



جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا  
كلية الدراسات العليا



بحث مقدم لنيل درجة الماجستير في علوم الاتصال تخصص الإذاعة (راديو وتلفزيون)

بعنوان:

التقنية الرقمية وإنعكاساتها على إنتاج البرامج الحوارية

(دراسة وصفية تطبيقية على برنامج نقطة حوار بقناة BBC العربية)

(في العام يناير 2017 إلى يناير 2018م)

Digital Technology and Its Reflection on The Production of Dialogue Programs

(An applied Descriptive Study On The Programme of The (Nuqtat Hewar ) in BBC Arabic)

(From January 2017 to January 2018)

إعداد الطالبة:

توحيدة سليمان على أحمد

إشراف الدكتور:

عبد المولى موسى محمد



قال تعالى :

(اللَّهُ لَا إِلَهَ إِلَّا هُوَ الْحَيُّ الْقَيُّومُ لَا تَأْخُذُهُ سِنَّةٌ وَلَا نَوْمٌ لَهُ مَا فِي  
السَّمَاوَاتِ وَمَا فِي الْأَرْضِ مَنْ ذَا الَّذِي يَشْفَعُ عِنْدَهُ إِلَّا بِإِذْنِهِ  
يَعْلَمُ مَا بَيْنَ أَيْدِيهِمْ وَمَا خَلْفَهُمْ وَلَا يُحِيطُونَ بِشَيْءٍ مِنْ عِلْمِهِ إِلَّا  
بِمَا شَاءَ وَسِعَ كُرْسِيُّهُ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضَ وَلَا يَئُودُهُ حِفْظُهُمَا  
وَهُوَ الْعَلِيُّ الْعَظِيمُ)

صدق الله العظيم "سورة البقرة الآية: 225"

# الإهداء

أهدي هذا الجهد العلمي راجيةً من المولى

عز وجل أن يجد القبول والنجاح

إلى:

أحقّ الناس من حولي والدي ووالدي وإلى أفراد أسرتي أخواني وأخواتي ....

وكما أهدي هذا الجهد إلى أساتذتي الأجلاء الذين قدموا لي الدعم والمساندة في

حل الصعوبات التي واجهتني في فترة إعداد البحث.

وأهدي هذا البحث لكل الأساتذة والعاملين بكلية علوم الاتصال جامعة

السودان للعلوم والتكنولوجيا..

وإهداء خاص إلى

روح زميل الدراسة محمد هاشم الماحي رحمة الله عليه

وأرواح شهداء ثورة ديسمبر 2019 م

الباحثة

## الشكر التقدير

الحمد لله حمداً كثيراً طيباً مباركاً فيه ملء السموات و ملء الأرض وملء ما شئت يا ربنا من شيء بعد . الشكر أولاً لله رب العالمين.

ثم أتقدم بالشكر لكل أساتذة وموظفي عاملي جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، وخاصة أساتذة كلية علوم الاتصال بجميع أقسامها. وأشكر أيضاً مكتبة جامعة السودان، كلية علوم الاتصال ومكتبة جامعة أم درمان الإسلامية.

وكذلك الشكر موصول للدكتور ياسر بابكر رئيس قسم الإذاعة بكلية علوم الاتصال والمنتج بقناة الشروق الفضائية، وكذلك الدكتور الطيب عمر أحمد أستاذ مشارك بقسم الإحصاء بكلية العلوم بجامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا. والدكتور أحمد طه العاقب بجامعة أفريقيا العالمية قسم الإعلام، الذين قاموا بتحكيم استمارة هذا البحث.

وأخص بالشكر الدكتور عبد المولى موسى مشرف البحث الذي أخذ بيدي حتى يخرج هذا البحث ويرى النور. والشكر والتقدير لكل من ساهم بتقديم معلومة ومشورة ومرجع وكتاب ذي صلة بموضوع هذا البحث، خاصة من ساعدوني في نشر استماراته بشكل أو بآخر.

## المستخلص

هدف هذا البحث الموسوم بتوظيف التقنية الرقمية وانعكاساتها على إنتاج البرامج الحوارية ( دراسة وصفية تطبيقية على برنامج نقطة حوار بقناة BBC العربية) (في العام يناير 2017 إلى يناير 2018م) إلى معرفة مدى توظيف التقنيات الحديثة في قناة BBC في إنتاج البرامج الحوارية ومدى فاعلية نجاح برنامج نقطة حوار في توظيف التقنية الرقمية.

وتأتي أهمية البحث في أثر استخدام التقنية الرقمية على البرامج الحوارية والنقلة التي أحدثتها في مضمون وإعداد وإخراج البرامج الحوارية.

وتمثلت مشكلة البحث في السؤال الرئيس التالي إلى أي مدى نجاح برنامج نقطة حوار بقناة ال BBC في توظيف التقنية الرقمية؟

استخدمت الباحثة المنهج الوصفي المسحي والمنهج التاريخي لتجري دراستها التطبيقية على مجتمع البحث وهو برنامج "نقطة حوار" بقناة BBC العربية.

احتوى البحث على استبانة ورقية وأخرى إلكترونية تحوي (54) سؤالاً، التي أُعدت بعد الإطلاع على مجموعة من رسائل الماجستير والدكتوراه ومن ثم عُرضت على لجنة المحكمين من الخبراء ذوي الاختصاص.

وتمثل مجتمع البحث في مشاهدي القنوات الفضائية من الخبراء والمختصين، باعتبارهم أكثر الفئات القادرة على التقويم بحكم الخبرة والتخصص. وتمثلت عينة البحث في عدد من الأساتذة بالجامعات والعاملين في المجال الإعلامي، كما أتاحت الاستبانة الإلكترونية عينة من خارج السودان لعدد من الأساتذة الإعلاميين ليشمل (قناة TRTARABI – BBC الأخبار – جامعة جازان – جامعة الإمام عبد الرحمن بن فيصل).

وخلصت الدراسة إلى عدد من النتائج، أهمها: نجاح توظيف التقنية الرقمية في إنتاج البرامج الحوارية بقناة BBC العربية، وأن توظيف التقنية الرقمية في الإنتاج التلفزيوني أوجد منصات متعددة لمشاركة الجمهور في البرنامج وإحداث نقلة نوعية في مستوى التفاعلية وتحويل المستقبل إلى مرسل.

ومن أهم التوصيات الدراسة ضرورة أن تواكب البرامج الحوارية التقنية الرقمية في جميع مراحل إنتاجها من إعداد وتصوير ومونتاج، وأنه يجب أن لا تطغى التقنية الرقمية على المحتوى فهي تساعد فقط في توصيل الرسالة وليست غاية في حد ذاتها.

## Abstract

This research titled” Digital Technology and its Reflection on The Production of Dialogue Programs (A applied Descriptive Study On The Program of The (Nuqtat Hewar ) in BBC Arabic) (From January 2017 to January 2018)” , the research aimed to identify the extent to which the modern technologies are used in the production of dialogue programs, and to determine And the extent to which the “Nuqtat Hewar” program has succeeded in employing digital technology to produce an effective dialogue show .

The importance of the research represented in the impact of the use of digital technology on the dialogue programs and the shift that it created in the content of the programs and the form of dialogue.

The problem of research in the next major question was to what extent the use of digital technology succeeded in developing the production of talk shows on the BBC?

The researcher used the descriptive analytical method and the historical method. The questionnaire tool, which contained (54) questions, was prepared by the researcher after reviewing a set of master's and doctorate letters, then the tool reviewed and arbitrated by arbitrators and experts in the research methods to ensure its validity to measure the target. The questionnaire designed distributed in two forms; Paper and electronic, to collect data from the study sample which consisted of (50) satellite channel viewers of experts and professional and academic specialists. The participants inside and outside the Sudan of media professors working in different institutions (TRT Arabi - BBC News - Jaizan University - Imam Abdul Rahman bin Faisal University).

The study concluded a number of results, the most important of which are: the success of employing digital technology in the development of the production of talk shows on BBC Arabic. The use of digital technology in television production has created multiple platforms for public participation in the program,

One of the most important recommendations is the need to keep pace with the technical digital dialogue programs in all stages of production of the preparation and photography and montage and that should not cover the digital technology on the content, it helps only in the delivery of the message and not an end in itself.



## فهرست المحتويات

| رقم الصفحة   | الفهرست                                       | الرقم |
|--|---|-------|
| أ  | البسمة  | 1     |
| ب  | الآية   | 2     |
| ت  | الإهداء                                       | 3     |
| ث  | الشكر والعرفان                                | 4     |
| ج  | المستخلص                                      | 5     |
| ح  | Abstract                                      | 6     |
| خ  | الفهرست                                       | 7     |
| <b>الفصل الأول : الإطار المنهجي</b>                |   |       |
| 1  | المقدمة                                       | 8     |
| 2  | أهمية البحث                                   | 9     |
| 3  | أهداف البحث                                   | 10    |
| 4  | مشكلة البحث                                   | 11    |
| 5  | التساؤلات البحثية                             | 12    |
| 6  | منهج البحث                                    | 13    |
| 10-7   | مجتمع البحث                                   | 14    |
| 11-10  | التعريفات الإجرائية                           | 15    |
| 25-11  | الدراسات السابقة                              | 16    |
| <b>الفصل الثاني : البرامج الحوارية التلفزيونية</b> |   |       |
| 40-26  | المبحث الأول : مفهوم الحوار والقائم بالاتصال  | 17    |
| 50-41  | المبحث الثاني : أنواع وقوالب البرامج الحوارية | 18    |
| 64-51  | المبحث الثالث : تخطيط وإنتاج البرامج الحوارية | 19    |
| <b>الفصل الثالث : التقنية الرقمية</b>              |   |       |

|   |   |    |
|---|---|----|
| 81-65                                   | المبحث الأول : التقنية الرقمية (النشأة والتطور)                     | 20 |
| 99-82                                   | المبحث الثاني : التقنية الرقمية المستخدمة في إنتاج البرامج الحوارية | 21 |
| 119-100                                 | المبحث الثالث : توظيف التقنية الرقمية على إنتاج البرامج الحوارية    | 22 |
| <b>الفصل الرابع : الدراسة الميدانية</b> |   |    |
| 126-120                                 | أولاً : مجتمع البحث (قناة BBC العربية)                              | 23 |
| 141-127                                 | ثانياً : الإجراءات المنهجية   | 24 |
| 167-142                                 | ثالثاً : عرض وتحليل البيانات وتفسيرها                               | 25 |
| 169-168                                 | رابعاً : مناقشة النتائج العامة                                      | 26 |
| 171-170                                 | خامساً : النتائج  | 27 |
| 173-172                                 | سادساً: التوصيات  | 28 |
| 182-174                                 | سابعاً: المصادر والمراجع  | 29 |
| -                                       | ثامناً : الملاحق  | 30 |

## قائمة الجداول

| رقم<br>الصفحة | الموضوع   | رقم<br>الجدول |
|---------------|---|---------------|
| 132           | قيم معامل (ألفا) لكرونباخ (صدق وثبات محاور المقياس)   | 1             |
| 133           | قيم معامل الارتباط لبيرسون (r) لعبارات مصادر الحصول على المعلومات (ن=50)  | 2             |
| 134           | قيم معامل الارتباط لبيرسون (r) لعبارات محور البرامج الحوارية (ن=50)   | 3             |
| 134           | قيم معامل الارتباط لبيرسون (r) لعبارات محور أسباب مشاهدة البرامج الحوارية (ن=50)                                    | 4             |
| 135           | قيم معامل الارتباط لبيرسون (r) لعبارات محور أسباب عدم مشاهدة البرامج الحوارية (ن=50)                                | 5             |
| 136           | قيم معامل الارتباط لبيرسون (r) لعبارات محور معايير نجاح البرنامج الحوارية (ن=50)                                    | 6             |
| 137           | قيم معامل الارتباط لبيرسون (r) لعبارات محور فكرة ومضمون برنامج نقطة حوار (ن=50)                                     | 7             |
| 138           | قيم معامل الارتباط لبيرسون (r) لعبارات محور فاعلية التقنية الرقمية في توصيل الرسالة الإعلامية (ن=50)                | 8             |
| 139           | قيم معامل الارتباط لبيرسون (r) لعبارات محور مساهمة التقنية الرقمية في زيادة التفاعلية في البرامج الحوارية (ن=50)    | 9             |
| 140           | قيم معامل الارتباط لبيرسون (r) لعبارات محور انعكاسات التقنية الرقمية على القائم بالاتصال في البرامج الحوارية (ن=50) | 10            |
| 141           | قيم معامل الارتباط لبيرسون (r) لعبارات محور تأثير استخدام التقنية الرقمية على إنتاج برنامج نقط (ن=50)               | 11            |
| 142           | التوزيع التكراري والنسبي المئوي لعينة الدراسة حسب النوع   | 12            |
| 143           | التوزيع التكراري والنسبي المئوي لعينة الدراسة حسب العمر   | 13            |
| 144           | التوزيع التكراري والنسبي المئوي لعينة الدراسة حسب الحالة الاجتماعية   | 14            |
| 145           | التوزيع التكراري والنسبي المئوي لعينة الدراسة حسب المستوى التعليمي  | 15            |
| 146           | التوزيع التكراري والنسبي المئوي لعينة الدراسة حسب المهنة  | 16            |
| 147           | التوزيع التكراري والنسبي المئوي لعينة الدراسة حسب سنوات الخبرة  | 17            |
|               | التوزيعات التكرارية والنسبية لإجابات عينة الدراسة على عبارات محور مصادر المعلومات. (ن = 50)                         | 18            |

|             |   |    |
|-------------|---|----|
| 148         | التوزيع التكراري والنسبي المئوي لعينة الدراسة حسب البرامج الحوارية التي يحرصون على متابعتها   | 19 |
| 149         | التوزيع التكراري والنسبي المئوي لعينة الدراسة حسب أسباب مشاهدتهم للبرامج الحوارية   | 20 |
| 150         | التوزيع التكراري والنسبي المئوي لعينة الدراسة حسب أسباب عدم مشاهدة البعض للبرامج الحوارية   | 21 |
| 152         | التوزيعات التكرارية والنسبية لإجابات عينة الدراسة على عبارات محور عناصر نجاح البرنامج الحوارية (ن = 50)                                       | 22 |
| 153         | التوزيعات التكرارية والنسبية لإجابات عينة الدراسة على عبارات محور الفكرة والمضمون (ن = 50)  | 23 |
| 154-<br>155 | التوزيعات التكرارية والنسبية لإجابات عينة الدراسة على عبارات محور التقنية الرقمية والبرامج الحوارية (ن = 50)                                  | 24 |
| 156-<br>157 | التوزيعات التكرارية والنسبية لإجابات عينة الدراسة على عبارات محور مساهمة التقنية الرقمية في زيادة عنصر التفاعلية في البرامج الحوارية (ن = 50) | 25 |
| 157         | التوزيعات التكرارية والنسبية لإجابات عينة الدراسة على عبارات محور انعكاسات التقنية الرقمية على القائم بالاتصال (ن = 50)                       | 26 |
| 158         | التوزيعات التكرارية والنسبية لإجابات عينة الدراسة على عبارات محور تأثير استخدام التقنية الرقمية على تطوير إنتاج برنامج نقطة حوار (ن = 50)     | 27 |
| 159         | الأوزان والفترات  | 28 |
| 160         | الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية والاتجاهات لعبارات محور فكرة ومضمون برنامج نقطة حوار (ن = 50)  | 29 |
| 161         | الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية والاتجاهات لعبارات محور فاعلية التقنية الرقمية في توصيل الرسالة الإعلامية (ن = 50)                     | 30 |
| 162         | الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية والاتجاهات لعبارات محور مساهمة التقنية الرقمية في زيادة التفاعلية في البرامج الحوارية (ن = 50)         | 31 |
| 164         | الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية والاتجاهات لعبارات محور انعكاسات التقنية الرقمية على القائم بالاتصال في البرامج الحوارية (ن = 50)      | 32 |
| 165         | الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية والاتجاهات لعبارات محور تأثير التقنية على تطوير إنتاج برنامج نقطة حوار (ن = 50)                        | 33 |

## قائمة الأشكال

| رقم الأشكال | الموضوع   | رقم الصفحة |
|-------------|---|------------|
| 1           | التوزيع النسبي المئوي لعينة الدراسة حسب النوع             | 142        |
| 2           | التوزيع النسبي المئوي لعينة الدراسة حسب العمر             | 143        |
| 3           | التوزيع النسبي المئوي لعينة الدراسة حسب الحالة الاجتماعية | 144        |
| 4           | التوزيع النسبي المئوي لعينة الدراسة حسب المستوى التعليمي  | 145        |
| 5           | التوزيع النسبي المئوي لعينة الدراسة حسب المهنة            | 146        |
| 6           | التوزيع النسبي المئوي لعينة الدراسة حسب سنوات الخبرة      | 147        |
| 7           | مصادر المعلومات لعينة الدراسة                             | 148        |
| 8           | البرامج الحوارية التي يتابعها عينة الدراسة                | 150        |
| 9           | أسباب مشاهدة البرامج الحوارية                             | 151        |
| 10          | أسباب عدم مشاهدة البعض للبرامج الحوارية                   | 152        |
| 11          | ترتيب عناصر البرنامج الحوارية من حيث الأهمية              | 153        |

الفصل الأول :  
الإطار المنهجي

## المقدمة:

أضحى الاتصال بكل وسائله المختلفة المرآة التي نرى بها أنفسنا لدى الآخرين، ومرآة الآخرين لنا ليكتمل بناء التعارف بين الحضارات والثقافات عبر الأجيال. ولم يكن ذلك ممكناً لولا الثورات العلمية في مجال الاتصال خاصة المنظور منها والمسموع.

فقد عملت التطورات التكنولوجية الحديثة على إزالة الفوارق بين الأدوات الاتصالية والحدود التي طالما فصلت بين وسائل الإعلام المختلفة حتى أواخر السبعينيات، إذ نشأت علاقات لم يتوقعها أحد أو يتصورها، وهي علاقات باتت تربط بين الأدوات السمعية والبصرية والاتصالات بعيدة المدى والمعلوماتية والتداخل المتزايد بين أجهزة الإعلام. فالتقدم العلمي التكنولوجي هو الذي يسهم في المقام الأول في تشكيل وتطور المجتمعات الإنسانية، وأنا من دون فهم الأساليب التي تعمل وسائل الاتصال بمقتضاها لن نكون قادرين على إدراك التغيرات الاجتماعية والثقافية التي تطرأ على المجتمعات المعاصرة. (علم الدين، 2014م، ص15)

تشغل البرامج الحوارية بمختلف أنواعها حيزاً واسعاً من ساعات البث اليومية للعديد من القنوات الفضائية نتيجة للتطور الكبير الذي شهده الإنتاج الإعلامي في العالم في عصر الأقمار الاصطناعية؛ خاصة في العقد الأخير من القرن العشرين فضلاً عن استمرار حالة التنافس بين القنوات لإثبات وجودها.

البرامج الحوارية من أكثر برامج وسائل الإعلام المعاصرة انتشاراً ونجاحاً في توصيل الرسالة إلى المتلقي فتؤدي البرامج الحوارية سواء أكانت ترفيهية، سياسية، اجتماعية أم تثقيفية دوراً أساسياً في توصيل الرسالة بين المرسل والمستقبل، إذ تتحقق المشاركة الجماهيرية في البرامج بتقديم آرائهم ومقترحاتهم وأفكارهم عبر

الوسائل التفاعلية الحديثة التي وفرتها التقنية الرقمية. (مجلة كلية التربية الأساسية، 2012م، ص511).

يتوقف نجاح هذه البرامج على عناصر عدة، أهمها الإعداد الجيد للموضوعات، والأسئلة والتفاعل مع الضيف والجمهور، ومحاولة توفير الظروف اللازمة لإبقاء حاله التفاعل قبل وأثناء البرنامج مستمرة وذلك باستخدام وسائل التقنية الرقمية الحديثة. (عوض الكريم، 2007، ص4).

واتجه العالم الآن إلى توظيف التقنية في الإنتاج التلفزيوني لخلق نوع من التفاعل والجاذبية لدى المتلقي لتوصيل الرسالة بصورة فعالة. وتحاول الباحثة في هذه الدراسة توضيح كيف جسّد برنامج "نقطة حوار" بقناة الـ" BBC " ذلك، فهو برنامج منقول على ثلاث وسائط في شكل منتدى تفاعلي الأول من نوعه، حيث يشكل حدثاً فريداً في البث الإعلامي باعتباره أنموذجاً عالمياً لإنتاج البرامج الحوارية. يستخدم البرنامج المكالمات الهاتفية، والبريد الإلكتروني، الهواتف المحمولة، وآراء الشارع المصورة مسبقاً في المدن الكبرى، وكذلك تقنية الـ"3G" والمساهمات عبر كاميرا الانترنت. (موقع قناة BBC العربية، 2015م). وهذا مثال واضح لتوظيف التقنيات الرقمية في الإنتاج التلفزيوني عامة وإنتاج البرامج الحوارية خاصة. وخلال هذه الدراسة، سيتم تسليط الضوء على كيفية توظيف التقنية الرقمية في إنتاج البرامج الحوارية التلفزيونية، بالتطبيق على برنامج "نقطة حوار" بقناة "BBC العربية"، ومدى أثر ذلك على نجاحه وخلق تفاعلية وجاذبية في العرض لتدعيم رسالته وترسيخ أهدافه.



## أهميه البحث:

تكمّن أهمية البحث في أنه يتناول **توظيف التقنية الرقمية الحديثة في إنتاج البرامج الحوارية** من خلال النقاط التالية:

- أهمية التقنية الرقمية في زيادة الجاذبية لدى المتلقي لمتابعة البرامج الحوارية.
- توظيف التقنية في تغيير الشكل الإخراجي للبرامج الحوارية.
- النقلة التي أحدثتها التقنية في مضمون البرامج الحوارية وانعكاس ذلك على المتلقي الذي أصبح مرسلًا للرسالة وليس مستقبلًا فقط.
- أهمية النتائج التي ستضيفها هذه الدراسة للبحوث العلمية وخدمة المجتمع.

## أهداف البحث:

### يهدف هذا البحث إلى:

1. التعرف على أهم التقنيات المستخدمة في برنامج "نقطة حوار".
2. توضيح أهمية عنصر التفاعل في البرامج الحوارية.
3. توضيح إلى أي مدى ساعدت التقنية الحديثة في توصيل الرسالة الإعلامية ببرنامج "نقطة حوار".
4. إدراك أهمية استخدام وتوظيف التقنية الرقمية الحديثة في زيادة الجاذبية لدى المتلقي لمتابعة البرامج الحوارية.
5. تحديد انعكاسات التقنية الرقمية على القائم بالاتصال في البرامج الحوارية.
6. تحديد نقاط القوة والضعف في برنامج "نقطة حوار".
7. قياس مدى توظيف التقنيات الحديثة بقناة الـ "BBC" في إنتاج البرامج الحوارية.

## مشكلة البحث:

حدث تطور في وسائل الاتصال من حيث سماتها وأسلوب توظيفها، حيث انتقلت وسائل الإعلام من مرحلة الوسائل التقليدية إلى الوسائل الحديثة التي تعتمد على الانترنت، وظهرت منابر جديدة للحوار، فقد أصبح باستطاعة أي فرد في المجتمع أن يرسل ويستقبل ويتفاعل ويعقب ويستفسر ويحلل بكل حرية وبسرعة فائقة.

تتبع مشكلة البحث من كيفية التعامل مع التطور في وسائل الاتصال، والتغيير الذي حدث في أسلوب تقديم الخدمة الإعلامية، فالمتلقي أصبح جزءاً من الرسالة المقدمة وأحياناً يصبح هو مرسل الرسالة.

والبرامج الحوارية التلفزيونية التي يكون تدفق المعلومات فيها في اتجاه واحد يرى البعض أنها غير جاذبة وتفقد عنصر التفاعل ورأي المتلقي. وأيضاً من خلال البحث نحاول إيجاد القصور في استخدام التقنية في البرامج الحوارية وأثره على الشكل الإخراجي والجمالي.

## وتتمثل مشكلة البحث في السؤال الرئيس التالي:

إلى أي مدى نجح برنامج "نقطة حوار" بقناة "BBC" في توظيف التقنية الحديثة، وانعكاس ذلك على نجاح الرسالة الإعلامية وقبولها لدى المتلقي؟

حددت الباحثة التساؤلات المتعلقة بمشكلة البحث وفق المحاور أدناه:

### المحور الأول: التقنية الرقمية

- كيف يتم توظيف التقنية الرقمية في إنتاج برنامج حوارى ناجح؟
- إلى أي مدى ساعدت التقنية الحديثة في توصيل الرسالة الإعلامية؟

- إلى أي مدى ساعدت التقنية الرقمية في زيادة عنصر التفاعلية بين الجمهور المشاهد وبين القائم بالاتصال؟
- ما انعكاسات التقنية الرقمية على القائم بالاتصال في البرامج الحوارية؟
- ما هي الأبعاد الفنية والإنسانية التي يضيفها القائم بالاتصال المؤهل باستخدام التقنية الرقمية في إنتاج البرامج الحوارية؟
- كيف يؤثر استخدام التقنية الرقمية على جودة إنتاج البرامج الحوارية؟

### المحور الثاني: البرامج الحوارية

- ما مدى الاهتمام بالشكل الإخراجي والجمالي في إنتاج البرامج الحوارية؟
- ما هي الأبعاد التي أضافها عنصر التفاعل للبرامج الحوارية؟
- الصفات والمقومات الخاصة بالقائم بالاتصال ودوره في نجاح البرنامج؟
- كيف يمكن تطوير صناعة إنتاج البرامج الحوارية؟

### المحور الثالث: قناة "BBC"

- إلى أي مدى نجحت قناة "BBC" في توظيف التقنية الرقمية الحديثة؟
- ما تأثير استخدام التقنية الرقمية على تطوير إنتاج برنامج "نقطة حوار" بـ"BBC"؟
- ما هي المشاكل والمعوقات في إنتاج البرامج الحوارية التفاعلية؟
- كيف تنتج برنامجاً حوارياً فعالاً ومؤثراً من خلال استخدام التقنية الرقمية الحديثة؟
- إلى أي مدى استطاع برنامج "نقطة حوار" توظيف التقنية الحديثة لإحداث التفاعل مع المتلقي وجذبه؟

## منهج البحث :

المنهج (The Method) هو الطريقة التي يتبعها الباحث في دراسته للمشكلة لاكتشاف الحقيقة، وأيضاً فن التنظيم الصحيح لسلسلة من الأفكار العديدة من أجل كشف الحقيقة حين نكون جاهلين بها أو من أجل البرهنة عليها(عثمان، 2006،ص34).

المنهج المستخدم في هذا البحث هو المنهج الوصفي، وهو أحد أبرز المناهج المهمة المستخدمة في الدراسات العلمية ورسائل الماجستير والدكتوراه، ومناهج البحث العلمي بوجه عام و"هو طريقة لدراسة الظواهر أو المشكلات العلمية من خلال القيام بالوصف بطريقة علمية، ومن ثم الوصول إلى تفسيرات منطقية لها دلالات وبراهين تمنح الباحثة القدرة على وضع أطر محددة للمشكلة، ويتم استخدام ذلك في تحديد نتائج البحث".

يتميز المنهج الوصفي بطريقته الواقعية في التعامل مع مشكلة البحث، نظراً لوجود الباحثة في قلب الميدان أو المكان المتعلق بالدراسة.

يعد ذلك المنهج مناسباً لموضوعات البحث العلمي التي تدور حول الظواهر أو المشكلات الاجتماعية والإنسانية، ومن ثم الحصول على الوصف الكيفي الذي يتمثل في سلوك خارجي للظواهر، والوصف الكمي الذي يتمثل في الوصول إلى أرقام تتعلق بالمشكلة أو الظاهرة، أو أرقام لها دلالة في علاقة الظاهرة بالظواهر المحيطة. (مبتعث، 2017، mobt3ath.com)

## مجتمع البحث:

يقصد به كل أفراد أو أحداث أو مشاهدات موضوع البحث (هلال، 2010م،ص268). وسيتم تطبيق البحث على الخبراء في المجال الإعلامي ومجال العمل التلفزيوني من أكاديميين ومهنيين.

## العينة وأسباب اختيارها:

اختيار العينة في البحث العلمي مهم جداً، فالاختيار الدقيق للعينة يؤدي إلى نتائج جيدة للدراسة. وقامت الباحثة باختيار عينة عمدية أو تحكمية وهي التي تتم عن طريق الاختيار المقصود من جانب الباحثة لعدد من وحدات العينة ترى الباحثة أنها تمثل المجتمع الأصلي تمثيلاً صحيحاً.

وفي هذا البحث اختارت الباحثة مجموعة من المختصين في إنتاج البرامج الحوارية من معدين ومخرجين وفنيين وعاملين في قنوات سودانية وعربية، وكذلك أساتذة في جامعات سودانية وعربية.

## حدود البحث:

### أ. الإطار الزمني:

الإطار الزمني الفترة من 2017 - 2018م، وبذلك تصطبح الباحثة معها آخر المستجدات التقنية المستخدمة في إنتاج البرامج الحوارية التي تزامنت مع فترة إعداد الدراسة.

### ب. الإطار المكاني:

قامت الباحثة بتوزيع استمارات ورقية داخل الخرطوم ونسخة إلكترونية لعدد من المختصين بالقنوات والجامعات خارج السودان.

### ت. أدوات جمع المعلومات:

تستخدم الباحثة في هذه الدراسة عدداً من الأدوات والطرق لجمع البيانات اللازمة لها وأهم تلك الأدوات:

### 1. الملاحظة:

هي أدراك للظواهر والوقائع والعلاقات عن طريق الحواس سواء أكانت وحدها أو باستخدام الأدوات المساعدة، كما تعرّف بأنها انتباه مقصود ومنظم

ومضبوط للظواهر أو الأمور بغية اكتشاف أسبابها وقوانينها، وهي تمثل الخطوة الأولى للبحث العملي (درار، 2012م، ص101).

ومن خلال متابعة الباحثة المستمرة لبرنامج "نقطه حوار" بقناة "BBC" وعبر الملاحظة والمشاهدة والربط بين المشاهد والمسموع، وعبر حاستي السمع والبصر والتفكير وتحليل محتوى وشكل البرنامج، توصلت الباحثة إلى موضوع البحث ومشكلته.

## 2. المقابلة:

هي إحدى وسائل جمع البيانات من مصادرها، وتتم بين طرفين حول موضوع محدد منطلقاً من أسباب ومحققاً لغايات. وتهدف المقابلة العلمية إلى التعرف على الظاهر أو الموضوع بالبحث عن العلل والأسباب من خلال التقاء مباشر بين الباحث والمبحوث سواء أكان فرداً أو اثنين أو جماعة وحسب علاقاتهم بالموضوع، وتطرح فيه أسئلة تهدف إلى استقاء الحقائق من ذوي العلاقة بالحالة أو الظاهرة (عثمان، 2006م، ص20).

واستخدمت الباحثة المقابلة المقننة، وهي التي يتم إعداد أسئلتها بطريقة محددة ومقننة قبل المقابلة، وتستهدف التعرف على آراء المبحوث ووجهات نظره من خلال هذه الأسئلة. أجرت الباحثة مقابلة شخصية فردية مع المبحوثين ذوي الخبرة في مجال توظيف التقنية وإنتاج البرامج الحوارية والأكاديميين ذوي العلاقة بموضوع الدراسة.

## 3. استبانة الخبراء:

هي عبارة عن مقياس يستهدف الحصول على المعلومات وآراء وخبرات حول ظاهرة من الظواهر، على أن يتسم هذا المقياس بقدر عالٍ من الثبات والصدق. والاستبانة عبارة عن نموذج يضم مجموعة من الأسئلة توجه إلى الأفراد من أجل

الحصول على معلومات حول موضوع معين أو مشكلة أو موقف أو ظاهرة، ويتم تنفيذ هذا الأنموذج عن طريق المقابلة الشخصية أو الهاتف أو البريد العادي أو البريد الإلكتروني (مكاوي، 2010م، ص62).

قامت الباحثة باستقصاء آراء (50) من المختصين والخبراء في مجال إنتاج البرامج الحوارية، من خلال استبانة تحوي مجموعة من المحاور الخاصة بموضوع البحث من نسختين، ورقية وأخرى إلكترونية.

فالاستبانة الإلكترونية تمكّن من الوصول إلى مبحوثين خارج السودان كما أنها أيضاً نوع من استخدام التقنية الرقمية في البحوث العلمية. يتم تصميم الاستبانة الإلكترونية عن طريق "قوغل دوكس" (بالإنجليزية: Google Docs) أو مستندات قوغل وهو برنامج معالجة كلمات وجداول ممتدة وعروض تقديمية مجاني يعمل على الويب وله عدة مزايا.

#### مزايا الاستبانة الإلكترونية:

1. تمكن من تجميع المعلومات الكبيرة والصغيرة وتنظيمها باستخدام نماذج Google.
2. الحصول على الإجابات بسرعة.
3. إجراء الاستبيانات بأسلوب مميز، فيمكن استخدام صور أو شعار خاص وفيديو وكذلك اختيار اللون المناسب لموضوع البحث.
4. يمكن الإنشاء أو الرد عن طريق الهاتف المحمول بصورة سهلة وسريعة ويمكن إنشاء النماذج وتعديلها والرد عليها على الشاشات الكبيرة والصغيرة.
5. يتم تجميع الردود على استبيانات تلقائياً وبشكل منظم في النماذج، مع مخططات ومعلومات الردود في الوقت الفعلي (موقع قوغل فورم ، Google Forms).

#### 4. المصادر الثانوية:

وهي البيانات والمعلومات التي تتعلق بموضوع البحث، ولا يمكن الاعتماد عليها بصورة كلية من قبل الباحث، وذلك لأسباب ترتبط بأسلوب إعدادها ودقتها، ولكن يمكن استخدامها وتوظيفها في تحقيق أغراض البحث الإعلامي في حدود معينة.

كما استعانت الباحثة بما ورد في المواقع الإلكترونية، مثل الصفحة الرسمية لقناة "BBC"، وكذلك الاقتباس من الرسائل العلمية والدوريات والمجلات العلمية.

#### المصطلحات التعريفية:

المفاهيم هي المصطلحات الأساسية المستخدمة في البحث والتي تحتاج إلى تعريف واضح حتى يتسنى للمطلعين على البحث فهمها بالصورة التي يريدها الباحث (درار، 2012، ص 196).

تشتمل هذه الدراسة على عدد من المفاهيم والمصطلحات أودرها في التالي:

#### 1. الحوار:

لغة: في مختار الصحاح حَوَّرَ: حَارَ تعني رَجَعَ، والمحاورة تعني المُجاوِبَةُ والتَّحَاوُرُ التَّجاوِب. وقوله تعالى في سورة "المجادلة": (قَدْ سَمِعَ اللَّهُ قَوْلَ الَّتِي تُجَادِلُكَ فِي زَوْجِهَا وَتَشْتَكِي إِلَى اللَّهِ وَاللَّهُ يَسْمَعُ تَحَاوُرَكُمَا إِنَّ اللَّهَ سَمِيعٌ بَصِيرٌ). آية (1)

اصطلاحاً: الحوار نمط من أنماط التعبير، تتحدث به شخصيتان أو أكثر يتسم حديثهم بالموضوعية والإيجاز والإفصاح - وهو الطابع الذي ينسق به الكلام بطريقة تجعله يثير الاهتمام باستمرار. (الطائي، 331، م 2007 ص)

إجرائياً: تقصد به الباحثة جملة الحوارات والمداخلات التي تتم بين مقدم البرنامج والضيوف داخل برنامج "نقطة حوار" على قناة "BBC".



## 2. البرامج الحوارية:

**لغة:** برامج: جمع برنامج، تقدّم الإذاعة برامج ثقافية وغنائية: الخطة المرسومة في كلّ يوم لعملها. (معجم المعاني - almaany.com).

**اصطلاحاً:** هي البرامج الإذاعية بالراديو والتلفزيون التي يُستضاف فيها شخص متخصص ليتحدث إلى الناس مباشرة في موضوع معين، ومن ذلك الأحاديث السياسية أو الاجتماعية وغيرها، ويتوقف نجاح البرنامج على شخصية المتحدث، كما يتوقف على حسن عرض هذا الموضوع وطريقة التحدث إلى المستمعين والمشاهدين (مجلة كلية التربية الأساسية، 2012م).

**إجراءياً:** البرامج الحوارية التي تعتمد على قالب الحوار، وقد اختارت الباحثة هنا برنامج "نقطة حوار" بقناة "BBC".

## 3. إنتاج (Production)

ورد في معجم المعاني: في اللغة: إنتاج: مصدر أنتج نتج فلان الشيء: نتجه، تولّاه حتى أتى نتاجه أنتج الناقة: ولدها. أنتج، ينتج، إنتاجاً، فهو مُنتج، والمفعول مُنتَج - للمتعدّي.

**اصطلاحاً:** فإن مصطلح إنتاج من المصطلحات التي يختلف على تحري مفهومها الكثيرون نظراً لاتساع دائرة استخدامه، ولكن تعريفه كما عزّفه عبد المجيد شكري بأنه "كل نشاط ساهم في إشباع الحاجات الإنسانية". (شكري، 2015م، ص10).

**إجراءياً:** يُقصد به تحويل الفكرة والنص النهائي إلى مشاهدات ولقطات وإضافة الصوت والمؤثرات بصورة قابلة للنشر أو البث عبر الوسائل المتاحة.

#### 4.التقنية:

**اللغة:** مصدر صناعي من تقن: أسلوب أو فنية في إنجاز عمل أو بحث علمي ونحو ذلك، أو جملة الوسائل والأساليب والطرائق التي تختص بمهنة أو فنّ (موقع المعاني،2010م).

**اصطلاحاً:** يعني هذا المصطلح تلك الأجهزة والآلات والمواد التي تستخدم في عمليات خزن ومعالجة واسترجاع وبتث المعلومات، وتشمل هذه التقنيات الحاسب الآلي والمصغرات والأجهزة المستخدمة في إنتاجها والوسائل السمعية والبصرية وغير ذلك من الأجهزة المستخدمة في هذا المجال (النور، 2009،ص4).

**إجرائياً:** يقصد بها التقنية كافة المستخدمة في كل مراحل إنتاج برنامج "نقطة حوار" على قناة "BBC" سواء متعلقة بالصوت أو الصورة.

#### الدراسات السابقة:

ذكر د. محمود حسن إسماعيل في كتابه "مناهج البحث العلمي"، أن الإطلاع على الدراسات والأبحاث السابقة يضع الدراسة في الإطار الصحيح وفي الموقع المناسب للدراسات والبحوث الأخرى.. وكذلك يزود الباحثة بالكثير من الأفكار والأدوات والإجراءات والاختبارات التي يمكن الاستفادة منها في إجراءات حل مشكلة البحث.

وهذا رصد لبعض الدراسات المتعلقة بموضوع البحث وعنوانه:

#### الدراسة الأولى:عنوان الدراسة:

تكنولوجيا البث الفضائي وتطور الإنتاج التلفزيوني دراسة وصفية تحليلية على برامج قناة الجزيرة (97-99م). إعداد: بدر الدين أحمد إبراهيم، جامعة أم درمان الإسلامية كلية الإعلام، دكتوراه،1999م.

## أهداف الدراسة:

1. الوقوف على مدى استفادة الفضائيات العربية من توظيف تكنولوجيا البث الفضائي وانعكاس ذلك في برامجها التلفزيونية.
2. دعم التواصل العربي - العربي عبر تبادل الخدمات والخبرات والتجارب الفنية والعلمية.
3. الإسهام في تنشيط البحث العلمي المتخصص في مجالات التلفزيون إثراء للمكتبة العربية.

## منهج الدراسة:

- اعتمدت الدراسة على منهجين، الأول منهج الدراسات الميدانية عن طريق الاستبيان، والثاني منهج تحليل المضمون.
- مجتمع الدراسة كان من مشاهدي القنوات الفضائية (السودان - قطر) عبر صحيفة استقصاء، وفنيي الإنتاج التلفزيوني (التلفزيون القومي، ولاية الخرطوم، مراكز الإنتاج الخاصة بالخرطوم عبر صحيفة استقصاء أخرى).

## أهم النتائج:

1. مستقبل الفضائيات العربية سيكون لمن يحسن توظيف تكنولوجيا الفضاء في ظل الانفتاح المصاحب للبث المباشر.
2. إن نمط الحوار والتشابه الشكلي للبرامج والتخصصية في مجال معين مما يُكسب القناة جمهوراً نوعياً متميزاً ولا يؤثر عليها إذا تنوعت الموضوعات واختلفت زوايا تناولها.
3. ضرورة تحديد منهج علمي ومعايير لتحليل وتقديم أداء القنوات والبرامج وفقاً للأسس العلمية للإنتاج، والشرف المهني.

## أهم التوصيات:

1. ضرورة توظيف تكنولوجيا الإنتاج التلفزيوني والبث الفضائي بالطريقة المثلى (اختيار الأجهزة المناسبة، اختيار الكادر الموهوب وتدريبه، وضوح الرؤى والاستراتيجيات).
2. ضبط الإنتاج وتطويره وفقاً للقواعد العلمية في إطار التخصصية والمنهجية التي تحددها كل قناة بعد تحديد نوعية الجمهور المستهدف (نوعي)، ومواكبة مستجدات التكنولوجيا المتسارعة في إطار نمط البرامج والأساليب الخطابية وليس في إطار امتلاك الأجهزة فقط.
3. تحديد توجهات القنوات الفضائية وفقاً لأداء جمهورها المستهدف (فلم يعد الجمهور متلقياً فقط) وإشراكه الفعلي فيما يقدم إليه عبر الدراسات الميدانية والبحوث والاتصال المباشر ورفع الوصاية عنه.

## الدراسة الثانية:

### عنوان الدراسة:

دور البرامج التلفزيونية في تعزيز الحوار بين الحضارات "دراسة وصفية تطبيقية على برنامج الشريعة والحياة بقناة الجزيرة الفضائية". إعداد: الباحث عبد المولى موسى محمد موسى، جامعة أم درمان الإسلامية، دكتوراه 2011م.

### أهداف الدراسة:

1. معرفة دور القنوات الفضائية في صراع الحضارات.
2. معرفة عوامل نجاح برامج الحوار التلفزيونية في تحقيق التعارف والتعايش بين الحضارات.
3. معرفة العوامل المؤثرة على القائم بالاتصال في برامج الحوار التلفزيونية.

4. معرفة أهم المنطلقات التي ينبغي أن يبنى عليها الخطاب الإعلامي للأمة العربية والإسلامية في مخاطبة الآخر عبر الفضائيات.

#### 5. نوع الدراسة ومنهجها:

تعد هذه الدراسة إحدى الدراسات الوصفية المعتمدة على أساليب المسح والتحليل والرصد والمقارنة والاستنتاج من أجل معرفة أهم الأطراف الفاعلة فيها، وذلك فيما يتعلق بمسح آراء عينة من أساتذة الجامعات السودانية (تخصص إعلام وعلوم سياسية)، والخبراء المختصين بمراكز البحوث ووسائل الإعلام المختلفة من حملة ماجستير فما فوق، بولاية الخرطوم، والعاملين بقناة الجزيرة.

#### أهم النتائج:

1. أكدت الدراسة أن الانطلاق من الأديان السماوية عامل مهم في تعزيز الحوار بين الحضارات وذلك بنسبه (86%).
2. أوضحت الدراسة أن صراع وصدام الحضارات سيكون في توزيع الثروة والقوة والنفوذ والتأثير في العالم بنسبة (94.6%).
3. أوضحت الدراسة أن البرامج التلفزيونية بقناة الجزيرة الفضائية تسهم في تعزيز الحوار بين الحضارات وذلك بنسبة (85.5%).

#### أهم التوصيات:

1. على القائمين على أمر القنوات الفضائية تجنب بث الرسالة التي تدعو إلى التعالي الحضاري، لأن الحضارات الإنسانية سلسلة متماسكة الحلقات تؤثر في بعضها البعض، ويؤثر السابق فيها باللاحق، فهي متواليات من الجهد العقلي الذي يضم الجنس البشري بأكمله وهو ما يعرف بتلاحح الحضارات.

2. على وسائل الاتصال الدولي والقنوات الفضائية العربية التبشير بالدعوة إلى الحوار بين الحضارات وعدم استخدام الأساليب العنيفة والإرهابية التي تقود إلى صراع الحضارات.

3. على القائمين على أمر الاتصال الدولي ومنظماته المختلفة العمل من أجل المصلحة العامة والابتعاد عن تفضيل المصلحة والأجندة الشخصية والفئوية والحزبية والإقليمية على حساب المصلحة العامة، حتى لا تقود العالم إلى صدام وصراع الحضارات.

### الدراسة الثالثة:

#### عنوان الدراسة:

برامج الحوار التلفزيونية وانعكاساتها على حرية التعبير.. دراسة تحليلية تطبيقية على برنامج "الاتجاه المعاكس" بقناة "الجزير" الفضائية في الفترة من 2004-31 ديسمبر 2005م. إعداد: الباحث عبد المولى موسى محمد، ماجستير، جامعه أم درمان الإسلامية، كلية الإعلام، 2006م.

#### أهداف الدراسة:

1. توضيح تأثير حرية التعبير على برامج الحوار التلفزيونية.
2. إيضاح دور البرامج الحوارية وتأثيرها على التنشئة السياسية.
3. محاولة تقييم مستوى الأداء المهني لبرامج الحوار في قناة الجزيرة من خلال تحليل المضمون لبرنامج "الاتجاه العاكس".
4. محاولة تقييم مستوى الموضوعية وقبول الآخر بالنسبة لضيوف برنامج "الاتجاه المعاكس".
5. تقييم أثر غياب حرية التعبير ولغة الحوار على مجتمعاتنا ووسائل الاتصال المعبر عنها.

6. محاولة التعرف على مجموعة من المتغيرات المؤثرة على مستقبل القنوات الفضائية العربية.

### نوع الدراسة ومنهجها:

منهج الدراسة هو المنهج الوصفي بالتركيز على المسح وأسلوب تحليل المضمون، وشملت عينة البحث أعضاء هيئة التدريس بكليات وأقسام الإعلام بكل من كلية الإعلام جامعة أم درمان الإسلامية - وجامعة القاهرة الأم - وأكاديمية السودان لعلوم الاتصال قسم الإعلام - جامعة قطر والعاملين ببرامج الحوار بقناة الجزيرة - العاملين بالهيئة القومية للإذاعة والتلفزيون.. إضافة إلى (24) حلقة من برنامج "الاتجاه المعاكس" كتحليل مضمون.

### أهم النتائج:

1. أكدت الدراسة أن سبب نجاح القنوات الفضائية وإقبال الجمهور عليها يرجع بالدرجة الأولى إلى:

أ. حرية التعبير المتاحة للقناة والتزامها الحقيقة (61.1%).

ب. الاهتمام بقضايا الجمهور (5.3%).

2. بيّنت الدراسة أن انعكاس حرية التعبير على برامج الحوار المقدمة عبر الفضائيات العربية على المتلقي كان إيجابياً (68%).

3. بيّنت الدراسة ضعف الخطاب الإعلامي للفضائيات العربية تجاه المشاهد العربي (63%).

4. أكدت الدراسة أن معيار النجاح للفضائيات يبني على الآتي:

أ. إتاحة حرية التعبير.

ب. تنوع البرامج وارتباطها بقضايا الأمة.

ج. تعزيز الصالح العام وخدمة التواصل العربي.

د. جودة الأسلوب الخطابي ومشاركة الجمهور.

هـ. القدرة الفنية والتغطية العالية.

و. مواكبة الأحداث المهمة والعصرية .

ز . الحرص على نقل الحقيقة وتزويد الجمهور بمعلومات صحيحة.

### أهم التوصيات:

1. ضرورة أن تواكب عملية الإصلاح السياسي في العالم العربي إجراءات إصلاحية في ميدان الإعلام لضمان إتاحة فرص أكبر أمام حرية التعبير واحترام الرأي الآخر.
2. ضرورة توفير المصداقية والموضوعية في تغطية الإعلام للقضايا التي يعالجها والاهتمام بقضايا الجماهير.
3. الاهتمام بضرورة الاستعانة بتكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسات الإعلامية شريطة ألا يكون التصنيع أو امتلاك هذه التكنولوجيا هدفاً في حد ذاته بل وسيلة لتحقيق الأهداف والطموحات.
4. على مقدم برنامج "الاتجاه المعاكس" التركيز على اختيار الضيف وفقاً للمؤهلات العلمية والإلمام بالموضوع قبل الانتماء السياسي أو الفكري.
5. على إداريي كليات الإعلام بالسودان الاستفادة من برنامج "الاتجاه المعاكس" ودراسته من حيث الإيجابيات والسلبيات، كما فعلت الجامعات الأمريكية وغيرها من الجامعات.



