرامج الحوارية التلفزيونية تقوم على أساس حرية التعبير و إبراز الرأي و الرأي الآخر، فهي تستند إلى آلية الحوار المباشر والتلقائي الذي يتسم بالتفاعل بين المتخصصين وقادة الرأي من ناحية و الجماهير من ناحية أخرى. وتتنوع مضامين البرامج الحوارية التلفزيونية فتشمل البرامج السياسية، البرامج الإخبارية، برامج الشخصيات العامة والمشاهير، برامج المنوعات والكوميديا وغيرها. (يوسف، ٢٠٠٨، ص ٦٩)

### أنواع البرامج الحوارية التلفزيونية «Talk Show»:

البرامج الحوارية ثلاثة أنواع (يوسف، ٢٠٠٨، ص ٧٦):

- حوار المعلومات الذي يستهدف الحصول على معلومة ما من الضيف.
- حوار الرأي ويستهدف التعرف على رأي الضيف في مسألة أو قضية معينة.
- حوار الشخصية ويستهدف إلقاء الضوء على جوانب مختلفة من حياة الضيف.

### تصنيف البرامج الحوارية التلفزيونية «Talk Show»

أولاً: تصنيف البرنامج الحوارية التلفزيونية على ضوء المشاركين فيه:

- الحوار الفردي: يمكن استخدامه مع شخصيات بحجم رؤساء الدول أو الشخصيات المهمة أو من يحمل آراء مهمة أو من خلال اللقاءات المباشرة على الهواء من خلال نشرات الأخبار أو اللقاءات القصيرة داخل التقارير الإخبارية.
- الحوار الثنائي: ويعتمد غالباً على رأيين متباينين لعرضهما على المشاهد بطريقة حيادية ومتوازنة.
- الحوار الجماعي: كما يحدث في الندوات التي يتواجد فيها أكثر من ثلاثة ضيوف أو عدد منهم يتواجد مشاركين أو جمهور ويدير هنا المذيع الحوار بين المشاركين والضيوف على نحو متوازن ويمكن تصنيف المؤتمرات الصحفية للمسؤولين تحت هذا النوع. (يوسف، ٢٠٠٨، ص ٧٧).

ثانياً: تصنيف البرنامج الحوارية التلفزيونية من حيث طبيعته:

- برامج الحوار الحي أو المباشر: يتم على الهواء مباشرة.
- الحوار المسجل: وهذا النوع يسجل ويذاع في وقت لاحق.
- الحوار المستقل: وهذا النوع يمثل برنامجاً متكاملًا.
- الحوار التابع: الذي يشغل فقرة من برنامج آخر. (يوسف، ٢٠٠٨، ص ٧٨).

## مكونات الحوار التلفزيوني:

يتكون الحوار التلفزيوني من مجموعة مكونات متداخلة مع بعضها البعض وهي كالتالي:

- مقدم البرنامج الحوارى وضيفه.
- القضية التي يتحاوران فيها.
- الأجهزة المستخدمة.
- الوقت أو المدة التي يتطلبها الحوار أو النقاش.
- الأسئلة التي يوجهها مقدم البرنامج لضيفه.
- مكان إجراء المقابلة.
- المشاهدون الذين تعتبر مراعاتهم والاهتمام بهم البداية الصحيحة لأي اتصال تلفزيوني فعال.
- طريقة إعداد الأسئلة باعتبارها مفاتيح الحصول على المعلومات، ومراعاة ترتيبها، ومدى تغطيتها للموضوع من جهة، وجوانب شخصية الضيف في اللقاء، أو ضيوف المناقشة من جهة أخرى إضافة إلى مدى تمكنهم من الإجابة على تساؤلات مقدم اللقاء أو الندوة، وأسلوب أو طريقة معالجتهم وتناولهم لموضوعاتها. (مهني، ١٩٩٤، ص١١٧).

## إعداد وتنفيذ البرنامج الحوارى التلفزيوني:

يمر البرنامج الحوارى التلفزيوني لإجرائه بالعديد من الخطوات تتلخص فيما يأتي:

١. تحديد الهدف: قبل البدء في إجراء البرنامج الحوارى التلفزيوني لابد من تحديد السبب وراء إجراء ذلك الحوار والإجابة على عدد من الأسئلة مثل: ما هو السبب في اختيار ذلك الشكل البرامجى دون غيره من الأشكال البرامجية الأخرى؟، لماذا نقوم بتقديم ذلك البرنامج الحوارى إذا كانت المعلومات التي يقدمها متاحة؟، ومن هو الشخص الذي يمكنه إمداد الجماهير بالمعلومات؟، وقد تتعدد أهداف البرنامج الحوارى ولكن كلما كان الهدف محدد ومركز ويمكن حصره كلما كانت المعلومات أكثر أهمية. (يوسف، ٢٠٠٨، ص٨١).
٢. البحث في موضوع البرنامج الحوارى: كلما كان موضوع البرنامج الحوارى أكثر تحديداً كلما كانت الأسئلة صحيحة ومركزة، وبالتالي لابد من البحث الجيد في

موضوع البرنامج الحواري قبل تنفيذه وذلك من خلال جميع الوسائل المعلوماتية المتاحة وأي تقصير في البحث عن المعلومات قد يؤدي إلى الكثير من المواقف المحرجة. (يوسف، ٢٠٠٨، ص ٨٢)

٣. اختيار الضيف: إن الهدف من البرنامج الحواري هو الذي يحدد الأشخاص ولكن في بعض الأحيان لا بد من اختيار شخص ما من بين أشخاص متعددة وهناك أربعة معايير لاختيار ضيوف البرنامج الحواري:

- هل الشخص لديه المعلومات التي نحتاجها.
  - هل هذا الشخص من السهل الوصول إليه.
  - هل هذا الشخص يرغب في الإدلاء بهذه المعلومات.
  - هل هذا الشخص قادر على التعبير عن هذه المعلومات بحرية ودقة.
- وبعد اختيار الضيف لا بد من إقناعه بإجراء الحوار معه، وقد تبدو هذه الخطوة سهلة ولكنها تحتاج إلى مهارة معينة وقدرة على الإقناع خاصة وإن كان موضوع الحوار حساس أو غير معروف. (يوسف، ٢٠٠٨، ص ٨٣)

٤. التخطيط للبرنامج الحواري: كلما زاد التخطيط للبرنامج الحواري كلما زادت معرفة المحاور عن الموضوع وزاد استمتاع الضيف بالحوار وهناك بعض الإرشادات التي يمكن اتباعها للتخطيط للحوار: (يوسف، ٢٠٠٨، ص ٨٣)

- التخطيط لشرح الهدف من الحوار مرة أخرى عن مقابلة الضيف وذلك حتى تسير المقابلة نحو الهدف مباشرة.
- التخطيط لكيفية استقبال الضيف أو الترحيب به، وما هي الكلمات التي ستؤدي إلى إذابة الثلوج بينهما.
- البدء في إعداد الأسئلة التي تغطي الهدف أو الموضوع.
- التخطيط للاستفسار عن الأسئلة التوضيحية والأمثلة والتعقيبات للتأكيد على نقاط معينة.
- الأخذ في الاعتبار احتمال وجود إجابات غير متوقعة ولكن كلما كان التخطيط جيداً كلما قلت تلك الإجابات.
- التخطيط للترتيب الزمني للأسئلة واختيار أسلوب محدد مثل المشكلة والحل.
- تخطيط مكان المقابلة والديكور والمناظر التي لها دور فعال ومؤثر في الموقف الحواري.