## الدراسة الرابعة:

دور تكنولوجيا الاتصال في إنتاج البرامج التلفزيونية.. دراسة تطبيقية على استخدام التقنية الرقمية في المونتاج التلفزيوني بالسودان في الفترة من 1999م - 2006م. إعداد: ياسر يوسف عوض الكريم، جامعة أم درمان الإسلامية كلية الإعلام، دكتوراه، يوليو 2007م.

### أهمية البحث:

لخصت هذه الدراسة أهمية البحث في كونه يتناول موضوع استخدام التقنية الرقمية والحاسوب في مجال الإنتاج التلفزيوني وفي مرحلة المونتاج مع قلة الدراسات والبحوث التي تناولت هذا الجانب بالسودان.

### أهداف البحث:

1. الوقوف على دور المبتكرات الحديثة في مجال الاتصال في تطوير الإنتاج التلفزيوني وانعكاساتها على تغيير شكل الاتصال التلفزيوني وخصائصه.
2. التعرف على مفهوم التقنية الرقمية وخصائصها وميزاتها على التقنية الرقمية في مجال الاتصال عموماً وفي الإنتاج التلفزيوني بصفة خاصة.
3. حصر استخدامات التقنية الرقمية والحاسوب في مراحل الإنتاج التلفزيوني بداية بالإعداد والكتابة في مرحلة الإرسال، مروراً بمراحل الإنتاج المختلفة بينها.
4. التعرف على خصائص التقنية الرقمية في مرحلة المونتاج والفرق بين المونتاج الرقمي والمونتاج التماثلي.
5. الوقوف على مدى استخدام برامج المونتاج بالحاسوب في إنتاج البرامج التلفزيونية بالسودان.

## المنهج المستخدم:

- استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي معتمداً على جمع المعلومات من مصادر مختلفة.

## مجتمع البحث:

1. المؤسسات العاملة في مجال الإنتاج التلفزيوني بالسودان متضمنة المحطات التلفزيونية القومية والولائية، إضافة إلى الشركات الخاصة.
2. العاملون في مجال المونتاج التلفزيوني بالسودان، حيث اعتمد الباحث على أخذ عينات عشوائية من كلا القسمين لا تقل عن (40%) من العدد الكلي لكليهما.

## أهم النتائج:

1. استخدام التقنية الرقمية في المجال التلفزيوني بالإضافة لتقنيات الاتصال الأخرى، ساهم في زيادة فاعلية التلفزيون كوسيلة اتصال جماهيري ووفر ميزات جديدة لزيادة عنصر التفاعل مع الجمهور، وظهور التخصص في القنوات التلفزيونية والانتشار الواسع للبحث، وزيادة الإنتاج التلفزيوني للبرامج المختلفة، وتدعيم عنصري الإيقاع والواقعية بالتلفزيون.
2. دخول التقنية الرقمية في مجال المونتاج التلفزيوني من خلال استخدام برامج الحاسوب الخاصة بالمونتاج الرقمي "Digital Editing" أو المونتاج اللأ خطي "NON- linear digital" وقر مميزات عديدة في عملية المونتاج التلفزيوني من أهمها:
  - أ. جودة ووضوح الصورة والصوت حتى تعدد عمليات النسخ والنقل.
  - ب. سهولة التحكم في العناصر المرئية والمسموعة وإمكانية الوصول إليها بسرعة.

ج. اختصار الزمن.

د. تقليل التكلفة.

هـ. سهولة التعديل والحذف والإضافة لأي عنصر دون التأثير على بقية العناصر والمحتويات الأخرى.

### أهم التوصيات:

1. ضرورة التخطيط لاستخدام التقنية الرقمية والحاسوب بشكل متكامل بمؤسسات الإنتاج التلفزيوني بالسودان وجميع الأعمال والمراحل المرتبطة بالإنتاج التلفزيوني، بداية بالإعداد والكتابة ومروراً بالتنفيذ.
2. ضرورة التخطيط لتحويل المحطات الأرضية لنظام الإرسال الرقمي بالسودان في فترة زمنية محددة قصيرة أو طويلة، حسب إمكانيات المحطة التلفزيونية.
3. العمل على الاستفادة من الحاسوب وتوظيفه بشكل أفضل في مرحلة الإعداد والتخطيط والكتابة للبرامج التلفزيونية والاستفادة من الانترنت في الحصول على المعلومات، والاهتمام بإنشاء المكتبات الإلكترونية والأرشيف الإلكتروني.
4. زيادة عدد الكاميرات الرقمية والاستغناء بشكل كامل عن الكاميرات التماثلية بمؤسسات الإنتاج التلفزيوني بالسودان لضمان أكبر قدر من الجودة والدقة والوضوح في الصورة التلفزيونية.
5. ضرورة الاستفادة بشكل متكامل من برامج الحاسوب في الإضاءة والتصميم وإنتاج الصوت والتسجيل، وبصفة خاصة بالمؤسسات الولائية.

## الدراسة الخامسة:

استخدام التكنولوجيا الرقمية في النشرة الإخبارية التلفزيونية "نشرة الأخبار الرئيسية في التلفزيون الجزائري نموذجاً"، رسالة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال. إعداد: الطالبة لبنى جلال سكيك، إشراف الدكتور محمد لعقاب، جامعة الجزائر بن يوسف، كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم علوم الإعلام والاتصال.

### **أهمية البحث:**

تدور الدراسة حول موضوع استخدام التكنولوجيا الرقمية في نشرة الأخبار التلفزيونية ومدى الحاجة إلى تطوير المؤسسات الإعلامية من أجل الدخول إلى عصر المعلومات ومواكبة تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة باستخدام وسائل الاتصال الحديثة.

### **أهداف البحث:**

- معرفة مختلف وسائل وأجهزة التكنولوجيا الحديثة التي تقوم بالنتائج وتوزيع واستقبال وعرض وإرسال المعلومات.
- التعرف على حال نشرات الأخبار في التلفزيون الجزائري، والتغيرات التي طرأت عليها في ظل التكنولوجيا الرقمية.

### **المنهج المستخدم:**

تتبع هذه الدراسة - الدراسة الوصفية ومنهج دراسة الحالة (باعتبار أن الدراسات الوصفية ترتبط بعدد من المناهج والدراسات الأخرى المتفرعة من البحث العلمي، واستخدمت منهج دراسة الحالة).

## أهم النتائج:

1. أن نشرة الأخبار الرئيسية بالتلفزيون الجزائري نجحت في استيعابها للتكنولوجيا الحديثة الرقمية والموظفة خصوصاً في مجالي الصورة والصوت.
2. شدة غزارة وتدفق المعلومات والأخبار المتاحة وتنوعها من خلال المصادر المكتوبة والمصورة التي توفرها وكالات الأنباء وخاصة المصورة فأصبحت الصورة أكثر دقة ووضوحاً، وإمكانية التصرف فيه بطرق مختلفة.
3. قلة التكلفة، وذلك فيما يحتص بتجهيز غرف الأخبار واستديوهاتها بالتقنيات والأجهزة الرقمية فهي ذات تكلفة قليلة مقارنة بالأجهزة السابقة.

## أهم التوصيات:

1. ضرورة الاهتمام بالتكوين لاستخدام الأنظمة الرقمية في مجال العمل الإخباري، وكذلك الأجهزة الرقمية من كاميرات وأجهزة خاصة باستوديو الأخبار.
2. الاستثمار في مجال التكنولوجيا الرقمية يجب أن يكون على دراسة جدية يشترك فيها تقنيون ومهندسون ومتخصصون في هذا المجال.
3. العمل على تحسين الأداء بصفة مستمرة للصحفيين المحررين ومقدم نشرة الأخبار الرئيسية بالتلفزيون الجزائري، وذلك من جانب المهارة واللغة وأسلوب عرض الأخبار بالنشرة، لما لهذه النشرة من أهمية بالنسبة للجمهور الجزائري في الوطن وخارجه وربح جمهور عربي، في ظل المنافسة الشديدة للقنوات التلفزيونية لا سيما القنوات الإخبارية المتخصصة.

## العلاقة بين البحث والدراسات السابقة:

استفادت الباحثة من الدراسات السابقة في إطار معرفة كيفية تناول وطرح المشكلات العلمية ذات الصلة بموضوع البحث، خاصة في مفردات التقنية الرقمية والبرامج الحوارية وهما أهم مفاتيح في هذه الدراسة، فكانت أوجه الشبه والاختلاف كالتالي:

### 1. دراسة تكنولوجيا البث الفضائي وتطور الإنتاج التلفزيوني، دراسة وصفية

تحليلية على برامج قناة الجزيرة. ركزت على استفادة الفضائيات العربية من توظيف التكنولوجيا في البث الفضائي ودعم التواصل العربي مستخدمةً منهج تحليل المضمون، فنلاحظ أنها تضمنت تطوير وإنتاج البرامج لكن بشكل عام ولم تركز على قالب معين. كما أنها تناولت التكنولوجيا لكن ركزت على التكنولوجيا المستخدمة في البث فقط.

### 2. دور البرامج التلفزيونية في تعزيز الحوار بين الحضارات "دراسة وصفية

تطبيقية على برنامج الشريعة والحياة بقناة الجزيرة الفضائية". اتفقت في البرامج التلفزيونية وقوالبها والمراحل إنتاجها، وكذلك تعريف الحوار ومقومات الحوار، لكن مشكلة الدراسة هنا حول عوامل نجاح برامج الحوار التلفزيونية في تحقيق التعارف والتعايش بين الحضارات كما استخدم الباحث المنهج الوصفي وهو ما تستخدمه الباحثة أيضاً في هذه الدراسة.

### 3. برامج الحوار التلفزيونية وانعكاساتها على حرية التعبير، دراسة تحليلية

تطبيقية على برنامج "الاتجاه المعاكس" بقناة الجزيرة الفضائية. فهي كانت مرجعاً مهماً للباحثة باعتبار أن مشرف البحث هو من قام بإعدادها، فبالتالي هي تواصل وامتداد للمحتوي المعرفي والفكري باعتبار خبرة المشرف السابقة، وكذلك جعلت الطريق ممهداً أمام الباحثة في طريقة تقسيم الموضوعات

ومعالجتها وكيفية اختيار المنهج وكذلك التشابه في أكثر من مفردة. لكن الاختلاف في أن المتغير الثاني حول حرية التعبير وكذلك مجال التطبيق مختلف وهو قناة الجزيرة الفضائية.

4. دور تكنولوجيا الاتصال في إنتاج البرامج التلفزيونية دراسة تطبيقية على استخدام التقنية الرقمية في المونتاج التلفزيوني بالسودان. تناولت هذه الدراسة وركزت على موضوع استخدام التقنية الرقمية والحاسوب في مجال الإنتاج التلفزيوني، وفي مرحلة المونتاج مع قلة الدراسات والبحوث التي تناولت هذا الجانب بالسودان. وبذلك اشتركت مع هذا البحث في الإنتاج التلفزيوني والتقنية الرقمية، وهي أهم متغيرين ومفردتين لكن تخصص الدراسة في المونتاج التلفزيوني وهو أحد مراحل الإنتاج. بينما هذه الدراسة شملت كل مراحل استخدامات التقنية في كل مراحل الإنتاج.

5. استخدام التكنولوجيا الرقمية في النشرة الإخبارية التلفزيونية "نشرة الأخبار الرئيسية في التلفزيون الجزائري نموذجاً". وهي دراسة عربية لكن البحوث الإعلامية خاصة لا تعرف الحدود الجغرافية فالمعرفة واحدة. اتفقت هذه الدراسة في المتغير الأول وهو استخدام التكنولوجيا الرقمية واستفادت منها الباحثة كثيراً في الإطار النظري ومبحث التقنية الرقمية. لكن اختلفت الدراسة في المتغير الثاني وهو البرامج الحوارية.

استفادت الباحثة من الدراسات السابقة كمراجع عامة، واستفادت من نتائجها وخلصاتها في إثراء الإطار المعرفي للباحثة في تناولها للموضوع الذي تميز في اختيار البرامج الحوارية كتطبيق على تأثير التقنية الرقمية وتناول كل مراحل إنتاج البرامج واستخدام التقنية في كل مرحلة، وكذلك توضيح تأثير التقنية الرقمية على القائم بالاتصال والجمهور، واهتمت الدراسة بالتفاعلية كنتاج للتقنية الرقمية.

## الفصل الثاني :

### البرامج الحوارية التلفزيونية

المبحث الأول : مفهوم الحوار والقائم بالاتصال

المبحث الثاني : أنواع وقوالب البرامج الحوارية

المبحث الثالث : تخطيط وإنتاج البرامج الحوارية



## المبحث الأول

### مفهوم الحوار والقائم بالاتصال

#### تمهيد:

الحوار هو جدلية الحياة ولغة يومية نمارسها بصورة تلقائية، فنحن نتحاور في كل لحظة مع أنفسنا ومع القريبين منا ومع الآخرين، وهو أعلى المهارات الاجتماعية قيمة، فالأمة الناهضة هي الأمة التي تشجع فيها ثقافة الحوار بين أبنائها وكلما بعدت الأمة عن آفاق الحوار كلما زادت الأمراض الاجتماعية (الاستبداد والتسلط، الكذب)، فالحوار منهج حياة ومنهج إنساني ومنهج قرآني ومنهج إصلاحى ومنهج للبحث عن المعلومة (شفيق، 2010، ص16).

في هذا المبحث سنستعرض معلومات خاصة بالحوار ومفهومه وعناصره والقائم بالاتصال باعتباره المحاور والمرسل بعملية الاتصال في الحوار، وهذا المبحث تمهيد للبرامج الحوارية التي يمثل الحوار عمادها وأساسها المتين.

#### مفهوم الحوار:

الحوار هو النقاش والمحادثة مصدرها حاور وأصلة من الحور (بفتح الحاء وسكون الواو) وهو الرجوع عن الشيء وإلى الشيء.

ومنه قوله تعالى: (إِنَّهُ ظَنَّ أَنْ لَنْ يَخُورَ) "الانشقاق - آية: 14"، فالحوار إذن في اللغة هو الرجوع والمجاوبة.

في القاموس المحيط للفيروز أبادي: تحاوروا: تراجعوا الكلام بينهم. ويقال: بعيد الحور أي عاقل (عبد التواب، 2010 م، ص 16).

الحوار في اللغة: من حاور يحاور محاوره. وقد ورد في تاج العروس أن الحوار يعني تراجع الكلام، كما ورد في لسان العرب لابن منظور تحت الجذر (حور) وهم

يتحاورون أي: يتراجعون الكلام. والمحاورة: مراجعة المنطق والكلام في المخاطبة. وقد حاوره. والمَحْوَرَةُ: من المُحَاوَرَةِ مصدر كالمَشُورَةِ من المشاورة كالمَحْوَرَةِ؛ وأنشد:

كَفَى رَجْعُهَا مِنْ                      لِحَاجَةِ نِي بَتِّ  
قِصَّةِ الْمُتَكَلِّمِ                      وَمَحْوَرَةٍ لَهُ

أما الحوار في الاصطلاح اللغوي فهو نشاط عقلي ولفظي يقدم المتحاورون الأدلة والحجج والبراهين التي تبرر وجهات نظرهم بحرية تامة من أجل الوصول إلى حل لمشكلة أو توضيح لقضية ما.

وللحوار آداب جمة ينبغي للأطراف جميعهم التحلي بها والالتزام بها حتى لا يتحول كلامهم إلى مراء أو جدال (منصور، 2017م، ص96).

الحوار أيضاً في اللغة يعني الجواب يقال: حوار، بفتح الحاء وحوار بكسرهما ومحاورة وحويل ومحورة بضم الحاء على وزن مشورة أي جواباً وأحار عليه جوابه: رده، والاسم من المحاورة حوير، بفتح الحاء يقال: سمعت حويرهما وحوارهما. والمحاورة المجاوبة، والتحاوير التجاوب. يقال كلمته فما رد إليّ حواراً أي جواباً.

الحوار في اللاتينية "Dialogues" مأخوذة عن الكلمة الإغريقية Dialogos وتعني موضوعاً مكتوباً، ويقوم فيه شخصان أو أكثر بالحوار أو المناقشة لموضوع ما. (اللبودي، 2003م، ص19).

الحوار نمط من أنماط التعبير، تتحدث به شخصيتان أو أكثر يتسم حديثهم بالموضوعية والإيجاز والإفصاح، وهو الطابع الذي ينسق به الكلام بطريقة تجعله يثير الاهتمام باستمرار (الطائي، 2007م، ص331).

الحوار أحد أهم مجالات التعبير الشفهي، وهو وسيلة لنقل الأفكار وتبادل الآراء للوصول إلى أهداف مقصودة، فهو عملية تتضمن المحادثة بين أفراد أو مجموعات على اختلاف توجهاتهم وأفكارهم من أجل تبادل المعرفة والفهم.

يعدّ الحوار من أهم مواقف التواصل الفكري والثقافي والاجتماعي التي تتطلبها الحياة في المجتمع المعاصر لما له من أثر في تنمية قدرة الأفراد على التفكير المشترك والتحليل والاستدلال.

تستخدم كلمة حوار كثيراً في الفن الإذاعي، ويعرّف بأنه لقاء هادف بين المذيع والضيف حول موضوع معين يهم الجمهور المستهدف، ويقوم هذا اللقاء على التفاعل المتبادل وفق المعايير الإذاعية (معوض، بركات، ص241، 2015م).

### وظائف الحوار:

يحدد روبرت جرين وظائف الحوار أيّاً كانت وسيلة النقل في النقاط التالية:

1. تزويد الجمهور بالمعلومات والمعارف.
2. التعبير عما تتطوي عليه العواطف.
3. تطوير الحوادث حتى تفضي إلى العقدة في العمل الفني (الطائي، 2017، ص234).

### وظائف الحوار التلفزيوني :-

- وظيفة الإعلام والأخبار: وتعني تقديم الحوار كل ما هو جديد من معلومات وأخبار عن الأحداث المهمة في الجوانب السياسية والاقتصادية والاجتماعية والرياضية.

- وظيفة الشرح والتفسير: تعني شرح وتفسير ما يحدث من أحداث وأمور في جوانب الحياة المختلفة.

- وظيفة التعليم: وتعني كل ما يقدمه من معلومات وأفكار جديدة تؤدي إلى زيادة معلومات المشاهدين.

- وظيفة التثقيف: وتعني تثقيف المشاهدين عن طريق الحوار مع قادة الفكر والأدباء والفنانين.

-وظيفة خدمة المجتمع وتنميته: وتعني توعية وتنمية المشاهدين في مجالات تخصصهم عن طريق الحوار مع المختصين في المجالات كافة (الببيب، 2012م، ص774).

كما يعرف الحوار هو حديث يدور بين اثنين فقط أحدهما المذيع أو من يقوم بدوره في طرح الأسئلة حول موضوع معين يهم المتابعين ويتلقى الإجابة عنها، بهدف تقديم الأفكار والمعلومات ومناقشة القضايا وإلقاء الضوء على شخصيات بذاتها (البطريق، يرى، 200م، ص66) وتتفق الباحثة مع هذا التعريف.

### أنواع الحوار:

هناك عدة أنواع من الحوار والتي يمكن أن نجملها فيما يلي:

#### 1. الحوار الدائري:

يقصد به أن السؤال الواحد يدور على عدد من المتحاور معهم، أي أن المذيع أو القائم بالاتصال يوجه سؤالاً واحداً إلى متحاور معه ثم يوجه نفس السؤال إلى متحاور معه آخر، ثم إلى ثالث ورابع.. وهكذا يدور السؤال الواحد على عدد من الأشخاص.

#### 2. الحوار الفردي:

وهو الحوار الذي توجه فيه أسئلة مختلفة حول موضوع معين إلى شخص واحد يجيب عن السؤال بعد الآخر (شكري، 2009م، ص79).

#### 3. الحوار الجماعي:

وهو الحوار الذي توجه فيه أسئلة مختلفة إلى أكثر من واحد في مكان واحد ونفس الوقت.

### 1. الحوار البسيط:

هو الحوار الذي يدور حول موضوع واحد أو جانب منه، ويطلق عادة على الحديث الحوارى وهو شكل مطور من أشكال الأحاديث يتم فيه تقديم الحديث على شكل حوار بين شخصين.

### 2. الحوار المركب:

وهو الحوار الذي يتناول أكثر من قضية أو مشكلة أو موضوع مع تنوع في مجموعات المتحاورين (شكري، 1999م، ص 149).

### 3. حوار المداخلات:

وهو من السمات الرئيسية لعصرنا الحديث عصر ثورة الاتصالات والأقمار الاصطناعية بقنواتها المرئية والمسموعة ومداهما الذي يجمع كل أطراف العالم فتلاشت المسافات بين الشعوب، وأصبحت الرؤية واضحة بكل حدث سياسي أو رياضي أو فني أو غيره في نفس يوم ولحظة وقوعه.

وهذه الثورة الكبيرة في الاتصالات أوجدت بالضرورة لوناً جديداً من الحوار تحت مسمى التداخلات سواء عبر التلفون أو الشاشة عن طريق الأقمار الاصطناعية (عبدالنبي، 2010م، ص 203).

وفي هذه الدراسة سنستعرض معلومات أكثر عن هذا النوع من الحوار الذي استفاد من التقنيات الحديثة لتطوير الحوار كما سنجد ذلك في برنامج "نقطة حوار" على قناة "BBC" وموضوع هذا البحث.

### عناصر الحوار الأساسية:

1. القائم بالاتصال.

2. موضوع الحوار.

3. ضيوف الحوار.

4. متابعي الحوار.

## أولاً: القائم بالاتصال

تتفاوت المفاهيم التي وضعها مدرسو الاتصال والإعلام حول مفهوم القائم بالاتصال، فقد اتجهت بعض الدراسات إلى تعريفه من منظور القدرة على التأثير على متلقي الرسالة الاتصالية، فعرف بأنه الشخص الذي يتولى إدارة العملية الاتصالية وتسييرها على ضوء ما يتمتع به من قدرات وكفاءات في الأداء وتحديد مصير العملية الاتصالية برمتها (دراسة دكتوراه، عبدالمولى، 2011م، ص220).

ويعرف القائم بالاتصال أيضاً بأنه منشئ الرسالة، قد يكون شخصاً واحداً أو أكثر في الوقت نفسه، كما أن المرسل قد يتحول إلى مستقبل. وبطبيعة الحال فإن القائمين بالاتصال يوظفون مهاراتهم الاتصالية ومعرفتهم ومواقفهم وخلفياتهم الاجتماعية والثقافية التي تميزهم عن غيرهم، ولهذا تختلف قدرات كل متصل في استخدام الرموز "اللفظية وغير اللفظية" مع المتصلين الآخرين (فرجاني، 2015م، ص20).

في لغتنا وردت الإشارة إلى كلمة مذيع مرتبطة بالفعل أي العمل الذي يؤديه، والوظيفة التي يقوم بها، فكلمة مذيع هي اسم الفاعل من "أذاع" وهي تعني "الذيع" أي الانتشار أو النشر. فالذيع هو أن يشيع الأمر، وأذعت بالأمر إذا أفشيت وأظهرته وأذاع الخبر أي فشا وانتشر وذلك يكون المذيع. وفقاً لهذا الأساس اللغوي هو الشخص الذي ينقل معلومات ما إلى عدد غير من الناس (شليبي، 2008م، ص15).

والمذيع في اللغة هو الشخص الذي يذيع وينشر الخبر، فذاع الخبر أي انتشر، وأذاع أي أفشى، والمذيع هو الشخص الذي لا يكتم السر (مختار الصحاح، ص200).

المذيع هو الشخص الذي يحترف نقل وتقديم المعلومات بصوته إلى الجماهير بواسطة الإذاعة، أي الراديو والتلفزيون، وبطريقة تخضع لمواصفات معينة. والاحتراف هنا بمعنى أن يكون هذا العمل هو الحرفة والوظيفة والعمل الذي يؤديه الشخص. (عبد التواب، 2010م، ص189).

المذيع في الإذاعة المسموعة "الراديو" هو حلقة الإيضاح التي تربط بين الإذاعة والجمهور وبدونه لا يكون هناك سوى الصمت أو الشوشرة التي لا تعني شيئاً. أما في التلفزيون فالمذيع هو المقدم presenter والناقل communicator أي القائم بالاتصال والشارح والمفسر interpreter (شليبي، 2008م، ص20).

المذيع يقف أمام الكاميرا أمام الملايين، يسمعون كل حرف ينطقه ويرون كل حركة يأتي بها، ويستطيعون ملاحظة كل ما يفعله المذيع، منهم عباقرة ومفكرون ومختصون ومذيعون وأطباء ومهندسون، وفيهم الرجل والطفل والشيخ والمراهق والمريض، لذلك لا بد أن يملك القائم بالاتصال موهبة ورغبة ليكون مقنعاً في طرح رسالته.

في رأي الباحثة، أن كل المجهود الذي يقوم به فريق العمل من إعداد وتجهيز وتحضير وإخراج وعمل فني بعد أن يبدأ التنفيذ تصبح الكلمة لدى المذيع، فهو من يعكس مجهد كل هؤلاء وهو من يعرفه المشاهد ويراه، فهو الناقل لرسالة البرنامج والمحطة، وجزء كبير من نجاح أو فشل البرنامج يعتمد عليه لذلك هناك خصائص يجب أن تتوفر في المذيع أو القائم بالاتصال.

### **خصائص القائم بالاتصال ومؤهلاته:**

#### **1. المستوى التعليمي:**

أن يكون القائم بالاتصال قد حصل على قسط معقول من التعليم، فتشترط بعض المحطات الحصول على مؤهل جامعي كحد أدنى للمستوى التعليمي، وهناك محطات أخرى لا تشترط ذلك، وترى أن الثقافة الواسعة والخبرة بالحياة أهم من وجود مؤهل أكاديمي.

ترى الباحثة أن هناك من يربط بين دراسة الإعلام وضرورته للقائم بالاتصال أو المذيع. صحيح أن المستوى التعليمي أساسي ومهم لكن ليس بالضرورة أن يكون المذيع مختصاً في الإعلام، فعلى سبيل المثال فيصل القاسم مقدم برنامج "الاتجاه

المعكس" على قناة الجزيرة حاصل على بكالوريوس في الأدب الإنجليزي من جامعة دمشق وسمير فرح مذيع بتلفزيون (BBC) عربي يشارك في تقديم "نقطة حوار" وترشح لجائزة مذيع العام، درس الاقتصاد في الولايات المتحدة الأمريكية وعمل لسنوات في مجال التجارة والأعمال قبل أن يتحول إلى الإعلام. وغيرهما من مقدمي البرامج التلفزيونية الناجحين. ولكن مع ذلك يجب على المذيع أن يكون على دراية وعلم بكل تفاصيل الإعلام والإنتاج التلفزيوني، ويمكن اكتساب ذلك بالتدريب والخبرة.

## 2. المستوى الثقافي:

المقصود بالمستوى الثقافي للقائم بالاتصال هو معارفه وخبراته العامة ودرايته بالحياة والناس، وإدراكه الكامل للأحداث التي تجري من حوله حتى لا يكون مجرد ببغاء يردد كلمات يقرأها من نص مكتوب (شليبي، 2008م، ص24).

## والتقافة يجب أن تكون ذا جانبيين:

الأول: الثقافة العامة بمعناها الواسع الشاسع .

الثاني: الثقافة المتخصصة لالمام بطريقة منتظمة بعلوم الاعلام والوقوف دائماً عند الجديد والمتطور (safaabass.blogspot.com ، 2014م).

## 3. حضور الشخصية:

يطلق هذا المصطلح على مدى استجابة المجتمع وتقبله لشخصية ما، وتأثره بها وتعاطفه معها، فهذه الشخصية تبذل والمجتمع يقيم، فإذا وصل تقييم مجتمع ما أو فرد ما لشخصية إلى حد الإعجاب بها فإن حضورها لديه يكون طاغياً ومؤثراً. (الخوالدة، 2009م، ص146).



#### 4. اللغة الصحيحة:

اللغة هي الوسيلة التي جعلت الأمم والشعوب تتآلف وتتفاهم وهي التي جعلت المجتمعات تتقدم. وتعد اللغة بالنسبة للمذيع التلفزيوني واحدة من أهم الميزات التي عليه الاحتفاظ بها والحفاظ عليها.

يستخدم القائمون بالاتصال اللغة الفصيحة وأحياناً اللغة العامية، وهذا يعتمد على نوعية البرنامج والمادة التي يقدمها. (الخوالدة، مرجع سابق، ص148).

#### 5. اللباقة والذكاء وحسن التصرف:

هذه النقاط الثلاث مهمة للغاية للمذيع بوجه عام ولمذيع البرنامج الحوارى على وجه الخصوص، خاصة إذا كان البرنامج على الهواء أو يتلقى اتصالات لأنه حتماً سيتعرض لمواقف تحتاج منه إلى حسن تصرف. فعمل المذيع لا يخلو من المفاجآت التي تتطلب منه قراراً سريعاً وتنفيذاً فورياً للقرار.

يعرف الذكاء بأنه القدرة على التعامل مع المشاكل والمواقف الجديدة والمفاجآت الطارئة، وذلك ما نشير إليه أحياناً في أحاديثنا العادية بأنه سرعة البديهة أو القدرة على حسن التصرف. (عبد التواب، 2010م، ص203).

هناك العديد من الصفات التي ينبغي توفرها في مقدم الحوار في البرامج الحوارية:

- القدرة على الإنصات الجيد: وذلك لأن قدرة المذيع على الإصغاء للضيف واستيعاب ما يقول هي التي تمكنه من توجيه السؤال المناسب في الوقت المناسب.

- الفضول وحب الاستطلاع: ويعني هذا البحث الدقيق في شخصية الضيف وحديثه للكشف عن كل ما يهم المستمع أو المشاهد، فهذه ميزة لا بد من توفرها في المذيع.

- أن يتحلى المذيع بالقدرة على ضبط الأعصاب، وذلك لأن المذيع عرضة لأن يلتقي بالعديد من الشخصيات من مختلف الاهتمامات والثقافات

والأمزجة، ولا يستبعد أن يكون من بين هؤلاء الضيوف نوع من الشخصيات الاستفزازية التي يجب على المذيع عدم الاستجابة لها. (الضبع، 2015، ص130)

### ثانياً: موضوع الحوار

عند اختيار الموضوع لا بد من إدراك مدى أهميته لجمهور المشاهدين، ومدى اهتمامهم به، وكلما اتسعت قاعدة الاهتمام هذه وازداد عدد المشاهدين كلما كان نجاح البرنامج ممكناً.

وكذلك لا بد من أن يكون في الحسبان عند اختيار الموضوع طبيعة الموضوع ذاته من حيث إمكانية مناقشته من زوايا مختلفة واحتمال تعدد الآراء فيه أو اختلاف وجهات النظر حوله (شليبي، 2008م، ص274).

ترى الباحثة أن اختيار الموضوع يجب أن يخضع لعدد من المعايير، فموضوع البرنامج الذي يواكب هموم الشارع وما يدور فيه يجد اهتماماً أكبر من المشاهد مثل برنامج "عين على" الذي يعرض على قناة "سودانية 24"، تناول موضوع أسعار اللحوم بالتزامن مع مناداة بعض المواطنين بمقاطعة اللحوم احتجاجاً على ارتفاع الأسعار، فهو عكس لما يدور في الشارع.

### ثالثاً: ضيوف الحوار

ضيف الحوار هو الشخص الذي يتحاور معه المذيع حول موضوع معين، قد يكون هذا الشخص خبيراً أو مسؤولاً تنفيذياً أو طالباً أو موظفاً أو عاملاً. وقد يجمع بين أكثر من صفة (إبراهيم، بركات، 2015م، ص251).

الضيف هو طرف رئيسي في الحوار وهو الشخص الذي يحاوره القائم بالاتصال ليحصل منه على المعلومات الأساسية والضرورية حول موضوع الحوار.

## معايير اختيار الضيوف:

الضيوف يجب أن يكونوا من المختصين في الموضوع أو القضية، وذلك لأن هؤلاء الخبراء لديهم علم ومعلومات حول الموضوع المطروح تؤهلهم للحديث فيه وتوصيل الحقائق للناس، وهذا هو هدف الحوار (شلبي، 2008م، ص 276).

عادة ما يتم اختيار شخصيات معينة لإجراء مقابلات معهم لأسباب عديدة منها:

➤ أن تكون وظائفهم مهمة، مثل (رؤساء الدول - والوزراء - وأعضاء البرلمان - والمسؤولين في الوظائف العامة - ورؤساء الشركات - أو حتى زعماء الجماعات أو عصابات الجريمة).

➤ ويمكن أن تجرى المقابلات مع من عايشوا حدثاً ما أو رافقوا شخصاً مهماً. لا شك أن الحارس الشخصي لرئيس دولة ما على سبيل المثال هو قيمة إخبارية مميزة، كما أن الذين عاصروا تاريخاً قديماً أو حدثاً قديماً ولأزالوا على قيد الحياة هم أيضاً قيمة جيدة.

➤ كذلك يمكن إجراء المقابلات مع من حققوا شيئاً ما أو إنجازاً ما.. المشاهير والرياضيون الذين حققوا نجاحاً في اتجاه معين هم قيمة ممتازة لأن الجمهور يستمتع بأدائهم ويدفع أموالاً مقابل مشاهدتهم.

➤ كما لا يُشترط أن يكون الإنجاز إيجابياً مشرفاً، بل يمكن أن نقوم ببعض المقابلات مع بعض المجرمين لارتكابهم جرائم كبرى، فالمجرم الذي يقوم باغتيالات متعددة أو الذي يقوم بعمليات إجرامية كبرى هو مادة غنية للبحث، كما أن الجمهور كثير الاهتمام بهذه القصص.

➤ كذلك فإن ضحايا الحروب والكوارث يحظون بقدر كبير من الاهتمام لدى الجمهور؛ لأنهم يمثلون اتجاهاً اجتماعياً أو سياسياً أو ثقافياً ومقابلتهم تهم الجمهور، خاصة إن كانت هنالك أحداث متعلقة بهذه الاتجاهات التي يمثلها الضيف. (@elearning.aljazeera.2018).

يجب على المعد أن يجمع عن الضيف الذي سيجري معه الحوار معلومات خاصة وعامة، فالبحث عن هذه المعلومات والحصول عليها يشكل أحد المفاتيح الأساسية لنجاح الحوار، فهذه المعلومات قد يدخلها المذيع أثناء الحوار أو في التعريف بالضيف فيكسب الحوار جواً إنسانياً، وعدم المعرفة بالضيف وتخصصاته تسبب حرجاً للمذيع والضيف. فمثلاً في حلقة ببرنامج "الاتجاه المعاكس" على قناة الجزيرة قال المذيع فيصل: "هذه الأسئلة وغيرها ناقشها مع ضيوفنا هنا في الاستوديو السيد جواد مرقة (رئيس التلفزيون الأردني الأسبق)، والسيد.....".

د. فيصل: نبدأ معك بسؤال بسيط ألا تعتقد أن .....

جود مرقة: نعم يعني الحقيقة قبل البدء ..... أنا لم أكن رئيساً للتلفزيون الأردني، أنا كنت رئيساً للتلفزيون القطري.

د. فيصل: عفواً عفواً أه عفواً أنا آسف تفضل.

فهذا الخطأ البسيط قد لا يغفره الضيف أو المتابع، لأنه يكشف عن عدم معرفة بالضيف وبالتالي خلل بأحد أساسيات الحلقة (عبدالطوب، 2010م، ص 331)

#### رابعاً: متابعو الحوار

متابعو الحوار، الطرف المهم في عملية الحوار، وهم الجمهور الذي يشاهد الحوار بين طرفي القضية سواء أكانت في صورة مناظرة مثلاً أو ندوة حوارية أو نقاشاً على المندييات والمدونات. وفي معظم الحوارات لا يقتصر الأمر على أطراف الحوار فحسب بل غالباً يكون هناك جمهور داخل الاستوديو أو مشاهدون خلف الشاشات.

ومن المهم إشراكهم في الحوار فتجعل لهم دوراً إيجابياً في الحوار. ولا يتوقف دورهم على المشاهدة فقط، بل يفضل قدر المستطاع أن تتاح لهم فرصة المداخلة في الحوار وطرح آرائهم وأسئلتهم على المتحاورين ومن خلال مداخلاتهم يمكن أن تعرف مقدار وصول رسالة الحوار لهم والحصول على تغذية عكسية تجاه أداء المتحاورين وتأثيرهم على المتابعين. (شفيق، 2010م، ص 35).

فما يميز الحوار الإعلامي أنه موجه في الأساس إلى المتابعين، وبهذا فإن للمتابع حقوقاً منها:

- حق المعرفة، بمعنى حقه في أن تصل إليه معلومة موثقة صادقة غير مغلوبة وموضوعية متحيزة، لتنتهياً له معرفة سليمة وليتسنى له الحكم على الأمور بطريقة صحيحة.

- حق المشاركة، فله الحق كما ذكرنا سابقاً أن يشارك برأيه في الأمور التي تخصه، فمن حقوق الإنسان الأساسية التي لا يجوز أن تسلب منه هي حرية إبداء الرأي، فمن حق الإنسان أن يقول ما يعتقد وأن يعلن رأيه فيما يراه.

- أن لا يستهان بمتابعي الحوار مثل الظن بأن المتابع لا يدقق كثيراً فيما يقال ولا يبني عليه مواقف ومناسبات.

- حسن العرض والرد على مشاركات المتابعين.

- مراعاة مشاعر المتابعين فلا يعرض عليهم ما يخدش الحياء (عبد التواب،

2010م، ص 67).

**الحوار في ظل ثورة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات:**

تحول العالم على اتساع أطرافه إلى قرية صغيرة؛ بفضل التطور الهائل في الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات. ولم يعد هناك مجال للأحادية الفكرية أو الثقافية في أي مجتمع فقد انفتحت الأفكار والثقافات على بعضها وتزايدت المخاوف من الهيمنة الثقافية والفكرية من جانب الدول التي تمتلك التفوق التكنولوجي.

لذلك فإن الأمر يتطلب إقامة حوار فكري وثقافي يتناول المقومات والعناصر الثقافية للمجتمع بالتحليل والنقد المتعمق من أجل إبراز وتأكيد عناصر القوة والتطور فيها، واكتشاف وعلاج عوامل الضعف والجمود وبذلك يحدث تجديد مستمر لثقافة المجتمع وتأكيد لمقومات شخصيته لمواجهة محاولات الغزو الثقافي.

ويستدعي الانفتاح على ثقافات العالم الذي فرضته التطورات العالمية حوار بين الثقافات المختلفة للتعرف على عوامل الاتفاق وعوامل الاختلاف بينها وتقييمها في ضوء القيم الأصيلة للمجتمع ومعتقداته لاتخاذ موقف واضح بشأنها.

والمنطقة العربية بتاريخها الطويل وما تضمه من حضارات مختلفة وتعدد خصائصها الجغرافية وتعدد موقعها، أصبحت تضم مزيجاً غير متجانس من الأفكار والانتماءات والتوجهات وأساليب الحياة، مما يستدعي اتخاذ الحوار البناء استراتيجية لخلق الانسجام والتوازن بين هذا المزيج ووضع الأولويات التي يجتمع حولها أبناء الأمة مهما تعددت مشاريعهم وتوجهاتهم (اللبودي، 2003م، ص45).

تعدّ تجربة الحوار الإلكتروني تجربة مثيرة، وبالرغم من حداثة عهدنا بها في العالم العربي، إلا أنها باتت تجذب جمهوراً عريضاً، فالحوار الإلكتروني أحد أهم طرق الحوار في المجتمعات نظراً لسهولة الاتصال والتواصل من خلال الانترنت. من فوائد الحوار الإلكتروني أنه قد يكون محلياً أو إقليمياً أو عالمياً وكذلك إمكانية مشاركة أكبر عدد ممكن في الحوار حيث لا حدود جغرافية أو مكانية أو عوائق السفر التي تمنع بعض المشاركين من حضور حلقات الحوار التقليدية، فالحوار الإلكتروني يتغلب على محدودية العدد التي تحكم اللقاءات التقليدية.

ومن فوائده أيضاً الاتصال بين المتحاورين وإمكانية إجراء الحوار بطرق متعددة وأشكال مختلفة، إما نصاً أو صوتاً أو وجهاً لوجه، وجميع هذه الطرق تجعل من الحوار أسلوباً شيقاً وممتعاً لتبادل الأفكار والآراء ومناقشة الحلول والمقترحات حول القضايا المختلفة. (شفيق، 2010م، ص 195).

ترى الباحثة أن الحوار الإلكتروني هو المخرج من سريان الرسالة في اتجاه واحد مرسل ومستقبل، فأظهر طرفاً ثالثاً يستقبل ويرسل أيضاً وليس مجرد متلقٍ سلبي، وهذا هو أحد تأثيرات التقنية الرقمية الحديثة على البرامج الحوارية التي استفادت منها البرامج الحوارية في خلق التفاعلية، وهي أحد عناصر الإعلام الجديد التي سنتطرق

لها لاحقاً في هذا البحث. كما أن برنامج "نقطة حوار" الذي نحن بصدد تحليله في هذه الدراسة هو أنموذج للبرامج الحوارية التي قامت بتوظيف الحوار الإلكتروني واستيعابه في شكلها، وهذا ما سيتضح لنا في المباحث القادمة.

## المبحث الثاني

### أنواع وقوالب البرامج الحوارية

الحوار التلفزيوني هو أحد أشكال التعبير التلفزيوني الأساسية المستخدمة لإخبار المجتمع عن جوهر الأحداث والتطورات التي تهم وتمس شرائح اجتماعية واسعة. فهو التواصل مع الآخر من الشخصيات والأنماط الاجتماعية بكل مستوياتها من حيث درجة الثقافة والعلم والتجربة الإنسانية والمهنية بمختلف درجاتها وصولاً إلى المعلومات والخبر الجديد الذي ينتظره دائماً المتلقي مستمعاً كان أم مشاهداً. (عبد النبي، 2014، ص197).

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

ويعدّ الحوار عنصراً مشتركاً في العديد من الأشكال البرمجية وهو الأساس في الحصول على المعلومات من الضيوف . ويتألف من عدة عناصر متداخلة، مقدم البرنامج وضيوفه والموضوع المطروح ومدى اهتمام المشاهدين به والمعد واللغة المستخدمة فيه والأجهزة والمعدات التي يتطلبها ووقت وزمان ومكان إجراء الحوار. (شيب، دراسة، 2012م، ص774).

والبرامج الحوارية تندرج تحت أنواع البرامج التلفزيونية ناقصة النص، فالبرامج التلفزيونية تنقسم في مجملها إلى نوعين أساسيين الأول منها:

البرامج التي يكتب لها نص كامل **Full Script PROGRAMMES** ويقصد بها تلك البرامج التي يكتب لها نص **Script** تلفزيوني كامل يلتزم به المخرج والطاقم **Crew** الذي يعمل معه، ويقصد بهذا النوع الكامل النص التمثيليات التلفزيونية المكتملة والمسلسلات التلفزيونية والسلاسل التلفزيونية. (شكري، 2009م، ص73).



## البرامج التلفزيونية ناقصة النص Semi Scripted Programmers

هي البرامج التي لا يكتب لها نص Script تلفزيوني كامل، فتكتب الخطوط العريضة للبرنامج فقط ويمكن الإضافة أو الحذف من سيناريو الحلقة. وتمثل برامج الحوار بأنواعها وأقسامها شكلاً من أشكال الإنتاج التلفزيوني، يندرج تحت الأشكال غير كاملة النص Semi Script لأن الحوار مهما كان نوعه يتم إعداده في خطوط عريضة ومحاور ورؤوس موضوعات تدور كلها حول الهدف والفكرة الأساسية التي هي موضوع الحوار، ولا يكتمل الحوار في شكله النهائي إلا داخل الاستوديو أثناء عملية الإنتاج وطرح المحاور والأسئلة، وتوقع المستجبات والاستفسارات والشرح والتوضيح، وربما تطرأ أسئلة جديدة، لذلك يكون النص المعدّ غير كامل (عبد الدائم، 2010م، ص 317).

### أنواع البرامج الحوارية:

البرامج الحوارية من أكثر القوالب والأشكال التلفزيونية انتشاراً، خاصة بعد تعدد القنوات التلفزيونية الفضائية والأرضية، وتلقى نجاحاً جماهيرياً إذا غطت موضوعات وأخباراً يسعى إليها المشاهد لينمي معارفه حول الأحداث المحلية والقومية والعالمية. هناك أنواع متعددة من البرامج الحوارية، ويمكن تصنيفها وفقاً لهدفها وأهميتها ونوع الحوار، وأيضاً وفقاً للشخصية السياسية أو الفكرية المستضافة في البرنامج. وتحاول الباحثة في هذا المبحث توضيح أهم أنواع البرامج الحوارية وأكثرها شيوعاً. (البطريق، 2008م، ص 188).

### أولاً: المقابلات: The Interview

تأتي المقابلة على رأس المواد التلفزيونية التي تحظى بإقبال وشعبية كبيرة من المشاهدين في كل بلاد العالم، وتأتي على رأس تلك المقابلات التي تعقد للرؤساء المرشحين أو الشخصيات المتميزة فكراً وعملاً وقولاً.

المقابلة هي عبارة عن حوار بين المذيع المستقبل للمعلومات (ممثلاً للجمهور) وبين حامل المعلومات، والهدف منها هو الحصول على أكبر قدر ممكن من المعلومات والآراء حول موضوع معين يرتبط بتخصص الضيف أو مهنته أو خبرته (عبد المقصود، 2009م، ص49).

تعرف المقابلة بأنها: فن المواجهة والمحاورة والمناقشة، تنظم وفق تخطيط يقوم على سياقات معينة بهدف شرح موضوع أو قضية تشغل اهتمام الرأي العام، أو استجلاء خبرات معينة أو تحليل وتفسير موقف أو ظرف معين من قبل ضيف أو ضيوف المقابلة، الذين هم إما من المتخصصين في موضوع المقابلة أو من المطلعين على مجريات الأحداث والظروف التي تمس اهتمامات الرأي العام. (الطائي، 2007، ص277).

المقابلة التلفزيونية في أبسط تعريف لها هي حوار بين مقدم وضيف في موضوع محدد، وزمن محدد ومكان محدد، كما أنها تعتمد في المرتبة الأولى على الآخر فهو المسؤول وعليه أن يجيب، فهي إذن من الناحية الشكلية لا تعدو أن تكون سؤالاً وجواباً. ولكن من الذي يسأل؟ ومن الذي يجيب؟ هنا تبدأ المعاناة. (عبد الدائم ، 2010م، ص320).

لا نستطيع أن نفصل فصلاً حاداً بين أنواع المقابلات التلفزيونية إذ من الممكن أن يجتمع في المقابلة الواحدة أكثر من نوع من أنواع المقابلات، لكن هناك سمات أساسية لكل نوع والتي تحدد طبيعة المقابلة ووظيفتها وكيفية إجرائها (شكري، 1999م، ص146).

أنواع المقابلات التلفزيونية:

## 1. مقابلة المعلومة Information Interview

الهدف من هذا الأنواع من المقابلات هو تزويد المشاهد بمعلومات معينة في موضوع ما لأهميته السياسية، الاقتصادية، الاجتماعية، الثقافية أو الصحية. والهدف من

المقابلة هنا هو الحصول على معلومات وبيانات معينة حول أحد الموضوعات المهمة أو الأحداث الجارية، أو الحصول على المعلومات حول مؤسسة ما ذات أهمية لجمهور المشاهدين. (عبد الدائم، 2010م ص 223).

## 2. مقابلة الرأي Opinion Interview

يستهدف هذا النوع من الحوارات عرض وجهة نظر أحد المتخصصين أو الخبراء في موضوع أو قضية أو مشكلة معينة تهم الجمهور، وذلك اعتماداً على المنطق والبراهين والأدلة الدامغة التي تؤكد صواب وجهة النظر التي تعرض في البرنامج. (البطريق وآخرون، 2005، ص 42).

يدخل هذا النوع من المقابلات في إطار البرامج السياسية بصفة خاصة والأحداث المهمة الجارية، فتستضاف شخصية أو أكثر من المتخصصين للإدلاء برأيهم في موضوع الحدث. تعدّ برامج الرأي من البرامج التي تهتم بها الشرائح المثقفة والمتابعة لأحداث الاجتماعية والسياسية والثقافية. (البطريق، 2009م ص 192).

## 3. مقابلة الشخصية:

يقوم هذا النوع من أنواع الحوار على الشخصية التي يستضيفها البرنامج ومدى إثارته لاهتمام وانتباه المشاهدين، وعلى ذلك فإن شخصية الضيف هي الهدف الأول والأخير لهذا النوع من برامج الحوار سواء من المشاهير أو البارزين في مجالات الفن أو الرياضة أو السياسة أو كان من ذوي المواهب والقدرات الفذة. وهنا نجد د. عبد الدائم عمر الحسن في كتابه "التلفزيون" صنف الشخصيات إلى التالي:

1. مشهور جداً: وهو المشهور على الصعيد العالمي ومعروف في أكثر بلدان العالم.

2. مشهور: وهو المشهور على الصعيد العربي.

3. مشهور بقدر: وهو المشهور على الصعيد المحلي أو القطري.

4. مغمور: وهو يتصف ببعض صفات الأعلام لكنه زاهد في الشهرة وشهرته لا تتعدى مدينته أو بلدته أو حيه.

وهناك من يصنف المقابلات إلى الأشكال الآتية:

أ. مقابلة الوقائع والأحداث:

تتراوح مدة بثها بين (30-40) ثانية، وعندما تكون الأحداث مهمة ومتأزمة وتشتمل على تفاصيل قد تصل مدة بثها إلى دقيقتين، وقد يخضع هذا النوع من المقابلات للتسجيل والمونتاج كي تتاح الفرصة أمام الجمهور لظهور أكثر من شخص يتحدث في نفس موضوع المقابلة.

ب. مقابلة المنوعات أو المقابلات الاستعراضية:

يتناول هذا النوع من المقابلات موضوعات متنوعة كالتسلية والفكاهة والأخبار وغيرها، ويتم هذا النوع من المقابلات داخل الاستوديو، ويمكن أن تسجل في مكان آخر ويتراوح زمنها بين (15-60) دقيقة.

ج. مقابلة الفيلم التسجيلي:

هي مقابلة تلفزيونية تسجل على شريط فيديو أو فيلم، تتخللها لقطات تتصل بموضوع المقابلة قد تصل مدتها إلى (30) دقيقة، وقد تأخذ وقتاً أطول وذلك حسب أهمية الموضوع.

د. مقابلة السرد التاريخي:

تعتمد هذه المقابلة على السرد التاريخي للأحداث التي تهم الرأي العام، ويدعى لها مختصون لهم علاقة بموضوع المقابلة. (الطائي، 2007م، ص285).

ثانياً: الحديث المباشر

هذه النوعية من البرامج من الأشكال المهمة التي تبدأ بها معظم محطات الإذاعة والتلفزيون، وهي عبارة عن حديث تقوم به شخصية واحدة تحاول أن توصل أفكارها ومعارفها وخبراتها إلى جمهور الإذاعة أو التلفزيون. وتعرف ببرامج الشخصية الواحدة.

تقوم القناة بتحديد موضوعات الحديث المباشر طبقاً لسياسة المحطة وعلى ضوء اهتمامات جمهورها من المشاهدين.

يتنوع المتحدثون في طريقة تناولهم للموضوعات، فمنهم من يرتجل حديثه ولا يعتمد على نص مكتوب بحجة أنه يحقق لحديثه الحيوية والتشويق، وآخرون يعتمدون على نصوص معدة مسبقاً. (بركات، 2015م، ص236).

### أنواع الأحاديث المباشرة:

**1. الحديث التثقيفي:** وهذا النوع من الأحاديث هو ما يتعلق بالثقافة العامة لأفراد المجتمع وتقديمه لهم في شكل فني جاذب، وهذا النوع من الأحاديث نجده يتمثل في الموضوعات الأدبية والعلمية والفنية، بالإضافة إلى الموضوعات التاريخية فكلها تتضمن معلومات وآراء تغذي العقل.

**2. الحديث الإخباري:** ويهدف إلى إعلام المتلقي المشاهد بكل ما يحيط به من أحداث وأخبار وشؤون، إلى جانب عمليات التحليل والتفسير لهذه الأحداث. فمضمون هذا النوع مضمون إخباري في المقام الأول.

**3. الحديث الترفيهي:** وهذا النوع من الأحاديث المباشرة يغلب على مادته ومضمونه الجانب الترفيهي، إضافة إلى الهدف الاجتماعي كما هو الحال في أحاديث النقد الاجتماعي وغيرها من الأحاديث الترفيهية. (الضبع، 2015م، ص109).

من خلال إطلاع الباحثة على عدد من المراجع فيما يخص تصنيفات البرامج الحوارية، هناك من يستبعد برامج الحديث المباشر كأحد قوالب البرامج الحوارية وهناك من يضمها.

لكن الباحثة ترى أن برامج الحديث المباشر إذا تم فيها استخدام وسيلة الاتصال عبر الهاتف لمدخلات المشاهدين إذن يكون هناك حوار، وإذا تم استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لعرض الآراء يكون هناك تفاعل وتعدد في وجهات النظر والأفكار والأطراف محل الحوار، وبهذه العناصر يمكن تضمين برامج الحديث

كأحد أنواع أو أشكال البرامج الحوارية. لكن إذا كان عبارة عن شخصية واحدة تقوم بتوجيه الحديث مباشرة للجمهور دون تفاعل لا يدخل ضمن تصنيفات البرامج الحوارية.

### ثالثاً: برامج الندوات والمناقشات

برامج الندوات والمناقشات من أنجح البرامج التي تحظى باهتمام المتابعين، فهناك قضايا اجتماعية واقتصادية وسياسية وثقافية مهمة تمس حياة الأفراد، وتكون موضع جدل واختلاف في وجهات النظر هناك دائماً من يوافق وهناك من يعارض، وقيام القنوات بتنظيم المناقشات والندوات يساعد على تكوين الرأي العام وتضع أصحاب القرار أمام مسؤوليتهم. (شكري، 1999، ص153).

#### الندوات:

هي البرامج التي يلتقي فيها أكثر من شخص لمناقشة جوانب متعددة لموضوع معين دون أي خلاف أو تعارض في الرأي أو وجهات النظر حيث يتم تناول موضوع الندوة بالشرح والتفسير، وبذلك الندوة تهتم بتعدد جوانب الموضوع دون خلاف (عبد الدائم، 2010 م ، ص 354).

#### المناقشات:

تعرف المناقشة بأنها شكل إذاعي أو تلفزيوني يهدف بوجه عام إلى تبادل ونشر الآراء بين جمهور المستقبلين حول قضية أو مشكلة بعينها سواء أكانت تلك الآراء مهمة كما المناقشات الجادة أو من أجل التسلية في المناقشات الخفيفة.

#### مدير الندوة والمناقشة:

هو الشخص الذي يتولى تقديم الموضوع وطرحه للمناقشة وتقديم المشاركين في الندوة أو المناقشة وتنظيم مناقشاتهم بشكل يؤدي إلى استيفاء الموضوع وتغطية جوانبه كافة، وهو المسؤول كذلك عن إعطاء المشتركين فرصاً متساوية لإبداء وجهات نظرهم، ويتولى إيضاح وتفسير ما قد يأتي على لسان المشاركين من عبارات

أو مصطلحات لا يفهمها إلا المتخصصون فقط، كما عليه أن ينوب عن الجمهور المتلقي في توجيه الأسئلة التي قد تطرأ على تفكيره أو تنبثق من أحاديث المشاركين في الندوة أو المناقشة. (شليبي، 2008م، ص277).

لذلك فإن اختيار مدير الندوة والمناقشة من الأهمية بمكان، ويتوقف على أساسه نجاح البرنامج، فهو الذي يقدم الموضوع ويوضح أهميته وارتباطه بحياة المشاهدين، ولهذا لا بد أن يمتلك الخبرة الإذاعية المطلوبة، وبعض الصفات المهمة منها:

1. أن يكون محايداً لا يتدخل برأية أثناء النقاش.
  2. أن يكون ذكياً نشطاً رغباً في السؤال والمعرفة.
  3. أن يكون لطيفاً مهذباً في علاقته مع المشاركين.
  4. أن يكون حازماً كي يقود المناقشة وفقاً للخطة التي أقرها.
- (عبدالدايم، 2010م، ص375).

#### **أنواع برامج الندوات والمناقشات:**

هناك عدد من الأشكال والقوالب الفنية لبرامج المناقشات والندوات. وتختلف هذه الأشكال وفقاً لاعتبارات كثيرة من بينها مكان وجود المشاركين وعددهم ومدى مشاركة الجمهور في الندوة مشاركة فعلية وأسلوب إدارة الندوة. (شليبي، 2008م، ص272).

**وتشمل برامج الندوات والمناقشات العديد من القوالب أهمها:**

#### **أ. المائدة المستديرة:**

وهي اجتماع المشاركين في الندوة حول مائدة داخل الاستوديو يتبادلون الرأي ووجهات النظر في الموضوع المطروح من خلال الأسئلة والمحاور التي توجه من قبل مدير الندوة، ويعدّ هذا الشكل من الأشكال التقليدية.

## ب. المناظرة:

وهي المناقشة الثنائية عادة حول موضوع يمثله طرفان من الأطراف يحمل كل منهما رؤية ووجهة نظر مختلفة. وقد يلتقي الطرفان وجهاً لوجه داخل الاستوديو أو يكون كل منهما في مكتبه أو في بلده، ويرى الآخر على شاشة التلفزيون عبر الأقمار الاصطناعية. (شليبي، 2008م، ص 273).

تستخدم برامج المناظرات في أوقات الانتخابات الرئاسية في الدول، وفي أوقات الأزمات السياسية بين الحكومات وقوى المعارضة، وتقدم من خلال وجود فريقين على طرفي نقيض، مثل الحزب الحاكم والمرشحين في المعارضة، ويستخدم كل طرف إمكاناته ومهاراته وكل ما عنده من أساليب من أجل تدعيم وجهات نظره (الطائي، 2007م، ص 276).

## ج. الندوات والمناقشات الجماهيرية :

المقصود بها ذلك النوع من برامج المناقشات والندوات التي يحضرها جمهور من المشاهدين. مثل هذه الندوات يمكن انعقادها داخل أحد الاستوديوهات المناسبة لذلك أو بإحدى القاعات خارج محطة الإذاعة. أما بالنسبة لمشاركة الجمهور في هذه الندوات قد يكون حضور الجمهور لمجرد الوجود ومتابعة الحوار فقط، وهذا يضيف على البرنامج قدراً كبيراً من الحماس وفي حالات أخرى يشترك جمهور الحاضرين في المناقشة بالتعليق وإبداء الرأي فيما يقال أو إضافة إلى ما قيل بالفعل. (شليبي، 2008م، ص 274).

## د. ندوة الضيف الواحد:

يشترك في هذا الشكل من الندوات ضيف واحد يتم توجيه الأسئلة إليه بعد أن يقوم هو نفسه بتقديم عرض للموضوع المطروح للمناقشة، ويتولى الرد على الأسئلة، ويدخل في هذا الشكل (المؤتمرات الصحفية). (عبد الدائم، 2010، ص 359).



## هـ. ندوات إذاعية على الهاتف:

لقد أتاحت تكنولوجيا الاتصال إمكانية تنظيم ندوات إذاعية عن طريق الهاتف، إذ يمكن تنظيم مثل هذه الندوات بحيث يشترك فيها أطراف تفصل بينهم مسافات بعيدة بينما يكون مدير الندوة في الاستوديو.

وهذا النوع من أنجح الأشكال البرمجية التي تتيح فرصة معرفة آراء الآخرين حول بعض المشكلات والقضايا التي تفرض نفسها على الساحة الإعلامية، وغالباً ما تتحوّل مثل هذه الندوات إلى ندوات حوار ساخن تشتعل فيه حدة الخلاف وهنا يقوم مدير الندوة بواجبه كملطف للجو، كما عليه أيضاً أن يراقب توقيت الندوة والمساحة الزمنية المخصصة لها. (شكري، 1999م، ص158).

### أهداف برامج المناقشات والندوات:

1. إثارة التفكير في الموضوع الذي تطرحه الندوة وذلك بتعدد وجهات النظر السليمة والخاطئة.
  2. محاولة الوصول جدياً إلى حل في موضوع مختلف عليه.
  3. من أهم أهدافها أنها تقوم بإلقاء الضوء أمام الجمهور أو المشاهدين على مشكلات تتعلق بحياتهم وعرضها من وجهات نظر مختلفة.
  4. توصيل الحقائق والمعلومات للناس بطريقة طبيعية وسهلة قريبة إلى نفوسهم بدلاً عن اللجوء إلى الحديث المباشر السردى.
- (الحسن، 2009م، ص107).

## المبحث الثالث

### تخطيط وإنتاج البرامج الحوارية

#### تمهيد

تعددت التعريفات حول كلمة تخطيط، فقد عرّفت بأنها عمل افتراضات عما ستكون عليه الأحوال في المستقبل، ثم وضع خطة تبين الأهداف المطلوب الوصول إليها والعناصر الواجب استخدامها لتحقيق الأهداف، وكيفية استخدام هذه العناصر وخط السير والمراحل المختلفة الواجب المرور بها والوقت اللازم لتنفيذ الأعمال، أي أنه رسم صورة تقديرية مستقبلية للنشاط في مؤسسة معينة وفي فترة زمنية محددة ويقتضي ذلك حصر الموارد من أجل تحديد أهداف الخطة وتحقيق تنمية سريعة (الدليمي، 2012م، ص44).

اختلف العلماء في تعريف التخطيط، فذهبوا في شتي المجالات. سيقصر هذا المبحث على بعض التعريفات، فيعرّفه علماء الإدارة بأنه دراسة البدائل المختلفة لإدارة عمل معين ثم التوصل إلى أفضل البدائل الممكنة التي تحقق أهدافاً معينة في وقت معين وفي حدود الإمكانيات المتاحة تحت الظروف والملابسات القائمة. (محمددين، 2007م، ص90).

التخطيط هو مجموعة من المراحل والخطوات التي تتخذ لمواجهة الظروف خلال فترة زمنية مستقبلية، بحسبان المتغيرات والظواهر، ودراسة كل الإمكانيات والموارد والجهود التي يمكن استخدامها وكيفية الاستخدام الأمثل لها، ثم مرحلة تحديد الأهداف ورسم السياسات واتخاذ القرارات. (اعتدال، دراسة، 2010م، ص52).

## التخطيط الإعلامي:

التخطيط الإعلامي هو توظيف الإمكانيات البشرية والمادية المتاحة أو التي يمكن أن تتاح خلال سنوات الخطة من أجل تحقيق أهداف معينة، مع الاستخدام الأمثل لهذه الإمكانيات. ويمكن أن نعرف التخطيط الإعلامي بأنه الجهود المبذولة لتحقيق أهداف مستقبلية في إطار سياسة إعلامية متكاملة يجري تنفيذها تنفيذاً فعالاً بأجهزة إدارية وتنظيمية قادرة على تعبئة القدرات والإمكانيات الإعلامية واستغلالها بطريقة مثلى تحقق أهداف الخطط الإعلامية (الدليمي، 2012م، ص81).

## أهمية التخطيط الإعلامي:

للتخطيط الإعلامي أهمية كبرى، فهو ليس خياراً يمكن أن نأخذ به أو نتركه، ذلك أنه أمر مطلوب وضروري لأية وسيلة اتصال، فهو يعمل على حل المشكلات، فالمؤسسات الإعلامية تنفذ أعمالها وفق خطط وبرامج محدودة آخذة في الحسبان المستقبل واحتمالاته ووضع الإمكانيات الضرورية لمواجهة هذه الاحتمالات، بحيث لم يعد مجدياً أن تترك الأمور لأسلوب التجربة والارتجال.

التخطيط مهم جداً في البرامج خاصة في المراحل المبكرة، فالوقت عامل مهم جداً في إنتاج البرامج لذلك يجب أن يستثمر استثماراً جيداً، فهو يمثل أحد أهم العوامل المؤثرة في نجاح الجهود المبذولة لمواجهة مشكلات إنتاج البرامج، وذلك بغرض توجيه الجماهير عن طريق التلفزيون وحثها على التعاون وتقديم يد العون لفريق إدارة البرنامج بالتلفزيون للوقوف على السلبيات والإيجابيات. (اعتدال، دراسة، 2012م، ص53).

## مقومات التخطيط الإعلامي:

تتضمن عملية التخطيط عدداً من المقومات الأساسية تتمثل في:

### أولاً: الأهداف

الأهداف هي النتائج المطلوب تحقيقها في المستقبل، وإذا كان المطلوب هو تحقيق هذه النتائج في المستقبل البعيد تسمى غايات أو أهدافاً إستراتيجية، أما إذا كان المطلوب تحقيقها في الأجل القصير فتسمى أهدافاً تكتيكية.

**والهدف لابد أن تتوفر فيه هذه المقومات:**

1. وضوح الهدف وذلك يساعد على توحيد جهود الجماعة نحو تنفيذ هدف محدد.

2. القناعة بالهدف، فكلما زادت قناعة العاملين بالهدف كلما كانت درجة حماسهم نحو تحقيقه عالية.

3. الواقعية في الهدف، فيجب أن يكون من الممكن الوصول إليه وأن تتوفر الإمكانيات المادية والبشرية التي تساعد في تحقيق الهدف.

4. القابلية للقياس، فوجود مقاييس للأهداف يتيح للإدارة التأكد من مدى تحقيق أهدافها، وهل يتم التنفيذ وفق ما هو مخطط له أم أن هناك انحرافات في الأداء. (الدليمي، 2012م، ص102) .

### ثانياً: التنبؤ

التنبؤ نشاط ذهني مرتبط بوجود النشاط الإنساني وهو نتيجة لارتباط النشاط الإنساني بعنصر الوقت ويعرف التنبؤ بأنه التوقع للتغيرات التي قد تحدث مستقبلاً وتؤثر بأسلوب مباشر أو غير مباشر على النشاط.

### ثالثاً: السياسات والأهداف

هناك فرق بين السياسة والهدف، فالهدف هو ما نريد تحقيقه، أما السياسة فهي المرشد لاختيار الطريق. يقصد بالسياسات هنا مجموعة المبادئ والقواعد التي تحكم سير العمل المحددة سلفاً بمعرفة الإدارة التي يسترشد بها العاملون في المستويات المختلفة عند اتخاذ القرارات والتصرفات المتعلقة بتحقيق الأهداف.

### رابعاً: الإجراءات التنفيذية

هي بمثابة الخطوات المكتبية والمراحل التفصيلية التي توضح أسلوب إتمام الأعمال وكيفية تنفيذها، والمسؤولية عن هذا التنفيذ والفترة الزمنية اللازمة لإتمام هذه الأعمال.

### خامساً: توفير المستلزمات

الأهداف الموضوعية والسياسات والإجراءات المحددة لتنفيذ هذه الأهداف، لا يمكن أن تعمل دون وجود مجموعة من الوسائل والإمكانيات الضرورية لترجمة هذه الأهداف إلى شيء ملموس. (الدليمي، 2012م، ص104).

### إنتاج البرامج الحوارية:

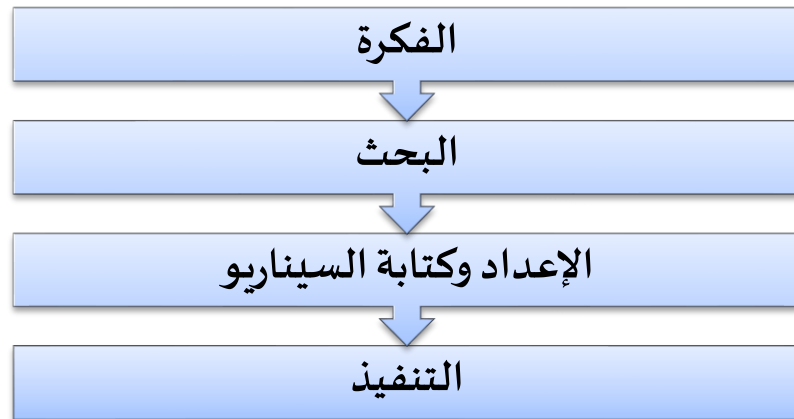
البرامج التي يشاهدها الجمهور عبر التلفاز بأشكالها المختلفة المتعددة وألوانها وأنواعها هي منتج Product أسهمت في إنتاجه ليصل إلى المشاهد عناصر وخبرات متعددة ومتنوعة و بإمكانيات تقنية وفنية عالية.

التخطيط للإنتاج المرئي التلفزيوني إذا لم يدرس جيداً على الورق قد يؤدي إلى خسائر مكلفة، فكل برنامج يبدأ بفكرة وينتهي برد فعل الجمهور عقب المشاهدة مباشرة من المؤكد أنه خُطط له مسبقاً، ومن ثم إذا لم يتحكم فريق الإدارة والإنتاج في

التخطيط المحكم تجاه الفكرة فقد لا يصل أي منهم إلى هدفه أصلاً، وصدق من قال إن الفشل في التخطيط كالتخطيط للفشل، فالهدف من عملية الإنتاج توصيل فكرة إلى المشاهد عبر القنوات المعمول بها وعلى فريق الإنتاج استخدام كل الوسائل المتاحة لإدراك هذا الهدف وبأفضل طريقة. (الجيلاني، 2009م، ص78).

في المباحث السابقة تحدثنا عن مفهوم برامج الحوار وأشكالها وقوالبها ولكن كيف يتم تنفيذ هذه الأفكار وتقديمها للمشاهد، فالبرنامج التلفزيوني عبارة عن فكرة تجسد وتعالج باستخدام عناصر الإنتاج من صورة وصوت وغيرهما كما ذكرنا سابقاً.

والبرامج الحوارية باختلاف أنواعها وأشكالها التي ذكرناها في المبحث السابق تمر بعدد من المراحل حتى تصل إلى الجمهور وهذه المراحل هي :



### 1. مرحلة اختيار الفكرة:

وهي تمثل نقطة البداية في انطلاق بالعمل الفني فكل ما نشاهده عبر الشاشة في البداية كان فكرة تداعب خيال المعد قبل إنتاجها. تتجمع الأفكار عند مدير البرامج أو مدير القناة الذي يعقد لها اجتماعاً مخصوصاً مع مديري الإدارات لمناقشة هذه الأفكار ومدى قابليتها للتنفيذ أو مناسبتها لسياسة القناة أو المحطة، فكثير من

الأفكار الجميلة لا تصلح للتنفيذ إما لأنها في اتجاه معاكس لسياسة الدولة أو لأنها لا تصلح للتلفزيون إنما تصلح لتكون كتاباً أو مقالاً. (محمد، 2009م، ص98).

**هناك شروط لابد من توفرها في الفكرة الجيدة وهي:**

- الترفيه والتسلية:

والمقصود بالترفيه والتسلية أن تتضمن الفكرة مادة يرغب المشاهد في رؤيتها، أو بعبارة أخرى تقديم مادة مثيرة وممتعة وجاذبة وذات مضمون هادف.

- الإعلام:

الإعلام مقصود به المعلومات الجديدة، بحيث يخرج المشاهد بعد البرنامج بقدر من المعلومات أكبر من التي كانت لديه قبل مشاهدة البرنامج. (الحسن، 2003م، ص168).

- أن تعالج ظاهرة مجتمعية تشغل الناس.

- أن تجيب عن كثير من التساؤلات في المجتمع.

- أن يتوافر للفكرة معادل بصري خاصة أن لغة التلفزيون هي الصورة.

- أن تكون الفكرة مبتكرة وغير تقليدية.

- ليس بالضرورة أن تكون الفكرة جديدة ولكن من الضروري أن يكون الطرح مبتكراً أو جديداً. (محمد، 2009م، ص97).

وبعد تحديد فكرة البرنامج لا بد من تحديد الهدف منه، فلكل برنامج مهما كان شكله ومضمونه هدف واضح محدد، والهدف كما قسمه علماء التربية ينقسم إلى مستويات

ثلاثة:

- **مستوى معرفي:** يركز على تقديم المعلومات وتنمية الوعي بخصوصها.
- **مستوى عاطفي:** يهدف إلى تدعيم اتجاهات موجودة، وهي الاتجاهات الإيجابية أو العمل على تغييرها إذ كانت اتجاهات سلبية.
- **مستوى سلوكي:** يهدف إلى دفع الجمهور للقيام بأفعال معينة والمشاركة الإيجابية.

وعادة ما يلجأ البرنامج التلفزيوني إلى تحقيق نوع من التوازن بين هذه المستويات الثلاثة عند معالجة أو مناقشة أو تساؤل أو أية قضية أو موضوع. (البطريق، 2000م، ص250).

### 1. مرحلة البحث:

مرحلة البحث أو جمع المعلومات، تبدأ هذه المرحلة بعد الاستقرار على فكرة البرنامج الأساسية بشكل عام وتحديد الهدف. وتمتد مرحلة البحث حتى المراحل الأخيرة من تنفيذ البرنامج. وتبدأ بمحاولة أولية لاكتشاف الموضوع، وتتم فيها معرفة أبعاد وتحديد النقاط الأساسية التي يدور حولها البحث ومن خلال ذلك تتشأ بالضرورة مجموعة من الأسئلة والاستفسارات حول جوانب الموضوع، ويكون من الواجب الحصول على إجابات محددة وواضحة لها.

وأدوات الحصول على المعلومات هي الكتب والنشرات والمراجع المكتوبة، فيجب الرجوع إليها والإطلاع عليها لتكوين فكرة شاملة وتفصيلية عن الموضوع الذي سنهتم به، وبذلك تكون قد تحددت لدينا مجموعة التساؤلات والاستفسارات التي تحتاج إلى إجابات علمية. (البطريق، 2000م، ص50).

ترى الباحثة أن مرحلة البحث من أهم المراحل للبرنامج التلفزيوني بشكل عام والحواري على وجه الخصوص، فهي مرحلة مستمرة من فكرة البرنامج حتى تنفيذ كل



حلقة فيها، ففي كل حلقة نحتاج للبحث عن الموضوع وجمع معلومات وإحصائيات عنه والآراء حوله كذلك، ونحتاج أيضاً إلى بحث حول الضيف المناسب لموضوع الحلقة وجمع المعلومات عنه مما يساعد على وضع الأسئلة والمحاورة. في بعض القنوات يتم إعطاء مهمة الباحث لشخص تحت مسمى وظيفي "باحث"، وهو يساعد المعد في إعداد المادة للحلقة، وفي قنوات أخرى يكون المعد هو الباحث نفسه وهذا أفضل في رأيي إلا إذا كان البرنامج يومياً فيحتاج المعد إلى باحث، لأن البحث يحتاج إلى وقت ومجهود، ذلك إذا كان البرنامج ضخماً من ناحية إنتاجه وتعدد فقراته وضيوفه وزمنه، فيكون صعباً على المعد العمل وحده.

## 2. مرحلة الإعداد وكتابة السيناريو:

تطلق كلمة إعداد على المعالجة الفنية لنص من النصوص حتى يمكن تقديمه بالطريقة التي تلائم طبيعة التلفزيون كوسيلة إعلامية، وهناك نوعية معينة من البرامج تعتمد اعتماداً كلياً على السيناريو الذي يقدمه المعد - كما ذكرنا في المبحث الأول في هذه الدراسة حول أنواع برامج التلفزيون - لكن هناك برامج أخرى يقوم المعد فيها باختيار الموضوع للأشخاص المشاركين والاتصال بهم وإقناعهم بالمشاركة والاتفاق معهم على الخطوات والترتيبات كافة، وصياغة الأسئلة التي يستخدمها مقدم البرنامج في حوار مع الضيوف وكتابة بعض النقاط المهمة التي تنير الطريق أمام مقدم البرنامج. (غباشي، 2008م، ص 23).

تعدّ وظيفة "معد البرامج" من الوظائف المهمة في الإعلام، فهي العمود الفقري لأي برنامج تلفزيوني، فإعداد البرامج هو الأساس الذي تبنى عليه بقية عناصر البرنامج من تصوير وديكور ومونتاج وإخراج وغيره، هناك سمات وعناصر يجب أن تتوفر في معد البرنامج الذي يرغب في العمل في هذا المجال وهي:

1. الإلمام التام بالقضايا السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية الموجودة في مجتمعه بشكل خاص، والموجودة خارج الوطن في المجتمعات الأخرى.

2. أن تكون له ثقافة عامة في جميع النواحي، خاصة النواحي القانونية والأخلاقية والأدبية وارتباطها بالعلاقات الاجتماعية السائدة في المجتمع، فمعد البرنامج بمثابة جهاز تسجيل مفتوح أربعاً وعشرين ساعة يلتقط ويسجل ويتابع كل ما يدور حوله من مواقف وأحداث وقضايا ثم يحفظها في الذاكرة تمهيداً لاستخدامها فيما بعد كموضوعات لبرامجه.

3. امتلاك القدرة اللغوية والأدبية واستخدامها فيما بعد باعتبارها من أهم أدوات التعبير التي تساعده على صياغة النصوص التلفزيونية أو كتابة التعليق على خبر سياسي أو فقرة في مجلة تلفزيونية، لذلك يجب أن يكون المعد مطلعاً على الأدب وعلم الجمال وتاريخ الفنون.

4. يعتمد فن التلفزيون على الصورة، ثم تأتي الكلمة مكملة للصورة وامتداداً لها، ثم يتفاعل الاثنان معاً في علاقة وثيقة، ومعد البرامج عليه أن يستوعب جيداً خصائص الصورة وقيمتها التعبيرية وخصائص الكلمات ووظائفها اللغوية. (عبد المقصود، 2006م، ص23).

بعد تحديد الفكرة والبحث عن موضوع الحلقة يقوم المعد بكتابة نص البرنامج أو السيناريو، وهو مخطط البرنامج مكتوباً على ورق. وكما ذكرنا سابقاً في المبحث الثاني فإن البرامج الحوارية تندرج تحت البرامج غير كاملة النص فتتم كتابة النص في خطوط عريضة، حيث يتم تقسيم الورقة إلى جدول يحوي رقم الفقرة ومحتواها وزمنها، وهذا نموذج لبرنامج أعمال سنة، الذي شاركت الباحثة في إعداده ويعرض على قناة "سودانية 24" وهو من تقديم محمد عثمان، وإخراج أنس رضوان.

برنامج أعمال سنة... الثلاثاء 28 نوفمبر 2017م

المنتج: موسى حامد

معد: توحيدة سليمان

تقديم: محمد عثمان

إخراج: أنس رضوان

| الرقم               | الصورة                | الصورة  | الزمن |
|---------------------|-----------------------|---|-------|
| 1                   | Play Video            | شعار البداية  | 1 ق   |
| 2                   | Studio                | ترحيب المذيع وشرح فكرة البرنامج   | 4 ق   |
| 3                   | Play Video            | فاصل  | 1 ق   |
| 4                   | Play Video<br>+studio | تقديم أبرز أحداث الشهر والتعليق عليها   | 2 ق   |
| 5                   | Studio                | تقديم الأخبار الأربعة التي اعتمد عليها البرنامج   | 2ق    |
| 6                   | Studio                | فقرة الحدث الأبرز، وهو إطلاق سراح أكثر من (132) أسيراً، من قبل الحركة الشعبية ضيف الحلقة (أستوديو): شهاب محمد عبد الله (شهاب بُرج)  | 25ق   |
| فاصل إعلاني + ترويج |                       |   |       |
| 6                   | Studio                | فقرة قضية الشهر، وهي: حظر السودان دخول المنتجات المصرية ضيوف الحلقة:<br>د. حسين القوني (أستوديو)- مسؤول الدائرة الاقتصادية بجمعية حماية المستهلك<br>عبر الهاتف: السفير صلاح محمد الحسن، وزير الصناعة السابق<br>متابعة ما يدور في السوشال ميديا من آراء عن شخصية الشهر | 20 ق  |

| فاصل إعلاني + ترويج |   |                          |    |
|---------------------|---|--------------------------|----|
| 25ق                 | شخصية الحلقة: الشيخة موزا ومتابعة ما يدور في السوشيال ميديا عن قضية الشهر   | Play<br>Video<br>+studio | 7  |
| فاصل إعلاني         |   |                          |    |
| 10ق                 | فقرة إنجاز اختيار ولاية بنسلفانيا بالولايات المتحدة، للسودانية هاجر الشيخ، كأفضل ممرضة، من بين أكثر من (1000) شخص ضيف الفقرة: هاجر الشيخ من الولايات المتحدة الأمريكية (عبر الإسكايب) | studio                   | 9  |
| 1ق                  | ختام  | Play<br>video            | 10 |

نلاحظ في الجدول أعلاه أن السيناريو تضمن الخطوط الرئيسية للبرنامج وترتيبها، وكل فقرة ما هو موضوعها ومن هو ضيفها وما صفته وهل هو عبر الهاتف أو الأستوديو أو الاسكايب مثلاً. ويرفق هذا السيناريو ورقة أخرى تحوي الأسئلة والمحاور والمواد المرفقة للمذيع، وكتابة مقدمة خاصة بالبرنامج.

فالمقدمة هي البداية الحقيقية للحوار باعتبارها جزءاً أساسياً في توجيه جميع أركان الحوار، ويتم فيها فيها التقديم للضيف ومهنته وصلته بالموضوع المطروح للحوار، ويشترط في المقدمة توفر سمتين أساسيتين هما الوضوح والاختزال.

فالمقدمة ليست جزءاً منفصلاً من الحوار، بل هي قاعدة الانطلاق والمحرك لعجلة الحوار ووظيفتها خلق الإثارة والتشويق للفت انتباه المشاهد. (عبد الدائم، 2010، ص335).

## الأسئلة:

وظيفة الأسئلة في الحوار هي الحصول على المعلومات والآراء والإجابات الضرورية كافة لتحقيق الهدف من الحوار تمشياً مع هدف البرنامج وسياسة الوسيلة ومتطلبات الجمهور، وما يحققه السؤال من تفاعل ظاهر بين المذيع والضيف.. كل هذه الأمور تتضمن جانباً إبداعياً يجذب انتباه الجمهور.

### وهذه بعض الملاحظات التي يجب مراعاتها في الأسئلة:

- الدقة وتحديد معنى السؤال.
- ارتباط الأسئلة بموضوع الحوار، حيث يختص كل سؤال بجانب معين يراد الاستفسار عنه ليصل الحوار في النهاية إلى تناول كل جوانب الموضوع.
- ارتباط الأسئلة بصفة اختيار الضيف للتحاور معه.
- تجنب الأسئلة المربكة أو المزدوجة أي التي تتضمن أكثر من سؤال في صيغة واحدة.
- تجنب الأسئلة ذات الصياغة الطويلة مثل: ما هي الجهود المبذولة والإجراءات التي تتخذها الوزارة لتشجيع المنتج المحلي، وحماية المستهلكين من جشع بعض التجار، بما يكفل توفير السلع واستقرار السوق، بحيث يعيش المواطن في إمان. (معوض، بركات، 2015م، ص 259).

## أنواع الأسئلة في البرامج الحوارية:

السؤال هو العنصر الرئيسي للبرنامج الحوارى وهو عدة أنواع نجملها في الآتى:

1. أسئلة مغلقة: تساعد في الحصول على إجابة قصيرة ودقيقة وقد تظهر في صورة نعم ولا، وهي الأسئلة التي نبدأها بأدوات الاستفهام مثل (هل؟ أين؟ متى؟ من؟).

2. أسئلة مفتوحة: وتستخدم للحصول على إجابات طويلة تحتاج إلى تفكير وتسمح بشرح المشاعر والأحاسيس وهي الأسئلة التي تبدأ ب(ماذا؟ وكيف؟).

3. أسئلة متعمقة: وهي أسئلة المتابعة مثل (لماذا؟) وهي غالباً تكون استجابة لإجابة الضيف وتتطلب معلومات إضافية.

4. أسئلة إيحائية: وهي الأسئلة التي توحى للضيف الإجابة بشكل معين وهو الشكل الذي يريده المعد. وهذا النوع الأخير من الأسئلة يفضل تجنب استخدامه والابتعاد عنه نهائياً (مرجع سابق، 2015، ص71).

لكن من أهم الأسئلة المستخدمة في البرامج الحوارية هي مجموعة الأسئلة الافتتاحية (الاستهلالية) وهي في بداية الحوار بالغة الأهمية. فيها يتم أخذ الانطباعات عن الطرف الآخر، وربما الحكم عليه من قبل المتابع. وغالباً ما تحدد هذه الانطباعات الأولية مجمل مسار الحديث.

وأسئلة النهايات في ختام لا بد للمقدم أن يختتمها بطريقة ذكية قدر المستطاع فيكون هناك نوع من الإبداع بأسئلة النهاية ربما يوجه سؤال يلخص مواقف معينة أو يرشد إلى خلاصة الحلقة (عبد التواب، 2010م، ص435).

## مرحلة التنفيذ:

بعد الانتهاء من مرحلتي التخطيط والإعداد للبرنامج الذي ذكرناه مسبقاً تبدأ مرحلة التنفيذ والدخول إلى الاستوديو أو مكان التصوير في الموعد المحدد والمتفق عليه، وهنا يأتي دور المخرج في تنفيذ البرنامج وتحويله من نص ورقي إلى مادة مشاهدة. يستخدم المخرج العديد من التقنيات من أجهزة صوت وصورة وإضاءة وديكور وغيرها من التقنيات والأجهزة التي سنأتي لتفصيلها لاحقاً في هذا البحث، الذي سيضمن التقنيات المستخدمة في صناعة البرامج التلفزيونية وتطورها.

وتسمى هذه المرحلة بمرحلة الإنتاج وهي المرحلة التي يتم فيها تحويل الفكرة المصاغة فنياً على ورق على هيئة نص إلى مادة مسجلة على شريط فيديو، بحيث تكون المادة صالحة للبث طبقاً لمعايير محددة مقبولة ثقافياً وفنياً وسياسياً وأيدلوجياً. (دراسة اعتدال، 2012م، ص45).

### ما يجب مراعاته في تنفيذ البرامج الحوارية:

1. الإشارة إلى موضوع الحوار من حين إلى آخر والتذكير به حتى يتمكن المشاهد من المتابعة.
2. ظهور اسم المتحدث بين الحين والآخر مكتوباً بخط واضح أسفل الشاشة إلى جانب ترديد اسمه في حال طرح سؤال عليه.
3. المساواة بين الضيوف المشاركين في الفرص.
4. الحيلولة دون الخروج عن النص الأصلي على أن يتم ذلك بأسلوب لبق. (الحسن، 2010، ص378).

## الفصل الثالث :

### التقنية الرقمية

المبحث الأول : التقنية الرقمية (النشأة والتطور)

المبحث الثاني : التقنية الرقمية المستخدمة في إنتاج البرامج الحوارية

المبحث الثالث : توظيف التقنية الرقمية على إنتاج البرامج الحوارية



## المبحث الأول

### التقنية الرقمية للتلفزيون.. النشأة والتطور

#### تمهيد:

يعدّ مفهوم التقنية من المفاهيم التي ناقشها الكثير من الباحثين والمفكرين واختلفوا في نظرتهم لها بسبب اختلاف تخصصهم وتطور خصائص التقنية نفسها. أول ظهور للمصطلح كان في ألمانيا عام 1770م، وظهر باسم تكنولوجيا- قبل تعريبها إلى تقنية - وهو اسم مركب من المقطعين: "Techno" وتعني في اللغة اليونانية "الفن"، و "Logy" وتعني "علم" أو "نظرية" وينتج من تركيب المقطعين معنى "علم صناعة المعرفة أو العلم التطبيقي". وليس لديها مقابل أصيل في اللغة العربية بل عربت. (دليو، 2010م، ص20).

لغويًا اشتقت وعربت كلمة تكنولوجيا "Technology" إلى "تقنيات" وهي اشتقت من الكلمة اليونانية (Techno) وتعني فناً أو مهارة وكلمة "logy" تعني علماً أو دراسة، وبذلك فإن كلمة تقنيات تعني المهارات أو الفنون، أي دراسة المهارات بشكل منطقي لتأدية وظيفة محددة. (الهاشمي، 2004م، ص44).

في حوار واختلاف كبير حول كلمة تقنية وتكنولوجيا وأيهما أصح أم أفضل، واتفق مع الرأي الذي يوضح أن تقنية هي تعريب لتكنولوجيا، ومصطلح تكنولوجيا كان شائعاً قبل القرن العشرين مع الثورة الصناعية وكل الكتب والدراسات في ذلك الوقت تحمل اسم تكنولوجيا، ولكن تغيرت هذه المعاني في بداية القرن العشرين وظهر مصطلح تقنية لتوسيع معنى تكنولوجيا، ولكن اعتمدت الجامعة العربية وبعض الدول العربية التقنية كتعريب للتكنولوجيا.

## التلفزيون والتقنية الرقمية:

تتألف كلمة تلفزيون من مقطعين "Tele" وتعني عن بعد و"Vision" ومعناها الرؤية، وبذلك تصبح كلمة التلفزيون الرؤية عن بعد، ويمكن بالتالي تعريف النظام التلفزيوني بأنه طريقة إرسال واستقبال الصورة المرئية والمتحركة بأكبر قدر ممكن من الأمانة من مكان إلى آخر، يعيد بواسطة موجات الراديو الكهرومغناطيسية وكذلك يرسل الصوت المصاحب بنفس الطريقة، حيث تحصل في جهاز الاستقبال على برنامج متكامل بصرياً وسمعياً. (الهاشمي، 2004م، ص185).

استفاد التلفزيون من وسائل الإعلام السابقة خاصة السينما والراديو استفادة كبيرة، وكذلك لم يستغرق اختراعه وقتاً طويلاً كما حدث مع السينما والراديو، فقد وضعت السينما الأسس النظرية والعلمية لتصوير الأشياء المتحركة وعرضها، كما وضع الراديو أسس نقل الإشارات الصوتية وبالتالي المرئية عبر الموجات الهوائية (الساري، 2010، ص128).

كما أن التلفزيون خلال مسيرة وتطور صناعته استفاد من كل تقنيات وتكنولوجيا الاتصال الحديثة في توسيع دائرة انتشاره ونقل رسالته إلى جمهوره المستهدف في كل زمان ومكان. (الحسن، 2010، ص44).

ونجده أكثر أجهزة الاتصال تأثيراً، فهو يخاطب العين الأذن معاً بالصوت والصورة، فالإنسان يحصل على (90%) من معلوماته عن طريق العين، و(8%) عن طريق السمع، و(2%) عن طريق الحواس الأخرى، والعين تجذبها الحركة أكثر من أية حاسة أخرى، والتلفزيون يعني: "مشاهدة الصورة المنقولة لا سلكياً، الآن سلكياً أيضاً عن طريق التلفزيون السلكي أو الكابلي، وهو وسيلة إلكترونية لنقل الأخبار والأفكار والمعلومات والثقافة والفنون والعلوم، يقدم رسالته الإعلامية إلى خليط من الثقافات ومختلف الأعمار، كما أنه يخاطب البصر ويعتمد على ظاهرة التعويض الجزئي في

العين الواحدة 130 = مستقبل صوتي، بينما السينما تعتمد على ظاهرة بقاء الرؤية فهي تقدم 24 كادراً في الثانية اعتماداً على البقاء 10\1 من الثانية قبل استيعاب لصورة التالية فيشعر الإنسان أن الصورة تتحرك. (لعقاب، دراسة، 2008م، ص43).

### خصائص التلفزيون:

يطلق البعض على العصر الذي "نعيشه عصر التلفزيون"، ويعدّ التلفزيون وسيلة اتصال سمعية بصرية تعتمد على الصوت والصورة الملونة والمتحركة، وبدعم استخدام الصوت والصورة - الملونة - الرسالة التلفزيونية أياً كانت إعلامية أو إعلانية أو تعليمية أو ترفيهية، فالرسالة التي يتلقاها الفرد من خلال حاستين تثبت أكثر من الرسالة التي يتلقاها الفرد عن طريق حاسة واحدة، حيث أكدت بعض البحوث أن (88%) من المعلومات التي يحصل عليها الفرد مستمدة عن طريق حاستي: البصر (75%) والسمع (13%)، وبذلك يجمع بين الرؤية والصوت والحركة واللون. (نهى، العبد، 2008م، ص29).

ظهور التلفزيون أحدث ثورة إعلامية واسعة التأثير والأبعاد وفتح الأبواب على مصارعها أمام تطورات تكنولوجية كبيرة في حقل الاتصال والإعلام على حد سواء، كما أحدث ظهوره طفرة كبيرة في الخيال الإنساني، ووسع من مداه المحدود في شكل الاتصال ومضامينه.

يعدّ التلفزيون وسيلة لنقل المرئيات والأصوات الناشئة عنها أو المصاحبة لها من مكان إلى آخر في شكل موجات كهرومغناطيسية عبر الأثير، ويتم نقل هذه المرئيات والأصوات إلى الجماهير في أماكن متفرقة بواسطة أجهزة إلكترونية خاصة، كما هو الحال بالنسبة لنشأة وتطور وسائل الاتصال الجماهيري. (عبد الدائم ، 2010م، ص 54).

## ومن خصائص التلفزيون الآتي:

1. الاعتماد على الصورة قبل كل شيء، حيث إن تفكير الكاتب والمنتج التلفزيوني ينصب في الأساس على الصورة أي التفكير في البرنامج أو المادة التلفزيونية بطريقة مرئية وترجمة المعاني والمضامين إلى أشياء يمكن رؤيتها وليس مجرد تخيلها. إذن من طبيعة التلفزيون أن تحتل الصورة المقام الأول قبل الصوت، فالصورة هي العنصر الأول والمنطق الأساسي للعمل التلفزيوني لأن الأصل في التلفزيون هو المرئيات وليس معنى ذلك أن الصوت ليس مهماً في الإنتاج التلفزيوني بل له أهميته القصوى إذ يعدّ من عناصر الإنتاج ويأتي في الدرجة الثانية لأن الصورة أساس التلفزيون.
2. التفاف جميع أفراد الأسرة حول شاشة ليطوف بهم التلفزيون في كل مكان، ويقدم لهم المشاهد المتكاملة في منازلهم دون تعب أو عناء معتمداً في ذلك على الصورة والحركة واللون والصوت حتى أصبح العالم على اتساعه قرية صغيرة أو قرية عالمية.
3. يستطيع التلفزيون التركيز على التفاصيل والانفعالات الدقيقة والانتقال بالمشاهد بين وجهات النظر الذاتية والموضوعية وذلك من خلال كاميرا التلفزيون التي تعمل كإطار متحرك يحدد المرئيات المراد تقديمها، بالإضافة إلى اللقطات المتعددة ذات الأحجام المختلفة، وبالتالي يتضح مقدرة التلفزيون على جذب الانتباه والتركيز على دقائق الصورة. (عبد الدائم، 2010م، ص 56).

## تطور التقنية الرقمية للتلفزيون:

بدأت الفكرة من خلال القاعدة العلمية نقل الصورة بواسطة تيار كهربائي، إذ ظهرت هذه الفكرة عند العالم جوزيف ماي، حيث اكتشف عنصراً، يختص في نقل وتحويل

القوة الكهربائية إلى صورة، ثم اخترع العالم الألماني "بول ج نيكو" أسطوانة لولبية وصنع ثقباً فيها لإحداث نظام لولبي مبتدئاً من الحافة الخارجية متجهاً بشكل دائري نحو مراكز الأسطوانة، وعند دوران الأسطوانة تمر الثقوب فوق الصورة، وعند اكتمال دورة واحدة للأسطوانة تكون الصورة قد تم مسحها، وقام بتحويل الضوء المار من خلال كل ثقب إلى طاقة كهربائية يتم تمريرها عبر أسلاك إلى جهاز استقبال له أسطوانة متزامنة موصولة بجهاز إرسال، وعندما يقوم جهاز الإرسال بتغيير الصورة على فترات سريعة يمكن الحصول على صورة بسيطة تحاكي السينما.

تطورت كاميرا التلفزيون فتقوم بتحويل الطاقة الضوئية الموجودة في المكان الذي يجري فيه التصوير إلى إشارات كهربائية يجري إرسالها على شكل موجات لا سلكية متناهية القصر عن طريق جهاز الإرسال، وجهاز الاستقبال التلفزيوني يقوم بتحويل هذه الموجات إلى تيارات كهربائية تتم عن طريقها استعادة الصور المرسل. وفي سنة 1931 استطاع "جون بيرد" أن ينقل لأول مرة في التلفزيون سباق الدربي في بث تلفزيوني هو إرسال هيئة الإذاعة البريطانية في 02 نوفمبر 1936 ، وسنة 1937 تم نقل أول إذاعة تلفزيونية خارجية لتغطية حفل تتويج الملك جورج السادس 1939. (سكيك، دراسة، 2008م، ص 44).