- لا بد من وجود نوع من المرونة في هذا التخطيط.
  - بداية أو مقدمة البرنامج الحوارية: إن الدقائق الأولى من البرنامج الحوارية هي أهم مكونات بناء البرنامج حيث يتم حث الضيف على المشاركة في الحوار بحرية ودقة وتقليل الخوف والرهبة لديه، وهذا ما يطلق عليه مصطلح «تطعيم الثلج» حيث أنه في بعض الأحيان يكون هناك ما يشبه جبال الجليد بين المذيع والضيف، على المذيع أن يحاول إذابة هذه الثلوج من خلال محادثة بسيطة قبل بدء البرنامج عن موضوعات عامة، حيث أن الضيف سيحدد من خلال تلك اللحظات الأولى إذا كان المذيع أمين وموثوق فيه أم لا. (يوسف، ٢٠٠٨، ص ٨٤)
  - ٥. **جسم البرنامج الحوارية:** ويقصد به قلب الحوار أو الجزء الذي يتم فيه تبادل الأسئلة والإجابات، وتلقي المعلومات بحرية، وهذه المرحلة تعتمد على المرحلة السابقة، فالمحاور الجيد سينتقل من المقدمة إلى جسم الحوار بمرونة. ولا بد في هذه المرحلة من توضيح الهدف من البرنامج الحوارية أو من المقابلة. (يوسف، ٢٠٠٨، ص ٨٥)
  - ٦. **خاتمة البرنامج الحوارية:** في ختام أي مقابلة أو حوار لا بد أن يذكر المذيع أو القائم على الاتصال المشاهدين بموضوع الحوار، ويقدم تلخيصًا موجزًا جدًا لما تم طرحه أو ما تم التوصل إليه، ثم يشكر الضيف لمشاركته ثم يشكر المشاهدين. (يوسف، ٢٠٠٨، ص ٨٧)
- وهناك بعض الإرشادات التي يجب اتباعها في نهاية البرنامج الحوارية وهي:
- على المذيع أن يكون صادقًا وأمينًا ولا يقطع وعودًا لا يستطيع تنفيذها.
  - لا بد من الأخذ في الاعتبار أن الخاتمة هي جزء من البرنامج الحوارية وبالتالي لا بد من الاهتمام بها لتأثيرها في أطراف الحوار وعلى نتائج الحوار نفسه.
  - عدم إنهاء البرنامج إلا إذا انتهى، وعلى المذيع أن يتجنب أي سلوك لفظي أو غير لفظي يوحي للضيف أن البرنامج قد انتهى وهو لم ينتهي بعد.
  - توضيح الهدف الذي تم التوصل إليه من هذه المقابلة أو توضيح النتائج والحلول إذا كان هناك مشكلة ما.
  - يمكن للمذيع أن يسأل أسئلة شخصية صادقة.
  - لا بد من تجنب المجاملات ولحرص على الصدق في كل ما يقوله المذيع.
  - يمكن للمذيع أن يقوم بتلخيص المقابلة خاصة إذا كان هناك كم كبير من المعلومات. (يوسف، ٢٠٠٨، ص ٨٧)

### التأثير السلبي للبرامج الحوارية التليفزيونية:

بالرغم من قوة هذه البرامج في إذكاء الرأي العام وصياغته والتعبير عنه إلا أن بعض الخبراء يرون أن هذه القوة الملموسة قد أدت إلى تأثير سلبي في الاتجاه المعاكس، وشغل الرأي العام بالقضايا التافهة والأمور الشخصية التي تلهب المشاعر وتثير الفرقة والخلاف، بدلاً من السير في الجانب الإيجابي والالتفاف حول القضايا القومية الكبرى. كما يشير البعض الآخر إلى أن وسائل الإعلام بما لها من دور مركب بالغ التعقيد في التشيئة السياسية للأفراد، قد تزيد من وعي المتلقين، وقد تلعب دوراً في تزييف وعي المتلقين وتخديرهم أو إيجاد نوع من الوعي الزائف النسبي عن طريق تضخيم وهمي لسلبيات الواقع وإمكانية التغيير، ومع نقص الشفافية في المجتمع قد يتحول من يلتقون هذا الوهم إما إلى كائنات رخوة عاجزة سلبية بلا موقف، أو إلى قنابل موقوتة تسعى لتدمير المجتمع.

وتعكس هذه الدراسة مدى أهمية التعرف علي اتجاهات المعالجة للبرامج الحوارية للقضايا السياسية في القنوات الفضائية السعودية. (سكر، ٢٠١٢، ص ٦٧)

### التأثير الإيجابي للبرامج الحوارية التليفزيونية:

١. **الحالية:** أصبحت البرامج الحوارية التليفزيونية مصدرًا من مصادر المعلومات لدى الكثير من الناس وتنافس بذلك الخدمات الإخبارية. وبالتالي أصبحت الحالية ومجاراة الأحداث من أهم سمات هذه البرامج، وبالتالي فإن تلك البرامج تقوم بالتالي: (يوسف، ٢٠٠٨، ص ١٠٩)

- إمداد الفرد بالمعلومات.
- تدعيم الاتجاهات الموجودة بالفعل نحو قضية معينة.
- خلق آراء عن الموضوعات الجديدة.
- تغيير الاتجاهات: حيث يمكنها تغيير الاتجاهات حيال قضية معينة.
- ٢. **الإثارة:** ازداد عدد البرامج الحوارية التليفزيونية بشكل كبير مما زاد من حدة المنافسة بين هذه البرامج ورغبة كل منها في جذب أكبر عدد من الجمهور المستهدف، وجذب أكبر عدد من المعلنين، وبالتالي اعتمدت تلك البرامج على الإثارة التي تتحقق من خلال التالي: (يوسف، ٢٠٠٨، ص ١١٠)
- البحث عن الضيف القوي الذي تنتظره الجماهير إما لمكانته السياسية أو الاجتماعية أو الدينية أو لحب الجماهير له أو لغيابه لفترة طويلة.

- البحث عن الموضوعات الجديدة والغريبة التي لم نعتاد على رؤيتها في وسائل الإعلام.
- اعتماد هذه البرامج على المواجهة وعرض الاختلافات في الرأي تجاه قضية محددة.
- الاهتمام بالحالات الانسانية.
- عرض السلبيات الموجودة في المجتمع السعودي.
- استخدام عدد من المذيعين من أصحاب الشهرة الواسعة، لهم قدرات ومهارات فائقة على إدارة الحوار.
- ٣. الصراع: فمن أهم سمات هذه البرامج الاعتماد على الصراع وخاصة مع تعدد الأطراف داخل البرنامج، فكثيراً ما يقوم المحاورون بالبحث عن الأشخاص الأكثر اختلافًا وتناحرًا في الواقع، ويحاول أن يجمع بينهم في حوار واحد، بل أن هناك من يعتمد إشعال الحوار. (يوسف، ٢٠٠٨، ص ١١١)
- ٤. ارتفاع نسبة المشاهدة: ازدادت نسبة مشاهدة البرامج الحوارية في الفترة الأخيرة وذلك لأنها أصبحت مصدرًا للمعلومات، وسيلة للترفيه، محور للنقاش مع الأشخاص الآخرين و مصدرًا للإلمام بكل ما يحدث في العالم من حولنا. (يوسف، ٢٠٠٨، ص ١١٢)
- ٥. البرنامج الحوارى التلفزيونى يكون مجدولا زمنيا ضمن فقرات البث للقنوات التلفزيونية.
- ٦. البرنامج الحوارى التلفزيونى ذات مقدم برامج وفريق فنى ثابت.
- ٧. للبرنامج الحوارى التلفزيونى وقت زمنى معقول ومناسب للضيف لطرح الرأى.
- ٨. نسبة مشاهدى البرامج الحوارية التلفزيونية عادة من فئة أصحاب الرأى والثقافة.
- ٩. نسبة التغيير على setup والديكورات من حلقة لأخرى قليلة جدا.

#### مشكلات البرامج الحوارية التلفزيونية:

هناك العديد من المشكلات التي تقف حائلًا أمام البرنامج الحوارى التلفزيونى، ومن هذه المشكلات ما يلي: (يوسف، ٢٠٠٨، ص ١٠٠)



## ١. مشكلات تتعلق بالمحاور:

- رفع الكلفة بينه وبين الضيف.
- المقاطعة.
- عدم وجود هدف واضح للحوار.
- غياب تهيئة الضيوف قبل الحوار.
- عدم الاستماع الجيد للضيف.
- عدم المعرفة بالموضوع بشكل جيد
- عدم وجود أسئلة منطقية مرتبة معده مسبقًا.
- استخدام مقدمة طويلة. (يوسف، ٢٠٠٨، ص ١٠٠)

## ٢. مشكلات تتعلق بالضيوف:

هناك العديد من المشكلات التي تواجه البرنامج الحواري والتي تتعلق بأنواع بالضيوف حيث أن المحاور يقابل أنواع مختلفة من الضيوف، وكل ضيف له شخصيته وصفاته التي تنكس على أدائه في البرامج فهناك: (يوسف، ٢٠٠٨، ص ١٠١)

- **الضيف المتأثر:** وهو الذي يتأثر بالمواقف أو القصة التي يسردها وقد يبدأ في البكاء، وهنا من الأفضل للمحاور أن يظل صامئًا حتى ينتهي الضيف من سرد القصة ويجب أن يكون المحاور حساسًا ويسأل أسئلة مباشرة.
- **الضيف الجديد:** هو الضيف الذي ليس لديه أي خبرة في العمل الإعلامي، وهنا يجب على المحاور ألا يختار موضوعًا صعبًا. (زلطة، ١٩٩٥، ص ٥٠)
- **الضيف العدواني:** إذا تم ملاحظة عدوانية من قبل الضيف، فعلى المحاور أن يحاول تحديد أسبابها، والتي قد تتمثل في التوتر أو عدم الرغبة في الحديث مع المحاور أو بسبب المعلومات المطلوبة منه، وهنا يجب على المحاور أن يغير من تلك العدوانية من خلال: تغيير الموضوع، الصمت أو استخدام أسئلة مفتوحة أو غير مباشرة. (زلطة، ١٩٩٥، ص ٥٠)
- **الضيف البخيل:** هو الضيف الذي ليس لديه رغبة في الحديث، ولا بد من اكتشاف السبب في ذلك والذي قد يكون بسبب المحاور نفسه أو بسبب الموضوع أو الرغبة في الخصوصية وعم الإدلاء بمعلومات أو قد تكون صفة شخصية. (زلطة، ١٩٩٥، ص ٥٠)
- **الضيف الثرثار:** هذا عكس الضيف البخيل حيث أن هناك بعض الناس تحب

- الحديث مع أي شخص وفي أي وقت ومن هنا لا بد من استخدام الأسئلة المغلقة وعند الزوم يمكن استخدام المقاطعة الصريحة. (زلطة، ١٩٩٥، ص٥٢).
- الضيف الغامض: وهو الضيف الذي يتجنب الأسئلة التي تفصح عن مشاعره، وهنا على المحاور أن يكون مصرًا على أسئلته عن طريق إعادة الصياغة أو إشاعة جو من البهجة والألفة. (زلطة، ١٩٩٥، ص٥٢).
- الضيف المرتبك: قد يكون الضيف مرتبكًا من الموضوع أو من السؤال وهنا على المحاور ألا يخرجه أو يثير غضبه ويمكن أن يعيد السؤال بصيغة مختلف. (زلطة، ١٩٩٥، ص٥٢).
- الضيف المراوغ: هو الضيف الذي يتهرب من الإجابة على الأسئلة ويستخدم الضيف في ذلك العديد من الحيل: الانتقال إلى موضوع آخر، سؤال المحاور دوافعه، الضحك، السخرية أو التقليل من أهمية السؤال. وعلى المحاور أن يستمع جيدًا إلى الإجابات وأن يعيد الصياغة.
- الضيف الممل: هو الضيف الذي تشعر معه بالملل والتغلب على تلك المشكلة تكمن في قدرة المحاور في استخراج المعلومات الشيقة والمثيرة التي يخفيها الضيف. (زلطة، ١٩٩٥، ص٥٢).
- الضيف الأناني: وهو الضيف الذي يتحدث كثيرًا عن نفسه، ويذكر كلمة أنا كثيرًا، وهنا يمكن للمحاور أن ينتقل من الحديث عن الضيف إلى الحديث عن موضوعات تخص العامة. (زلطة، ١٩٩٥، ص٥٢).
٣. مشكلات تتعلق بالمواقف الحوارية:

- هناك العديد من المشكلات التي تتعلق بالمواقف الحوارية مثل:
- الحوار الطارئ: وهو الحوار غير المعد وهو الذي ينشأ في ظروف معينة وذلك النوع من الحوار يركز على أن المحاور لديه فكرة عامة عن الموضوع، كما أن الحوار الطارئ يحتاج على فهم كامل للموضوع حتى لا يتورط المحاور في أسئلة ساذجة خارج الموضوع. (زلطة، ١٩٩٥، ص١١١)
- الحوار خارج الاستوديو: قد يكون الحوار خارج الاستوديو ضروري للحصول على معلومات معينة مثل المقابلات التي تحدث في المؤتمرات والمقابلات مع المواطنين العادي في الطرقات ومن أهم مشكلاتها: (زلطة، ١٩٩٥، ص١١١)
- تحتاج إلى توافر أجهزة ومعدات وكاميرات خارج الاستوديو مما يلزم التأكد من

صلاحية هذه الأجهزة.

- التشويش.
- من الصعب إعداد الضيف للحوار.
- حوارات الهواء: وهي الحوارات التي تجري على الهواء مباشرة وبالرغم من تلقائيتها إلا أن المحاور لابد أن يكون لديه ثقافة كبيرة جدًا وقدرة على مواجهة الكثير من المواقف والتعليقات لتي يمكن أن تحدث. (زلطة، ١٩٩٥، ص ١١١)

#### ٤. مشكلات تتعلق بصياغة الأسئلة:

- هناك العديد من الأخطاء التي يمكن أن يقع فيها المحاور في طريقته لصياغة الأسئلة، وتتمثل في: (يوسف، ٢٠٠٨، ص ١٠٣)
  - الاستخدام الخاطئ للأسئلة المغلقة.
  - السؤال المغلق والمفتوح في نفس الوقت.
  - الأسئلة المزدوجة أو المركبة.
  - الأسئلة الإيحائية.
  - الأسئلة الحساسة أو المحرجة أو المستفزة.
- #### ٥. الضيوف والمشاركين في اللقاءات التلفزيونية:

يعد الضيف المشارك عنصر مهم لإنجاح أي لقاء فهو الهدف الرئيس وصاحب المعلومة المنتظرة أو الفكرة المقنعة أو الشخصية التي يريد المشاهدون التعرف عليها أكثر ولذلك فإن عليه مراعاة عدة أمور أهمها:

- عند الطلب منه المشاركة في أي لقاء تلفزيوني أن يكون مطلعًا على نوعية البرنامج وأن تكون له مشاهدة سابقة لمرة واحدة على الأقل على حلقة سابقة منه لمعرفة اتجاه البرنامج السياسي مثلاً وكيفية تعامل المحاور مع ضيوفه.
- يجب على الضيف المفترض أن يسأل معد البرنامج عن محاور اللقاء لضمان التحضير الكافي والإمام بكل الجوانب قبل الدخول إلى الاستوديو وتبرز أهمية ذلك أكثر في البرامج الحوارية المباشرة والطويلة كما يفضل أن يكون كل ذلك قبل أربعة وعشرين ساعة على الأقل.
- بالنسبة للبرامج الحوارية التي يتواجد فيها أكثر من مشارك يفضل أن يعرف المشارك من هو المشارك الآخر الذي سيتواجد معه في الحلقة وذلك لكي يستعد بشكل أفضل ويجمع معلومات عن أفكار الضيف المقابل ما سيحسن من الأداء في

الحلقة ويثريها بشكل أجمل.

- على الضيف وقبل دخوله إلى الاستوديو أن يشعر بالارتياح داخل المكان من خلال دردشة قصيرة مع مضيفه أو مع المخرج وأن يتلاءم لبسه أيضاً مع الديكورات المستخدمة وأن يراعي أثناء اللقاء حركات اليد والإيماءات التي يقوم بها.
- أثناء اللقاء يجب الحفاظ على الهدوء وعدم السماح للمحاور أن يستفزه ويُفضل رفض الإجابة عن الأسئلة المخرجة أو التي قد تسيء لصاحبها خاصة فيما يتعلق بالمعلومات التي تحتوي على أرقام وكذلك مراعاة الوقت لكل إجابة.
- ويبرز ذلك في اللقاءات القصيرة المباشرة عبر نشرات الأخبار سواء داخل الاستوديو أو من خلال الأقمار الصناعية حيث تراعى خصوصية تلك اللقاءات عن سائر اللقاءات التلفزيونية الأخرى كونها تحتاج لإجابة مركزة جداً وسريعة في نفس الوقت حيث أن هذه اللقاءات تصل في حدها الأعلى إلى خمس دقائق فقط ويحتاج من خلالها المذيع أو المحاور لأكثر من المعلومات في أقصر وقت. (الشهواني، ٢٠٠٢، ص ٤٤).