ومع مطلع عام 1999م بدأت محطات البث التلفزيوني الصغير بالانتشار وأخذت الشركات الصناعية بإنتاج أجهزة التلفزيون وتوفيرها للمستهلكين. ومنذ الأيام الأولى لظهور التلفزيون في الأسواق تميز هذا الجهاز بقدرته على جذب انتباه المارة في شوارع نيويورك وميادينها وكان انبهارهم بقدراته يفوق كل التوقعات، فقد كان يرون فيه الجهاز الترفيهي الكامل الذي يجمع بين مزايا الراديو ومتعة الأفلام السينمائية، بل كانوا يرون فيه المسرح والسينما المنزلية التي يستطيع كل إنسان أن يستمتع ببرامجها في إحدى غرف منزله بلا عناء. وكان له تأثير السحر في القضاء على أوقات الفراغ التي تمر بسرعة عندما يجهد الإنسان حاستي السمع

والبصر في آن واحد أيضاً. في الخمسينيات بدأ التلفزيون ينتشر في دول مثل ألمانيا والدنمارك وهولندا، وبلغ عدد أجهزة التلفزيون في أوروبا عام 1999م مليون جهاز منتشرة في ثماني دول أوروبية وقدر عدد المشاهدين الأوروبيين آنذاك بحوالي (59) مليون مشاهد، وبلغ عدد المحطات (99) محطة تلفزيونية أوروبية.

ولكن التلفزيون ما لبث أن أثبت في عقد الستينيات أنه ليس فقط وسيلة ترفيه لكنه يمكن أن يكون أداة تعليمية أو منبراً ثقافياً أو سلاحاً إعلامياً دعائياً سياسياً فتاكاً. وإلى جانب ذلك كانت له سلبيات عديدة على الترابط الأسري والمستوى الثقافي والمعرفي، بعد أن سرق وبدد الوقت الذي كانت الأسر تقضيه في لقاء بعضها البعض، والوقت الذي كان يمضيه الأفراد في القراءة والمعرفة والتلاميذ في المذاكرة والتحصيل العلمي. (إمام، 1999م، ص95)

### التحول من النظام التماثلي إلى النظام الرقمي:

#### النظام التماثلي (التناظري):

منذ أكثر من قرن كانت عملية نقل الصوت إلى مسافات بعيدة تعتمد على تحويل الإشارة الصوتية إلى إشارة كهربائية، حيث يتم إرسالها في شكل موجات كهرومغناطيسية هرتزية، لكن كلما زادت المسافات تضعف الإشارة على طول مسافة الاتصال وذلك بسبب الجبال والهواء، وبالتالي تصبح المعلومات المنقولة غير تامة وغير كاملة، ويلاحظ ذلك بوضوح في حالة استقبال إشارات الراديو والتلفزيون التقليدية. مما أدى إلى وجود محطات تقوية، حيث تقوم بتقوية تلك الإشارات الكهربائية لإعادة إرسالها من جديد، ويعاني هذا النظام كذلك من التشويش في نظم الإرسال عند عرض المعلومات في شكل إشارات كهربائية متماثلة، وذلك بحدوث بعض التداخل أثناء استقبال الإشارة مما يصعب إدراكها بشكل مماثل للإشارة الأصلية. (سكيك، دراسة، 2008م، ص107).

## النظام الرقمي:

خلال عقد الثمانينيات من القرن السابق ظهرت تكنولوجيا حديثة تعتمد على معالجة المعلومات ونقل مواد الاتصال المختلفة باستخدام النظام الرقمي، والتحول من أسلوب التعامل مع المعلومات على أساس تماثلي (تناظري) إلى الأسلوب "on/off" الرقمي، وهذا التعامل يعتمد على طريقة التشغيل والإيقاف، حيث يتم التعبير عن المعلومات في شكل سلسلة من إشارات التشغيل والإيقاف، وتتخذ كل الحروف والرموز والأرقام والصور والرسوم والأصوات كوداً رقمياً مكوناً من ويطلق ، "off"والصفر يقابل ، "on" أرقام " الواحد والصفر" ، فالواحد يقابل التشغيل بمعنى حرف، ويطلق على مجموعة من Bit على كل زوج من أرقامه اسم على كل ثمانية رموز " Byte وعادة ما يحتوي كل ، Byte اسم Bits الرموز Bits و توضح المعلومات المرغوب في تمثيلها رقمياً في شكل كود encoded ويشير الكود code الي استخدم قائمة من الحروف والرموز والأرقام characters .

الشكل ( ) يشير إلى استخدام الرموز الرقمية للتعبير عن الحروف

| CODE   |           | CODE   |           |
|--------|-----------|--------|-----------|
| LETTER | CHARACTER | LETTER | CHARACTER |
| A      | 1         | N      | 14        |
| B      | 2         | O      | 15        |
| C      | 3         | P      | 16        |
| D      | 4         | Q      | 17        |
| E      | 5         | R      | 18        |
| F      | 6         | S      | 19        |
| G      | 7         | T      | 20        |
| H      | 8         | U      | 21        |
| I      | 9         | V      | 22        |
| J      | 10        | W      | 23        |
| K      | 11        | X      | 24        |
| L      | 12        | Y      | 25        |
| M      | 13        | Z      | 26        |

توضع المعلومات التي يتم التعبير عنها بالأرقام في نظام كودي، وبمجرد أن يتم التشفير يتم ضغط تلك المعلومات لتخزين عدد كبير من المضمون، وعندما يتم

الاستقبال تقوم الآلة بإزالة الضغط، وتتم بذلك إزالة التشفير فتصبح مفهومة ومماثلة للإشارة الأصلية. ومن أكثر أساليب الترميز الرقمي شيوعاً الكود الأمريكي المعياري لتحويل البيانات إلى كود رقمي يشار إليه بـ(ASCII). وهو تحويل المعطيات سواء كانت نصاً أو صورة أو صوتاً وأرقاماً التي أنتجت أو حُفظت في شكلها التماثلي إلى موجات كهربائية مرقمة، مما يسهل عملية إرسالها تخزينها ومعالجتها وضغطها، ويصبح استغلالها ممكناً مع الأجهزة الرقمية الحديثة. فعندما يتم تحويل المادة المرسله أياً كانت إلى تيار متصل تماثل من النبضات الكهربائية لا يقوم الجهاز بإرسالها مباشرة، بل يقطعها إلى "عينات" صغيرة جداً ويرقمها بحيث تأخذ كل "عينة" رقماً معيناً. وتسمى هذه العملية بالترقيم، حيث يوجد عند بداية خط الإرسال لأي بيانات كانت أداة، مهمتها تحويل البيانات من صورتها التماثلية إلى صورتها الرقمية، وتقوم هذه الأداة ببث كود مستمر من البيانات أياً كانت وتحويلها إلى إشارات رقمية. (مكاوي، 1993م، ص151).

**الانتقال إلى البث التلفزيوني الرقمي يمكن أن يحقق عدداً من الفوائد منها:**

1. في حالة الاتصال التماثلي يعمل نظام الإرسال بشكل مستقل عن نظام الاستقبال، ويؤدي ذلك إلى وجود قدر عالٍ من التشويش NOISE ، حيث تؤثر ظروف البيئة وأحوال الطقس على الإشارة التماثلية أثناء إرسالها. وعلى النقيض من ذلك يتخذ الاتصال الرقمي شكل الشبكة الرقمية Digital Network من بداية الإرسال إلى منفذ الاستقبال، وتكون مراحل الإرسال والقناة والاستقبال عملية واحدة متكاملة.



2. يتسم نظام الاتصال الرقمي بالنشاط والقوة Robust التي تجعل الاتصال مؤسساً وعالي الجودة، خاصة في البيئات التي يكون فيها أسلوب الإشارات التماثلية مكلفاً وغير فعال بسبب ظروف البيئة فيتفوق الاتصال الرقمي على التماثلي.
3. تتسم الشبكة الرقمية بقدر عالٍ من الذكاء Intelligence، حيث يمكن أن يراقب النظام الرقمي تغيير أوضاع القناة Channel بصفة مستمرة ويصحح مسارها. (مكاوي، 1993م، ص153).

### التلفزيون الكابلي:

الخدمات الكابلية تعمل أساساً لتوفير إرسال جيد لبرامج التلفزيون العادية لمناطق لا تصلها الإشارة واضحة لاعتبارات جغرافية، وتدرجياً أصبحت الأنظمة الكابلية تقوم على نقل إشارات من شبكات الأقمار الاصطناعية معدة خصيصاً لها ولم تعد تعتمد على إعادة بث إرسال محطات التلفزيون العادية. وفرت الأنظمة الكابلية تنوعاً هائلاً في البرامج المواجهة لجماهير محددة مما جعل الكابل قوة هائلة في عالم الاتصال، ويمكن للمشاركة في نظام كابلي حديث أن يحصل على أكثر من (155) قناة يختار منها ما يشاء.

سمى التلفزيون الكابلي بالتلفزيون السلبي أو التلفزيون الجماعي، فهو نظام يستغني تماماً عن الإشعاع الكهرومغناطيسي ويعمل بالكابل الذي يتكون من موصل قطره صغير في الداخل وموصل آخر قطره في الخارج، وتفصل بينهما مادة من البلاستيك الرغوي تعمل كعازل توفر مجالاً كهربائياً بينهما ويغطي الكابل من الخارج بغلاف زجاجي لوقايته من أي مؤثر غير مطلوب. (الهاشمي، 2005م، ص120).

## التلفزيون منخفض القوة:

ظهرت في أوائل الثمانينيات خدمات تلفزيونية جديدة تستخدم ترددات هوائية منخفضة يطلق عليها محطات التلفزيون منخفض القوة، حيث تسمح هذه الخدمة بظهور مئات بل الآلاف من المحطات التلفزيونية الصغيرة Mini Television لكي تخدم المناطق الريفية المنعزلة في كل أنحاء الدولة، وتتيح للمستقبلين خدمات عديدة تلبي حاجاتهم من الإعلام والترفية والثقافة، كان الهدف من إنشاء هذه المحطات تقوية البث التلفزيوني وتسهيل استقباله في المناطق البعيدة.

يمكن إنشاء محطات التلفزيون منخفض القوة في المدن الكبرى التي انتشرت فيها القنوات التلفزيونية المحلية "حسب مجال البث"، وفي هذه الحالة يقوم القائم بالاتصال بتحديد دقيق لنوع الجمهور الذي يخاطبه من بين آلاف وربما الملايين من البشر الذين يعيشون في هذه المدينة، فيقدم للجمهور المستهدف برامج متخصصة تناسب اهتماماتهم تماماً والتي قد لا تتاح لهم عبر قنوات التلفزيون الأخرى. (مكاوي، 1993م، ص177).

## التغطية الجغرافية لمحطات التلفزيون منخفض القوة L.P.T.V

| الترددات والقنوات | قوة جهاز الإرسال بالواط<br>Watt | المسافة بالميل |
|-------------------|---------------------------------|----------------|
| VHF               | 1                               | 11             |
| (قنوات 13-)       | 10                              | 19,5           |
| UHF               | 10                              | 9              |
| (قنوات 14-83)     | 100                             | 18             |
|                   | 1000                            | 26,5           |

## تقنية الميكروويف والبث التلفزيوني:

هي إحدى الوسائل لنقل البيانات والأصوات والصور عن بعد، فهو يستخدم موجات عالية جداً MICRO WAVE ، موجات متناهية الصغر حيث تشغل حصة الميكروويف من الطيف الكهرومغناطيسي الترددات التي تتراوح من واحد جيغا هرتز (واحد بليون هرتز /الثانية) إلى ما يزيد على مائة جيغا هرتز، كما تتراوح أطوال موجات هذه الترددات من نصف بوصة إلى نحو (12) بوصة، لذا سميت الموجات القصيرة جداً "ميكروويف " وذلك على خلاف "FM" و"AM" أطوال موجات الراديو ويعتمد اتصال الميكروويف عادة على وجود هوائيات تدعم على قمم الجبال، أو على المرتفعات، أو البيوت العالية، على أن يكون بين كل هوائي والآخر خط وهمي، بحيث يرى كل هوائي الآخر، على أن تكون هذه المسافة بين كل هوائي كل هوائي و آخر تقريبا 30 ميلاً .

## التلفزيون عالي الدقة:

تتكون الصورة التلفزيونية من مجموعة من النقاط المعدة في شكل خطوط أفقية Horizontal Lines ومن الصعب ملاحظة هذه الخطوط بالعين المجردة، ولم يقتصر اختلاف الأنظمة على الألوان فقط، ولكنه امتد ليشمل أيضاً الاختلاف في عدد الخطوط التي تكوّن الصورة الإلكترونية في الثانية الواحدة وتسمى Scanning Lines، وقد مر ذلك بمراحل عديدة في بداية التلفزيون إلى أن وصلت إلى (405) خطوط في بريطانيا و(525) خطأ في أمريكا واليابان ودول أمريكا الشمالية والوسطى وغالبية دول الكاريبي و(918) خطأ في فرنسا ثم (625) في ألمانيا، وبعد دراسات وأبحاث استقر الأمر على نظامين فقط هما: النظام الأمريكي ويتكون من (525) خطأ للصورة في الثانية، والنظام الأوروبي ويتكون من (625) خطأ للصورة

في الثانية. وبشكل عام فإن كل من يستعمل نظام Pal ونظام Secam فهو مع النظام الأوروبي، ومن يستعمل نظام NTSC فهو مع النظام الأمريكي. (عبد الدائم عمر الحسن، 2010م، ص51).

### التلفزيون في عصر الأقمار الاصطناعية:

القمر الاصطناعي عبارة عن محطة صغيرة تعمل على الموجات متناهية الصغر (Micro Wave)، حيث يقوم باستقبال وإرسال الموجات التي تحمل المعلومات من وإلى الأرض، ويتم الاستقبال والإرسال عن طريق هوائيات مثبتة على سطحه.

والقمر الاصطناعي هو جسم دوار ينطلق من قاعدة على الأرض في مدار معين حول الأرض ويستمر في الدوران بحكم الجاذبية الأرضية. (الهاشمي، 2004م، ص149).

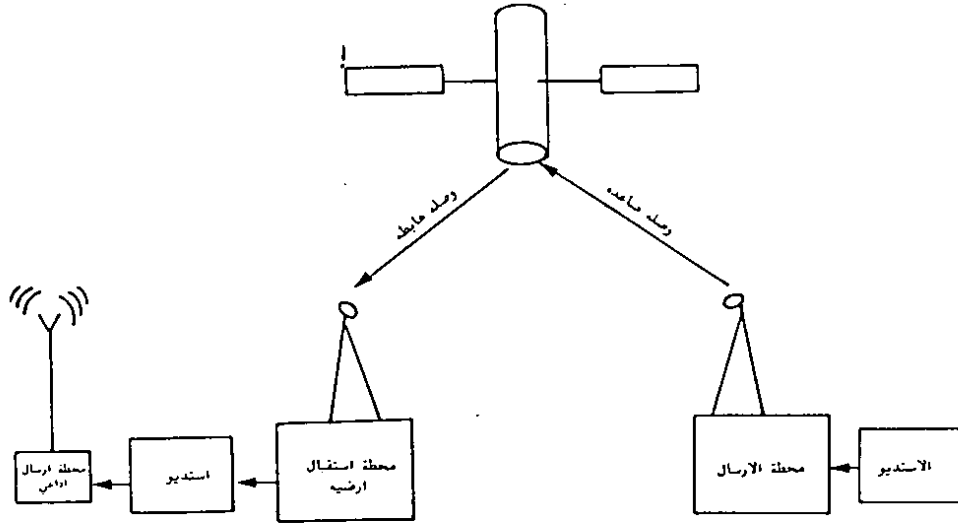
أتاحت الأقمار الاصطناعية فرصة تاريخية أمام نقل البث التلفزيوني وانتشاره من الفضاءات المحلية والإقليمية إلى الفضاءات الدولية. في مطلع الستينيات ونتيجة لإطلاق القمر الاصطناعي "تليستار Tele star" الذي قام لأول مرة بربط البث الفضائي بين أوروبا وأمريكا على الهواء بواسطة تليستار، وكان يدور فوق الأطلسي وأتاح إمكانية نقل ذلك البث الذي شمل أكثر من مائة مليون مشاهد أوروبي شاهد برامج متنوعة عن الحياة اليومية في عشرات المدن الأمريكية والمكسيكية على مدى (22) دقيقة من البث الحي، وشكل ذلك سابقة مثيرة في مسيرة التلفزيون وعدّ ذلك الإنجاز بداية لعصر جديد سمي بعصر التلفزيون، ومنذ ذلك الوقت ارتبطت تطورات البث التلفزيوني بالتطورات التي حصلت في الأجيال المتعاقبة للأقمار الاصطناعية، ففي عام 1965م تم إطلاق جيل جديد من الأقمار الاصطناعية وفرت إمكانيات جديدة للإرسال والبث الحي للبرامج التلفزيونية طوال اليوم وكان ذلك إنجازاً تاريخياً في حياة الشعوب المعاصرة. (الطائي، 2007، ص66).

إن البث المباشر عبر الأقمار الاصطناعية يعرف بأنه: "ذلك الاتصال الذي يتم بصفة آنية من محطة الإرسال مباشرة على جهاز التلفزيون الفردي دون وسيط سوى ذلك الجهاز المسمى بالهوائية المقعرة (Parable)، ويقصد بالبث المباشر التسلم المباشر من القمر الاصطناعي إلى جهاز الاستقبال في المنزل أو عبر الكابل المرتبط بمحطة استقبال وتوزيع ترددات القمر. (الهاشمي، 2006م، ص126).

### **النقل التلفزيوني عبر الأقمار الاصطناعية: Satellite TV Broadcasts**

يمكن استخدام الأقمار الاصطناعية في نقل البرامج التلفزيونية بإحدى طريقتين: تعتمد الطريقة الأولى على نقل البرامج من موقع إلى موقع، بحيث يتم الإرسال من مكان والاستقبال في مكان آخر، ومن أمثلة ذلك التقارير الإخبارية التي يتم إرسالها من إحدى الدول الأوروبية عن طريق وصلة صاعدة إلى القمر الاصطناعي، ثم يرتد الاتصال من القمر الاصطناعي إلى الخرطوم مثلاً، حيث يمكن إمّا إذاعة التقرير على الهواء مباشرة أو تسجيله وبثه في وقت لاحق.

الطريقة الثانية تعتمد على استخدام الأقمار الاصطناعية لصالح الخدمة التلفزيونية وتسمى "الإذاعة بالأقمار الاصطناعية Satellite Broadcasting"، وفي هذه الطريقة يتم نقل البرامج إلى القمر الاصطناعي عبر المحطة الأرضية في مكان ما، ثم ترتد الإشارة من القمر الصناعي إلى منطقة جغرافية شاسعة بحيث يتم استقبالها بشكل مباشر من خلال العديد من أجهزة الاستقبال التلفزيونية فقط من خلال محطات تلفزيونية تقدم نفس البرامج في مواقع أو مدن مختلفة، أو شبكات التلفزيون الكابلي التي تعيد توزيع الإشارات التلفزيونية في مناطق صغيرة نسبياً إلى الأشخاص الذين تتوفر لديهم هوائيات استقبال البث المباشر من الأقمار الاصطناعية إلى منازلهم مباشرة. (مكاوي، 1993م، ص109).



شكل يوضح النقل التلفزيوني عبر الأقمار الاصطناعية

### التلفزيون "الرقمي":

حتى عهد قريب كانت تقنيات بث برامج التلفزيون تعتمد على تحويل الصورة والصوت إلى إشارات من الموجات التي يجري بثها عبر الأجواء ليلتقطها الهوائي في المنازل، أما حالياً فإن التلفزيون الرقمي هو أحدث التطورات التي بدأت زحفها نحو المنازل وأصبح بإمكان المشاهدين لها التمتع بالمزايا والخدمات المتفاعلة التي توفرها تكنولوجيا التلفزيون الرقمي.

تختلف تقنية التلفزيون الرقمي عن تقنية التلفزيون التقليدية التناظرية Analg بأن الصورة والصوت في التلفزيون الرقمي يتم تحويلهما إلى إشارات ثنائية من الأصفر والآحاد، أي بنفس النظام الذي تستخدمه أجهزة الكمبيوتر، هذه الإشارات يتم استقبالها بواسطة هوائي التلفزيون الذي يقوم ذاتياً أو من خلال جهاز خارجي إضافي بفك الرموز المستقبلية، بينما التلفزيون التقليدي يتم تحويل الصوت والصورة إلى موجات كهرومغناطيسية تحدد جودتها مدى نقاء الصورة والصوت على الشاشة.

تتشر شبكات التلفزيون الرقمي حاملاً سواء بالبت عبر الأقمار الاصطناعية أو الكابلات أو البث من المحطات الأرضية وهي تجعل بالإمكان عن طريق استخدام تكنولوجيا الضغط (Compressing) إرسال عدد أكبر من البرامج على نفس الموجة الهوائية التي يستخدمها تقنيات التناظرية مقابل قناة واحدة للتلفزيون التقليدي. (حجاب، 2008م، ص 249).

### التلفزيون المحمول أو الجوال:

أحد التطورات التقنية الأخيرة في مجال تكنولوجيا المحمول والإرسال التلفزيوني، يتضمن التلفزيون المحمول شاشة بقياس 2.8 بتقنية DM-B,BVB-H والشاشة مضادة للانعكاس بدقة QVGA بشكل أفقي وتدعم الشاشة بـ(16) مليون لون ويجهز المحمول بكاميرا Megapixel مع تسجيل وراديو ومشغل فيديو MD3 وذاكرة تصل إلى (2GB).

وتتطلب هذه التقنية تغطية للأقاليم من خلال برامج إرسال أرضية أو عن طريق القمر الاصطناعي، وتقدم الشركات هذه الخدمة نظير اشتراكات ورسوم، وأيضاً من خلال عائد الإعلانات. (حجاب، مرجع سابق، ص 265)

### التلفزيون التفاعلي الرقمي Interactive:

الاسم مشتق من (الانترنت + التلفزيون) حيث In هي أول حرفين من كلمة Internet و Vision هي آخر ستة أحرف من كلمة Television. ويعرف بأنه التلفزيون عالي التقنية، يتميز بوجود خط راجع بين الجهاز وجهة البث أي أن المشاهد لديه الفرصة الكاملة لإرسال المعلومات أو الطلبات وتلقي إجابات بصفة شخصية بحتة، كما يستطيع أن يتحكم في الصورة التي أمامه من حيث الحجم

والتوقيت والإيقاف، فضلاً عن الحصول عن معلومات تفصيلية تكون ذات صلة بالمشهد أمامه أو خدماتية بحتة.

### مميزات التلفزيون التفاعلي:

1. تقديم الخدمة (التلفزيون التفاعلي+المكالمات المجانية+الانترنت بسرعات تصل الى 20 ميغا ب/ث).
2. مشاهدة المحتوى المرئي (قنوات تلفزيونية فضائية) بطريقة تفاعلية رائعة على شاشة جهاز التلفزيون بجودة ووضوح عاليتين High Definition HD من خلال الاتصال بالانترنت.
3. إمكانية حماية الأطفال وأفراد العائلة من أي محتوى غير مناسب من خلال وضع الأرقام السرية.
4. خدمة الدفع حسب البرامج Pay per view التي تمكّن العميل من اختيار البرنامج الذي يرغب في مشاهدته وتخزينه والرجوع إليه في أي وقت.
5. إعادة اللقطات والتسجيل واسترجاع البرامج لمشاهدتها في أي وقت على مدار الأسبوع عبر، تقنية Catch up TV.
6. خدمة الفيديو حسب الطلب Void التي توفر مكتبة متنوعة من البرامج الدينية والوثائقية وتحميل ومشاهدة الأفلام والبرامج الشهيرة.
7. خدمات التعليم الإلكتروني E-learning بشكل يمكّن الطلاب من الاطلاع على المناهج الدراسية بطرق شيقة ومبتكرة.
8. مشاهدة البطولات الرياضية العالمية الحصرية ومتابعتها بحرية.
9. تقديم إعلانات تفاعلية تقدم للمشاهد السلعة والحزمة المناسبة لتفصيلاته ثم تسويقها إليه عبر منافذ البيع القريبة. (دراسة، حمودة، 2013، ص 5).

### تقنية الـ (8 K):

لم يكن العالم قد تعرّف على تقنيّة الصورة الجديدة على أجهزة التلفاز HD (الصور العالية الدقّة)، بعدها بدأت هذه الشركات بتطوير تقنياتها المرئية حتى وصلت إلى طرح تقنية 4K، وهي التقنية الجديدة التي تتشغل بها حالياً جميع الشركات التكنولوجية وتتنافس على تطويرها واعتمادها في جميع شاشاتها، سواء على أجهزة



التلفاز أو الهواتف الذكية أو حتى الساعات الذكية بعدما كانت تقنية الـ Full HD هي الأكثر شيوعاً.

4K هي دقة عالية جداً تسمى أيضاً Ultra HD وهي دقة عرض جديدة للفيديو تصل إلى  $3072 \times 4096$  كما أنها امتداد تطوير دقة العرض المعروفة بـ Full HD. وأطلق عليها هذا الاسم Ultra HD لأنها توفر دقة فيديو (16) ضعفاً ما يصل إليه بكسل الـ HD، وتم اصطلاح تسمية 4K على هذه الدقة لكون البعد الأفقي فيها أقرب ما يمكن لرقم 4000 بكسل. وتُعبّر هذه الدقة عن عدد البكسلات الموجودة ضمن الشاشة، فكلما ازدادت البكسلات، أصبحت الصورة نقيّة وواضحة، والعكس صحيح.

تقنية 4K أصبحت تستخدم كمعيار هامّ في عالم الكاميرات والتصوير، وأصبحت الشركات اليوم تعمل على إدخالها في كاميراتها وجميع شاشاتها، كما أصبح من السهل جداً أن ترى عدداً من الجوالاات والأفلام المنزلية مصنوعة بهذه الدقة، وهذا ما يمكن أن يؤدي إلى وجود مقاطع الفيديو في "يوتيوب" وغيره من المواقع وحتى قنوات البثّ التلفزيوني سوف تتبنى هذا المعيار قريباً.

بأنّ تقنية الـ 4K هي التقنية الأبرز حالياً التي تعمل على إظهارها الشركات في جميع منتجاتها، إلا أنها بلا أدنى شك أيضاً لن تكون التقنية الأخيرة التي يتم التوصل إليها، فلا عجب أن نرى في المستقبل القريب تقنيات جديدة تبتدئ من الـ 5K وصولاً إلى الـ 6K فالـ 7K وحتى الـ 8K. (مقال الأنهار 2017،annahar.com)

## المبحث الثاني

### التقنية الرقمية المستخدمة في إنتاج البرامج التلفزيونية

مدخل:

في المباحث السابقة تعرفنا على مراحل إنتاج البرامج الحوارية، وكذلك مفهوم التقنية الرقمية ونشأتها. وفي هذا المبحث سنتطرق إلى التقنية الرقمية التي تستخدم في كل مراحل إنتاج البرامج الحوارية منذ الفكرة وحتى العرض النهائي على الشاشة للجمهور المتابع وحتى بعد عرضه كيف تدخلت التقنية في سرعة رجع الصدى الذي يمكن أن يكون لحظياً ويمكن أن يكون بعد انتهاء البرنامج.

تتدخل التقنية الرقمية في جميع مراحل إنتاج البرامج التلفزيونية عموماً وينطبق ذلك على البرامج الحوارية، باعتبارها أحد أشكال البرامج التلفزيونية، ويبدأ استخدام التقنية من البث ومن هذه التقنية عملية الإرسال والاستقبال.

#### أولاً: أجهزة الإرسال والبث

شهدت السنوات الأخيرة تطورات سريعة ومتلاحقة في مجالات التقنيات الرقمية المستخدمة في الإذاعة والتلفزيون وفي مجالات الاتصالات والحاسوب، وكذلك في مجالات تقنيات اندماج الوسائط التي تعتمد استخدام بروتوكول الانترنت (IP). وساهم هذا التطور في توفير تقنيات جديدة في مجال التبادل الإذاعي والتلفزيوني ومتعدد الوسائط مكّنت من توفير أنظمة وخدمات جديدة متطورة ومتنوعة، وذات تكاليف منخفضة ومردودية مهنية واقتصادية عالية.

عملية الإرسال (UPLINK) هي عملية الإرسال إلى قمر اصطناعي محدد باستخدام تردد محدد عن طريق أجهزة الإرسال (أو ما يسمى بمحطة الإرسال UPLINK Station) التي تتوفر بالأشكال التالية:

1. **المحطة الثابتة (Fixed Station)** : هذا النوع من المحطات غير قابل للنقل، حيث توضع أجهزة الإرسال في مكان ثابت داخل مبنى، ويتم تثبيت طبق الإرسال في الخارج. تختلف أحجام هذه المحطات باختلاف التطبيق.



## 2. **المحطة المتنقلة: THE MOBILE TRUCK UNITS** :

وهي عبارة عن سيارات مجهزة بكل ما يتم تجهيزه من الأجهزة أو المعدات داخل أي أستوديو من الاستوديوهات. تتفاوت وحدات الإذاعات الخارجية سواء في حجمها أو في الإمكانيات الفنية والهندسية التي يمكن أن تجهز أو تلحق بها، وذلك وفقاً لحجم الإنتاج التلفزيوني المستهدف، منها السيارات الصغيرة التي تقوم ببث البرامج من موقع التصوير إلى المحطة التلفزيونية الرئيسية عن طريق الموجات اللاسلكية متناهية القصر والمعروفة باسم موجات (ميكرويف Microwave) على أن تتولى المحطة الرئيسية بعد ذلك بثها إلى جمهور المشاهدين عن طريق المرسلات الهوائية. أما سيارات الإذاعات الخارجية ذات الأحجام الكبيرة والضخمة فتضم غرفة متسعة لمراقبة إنتاج وإعداد كبيرة من مراقبات الصورة والصوت، وكذلك تغذية الأجهزة كافة بإشارة التزامن وجهاز إرسال واستقبال. (محجوب، 2007م، ص 97).



### 3. تقنية TVU:

تعدّ تقنية الـ TVU أو البث المرئي عبر الانترنت من أحدث التقنيات المستخدمة في العصر الحالي، فهي تعتمد على الانترنت بكل شيء، وهي مبسطة لأبعد الحدود حيث يوجد جهاز اتصال يحتوي على عدة مداخل لشرائح الانترنت ويمكن استخدام الشرائح العادية أو شرائح البيانات (LTE 4G 3G). كما يحتوي جهاز الإرسال على مدخل (SDI- HDMI) لإدخال المادة المراد عرضها. يحتوي جهاز الـ TVU على معالج للصورة والصوت، يقوم بتحويلها إلى بيانات رقمية صفر وواحد وأيضاً هناك شاشة تستطيع رؤية الصورة وجودتها وكذلك الصوت ومستواه.

وفي الطرف الآخر، لا بد من وجود جهاز مستقبل يحوّل البيانات الرقمية إلى صورة وصوت عن طريق معالج البيانات، وجهاز الاستقبال عبارة عن جهاز حاسوب يأتي تصميمه من شركة TVU.

يمكن ربط الهاتف الجوال بنظام الـ TVU، يتم استخدامه في الأخبار العاجلة، ويمكن استقبال الصورة والصوت في حالة ربط الهاتف بـ IP المخصص للاستقبال في المحطة التلفزيونية. (مقابلة، محمد، 2018م).



## ثانياً: شاشات العرض

تطوّرت تقنيات إنتاج البرامج التلفزيونية حديثاً بصورة متسارعة، خاصة في مجال التقنية الرقمية لميزاتها العالية في تطور البرامج التلفزيونية، ولما أحدثته من إبهار وجذب للمشاهدين المتابعين للبرامج من خلال استخدام الحاسب الآلي. وللوقوف على استخدام التقنية الرقمية ومدى الاستفادة منها في مراحل الإنتاج التلفزيوني والبرامج الحوارية.

## أولاً: الشاشة التفاعلية:

هي شاشة كبيرة عالية الدقة يمكن أن تكون حساسة للمس. عادةً ما يكون المحتوى المعروض على هذه الشاشات التفاعلية هو على حاسوب سطح المكتب، ولكن يتم تكبيره على مساحة أكبر.

## مكونات الشاشة التفاعلية:

1. شاشة للمس.
2. وحدة المعالجة المركزية في الحاسوب.

### 3. شاشة العرض.

#### ثانياً: شاشة اللمس:

شاشة اللمس هي جهاز عرض يسمح للمستخدم بالتفاعل مع جهاز الحاسوب باستخدام إصبعه. يمكن أن تكون مفيدة تماماً كبديل للماوس أو لوحة المفاتيح للتنقل في واجهة مستخدم رسومية (GUI). تستخدم شاشات اللمس على مجموعة متنوعة من الأجهزة مثل أجهزة الكمبيوتر وأجهزة الكمبيوتر المحمول، والهواتف الذكية، والأجهزة اللوحية، والصرافات.

#### مميزات شاشات اللمس:

شاشة اللمس لها ميزتان رئيسيتان:

أولاً: تسمح للمستخدمين بالتفاعل المباشر مع ما يتم عرضه، بدلاً عن التفاعل مع مؤشر يتحكم فيه الماوس أو لوحة اللمس بشكل غير مباشر.

ثانياً: لا يتطلب استخدام جهاز وسيط. يمكن توصيل شاشات اللمس بأجهزة الكمبيوتر أو الشبكات كأجهزة طرفية.



### ج. شاشات عرض الفيديو الحائطية Video wall :

هي عبارة عن إصدار خاص من شاشات الحاسوب أو أجهزة التلفزيون المتلاصقة بطريقة ما (يحددها المستخدم) من أجل تشكيل شاشة عرض واحدة كبيرة.

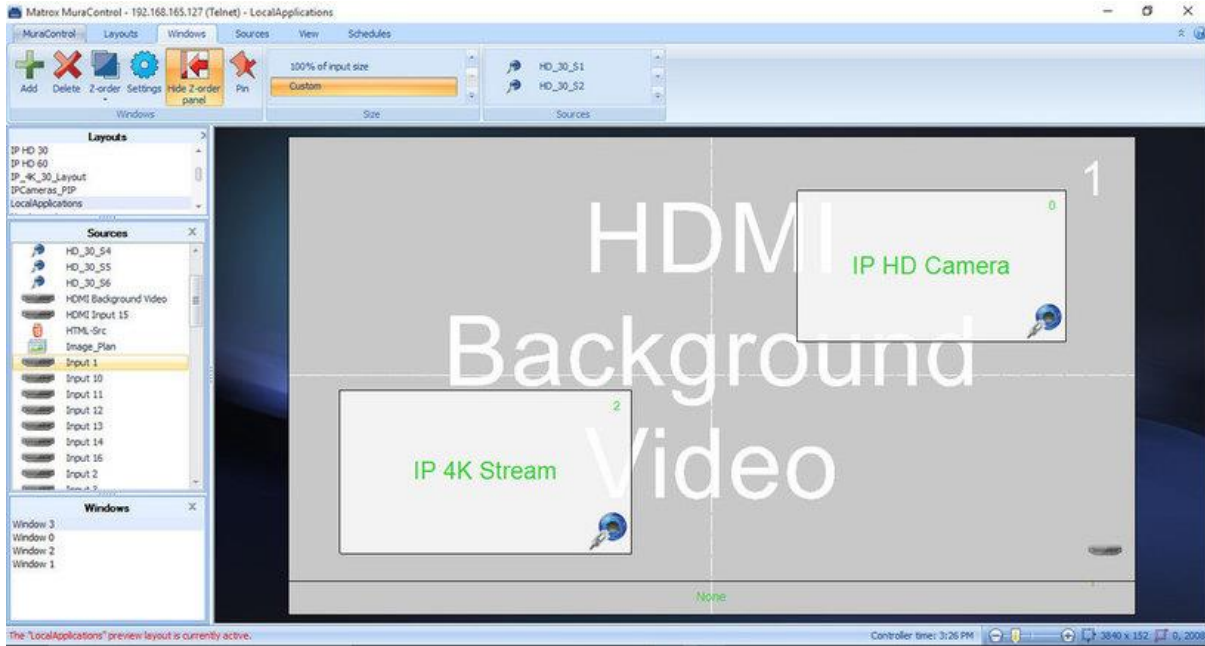
عادةً ما تكون هذه الشاشات المصممة خصيصاً للاستخدام في شاشات عرض الفيديو الحائطية، ذات أبعاد ضيقة لتقليل الفجوة بين مناطق العرض النشطة حتى لا تبدو كمصفوفة من الشاشات.

من الخصائص التي يتم بها تحديد شاشة عرض الحائط هي دقة الوضوح مقارنة بحجم الشاشة، ومن المهم تحديد نوع درجة عرض الوضوح بطريقة مثلى. يمكن تشغيل شاشات عرض الفيديو الحائطية البسيطة من بطاقات الفيديو متعددة الشاشات، إلا أن الشاشات الكبيرة المعقدة قد تتطلب وجود معالجات فيديو متخصصة، مصممة خصيصاً لإدارة شاشات عرض الفيديو الحائطية الكبيرة، تسمى وحدة التحكم في شاشة العرض.



تتكون من جهاز حاسوب به واحد من برامج التشغيل المعروفة، الوندوز أو اللينكس أو الماك، وهذا الحاسوب به كرت الشاشة المسؤول عن ربط الحاسوب بمصفوفة الشاشات لإخراج الفيديو المراد عرضه.

تتكون من البرامج التي يتم بها تحديد اختيار وتشغيل مصفوفة الشاشات، وهي برامج خاصة ومهمتها إعداد مواد العرض واختيار إذا كانت صورة أو فيديو وأيضاً يتم بها اختيار حجم ومكان العرض على مصفوفة الشاشات، ومن البرامج المهمة لهذه العملية برنامج *MuraControl for video wall management*.



### استخدامات شاشات عرض الفيديو الحائطية:

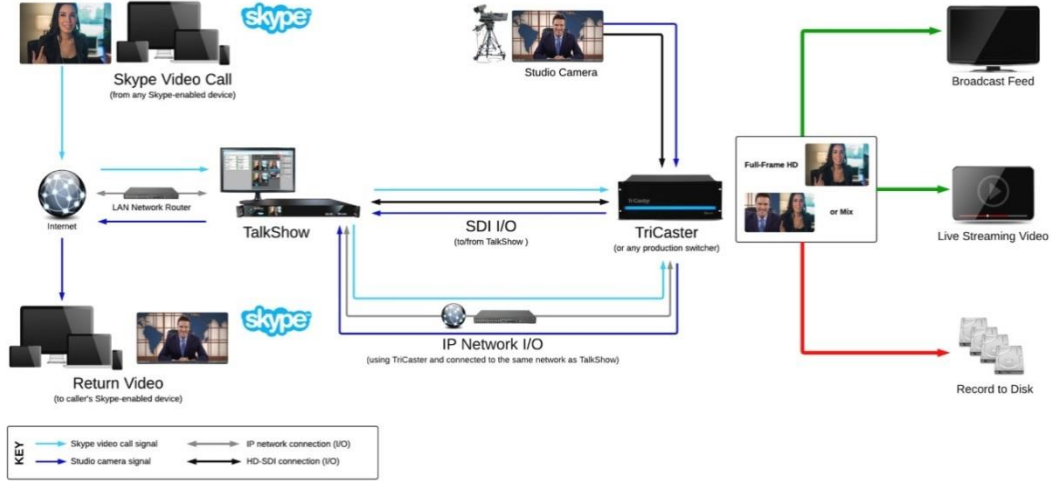
البرامج التلفزيونية الأكثر جاذبية وواقعية بالنسبة للمشاهد هي برامج المقابلات المباشرة أو البرامج الحية في نشرات الأخبار أو العروض الترفيهية أو الأحداث الرياضية، وهذه البرامج يتم نقلها عبر عدد من الوسائط المادية (السلكية واللاسلكية) بهدف استقبالها أو إرسالها، ومن أهم برامج المقابلات الحية الذي يستخدم الانترنت كوسط إرسال هو برنامج "سكايب"، وينقسم إلى نوعين حيث الإعدادات ونوعية الأجهزة التي يمكن تنصيب الـ"سكايب" عليها.

**النوع الأول:** يمكن إعداده في أجهزة الحاسوب الشخصي أو الهاتف المحمول أو على بعض أجهزة التلفاز الحديثة المثبت بها برنامج سكايب.

**النوع الثاني:** يمكن إعداده على أجهزة متخصصة ذات مواصفات خاصة بها عدد من منافذ الصور والصوت المصنوعة بجودة عالية، وهذه الأجهزة غالباً ما يتم



استخدامها في محطات التلفزة أو الإماكن التي تحتاج إلى نقل الصورة والصوت عبر الانترنت بجودة عالية، ومن أهم أجهزة سكايب المستخدمة في محطات التلفزة هو جهاز NewTek TalkShow VS-100.



## د . Talk Show VS

هو نظام إنتاج مكالمات فيديو مصمّم للاستوديوهات التلفزيونية ومنتجي الأحداث المباشرة. يعمل على تحسين مكالمات الفيديو عبر سكايب بتحسين الفيديو المطلوب في البث التلفزيوني، ويمكن تشغيل مكالمات الفيديو الحية بواسطة سكايب في غرفة التحكم وجعله كأى مصدر فيديو آخر في مزاج الصورة.

Talk Show هو نظام متكامل للأجهزة والبرمجيات يشتمل على:

1. برنامج Skype TX
2. له مدخل و مخرج واحد
3. نظام صوتي XLR و SDI

## مزايا سكايب TalkShow

1. إدارة المكالمات والتحكم في واجهة المستخدم.
2. دعم الصوت المدمج بالكامل SDI.
3. تسجيل المكالمات.

4. الضبط اليدوي وتصحيح الألوان.
5. سهولة التحويل بين المشغل والمتصل.
6. إشارة تنبيه لتوضيح أن مكالمات الـ"سكايب" على الهواء.
7. يتوافق مع مازج TriCaster (م. ياسر عمر، مقابلة، AM 3:23 الأربعاء، 2018م)

### ثالثاً: التصوير

تعدّ الصورة التلفزيونية بمقوماتها ولغتها وأركانها وزواياها وأنواعها والعوامل المساعدة في تحديد زواياها وخلفيات ظهورها هي الشكل التعبيري المهم في أداء وسيلة الإعلام المرئي، والكاميرا هي الأداة التي يتم بها التقاط الصورة التي بدونها يصبح التلفزيون وسيلة إعلامية فرعية، فقد تمكّن التلفزيون من تجسيد الصورة بكل ما تحويه من أبعاد وذلك بالاستفادة من التطور الذي واكب صناعة الكاميرات التلفزيونية المتمثلة في التقنية الرقمية.

أضافت التقنية الرقمية ميزات متعددة لكاميرا التصوير التلفزيوني وحولتها إلى أداة أكثر كفاءة في التقاط الصورة الواضحة المعالم، وأصبحت أخف وزناً وتتمتع بإمكانيات كبيرة في التحكم، فالكاميرا الرقمية سهلة التحريك وخفيفة الوزن وتحتاج إلى إضاءة أقل من الكاميرات التي تعمل بالنظام التماثلي (Aanalogue)، كما أنها سهلة التشغيل ويمكنها معالجة الصورة أثناء التصوير من حيث اللون والوضوح وبإمكانها إزالة الصورة غير المرغوبة (Delete) بمجرد الضغط على مفتاح محدد، بالإضافة إلى إمكانية التسجيل في الذاكرة الرئيسية للكاميرا (Hard Disk) أو في شريط يتمتع بمواصفات عالية في الحفظ والتخزين، بجانب الإمكانيات الحركية للكاميرا من خلال التحكم بواسطة الحاسوب في الاتجاهات المختلفة. (الشيخ، دراسة، 2014م، ص18).

لا يمكن حصر جميع الأنواع المختلفة للكاميرات التي تعمل بنظام الفيديو، وبالرغم من ذلك يمكن تصنيفها إلى:

- كاميرات الهواة The Amateurs Cameras وتستخدم لدى كثير من فئات المجتمع المهتمين بالحصول على صورة متحركة بأبسط الوسائل، وهي رخيصة الثمن وخفيفة الوزن.
- كاميرات المحترفين The Professional Cameras ومرّ هذا النوع من الكاميرات بالعديد من المراحل، فكانت في البداية تستخدم الأشرطة المغنطيسية من النوع الملفوف (Open Reel)، ثم أصبحت تستخدم شرائط كاسيت (Cassette)، ثم تم دمج جهاز التسجيل نفسه مع الكاميرا في وحدة واحدة مع تصغير حجمها.

#### كاميرا عاليه الدقة HD Camera:

هي كاميرات تمتلك أكبر دقة لمعايير الكاميرات الرقمية وتقدم وضوحاً عالياً للصورة الملتقطة تكافئ جودة الصورة الملتقطة بالكاميرا السينمائية (35 ملم، وهذه الكاميرا تعمل بإستراتيجية الضغط حيث إن كل فريم في الإشارة يعامل على أنه إشارة وحده. المقصود بالضغط Compression هو ضغط بيانات الصورة والمعلومات سواء على الشريط أثناء التسجيل أو على الحساس الضوئي CCD. وتستخدم كاميرات HD للضغط الأسلوب المسمى MPEG2 وهو اختصار لعبارة (Moving Pictures Exerts Group) وهذا الأسلوب يعمل على ضغط المعلومات بالاحتفاظ ببيانات الصورة على شريط التسجيل بشكل مخفض مع المحافظة على جودة الصورة، أي أن المساحة المستغلة في التسجيل في كاميرا HD تكون أقل مما هي عليه في الكاميرات الرقمية الأخرى. (أبو رستم، 2012م، ص159).

## جهاز القراءة عن بعد AUTO CUE :

هو لوحة عرض للنصوص المكتوبة. تسمح هذه اللوحة الإلكترونية للمذيع بالاستغناء عن النظر باستمرار إلى النص الورقي مما يسمح بالتواصل مع الكاميرا ومواجهة المشاهد والتواصل معه بالعين. (عاطف، نهى، 2008م، ص 253).

يعمل هذا الجهاز على مبدأ أن أقوى نقطة في الكادر التلفزيوني هي عينا المذيع أو مقدم البرامج لأنه يحقق الاتصال بينه وبين المشاهد. في السابق كان المقدم يقرأ ما يريد قوله من ورقة يحملها، الأمر الذي خلق فاصلاً بالترابط بين هذا المقدم ومتابعيه. كان الأفضل أن يبقي وجهه مرفوعاً وكأنه يخاطب المشاهد بصورة مستمرة القراءة. (ويكيبيديا، 2018م).



## الاستوديوهات الافتراضية في البث المباشر ( On Air Virtual Studio )

تعدّ هذه التقنية حلاً اقتصادياً للمحطات التلفزيونية، فإن إنشاء وإقامة ديكورات بعدد البرامج المقدمة تعدّ مسألة مكلفة مما يستدعي إزالة الديكور وإعادة بنائه بشكل دوري لتلبية احتياجات البرامج المختلفة، وهو أمر لا يحتاج لأكثر من أستوديو واحد مطلي أو مزود بخلفية زرقاء أو خضراء، وتكون جميع ديكورات البرامج مخزنة في الحاسوب مع إمكانية تعديلها وإدخال المؤثرات البصرية عليها بواسطة البرامج دون

أية تكلفة وعلى الهواء مباشرة. ومن أشهر المحطات التي تستخدم هذه التقنية المحطات الإخبارية كقناة الجزيرة وهيئة الإذاعة البريطانية BBC وشبكة الكيبل الإخبارية الأمريكية CNN. (الشيخ، دراسة، 2014م، ص53).

#### رابعاً: المونتاج Montage

كلمة مونتاج هي كلمة فرنسية ويعادلها في الإنجليزية (Editing)، وتعني ترتيب لقطات ومشاهد الفيلم المصور وفق شروط معينة للتتابع وللزمن، وتعتمد قيمة الفيلم إلى حد كبير على قيمة المونتاج. أما في بريطانيا فتتقسم العملية إلى ثلاث مراحل، الأولى: مرحلة قطع اللقطات ولصقها ويطلق عليها (Citing)، أما الثانية: مرحلة ضبط اللقطات من حيث طول كل منها، ومكانها وتوقيتها فتسمى (التركيب - Editing)، والمرحلة الثالثة: أو العملية الفنية أو الإبداعية فيطلق عليها مونتاج. لتصبح عملية المونتاج عملية حرفية خلاقية، فالتركيب يعدّ طريقة أولية تسبق التوليف، وهو ذو صفة آلية حرفية بينما التوليف يتطلب منا استيعاب وتقدير المضمون الأيديولوجي لكل لقطة (المصري، دراسة، 2010م، ص563).

عملية المونتاج هي عملية تركيب اللقطات والمشاهد وربطها معاً كي تحكى قصة بطريقة مقنعة وذات معنى. وعملية الربط تعني العثور داخل اللقطة أو داخل المشهد على العناصر التي تبرر الانتقال، ومن ثم اختيار الوسيلة المناسبة للانتقال.

#### فوائد المونتاج وأهميته:

- 1) حذف الأجزاء الزائدة من المشاهد.
- 2) تصحيح أخطاء التصوير إن أمكن.

3) خلق تأثيرات وبيئات وأشكال على الواقع بغرض توصيل أوضح للرسالة التلفزيونية.

4) إضافة مؤثرات مختلفة مثل الانتقالات والفلاتر المختلفة (المدرسة العربية للسينما والفنون. [www.arabfilmvtschool.edu.e](http://www.arabfilmvtschool.edu.e)).

### أنواع المونتاج التلفزيوني:

أنواع المونتاج من حيث مكان التنفيذ:

#### 1. المونتاج الإلكتروني الحي:

هو التقطيع بين مصادر الصورة في نفس لحظة تصويرها في البرامج الحية التي تذاع على الهواء، يتم تنفيذه داخل أستوديو التنفيذ في نفس لحظة بثه للجمهور ونقل ما تشاهده الكاميرات سواء داخل الأستوديو أو خارجه، ويتم الانتقال بين الكاميرات من خلال جهاز المونتاج وبطرق الانتقال المختلفة وإضافة المؤثرات في نفس اللحظة إذا احتاج البرنامج لإضافة مؤثرات صوتية، ومن هذه البرامج مباراة كرة القدم ونشرات الأخبار.

كما يمكن التقطيع الفوري والذي يشبه البرنامج المذاع على الهواء في حين يكون مسجلاً، مثل البرامج الضخمة فيها كاميرات كثيرة مثل من "سيربح المليون"، وهذا يؤدي إلى اختصار وقت كثير في عملية المونتاج اللاحق. ويتم التقطيع باستخدام السويتشر الموجودة في الأستوديو أو في عربة التلفزة الخارجية. (عبد النبي، 2009م، ص 263).

## 2. المونتاج اللاحق:

يتم تنفيذه داخل وحدات المونتاج أو البرامج وأستوديوهات مونتاج الدراما والمنوعات، حيث يتم تصوير بعض اللقطات في أماكن مختلفة ويتم تجميع الأشرطة وترتيب اللقطات في غرفة المونتاج حسب أرقام اللقطات في النص التلفزيوني، وإضافة المؤثرات الصوتية.. الخ، ومن هذه البرامج المسلسلات التلفزيونية والبرامج الوثائقية.

يتم عن طريق أجهزة المونتاج الخطي واللا خطي باختلاف إمكانيات كل منهما، حيث يتم تصوير العمل ويقوم المخرج بمشاهدة ما تم تصويره ليختار اللقطات الأصح ويبدأ في عملية المونتاج.

### جهاز المونتاج: (switcher)

يعدّ جهاز المونتاج أو المازج التلفزيوني هو الدينامو المحرك لعملية المونتاج ولهذا الجهاز عدة وظائف أساسية هي:

1. انتقاء مصدر مرئي ملائم من مدخلات عدة.
  2. تنفيذ الانتقالات بين مصدرين مرئيين أو أكثر، حيث يتم الانتقال بين الكاميرات أو بين أجهزة التسجيل المرئي.
  3. ابتكار المؤثرات الخاصة وإضافتها للبرنامج.
- وتتم هذه الوظائف عن طريق هذا الجهاز إضافة إلى وظائف أخرى، وتتم هذه الوظائف بحيث يكون لكل جهاز سواء أكان كاميرا أو جهاز فيديو مرتبطاً بجهاز المونتاج لإتمام الانتقال السهل وإضافة المؤثرات الصوتية للبرنامج الذي يتم إنتاجه.



القطع يتم بالضغط على مفتاح الكاميرا المطلوب الانتقال إليها، بمعنى إذا كانت الكاميرا رقم 1 هي التي تعمل على الهواء وانتهى الغرض من وجودها على الهواء وأردت أن تتحول وتنتقل للكاميرا 2 يتم ذلك بالضغط على مفتاح الكاميرا 2 على جهاز المونتاج.

- امتزاج الصورة الجديدة حيث تختفي الأولى وتبدأ الثانية بالظهور والمزج هو أشبه بعملية تركيب صورة على أخرى بحيث يختفي المنظر السابق ويتلاشي ويظهر المنظر الجديد بمعنى إذا كانت الكاميرا 1 تلتقط منظرا معيناً وأردنا الانتقال منها إلى الكاميرا 2 نقوم بذلك من خلال جهاز المونتاج وعن طريق ضغط مفتاح مكتوب عليه mix بحيث تجعل الكاميرا 2 جاهزة على شاشة الاستعداد وعن طريق ذراع التلاشي نبدأ في إخفاء المنظر الذي على الكاميرا رقم 1 ونبدأ في إظهار المنظر في الكاميرا رقم 2 .

- الظهور والاختفاء التدريجي هو الانتقال التدريجي بالصورة من السواد إلى الصورة، ويستخدم عند بداية البرنامج وعند النهاية أو الدخول إلى موضوع جديد أو إظهار النهاية لموضوع. تتم عملية الظهور والاختفاء التدريجي إذا ضغطنا مفتاحاً من ضمن مفاتيح جهاز المونتاج مكتوب عليه Black، بحيث تظهر على الشاشة صورة سوداء ثم نهز الكاميرا التي على وضع البروفة لتكون على الهواء وتختفي صورة الشاشة السوداء وتظهر الصورة التي على الكاميرا التي نرغب في ظهورها



بشكل تدريجي، وذلك بتحريك ذراع التلاشي، وتسمى هذه الحركة Fade in الظهور التدريجي. وإذا كانت الصورة التي على الهواء تعرض أحد المناظر أو صورة شخص مثلاً في نهاية البرنامج وانتقلنا إلى أن تصبح الشاشة سوداء فتسمى اختفاء تدريجي Fade out.

- المسح: يعدّ المسح أكثر وسائل الانتقال التي يلاحظها المتفرج بمجرد رؤيتها، إحلال صورة مكان صورة عن طريق المونتاج، ويتم ذلك عن طريق جهاز المونتاج من خلال زر المسح الذي يأخذ أشكالاً كثيرة (مقرر دراسي، المؤسسة العامة للتعليم والتدريب المهني، ص21).

أنواع المونتاج التلفزيوني من حيث أنظمة التشغيل:

#### 1. المونتاج الخطي: Linear

هو النظام الذي يستخدم جهاز مونتاج يحدد بداية ونهاية كل لقطة من ماكينتين على الأقل إحداها لعرض الأداء المصورة PLAYER والأخرى لتسجيل اللقطات التي يحددها، أي ماكينة تسجيل RECORD، مع وجود جهاز آخر للمؤثرات وتحديد طريقة الانتقال من نقطة لأخرى. ويعمل جهاز العرض والتسجيل بسرعة واحدة أثناء المونتاج، حيث يقوم جهاز المونتاج بإدارة الشريطين للخلف عدداً من الثواني عند إعطائه أمراً بالتسجيل بعد تحديد الرقم الكودي في كل من الـ RECORD والـ PLAYER، ويبدأ الشريطان معاً بالدوران في الاتجاه العادي حتى نقطة المونتاج. لا يسمح المونتاج الخطي بتصحيح الأخطاء إلا بإعادة تسجيل المادة. كان يستخدم ولا زال يستخدم في بعض المؤسسات على الرغم من ظهور النظام الجديد غير الخطي، ويتكون هذا النظام في أبسط صورته من:

➤ جهاز فيديو، جهاز عرض لعرض المواد المصورة على شاشة عرض خاص به " monitor " وجهاز تسجيل لتسجيل اللقطات المراد عمل المونتاج لها على شاشة عرض خاص به " monitor ".

➤ جهاز تحكم بينهما Edit controller الذي عن طريقه يمكن تحريك الشريط في كلا الجهازين إلى الأمام أو إلى الخلف بسرعات مختلفة أو تحريكهما لقطة بعد لقطة عند اختيار بداية ونهاية المونتاج ( Edit in – Edit out ). من الممكن عمل بروفة للمونتاج، ومهم فيه التسلسل الزمني.

➤ مازج صوت.

➤ توصيلات وكابلات للربط بين أجهزة المونتاج في مجالي الصوت والصورة والتحكم في الأجهزة.

## 2. المونتاج غير الخطي: Non linear

يتم عن طريق جهاز الكمبيوتر، حيث يتم إدخال المادة التي تم تسجيلها إلى الكمبيوتر وتعرف تلك العملية بالـ CAPTURING وتضع المادة أمام المونيتور مع وجود شريط أدوات أو مهام لتحديد طرق الانتقال بين اللقطات والمؤثرات الصوتية المراد إدخالها في العمل.

يعتمد على تسجيل عدة طبقات أو خطوط أو liars للصورة بشكل مركب في هيئة طبقات أو خطوط، وهو الشكل العصري للمونتاج وأجهزته حديثة تعمل اعتماداً على برامج الحاسوب ومزود ببرامج لمونتاج وتنقية وتحسين الصورة.

يظهر هذا النوع نتيجة للتقدم ودخول الحاسب بقوة في مجال الإنتاج التلفزيوني، وهو نظام لا يلزم فني المونتاج بالتسلسل الزمني للقطات، وفي هذا النظام إمكانية الحذف والإضافة لأي عدد من اللقطات بسهولة شديدة ودون أن تتأثر أية لقطة أخرى داخل المشهد، وهي عملية لا تستغرق أكثر من ثوان معدودة، ويستطيع فني المونتاج تنفيذ

مجموعة من مؤثرات الفيديو الرقمية بشكل متقن وبسهولة وبسرعة إضافة لسهولة البحث عن اللقطات المخزنة في ذاكرة الحاسب. ويتكون هذا النظام بشكل مبسط من جهاز تحكم للمونتاج مربوط بالحاسب وجهاز فيديو للتسجيل وجهازي فيديو أو أكثر للعرض وجهاز مزج إلكتروني وجهاز لإضافة المؤثرات الصوتية.

ويتم المونتاج اللا خطي بسهولة إلغاء أو تعديل ما تم تنفيذه تماماً كما نقوم بالضغط على زر التراجع CTRL + Z لإلغاء آخر خطوة قمنا بها عند كتابة أو رسم أية خطوة على الكمبيوتر.

يمكن من خلال المونتاج المتتالي مونتاج الفيلم دون التقيد بالترتيب الفعلي كما ستتم مشاهدته. فقد يتم مونتاج نهاية فيلم في بداية المونتاج، لذلك سمي مونتاج لا خطي. وبعد الانتهاء من المونتاج على الجهاز يتم حفظ المادة على عدة وسائط بجودة عالية مثل "CD، DVD". (كمال محجوب، 2007، ص91).

## المبحث الثالث

### توظيف التقنية الرقمية على إنتاج البرامج الحوارية

#### مدخل

النمو الهائل في حجم الإنتاج الفكري وتفجر المعلومات Information Explosion واتساع هذا المجال هو بالمقابل نتاج للتطور التقني في مجال الإعلام، فقد تحول إنتاج المعلومات إلى "صناعة المعلومات"، وذلك لأن التقنية ساعدت في توفير قنوات للاتصال والحصول السريع على المعلومة والسرعة في نقلها وتداولها، وبذلك خلق عصر جديد هو عصر التقنية. (مكاوي، 1997م، ص49) .

وفي هذا المبحث سنتناول تأثير التقنية الرقمية على تطوير إنتاج البرامج بصورة عامة والبرامج الحوارية على وجه الخصوص.

شهد التلفزيون تطورات تقنية فرضت متغيرات جديدة، ذلك أن التطورات في تكنولوجيا الاتصال الحديثة وفرت معدات جديدة، وخدمات متعددة، أفرزت أنماطاً غير تقليدية من الاتصال، أنماطاً جديدة من التعرض لوسائل الإعلام وتنوعاً في الرسائل المتاحة وتغيراً في بيئة الاتصال ذاتها والسياق الاجتماعي الثقافي لعملية التعرض الخاصة على الإرسال، مستخدمين في ذلك الموجات الكهرومغناطيسية ومن ثم الكابلات والأقمار الاصطناعية البث المباشر التي زادت من أهمية التلفزيون، حيث نقلته من المحلية إلى العالمية . قد يتقلص التلفزيون التقليدي الحالي - كما توقع الخبير الإعلامي العربي حمدي قنديل - بعد عشرين سنة ويحل مكانه الكمبيوتر وتقنياته المتعددة التي تمكّن المشاهد من اختيار ما يريده في الوقت الذي يريد. (سكيك، دراسة، 2008، ص 48)

## الاتجاه نحو الإعلام الرقمي:

يعيش العالم مرحلة جديدة من التطور التقني امتزجت فيها نتائج وخصائص ثلاث ثورات، هي ثورة المعلومات التي تمخضت عن انفجارات معرفية. وكلما تجانست المعلومات والوسائط الإعلامية أصبحت أجهزة الكمبيوتر جزءاً من كل جهاز من أجهزة الإعلام. وتضطلع الآن أجهزة التلفزيون والهاتف ومسجلات الفيديو والأقراص المدمجة DVD وألعاب الفيديو بأدوار ذات أبعاد جديدة تماماً. والفضل يعود إلى ذلك الامتزاج بين المعلومات والاتصال والحاسب الآلي إلى ما يعرف اليوم بالتقنية الرقمية Digital Technology، أو كما يطلق البعض عصر الرقمية Digitalization الذي أتاح لغة للحوار المشترك بين تكنولوجيا وسائل الاتصال من جهة وتكنولوجيا الحاسبات من جهة أخرى. ومن هذا المنطلق يذكر نيكولاس في كتابه "الحياة الرقمية Being Digital" أن التطور التكنولوجي سيؤدي إلى أفول الإعلام الجماهيري وظهور الإعلام الشخصي كبديل له. (شفيق، 2010م، ص 24).

أحدثت التقنية الرقمية انقلاباً في عالم التلفزيون، ونظام (DIGITAL) يوفر نوعية أفضل ليس ليسقط على الأنظمة التلفزيونية فقط وإنما على المحتوى البرمجي أيضاً بما توفره التقنية الرقمية من استخدام أكثر فاعلية للحيز الترددي ونوعية أفضل للصورة والصوت.

إن التقنية الرقمية توفر نوعية أفضل واعتمادية أعلى وجودة متميزة للبث التلفزيوني وكذلك الحجم الصغير والسر الأقل والموثوقية الأعلى، بالإضافة إلى زيادة عدد القنوات التلفزيونية المتخصصة والمتنوعة التي يتم بثها ضمن باقات رقمية تمكن بطبيعتها من تحقيق الخدمات المتفاعلة بين المشاهد ومصدر البرنامج، وهو ما يسمى اليوم بالتلفزيون الحواري أو التفاعلي. (الهاشمي، 2006، ص 137).

## ظاهرة الإعلام الجديد:

وراء ظاهرة الإعلام الجديد عوامل تقنية، وذلك نتيجة للتقدم الهائل في تكنولوجيا الكمبيوتر وتجهيزاته وبرمجياته وتكنولوجيا الاتصالات، لا سيما ما يتعلق بالأقمار الاصطناعية وشبكات الألياف الضوئية. فقد اندمجت هذه العناصر التكنولوجية في توليفات اتصالية عدة إلى أن أفرزت شبكة الانترنت التي تشكل حالياً وسيطاً يطوي بداخله جميع وسائل الاتصال الأخرى: المطبوعة والمسموعة والمرئية، وكذلك الجماهيرية والشخصية. وقد انعكس أثر هذه التطورات التكنولوجية على جميع قنوات الإعلام، صحافة وتلفزيون ورايو، وانعكس ذلك على طبيعة العلاقات التي تربط منتج الرسالة الإعلامية وموزعها ومتلقيها. فقد انكمش العالم مكاناً وزماناً وسقطت الحواجز بين الواقعي والوهمي وبين الحاضر والغائب. (شيخاني، 2010م، ص 9).

## تعريف الاعلام الجديد:

يعرّفه قاموس وأكسفورد بأنه "وسائل الاتصال الجماهيري التي تستخدم التقنيات الرقمية مثل الانترنت".

ويعرّفه قاموس كامبريدج بأنه "المنتجات والخدمات التي توفر المعلوماتية أو الترفيهية باستخدام أجهزة الكمبيوتر أو الانترنت، وليس عن طريق الوسائل التقليدية مثل التلفزيون والصحف".

أما موسوعة ويكيبيديا الإنجليزية فتعرّفه بأنه "المحتوى المتاح حسب الطلب من خلال شبكة الانترنت بحيث يمكن الوصول إليه من خلال أي جهاز رقمي، وتتضمن عادة تفاعل المستخدم ومشاركته الإبداعية". (الحصين، 2015م، ص 4).

ويعرّفه جونز Jones مؤلف موسوعة الإعلام الجديد The Encyclopedia of New Media الذي يقرّ بعدم وجود إجابة وافية وقاطعة عن السؤال: ما هو الإعلام الجديد؟ ويبني إجابته على أن الإعلام هو في مرحلة نشوء "الإعلام الجديد

هو مصطلح يستخدم لوصف أشكال من أنواع الاتصال الإلكتروني، أصبحت ممكنة باستخدام الكمبيوتر كمقابل للإعلام القديم الذي يشمل الصحافة المكتوبة من جرائد ومجلات والتلفزيون والراديو - إلى حد ما - وغيرها من الوسائل". (صادق، 2015م، ص19).

### تأثيرات تكنولوجيا الإعلام الجديد في إنتاج البرامج الحوارية:

أثرت التطورات الراهنة في تكنولوجيا الإعلام الجديد في الاتصال الجماهيري، لا سيما وسائله، كعملية مستمرة متصلة ذات أطراف متعددة، وأدت إلى اندماج وسائل الإعلام المختلفة التي كانت في الماضي وسائل مستقلة لا علاقة لكل منها بالأخرى بشكل ألغيت معه تلك الحدود الفاصلة بين الوسائل. وبالتالي أثرت على محتوى الوسائل وإنتاج البرامج فيها.

ويمكن رصد بعض التأثيرات التي أحدثتها التطورات الراهنة في تكنولوجيا الإعلام الجديد على إنتاج البرامج الحوارية في الجوانب الآتية:

#### أولاً: التفاعلية

التقنية الرقمية الحديثة أفرزت مصطلحات عدة من ضمنها الإعلام التفاعلي، فمنذ أن انفتحت الشبكة الدولية للمعلومات والاتصالات (الانترنت) للأفراد كافة في شعوب الأرض قاطبة كان واضحاً أن تحركاً كثيفاً قد بدأ في تغيير القديم كله في عالم الإعلام على وجه الخصوص، فلم يعد الإعلام رسالة تعدها الدولة أو الجهة المالكة وبتلقاها الجمهور، ولكنه شبكة يتشارك في إدارتها وملكيته وصياغة سياستها جميع الناس، وهي تحوّلات تحتم على وسائل الإعلام إعادة صياغة برامجها وطريقة عملها وفق فلسفة مختلفة كلياً عن العقود الماضية، تأخذ بالاعتبار أساساً اتجاهات الجمهور ومواقفه وتعطيه أيضاً مساحة كبيرة في المشاركة والتعبير، وقد يصل الأمر

إلى المشاركة الفعلية والفنية في التخطيط والتقييم والمراجعة، فالجمهور عبر الإعلام التفاعلي دخل في الشؤون كافة.

يمكننا تعريف الإعلام التفاعلي بأنه عملية الدمج الآني أو المتأني في أسلوب الاتصال والتواصل، بين المرسل والمرسل إليه، تكون المادة أو الرسالة هي محور هذا الدمج، وبغرض توصيل الفكرة أو الإقناع بها، أو الاستدراك حولها ويشمل الخدمات الملحقة بأية وسيلة إعلامية مطبوعة أو مرئية أو إلكترونية تتيح للجمهور أن يشارك برأيه. (شفيق، 2010م، ص 7).

إن كلمة التفاعلية (Interactivity) مركبة من كلمتين في أصلها اللاتيني، كلمة (Inter) وتعني بين أو فيما بين، وكلمة (activus) وتفيد الممارسة في مقابل النظرية. وعليه، عندما يترجم مصطلح التفاعلية (~L, interactive) من اللاتينية يكون معناه: ممارسة بين اثنين، أي تبادل وتفاعل بين شخصين.

من هنا نفهم أن معنى التفاعلية يكمن في التبادل والتفاعل، يتم من خلال الاتصال بين شخصين، إذن فهي فعل اتصالي قديم. يكمن مفهوم التفاعلية في استعمالاته بالإشارة إلى الوسائط المتعددة، فيعدّ حديث العهد نسبياً ووليد العلاقات بين الناس والآلات، حيث يرتبط مفهوم التفاعلية بمفاهيم الحرية والديموقراطية والمشاركة والحوار. فالنسبة للحرية فهي تشير إلى ما أصبح يتمتع به المستعمل من حرية اختيار ما يريد من الوسائل، وما يرغب من المحتويات في أي وقت وبأي مكان على عكس وسائل الاتصال التقليدية. (الشمالية وآخرون، ص 2015م، ص 96).

يستخدم تعبير التلفزيون التفاعلي حالياً للإشارة إلى تشكيلة من الأنواع المختلفة للنظام التكنولوجي والتفاعلية نفسها، وهناك ثلاثة مستويات مختلفة للتلفزيون التفاعلي وفق هذا الترتيب:



## 1. التفاعلية بواسطة جهاز التلفزيون: Inter activity with a TV

هي أبسط التطبيقات باستعمال جهاز التحكم عن بعد لإحداث سلوك تفاعلي في القناة التلفزيونية، وقد تطور ليشمل الفيديو عند الطلب بما يشبه سلوك استخدام أجهزة الفيديو المنزلية مثل تحريك الشريط للإمام وللخلف بسرعات مختلفة وتوقيف الصورة، وتجنب عرض إعلان تجاري وما شابه. وهذا نوع من التلفزيون التفاعلي البسيط وهو لا يفسر المعنى العميق للتفاعلية المقصودة بالضبط، بل هو نتاج التطور التقني للتلفزيون كما ذكرنا في المبحث الأول من هذا الفصل.

## 2. التفاعلية بمحتوي البرنامج التلفزيوني: Interactivity with TV

### Program content

هي واحدة من أهم تطبيقات المستقبل التفاعلي، وتمثل تحدياً كبيراً، وتعني أن البرنامج المعروض للمستقبل في التلفزيون التفاعلي يمكن أن يتغير وفقاً لمساهمة المشاهد Viewer Input مثل أن يختار المشاهد تفاصيل ونهايات المواد الدرامية ويغير اتجاه البرنامج أو الفيلم استناداً إلى مساهمة المشاهد.

## 3. التفاعلية مع محتويات البث : Interactivity with content

تمثل انقلاباً كبيراً في الطريقة التي نشاهد بها التلفزيون. الأمثلة لهذا النوع تتضمن الحصول على المزيد من المعلومات عن الألعاب الرياضية والأفلام وتفاصيل الأخبار، وعلى المزيد من المعلومات من المواد الإعلانية بما يشبه نظام التجارة الإلكترونية.

## 4. تفاعلية المشاهد: Coactive .TV

يعرف التلفزيون التفاعلي بأنه تشاركي في المقام الأول، إذ تتولد علاقة من نوع ما بين المشاهد والتلفزيون التقليدي تؤثر على طريقة جلوسه، وقد زادت هذه الحالة كثيراً بظهور أدوات التفاعلية التي يحملها في يده، ولا توجه إلى

الوصول إلى جهاز التلفزيون لتغيير المحطات وطلب المزيد، فقد أصبحت التفاعلية في متناول يده. (صادق ، 2008م ، ص270).

### التفاعلية في البرامج الحوارية:

يفسر "جوناثان" ما يقصد بالتفاعل (التفاعل والتلاقي Interactivity & Convergence)، يشير التلاقي إلى الطريقة التي تتفاعل بها وسائل الإعلام الحديثة - بصفة خاصة تقنيات الانترنت مع التلفزيون، وبذلك لأن كل شيء هناك يكون رقمياً فإن كل شيء يمكن مزجه بشيء آخر. والتلاقي والتقارب يعني التكنولوجيا الرقمية المجمعة لوسائل الإعلام المتعددة معاً. بمجرد تحويل الصوت والصورة إلى بيانات رقمية يمكن نقله بأية وسيلة رقمية مناسبة، فيسمح هذا بمرونة كبيرة في تسليم وتخزين البيانات بما في ذلك تدفق الفيديو المباشر وتقديم اتصال تفاعلي ذي اتجاهين عبر التلفون والانترنت.

ويلعب الهاتف النقال بجانب الكمبيوتر دوراً مقدراً في عنصر التفاعل والاندماج الذي يشهده، وذلك عبر عرض صفحات القنوات على شبكة الانترنت ومواقع الانترنت ومواقع تطرح خيارات تشهده، وذلك عبر عرض صفحات القنوات التلفزيونية على شبكة الانترنت، ومواقع تطرح خيارات للمشاهد الرجوع إلى الموقع ومتابعة التفاصيل ومشاهدة البرامج، ولما تم تقديمه سابقاً أو أنياً، إضافة لإمكانية تقييم المستخدم أو إدراجه بما يرغب من تعليق دون قيود الزمان والمكان (الأرقم، 2012م، ص93).

وهذا ما يحدث بالضبط في البرامج الحوارية في العصر الحالي، فالبرامج الحوارية هي أحد البرامج التي استفادت من خاصية التفاعل فيها أصبح الإعلام يسمح بتبادل الأدوار بين المرسل والمستقبل، فأصبح المتابع للبرامج

الحوارية هو جزءاً منها ويحلل ويناقش وي طرح آراءه ويشارك. واستفادت البرامج الحوارية من الإعلام الجديد في توفير منصات لمتابعي البرامج الحوارية للمشاركة وتوصيل آرائهم ويتم عرضها مباشرة أثناء البرنامج، ويقوم القائم بالحوار بطرحها على ضيفه ويجب عنها ممّا يجسد التفاعلية بصورة كبيرة وقدرة الإعلام الجديد وقوته لصالح المتلقي، وكذلك لصالح الوسيلة الإعلامية.

برنامج "نقطة حوار" موضوع الدراسة، استخدم منصات عدة ليشارك فيها المتابعون للحوار مثل صفحة على "فيسبوك" وسؤال على موقع القناة على الانترنت، وكذلك كاميرا الاسكايب والإيميل و"تويتر" والاتصال الهاتفي. وفي هذا البحث سنقوم بتحليل كل هذه التقنيات واستخدامها وما وفرته من تواصل وتفاعل للبرنامج.

ثانياً: التقارب والاندماج :

إن التقنية الرقمية هي المصدر الأساسي لاندماج تكنولوجيا الاتصالات والحاسوب والإذاعة المرئية والمسموعة ضمن صناعة واحدة، ويعني التقاء تكنولوجيا مختلفة معاً أو انصهار تكنولوجيتين أو أكثر لتكون شيئاً جديداً ومختلفاً يحمل صفات كل منها في منتج جديد أكثر كفاء وفعالية، كإنتاج نظم وأجهزة اتصال أو أجهزة إلكترونية تتكامل فيها وظائف الحاسبات الآلية مع وظائف أجهزة الاتصالات، كاندماج الحاسبات الإلكترونية مع التلفزيون، الذي تضمن استخدام شاشات الفيديو كوسيلة للتفاعل والتجاوب الإيجابي بينه وبين المستخدم.

يستخدم الكمبيوتر حالياً كي يحوّل التلفزيونات للأجهزة ذكية وعندما يصبح التلفزيون "ذكياً" سيزداد شبةاً وبدرجة كبيرة من الكمبيوتر الشخصي، وسيتاح للناس تحرير رسائلهم وإرسالها عبره بالبريد الإلكتروني والفاكسات، وبالإمكان التوصل لشبكات المعلومات، وفي النهاية ستختفي الحدود بين الكمبيوتر الشخصي والتلفزيون، وكذا

لاستقبال الانترنت على شاشة التلفزيون بدون تزويدها بأي جهاز خارجي، كل ما يحتاجه هو توصيل التلفزيون بخط تليفون أرضي أو محمول، وعند شراء التلفزيون يمكن أن تحصل على لوحة مفاتيح تتصل بالتلفزيون مزودة بذاكرة سعتها (08) ميجابايت لتخزين رسائل البريد الإلكتروني وبعض المعلومات التي قد تهتم المستخدم. وكذلك هناك اندماج بين التلفزيون والاتصالات السلكية واللاسلكية مثل استخدام الكابلات والألياف الضوئية، وشبكات الميكروويف، والتعامل مع الإشارات الرقمية، وعندما يشيع استخدام ذلك الإرسال سيكون هناك مئات من القنوات التلفزيونية التي يستطيع المرء أن يختار منها ما يناسبه، كما ظهر في شبكات التلفزيون بقنواتها الفضائية. وانعكست هذه التكنولوجيا الحديثة خصوصاً في نظم الإرسال والاستقبال التلفزيوني.

ومن هذه التقنيات التي تجسد التقارب والاندماج وظهرت حديثاً، تقنية الهولوجرام واستخدامها في البرامج الحوارية، واستخدمت في عام 2018م عندما تمت استضافة إيدن هازارد لاعب المنتخب البلجيكي بعد تأهل منتخب بلجيكا إلى المربع الذهبي ضمن منافسات كأس العالم، في أستوديو تحليلي عبر خاصية الهولوجرام، وظهر كأنه موجود معهم في الأستوديو، ولكن الحقيقة أنه ما زال في ملعب المباراة، مما أثار تساؤلات البعض عن ما هي هذه الخاصية وكيف حدثت؟



انتشرت مؤخراً تقنية "الهولوجرام" بشكل كبير، حيث لجأ البعض لتطويرها، وهي في الأساس عبارة عن صور تجسيمية تعتمد على تقنية تتيح إعادة تكوين صورة الأجسام بأبعادها المختلفة في الفضاء المطلق، حيث تعتمد على الموجات الضوئية التي تتولى مسؤولية التصوير ثلاثي الأبعاد للأجسام بكفاءة عالية.

وهي عبارة عن عرض مرئي يقوم بإعادة إنشاء الصورة وعرضها لتطفو في الهواء كمجسم هلامي ثلاثي الأبعاد ويظهر كطيف من الألوان يتجسد على الشكل المراد عرضه.

تقوم فكرة عملها على حدوث تصادم بين الموجات الضوئية والشيء الذي يرغب المستخدم في تصويره وعرضه، فبالنسبة لأجهزة الهولوجرام المتخصصة، يقوم الجهاز بتخطيط الجسم المراد تصويره ثم نقل المعلومات اللازمة حوله.

### مميزات الهولوجرام

- يتيح الهولوجرام للمستخدمين إمكانية مشاهدة الأجسام ورؤيتها من الاتجاهات كافة.

- يمكن استخدامه أيضاً التقاط ورصد أكثر من صورة.

- إضافة إلى إمكانية استخدامه حالياً لعرض بعض الصور.

- والترويج لعدد من الأشياء في شكل حي وملموس. (اليوم السابع، www.youn7.com، 2018م).

### ثالثاً: اللامجاهيرية Demystification

وتعني أن الرسالة الاتصالية من الممكن أن تتوجه إلى فرد واحد أو إلى جماعة معينة، وليس إلى جماهير ضخمة كما كان في الماضي. وتعني أيضاً درجة تحكم في نظام الاتصال بحيث تصل الرسالة مباشرة من منتج الرسالة إلى مستهلكها. وهذا مما يجعل البعض يتحدث عن سيناريو العزلة والتفتت الجماهيري، فقد ظلت وسائل الاتصال التقليدية لفترات طويلة من الزمن تحافظ على كونها وسائل للإعلام والثقافة والترفيه للجماهير العريضة، أما بدخول التقنية أصبحت هذه الوسائل الجديدة تخاطب الأفراد على مستوى شخصي، وتسعى إلى تلبية رغباتهم الخاصة وحاجاتهم الذاتية. وهناك إقبال متزايد على امتلاك تلك الوسائل الجديدة. ونتيجة لذلك بدأت الكتل الجماهيرية تنفتت، وزاد تحكم الأفراد في استخدام الوسائل الجديدة بشكل شخصي، وليس جماهيرياً. كما نتج عن ذلك أن يتحول المشاهد السلبي إلى مشاهد إيجابي فعال، يخلق معلوماته الخاصة. (مكاوي وعلم الدين، 2000م، ص353)

### رابعاً: اللاتزامنية A synchronization

وتعني إمكانية إرسال الرسائل واستقبالها في وقت مناسب للمستخدم، ولا تتطلب من المشاركين أن يستخدموا النظام في الوقت نفسه، فمثلاً البريد الإلكتروني يرسل الرسالة مباشرة من المرسل إلى المستقبل في أي وقت دون الحاجة لوجود مستقبل أصلاً. (بوعمامة، 2015م، ص12)

بينما يشترط الإعلام التقليدي الوجود حيث نشر المعلومة سواء أكان لحظياً في حال التلفاز أو خلال يوم نشره في حال الصحف، فإن الإعلام الاجتماعي يمكنك من

الاطلاع على الخبر ساعة تشاء، ويمكنك توظيف التقنيات لتزودك بالخبر لحظياً حسب أدوات تستخدمها كمن يختار متابعة أشخاص بعينهم أو متابعة موضوع محدد. (الحصين، 2015م، ص7).

### خامساً: حرية الرأي والتعبير

تعدّ حرية الرأي والتعبير من ركائز حقوق الإنسان وحياته الأساسية، ومقدمة لضمان ممارسة العديد من الحقوق، فللفرد كامل الحرية في إبداء رؤية والتعبير عن مواقفه وقناعاته الفكرية والسياسية ضمن حدود متفق عليها لا يتجاوز فيها ولا يطعن بالآخرين. وتتضمن حرية التعبير حرية الإعلام والصحافة لأن المجتمع الديمقراطي الذي يتسم بسيادة القانون وقيم المواطنة، حرية التعبير فيه حق أساسي مكفول لكل فرد.

وهناك من يعرف حرية التعبير بأنها حرية الشخص في أن يقول ما يفكر به دون أن يُطارَد، وتشمل الحرية في استقصاء الأخبار وتلقيها وإذاعتها بأية وسيلة كانت دون التقيد بالحدود الجغرافية بأي شكل سواء أكانت مكتوبة أو شفوية أو مطبوعة وبأية وسيلة يختارها الشخص.

وفي الدستور السوداني جاء الباب الثاني منه بعنوان وثيقة الحقوق من الدستور الانتقالي لسنة 2005م، وتناول حرية التعبير والإعلام في النقطة 39(1) التي نصت على أن: "لكل مواطن حق لا يقيد في حرية التعبير وتلقي ونشر المعلومات والمطبوعات والوصول إلى الصحافة". أما النقطة 39(2) فتتص: "تكفل الدولة حرية الصحافة ووسائل الإعلام الأخرى". (رضا، 2014م، ص14).

في عصر العولمة الإعلامية والمعرفية، وفي إطار الانفتاح الذي أصبح يعيشه الإعلام بصفة عامة، وبموازاة مع التطور التكنولوجي المتمثل في الثورة المعلوماتية، باتت الصحافة محطّ اهتمام العديد من المؤسسات التي أخذت على عاتقها مهمة بثّ ونشر المعلومة عبر ما أصبح يصطلح عليه بـ"الفضاء الرقمي"، أو "الشبكة

العنكبوتية" أو "العالم الافتراضي" الذي يعني باختصار الانترنت، هذا الاهتمام الذي أعطى طعماً جديداً للإعلام عموماً، مؤسسات وأفراداً.WI.

لقد أصبحت ثقافة الانترنت واقعاً ملموساً، وصارت الصحافة الإلكترونية باباً مُشرعاً أمام كل الإعلاميين وغير الإعلاميين لسبر أغوار الكتابة بكل حرية واستقلالية بعيداً عن كل القيود، وذلك بحكم أن العمل في الفضاء الرقمي المفتوح يغفل البعض أنه يمكن مراقبته.

لا شك أن الانترنت منح لمستعمله فضاءً رحباً للتعبير بكل حرية، ولا شك أيضاً أن الفضاء الرقمي العالمي منح فرصاً أكبر للعديدين للتثقيف والتوعية، وللمساهمة في نشر المعلومة ونشر المعرفة والمساهمة في تطوير المعارف والقدرات. وفئة أخرى لها أجنحتها الفكرية والسياسية وتستغل هذه المنصات، لذلك فالفضاء الرقمي بهذا المفهوم بات سيفاً ذا حدين (المغاري، 2017م، مدونة الجزيرة).

نجد أن التطور التقني والممارسات في ظل وسائل الإعلام الجديد يؤثر ويعيد تشكيل كثير من مجريات الأمور والسياسة داخل نظام الدولة وخارجها، فطبع كمية قليلة من المناشير في مطبعة تحت الأرض ثم الحرص أو المجازفة بتوزيعها على الناس في الطرقات حل محله نشر منتج إلكتروني بإمكان ملايين الناس الحصول عليه وتداوله في غضون لحظات دون أن يتعرض الناشر والمستقبل للخطر وحجر الحريات وتدابيراته، وقد عدّها الباحث فيليب سيب نموذجاً لنسل جديد من المؤسسات الإعلامية، ولاعباً بين اللاعبين في السياسة الدولية للفضاء الجماهيري الذي، كونته وسائل الإعلام تأثير غير مسبوق على السياسة الدولية أكثر من أي وقت مضى فوسائل الإعلام أدوات صراع وأدوات سلام في الوقت نفسه لكنها مع هذا وذلك تستطيع أن تفقد الحدود التقليدية للدول وتقضي على أهميتها، وأن توحد بين الشعوب من جميع أنحاء العالم (الجيلاني، 2012م، 91)



## سادساً: تأثير التقنية الرقمية على القائم بالاتصال

من النتائج المنطقية المترتبة على الإمكانيات العديدة التي وفرتها التقنية الرقمية، أن غدت الممارسة الإعلامية والصحفية تتطلب عناصر بشرية على أعلى مستوى من المقدرة والخبرة والتخصص الفني والإعلامي والمعلوماتي.

ويعني ذلك ضرورة إيلاء أولوية متقدمة من الاهتمام بإعداد وتأهيل الكوادر الإعلامية والارتقاء بمستوى أدائها وتنمية قدراتها ومهاراتها في مختلف مجالات العمل الإعلامي الصحفي والمسموع والمرئي لمواكبة التطورات السريعة والمتلاحقة، والاستفادة من معطيات التقنية الحديثة كافة تحقيقاً لمتطلبات الوصول بالرسالة الإعلامية إلى مستوى العالمية كفاءة وانتشاراً. وما من شك في أن الأمر يمثل أحد التحديات التي تواجه المشتغلين بالعمل الإعلامي، حيث يلزمهم زيادة كفاءتهم وقدراتهم على التعامل مع أجهزة الكمبيوتر وشبكات المعلومات والتكيف مع واقع العصر الإلكتروني والرقمي الجديد (أسماء، 2005م، ص25).

ذكرنا صفات القائم بالاتصال في الفصل الأول، المبحث الأول، من هذه الدراسة، وهي تتنوع بين سلامة اللغة والحضور والمستوى الثقافي والتعليمي وغيره، لكن نجد أن التقنية الرقمية فرضت على القائم بالاتصال مهارات وخبرات أخرى لا بد أن يكتسبها وهي مهارات التعامل مع التقنية نفسها سواء أكانت شاشات تفاعلية داخل الأستوديو أو تفاعل مباشر مع الجمهور المتابع عبر مواقع التواصل الاجتماعي أو حتى تعامله الشخصي مع الهواتف الذكية وتطبيقاتها، فالآن لكل مقدم برنامج صفحة شخصية يبث فيها أخباره وصوره ومواعيد برامجه ويتلقى فيها رد فعل أو رجع صدى فوراً حول ما يقدمه وهذه مهارات أصبحت من ضرورات الممارسة الإعلامية حتى يكون القائم بالاتصال مواكباً للتقنية وأبعادها.

## مرحلة جديدة في إنتاج البرامج الحوارية:

نحن نعيش الآن في مجتمعات ثورة الاتصالات والمعرفة المتواصلة، وما أفرزته في عالمنا المعاصر من تطور وسائل الاتصال السمعية والبصرية في التأثير على الآخر ونقل الأفكار والمعلومات بسرعة وفاعلية وجودة عالية في مستويات الصوت والصورة، وغدت وسائل الاتصال كالتلفزيون وشبكات الانترنت وغيرها من فنون سمعية بصرية غدت كالسوار حول المعص تحكم حياتنا وتهيمن على التفكير، وفعالة في تكوين نمط السلوك وأساليب الاستقبال وتفرض طرقاً جديدة في التفكير لإيجاد وابتكار أساليب وبرامج تعمل بصورة شاملة وتفاعلية (الجيلاني، 2012م، 89).

توظيف التلفزيون للتقنية الرقمية سيؤدي إلى إلغاء الحدود الفاصلة بين التلفزيون والكمبيوتر الشخصي والانترنت، ويتوقع كثير من المختصين أن تؤدي عملية الاندماج الحاصلة حالياً بين التلفزيون والانترنت إلى إحداث تغييرات أساسية في صناعة المادة الإعلامية (شفيق، 2009م، ص218).

ما من عملية تتم حالياً من عمليات الإنتاج التلفزيوني إلا ويستخدم فيها الكمبيوتر، فجميع الخطوات المطلوبة في الاستوديوهات تتم في منصة الكمبيوتر خاصة إذا ما كانت المحطة التلفزيونية تعتمد على النظم الرقمية في الإنتاج والبت، فالأخبار يتم التقاطها من وكالات الأنباء بشبكات الكمبيوتر المتصلة بالأقمار الاصطناعية، والمذيعون يتابعون الأخبار ويقرونها من على شاشة متصلة بالكمبيوتر وإعداد البرامج وضبطها، وترتيبها في البرامج يتم ببرامج الكمبيوتر المختلفة، وكذلك الحال بالنسبة للمعينات الفنية مثل الجرافيك والخرائط والمواد البصرية والسمعية المختلفة. وفوق ذلك كله فإن عملية البث المبرمج في بعض القنوات تتم دون تدخل من أجهزة التنسيق يدوياً بل وفق نظام يعتمد بالكامل على الكمبيوتر. (صادق، 2008م، ص57).

لقد غيرت التكنولوجيا مفهوم التلقي، ونقلت الجمهور عبرها من تفاعلية التلقي إلى بعدي اللامادية واللامتناهية في الزمان والمكان ليشكل ما أصبح يسمى بـ"عالم ما بعد التفاعلية للتلقي أو ما بعد الجمهور"، يتميز بالنشاط والتفاعلية المستمرة في الاتصال وإنتاج المعنى، فقد أصبح تلقي الخطاب الإعلامي والاتصالي من خلال التلفزيون يخضع للعديد من الضوابط المرتبطة بعلاقة الجمهور بالوسيلة الإعلامية والاتصالية وبالسياقات المختلفة التي تتم فيها عملية التلقي سواء أكانت ثقافية أو اجتماعية أو سياسية، فلم يقتصر فقط دور المتلقي في هذا الإطار على فهم وتفكيك رموز الرسائل الإعلامية مثلما كان في السابق، وإنما أصبح دوره أيضاً الآن وفي ظل النظريات الحديثة للتلقي وانعكاسات التطبيقات التكنولوجية الحديثة على الممارسة الإعلامية التلفزيونية هو المساهمة في تشكيل وإنتاج المعنى المتضمن في الخطاب الإعلامي التلفزيوني من خلال علاقته التفاعلية المستمرة في السياقات الثقافية والاجتماعية مع مضمون الخطاب وتكنولوجية الوسيلة، التي تحدد المعنى عبر تلف الدلالات والتأويلات الناتجة عنها. (ورقة عمل، سعدة، 2019م، ص26).

جون بافلوك Pavlik يقول: "إن المشهد الخاص بتكنولوجيات الإعلام الجديدة يتغير بمثل سرعة تطور هذه التكنولوجيات، وهي تحدث تغييراً راديكالياً في كل ما يتعلق بالطريقة التي نتواصل بها والأشخاص الذين نتواصل معهم. كما أنها تغير كافة أوجه الحياة التي نعيشها من بناء العلاقات الشخصية إلى خلق المصادر المالية والرعاية الصحية وغيرها. وفي كل عام فإن خطوات التطور التكنولوجي تتسارع وفي كل صباح يعلن عن مبتكر جديد". وهو يرى "ضرورة توفر خارطة طريق Road map وإطار مفاهيمي لفهم أبعاد وآثار تكنولوجيات الإعلام الجديد، وواحدة من أدوات رسم هذه الخريطة تكمن في فهم وظائفها الأساسية وهي الإنتاج Production، والتوزيع Distribution والعرض sDi play والتخزين Storage. وبالرغم من أن هذا المدخل يبدو محدوداً بسبب حالات التلاقى Convergence

والتماهي Blurring بين خطوط وسائل الاتصال لكن من المفيد تمييز الخطوط الموضحة لتكنولوجيات الإعلام الجديد. (صادق، 2009م، ص32).

البيئة التواصلية التي يعمل بداخلها التلفزيون تتسم بظهور نماذج تواصلية جديدة ساهمت التكنولوجيات الحديثة في ظهورها، فالعلاقة بين الوسائط الإعلامية والجمهور يحكمها نظام مخصوص من العلاقات، فالنموذج التواصلية الجديد الذي يساهم في تشكيله الانترنت يتسم بطابعه الأفقي والتشاركي والجمعي والتفاعلي، إذ تساهم تكنولوجيات المعلومات والاتصال في ظهور نموذج تواصلية جديد يسمح لمستخدمي الشبكة بالتواصل فيما بينهم والانتقال من وضع المتلقي إلى وضع الباث من خلال أشكال مختلفة كالمشاركة في الاستفتاءات الإلكترونية ومننديات الحوار والدرشة أو من خلال أشكال أكثر تطوراً كإنشاء المدونات والمساهمة في المؤلفات الجماعية. وتساهم هذه الأشكال التواصلية الجديدة والمضامين وهي نوع من ( web media التي ينتجها المستخدمون في ظهور ما يسمى "إعلام نحن" وهو الإعلام الذي يشارك في إنتاجه المستخدم.

وكل ذلك انعكس على البرامج الحوارية وجعلها تدخل مرحلة جديدة، حيث جعلت التقنية الرقمية:

1. الاتصال المتعدد الاتجاهات ممكناً.
2. يسمح للمشاركين بالتحكم في الفعل الاتصالي.
3. يدعم تبادل الأدوار بين المشاركين في العملية الاتصالية.
4. إمكانية رجع الصدى والسرعة التي يمكن أن يحدث وفقها رجع الصدى.
5. متطلبات رجع الصدى للترمانية في نفس الوقت، فالمحادثة الهاتفية هي مثال عند الاتصال التزامني، ويتطلب من المرسل والمتلقي التواصل في نفس

الوقت، وهذا عكس الاتصال اللا تزامني كحال البريد الإلكتروني أو استعمال الرد الآلي في محادثة الهاتف. ( نوال، 2012م، ص86).

وهذا ما أصبح سائداً في البرامج الحوارية، فمثلاً برنامج "نقطة حوار" الذي هو موضوع الدراسة ويعرض على قناة "BBC العربية" يستخدم كل ما سبق ذكره من تفاعلية واتصال متعدد الاتجاه، وكذلك تبادل أدوار بين المشاركين في العملية الاتصالية، وهذا يوضح أن البرامج الحوارية في مرحلة جديدة في ظل التطور التقنية الرقمية.

### لقطة توضح تفاعل أكثر من متصل مع مقدم البرنامج في وقت واحد



مفهوم التفاعل، الذي يظهر كوسيلة لجعل الجمهور يشارك على المباشر من المكان الذي يتابع فيه إلى برامجه المفضلة، ويعد الهاتف أحد مظاهر هذا التفاعل، إذ كان الهاتف (الأرضي)، وما زال الوسيلة الأكثر استعمالاً والأسهل، فهو يعدّ أعلى درجة تفاعلية لأنه يستعمل وفق الأسلوب الحوارية، أي يسمح بالحوار والمبادلة والاتصال الفعال على الخصوص عندما يتعلق بحصص الألعاب والحوارات مع الشخصيات العمومية أو النجوم أو الخبراء في مجال ما وسبر الآراء بخصوص موضوع من المواضيع يشغل بال الجمهور المتابع.