#### عوامل نجاح المقابلات

- يشير الخبراء إلى مراعاة عدة أمور تساعد في إنجاح اللقاءات ومنها:
- تحديد المكان الذي يُجرى فيه الحوار يجب أن يكون ملائماً وصالحاً للتصوير ومناسباً للحدث الذي يتم تصوير التقرير لأجله إضافة إلى شكل ولون الملابس.
- مراعاة عدد المشاركين في الحوار أو النقاش لأن شاشة التلفزيون الصغيرة لا تسمح بإظهار الأعداد أو المجاميع الكبيرة.
- عادة ما تكون مدة الظهور في أي تقرير من ٣٠-٤٥ ثانية فقط ويتم تسجيلها لتبث في وقت لاحق وبالتالي فإن من السهل طلب إعادة التسجيل عند عدم التمكن من الإجابة بالشكل الأمثل.
- يفضل تسجيل الحديث في التقرير وقوفاً مع النظر إلى عين مقدم التقرير دون الاهتمام بالكاميرا أو الأجواء المحيطة.
- التركيز بالحديث وإبداء الرأي على الحدث الذي يتم إنتاج التقرير من أجله دون التشعب لمواضيع أخرى.
- إدلاء رأي محدد في موضوع نقاشي ضمن برنامج إخباري.
- غالباً ما تلجأ القنوات الإخبارية أو الحوارية إلى الاستعانة برأي خارجي عن إطار سيناريو البرنامج المعد سابقاً من خلال الاتصال عبر الأقمار الصناعية أو الهاتف

مع شخصية ليست من ضيوف البرنامج أو من ضمن قلب الحدث الإخباري. (جلال، ٢٠٠٥، ص ٤٠٢).

### الظهور التلفزيوني عبر هذا النوع من اللقاءات يتميز بما يلي:

- الهدف الأساسي من إدخال رأي ثالث إلى النقاش يكون بهدف نزع معلومات جديدة غير متوفرة لدى فريق البرنامج.
- مدة الظهور لإبداء الرأي لا تتجاوز الدقيقة - دقيقتين والسؤال يكون محددًا من قبل مقدم البرنامج.
- معظم أنواع هذا الظهور هي في البرامج التي تبث على الهواء مباشرة.
- يلجأ المقدم إلى إرباك الضيف وذلك لأبعاد أي تصور مسبق معد منه للإجابة.
- ضرورة طرح الرأي بشكل فوري خوفا من حدوث مشاكل تقنية تضع المشاهد في التباس من رأي الضيف. (السيد، ١٩٩٩، ص ٣٤٥).

### دور المخرج في البرامج:

- يتولى المخرج تحديد أماكن كاميرات التصوير سواء كان الحوار داخل أو خارج الاستوديو.
- انتقاء الديكورات المناسبة، أو الخلفيات الملائمة.
- وضع الميكروفونات التي ستقل الحوار والإضاءة المناسبة، والتنسيق بينها وبين الميكروفونات المتحركة، أو ألوان الخلفيات أو ملابس الضيوف.
- تصوير بعض اللقطات الخلفية أو الخارجية التي يستعين بها أثناء الحوار لإضافة المزيد من المصدقية على الحوار، مع ضرورة مراعاة تكامل ما يقال وما يعرض من هذه اللقطات. (يوسف، ٢٠٠٨)
- ويستفيد المخرج أيضا من المونتاج من خلال اللقاءات غير المباشرة بقطع اللقطات وتوليفها وكذلك تعديل الجمل المبتورة لكي لا يظهر أي خلل بالنسبة للمشاهد وأيضا اختيار الجمل الأكثر أهمية إذا كان اللقاء طويلا ويحتاج للاختصار.

### أهمية التدريب المستمر على الحوار التلفزيوني:

من الملاحظ أن التدريب التلفزيوني على الحوار والمناقشة حتى الآن لم يحظ بالعناية الكافية ونوصي بتدريب مقدمي البرامج الحوارية القائمين عليها والضيوف أيضا على كل الأمور التي تساعد في صقل خبراتهم وتنمية مهاراتهم في هذا المجال، وزيادة وعيهم ودعم قدراتهم في التعامل مع التلفزيون كوسيلة مرئية تعتمد الصورة الحية المقترنة بصوتها الدال

على عمق المشاعر والأحاسيس، سواء بحسن الأداء أمام الكاميرات أو الميكروفونات، مع الاهتمام بتدريب مقدمي الأخبار على حرفية البحث وإجراء الحوارات والمناقشات لأن التدريب يوفر لهم فرصاً حقيقية لتحسين معارفهم وتنمية مهاراتهم الحوارية، ويمكنهم من أداء عملهم بأقصى ما يستطيعون من قدرات. ويجب ألا يقف التدريب في هذا المجال عند مستوى أو حد معين من المعرفة، لأن هذا المجال في تطور مستمر وتغير دائم، ولا بد من المسيرة المتواصلة لأحدث فنون المحاورات والمناقشات التلفزيونية. (الحضيف، ٢٠٠٦، ص ٨٥).

### الاهتمام باللغة العربية

يجب التأكيد على ضرورة اهتمام مقدمي الحوار وضيوفهم باللغة العربية المبسطة، فهي الرباط الوثيق والشامل للعرب في كل مكان، والعناية بالأساليب المستخدمة، واحترام القواعد اللغوية والنحوية خاصة، ويعتبر النحو تبسيطاً للغة وتنظيم لحقائتها الذهبية، والبعد عن العامية التي لا تقوى على أن تكون لغة للاتصال بين كل العرب. (رشتي، ٢٠٠٠، ص ١٨).

### دور البرامج الحوارية التلفزيونية في عرض القضايا الاجتماعية:

تسهم البرامج الحوارية عموماً في إثراء النقاش الاجتماعي والسياسي والاقتصادي والديني حول مختلف القضايا التي تهتم بالموضوع محل النقاش، وتشكل الحوارات مرجعاً يمكن الوثوق به في بعض القضايا التي تمس شرائح واسعة من المجتمع. ما من سبب يمكن أن يبرر عدم كون الإنسان متحدثاً لبقاً، فاللباقة في الحديث من العوامل الحاسمة التي تحدد نجاحنا أو إخفاقنا.

ذهب البعض إلى أن للبرامج الحوارية التلفزيونية دوراً إيجابياً في تنمية الوعي الثقافي والفكري والحضاري للجماهير السعودية والعربية وتشكيل اتجاهاتهم بين مؤيد ومعارض إلا أن البعض الآخر يرى أن هذه البرامج تعتمد على عنصرى الإثارة والتشويق إلا أنها في بعض الأحيان تفتقر إلى الجدية والعمق، كما أنها تأخذ طابع المشاجرة والجدل بين ضيوف هذه البرامج وبالتالي تضيع الحقائق وسط هذه المشاحنات. (الشهواني، ٢٠٠٢، ص ٤٧ : ٤٨)

وفي ظل ما يقع على عاتق التلفزيون من القيام بدور مهم في نشر الوعي الاجتماعي والثقافي بين كل أفراد المجتمع، تبرز أهمية وجود سلم قيمي واضح بما يتفق مع طبيعة وأهداف المجتمع؛ يلتزم به القائم بالاتصال ويعمل علي بثه وترسيخه من خلال ما يتم

تقديمه من مضامين متنوعة توجه لكل قطاعات الجمهور، ومن أهمها قطاع الشباب الذي يمثل المستقبل، والذي قد يساعده الفهم علي أن يكون ترسًا فاعلاً في عجلة التقدم والتطور الحضاري داخل المجتمع. (الشهواني، ٢٠٠٢، ص٤٧: ٤٨)

وقد ازدادت أهمية البرامج الحوارية في القنوات السعودية الحكومية والخاصة، وأصبحت تمثل لسان حال الشارع السعودي، ومع زيادة عدد القنوات الفضائية السعودية تنوعت البرامج الحوارية وتعددت وأصبحت تشغل حيزاً كبيراً من يوم المواطن السعودي؛ ومن ثم اتسع نطاق تأثيرها علي الفرد داخل الأسرة وداخل المجتمع، تلك التأثيرات التي تتمثل في: توصيل المعلومات للفرد عن كل الأحداث الجارية، وتدعيم بعض الاتجاهات من خلال عرض وجهات النظر المؤيدة لها، وخلق آراء عن موضوعات ومفاهيم جديدة بما تضمنه هذه المفاهيم من مبادئ وقيم. (الشهواني، ٢٠٠٢، ص٤٧: ٤٨)

وتهدف البرامج الحوارية التليفزيونية التي تقدم في القنوات المختلفة إلى معالجة القضايا الاجتماعية ويتم ذلك من خلال ما يلي:

- إيصال الحقائق والمعلومات إلى الجماهير بطريقة سلسلة وبسيطة وقريبة إلى نفوسهم، وتعرض الجوانب المتعددة جميعها للموضوع بطريقة قريبة من همومهم وآمالهم. (الحسن، ١٩٩١، ص١٥٢).
- محاولة الوصول إلى حل للموضوع المختلف عليه، وذلك بعرض وجهات نظر مختلفة فعن طريق التماور يظهر لنا أن وجهات النظر قد فازت على غيرها فتقدم هي الحل الصحيح للمشكلة المطروحة. (رمزي، ١٩٧٣، ص١٥٩).
- تحث البرامج الحوارية التليفزيونية الآخرين على المزيد من التفكير في الموضوع الذي عالجه، فهي إن اكتفت بالتبنيه إلى أهميته ومناقشة جوانبه المتعددة وما يحيط به من وجهات نظر مختلفة ولكنها لم تنتهي إلى حقائق معينة بل تركت الباب مفتوحاً أمام المتلقين. (لييب، ١٩٧٧، ص١٤٣).
- التعريف بشخصية ما نتيجة عمل معين قامت به أو لظرافتها أو لما يضيفه وجودها في الأستوديو من إشاعة المرح والتسلية للمشاهدين. (الغنام، ١٩٩٨، ص١٤٧)

## نتائج الدراسة:

سيتم عرض نتائج الدراسة عن طريق الإجابة على التساؤلات لكل سؤال على حده على النحو الآتي:

نتائج السؤال الأول الذي نص على ما يلي: ما مدى متابعة الشباب للقضايا المطروحة في البرامج الحوارية في القنوات التلفزيونية؟

جدول (٢) التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية وترتيبها تنازلياً لإجابات عينة الدراسة حول مدى متابعتهم للقضايا المطروحة في البرامج الحوارية في القنوات التلفزيونية

م	القضايا	دائمًا	غالبًا	أحياناً	نادرًا	لا يتابعها	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب
١	القضايا الاجتماعية	ت	١١٤	٦٦	٦٣	٢٢	١٤	٣,٨٧	١,١٨
		%	٤٠,٩	٢٣,٧	٢٢,٦	٧,٩	٥,٠		
٢	القضايا الاقتصادية	ت	٦٠	١٠٦	٥٢	٣٦	٢٣	٣,٥٢	١,٢٠
		%	٢١,٧	٣٨,٣	١٨,٨	١٣,٠	٨,٣		
٣	القضايا السياسية	ت	٦٩	٨٤	٦٠	٤٧	١٦	٣,٥٢	١,٢٠
		%	٢٥,٠	٣٠,٤	٢١,٧	١٧,٠	٥,٨		
٤	القضايا الرياضية	ت	٨٥	٦٦	٦٧	٢٧	٣١	٣,٥٣	١,٣٢
		%	٣٠,٨	٢٣,٩	٢٤,٣	٩,٨	١١,٢		
٥	القضايا الثقافية	ت	٥٨	٧٠	٨٠	٣٨	٣٢	٣,٣٠	١,٢٦
		%	٢٠,٩	٢٥,٢	٢٨,٨	١٣,٧	١١,٥		
٦	القضايا التعليمية	ت	٥٣	٧٢	٨٥	٤٢	٢٥	٣,٣١	١,٢٠
		%	١٩,١	٢٦,٠	٣٠,٧	١٥,٢	٩,٠		
٧	القضايا الدينية	ت	٩٠	٧٣	٦٥	٣٢	١٩	٣,٦٦	١,٢٣
		%	٣٢,٣	٢٦,٢	٢٣,٣	١١,٥	٦,٨		
٨	القضايا العسكرية والأمنية	ت	٦٢	٧٣	٨٠	٣٧	٢٤	٣,٤١	١,٢٢
		%	٢٢,٥	٢٦,٤	٢٩,٠	١٣,٤	٨,٧		
٩	القضايا الفنية	ت	٥٩	٦٥	٥٦	٥٠	٤٥	٣,١٦	١,٣٨
		%	٢١,٥	٢٣,٦	٢٠,٤	١٨,٢	١٦,٤		
١٠	القضايا العلمية والتقنية	ت	٦٨	٦١	٨٨	٣٨	٢٥	٣,٣٩	١,٢٤
		%	٢٤,٣	٢١,٨	٣١,٤	١٣,٦	٨,٩		
١١	القضايا الصحية	ت	٩٥	٦٥	٦٣	٣٦	٢١	٣,٦٣	١,٢٧
		%	٣٣,٩	٢٣,٢	٢٢,٥	١٢,٩	٧,٥		
	المتوسط العام*						٣,٤٨	٠,٨٤	

\* المتوسط الحسابي من ٥ درجات



يوضح الجدول (٢) دراسة استجابات أفراد العينة حول مدى متابعة الشباب للقضايا المطروحة في البرامج الحوارية في القنوات التلفزيونية، حيث نجد أن القضايا الاجتماعية جاءت في المركز الأول حيث أن فئة (دائماً) كان عددها (١١٤) بنسبة (٤٠,٩%)، ثم فئة (غالبا) حيث كان عددها (٦٦) بنسبة (٢٣,٧)، ثم فئة (أحيانا) حيث كان عددها (٦٣) بنسبة (٢٢,٦)، ثم فئة (نادرا) حيث كان عددها (٢٢) بنسبة (٧,٩)، ثم فئة (لا يتابعها) حيث كان عددها (١٤) بنسبة (٥,٠).

ثم جاء في المركز الثاني (القضايا الدينية) بمتوسط حسابي (٣,٦٦) وانحراف معياري (١,٢٦)، يليها (القضايا الصحية) بمتوسط حسابي (٣,٦٣) وانحراف معياري (١,٢٧)، ثم (القضايا الرياضية) بمتوسط حسابي (٣,٥٣) وانحراف معياري (١,٣٢)، ثم (القضايا الاقتصادية) بمتوسط حسابي (٣,٥٢) وانحراف معياري (١,٢٠)، ويتساوى معها القضايا السياسية بمتوسط حسابي (٣,٥٢) وانحراف معياري (١,٢٠)، ثم القضايا العسكرية والأمنية بمتوسط حسابي (٣,٤١) وانحراف معياري (١,٢٢) وهكذا حسب الجدول السابق.

نتائج الإجابة عن السؤال الثاني الذي نص على ما يلي: ما مدى متابعة الشباب للموضوعات الاجتماعية المطروحة في البرامج الحوارية في القنوات التلفزيونية؟  
جدول (٣) التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية وترتيبها تنازليا لإجابات عينة الدراسة حول مدى متابعتهم للموضوعات الاجتماعية المطروحة في البرامج الحوارية في القنوات التلفزيونية

م	الموضوعات	دائماً	غالبا	أحيانا	نادراً	لا يتابعها	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب
١	الأحوال الشخصية	١١٥	٧١	٤٦	٢٦	٢٠	٣,٨٥	١,٢٦	١
		٤١,٤%	٢٥,٥%	١٦,٥%	٩,٤%	٧,٢%			
٢	العلاقات الاجتماعية (الأسرية)	٧٨	٩٤	٥٢	٣٣	٢١	٣,٦٣	١,٢٢	٣
		٢٨,١%	٣٣,٨%	١٨,٧%	١١,٩%	٧,٦%			
٣	العادات والتقاليد الاجتماعية	٧٤	٩٥	٦٧	٢٧	١٤	٣,٦٨	١,١٢	٢
		٢٦,٧%	٣٤,٣%	٢٤,٢%	٩,٧%	٥,١%			
٤	العلاقة بين الجنسين	٧١	٧١	٥٨	٤١	٣٣	٣,٣٩	١,٣٤	٥
		٢٥,٩%	٢٥,٩%	٢١,٢%	١٥,٠%	١٢,٠%			
٥	التكافل الاجتماعي	٥٦	٧٧	٧٧	٣٩	٢٧	٣,٣٥	١,٢٣	٧
		٢٠,٣%	٢٧,٩%	٢٧,٩%	١٤,١%	٩,٨%			
٦	الأنشطة الاجتماعية	٦٠	٦٩	٨٣	٤٤	٢٠	٣,٣٨	١,٢٠	٦
		٢١,٧%	٢٥,٠%	٣٠,١%	١٥,٩%	٧,٢%			
٧	المؤسسات الاجتماعية	٤٥	٧١	٧٦	٥٠	٣٣	٣,١٦	١,٢٥	١٠
		١٦,٤%	٢٥,٨%	٢٧,٦%	١٨,٢%	١٢,٠%			

٨	١,٢٦	٣,٢٨	٣٢	٣٦	٨٧	٦٤	٥٧	ت	السياسات الخاصة	٨
			١١,٦	١٣,٠	٣١,٥	٢٣,٢	٢٠,٧	%	بالحياة الاجتماعية	
٩	١,٢٧	٣,٢٣	٢٨	٥٣	٧٦	٥٨	٥٧	ت	الجمعيات الخيرية	٩
			١٠,٣	١٩,٥	٢٧,٩	٢١,٣	٢١,٠	%		
١١	١,٢٥	٣,١٣	٣٧	٤٥	٨٦	٦٤	٤٥	ت	الجرائم والانحرافات السلوكية	١٠
			١٣,٤	١٦,٢	٣١,٠	٢٣,١	١٦,٢	%		
١٢	١,٣٩	٣,٠٤	٥٢	٥٣	٦٠	٦١	٥٣	ت	الهجرة والاستيطان والسكان	١١
			١٨,٦	١٩,٠	٢١,٥	٢١,٩	١٩,٠	%		
٤	١,٣٧	٣,٥١	٣١	٢٩	٥٣	٥٦	٨٢	ت	التأمينات الاجتماعية	١٢
			١٢,٤	١١,٦	٢١,١	٢٢,٣	٣٢,٧	%		
	٠,٩٠	٣,٣٨	المتوسط* العام							

## \* المتوسط الحسابي من ٥ درجات

يوضح الجدول رقم (١٤) والذي يجيب عن التساؤل ما مدى متابعة الشباب للموضوعات الاجتماعية المطروحة في البرامج الحوارية في القنوات التلفزيونية؟، أن (الأحوال الشخصية) جاءت في المرتبة الأولى، فوجد ان استجابات أفراد عينة الدراسة الخاص بالاختيار (دائماً) كان عددها (١١٥) بنسبة (٤١,٤) %، ويليهما فئة (غالباً) حيث كان عدد الاستجابات من أفراد عينة الدراسة (٧١) بنسبة (٢٥,٥) %، ويليهما فئة (أحياناً) حيث كان عدد الاستجابات من أفراد عينة الدراسة (٤٦) بنسبة (١٦,٥) %، ويليهما فئة (نادراً) حيث كان عدد الاستجابات من أفراد عينة الدراسة (٢٦) بنسبة (٩,٢) %، ويليهما فئة (لا يتابعها) حيث كان عدد الاستجابات من أفراد عينة الدراسة (٢٠) بنسبة (٧,٢) %، ثم يليها العادات والتقاليد الاجتماعية بمتوسط حسابي (٣,٦٨) وانحراف معياري (١,١٢)، ثم العلاقات الاجتماعية الأسرية بمتوسط حسابي (٣,٦٣) وانحراف معياري (١,٢٢).

وبعد حساب المتوسط الحسابي للاستجابات والتكرارات الخاصة بالأحوال الشخصية فكان (٣,٨٥) بانحراف معياري (١,٢٦).

نتائج الإجابة عن السؤال الثالث الذي نص على ما يلي: العوامل التي تدفع الشباب لمتابعة البرامج الحوارية في القنوات التلفزيونية؟

جدول (٤) التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية وترتيبها تنازلياً لإجابات عينة الدراسة حول العوامل التي تدفعهم لمتابعة البرامج الحوارية في القنوات التلفزيونية

م	العوامل	بشكل كبير جداً	بشكل كبير	إلى حد ما	ليس له تأثير	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب
١	طبيعة القضايا والموضوعات المطروحة في البرنامج	١١٤	٩٤	٥٩	١٢	٣,١١	٠,٨٨	١
		٤٠,٩ %	٣٣,٧	٢١,١	٤,٣			
٢	أسلوب تقديم البرنامج الحواري	١٠٨	١٠١	٥٦	١٢	٣,١٠	٠,٨٧	٢
		٣٩,٠ %	٣٦,٥	٢٠,٢	٤,٣			
٣	الشخصيات المشاركة في البرنامج الحواري	١٠١	٩٥	٦١	١٨	٣,٠١	٠,٩٢	٣
		٣٦,٧ %	٣٤,٥	٢٢,٢	٦,٥			
٤	وقت عرض البرنامج الحواري	٧٤	٩٧	٨٠	٢٨	٢,٧٨	٠,٩٥	٥
		٢٦,٥ %	٣٤,٨	٢٨,٧	١٠,٠			
٥	القناة التي تبث البرنامج الحواري	٩٢	٨٧	٦٧	٣٢	٢,٨٦	١,٠١	٤
		٣٣,١ %	٣١,٣	٢٤,١	١١,٥			
٦	مشاركات ومدخلات مشاهدي البرنامج الحواري	٦٥	٧١	١٠٢	٤٢	٢,٥٧	١,٠١	٦
		٢٣,٢ %	٢٥,٤	٣٦,٤	١٥,٠			
٧	الديكورات والإخراج	٦٤	٧٦	٧١	٦٨	٢,٤٩	١,١٠	٧
		٢٢,٩ %	٢٧,٢	٢٥,٤	٢٤,٤			
	المتوسط* العام					٢,٨٤	٠,٦٥	

\* المتوسط الحسابي من ٤ درجات

يوضح الجدول (٤) والذي يجب عن التساؤل ما هي العوامل التي تدفع الشباب لمتابعة البرامج الحوارية في القنوات التلفزيونية ٥، أن (طبيعة القضايا والموضوعات المطروحة في البرنامج) جاءت في المرتبة الأولى، فنجد ان استجابات أفراد عينة الدراسة الخاص بالاختيار (بشكل كبير جداً) كان عددها (١١٤) بنسبة (٤٠,٩ %)، يليها فئة (بشكل كبير) حيث كان عدد الاستجابات من أفراد عينة الدراسة (٩٤) بنسبة (٣٣,٧ %)، يليها فئة (إلى حد ما) حيث كان عدد الاستجابات من أفراد عينة الدراسة (٥٩) بنسبة (٢١,١ %)، يليها فئة (ليس له تأثير) حيث كان عدد الاستجابات من أفراد عينة الدراسة (١٢) بنسبة (٤,٣ %).

وبعد حساب المتوسط الحسابي للاستجابات والتكرارات الخاصة بطبيعة القضايا والموضوعات المطروحة في البرنامج فكان (٣,١١) بانحراف معياري (٠,٨٨).

## نتائج إجابة السؤال الرابع الذي نص على ما يلي: ما الإشباع التي تحققها البرامج

## الحوارية للشباب؟

جدول (٥) التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية وترتيبها تنازلياً لإجابات عينة الدراسة حول الإشباع التي تحققها لهم البرامج الحوارية

م	الإشباع	موافق بشدة	موافق إلى حد ما	موافق	غير موافق	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	
١	البرامج الحوارية مكنتني من التفاعل مع القضايا والمشكلات الاجتماعية المطروحة	١٠٨	١١٣	٣٢	٢٧	٣,٠٨	٠,٩٤	٢	
		٣٨,٦ %	٤٠,٤	١١,٤	٩,٦				
٢	البرامج الحوارية ساعدتني في معرفة وجهات النظر المختلفة حول القضايا الاجتماعية	١١١	١٠٥	٤١	٢٠	٣,١١	٠,٩١	١	
		٤٠,١ %	٣٧,٩	١٤,٨	٧,٢				
٣	البرامج الحوارية أسهمت في تعريفني على قضايا مجتمعي الاجتماعية	٩٠	١٠١	٥٩	٢٣	٢,٩٥	٠,٩٤	٤	
		٣٣,٠ %	٣٧,٠	٢١,٦	٨,٤				
٤	البرامج الحوارية مكنتني من معرفة آراء المشاركين والمتصلين حول الاجتماعية المطروحة	٧١	١٣٢	٤٨	٢٣	٢,٩٢	٠,٨٨	٥	
		٢٥,٩ %	٤٨,٢	١٧,٥	٨,٤				
٥	البرامج الحوارية مكنتني من معرفة ما يدور في السعودية من قضايا اجتماعية	٩٥	١٠٣	٥٩	١٩	٢,٩٩	٠,٩١	٣	
		٣٤,٤ %	٣٧,٣	٢١,٤	٦,٩				
٦	البرامج الحوارية ساعدتني في البحث عن الإثارة والتشويق	٧٠	١٠٩	٦٣	٣٢	٢,٧٩	٠,٩٦	٧	
		٢٥,٥ %	٣٩,٨	٢٣,٠	١١,٧				
٧	البرامج الحوارية أسهمت في تمضية وقت فراغي	٦٩	٩٩	٦٩	٣٧	٢,٧٣	٠,٩٩	٩	
		٢٥,٢ %	٣٦,١	٢٥,٢	١٣,٥				
٨	البرامج الحوارية أسهمت في توسيع مداركي حول القضايا الاجتماعية	٦٧	١٠١	٨١	٢٩	٢,٧٤	٠,٩٤	٨	
		٢٤,١ %	٣٦,٣	٢٩,١	١٠,٤				
٩	البرامج الحوارية مكنتني من مناقشة الموضوعات الاجتماعية المطروحة مع الآخرين	٨٣	١٠١	٥٨	٣٦	٢,٨٣	١,٠٠	٦	
		٢٩,٩ %	٣٦,٣	٢٠,٩	١٢,٩				
المتوسط* العام							٢,٩١	٠,٦٥	