ثم تمت إضافة الرسائل المختصرة واصطلاح عليها بالرسائل الفورية أو ما يختصر بـ"SMS" يحرص على كتابتها وإرسالها جمهور البرامج الحوارية على أرقام خاصة، تضعها المحطة في خدمتهم من أجل ضمان وصول أكبر عدد من المشاركات الجماهيرية عبر برامجها التفاعلية، ومنها تسهيل فرصة تواصل العشرات ممن يتعذر عليهم فرصة الاتصال والمشاركة عبر الوسائط الأخرى المتوفرة عبر المحطة الإذاعية.

كما تستخدم المؤسسات الإعلامية الرائدة في مجال الخدمة حالياً تكنولوجيا الهاتف الجوال، كوسيط إعلامي جديد لتوزيع المضامين الإعلامية التلفزيونية والإذاعية خاصة ما تعلق بالخدمات الإخبارية. ويمكن بالتالي اعتبار الهاتف الجوال وسيطاً إعلامياً مستقلاً بذاته له ذات المعنى. يمثل الهاتف الجوال الوسيط الإعلامي الخامس له خصوصياته ، وحسب التسلسل التاريخي لظهور الوسائط الإعلامية بدءاً بالصحافة المكتوبة ثم الإذاعة والتلفزيون والانترنت. (نوال، 89، 2012).

وحالياً فإن التقنية الرقمية المستخدمة في وسائل الاتصال تحقق التفاعلية مع الجمهور وتتيح الاتصال في اتجاهين، مما أتاح سرعة الحصول على ردود أفعال الجماهير تجاه البرنامج والخدمات كافة والقدرة على استطلاع الآراء الفورية بشأن القضايا المحلية والوطنية والدولية. أما عن مساهمة الانترنت في تعزيز التفاعلية التي كانت محدودة في الوسائط الإعلامية الكلاسيكية، فقد تبنت من خلال مكانة المتلقي التي ارتقت إلى المستخدم أو المستعمل، حيث أصبحت لهذا المستعمل علاقة نشطة مع القناة التي يستمع إليها ويتفاعل مع برامجها، وهذا عن طريق البريد الإلكتروني ومنتديات النقاش والمدونات الشخصية، وأصبح المتلقي شريكاً إيجابياً في عملية الاتصال وليس مجرد هدف له، فمشاركة الجمهور أفضل من بقاءه مجرد متلقٍ سلبي خاصة وأن ذلك يتفق مع المفهوم الإنساني للاتصال الذي يجعل من

عملية الاتصال تفاعلاً بين أطراف متكافئة أكثر من كونه نقلاً من طرف إلى آخر.  
(نوال، مرجع سابق، ص90).

## الفصل الرابع :

### الدراسة الميدانية

أولاً : مجتمع البحث (قناة BBC العربية)

ثانياً : الإجراءات المنهجية

ثالثاً : عرض وتحليل البيانات وتفسيرها

رابعاً : مناقشة النتائج العامة

خامساً : النتائج

سادساً : التوصيات



## مجتمع الدراسة

### أولاً: نبذة عن قناة BBC العربية التلفزيونية

قناة (BBC) British Broadcasting Corporation . تأسست هيئة الإذاعة البريطانية BBC في عام 1922م وبدأ البث في عام 1923م كشركة راديو خاصة، ولكنها سرعان ما تعثرت، وفي عام 1927م تحوّلت الهيئة إلى شركة عامة عندما تدخلت الحكومة البريطانية للحفاظ على الوسيلة الإعلامية، ومنذ ذلك الوقت لم يسمح راديو BBC بالحصول على عائدات الإعلان والاعتماد عليها، وأصبح لها مصدران خارجيان للتمويل، الأول من الحكومة البريطانية في منحة مالية سنوية والثاني رسوم الترخيص الخاصة بأجهزة استقبال الراديو، وقد استمرت هذه الرسوم عند ظهور التلفزيون في المملكة المتحدة وما زالت قائمة حتى اليوم.

وقد التزمت هيئة الإذاعة البريطانية BBC منذ إنشائها بأن تكون إذاعة عامة. وقد لخص اللورد ريث Lord John Reith وهو واحد من أوائل المديرين في BBC رسالة الهيئة فيما يلي:

"إن الإذاعة يجب أن تكون في المستقبل خدمة عامة كما كانت في الماضي، بمعايير محددة. إنّ هذه الخدمة يجب ألا تستخدم لأغراض التسلية فقط.. وأن استخدامها بشكل عالمي كبير في التسلية فقط لن يكون تخلياً منها عن مسؤولياتها وإساءة لاستخدام قوتها، ولكن أيضاً إهانة للجماهير التي تخدمها".

أصبح التركيز على البرامج رفيعة المستوى مبدأ أساسياً لهيئة الإذاعة البريطانية وأصبحت نموذجاً للدول الأخرى عندما بدأ الراديو في الانتشار في جميع أنحاء العالم. (دراسة، الفلاح، 2011م، 102).

تبت BBC برامجها من خلال اليونيسات وكذلك القمر الأوروبي أوليمبس حتى بدأت المحطة عام 1987م باستخدام القمر الصناعي "انتلسات 5". وتعدّ محطة الـBBC رائدة في مجال البث التلفزيوني الموجه عبر الأقمار الاصطناعية، حيث تصل برامجها إلى أوروبا وآسيا والشرق الأوسط والأمريكتين بهوائيات صغيرة الحجم أو بأسلوب إعادة البث عن طريق محطة وسيطة أو من خلال الكابلات، حيث تستعين في برامجها الفضائية بقمرين من أقمار الاتصال هما القمر الآسيوي (آسيا سات) وقمر "انتلسات 6"، وقد حققت بأسلوبها نجاحات كبيرة على صعيد العمل الإعلامي نتيجة لامتلاكها الأجهزة المتطورة والإمكانات البشرية التي تقوم بجمع المعلومات أولاً بأول وتقديمها الأخبار بأسلوب البث المباشر. وتقدم BBC إضافة إلى تغطيتها الأحداث العالمية بثها المباشر للأخبار وشؤون وأحداث الساعة والمعلومات والمسلسلات والأفلام البريطانية والأجنبية والأحداث الرياضية والبرامج الفنية والثقافية والتربوية وحتى الدينية. (الهاشمي، 2012م، ص130).

يعمل في BBC أكثر من (200) مراسل، ولها (50) مكتباً في أغلب المواقع المهمة في العالم، وتعد برامج BBC متعددة الوسائط من إذاعة وانترنت وتلفزيون من خلال خدماتها لشبكة واسعة من الملتيميديا، قد تعزز هذا الحضور بعرض أصوات وصور كما أصبحت وجهات نظرهم وآراؤهم جزءاً من البرامج المنتجة ككل، وينقل بث حي لإذاعة BBC العربية علاوة على مقاطع فيديو موزعة إلكترونية، أما المواضيع الجديرة بالنقاش فيتم تسخير الهاتف والرسائل النصية (SMS) على الجوال وBBC. (دراسة، الفلاح، 2011م، 102).

### **القسم العربي في إذاعة BBC**

افتتح القسم العربي في هيئة الإذاعة البريطانية برامجه عام 1938، حيث عرض أول نشرة أخبار باللغة العربية كان خبرها الثالث يتضمن تنفيذ حكم الإعدام شنقاً

على مواطن عربي فلسطيني بأمر من محكمة عسكرية بريطانية (إبان الانتداب البريطاني في فلسطين)، وكان المحكوم عليه قد تم إلقاء القبض عليه في اضطرابات وقعت في جبال الخليل وكانت بحوزته بندقية وذخيرة، وقد أحدث إذاعة هذا الخبر صدمة وغضباً في العالم العربي وكذلك في وزارة الخارجية البريطانية.

واشتملت برامج البث العربي على المعلومات والتسليية وأحاديث لبعض السياسيين العرب، إضافة إلى البرامج الدينية خاصة في شهر رمضان، وحاولت الإذاعة تعزيز الصورة الإيجابية لها أمام المستمع العربي عن طريق انتهاج أسلوب يبتعد عن التعصب والتحيز والدعاية المباشرة في الرد على الدعاية الإيطالية والألمانية، كما اتسم الأسلوب البريطاني بالهدوء ودفع الاتهامات دون إشارة صريحة إلى مصدرها مع الإيحاء بالحياد والموضوعية في تناول القضايا والموضوعات. (عباس، 2018م، [annabaa.org](http://annabaa.org)).

### الموقع الإلكتروني لقناة BBC :

ولمسايرة التطورات التقنية في العمل الإعلامي قامت إذاعة BBC العربية بإنشاء موقع لها على شبكة الانترنت في عام 1997، وذلك للتعريف بالخدمة الإذاعية التي تقدمها BBC منذ عام 1938. وكان الموقع في البداية يضم معلومات عامة عن BBC وبرامجها ومواعيد الإرسال وموجات البث، ثم تطور تدريجياً وبإمكانات محدودة ليضم نصوص نشرات الأخبار وبتاً مباشراً لبرامج الإذاعة. وبعد الانطلاقة الحقيقية للموقع على شبكة الانترنت في 1999م انطلقت خدمة تحديث الأخبار على الموقع على مدى أربع وعشرين ساعة، وبمرور الوقت بدأ الموقع يحظى باهتمام مستخدمي الانترنت من خلال الأخبار التي يقدمها والمواد التوثيقية وخدمة الأخبار الصوتية على مدار اليوم، إضافة إلى الملفات الصوتية من لقاءات

وتصريحات، فضلاً عن ملفات الفيديو ومنتدى الحوار الذي يقدم منفذاً مهماً للجدل والمناقشة حول أحدث موضوعات الساعة بين رواد الموقع.

يعدّ موقع BBC واحداً من أكثر مواقع الويب التي يزورها المستخدمون باستمرار في جميع أنحاء العالم إذ يطلع عليه حوالي (12) مليوناً أسبوعياً. ويتم تحديث الموقع الحائز على عدة جوائز على مدار الساعة كي ينقل الأخبار والمعلومات والتحليلات لمستخدمي الانترنت الناطقين بالعربية. (دراسة الفلاحي، 2011م، 102).

كما تبث BBC أحدث أخبار الآن على الهواتف الجواله وأجهزة الكمبيوتر المحمولة وغيرها من الأجهزة اللاسلكية. ويمكن الإشتراك في خدمة أخبار BBC العربية العاجلة أيضاً على الهاتف المحمول في البحرين ومصر والأردن والكويت وعمان وقطر والمملكة العربية السعودية والسودان ودولة الإمارات المتحدة.

ويشكل العاملون في البرامج الإخبارية والسياسية نسبة كبيرة من كادر القسم العربي الذي يضم (80) شخصاً من الأصول العربية، بالإضافة إلى عدد آخر يعملون بعقد مؤقت ولا يحق لهؤلاء إبداء أي رأي سلبياً كان أم إيجابياً وفقاً لطبيعة العقد المبرم بينهم وبين BBC، وليس لهم الحق في التدخل في تحرير الأخبار أو كتابة التحليلات السياسية، بل إن عملهم يقتصر على مراقبة الترجمة والإشراف على تنفيذها كما تخضع جميع التقارير والأخبار للمراقبة أثناء بثها لمعرفة فيما إذا كان هناك تغيير طراً عليها أثناء قراءتها، فخلال الحرب العالمية الثانية كانت هيئة الإذاعة البريطانية تختار شخصاً من الأصول الإنجليزية يجيد اللغة العربية يجلس في الأستوديو مع مذيع النشرة يراقب قراءته لها، ففي حالة أن يكون المذيع قد خرج عن النص المكتوب أمامه وأضاف كلمات خارجة عنه يقوم هذا المراقب بإغلاق الإذاعة فوراً تحاشياً لأية أضرار قد تحدث من جراء ذلك. (عباس، 2018م،

(annabaa.org)

## برنامج "نقطة حوار":



"نقطة حوار" هو المنتدى التفاعلي الريادي المباشر متعدد الوسائط الذي يسبر أغوار قضية واحدة كل حلقة. يتسم البرنامج بالمصادقية، وهو بمثابة منتدى رئيسي لجدال حي متحمس حر ومتدفق، حيث يتمكن المستمعون في أرجاء العالم العربي من المساهمة بأفكارهم وآرائهم.

ويعكس البرنامج صوت المستمع الحقيقي ويتيح المجال له للإفصاح عن آرائه. كما هو فرصة لنقاش يجمع مختلف الآراء من العالم العربي ويتسم بالحيوية والصراحة والمكاشفة والمجادلة دون ملل.

مدة البرنامج (50) دقيقة على شاشة التلفزيون وموجات الإذاعة في آن واحد، ويتواصل لمدة ثلاثين دقيقة أخرى على موجات الإذاعة ومن خلال مشاركات المستمعين والمشاهدين عبر موقع نقطة حوار على شبكة الانترنت [www.bbcarabic.com](http://www.bbcarabic.com) المعد خصيصاً لهذا الغرض.

يعدّ هذا البرنامج المنقول على ثلاث وسائط حديثاً ريادياً وفريداً في البث الإعلامي العربي. وكمثال على ذلك، يستخدم "نقطة حوار" تقنيات معاصرة للوصول إلى نقاش تفاعلي حي. كما أن البرنامج يلجأ إلى استعمال المكالمات الهاتفية، والبريد

الإلكتروني، والرسائل النصية على الهواتف المحمولة، ومقاهي الانترنت، وآراء الشارع المصورة مسبقاً في المدن الكبرى، وكذلك تقنية الـ(G3) والمساهمات عبر كاميرا الانترنت.

يُبث "نقطة حوار" على قناة BBC التلفزيونية والإذاعة خمس مرات في الأسبوع (من الإثنين إلى الجمعة) في الساعة الثالثة وست دقائق مساءً بتوقيت جرينتش، ويتواصل النقاش على الراديو لمدة (30) دقيقة بعد البث على القناة التلفزيونية والانترنت. ويعاد البرنامج مرتين يومياً في الثالثة صباحاً والحادية عشرة صباحاً بتوقيت جرينتش. (الموقع الرئيسي لـBBC، [www.bbc.co.uk/arabic](http://www.bbc.co.uk/arabic))

يذكر محمود القصاص "رئيس تحرير برنامج نقطة حوار" في حوار مع جريدة "أخبار اليوم" أنه في كل يوم يجتمع مع فريق برنامج "نقطة حوار" في غرفة الأخبار في "BBC" العربية لاختيار موضوعات لطرحها للنقاش في البرنامج، وعلى سواء على الانترنت، أو على شبكات التواصل الاجتماعي، واختيار زوايا الحوار حول هذه الموضوعات، وهي مهمة صعبة. فالأخبار تتلاحق في المنطقة العربية بصورة كثيفة، والصراعات لا يخفت لهيبتها إلا ليعود للاشتعال من جديد، والأزمات تتزاحم للفوز بصدارة نشرات الأخبار والصفحات الأولى في الصحف. لكن في حقيقة الأمر اختيار موضوعات لطرحها للنقاش في برنامج "نقطة حوار" هو أمر أصعب مما قد يبدو، فلا بد أن تحظى الموضوعات التي نطرحها باهتمام قطاع واسع من المشاهدين والمستمعين، ولا بد أن نتحاور مع جمهورنا فيما يشغلهم ويعنيهم من قضايا، ولا بد أن نغطي هذه الأحداث والأزمات والمشكلات في مختلف المناطق بقدر المستطاع، لكن لا بد أيضاً أن نتناول القضايا الأكثر حضوراً والأشد جاذبية لجمهورنا، فهم الهدف الأساسي لكل ما نقدمه، والمحور الذي نركز عليه في كل ما نقوم به من جهد. وهذه القضايا تتعدد وتتنوع، وقد تكون ذات طابع سياسي أو اقتصادي أو اجتماعي

أو ثقافي. ولابد أن تتسم برامجنا بالتوازن والحياد اللذين تحرص عليهما BBC مع إفساح المجال للرأي والرأي الآخر، ولابد أن نختار ضيوف البرنامج بحيث يعبرون عن وجهات نظر متعددة، وأحياناً مختلفة تماماً، تجاه الأحداث التي تمر بها منطقتنا.

وفي بداية إطلاق البرنامج كان يمكن للجمهور التعبير عن آرائهم من خلال وسيلتين أساسيتين، هما إرسال مشاركات في "حوار مفتوح" حول إحدى القضايا المهمة على الانترنت، أو من خلال الاتصال بالبرنامج الذي كان وقتها يبث فقط على راديو BBC العربية. ومع اتساع حجم مشاركات ومساهمات القراء من جانب، ومطالبتهم بفتح المزيد من الحوارات حول ما يهمهم من أحداث وقضايا من جانب آخر، تم تخصيص صفحة كاملة على الموقع لمجموعة من الحوارات، وهي صفحة "شارك برأيك"، وأصبحت هذه الصفحة تتلقى مساهمات القراء بأشكال أخرى، مثل الصور أو مقاطع الفيديو، كما تم تخصيص مساحة لتلقي أفكار ومقترحات القراء في أي موضوع يرغبون في التعليق عليه بعنوان "مساحة حرة"، وهي متاحة على الصفحة الأولى من الموقع، وعلى صفحة "شارك برأيك" وعلى المواقع التالية. (محمود القصاص، مقابلة، أخبار اليوم ، 2012 akhbarelyom.com)

|   |                |
|---|----------------|
| <a href="http://www.bbc.co.uk/arabic">/http://www.bbc.co.uk/arabic</a>                          | صفحة الانترنت  |
| <a href="https://twitter.com/#!/Nuqtat_Hewar">https://twitter.com/#!/Nuqtat_Hewar</a>           | تويتر          |
| <a href="http://www.facebook.com/hewarbbc">http://www.facebook.com/hewarbbc</a>                 | صفحة الفيس بوك |
| <a href="http://www.youtube.com/playlist">http://www.youtube.com/playlist</a>                   | يوتيوب         |
| <a href="list=PL8A74EDEA54D9DEFA&amp;feature=plcp">list=PL8A74EDEA54D9DEFA&amp;feature=plcp</a> |                |

## ثانياً

### الإجراءات المنهجية

استخدمت الباحثة في هذه الدراسة بصفة أساسية المنهج المسحي أو ما يعرف بالمنهج الوصفي التحليلي، معتمدة على جمع المعلومات حول هذا الموضوع من مصادر مختلفة متمثلة في المراجع والكتب والمواقع الإلكترونية والخبراء في مجال البحث.

ويعدّ المنهج الوصفي نموذجاً معيارياً لخطوات جمع البيانات من المفردات البشرية، وهو الشكل الرئيس لجمع المعلومات عندما تشمل الدراسة عينة كبيرة ومنتشرة بالشكل الذي يصعب الاتصال بمفرداتها، مما يوفر جانباً كبيراً من الوقت والنفقات والجهد المبذول من خلال خطوات منهجية وموضوعية. (دراسة، آسيا، 2015م، ص179)

### أدوات البحث:

صحيفة الاستبانة هي الأداة المستخدمة للحصول على بيانات الدراسة الميدانية للتعرف على آراء العينة حول توظيف التقنية الرقمية في تطوير إنتاج البرامج الحوارية، وطُبق ذلك على قناة BBC برنامج "نقطة حوار"، ومن خلال متابعة الباحثة المستمرة لبرنامج "نقطة حوار" على قناة BBC وعبر الملاحظة والتفكير والتحليل لحلقات البرنامج باعتبار خلفية الباحث في مجال الإعلامى وإنتاج البرامج الحوارية.

### وصف الاستبانة:

احتوت الدراسة على استبانتين، ورقية وأخرى إلكترونية، نسخة إلكترونية أرسلت عن طريق موقع قوقل فورم الذي يسمح بتنزيل أسئلة الاستمارة وتوزيعها إلكترونياً عبر



رابط تحميل مجاني يتم نسخه وإرساله بكل الوسائط الإلكترونية الخاصة (Facebook, Email, whatsapp, Tweeter)، تصل للعينة وتقوم بملئها في الوقت المناسب له والمكان المناسب، وبمجرد ضغطة على زر الإرسال يصل للباحث عدد الردود ونسب وتحليل الإجابات فوراً.

وذلك بعد أن تم تصميم الاستمارة الورقية أولاً ووضع (54) سؤالاً، التي أعدتها الباحثة بعد الإطلاع على مجموعة من رسائل الماجستير والدكتوراه، ومن ثم عرضها على لجنة المحكمين من خبراء مناهج البحث لمعرفة ما إذا كانت الاستمارة تقيس بالفعل ما وضعت لقياسه، فتمّ عرض الاستمارة على د. ياسر بابكر رئيس قسم الإذاعة (راديو وتلفزيون) بجامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا ومنتج بقناة الشروق الفضائية، وكذلك الدكتور الطيب عمر أحمد أستاذ مشارك بقسم الإحصاء بكلية العلوم بجامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا ود. حمد طه العاقب بجامعة أفريقيا العالمية، حيث أكدوا صلاحيتها وملاءمتها للدراسة بعد إدخال بعض التعديلات عليها.

تنقسم الأسئلة في الاستمارة إلى خمسة أقسام على النحو التالي:

- القسم الأول: معلومات أساسية لتحديد بيانات عامة (شخصية) عن المبحوثين.
- القسم الثاني: معلومات تتعلق بالاهتمامات والمشاهدات للمبحوثين.
- القسم الثالث: أسئلة ومعلومات خاصة بفكرة ومضمون برنامج "نقطة حوار" على قناة BBC.
- القسم الرابع: أسئلة ومعلومات حول التقنية الرقمية والبرامج الحوارية.
- القسم الخامس: معلومات حول الرؤية المستقبلية.

## اختيار العينة:

تتناولت مشكلة البحث تأثير التقنية الرقمية في تطوير إنتاج البرامج الحوارية، مما جعل الباحثة تطبق هذه الدراسة على مجتمع مشاهدي القنوات الفضائية من الخبراء والمختصين، وفي مجالات العمل المهنية والأكاديمية المختلفة باعتبارها أكثر الفئات القادرة على التقويم بحكم الخبرة والتخصص. فتم اختيار عينة البحث لتشمل (قناة سودانية 24 - تلفزيون السودان - النيل الأزرق - الملاعب الرياضية - الجديان للتصميم)، وعدد من الأساتذة في الجامعات من كلية علوم الاتصال بجامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا وجامعة أفريقيا العالمية- جامعة الخرطوم - القرآن الكريم - كلية شرق النيل، جامعة بحري- كلية العلوم الإنسانية).

تم توزيع (60) استمارة منها 30 ورقية و30 إلكترونية، تسلمت الباحثة الاستبيان الورقي كاملاً وقامت بمراجعة الإجابات لمعرفة مدى استيفائها لمتطلبات الأسئلة، لكن الإلكتروني كان هناك خلل في (10) استمارات فكان إجمالي الاستمارات المتحصلة هي 50 استمارة.

واستخدام الاستمارة الإلكترونية هو نوع من توظيف التقنية في البحوث العلمية، وكانت إضافة ممتازة للبحث، فتجاوزت حدود الزمان والمكان، فكانت هناك عينة من خارج السودان لعدد من الأساتذة الإعلاميين ليشمل (قناة TRTARABI - BBC الأخبار - جامعة جازان - جامعة الإمام عبد الرحمن بن فيصل- وكالة أنباء الأمم المتحدة للشئون الإنسانية).

ولاية الجلفة  
لميمين البارقي  
الشئلف  
هد الأميم  
13456  
بوانو

توظيف التقنية الرقمية في إنتاج البرامج الحوارية  
دراسة علي "برنامج نقطة حوار بقناة BBC العربية"

توحيد سليمان علي - جامعة السوربان للتطووم والتكولوجيا - كلية علوم الاتصال

التن

هد إرسال كلمات المرور عبر نتائج Google مستظا

لو لمك إنشاء هدا المحتوى ولا اعلمهه من قبل Google (تحتج من ايجادا الاشخاص - تيروط القديمة

## ثالثاً

### تحليل البيانات

يتناول هذا الجزء تحليل البيانات، وقد تم التحليل الإحصائي باستخدام الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) الإصدار رقم (16) و هو أحد برامج الإحصائية التي تعمل تحت مظلة ويندوز، وهو عبارة عن مجموعة من القوائم والأدوات التي يمكن عن طريقها إدخال البيانات التي يحصل عليها الباحث العلمي عن طريق الاستبيانات أو المقابلات أو الملاحظات ، ومن ثم القيام بتحليلها (التحليل الإحصائي) ، ويعتمد النظام الإحصائي Spss على المعلومات الرقمية، ويتميز البرنامج بقدرته الكبيرة على معالجة البيانات التي يتم مدّه بها، ويمكن استخدامه في جميع مناهج البحث العلمي (www.mobt3ath.com ، 2017م)

حيث تم استخدام عدد من الأساليب الإحصائية المتقدمة مع أهداف البحث وفروضه وهي:

أ) اختبار ثبات المقياس: وذلك للتأكد من الثبات والاتساق الداخلي للعبارات المستخدمة في أداة البحث لكل محور.

ب) التحليل الوصفي: اعتمدت الباحثة على الجداول التكرارية والنسب المئوية في تحليل البيانات الأولية لعينة الدراسة، وإجابات المبحوثين لعبارات محاور الدراسة المختلفة.

صدق وثبات المقياس: يقصد بالصدق صلاحية أداة البحث في تحقيق أهداف الدراسة، وبالتالي مدى ارتفاع مستويات الثقة فيما توصلت إليه الدراسة.

جدول (1): قيم معامل ألفا (لكرونباخ) لصدق وثبات محاور المقياس

| اسم المحور  | عدد العبارات | الصدق | معامل ألفا (الثبات) |
|---|--------------|-------|---------------------|
| 1 مصادر المعلومات   | 6            | 83.9  | 70.4                |
| 2 نوعية البرامج الحوارية  | 5            | 73.5  | 76.3                |
| 3 أسباب مشاهدة البرامج الحوارية                                 | 5            | 88.03 | 77.5                |
| 4 أسباب عدم مشاهدة البرامج الحوارية                             | 5            | 86.9  | 75.6                |
| 5 عناصر البرنامج الحوارية                                       | 5            | 88.9  | 79.1                |
| 6 الفكرة والمضمون لبرنامج نقطة حوار                             | 13           | 88.3  | 78                  |
| 7 فاعلية التقنية الرقمية في توصيل الرسالة الإعلامية الإعلامية   | 10           | 83.8  | 70.3                |
| 8 مساهمة التقنية الرقمية في زيادة التفاعلية في البرامج الحوارية | 5            | 88.8  | 78.8                |
| 9 انعكاسات التقنية الرقمية على القائم بالاتصال في البرامج       | 6            | 86.1  | 74.2                |
| 10 تأثير استخدام التقنية الرقمية على تطوير انتاج برنامج نقطة    | 5            | 88.4  | 78.1                |
| الكلي   |              | 85.7  | 75.83               |

المصدر: من واقع تحليل بيانات الدراسة الميدانية (2019)

الجدول (1) يوضح نتائج قياس ثبات الاستبانة بطريقة ألفا- لكرونباخ (Cronbach Alpha) ، قامت الباحثة بحساب معامل ألفا لكل محور من محاور الدراسة وذلك بهدف اختبار ثبات هذه المحاور، ومعامل الصدق وتساوي الجذر التربيعي لمعامل ألفا. وتتراوح قيمة معامل ألفا بين (0) و(1) وكلما اقتربت من الواحد دلت على وجود ثبات عالٍ، وكلما اقتربت من الصفر دلت على ضعف الثبات. ويبين الجدول رقم (1) الصدق ومعامل الثبات لمحاور أداة الدراسة. وقد تراوحت ما بين (64.8 و77.1) وهي معاملات مقبولة إحصائياً، وكذلك معامل الثبات للأداة ككل بلغ (89.7%). وبالتالي يمكن القول إن الأداة المستخدمة تتمتع بدرجة صدق وثبات جيدة وتخدم الهدف الذي صممت من أجله.

## الاتساق الداخلي والارتباط لمحاور الدراسة:

جدول (2): قيم معامل الارتباط لبيرسون (r) لعبارات مصادر الحصول على المعلومات (ن=50)

| رقم | العبرة   | قيمة معامل الارتباط (r) | الاحصائية | دلالة الارتباط   |
|-----|--|-------------------------|-----------|------------------|
| 1   | القنوات التلفزيونية الفضائية                   | 0.66                    | 0.000     | دال احصائياً     |
| 2   | الراديو  | 0.62                    | 0.184     | غير دال احصائياً |
| 3   | الصحف اليومية                                  | 0.662                   | 0.001     | دال احصائياً     |
| 4   | الانترنت ومواقع التواصل الإجتماعي              | 0.796                   | 0.000     | دال احصائياً     |
| 5   | المراكز والنوادي والمكتبات والإتحادات الثقافية | 0.33                    | 0.000     | دال احصائياً     |

**ملحوظة:** الاختبار عند مستوى معنوية (0.05) ودرجة حرية (4).

**المصدر:** من واقع تحليل بيانات الدراسة الميدانية (2019)

يتضح من خلال الجدول (2) أن قيم معامل بيرسون (r) للارتباط موجبة وأكبر من الصفر وأقل من الواحد الصحيح، وأن قيم الاحتمالية أقل من مستوى المعنوية (0.05)، وهذا يؤكد وجود ارتباط متوسط، حيث كانت أقل قيمة لمعامل بيرسون هي (0.33)، وأكبر قيمة هي حوالي (0.79). وهذا يدل على أنّ هناك اتساقاً داخلياً لعبارات المحور وبالتالي صلاحيتها وقدرتها لقياس الهدف الذي وضعت من أجله، وقدرتها لقياس الهدف الذي وضعت من أجله.

**جدول (3): قيم معامل الارتباط لبيرسون (r) لعبارات محور البرامج الحوارية (ن=50)**

| رقم | العبارة    | قيمة معامل الارتباط (r) | الاحصائية | دلالة الارتباط   |
|-----|------------|-------------------------|-----------|------------------|
| 1   | المنوعات   | 0.67                    | 0.015     | دال احصائياً     |
| 2   | الثقافية   | 0.53                    | 0.024     | دال احصائياً     |
| 3   | الرياضية   | 0.64                    | 0.002     | دال احصائياً     |
| 4   | السياسية   | 0.72                    | 0.000     | دال احصائياً     |
| 5   | الإجتماعية | 0.32                    | 0.157     | غير دال احصائياً |
| 6   | الإقتصادية | 0.69                    | 0.005     | دال احصائياً     |

**ملحوظة :** الاختبار عند مستوى معنوية (0.05) ودرجة حرية (4).

**المصدر:** من واقع تحليل بيانات الدراسة الميدانية (98)

يتضح من خلال الجدول (3) أن قيم معامل بيرسون (r) للارتباط موجبة وأكبر من الصفر وأقل من الواحد الصحيح، وأن قيم الاحتمالية أقل من مستوى المعنوية (0.05)، وهذا يؤكد وجود ارتباط متوسط، حيث كانت أقل قيمة لمعامل بيرسون هي (0.32)، وأكبر قيمة هي حوالي (0.72). وهذا يدل على أن هناك اتساقاً داخلياً لعبارات المحور وبالتالي صلاحيتها وقدرتها لقياس الهدف الذي وضعت من أجله.

**جدول (4): قيم معامل الارتباط لبيرسون (r) لعبارات محور أسباب مشاهدة البرامج الحوارية (ن=50)**

| رقم | العبارة                  | قيمة معامل الارتباط (r) | الاحصائية | دلالة الارتباط |
|-----|--------------------------|-------------------------|-----------|----------------|
| 1   | مواكبة الأحداث           | 0.74                    | 0.000     | دال احصائياً   |
| 2   | معرفة الآراء المختلفة    | 0.53                    | 0.000     | دال احصائياً   |
| 3   | لمصداقيتها               | 0.26                    | 0.048     | دال احصائياً   |
| 4   | لما يقدم فيها من معلومات | 0.36                    | 0.000     | دال احصائياً   |

**ملحوظة :** الاختبار عند مستوى معنوية (0.05) ودرجة حرية (4).

**المصدر:** من واقع تحليل بيانات الدراسة الميدانية (2019)

يتضح من خلال الجدول (4) بأن قيم معامل بيرسون ( $r$ ) للارتباط موجبة وأكبر من الصفر وأقل من الواحد الصحيح، وأن قيم الاحتمالية أقل من مستوى المعنوية (0.05)، وهذا يؤكد وجود ارتباط يتدرج من ضعيف إلى قوي، حيث كانت أقل قيمة لمعامل بيرسون هي (0.26)، وأكبر قيمة هي حوالي (0.74). وهذا يدل على أن هناك اتساقاً داخلياً لعبارات المحور وبالتالي صلاحيتها وقدرتها لقياس الهدف الذي وضعت من أجله.

**جدول (5): قيم معامل الارتباط لبيرسون ( $r$ ) لعبارات محور أسباب عدم مشاهدة البرامج الحوارية (ن=50)**

| رقم | العبارة   | قيمة معامل الارتباط ( $r$ ) | الاحصائية | دلالة الارتباط   |
|-----|---|-----------------------------|-----------|------------------|
| 1   | قلة الإمكانيات المخصصة للإنتاج مما يجعل البرامج الثقافية ضعيفة المستوى فنياً وتقنياً. | 0.594                       | 0.000     | دال احصائياً     |
| 2   | توقيت عرض البرامج الحوارية غير مناسب  | 0.588                       | 0.258     | غير دال احصائياً |
| 3   | ابتعاد الموضوعات المطروحة فيها عن   | 0.408                       | 0.048     | دال احصائياً     |
| 4   | تفضيل الجمهور لبرامج المنوعات وبرامج  | 0.592                       | 0.048     | دال احصائياً     |
| 5   | تدني المستوى الفني للبرنامج.  | 0.581                       | 0.000     | دال احصائياً     |

**ملحوظة:** الاختبار عند مستوى معنوية (0.05) ودرجة حرية (4).

**المصدر:** من واقع تحليل بيانات الدراسة الميدانية (2019)

يتضح من خلال الجدول (5) بأن قيم معامل بيرسون ( $r$ ) للارتباط موجبة وأكبر من الصفر وأقل من الواحد الصحيح، وأن قيم الاحتمالية أقل من مستوى المعنوية (0.05) وهذا يؤكد وجود ارتباط متوسط. حيث كانت أقل قيمة لمعامل بيرسون هي (0.408)، وأكبر قيمة هي حوالي (0.594). وهذا يدل على أن هناك اتساقاً داخلياً لعبارات المحور وبالتالي صلاحيتها وقدرتها لقياس الهدف الذي وضعت من أجله.



جدول (6): قيم معامل الارتباط لبيرسون (r) لعبارات محور معايير نجاح البرنامج  
الحواري (ن=50)

| رقم | العبرة                    | قيمة معامل الارتباط<br>(r) | الاحصائية | دلالة الارتباط |
|-----|---------------------------|----------------------------|-----------|----------------|
| 1   | مقدم البرنامج             | 0.594                      | 0.000     | دال احصائياً   |
| 2   | الموضوع المطروح           | 0.588                      | 0.258     | غير دال        |
| 3   | الضيوف                    | 0.408                      | 0.048     | دال احصائياً   |
| 4   | التفاعلية ومشاركة الجمهور | 0.592                      | 0.048     | دال احصائياً   |
| 5   | جودة الصورة والصوت        | 0.581                      | 0.000     | دال احصائياً   |

ملحوظة: الاختبار عند مستوى معنوية (0.05) ودرجة حرية (4).

المصدر: من واقع تحليل بيانات الدراسة الميدانية (2019)

يتضح من خلال الجدول (6) أن قيم معامل بيرسون (r) للارتباط موجبة وأكبر من الصفر وأقل من الواحد الصحيح، وأن قيم الاحتمالية أقل من مستوى المعنوية (0.05)، وهذا يؤكد وجود ارتباط يتدرج من متوسط إلى قوي جداً. حيث كانت أقل قيمة لمعامل بيرسون هي (0.438)، وأكبر قيمة هي حوالي (0.86). وهذا يدل على أن هناك اتساقاً داخلياً لعبارات المحور، وبالتالي صلاحيتها وقدرتها لقياس الهدف الذي وضعت من أجله.

جدول (7): قيم معامل الارتباط لبيرسون (r) لعبارات محور فكرة ومضمون برنامج نقطة حوار (ن=50)

| رقم العبارة | معامل ارتباط بيرسون (r) | الاحصائية | دلالة الارتباط |
|-------------|-------------------------|-----------|----------------|
| 1           | 0.612                   | 0.000     | دال معنوياً    |
| 2           | 0.435                   | 0.001     | دال معنوياً    |
| 3           | 0.551                   | 0.03      | دال معنوياً    |
| 4           | 0.482                   | 0.000     | دال معنوياً    |
| 5           | 0.568                   | 0.000     | دال معنوياً    |
| 6           | 0.67                    | 0.000     | دال معنوياً    |
| 7           | 0.484                   | 0.001     | دال معنوياً    |
| 8           | 0.315                   | 0.001     | دال معنوياً    |
| 9           | 0.561                   | 0.001     | دال معنوياً    |
| 10          | 0.321                   | 0.001     | دال معنوياً    |
| 11          | 0.632                   | 0.001     | دال معنوياً    |
| 12          | 0.712                   | 0.000     | دال معنوياً    |
| 13          | 0.653                   | 0.000     | دال معنوياً    |

**ملحوظة:** الاختبار عند مستوى معنوية (0.05) ودرجة حرية (50).

**المصدر:** من واقع تحليل بيانات الدراسة الميدانية (2019)

يتضح من خلال الجدول (7) بأن قيم معامل بيرسون (r) للارتباط موجبة وأكبر من الصفر وأقل من الواحد الصحيح، وأن قيم الاحتمالية أقل من مستوى المعنوية (0.05)، وهذا يؤكد وجود ارتباط متوسط، حيث كانت أقل قيمة لمعامل بيرسون هي

(0.32)، وأكبر قيمة هي حوالي (0.71). وهذا يدل على أن هناك اتساقاً داخلياً لعبارات المحور، وبالتالي صلاحيتها وقدرتها لقياس الهدف الذي وضعت من أجله.

جدول (8): قيم معامل الارتباط لبيرسون (r) لعبارات محور فاعلية التقنية الرقمية في توصيل الرسالة الإعلامية (ن=50)

| رقم | العبارة   | معامل ارتباط | الاحصائية | دلالة الارتباط |
|-----|---|--------------|-----------|----------------|
| 1   | ساعدت التقنية المستخدمة في البرنامج على اتساع الجمهور المتابع وظهور ما يعرف بالاجماهيرية.   | 0.321        | 0.000     | دال معنوياً    |
| 2   | يمكن للجمهور متابعة المادة الإعلامية في أي وقت وأي وسيلة يريدونها مما خلق اللاتزامنية.      | 0.527        | 0.000     | دال معنوياً    |
| 3   | بفضل التقنية تلاشت الحدود الفاصلة بين التلفزيون والانترنت                                   | 0.641        | 0.000     | دال معنوياً    |
| 4   | مواقع التواصل الإجتماعي قللت من دور التلفزيون في توصيل، الرسالة الإعلامية.                  | 0.362        | 0.001     | دال معنوياً    |
| 5   | نجح برنامج نقطة حوار في الجمع بين تقنيات التلفزيون والراديو والانترنت لتوصيل رسال البرنامج. | 0.551        | 0.000     | دال معنوياً    |
| 6   | برنامج نقطة حوار يسخر كل التقنيات الموجودة لتوصيل   | 0.452        | 0.021     | دال معنوياً    |
| 7   | للتقنية الرقمية دور في زيادة مساحة التعبير وتوفير   | 0.223        | 0.000     | دال معنوياً    |
| 8   | التقنية الرقمية أعطت للبرامج الحوارية الحيوية والتفاعلية.                                   | 0.612        | 0.000     | دال معنوياً    |
| 9   | المستقبل الآن للحوار الإلكتروني بدلاً عن الحوار التقليدي.                                   | 0.642        | 0.000     | دال معنوياً    |
| 10  | التقنية الرقمية أفقدت البرنامج سيطرته على الرسالة الإعلامية فلم يعد مرسلاً فقط بل مستقبل.   | 0.42         | 0.000     | دال معنوياً    |

**ملحوظة:** الاختبار عند مستوى معنوية (0.05) ودرجة حرية (50).  
المصدر: من واقع تحليل بيانات الدراسة الميدانية (2019)

يتضح من خلال الجدول (8) أن قيم معامل بيرسون ( $r$ ) للارتباط موجبة وأكبر من الصفر وأقل من الواحد الصحيح، وأن قيم الاحتمالية أقل من مستوى المعنوية (0.05)، وهذا يؤكد وجود ارتباط متوسط، حيث كانت أقل قيمة لمعامل بيرسون هي (0.321)، وأكبر قيمة هي حوالي (0.642). وهذا يدل على أنّ هناك اتساقاً داخلياً لعبارات المحور، وبالتالي صلاحيتها وقدرتها لقياس الهدف الذي وضعت من أجله.

**جدول (9): قيم معامل الارتباط لبيرسون ( $r$ ) لعبارات محور مساهمة التقنية الرقمية في زيادة التفاعلية في البرامج الحوارية (ن=50)**

| رقم | العبرة  | معامل الارتباط | الاحصائية | دلالة الارتباط |
|-----|---|----------------|-----------|----------------|
| 1   | التقنية أوجدت منصات متعددة لمشاركة الجمهور في البرنامج.                                 | 0.564          | 0.000     | دال معنوياً    |
| 2   | الجمهور في برنامج نقطة حوار له دور ايجابي فهو لا يتابع البرنامج فقط بل يشارك.           | 0.532          | 0.002     | دال معنوياً    |
| 3   | متابعي البرنامج المتفاعلين هم من النخبة وليس عامة الجمهور.                              | 0.465          | 0.041     | دال معنوياً    |
| 4   | يعتمد البرنامج على اختيار عينة من آراء المشاركين قد لا تمثل رأي الأغلبية.               | 0.411          | 0.000     | دال معنوياً    |
| 5   | أثر عنصر التفاعلية على جودة ومصداقية المحتوى سلباً فأصبح الحوار متاحاً ومفتوحاً للجميع. | 0.570          | 0.000     | دال معنوياً    |

**ملحوظة:** الاختبار عند مستوى معنوية (0.05) و درجة حرية (50).

**المصدر:** من واقع تحليل بيانات الدراسة الميدانية (2019)

يتضح من خلال الجدول (9) أن قيم معامل بيرسون ( $r$ ) للارتباط موجبة وأكبر من الصفر وأقل من الواحد الصحيح، وأن قيم الاحتمالية أقل من مستوى المعنوية (0.05)، وهذا يؤكد وجود ارتباط متوسط، حيث كانت أقل قيمة لمعامل بيرسون هي (0.41)، وأكبر قيمة هي حوالي (0.57). وهذا يدل على أنّ هناك اتساقاً داخلياً لعبارات المحور وبالتالي صلاحيتها وقدرتها لقياس الهدف الذي وضعت من أجله.

جدول (10): قيم معامل الارتباط لبيرسون (r) لعبارات محور انعكاسات التقنية الرقمية على القائم بالاتصال في البرامج الحوارية (ن=50)

| رقم | العبرة   | معامل ارتباط | الاحصائية | دلالة الارتباط |
|-----|--|--------------|-----------|----------------|
| 1   | ساعدت التقنية الرقمية في وجود تفاعل بين الجمهور المتابع والقائم بالاتصال " مقدم البرنامج".                     | 0.652        | 0.000     | دال معنوياً    |
| 2   | تؤثر كفاءة مقدم البرنامج في التعامل مع أجهزة الكمبيوتر والتكيف مع واقع العصر الإلكتروني على أداءه في البرنامج. | 0.331        | 0.001     | دال معنوياً    |
| 3   | المتلقي بفضل التقنية أصبح مرسل للرسالة ويتدخل في سيرها   | 0.641        | 0.000     | دال معنوياً    |
| 4   | يشكل رجوع الصدى الفوري مصدر ضغط لمقدم البرنامج.  | 0.482        | 0.002     | دال معنوياً    |
| 5   | أصبحت الممارسة الإعلامية تتطلب عناصر بشرية على أعلى مستوى من المقدرة والتخصص الفني والإعلامي                   | 0.654        | 0.000     | دال معنوياً    |
| 6   | التقنية الرقمية قللت من دور مقدم البرنامج في إدارة الحوار.   | 0.531        | 0.001     | دال معنوياً    |

**ملحوظة :** الاختبار عند مستوى معنوية (0.05) ودرجة حرية (50).  
المصدر: من واقع تحليل بيانات الدراسة الميدانية (2019)

يتضح من خلال الجدول (10) أن قيم معامل بيرسون (r) للارتباط موجبة وأكبر من الصفر وأقل من الواحد الصحيح، وأن قيم الاحتمالية أقل من مستوى المعنوية (0.05)، وهذا يؤكد وجود ارتباط يتدرج من ضعيف إلى متوسط. حيث كانت أقل قيمة لمعامل بيرسون هي (0.33)، وأكبر قيمة هي حوالي (0.652). وهذا يدل على أنّ هناك اتساقاً داخلياً لعبارات المحور وبالتالي صلاحيتها وقدرتها لقياس الهدف الذي وضعت من أجله.

جدول (11): قيم معامل الارتباط لبيرسون (r) لعبارات محور تأثير استخدام التقنية الرقمية على انتاج برنامج نقطة حوار (ن=50)

| رقم | العبارة   | معامل ارتباط | الاحصائية | دلالة الارتباط       |
|-----|---|--------------|-----------|----------------------|
| 1   | التقنية الرقمية تؤثر على نجاح البرنامج.   | 0.484        | 0.000     | الارتباط دال معنوياً |
| 2   | استخدام البرنامج مواقع التواصل الاجتماعي بفاعلية كبيرة أفقد البرنامج قلبه الحوارى التلفزيوني. | 0.315        | 0.032     | الارتباط دال معنوياً |
| 3   | كثرة التقنية المستخدمة في البرنامج تشوش على المتلقي سلباً                                     | 0.34         | 0.000     | الارتباط دال معنوياً |
| 4   | كفاءة وجودة الصوت الصوت عنصر مهم في نجاح  | 0.482        | 0.000     | الارتباط دال معنوياً |
| 5   | الشكل الإخراجي وتوظيف شاشة ال vedio wall كان بمثابة عنصر جذب للمتابعين.                       | 0.613        | 0.000     | الارتباط دال معنوياً |

**ملحوظة:** الاختبار عند مستوى معنوية (0.05) ودرجة حرية (50).  
المصدر: من واقع تحليل بيانات الدراسة الميدانية (2019)

يتضح من خلال الجدول (11) أن قيم معامل بيرسون (r) للارتباط موجبة وأكبر من الصفر وأقل من الواحد الصحيح، وأن قيم الاحتمالية أقل من مستوى المعنوية (0.05)، وهذا يؤكد وجود ارتباط يتدرج من ضعيف إلى متوسط، حيث كانت أقل قيمة لمعامل بيرسون هي (0.315)، وأكبر قيمة هي حوالي (0.613). وهذا يدل على أن هناك اتساقاً داخلياً لعبارات المحور وبالتالي صلاحيتها وقدرتها لقياس الهدف الذي وضعت من أجله.

## أ) تحليل البيانات الأولية لعينة الدراسة:

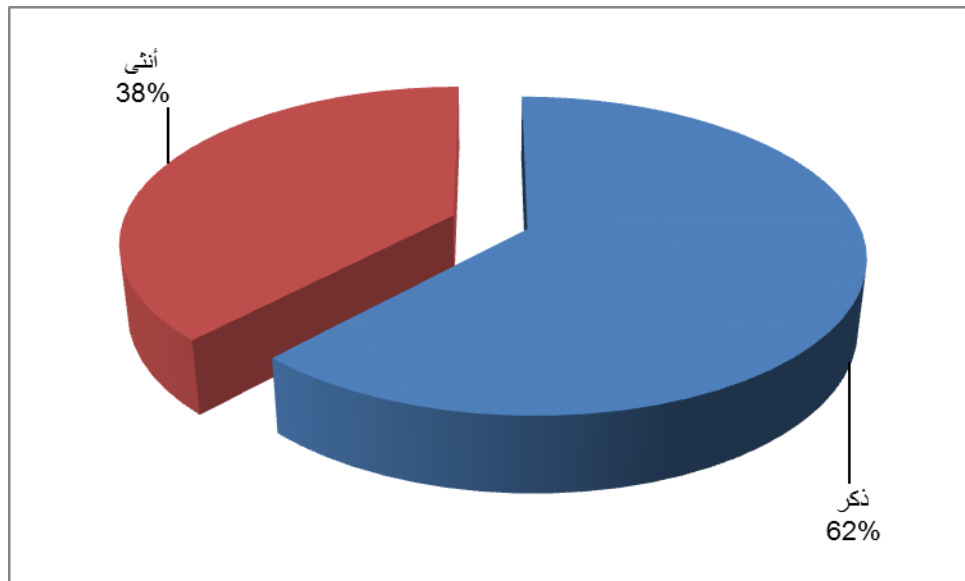
تميزت مفردات عينة الدراسة بمجموعة من الصفات الديموغرافية تمثلت في (النوع، العمر، المؤهل العلمي، المهنة، الحالة الاجتماعية).. فيما يلي التوزيعات بالتكرارات والنسب المئوية لهذه المتغيرات:

جدول (12): التوزيع التكراري والنسبي المئوي لعينة الدراسة حسب النوع

| النوع   | العدد | النسبة المئوية |
|---------|-------|----------------|
| ذكر     | 31    | 62%            |
| أنثى    | 19    | 38%            |
| المجموع | 50    | 100%           |

المصدر: من واقع تحليل بيانات الدراسة الميدانية (2019)

يوضح الجدول (12) توزيع عينة الدراسة حسب متغير النوع، ويتبين أن هناك (31) مشاركاً يمثلون (62%) من العينة من (الذكور)، بينما هناك (19) مشاركاً يمثلون (38%) من العينة من (الإناث). أي أن الغالبية من عينة الدراسة كانوا من الذكور. الشكل (1) يوضح ذلك بيانياً.