\* المتوسط الحسابي من ٤ درجات

يوضح الجدول (٥) والذي يجيب عن التساؤل ما هي الإشباعات التي تحققها البرامج الحوارية للشباب؟، أن البرامج الحوارية ساعدتني في معرفة وجهات النظر المختلفة حول القضايا الاجتماعية) جاءت في المرتبة الأولى، فنجد أن استجابات أفراد عينة الدراسة الخاص بالاختيار (موافق بشدة) كان عددها (١٠٨) بنسبة (٦, ٣٨ ٪)، ويليها فئة (موافق إلى حد ما) حيث كان عدد الاستجابات من أفراد عينة الدراسة (١١٣) بنسبة (٤, ٤٠ ٪)، ويليها فئة (موافق) حيث كان عدد الاستجابات من أفراد عينة الدراسة (٣٢) بنسبة (٤, ١١ ٪)، ويليها فئة (غير موافق) حيث كان عدد الاستجابات من أفراد عينة الدراسة (٢٧) بنسبة (٦, ٩ ٪).

وبعد حساب المتوسط الحسابي للاستجابات والتكرارات الخاصة بالاختيار (البرامج الحوارية ساعدتني في معرفة وجهات النظر المختلفة حول القضايا الاجتماعية) فكان (٣, ٠٨) بانحراف معياري (٠, ٩٤).

نتائج الإجابة عن السؤال الخامس الذي نص على ما يلي: ما الآثار الناتجة عن متابعة الشباب للبرامج الحوارية الاجتماعية في القنوات التلفزيونية؟

جدول (٦) التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية وترتيبها تنازلياً لإجابات عينة الدراسة حول  
أثار الناتجة عن متابعتهم للبرامج الحوارية الاجتماعية في القنوات التلفزيونية

م	الآثار	دائماً	غالباً	أحياناً	نادرًا	لا يتابعها	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب
١	أتحاور مع الأهل والأصدقاء حول ما تطرحه من قضايا اجتماعية	٩٦	٧٥	٦٣	٢٤	١٥	٣,٧٨	١,١٨	١
		٣٥,٢ %	٢٧,٥	٢٣,١	٨,٨	٥,٥			
٢	أرغب في المشاركة من خلال الاتصال بالبرنامج	٥٣	٨٦	٤٧	٤٦	٤٢	٣,٢٣	١,٣٥	٦
		١٩,٣ %	٣١,٤	١٧,٢	١٦,٨	١٥,٣			
٣	انصح غيري بمتابعتها	٤٧	٧٢	٨٣	٤٢	٢٦	٣,٢٧	١,٢٠	٥
		١٧,٤ %	٢٦,٧	٣٠,٧	١٥,٦	٩,٦			
٤	أسعى للتعرف على المزيد حول القضايا الاجتماعية المطروحة	٥٠	٧٩	٧٣	٤٩	١٩	٣,٣٤	١,١٨	٣
		١٨,٥ %	٢٩,٣	٢٧,٠	١٨,١	٧,٠			
٥	انقد بعض أو جميع مكونات البرنامج	٣٦	٧٠	٨١	٦٠	٢٣	٣,١٣	١,١٦	٧
		١٣,٣ %	٢٥,٩	٣٠,٠	٢٢,٢	٨,٥			
٦	تعيد لي التفكير نحو بعض القضايا الاجتماعية المطروحة في البرنامج	٥١	٧٥	٧٧	٤٧	٢٥	٣,٢٩	١,٢١	٤
		١٨,٥ %	٢٧,٣	٢٨,٠	١٧,١	٩,١			
٧	أسعى للحصول على معلومات أكثر عن الضيوف المشاركين في البرنامج	٨٢	٧٥	٤٣	٣٧	٣٨	٣,٤٦	١,٤٠	٢
		٢٩,٨ %	٢٧,٣	١٥,٦	١٣,٥	١٣,٨			
المتوسط * العام									
							٣,٣٦	٠,٩١	

\* المتوسط الحسابي من ٥ درجات

يوضح الجدول رقم (٦) والذي يجيب عن التساؤل ما هي أثار الناتجة عن متابعة الشباب للبرامج الحوارية الاجتماعية في القنوات التلفزيونية؟، أن (أتحاور مع الأهل والأصدقاء حول ما تطرحه من قضايا اجتماعية) جاءت في المرتبة الأولى، فنجد أن استجابات أفراد عينة الدراسة الخاص بالاختيار (دائماً) كان عددها (٩٦) بنسبة

(٣٥, ٢)٪، ويليها فئة (غالبا) حيث كان عدد الاستجابات من أفراد عينة الدراسة (٧٥) بنسبة (٢٧, ٥)٪، ويليها فئة (أحيانا) حيث كان عدد الاستجابات من أفراد عينة الدراسة (٦٣) بنسبة (٢٣, ١)٪، ويليها فئة (نادرا) حيث كان عدد الاستجابات من أفراد عينة الدراسة (٢٤) بنسبة (٨, ٨)٪ ويليها فئة (لا يتابعها) حيث كان عدد الاستجابات من أفراد عينة الدراسة (١٥) بنسبة (٥, ٥)٪.

وبعد حساب المتوسط الحسابي للاستجابات والتكرارات الخاصة بالاختيار (أتحاور مع الأهل والأصدقاء حول ما تطرحه من قضايا اجتماعية) فكان (٣, ٧٨) بانحراف معياري (١, ١٨).

### مناقشة النتائج

سعت هذه الدراسة إلى التعرف على دور البرامج الحوارية التلفزيونية في ترتيب أولويات الشباب نحو القضايا الاجتماعية في المجتمع السعودي، وقد تمت الدراسة بالتطبيق على عينة من المبحوثين من محافظة حفر الباطن حيث انتهت الدراسة إلى النتائج التالية:

تتركز متابعة الشباب للقضايا المطروحة في القنوات التلفزيونية على القضايا الاجتماعية وظهر ذلك جليا من خلال استطلاع آراء عينة الدراسة حول مدى اهتمام القنوات التلفزيونية بالبرامج الحوارية نجد أن الاختيار (مهتم إلى حد ما) جاء في الترتيب الأول بعدد استجابات (١٠٩) وبنسبة (٣٨, ٩)، وهذا فيما يخص القضايا الاجتماعية. ويرجع الباحث ذلك إلى أهمية تلك القضايا حيث أنها محل اهتمام العديد من الشباب في المجتمع حيث تناقش قضايا تخص الشباب بصفة مباشرة.

تتركز رؤية أفراد العينة حول مستوى معالجة البرامج الحوارية للقضايا المطروحة بأنها معالجة متوسطة. ومن خلال استطلاع آراء عينة الدراسة حول رأيهم بمستوى معالجة البرامج الحوارية للقضايا والموضوعات المطروحة فيها نجد أن الاختيار (معالجة متوسطة) جاء في الترتيب الأول بعدد استجابات (١٣٦) وبنسبة (٤٨, ٦). ويتفق الباحث مع وجهة نظر أفراد العينة حيث يرى أن البرامج الحوارية تناقش القضايا والموضوعات المطروحة فيها ولكن قليل ما نجد علاج لهذه الموضوعات أو القضايا.

طبيعة القضايا والموضوعات المطروحة في البرامج الحوارية وأسلوب تقديم البرنامج الحوارية هي أهم العوامل التي تدفع الشباب لمتابعة البرامج الحوارية، ومن خلال

حساب المتوسط الحسابي حيث بلغت قيمته (٣, ٨٧)، وكان الانحراف المعياري (١, ١٨)، وهذا يدل على اتجاه عينة الدراسة فيما يخص مدى متابعتهم للقضايا المطروحة في البرامج الحوارية في القنوات التلفزيونية حيث جاءت الاستجابات بالاختيار (دائماً) فيما يخص القضايا الاجتماعية بنسبة (٩, ٤٠٪). ويتفق الباحث مع عينة الدراسة في اختيار القضايا الاجتماعية وحصولها على النصيب الأكبر من استجابات عينة الدراسة حيث إنها تؤثر بشكل مباشر على الشباب.