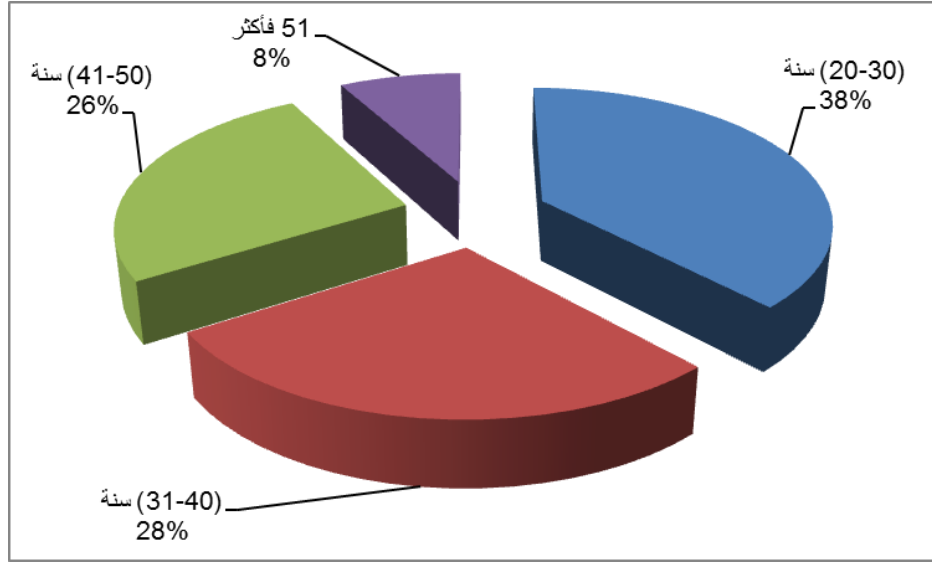


شكل (1): التوزيع النسبي المئوي لعينة الدراسة حسب النوع

جدول (13): التوزيع التكراري والنسبي المئوي لعينة الدراسة حسب العمر

| العمر       | العدد | النسبة المئوية |
|-------------|-------|----------------|
| سنة (30-20) | 19    | %38            |
| سنة (40-31) | 14    | %28            |
| سنة (50-41) | 13    | %26            |
| 51 فأكثر    | 4     | %8             |
| المجموع     | 50    | %100           |

المصدر: من واقع تحليل بيانات الدراسة الميدانية (2019)



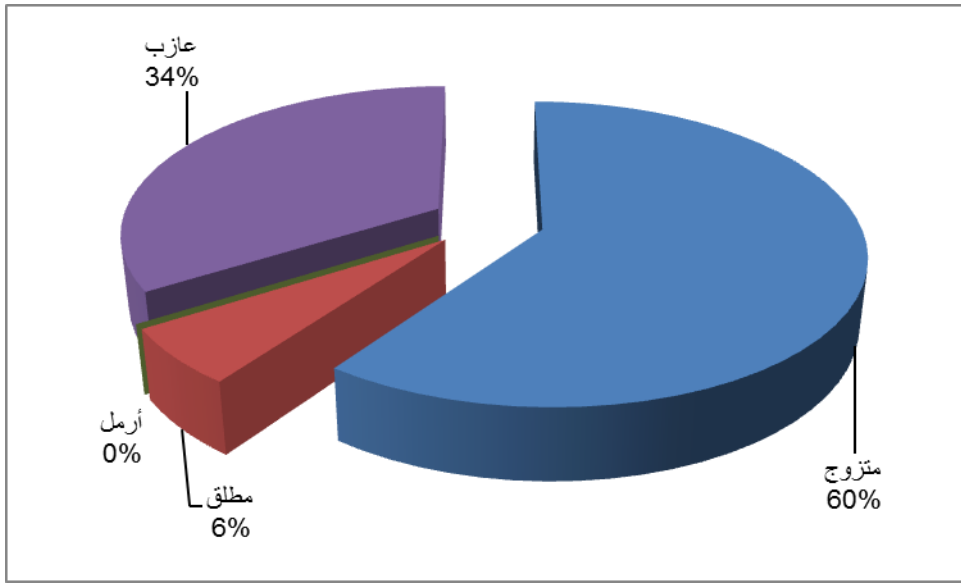
شكل (2): التوزيع النسبي المئوي لعينة الدراسة حسب العمر

الجدول (13) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب متغير العمر، ويتضح أن هناك (19) مشاركاً بنسبة مئوية (38%) من الفئة العمرية (30-20) سنة، هناك (14) مشاركاً بنسبة (28%) تقع أعمارهم ضمن الفئة العمرية (40-31) سنة، وهناك (13) مشاركاً بنسبة (26%) من عينة الدراسة من الفئة العمرية (50-41) سنة، وكان هناك (4) مشاركين فقط يشكلون (8%) من عينة الدراسة أعمارهم أكثر من 50 سنة. من هذه النتيجة يتضح أن الفئة العمرية الأكثر تكراراً هي (30-20) سنة، تليها الفئة العمرية (40-31) سنة، مما يعني بأن عينة الدراسة يغلب عليها الشباب.



جدول (14): التوزيع التكراري والنسبي المئوي لعينة الدراسة حسب الحالة الاجتماعية

| الحالة الاجتماعية | العدد | النسبة |
|-------------------|-------|--------|
| متزوج             | 30    | 60%    |
| مطلق              | 3     | 6%     |
| أرمل              | 0     | 0%     |
| عازب              | 17    | 34%    |
| المجموع           | 50    | 100%   |



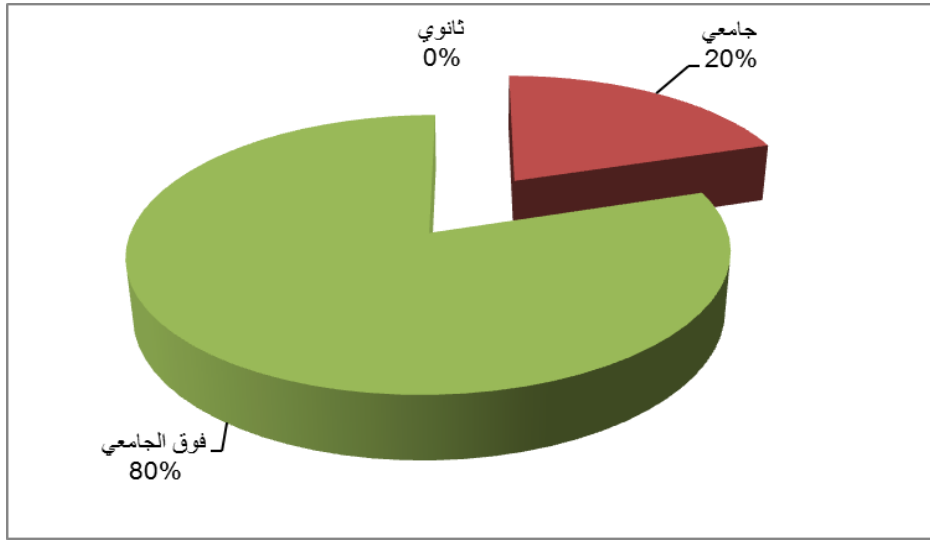
شكل (3): التوزيع النسبي المئوي لعينة الدراسة حسب الحالة الاجتماعية

يوضح الجدول (14) توزيع عينة الدراسة حسب الحالة الاجتماعية، ويتضح أن هناك (30) مشاركاً يمثلون (60%) من العينة متزوجين، و(3) مشاركين بنسبة بلغت (6%) من فئة (مطلق)، وهناك (17) مشاركاً بنسبة (34%) من فئة عازب. ويتبين أن الغالبية كانوا من المتزوجين، وذلك مؤشر إيجابي على الاستقرار والسكون النفسي لآراء العينة كما ورد في قوله تعالى: (وَمِنْ آيَاتِهِ أَنْ خَلَقَ لَكُمْ مِنْ أَنْفُسِكُمْ أَزْوَاجًا لِتَسْكُنُوا إِلَيْهَا وَجَعَلَ بَيْنَكُمْ مَوَدَّةً وَرَحْمَةً إِنَّ فِي ذَلِكَ لآيَاتٍ لِقَوْمٍ يَتَفَكَّرُونَ)

جدول (15): التوزيع التكراري والنسبي المئوي لعينة الدراسة حسب المستوى التعليمي

| المؤهل العلمي | العدد | النسبة المئوية |
|---------------|-------|----------------|
| ثانوي         | 0     | 0%             |
| جامعي         | 10    | 20%            |
| فوق الجامعي   | 40    | 80%            |
| المجموع       | 50    | 100%           |

المصدر: من واقع تحليل بيانات الدراسة الميدانية (2019)

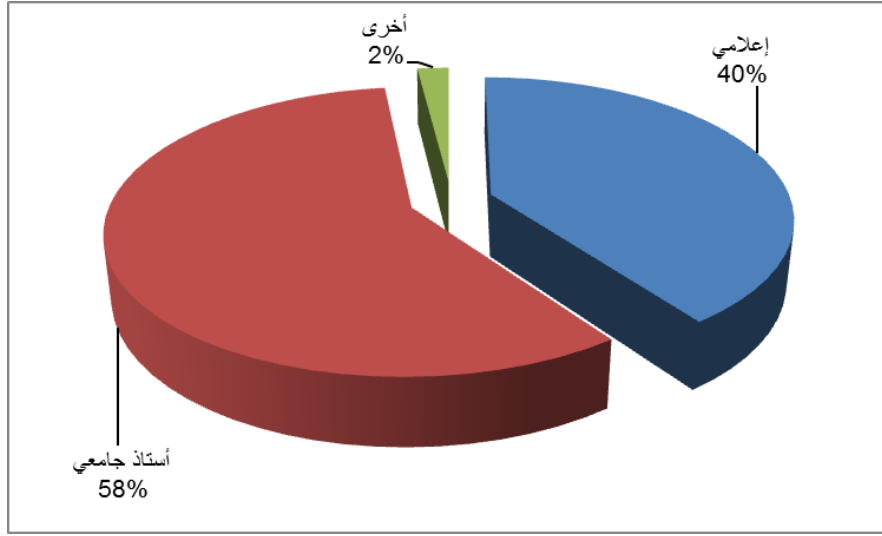


شكل (4): التوزيع النسبي المئوي لعينة الدراسة حسب المستوى التعليمي

يوضح الجدول (15) توزيع عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي، وبين أن هناك (10) مشاركين بنسبة مئوية (20%) من العينة مستواهم التعليمي جامعي، وهناك (40) مشاركاً بنسبة (80%) من عينة الدراسة تعليمهم فوق الجامعي. وهذا يؤكد أن عينة الدراسة تمتاز بمستوى جيد جداً من التأهيل العلمي مما يؤكد على أن العينة هي من الخبراء والمختصين في هذا المجال مما ينعكس إيجاباً على الدراسة ومصداقية وعمق وصحة الآراء والتوصيات الواردة في الدراسة.

جدول (16): التوزيع التكراري والنسبي المئوي لعينة الدراسة حسب المهنة

| المهنة      | العدد | النسبة المئوية |
|-------------|-------|----------------|
| إعلامي      | 20    | 40%            |
| أستاذ جامعي | 29    | 58%            |
| أخرى        | 1     | 2%             |
| المجموع     | 50    | 100%           |



شكل (5): التوزيع النسبي المئوي لعينة الدراسة حسب المهنة

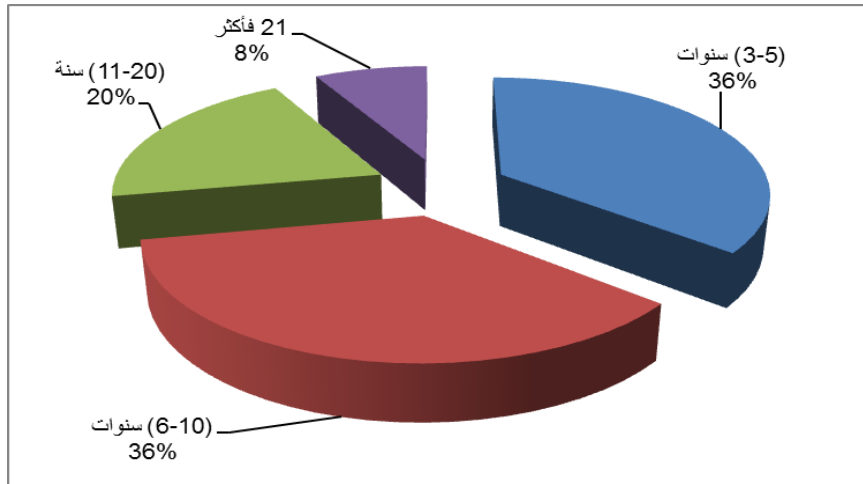
يوضح الجدول (16) توزيع عينة الدراسة حسب المهنة، ويتضح أن هناك (20) مشاركاً، يمثلون (40%) من العينة من الإعلاميين، و(29) مشاركاً بنسبة بلغت (58%) من أساتذة الجامعات، وهناك مشاركاً واحداً بنسبة (2%) من مهن أخرى. وقد اختلفت أماكن عمل المبحوثين وفقاً للمهنة، حيث كان الأساتذة من عدة جامعات مثل (أفريقيا العالمية، السودان للعلوم والتكنولوجيا، الخرطوم، القرآن الكريم، جامعة بحري، كلية شرق النيل، جامعة جازان، جامعة الإمام عبد الرحمن فيصل)، بينما كان الإعلاميون يمثلون مؤسسات إعلامية مختلفة مثل: (قناة سودانية 24، تلفزيون السودان القومي، قناة الشروق، وكالات أنباء، راديو الحياة، قناة TRT العربية، قناة

الملاعب الرياضية وقناة BBC الأخبار). وبذلك تكون الدراسة جمعت بين المهنيين والأكاديميين حتى تتكامل آراؤهم لمصلحة الدراسة.

جدول (17): التوزيع التكراري والنسبي المئوي لعينة الدراسة حسب سنوات الخبرة

| سنوات الخبرة | العدد | النسبة المئوية |
|--------------|-------|----------------|
| (3-5) سنوات  | 18    | 36%            |
| (6-10) سنوات | 18    | 36%            |
| (11-20) سنة  | 10    | 20%            |
| 21 فأكثر     | 4     | 8%             |
| المجموع      | 50    | 100%           |

المصدر: من واقع تحليل بيانات الدراسة الميدانية (2019)



شكل (6): التوزيع النسبي المئوي لعينة الدراسة حسب سنوات الخبرة

الجدول (17) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب سنوات الخبرة، ويتضح أن هناك (18) مشاركاً بنسبة مئوية (36%) تقع سنوات خبرتهم ضمن الفئة (3-5) سنة، وكذلك هناك (18) مشاركاً بنسبة (36%) تقع سنوات خبرتهم ضمن الفئة (6-10) سنوات، وهناك (10) مشاركين بنسبة (20%) من عينة الدراسة تقع سنوات خبرتهم ضمن الفئة (11-20) سنة، وهناك (4) مشاركين فقط يشكلون (8%) من عينة

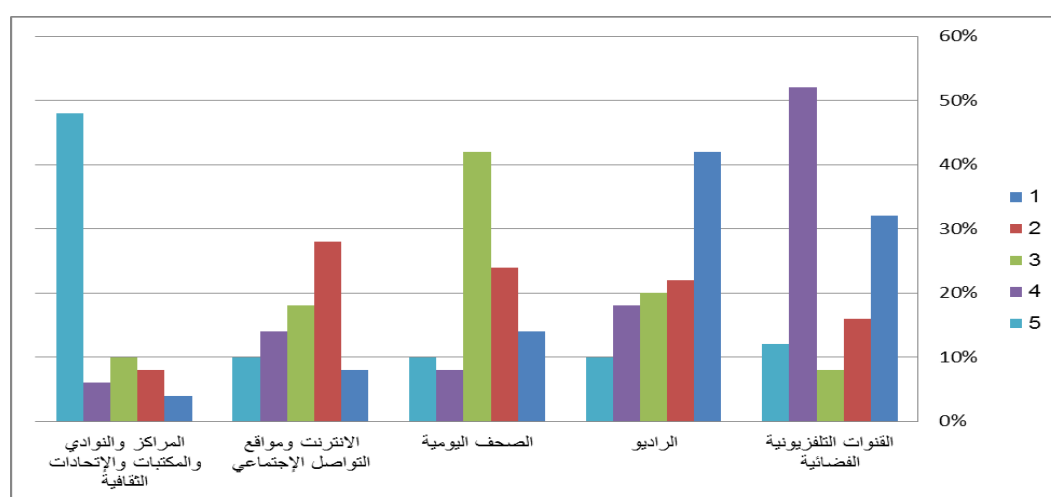
الدراسة خبرتهم فوق العشرين. وهذه النتيجة توضح بأن عينة الدراسة تتمتع بقدر جيد من الخبرة في مجال العمل مما ينعكس إيجاباً على إجاباتهم عن محاور هذه الدراسة.

### ج) تحليل اجابات محاور الدراسة:

جدول (18): التوزيعات التكرارية والنسبية لإجابات عينة الدراسة على عبارات محور مصادر المعلومات (ن = 50)

| رقم | مصادر المعلومات              | الترتيب |    |     |   |     |    |     |    |     |    |
|-----|------------------------------|---------|----|-----|---|-----|----|-----|----|-----|----|
|     |                              | 1       |    | 2   |   | 3   |    | 4   |    | 5   |    |
|     |                              | %       | ت  | %   | ت | %   | ت  | %   | ت  | %   | ت  |
| 1   | القنوات التلفزيونية الفضائية | 32%     | 16 | 42% | 2 | 14% | 7  | 8%  | 4  | 4%  | 2  |
| 2   | الراديو                      | 16%     | 8  | 22% | 1 | 24% | 12 | 28% | 14 | 8%  | 4  |
| 3   | الصحف اليومية                | 8%      | 4  | 20% | 1 | 42% | 21 | 18% | 5  | 10% | 5  |
| 4   | الانترنت ومواقع التواصل      | 52%     | 26 | 18% | 9 | 8%  | 4  | 14% | 7  | 6%  | 3  |
| 5   | المراكز والنادي والمكتبات    | 12%     | 6  | 10% | 5 | 10% | 5  | 10% | 5  | 48% | 24 |

المصدر: من واقع تحليل بيانات الدراسة الميدانية (2019)



شكل (7): مصادر المعلومات لعينة الدراسة

توضح نتائج الجدول (18) أنّ الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي تمثل مصدر المعلومات الأول لأكثر من نصف عينة الدراسة (52%)، تليها القنوات التلفزيونية الفضائية التي تمثل المصدر الثاني للمعلومات لـ(42%) من عينة الدراسة، تليها الصحف اليومية التي تشكل المصدر الثالث بنسبة (42%)، ويأتي الراديو في المرتبة الرابعة بنسبة بلغت (28%)، ونجد أنّ المراكز والنوادي والمكتبات والاتحادات في المرتبة الخامسة.

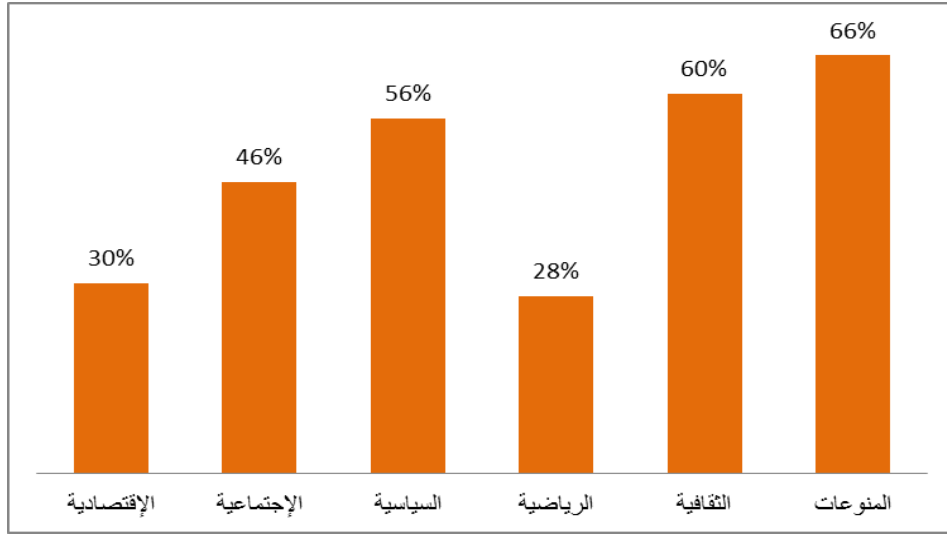
يلاحظ أنّ الانترنت في المرتبة الأولى، وهو بذلك يمثل مصدراً مهماً لتلقي المعلومات وذلك بسبب تملك الناس للهواتف الذكية وسهولة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي فيها مما جعلها مصدراً متاحاً ومتوفراً وسهلاً للمعلومة. وتراجع الصحف في الترتيب رغم أهميتها كوسيلة قد يرجع إلى زيادة أسعار الصحف الورقية، كما نجد أنّ المراكز والنوادي والمكتبات والاتحادات في المرتبة الخامسة، وهذا يعود إلى ضعف تجهيزاتها التقنية والبنوية وتراجع دورها الثقافي بسبب قلة الاهتمام بها.

ويدل ذلك أيضاً على أنّ التقنية الحديثة متمثلة في الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي لها دور كبير في إنتاج البرامج الحوارية، لذلك يتم توظيفها في البرامج لأغراض عدة كما ذكرنا في هذه الدراسة.

**جدول (19): التوزيع التكراري والنسبي المئوي لعينة الدراسة حسب البرامج الحوارية التي يحرصون على متابعتها**

| البرامج    | العدد | النسبة المئوية |
|------------|-------|----------------|
| المنوعات   | 33    | 66%            |
| الثقافية   | 30    | 60%            |
| الرياضية   | 14    | 28%            |
| السياسية   | 28    | 56%            |
| الإجتماعية | 23    | 46%            |
| الإقتصادية | 15    | 30%            |

**المصدر:** من واقع تحليل بيانات الدراسة الميدانية (2019)



شكل (8): البرامج الحوارية التي يتابعها عينة الدراسة

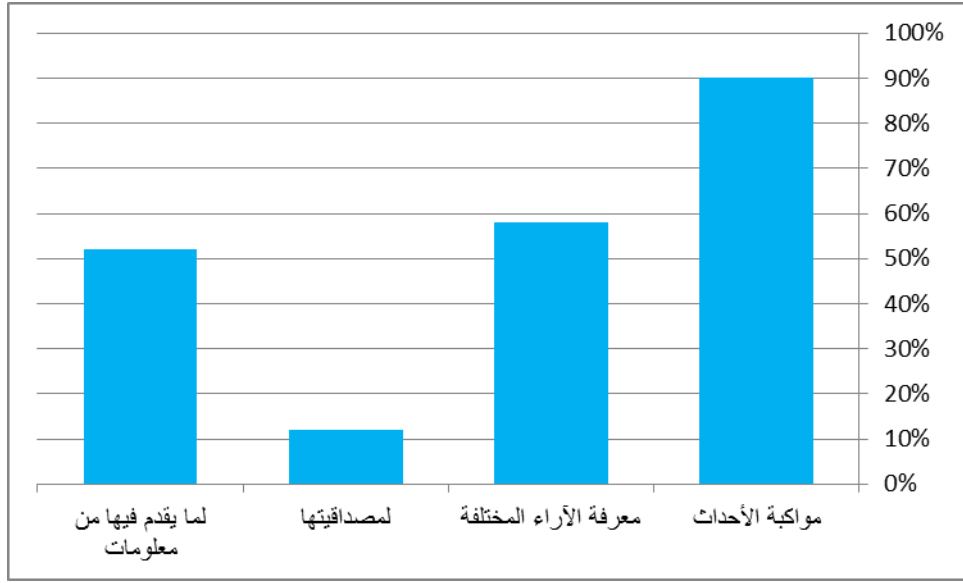
من الجدول (19) والشكل (8) يتضح أن برامج المنوعات والبرامج الثقافية هي من أكثر البرامج الحوارية التي تحظى بمشاهدة الغالبية من عينة الدراسة (66% و60% على التوالي)، بينما تحظى البرامج الاقتصادية والرياضية بنسب مشاهدة أقل (30%، 28% على التوالي).

جدول (20):

التوزيع التكراري والنسبي المئوي لعينة الدراسة حسب أسباب مشاهدتهم للبرامج الحوارية

| أسباب المشاهدة           | العدد | النسبة المئوية |
|--------------------------|-------|----------------|
| مواكبة الأحداث           | 45    | 90%            |
| معرفة الآراء المختلفة    | 29    | 58%            |
| لمصادقيتها               | 6     | 12%            |
| لما يقدم فيها من معلومات | 26    | 52%            |
| أخرى                     | 9     | 18%            |

المصدر: من واقع تحليل بيانات الدراسة الميدانية (2019)



شكل (9): أسباب مشاهدة البرامج الحوارية

الجدول (20) يوضح أسباب مشاهدة المشاركين في الدراسة للبرامج الحوارية. ونجد أن مواكبة الأحداث من أهم الأسباب وراء مشاهدتهم للبرامج الحوارية بنسبة (90%)، بالإضافة إلى أن معرفة الآراء المختلفة تشكل دافعاً للمشاهدة بنسبة (58%)، يليها ما تقدمه البرامج الحوارية من معلومات، ويعدّ دافعاً لنسبة أكثر من نصف المشاركين (52%). ويلاحظ أن المصادقية هي من أضعف الأسباب لمشاهدة البرامج الحوارية حيث حازت على (12%).

نلاحظ أن مواكبة الأحداث من أهم الأسباب وراء مشاهدتهم للبرامج وتشكل دافعاً للمشاهدين بنسبة كبيرة وذلك لما يرتبط برغبة الإنسان في معرفة الأخبار والمعلومات، وكذلك فإن أفضل الوسائل الإعلامية لدى المشاهد بقدرتها على مواكبة الأحداث مما يوفر عنصر الجودة والحدثة للمشاهد.

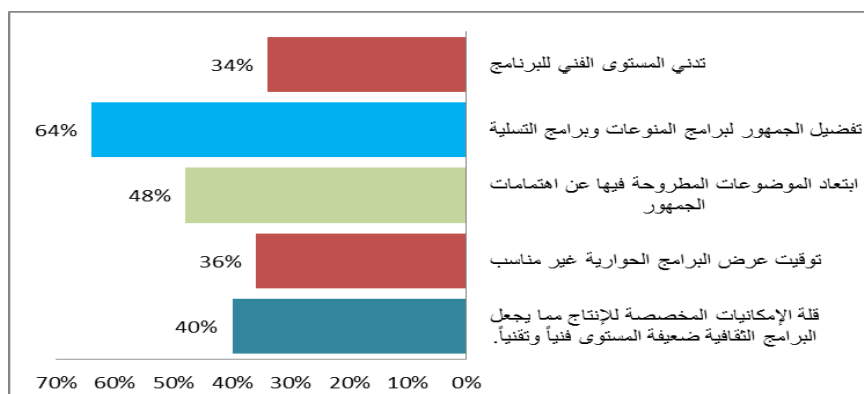


جدول (21): التوزيع التكراري والنسب المئوية لعينة الدراسة حسب أسباب عدم مشاهدة البرامج الحوارية

| أسباب عدم المشاهدة  | العدد | النسبة المئوية |
|---|-------|----------------|
| قلة الإمكانيات المخصصة للإنتاج مما يجعل البرامج الثقافية ضعيفة المستوى فنياً وتقنياً. | 20    | 40%            |
| توقيت عرض البرامج الحوارية غير مناسب  | 18    | 36%            |
| ابتعاد الموضوعات المطروحة فيها عن اهتمامات الجمهور                                    | 24    | 48%            |
| تفضيل الجمهور لبرامج المنوعات وبرامج التسلية  | 32    | 64%            |
| تدني المستوى الفني للبرنامج   | 17    | 34%            |

المصدر: من واقع تحليل بيانات الدراسة الميدانية (2019)

الجدول (21) يعرض آراء عينة الدراسة حول الأسباب التي تقف وراء عدم مشاهدة البعض للبرامج الحوارية، وتظهر النتائج أن تفضيل الجمهور لبرامج المنوعات والتسلية يقع على رأس الأسباب كما يرى (64%) من المبحوثين. يلي ذلك ابتعاد الموضوعات المطروحة عن اهتمامات الجمهور وهذا ما ذهب إليه (48%) من عينة الدراسة، يلي ذلك قلة الإمكانيات المخصصة لإنتاج البرامج الثقافية وضعف مستواها حسب ما يراه (40%) من المبحوثين. ويأتي توقيت عرض البرامج وتدني المستوى الفني في مؤخرة الأسباب التي تؤدي إلى عدم مشاهدة البعض للبرامج الحوارية. ونلاحظ من التحليل أعلاه أن قلة الإمكانيات المخصصة للإنتاج ليست سبباً رئيسياً لعدم المشاهدة ولكن اهتمامات وتفضيل الجمهور وميوله هي الأهم.



شكل (10): أسباب عدم مشاهدة البرامج الحوارية

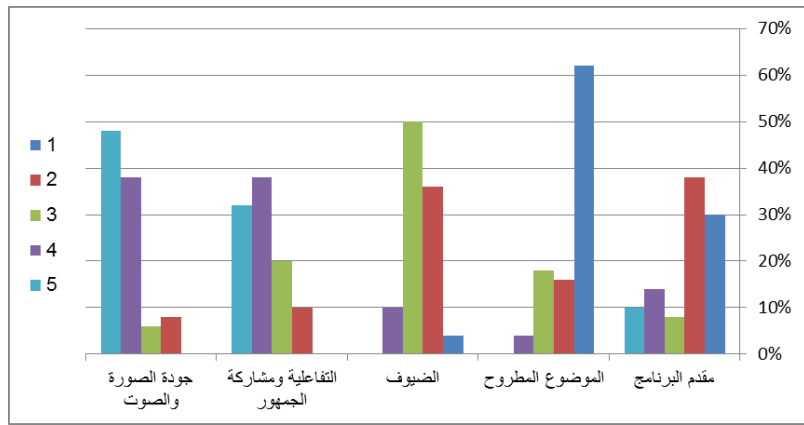
جدول (22): التوزيعات التكرارية والنسبية لإجابات عينة الدراسة على عبارات محور عناصر نجاح البرنامج الحوارى (ن = 50)

| رقم | العناصر                   | الترتيب |     |   |     |    |     |    |     |    |     |
|-----|---------------------------|---------|-----|---|-----|----|-----|----|-----|----|-----|
|     |                           | 1       |     | 2 |     | 3  |     | 4  |     | 5  |     |
|     |                           | ت       | %   | ت | %   | ت  | %   | ت  | %   | ت  | %   |
| 1   | مقدم البرنامج             | 15      | 30% | 1 | 38% | 4  | 8%  | 7  | 14% | 5  | 10% |
| 2   | الموضوع المطروح           | 31      | 62% | 8 | 16% | 9  | 18% | 2  | 4%  | 0  | 0%  |
| 3   | الضيوف                    | 2       | 4%  | 1 | 36% | 25 | 50% | 5  | 10% | 0  | 0%  |
| 4   | التفاعلية ومشاركة الجمهور | 0       | 0%  | 5 | 10% | 10 | 20% | 19 | 38% | 16 | 32% |
| 5   | جودة الصورة والصوت        | 0       | 0%  | 4 | 8%  | 3  | 6%  | 19 | 38% | 24 | 48% |

المصدر: من واقع تحليل بيانات الدراسة الميدانية (2019)

توضح نتائج الجدول (22) أنّ الموضوع المطروح في البرنامج الحوارى يمثل العنصر الأول لنجاح البرنامج حسب ما تراه النسبة الغالبة من عينة الدراسة (62%)، يليه في المرتبة الثانية مقدم البرنامج حسب ما أورده (38%) من المبحوثين، من ثمّ يأتي ضيوف البرنامج في المرتبة الثالثة حسب ما يراه (50%) من عينة الدراسة. ونجد أن التفاعلية ومشاركة الجمهور جاءت في المرتبة الرابعة من حيث الأهمية بنسبة (38%). أمّا جودة الصورة والصوت فجاءت في المرتبة الخامسة والأخيرة ضمن العناصر بنسبة مئوية (48%).

نجد هنا أن موضوع الحوار ومقدم البرامج وضيوف البرنامج أهم من مظاهر التقنية الرقمية من تفاعلية وجودة الصورة والصوت، مما يؤكد أن المحتوى وما يقدم أهم من كيف يقدم وأن لا تطفى التقنية على المحتوى فهي أجهزة تساعد فقط في توصيل الرسالة.



شكل (11): ترتيب عناصر البرنامج الحواري من حيث الأهمية

جدول (23): التوزيعات التكرارية والنسبية الإجابات عينة الدراسة على عبارات محور الفكرة والمضمون. (ن = 50)

| رقم | العبارة  | أوافق تماماً |    | أوافق |    | إلى حد ما |   | لا وافق |   | لا أوافق مطلقاً |   |
|-----|--|--------------|----|-------|----|-----------|---|---------|---|-----------------|---|
|     |  | %            | ت  | %     | ت  | %         | ت | %       | ت | %               | ت |
| 1   | فكرة البرنامج ليست جديدة لكن الجديد فيها الاعتماد على التقنية الحديثة. | 34%          | 17 | 42%   | 21 | 14%       | 7 | 10%     | 5 | -               | - |
| 2   | تقوم فكرة الحوار على اختلاف وجهات النظر بين الضيوف.                    | 56%          | 28 | 28%   | 14 | 6%        | 3 | 6%      | 3 | 4%              | 2 |
| 3   | تخصيص مقدم واحد للبرنامج أفضل من تعدد المقدمين                         | 44%          | 22 | 32%   | 16 | 12%       | 6 | 12%     | 6 | -               | - |
| 4   | يعرض مقدمو البرنامج الأفكار بدقة وإيجاز                                | 30%          | 15 | 58%   | 29 | 10%       | 5 | 2%      | 1 | -               | - |
| 5   | مقدمو البرنامج ملمون بالموضوعات التي تقدم في البرنامج                  | 50%          | 25 | 36%   | 18 | 12%       | 6 | 2%      | 1 | -               | - |
| 6   | يحترم مقدمو البرنامج كل الآراء   | 28%          | 14 | 54%   | 27 | 16%       | 8 | 2%      | 1 | -               | - |

|    |   |     |   |     |   |     |   |     |   |    |
|----|---|-----|---|-----|---|-----|---|-----|---|----|
|    |   |     |   |     |   | 7   |   | 4   | المطروحة مهما كان اتجاهها.  |    |
| -  | - | -   | - | %4  | 2 | %52 | 2 | %44 | يعتمد البرنامج على تعدد الآراء من خلال مشاركة الجمهور   | 7  |
| -  | - | %4  | 2 | %14 | 7 | %46 | 2 | %36 | يأخذ البرنامج الموضوعات الأكثر انتشاراً في مواقع التواصل الاجتماعي كموضوعات للنقاش من قبل الضيوف. | 8  |
| -  | - | %4  | 2 | %26 | 1 | %28 | 1 | %42 | اختيار الموضوعات يتم وفق سياسة القناة.  | 9  |
| -  | - | %10 | 5 | %28 | 1 | %22 | 1 | %40 | اختيار الموضوعات يتم وفق أجندة القناة وإستراتيجية بريطانيا وعلاقتها.                              | 10 |
| %2 | 1 | %4  | 2 | %32 | 1 | %42 | 2 | %20 | يعتمد البرنامج على اختيار عينة من آراء المشاركين تمثل رأي الأغلبية.                               | 11 |
| -  | - | %2  | 1 | %18 | 9 | %54 | 2 | %26 | الموضوعات التي يناقشها البرنامج مثيرة للجدل.  | 12 |
| -  | - | %2  | 1 | %22 | 1 | %46 | 2 | %30 | تتم استضافة ضيوف يعبرون عن وجهات نظر مختلفة.  | 13 |

المصدر: من واقع تحليل بيانات الدراسة الميدانية (2019)

جدول (24): التوزيعات التكرارية والنسبية لإجابات عينة الدراسة على عبارات محور التقنية  
الرقمية والبرامج الحوارية (ن = 50)

| رقم | العبارة  | أوافق تماماً |    | أوافق |    | لحد ما |   | لا وافق |   | لأوافق مطلقاً |   |
|-----|--|--------------|----|-------|----|--------|---|---------|---|---------------|---|
|     |  | %            | ت  | %     | ت  | %      | ت | %       | ت | %             | ت |
| 1   | ساعدت التقنية المستخدمة في البرنامج على اتساع الجمهور المتابع وظهر ما يعرف بالبلا جماهيرية.    | 48%          | 24 | 42%   | 21 | 8%     | 4 | 2%      | 1 | -             | - |
| 2   | يمكن للجمهور متابعة المادة الإعلامية في أي وقت وبأية وسيلة يريدونها مما خلق اللا التزامنية.    | 54%          | 27 | 40%   | 20 | 6%     | 3 | -       | - | -             | - |
| 3   | بفضل التقنية تلاشت الحدود الفاصلة بين التلفزيون والانترنت والراديو.                            | 30%          | 15 | 36%   | 18 | 18%    | 9 | 16%     | 8 | -             | - |
| 4   | مواقع التواصل الاجتماعي قللت من دور التلفزيون في توصيل الرسالة الإعلامية.                      | 24%          | 12 | 40%   | 20 | 18%    | 9 | 18%     | 9 | -             | - |
| 5   | نجح برنامج "نقطة حوار" في الجمع بين تقنيات التلفزيون والراديو والانترنت لتوصيل رسالة البرنامج. | 32%          | 16 | 42%   | 21 | 14%    | 7 | 12%     | 6 | -             | - |
| 6   | برنامج نقطة حوار يسخر كل التقنيات الموجودة لتوصيل الرسالة الإعلامية لأكبر قدر من الجمهور.      | 46%          | 23 | 48%   | 24 | 4%     | 2 | 2%      | 1 | -             | - |
| 7   | للتقنية الرقمية دور في زيادة مساحة التعبير وتوفير المنصات.                                     | 54%          | 27 | 34%   | 17 | 6%     | 3 | 6%      | 3 | -             | - |
| 8   | التقنية الرقمية أعطت للبرامج الحوارية الحيوية والتفاعلية.                                      | 54%          | 27 | 34%   | 17 | -      | - | 12%     | 6 | -             | - |
| 9   | المستقبل الآن للحوار الإلكتروني بدلاً عن   | 32%          | 16 | 34%   | 17 | 20%    | 1 | 12%     | 6 | 2%            | 1 |

|   |   |    |   |     |   |     |    |    |    |   |
|---|---|----|---|-----|---|-----|----|----|----|---|
|   |   |    |   |     | 0 |     |    |    |    | الحوار التقليدي.  |
| - | - | %8 | 4 | %16 | 8 | %30 | 15 | 46 | 23 | 10<br>التقنية الرقمية أفقدت البرنامج سيطرته على الرسالة الإعلامية فلم يعد مرسلًا فقط بل مستقبلاً. |

المصدر: من واقع تحليل بيانات الدراسة الميدانية (2019)

جدول (25): التوزيعات التكرارية والنسبية لإجابات عينة الدراسة على عبارات محور مساهمة التقنية الرقمية في زيادة عنصر التفاعلية في البرامج الحوارية (ن = 50)

| رقم | العبرة  | أوافق تماماً |    | أوافق |    | لحدا |    | لاوافق |    | لاوافق مطلقاً |   |
|-----|---|--------------|----|-------|----|------|----|--------|----|---------------|---|
|     |   | %            | ت  | %     | ت  | %    | ت  | %      | ت  | %             | ت |
| 1   | التقنية أوجدت منصات متعددة لمشاركة الجمهور في البرنامج.                                 | 50%          | 25 | 44%   | 22 | 6%   | 3  | -      | -  | -             | - |
| 2   | الجمهور في برنامج "نقطة حوار" له دور إيجابي فهو لا يتابع البرنامج فقط بل يشارك.         | 42%          | 21 | 40%   | 20 | 10%  | 5  | 6%     | 3  | 2%            | 1 |
| 3   | متابعو البرنامج المتفاعلون هم من النخبة وليس عامة الجمهور.                              | 18%          | 9  | 22%   | 11 | 28%  | 14 | 32%    | 16 | -             | - |
| 4   | يعتمد البرنامج على اختيار عينة من آراء المشاركين قد لا تمثل رأي الأغلبية.               | 14%          | 7  | 48%   | 24 | 24%  | 12 | 12%    | 6  | 2%            | 1 |
| 5   | أثر عنصر التفاعلية على جودة ومصداقية المحتوى سلباً فأصبح الحوار متاحاً ومفتوحاً للجميع. | 30%          | 15 | 34%   | 17 | 12%  | 6  | 24%    | 12 | -             | - |

المصدر: من واقع تحليل بيانات الدراسة الميدانية (2019)

جدول (26):

التوزيعات التكرارية والنسبية لإجابات عينة الدراسة على عبارات محور انعكاسات التقنية الرقمية على القائم بالاتصال. (ن = 50)

| رقم | العبارة  | أوافق تماماً |     | أوافق |     | لحد ما |     | لا وافق |     | لا أوافق مطلقاً |    |
|-----|--|--------------|-----|-------|-----|--------|-----|---------|-----|-----------------|----|
|     |  | ت            | %   | ت     | %   | ت      | %   | ت       | %   | ت               | %  |
| 1   | ساعدت التقنية الرقمية في وجود تفاعل بين الجمهور المتابع والقائم بالاتصال "مقدم البرنامج".                      | 24           | 48% | 2     | 4%  | 3      | 2%  | 1       | 2%  | -               | -  |
| 2   | تؤثر كفاءة مقدم البرنامج في التعامل مع أجهزة الكمبيوتر والتكيف مع واقع العصر الإلكتروني على أدائه في البرنامج. | 16           | 32% | 2     | 4%  | 0      | 0%  | 8       | 16% | -               | -  |
| 3   | المتلقي بفضل التقنية أصبح مرسلًا للرسالة ويتدخل في سيرها مما أضعف الحوار.                                      | 7            | 14% | 1     | 2%  | 1      | 2%  | 8       | 36% | 1               | 2% |
| 4   | يشكل رجوع الصدى الفوري مصدر ضغط لمقدم البرنامج.  | 16           | 32% | 1     | 2%  | 6      | 12% | 9       | 18% | -               | -  |
| 5   | أصبحت الممارسة الإعلامية تتطلب عناصر بشرية على أعلى مستوى من المقدرة والتخصص الفني والإعلامي والمعلوماتي.      | 20           | 40% | 1     | 2%  | 6      | 12% | 9       | 18% | 2               | 4% |
| 6   | التقنية الرقمية قللت من دور مقدم البرنامج في إدارة الحوار.   | 12           | 24% | 9     | 18% | 1      | 2%  | 1       | 2%  | 1               | 2% |

المصدر: من واقع تحليل بيانات الدراسة الميدانية (2019)

جدول (27): التوزيعات التكرارية والنسبية لإجابات عينة الدراسة على عبارات محور تأثير استخدام التقنية الرقمية على تطوير إنتاج برنامج نقطة حوار (ن = 50)

| رقم | العبرة  | أوافق تماماً |    | أوافق |    | لحد ما |    | لا وافق |    | لا أوافق مطلقاً |   |
|-----|---|--------------|----|-------|----|--------|----|---------|----|-----------------|---|
|     |   | %            | ت  | %     | ت  | %      | ت  | %       | ت  | %               | ت |
| 1   | استخدام البرنامج مواقع التواصل الاجتماعي بفاعلية كبيرة أفقد البرنامج قلبه الحوارى التلفزيونى. | 45           | 2  | 24    | 12 | 36     | 13 | 38      | 19 | 8               | 4 |
| 2   | كثرة التقنية المستخدمة في البرنامج تشوش على المتلقي سلباً وعلى استيعابه للمحتوى.              | 285          | 14 | 165   | 8  | 18     | 9  | 38      | 19 | -               | - |
| 3   | كفاءة وجودة الصوت عنصر مهم في نجاح البرنامج.  | 48           | 24 | 48    | 24 | 6      | 3  | -       | -  | -               | - |
| 4   | الشكل الإخراجى وتوظيف شاشة ال vedio wall كان بمثابة عنصر جذب للمتابعين.                       | 36           | 18 | 52    | 26 | 6      | 3  | 4       | 2  | 2               | 1 |

المصدر: من واقع تحليل بيانات الدراسة الميدانية (2019)



## رابعاً: تفسير النتائج

يعدّ مقياس "ليكرت" من أفضل أساليب قياس الاتجاهات، فقد تم حساب المتوسط المرجح لإجابات العينة على الأسئلة الواردة لمقياس "ليكرت" بغرض معرفة اتجاه آراء المستجوبين، حيث تم إعطاء الأوزان لإجابات المبحوثين وذلك حسب الأوزان والفترات الموضحة. فهو أسلوب لقياس السلوكيات والتفضيلات ويستعمل لتحديد درجة الموافقة والاختلاف وعادة يتألف من عدد مفرد مثل (أوافق بشدة، أوافق، لا أوافق، محايد، لا أوافق بشدة) بالنسبة للقيمة الاحتمالية، فيعتمد حسابها على قيمة الاحصائية المحسوبة "إحصائية مربع كاي" ومن ثم بافتراض صحة فرض عدم الاستقلالية يتم حساب الحصول على قيمة أكبر من أو تساوي تلك المحسوبة اعتماداً على توزيع مربع كاي. ونظراً لصعوبة حساب القيمة الاحتمالية يدوياً يفضل الاعتماد على مخرجات برنامج التحليل الإحصائي للحصول على القيمة الاحتمالية. ويتم حساب طول الفترات بقسمة عدد الفترات على عدد الأوزان (  $0.80 = 5/4$  ) كما موضح في الجدول (28).

جدول (28): الأوزان والفترات

| الرأي           | الوزن | الفترات     |
|-----------------|-------|-------------|
| أوافق تماماً    | 5     | 5.0 - 4.20  |
| أوافق           | 4     | 4.20 - 3.40 |
| أوافق لحد ما    | 3     | 3.40 - 2.60 |
| لا أوافق        | 2     | 2.60 - 1.80 |
| لا أوافق مطلقاً | 1     | 1.80 - 1.0  |

جدول (29): الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية والاتجاهات لعبارات محور فكرة ومضمون برنامج "نقطة حوار" (ن = 50)

| رقم | العبارات  | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | الاتجاه        | الترتيب |
|-----|---|-----------------|-------------------|----------------|---------|
| 1   | فكرة البرنامج ليست جديدة لكن الجديد فيها الإعتماد على التقنية الحديثة.                    | 4.00            | .9480             | موافقة         | 8       |
| 2   | تقوم فكرة الحوار على اختلاف وجهات النظر بين   | 4.26            | 1.084             | موافقة         | 2       |
| 3   | تخصيص مقدم واحد للبرنامج أفضل من تعدد   | 4.08            | 1.027             | موافقة         | 7       |
| 4   | يعرض مقدمو البرنامج الأفكار بدقة وإيجاز.  | 4.16            | .6810             | موافقة         | 3       |
| 5   | مقدمو البرنامج ملمون بالموضوعات التي تقدم في البرنامج                                     | 4.34            | .7720             | موافقة<br>تامة | 2       |
| 6   | يحترم مقدمو البرنامج كل الآراء المطروحة مهما كان اتجاهها.                                 | 4.08            | .7240             | موافقة         | 4       |
| 7   | يعتمد البرنامج على تعدد الآراء من خلال مشاركة الجمهور.                                    | 4.40            | .5710             | موافقة<br>تامة | 1       |
| 8   | يأخذ البرنامج الموضوعات الأكثر انتشاراً في مواقع التواصل الاجتماعي كموضوعات للنقاش من قبل | 4.14            | .8080             | موافقة         | 4       |
| 9   | اختيار الموضوعات يتم وفق سياسة القناة.  | 4.08            | .9220             | موافقة         | 5       |
| 10  | اختيار الموضوعات يتم وفق أجندة القناة واستراتيجية بريطانيا وعلاقتها.                      | 3.92            | 1.047             | موافقة         | 9       |
| 11  | يعتمد البرنامج على اختيار عينة من آراء المشاركين تمثل رأي الأغلبية.                       | 3.74            | .8990             | موافقة         | 10      |
| 12  | الموضوعات التي يناقشها البرنامج مثيرة للجدل.  | 4.04            | .7270             | موافقة         | 6       |
| 13  | يتم استضافة ضيوف تعبر عن وجهات نظر مختلفة.  | 4.04            | .7810             | موافقة         | 6       |

ملحوظة: قيمة الاحصائية أقل من (0.05 مستوى معنوية) العبارة دالة احصائياً عند درجة حرية 4.