تتركز متابعة الشباب للموضوعات الاجتماعية في البرامج الحوارية في القنوات التلفزيونية على موضوعات الأحوال الشخصية حيث ظهر ذلك من خلال حساب المتوسط الحسابي حيث بلغت قيمته (٣, ٨٥)، وكان الانحراف المعياري (١, ٢٦)، وهذا يدل على اتجاه عينة الدراسة فيما يخص مدى متابعتهم للموضوعات الاجتماعية المطروحة في البرامج الحوارية في القنوات التلفزيونية حيث جاءت الاستجابات بالاختيار (دائماً) فيما يخص الأحوال الشخصية بنسبة (٤, ٤١٪).

تتركز العوامل التي تدفع الشباب لمتابعة البرامج الحوارية في القنوات التلفزيونية حول طبيعة القضايا والموضوعات المطروحة في البرنامج حيث جاءت الاستجابات بالاختيار (بشكل كبير جداً) بنسبة (٩, ٤٠٪)، يليها أسلوب تقديم البرنامج الحوارية، ومن خلال حساب المتوسط الحسابي حيث بلغت قيمته (٣, ١١)، وكان الانحراف المعياري (٠, ٨٨). ويتفق الباحث مع عينة الدراسة حول

تتركز الإشباعات للشباب بالمتابعة للبرامج الحوارية في المساعدة على معرفة وجهات النظر المختلفة حول القضايا الاجتماعية، حيث جاءت الاستجابات بالاختيار (موافق بشدة) فيما يخص البرامج الحوارية ساعدتني في معرفة وجهات النظر المختلفة حول القضايا الاجتماعية بنسبة (١, ٤٠٪). ويتفق الباحث مع عينة الدراسة في ذلك حيث أن تعدد الشخصيات الموجودة في البرامج الحوارية وإثراء الحوار والمناقشة حول القضايا الاجتماعية يؤدي إلى إشباع الشباب للبرامج الحوارية.

تتركز الآثار الناتجة عن متابعة الشباب للبرامج الحوارية على التحاور مع الأهل والأصدقاء حول ما يتم طرحه في القضايا الاجتماعية، حيث جاءت الاستجابات بالاختيار (دائماً) فيما يخص أتحوار مع الأهل والأصدقاء حول ما تطرحه من قضايا اجتماعية بنسبة (٢, ٣٥٪) ويليها عبارة أسعى للحصول على معلومات أكثر عن الضيوف المشاركين في البرنامج. ويتفق الباحث مع وجهة نظر عينة الدراسة حول الآثار الناتجة عن متابعة الشباب للبرامج الحوارية بالتحاور مع الأهل والأصدقاء حول ما يتم طرحه



خلال تلك البرامج ويكون ذلك في جلساتهم ومناقشاتهم اليومية.

### التوصيات:

من خلال ما تمخض عنه البحث من نتائج يوصي البحث بالآتي:

- العمل على توفير البحوث والدراسات العلمية الكافية في تناول البرامج الحوارية التلفزيونية وأثرها على ترتيب أولويات الشباب نحو القضايا الاجتماعية نظراً لأهمية تلك القضايا والتي ترتبط بكل فئات المجتمع السعودي.
- ضرورة التنسيق والتعاون مع الجهات الإعلامية المختصة لتنفيذ حملات توعوية عن القضايا الاجتماعية التي تخص فئات المجتمع مثل قضايا المرأة بأنواعها.
- تنفيذ برامج هادفة تعالج القضايا الاجتماعية المختلفة وتوفير الدعم اللازم لها.
- العمل على إنتاج العديد من الأعمال التلفزيونية الهادفة والتي يجب أن تتناول القضايا الاجتماعية المنتشرة في مجتمعنا لكي يتم توعية الأفراد، نظراً لكثرة متابعي المسلسلات والأعمال التلفزيونية.
- ضرورة الاهتمام بتنفيذ دراسات مقارنة حول تأثير البرامج الحوارية على ترتيب أولويات الشباب نحو القضايا الاجتماعية نظراً لأهمية تلك القضايا والتي ترتبط بكل فئات المجتمع السعودي في أماكن أخرى من مدن المملكة العربية السعودية.

### المراجع

١. جلال، أشرف (٢٠٠٥)، "العلاقة بين ملكية وسائل الإعلام وطبيعة ومستوى الحرية في القنوات المصرية الحكومية والخاصة دراسة مقارنة لبرامج الرأي في القنوات الأولى والثانية مقارنة بدريم والمحور، في المؤتمر العلمي السنوي الحادي عشر مستقبل وسائل الإعلام العربية، الجزء الثاني، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
٢. الحسن، عبد الدائم عمر. (١٩٩١). إنتاج البرامج التلفزيونية (القاهرة: الدار القومية العربية للثقافة والنشر).
٣. الحضيف، محمد (٢٠٠٦) "الإعلام الإسلامي بين النظرية والواقع".
٤. خليفة، عبد اللطيف محمد (٢٠٠٧) "التغير في نسق القيم لدى الشباب الجامعي: مظاهره وأسبابه"، رسالة ماجستير غير منشورة.
٥. رشتي، جيهان. (٢٠٠٠): "الإعلام وقضايا المجتمع". مذكرات غير منشورة. (القاهرة: كلية الإعلام، جامعة القاهرة).
٦. رمزي، ناهد. (١٩٧٣). الرأي العام وسيكولوجيا السياسة (القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية).

٧. زلطة، عبد الله (١٩٩٥) "فن الحوار الإذاعي والتلفزيوني، حوارات مع مشاهير المحاورين"، القاهرة.
٨. السيد، ليلي حسن محمد. (١٩٩٩): "عولمة مصادر الإعلام وانعكاساتها على تدفق الأخبار الأجنبية في الولايات المتحدة الأمريكية ومصر". في: مجلة البحوث والدراسات العربية. عدد ٣١، ٣٢ (القاهرة: معهد البحوث والدراسات العربية).
٩. سيفينانس. (٢٠١٧). «وظيفة الإعلام الإعلامية في عملية وضع الأجندة السياسية»، رسالة دكتوراه.
١٠. الشهواني، علي بن ظافر. (٢٠٠٢): اتجاهات طلاب جامعة الملك سعود نحو البرامج الحوارية المباشرة بالقنوات الفضائية العربية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الملك سعود، كلية الآداب.
١١. علوي، محمد إسماعيل (٢٠١٣)، التواصل الإنساني: دراسة لسانية، رقم الطبعة الأولى، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع.
١٢. العناني، نجية محمد محمود (٢٠١٦)، «أطر معالجة البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية العربية للعلاقة بين المسلم والمسيحي وعلاقتها بمستويات الانتماء لدى المراهقين، رسالة دكتوراه - جامعة عين شمس- معهد الدراسات العليا للطفولة. قسم الإعلام وثقافة الأطفال.
١٣. العياضي، نصر الدين (٢٠٠٨) تليفزيون الواقع في المنطقة العربية بين التجانس الثقافي والنسبية الثقافية. دراسة منشورة في كتاب: ثورة الصورة، المشهد الإعلامي فضاء الواقع، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت.
١٤. الغنام، عبد العزيز. (١٩٩٨). مدخل في علم الصحافة، الصحافة اليومية، ط ٢.
١٥. لبيب، سعد. (١٩٩٠). «العرب وأقمار التليفزيون المباشر». سلسلة بحوث ودراسات تليفزيونية. جهاز تليفزيون الخليج.
١٦. مهني، محمد محمد. (١٩٩٤): «القضايا التي تعالجها برامج الرأي في الراديو والتليفزيون المصري»، رسالة ماجستير غير منشورة، القاهرة: كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
١٧. يوسف، ريهام سامي حسين (٢٠٠٨)، دراسة بعنوان دور البرامج الحوارية في القنوات الحكومية والخاصة في ترتيب أولويات القضايا المجتمعية لدى الجمهور المصري، رسالة مقدمة للحصول على درجة الماجستير في الإعلام، جامعة القاهرة.

18.Fabra-Crespo, Eduardo Rojas-Briales - Analysis of mass media news on forest issues: a case study of Spain Miguel ،Vol 24, No 2.2015 ،