الجدول (23) والجدول (29) يوضحان استجابات المبحوثين على العبارات المكونة لمحور فكرة ومضمون برنامج نقطة حوار، فقد وافق المبحوثون بدرجة عالية على عبارات المحور، وجاءت آراؤهم بمتوسطات حسابية أكبر من المتوسط المرجح للمقياس مما يضعها في اتجاه الموافقة والموافقة التامة. وجاءت العبارة رقم (7) بأعلى متوسط حسابي بلغ (4.40) والتي تنص "يعتمد البرنامج على تعدد الآراء من خلال مشاركة الجمهور"، مما جعلها الأولى في الترتيب من حيث الأهمية حسب آراء عينة الدراسة، بينما حازت العبارة رقم (11) التي تنص "يعتمد البرنامج على اختيار عينة من آراء المشاركين تمثل رأي الأغلبية"، على أقل وسط حسابي بين عبارات المحور (3.74).

وذلك يعني أهمية تعدد الآراء في البرنامج الحواري وذلك من خلال مشاركة الجمهور الذي يعبر برأيه من خلال وسائل ومنصات يوفرها البرنامج، ولكن في المقابل نجد أن ذلك الجمهور المشارك في البرنامج ليس بالضرورة يمثل رأي الأغلبية، وذلك لعدم وجود معيار أو آلية لاختيار المشاركين في البرنامج، وكذلك نسبة الجمهور المشارك في البرنامج الجمهور مقارنة بجمهور المتابعين فقط.

**جدول (30): الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية والاتجاهات لعبارات محور فاعلية التقنية الرقمية في توصيل الرسالة الإعلامية (ن = 50)**

| رقم | العبارات   | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | الاتجاه     | الترتيب |
|-----|--|-----------------|-------------------|-------------|---------|
| 1   | ساعدت التقنية المستخدمة في البرنامج على اتساع الجمهور المتابع وظهر ما يعرف بالاجماهيرية. | 4.36            | .7220             | موافقة تامة | 3       |

|   |             |       |      |   |    |
|---|-------------|-------|------|---|----|
| 1 | موافقة تامة | .7850 | 4.42 | يمكن للجمهور متابعة المادة الإعلامية في أي وقت وأي وسيلة يريدونها مما خلق اللاتزامنية.    | 2  |
| 8 | موافقة      | 1.050 | 3.80 | بفضل التقنية تلاشت الحدود الفاصلة بين التلفزيون والانترنت والراديو.                       | 3  |
| 9 | موافقة      | 1.035 | 3.70 | مواقع التواصل الإجتماعي قللت من دور التلفزيون في توصيل الرسالة الإعلامية.                 | 4  |
| 6 | موافقة      | .9780 | 3.94 | نجح برنامج نقطة حوار في الجمع بين تقنيات التلفزيون والراديو والانترنت لتوصيل رسال         | 5  |
| 2 | موافقة تامة | .6670 | 4.38 | برنامج نقطة حوار يسخر كل التقنيات الموجودة لتوصيل الرسالة الإعلامية لأكبر قدر من الجمهور. | 6  |
| 3 | موافقة تامة | .8510 | 4.36 | للتقنية الرقمية دور في زيادة مساحة التعبير وتوفير المنصات.                                | 7  |
| 4 | موافقة تامة | .9740 | 4.30 | التقنية الرقمية أعطت للبرامج الحوارية الحيوية والتفاعلية.                                 | 8  |
| 7 | موافقة      | 1.082 | 3.82 | المستقبل الآن للحوار الإلكتروني بدلاً عن الحوار التقليدي.                                 | 9  |
| 5 | موافقة تامة | .9690 | 4.14 | التقنية الرقمية أفقدت البرنامج سيطرته على الرسالة الإعلامية فلم يعد مرسلًا فقط بل مستقيل. | 10 |

**ملحوظة :** قيمة الاحصائية أقل من (0.05 مستوى معنوية) العبارة دالة احصائياً عند درجة حرية 4.

الجدول (24) والجدول (30) يوضحان استجابات الباحثين على العبارات المكونة لمحور فاعلية التقنية الرقمية في توصيل الرسالة الإعلامية، فقد وافق الباحثون على جميع عبارات المحور، وجاءت آراؤهم بمتوسطات حسابية أكبر من المتوسط المرجح للمقياس. وجاءت العبارة رقم (2) بأعلى متوسط (4.42) والتي تنص "يمكن

للجمهور متابعة المادة الإعلامية في أي وقت وبأية وسيلة يريد لها مما خلق اللا تزامنية". مما جعلها الأولى في الترتيب من حيث الأهمية حسب آراء عينة الدراسة، بينما جاءت العبارة رقم (4) التي تنص "مواقع التواصل الاجتماعي قللت من دور التلفزيون في توصيل الرسالة الإعلامية." على أقل متوسط حسابي بين عبارات المحور (2.70).

نجد مما سبق أن عبارة "يمكن للجمهور متابعة المادة الإعلامية في أي وقت وبأي وسيلة خلق اللا تزامنية" ، ويرجع ذلك للتقنية الرقمية وتوفر الهواتف الذكية والانترنت فأصبح المشاهد قادراً على التعرض للمادة في الزمن الذي يريد، وبالمقابل نجد أن مواقع التواصل الاجتماعي قللت من دور التلفزيون في توصيل الرسالة الإعلامية.

### جدول (31): الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية والاتجاهات لعبارات محور مساهمة التقنية الرقمية في زيادة التفاعلية في البرامج الحوارية (ن = 50)

| رقم | العبارات  | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | الاتجاه       | الترتيب |
|-----|---|-----------------|-------------------|---------------|---------|
| 1   | التقنية أوجدت منصات متعددة لمشاركة الجمهور في البرنامج.                                 | 4.44            | .6110             | موافقة تامة   | 1       |
| 2   | الجمهور في برنامج نقطة حوار له دور ايجابي فهو لا يتابع البرنامج فقط بل يشارك.           | 4.14            | .9690             | موافقة تامة   | 2       |
| 3   | متابعو البرنامج المتفاعلون هم من النخبة وليس عامة الجمهور.                              | 3.26            | 1.103             | موافقة لحد ما | 5       |
| 4   | يعتمد البرنامج على اختيار عينة من آراء المشاركين قد لا تمثل رأي الأغلبية.               | 3.60            | .9480             | موافقة        | 4       |
| 5   | أثر عنصر التفاعلية على جودة ومصداقية المحتوى سلباً فأصبح الحوار متاحاً ومفتوحاً للجميع. | 3.70            | 1.147             | موافقة        | 3       |

**ملحوظة :** قيمة الاحصائية أقل من (0.05 مستوى معنوية) العبارة دالة احصائياً عند درجة حرية 4.

الجدول (25) والجدول (31) يوضحان استجابات المبحوثين على العبارات المكونة لمحور مساهمة التقنية الرقمية في زيادة التفاعلية في البرامج الحوارية، فقد وافق المبحوثون على جميع عبارات المحور، وجاءت آراؤهم بمتوسطات حسابية أكبر من المتوسط المرجح للمقياس. وجاءت العبارة رقم (1) بأعلى متوسط (4.42) والتي تنص "التقنية أوجدت منصات متعددة لمشاركة الجمهور في البرنامج"، مما جعلها الأولى في الترتيب من حيث الأهمية حسب آراء عينة الدراسة، بينما جاءت العبارة رقم (3) التي تنص "متابعو البرنامج المتفاعلون هم من النخبة وليس عامة الجمهور". على أقل متوسط حسابي بين عبارات المحور (3.26).

نلاحظ من التحليل أعلاه أن التقنية أوجدت منصات متعددة لمشاركة الجمهور في البرنامج ولكن في المقابل جعلت متابعي البرنامج المتفاعلين ليسوا من عامة الجمهور وذلك لأنها تحتاج لجمهور مستخدم وملم بالتقنية الرقمية، وذلك يعني مستوى تعليمياً وتوفر انترنت وهاتف ذكي مما يضعف مشاركة الجمهور غير المستخدم للتقنية.

### جدول (32): الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية والاتجاهات لعبارات محور انعكاسات التقنية الرقمية على القائم بالاتصال في البرامج الحوارية (ن = 50)

| رقم | العبارات   | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | الاتجاه       | الترتيب |
|-----|--|-----------------|-------------------|---------------|---------|
| 1   | ساعدت التقنية الرقمية في وجود تفاعل بين الجمهور المتابع والقائم بالاتصال "مقدم البرنامج".                      | 4.39            | .7310             | موافقة تامة   | 1       |
| 2   | تؤثر كفاءة مقدم البرنامج في التعامل مع أجهزة الكمبيوتر والتكيف مع واقع العصر الإلكتروني على أداءه في البرنامج. | 3.92            | .9860             | موافقة        | 3       |
| 3   | المتلقي بفضل التقنية أصبح مرسل للرسالة ويتدخل في سيرها مما أضعف الحوار.  | 3.20            | 1.050             | موافقة لحد ما | 6       |
| 4   | يشكل رجوع الصدى الفوري مصدر ضغط لمقدم البرنامج.  | 3.78            | 1.093             | موافقة        | 4       |
| 5   | أصبحت الممارسة الإعلامية تتطلب عناصر بشرية على أعلى مستوى من المقدرة والتخصص الفني والإعلامي والمعلوماتي.      | 3.98            | 1.097             | موافقة        | 2       |
| 6   | التقنية الرقمية قللت من دور مقدم البرنامج في إدارة الحوار.   | 3.28            | 1.230             | موافقة        | 5       |

**ملحوظة:** قيمة الاحصائية أقل من (0.05 مستوى معنوية) العبارة دالة إحصائياً عند درجة حرية (4).

الجدول (26) والجدول (32) يوضحان استجابات المبحوثين على العبارات المكونة لمحور انعكاسات التقنية الرقمية على القائم بالاتصال في البرامج الحوارية، فقد وافق المبحوثون على جميع عبارات المحور، وجاءت آراؤهم بمتوسطات حسابية أكبر من المتوسط المرجح للمقياس. وجاءت العبارة رقم (1) بأعلى متوسط (4.39) والتي تنص "ساعدت التقنية الرقمية في وجود تفاعل بين الجمهور المتابع والقائم بالاتصال "مقدم البرنامج". مما جعلها الأولى في الترتيب من حيث الأهمية حسب آراء عينة الدراسة، بينما جاءت العبارة رقم (3) التي تنص "المتلقي بفضل التقنية أصبح مرسلًا للرسالة ويتدخل في سيرها مما أضعف الحوار" على أقل متوسط حسابي بين عبارات المحور (3.20).

نلاحظ، ساعدت التقنية الرقمية في وجود تفاعل بين الجمهور المتابع والقائم بالاتصال، وهذا مؤشر إيجابي يجسد توظيف التقنية في البرامج الحوارية، ولكن نجد أن المتلقي وبفضل التقنية أيضاً أصبح مرسلًا للرسالة ويتدخل في سيرها فهو ليس متخصصاً ولا تعرف القناة أو المشاهد خلفيته وآراءه ووجهة نظره ومدى صحة ما يقول، مما أضعف الحوار وقد يتطرق لمعلومات أو ينشر معلومات ليس لمقدم الحوار فكرة عنها أو عن مدى صحتها مما قد ينحرف بمسار الحوار ويشعبه.

جدول (33): الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية والاتجاهات لعبارات محور تأثير التقنية على تطوير إنتاج برنامج نقطة حوار (ن = 50)

| رقم | العبارات  | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | الاتجاه       | الترتيب |
|-----|---|-----------------|-------------------|---------------|---------|
| 1   | التقنية الرقمية تؤثر على نجاح البرنامج.   | 4.08            | 1.192             | موافقة تامة   | 3       |
| 2   | استخدام البرنامج لمواقع التواصل الاجتماعي بفاعلية كبيرة أفقد البرنامج قلبه الحوار التلفزيوني. | 2.78            | 1.036             | موافقة        | 5       |
| 3   | كثرة التقنية المستخدمة في البرنامج تشوش على المتلقي سلباً وعلى استيعابه للمحتوى.              | 3.34            | 1.255             | موافقة لحد ما | 4       |
| 4   | كفاءة وجودة الصوت والصورة عنصر مهم في نجاح البرنامج.  | 4.40            | .6060             | موافقة        | 1       |
| 5   | الشكل الإخراجي وتوظيف شاشة ال video wall كان بمثابة عنصر جذب للمتابعين.                       | 4.16            | .8660             | موافقة        | 2       |

**ملحوظة:** قيمة الاحصائية أقل من (0.05 مستوى معنوية) العبارة دالة احصائياً عند درجة حرية (4).

الجدول (27) والجدول (33) يوضحان استجابات المبحوثين على العبارات المكونة لمحور تأثير التقنية على تطوير إنتاج برنامج "نقطة حوار"، فقد وافق المبحوثون على جميع عبارات المحور، وجاءت آراؤهم بمتوسطات حسابية أكبر من المتوسط المرجح للمقياس. وجاءت العبارة رقم (4) بأعلى متوسط (4.40) والتي تنص "كفاءة وجودة الصوت والصورة عنصر مهم في نجاح البرنامج"، مما جعلها الأولى في الترتيب من حيث الأهمية حسب آراء عينة الدراسة، بينما جاءت العبارة رقم (2) التي تنص "استخدام البرنامج لمواقع التواصل الاجتماعي بفاعلية كبيرة أفقد البرنامج قلبه الحوار التلفزيوني" على أقل متوسط حسابي بين عبارات المحور (2.78).

ترى الباحثة أن عبارة "استخدام البرنامج لمواقع التواصل الاجتماعي بفاعلية كبيرة أفقد البرنامج قلبه الحوار التلفزيوني" مهمة للغاية وجوهرية، ووصولها على أقل متوسط حسابي بين عبارات المحور يعني أن تأثير التقنية الرقمية على البرامج الحوارية أوجد لها شكلاً جديداً يختلف عن البرامج الحوارية في الوسائل التقليدية.



## رابعاً: مناقشة النتائج

قامت الباحثة بمناقشة النتائج وفقاً للأهداف الكلية للبحث وبمقتضى التساؤلات ومقارنة النتائج التي أنتهت إليها الدراسات السابقة والتي خلصت إلى:

1. فاعلية التقنية الرقمية في توصيل الرسالة الإعلامية هي إحدى النقاط المهمة في هذا البحث، فتتبع مشكلة البحث من كيفية التعامل مع التطور في وسائل الاتصال، والتغيير الذي حدث في أسلوب تقديم الخدمة الإعلامية فالمتلقي أصبح جزءاً من الرسالة المقدمة وأحياناً يصبح هو مرسل الرسالة، فنجد أن الاستمارة بها عدد من الأسئلة في هذا الاتجاه في جدول (30) تعدّ إجابات المبحوثين حول هذا السؤال بين الموافقة التامة والموافقة.

2. الجدول (25) والجدول (31) يوضحان استجابات المبحوثين على العبارات المكونة لمحور مساهمة التقنية الرقمية في زيادة التفاعلية في البرامج الحوارية التي كانت ضمن أهداف وتساؤلات البحث، فقد وافق المبحوثون على جميع عبارات المحور، جاءت آراؤهم بمتوسطات حسابية أكبر من المتوسط المرجح للمقياس (4.44).

3. الجدول (26) والجدول (32) يوضحان استجابات المبحوثين على العبارات المكونة لمحور انعكاسات التقنية الرقمية على القائم بالاتصال في البرامج الحوارية، فقد وافق المبحوثون على جميع عبارات المحور، وجاءت آراؤهم بمتوسطات حسابية أكبر من المتوسط المرجح للمقياس، وشمل هذا المحور وجود التفاعل بين الجمهور المتابع والقائم بالاتصال، وأن المتلقي يفضل التقنية أصبح مرسلاً للرسالة ويتدخل في سيرها مما أضعف الحوار، وإجابات المبحوثين جاءت بين الموافقة والموافقة التامة الجزئية.

4. الفئة الرابعة تأثير استخدام التقنية الرقمية على تطوير انتاج برنامج نقطة حوار بال-BBC الجدول (27) والجدول (33) يوضحان استجابات المبحوثين

على العبارات المكونة للمحور، الذي يركز على تحقيق هدف وتساؤلات البحث حول الشكل الإخراجي للبرنامج وكفاءة جودة الصوت والصورة، فقد وافق المبحوثون على جميع عبارات المحور، وجاءت آراؤهم بمتوسطات حسابية أكبر من المتوسط المرجح للمقياس ب(4.39).

5. ومقارنة نتائج الدراسات السابقة بهذا البحث، وفقاً لنتائج الدراسة الميدانية نجد أن البحث خلق إضافات جديدة، تتمثل في أن التطور التقني يعد مؤثراً قوياً في عملية إنتاج البرامج الحوارية، وأن البرامج الحوارية استفادت من الإعلام الجديد في توفير منصات لمتابعي البرامج الحوارية للمشاركة وتوصيل آرائهم، ويتم عرضها مباشرة أثناء البرنامج، ويقوم القائم بالحوار بطرحها على ضيفه ويجيب عنها مما يجسد التفاعلية بصورة كبيرة، وقدرة الإعلام الجديد وقوته لصالح المتلقي، وكذلك لصالح الوسيلة الإعلامية، وهذا ما تميز به هذا البحث عن الدراسات السابقة.

## خامساً:

### النتائج

من واقع قراءة وتحليل النتائج التفصيلية من قبل المبحوثين وتطبيقاً على ما جاء في البحث النظري والدراسة الميدانية خلصت الدراسة إلى عدة نتائج جاءت الآتي:

1. أكدت الدراسة أن استخدام التقنية الرقمية ساهم في زيادة فاعلية التلفزيون كوسيلة اتصال جماهيري ووفر عنصر التفاعلية مع الجمهور.
2. أوضحت الدراسة استفادة البرامج الحوارية من الإعلام الجديد في توفير منصات لمتابعي البرامج الحوارية للمشاركة وتوصيل آرائهم.
3. أكدت الدراسة أن الموضوع المطروح في البرنامج الحوارى يمثل العنصر الأول لنجاح البرنامج حسب ما تراه النسبة الغالبة من عينة الدراسة بنسبة (62%).
4. أثبتت الدراسة أن نجاح البرنامج الحوارى يتوقف على العناصر التالية في البرامج الحوارية :
  - مقدم البرنامج.
  - الموضوع المطروح.
  - الضيوف.
  - التفاعلية ومشاركة الجمهور.
  - جودة الصورة والصوت.
5. ساعدت التقنية الرقمية في وجود تفاعل بين الجمهور والمتابع والقائم بالاتصال ببرنامج "نقطة حوار" (مقدم البرنامج)، مما جعلها الأولى في الترتيب من حيث الأهمية حسب آراء عينة الدراسة.

6. أكدت (76%) من عينة الدراسة أن تخصيص مقدم واحد لبرنامج "نقطة حوار" أفضل من تعدد المقدمين.
7. توصلت الدراسة وفق آراء (62%) من العينة أن اختيار الموضوعات يتم وفق أجندة قناة الـBBC وإستراتيجية بريطانيا وعلاقتها.
8. بيّنت الدراسة أن برنامج نقطة حوار يعتمد على الموضوعات الأكثر انتشاراً في مواقع التواصل الاجتماعي كموضوعات للنقاش من قبل الضيوف واتفق على ذلك (82%) من آراء العينة.
9. أوضحت الدراسة نجاح برنامج "نقطة حوار" في الجمع بين تقنيات التلفزيون والراديو والانترنت لتوصيل رسالة البرنامج بنسبة (47%) من آراء العينة.
10. بيّنت الدراسة أن الجمهور في برنامج "نقطة حوار" له دور إيجابي فهو لا يتابع البرنامج فقط.
11. اتفقت (63%) من آراء العينة على أن الشكل الإخراجي وتوظيف شاشة الـ video wall كان بمثابة عنصر جذب لمتابعي برنامج "نقطة حوار".

سادساً:

### التوصيات

بناءً على النتائج المستخلصة من الدراسة واستناداً إلى الإطار النظري للبحث، خلصت الباحثة إلى عدة توصيات تأمل أن تسهم في تطوير إنتاج البرامج الحوارية في ومن أهم التوصيات:

1. ضرورة أن تواكب البرامج الحوارية التقنية الرقمية في جميع مراحل إنتاجها من إعداد وتصوير ومونتاج.
  2. ضرورة اختيار مذيعين أصحاب مهارات وقدرات في إدارة الحوار.
  3. ضرورة الاهتمام بالتدريب والتأهيل للأطر البشرية العاملة في مجال إنتاج البرامج الحوارية.
  4. يجب أن لا تغطي التقنية على المحتوى، فهي تساعد فقط في توصيل الرسالة وليست غاية في حد ذاتها.
  5. مراعاة أن هناك من الجمهور من لا يستخدم التقنية الرقمية.
  6. ضرورة البحث عن ضيوف لإثراء الحوار، وإفساح المجال لتواصل الجمهور وحتى ناشطي وسائل التواصل الاجتماعي لأنهم أصبحوا من الوعي الكافي لتوصيل رسائل طائفة كبيرة من الجمهور، فمثلاً هنالك ناشطون يتابعهم عشرات الآلاف من الجمهور عبر حساباتهم ويعبرون عن صوت متابعيهم، وهذا أيضاً يخلق جماهيرية أكبر للبرنامج.
- المقترحات:

فيما يلي تقترح الباحثة بعض المقترحات في مجال البحث العلمي عامة، وفي مجال توظيف التقنية الرقمية في إنتاج البرامج الحوارية:

1. إجراء مزيد من الدراسات عن تأثير التقنية الرقمية على البرامج التلفزيونية وعلى توصيل الرسالة.

2. إجراء دراسات تطبيقية وتحليلية على عصر الرقمنة والاندماج بين الوسائط الثلاث الراديو والتلفزيون والانترنت وتلاشي الحدود الفاصلة بينها وما انعكاسات وتأثيرات ذلك على مستقبل الإعلام.

### مقترحات لبرنامج "نقطة حوار":

أ) إتاحة الفرصة لغير المستخدمين للتقنية الحديثة للمشاركة عبر البرنامج وكذلك تقليل جرعة التقنية لصالح الحوار.

ب) إعداد البرنامج يجب أن لا يستهدف الصفوة المجيدة لاستخدام التقنية ولابد من أن يشمل الصفوة والعامّة، فقد يُحرم بذلك آخرون من إبداء وجهة نظرهم.

ج) تقليل جرعة التقنية لما يخدم الحوار.

د) الاهتمام بمواقع وصفحات صناع الرأي أكثر من متابعي الصفحات.

هـ) أن يتم اختيار عينة قبلية لموضوع الحلقة وإجراء قياس اختباري لمسار النقاش المتوقع للحلقة وهو عمل أشبه بالبحث البرامجي الضابط.

## سابعاً: المصادر المراجع

أولاً: المصادر:

أ. القرآن الكريم

ب. السنة النبوية

ج. المعاجم

1. معجم المعاني

2. معجم مختار الصحاح

ثانياً: الرسائل والبحوث الجامعية

الرسائل والدراسات العلمية:

1. إبراهيم (1999)، بدر الدين أحمد إبراهيم، تكنولوجيا البث الفضائي

وتطور الإنتاج التلفزيوني، دراسة وصفية تحليلية، برامج قناة الجزيرة

(97-99م)، جامعة أم درمان الإسلامية كلية الإعلام، كلية الدراسات

العليا، إشراف بروفييسور علي محمد شمو، نوفمبر - ديسمبر 1999م.

2. آسيا (2015م)، ابراهيم عبده، دور تكنولوجيا الاتصال في تطوير إنتاج

البرامج الإخبارية للراديو، دراسة تطبيقية على الإذاعة السودانية في الفترة

من (2011 - 2014م)، دكتوراه، جامعه السودان للعلوم والتكنولوجيا،

أشراف د. مجذوب بخيت التوم.

3. الجيلاني (2012م)، د. الأرقم، فاعلية الصوت والصورة في المنتج

التلفزيوني، درجة دكتوراه الفلسفة في علوم الاتصال، إشراف بروف بدر

الدين أحمد إبراهيم ، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، كلية علوم

الاتصال.

4. رضا (2012م)، نوال، واقع إخراج البرامج التفاعلية في الإذاعة الرقمية  
إذاعة جيجل المحلية-أنموذجاً، إشراف د. حسين قادري، كلية العلوم  
الإنسانية والاجتماعية والإسلامية، قسم علوم الإعلام والاتصال،  
ماجستير.

5. سكيك (2008م)، لبني جلال، استخدام التكنولوجيا الرقمية في النشرة  
الإخبارية التلفزيونية "نشرة الأخبار الرئيسية في التلفزيون الجزائري  
نموذجاً"، رسالة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال،  
إشراف الدكتور محمد لعقاب، جامعة الجزائر بن يوسف، كلية العلوم  
السياسية والإعلام، قسم علوم الإعلام والاتصال.

6. عبد المولى (2006م)، موسى محمد، بحث ماجستير في الإعلام، برامج  
الحوار التلفزيونية وانعكاساتها على حرية التعبير، دراسة تحليلية تطبيقية  
على برنامج "الاتجاه المعاكس" بقناة الجزيرة الفضائية في الفترة من  
2004- 31 ديسمبر 2005م، إشراف زهير توفيق حسن، جامعة أم  
درمان الإسلامية، كلية الإعلام قسم الإذاعة والتلفزيون.

7. عبد المولى (2011م)، موسى محمد موسى، بحث لنيل درجة الدكتوراه،  
دور البرامج التلفزيونية في تعزيز الحوار بين الحضارات "دراسة وصفية  
تطبيقية على برنامج "الشريعة والحياة" بقناة الجزيرة الفضائية"، إشراف  
البروفيسور علي محمد شمو، جامعة أم درمان الإسلامية، كلية الإعلام  
قسم الإذاعة والتلفزيون، 2011م.

8. عوض الكريم، (2007م) ياسر يوسف، دور تكنولوجيا الاتصال في إنتاج  
البرامج التلفزيونية، دراسة تطبيقية على استخدام التقنية الرقمية في  
المونتاج التلفزيوني بالسودان في الفترة من 1999م - 2006م، إشراف



بروفيسور على محمد شمو، جامعة أم درمان الإسلامية، كلية الدراسات العليا، كلية الإعلام قسم إذاعة وتلفزيون، دكتوراه.

9. الفلاحى (2011م)، صهيب محمود، التغطية الإخبارية لموقعي الجزيرة وBBC العربية لمعركتي الفلوجة عام 2004م، إشراف د. كامل خورشيد، بحث ماجستير، جامعة الشرق الأوسط .

10. مجدي (2017م)، عمر عثمان، الإعلام الجديد وفاعليته في الإنتاج التلفزيوني، دراسة وصفية على فضائية سودانية 24، إشراف أ. د. بدر الدين أحمد إبراهيم، جامعة أفريقيا العالمية، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون.

11. المصري (2010م)، عز الدين عطية، الدراما التلفزيونية مقوماتها وضوابطها الفنية، إشراف د. نبيل خالد أبو علي، ماجستير، الجامعة الإسلامية غزة، كلية الآداب، قسم اللغة العربية.

### ثالثاً: المراجع العربية

1. إستراتيجية الانتقال إلى البث التلفزيوني الرقمي، وثيقة الاستشارة، الجمهورية اللبنانية، الهيئة المنظمة للاتصالات، نوفمبر 2008.

2. أسماء (2005م)، حسين حافظ، تكنولوجيا الاتصال الإعلامي التفاعلي في عصر الفضاء الإلكتروني المعلوماتي والرقمي، الطبعة الأولى، توزيع الدار العربية للنشر والتوزيع.

3. إسماعيل (2011)، د. محمود حسن، مناهج البحث العلمي، الطبعة الأولى، دار الفكر العربي.

4. البطري (2000م)، د. نسمة أحمد، الكتابة للإذاعة والتلفزيون، د. جيهان يسري، مركز جامعة القاهرة، كلية الإعلام.

5. البطريق (2008م)، أ.د نسمة أحمد، الكتابة للإذاعة والتلفزيون، الدار العربية للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، القاهرة.

6. البودي (2003م)، د. منى إبراهيم، الحوار فنياته واستراتيجياته وأساليبه تعليمه، القاهرة، مكتبة هبة، الطبعة الأولى.
7. الجيلاني (2009م)، الأرقم، كيف تصنع برامج التلفزيون، الخرطوم، بدون نشر.
8. حجاب(2004م)، محمد منير، المعجم الإعلامي، دار الفجر للنشر والتوزيع، طبعه أولى.
9. حجاب(2008م) أ. د محمد منير، وسائل الاتصال نشأتها وتطورها، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة.
10. الحسن(2009م)، د. عيسى محمود، الإذاعة والبرامج الجماهيرية، دار زهران للنشر والتوزيع، الأردن.
11. حسنين (2006م)، د. سمير، دراسات في مناهج البحث العلمي، بحوث الإعلام القاهرة، الطبعة الثانية، عالم الكتب.
12. الحسين(2009م) د. عيسى محمود، الإذاعة والبرامج الجماهيرية، دار زهران للنشر والتوزيع، الأردن.
13. د. منى الصبان، من مناهج السيناريو والإخراج والمونتاج، المدرسة العربية للسينما والتلفزيون، مجدلاوي للنشر والتوزيع.
14. درار (2012م)، د.خالد عبد الله أحمد، البحث العلمي في الاتصال الجماهيري، الخرطوم، شركة مطابع السودان للعملة المحدودة.
15. الدليمي (2012م)، د. عبد الرزاق محمد، التخطيط الإعلامي، الطبعة الأولى، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.
16. رستم (2012م)، أبو رستم، الأجهزة والمعدات في التلفزيون، الطبعة الأولى، دار المعتز، الأردن، عمان.

17. رستم(2012م)، أبو رستم، الأجهزة والمعدات في التلفزيون، دار المعتر، الطبعة الأولى، الأردن، عمان.
18. رفعت(2015م)، عارف الضبع، السيناريو، دار الفجر للنشر والتوزيع، جامعة طنطا.
19. شفيق (2010م)، د. حسين، مهارات إدارة الحوار الإعلامي، دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع.
20. شكري(2009م)، عبد المجيد، الدراما التلفزيونية وفن كتابة وإخراج التمثيلية التلفزيونية، أستاذ محاضر في علوم الاتصال الجماهيري بالجامعات المصرية، الطبعة الأولى، دار الفكر العربي، القاهرة.
21. شكري(1999م)، عبد المجيد، الفن الاذاعي وتحديات تكنولوجيا قرن جديد، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة.
22. شلبي، (2008م) د. كرم، المذيع وفن تقديم البرامج في الراديو والتلفزيون، 2008، دار ومكتبة هلال، بيروت.
23. صادق، (2008 م) د. عباس مصطفى، الإعلام الجديد - المفاهيم والوسائل والتطبيقات، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، الاردن.
24. الطائي، (2007م) د. مصطفى حميد كاظم، الفنون الإذاعية والتلفزيونية وفلسفة الإقناع، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الإسكندرية.
25. الطائي، (2007م) د. مصطفى حميد كاظم، الفنون الإذاعية والتلفزيونية وفلسفة الإقناع، دار الوفاء لدينا الطباعة والنشر، الإسكندرية.
26. عبد التواب، (2010م)، د. ياسر، الحوار الإعلامي الناجح (المكتوب - المسموع - المرئي)، مركز الإسكندرية للكتاب، الإسكندرية.
27. عبد الدائم، ( 2010م)، عمر الحسن، التلفزيون، الدار العالمية للنشر والتوزيع.

28. عبد الرحمن، (2010م)، علي، فنون ومهارات العمل في الإذاعة والتلفزيون، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة.
29. عثمان، (2006)، مختار الصديق، مناهج البحث العلمي، إيثار للطباعة، الخرطوم، 2226 .
30. العدلي والعبد، (2008م)، د. عاطف العبد ود. نهى عاطف، المدخل إلى الإذاعة والتلفزيون، دار الإيمان للطباعة والنشر.
31. علم الدين، (2014م)، أ. د. محمود، وكيل كلية الإعلام جامعة القاهرة، الإعلام الرقمي البيئية والوسائل.
32. غباشي، (2008م)، محمد جمعة، كيف تعد برنامجاً تلفزيونياً؟، الطبعة الأولى، القاهرة، دار الفاروق للاستثمار الثقافية.
33. غباشي، (2008م)، محمد جمعة كيف تعد برنامجاً تلفزيونياً؟، الطبعة الأولى، دار الفاروق للاستثمارات الورقية، القاهرة.
34. كمال، (2007م) محجوب، حرفيات فنون التلفزيون والتصوير التلفزيوني، دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع، القاهرة.
35. محمددين، (2005م)، د. عثمان عوض الكريم، تخطيط البرامج التلفزيونية، 2005م، فهرس المكتبة الوطنية، السودان.
36. مزاهر، (2010م)، د. منال هلال، بحوث الإعلام الأسس والمبادئ، الطبعة الأولى، عمان، مطبعة كنوز المعرفة.
37. معوض وبركات، (2015م)، أ.د. محمد إبراهيم، أ.د. عبد العزيز، إنتاج البرامج الإذاعية والتلفزيونية، دار الكتاب الحديث، القاهرة.
38. مكاوي، (2010م)، أ.د. حسن عماد، وكيل كلية الإعلام لشؤون التعليم والطلاب جامعة القاهرة، أسس البحث العلمي ، بدون دار نشر.

39. مكاوي وعلم الدين، (2000م) د. حسن عماد، محمود سليمان، تكنولوجيا المعلومات والاتصال، مركز جامعة القاهرة، كلية الإعلام.
40. المكاوي، (1993م) د. حسن عماد، تكنولوجيا الاتصال الحديثة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة.
41. الهاشمي، (2005م)، د. مجد هاشم، الإعلام المعاصر وتقنياته الحديثة، دار المنهاج للنشر والتوزيع، المملكة الأردنية الهاشمية.
42. الهاشمي، (2004م)، د. مجد، تكنولوجيا وسائل الاتصال الجماهيري، مدخل إلى الاتصال وتقنياته الحديثة، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن. عمان.

#### رابعاً: المجالات العلمية المحكمة والدوريات:

1. م.راضي و م.م إيثار (2012م)، رشيد وطارق، مجلة كلية التربية الأساسية - ص 511 العدد الثالث والسبعون، (البرامج الحوارية ودورها في تسجيل اتجاهات الراي العام من وجهة نظر طلبة الإعلام وبرنامج ولك القرار نموذجاً، خليل، الجامعة العراقية، كلية الإعلام).
2. مقرر المؤسسة العامة للتعليم الفني والتدريب المهني، الإدارة العامة لتصميم وتطوير المناهج، برنامج تصوير التلفزيوني، حقيبة المونتاج التلفزيوني، 1426هـ.
3. همسيس، (2014م)، د.رضا، الإعلام الجديد بين حرية التعبير وحماية الأمن الوطني، جامعة قاصدي مرباح، الجزائر، دراسة قانونية، 2014م
4. الإعلام الجديد خصائصه وأنماطه ودوره، م. سامي بن عمر الحصين، الرياض، 2015م، أوراق مؤتمر مكة المكرمة السادس عشر الشباب المسلم والإعلام الجديد.

5. أوجه استخدامات الشباب لوسائل الإعلام الجديد - حالة دولة الإمارات،  
دكتور عباس مصطفى صادق، 2015م، الرياض، أوراق مؤتمر مكة  
المكرمة السادس عشر الشباب المسلم والإعلام الجديد.  
6. الإعلام الجديد في عصر المعلومات، د. سميرة شيخاني، مجلة دمشق، المجلد  
(26) العدد الأول + العدد الثاني 2010م

#### خامساً: المقابلات:

1. محمد عبد العزيز، مهندس بقناة الملاعب الفضائية.
2. ياسر آدم، مهندس بقناة الشروق الفضائية.
3. مكرم حسن، مهندس بقناة سودانية 24.

#### سادساً: مواقع الانترنت:

- ج) موقع [www.bbcarabic.com](http://www.bbcarabic.com)
- د) التلفزيون التفاعلي الرقمي Interactive والتلفزيون المحمول M.TV العدد  
19 2013م الباحث الإعلامي، د. طارق علي.  
<https://www.youtube.com/watch?v=V3rGllhgXK8> حمود
- هـ) نظام الاتصال الجديد للاتحاد للتبادل المتعدد الوسائط والخدمات Asbu  
lka، منشور على موقع  
[http://www.asbu.net/cc/MENOS\\_Brochure4.pdf](http://www.asbu.net/cc/MENOS_Brochure4.pdf)
- و) حسن اليوسفي المغاري، إعلامي باحث، الإعلام الجديد بين الحرية  
والأخلاق، 2017م، مدونة الجزيرة.  
<https://blogs.aljazeera.net/blogs>
- ز) قوغل فورم <https://www.google.com/intl/ar/forms/about>
- ح) د. جميل حمداوي، توظيف تقنية الاستمارة في البحوث التربوية،  
<http://cfijdid.a.over-blog.com/article-114033641.html>

ط) [www.arabfilmtvschool.edu.eg](http://www.arabfilmtvschool.edu.eg)، المدرسة العربية للسينما والتلفزيون.

ي) مبتعث [/www.mobt3ath.com/](http://www.mobt3ath.com/)

ك) الجزيرة [www.aljazeera.net/](http://www.aljazeera.net/)

ل) أخبار اليوم [www.akhabarelyom.com](http://www.akhabarelyom.com)

م) الأنهار [www.annahar.com](http://www.annahar.com)

ن) اليوم السابع [www.youm7.com](http://www.youm7.com)

الملاحق



محلل رقم (1)

جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا

كلية الدراسات العليا

كلية علوم الاتصال

قسم الإذاعة

استمارة خبراء

موجهة للخبراء والمختصين

عنوان البحث

توظيف التقنية الرقمية في تطوير إنتاج البرامج الحوارية  
" دراسة وصفية تحليلية على برنامج نقطة حوار بقناة BBC العربية  
التلفزيونية"  
في الفترة من 2017-2018م

بحث مقدم لنيل درجة الماجستير

إشراف:

د.عبد المولى موسى

إعداد الطالبة:

توحيدة سليمان علي أحمد

2019م

بسم الله الرحمن الرحيم

الأخت الكريمة .. الأخ الكريم

بعد التحية والتقدير

في إطار التعاون مع الباحثين وأهمية البحث العلمي لتطوير الإنتاج التلفزيوني أرجو من كريم سيادتكم مدنا بخبرتكم وآرائكم وتعليقاتكم حول هذه الأسئلة وذلك كجزء من متطلبات دراسة توظيف التقنية الرقمية في تطوير إنتاج البرامج الحوارية " دراسة وصفية تحليله على برنامج نقطة حوار بقناة BBC العربية" في الفترة من 2017-2018 م .

إرشادات عامة :

- أرجو شاكراً وضع علامة ( ✓ ) داخل المكان المخصص أمام الإجابة التي تعبر عن وجهة نظرك.
- رجاء مشاهدة حلقات البرنامج موضوع الدراسة ثم الإجابة على كل التساؤلات.
- المعلومات الواردة في الاستمارة هي لأغراض البحث العلمي فقط .

والله الموفق

الباحثة : توحيدة سليمان علي أحمد

الهاتف : 0911938644

1. النوع:

|         |          |
|---------|----------|
| ذكر ( ) | أنثى ( ) |
|---------|----------|

2. العمر:

|           |           |           |              |
|-----------|-----------|-----------|--------------|
| 30-20 ( ) | 41-31 ( ) | 51-41 ( ) | 51 فأكثر ( ) |
|-----------|-----------|-----------|--------------|

3. الحالة الاجتماعية:

|           |          |          |          |
|-----------|----------|----------|----------|
| متزوج ( ) | مطلق ( ) | أرمل ( ) | أعزب ( ) |
|-----------|----------|----------|----------|

4. المستوى التعليمي:

|           |           |                 |
|-----------|-----------|-----------------|
| ثانوي ( ) | جامعي ( ) | فوق الجامعي ( ) |
|-----------|-----------|-----------------|

5. المهنة:

|            |                 |               |
|------------|-----------------|---------------|
| إعلامي ( ) | أستاذ جامعي ( ) | أخري تذكر ( ) |
|------------|-----------------|---------------|

6. في أي مكان تعمل وفي أي تخصص؟

.....

7. سنوات الخبرة:

|         |          |           |              |
|---------|----------|-----------|--------------|
| 5-3 ( ) | 10-6 ( ) | 20-11 ( ) | 21 فأكثر ( ) |
|---------|----------|-----------|--------------|

1. الرجاء ترتيب المصادر التالية والتي تحصل منها على المعلومات وفقا لأولويتها :

| الترتيب | المصدر   | الرقم |
|---------|--|-------|
|         | القنوات التلفزيونية الفضائية                   | 1     |
|         | الراديو  | 2     |
|         | الصحف اليومية                                  | 3     |
|         | الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي              | 4     |
|         | المراكز والنوادي والمكتبات والاتحادات الثقافية | 5     |
|         | مصادر أخرى تذكر                                | 6     |

2. ما هي البرامج الحوارية التي تحرص على متابعتها؟ يمكنك أن تختار أكثر من خيار.

|              |                |                |
|--------------|----------------|----------------|
| المنوعات ( ) | الثقافية ( )   | الرياضية ( )   |
| السياسية ( ) | الاجتماعية ( ) | الاقتصادية ( ) |

3. ما هي الأسباب التي تجعلك تشاهد البرامج الحوارية؟ يمكنك أن تختار أكثر من خيار.

| الاجابة | المصدر                   | الرقم |
|---------|--------------------------|-------|
|         | مواكبة الأحداث           | 1     |
|         | معرفة الآراء المختلفة    | 2     |
|         | لمصادقيتها               | 3     |
|         | لما يقدم فيها من معلومات | 4     |
|         | أخرى تذكر                | 5     |

4. برأيك ما هي الأسباب التي تجعل البعض لا يشاهد البرامج الحوارية؟ يمكن اختيار أكثر من سبب. ضع علامة ( ✓ )

| الاجابة | العبرة   | الرقم |
|---------|--|-------|
|         | قلة الإمكانيات المخصصة للإنتاج مما يجعل البرامج الثقافية ضعيفة المستوى فنيا وتقنيا . | 1     |
|         | توقيت عرض البرامج الحوارية غير مناسب.  | 2     |
|         | ابتعاد الموضوعات المطروحة فيها عن اهتمامات الجمهور.                                  | 3     |
|         | تفضيل الجمهور لبرامج المنوعات وبرامج التسلية   | 4     |

|   |                             |
|---|-----------------------------|
| 5 | تدني المستوى الفني للبرامج. |
|---|-----------------------------|

5. رتب العناصر التالية حسب الأهمية كما تراه من وجهة نظرك ( ما هي العناصر الأهم التي تمثل معايير لنجاح البرنامج الحواري )؟

" أعط رقم (1) للأكثر أهمية وهكذا حتى الرقم (5)"

| الرقم | القناة                     | الترتيب |
|-------|----------------------------|---------|
| 1     | مقدم البرنامج              |         |
| 2     | الموضوع المطروح            |         |
| 3     | الضيوف                     |         |
| 4     | التفاعلية و مشاركة الجمهور |         |
| 5     | جودة الصورة والصوت         |         |

#### القسم الثالث: برنامج نقطة حوار

| برنامج نقطة حوار قناة ال BBC ( الفكرة والمحتوي) |   |               |        |           |                  |
|---|---|---------------|--------|-----------|------------------|
| الرقم   | العبارة   | أو افق تماماً | أو افق | إلى حد ما | لا أو افق مطلقاً |
| 1   | فكرة البرنامج ليست جديدة لكن الجديد فيها الاعتماد على التقنية الحديثة.                            |               |        |           |                  |
| 2   | تقوم فكرة الحوار على اختلاف وجهات النظر بين الضيوف.   |               |        |           |                  |
| 3   | تخصيص مقدم واحد للبرنامج أفضل من تعدد المقدمين  |               |        |           |                  |
| 4   | يعرض مقدمو برنامج نقطة حوار الأفكار بدقة وإيجاز   |               |        |           |                  |
| 5   | مقدمو البرنامج ملمين بالموضوعات التي تقدم في البرنامج   |               |        |           |                  |
| 6   | يحترم مقدمو البرنامج كل الآراء المطروحة مهما كان اتجاهها.   |               |        |           |                  |
| 7   | يعتمد البرنامج على تعدد الآراء من خلال مشاركة الجمهور .   |               |        |           |                  |
| 8   | يأخذ البرنامج الموضوعات الأكثر انتشاراً في مواقع التواصل الاجتماعي كموضوعات للنقاش من قبل الضيوف. |               |        |           |                  |
| 9   | اختيار الموضوعات تتم وفق سياسية القناة  |               |        |           |                  |
| 10  | اختيار الموضوعات تتم وفق أجندة القناة إستراتيجية بريطانيا وعلاقتها.                               |               |        |           |                  |
| 11  | يعتمد البرنامج على اختيار عينه من آراء المشاركين تمثل رأي   |               |        |           |                  |

|    |  |  |  |  |  |
|----|--|--|--|--|--|
|    |  |  |  |  | الأغلبية.                                    |
| 12 |  |  |  |  | الموضوعات التي يناقشها البرنامج مثيرة للجدل. |
| 13 |  |  |  |  | يتم استضافة ضيوف تعبر عن وجهات نظر مختلفة.   |

القسم الرابع : التقنية الرقمية والبرامج الحوارية:

| الفئة الأولى : فاعلية التقنية الرقمية في توصيل الرسالة الإعلامية |   |              |       |           |                 |
|--|---|--------------|-------|-----------|-----------------|
| الرقم  | وحدات التحليل   | أوافق تماماً | أوافق | إلى حد ما | لا أوافق مطلقاً |
| 1  | ساعدت التقنية المستخدمة في البرنامج على اتساع الجمهور المتابع وظهر ما يعرف بالاجماهيرية     |              |       |           |                 |
| 2  | يمكن للجمهور متابعة المادة الإعلامية في أي وقت وأي وسيلة يريدونها مما خلق اللاتزامنية       |              |       |           |                 |
| 3  | بفضل التقنية تلاشت الحدود الفاصلة بين التلفزيون والانترنت والراديو                          |              |       |           |                 |
| 4  | مواقع التواصل الاجتماعي قللت من دور التلفزيون في توصيل الرسالة الإعلامية .                  |              |       |           |                 |
| 5  | نجح برنامج نقطة حوار في الجمع بين تقنيات التلفزيون والراديو والانترنت لتوصيل رسالة البرنامج |              |       |           |                 |
| 6  | برنامج نقطة حوار يسخر كل التقنيات الموجودة لتوصيل الرسالة الإعلامية لأكبر قدر من الجمهور    |              |       |           |                 |
| 7  | للتقنية الرقمية دور في زيادة مساحة التعبير وتوفير المنصات.                                  |              |       |           |                 |
| 8  | التقنية الرقمية أعطت للبرامج الحوارية الحيوية والتفاعلية.                                   |              |       |           |                 |
| 9  | المستقبل الآن للحوار الإلكتروني بدلاً من الحوار التقليدي.                                   |              |       |           |                 |
| 10   | التقنية الرقمية أفقدت البرنامج سيطرته على الرسالة الإعلامية فلم يعد مرسلًا فقط بل مستقبل .  |              |       |           |                 |

| الفئة الثانية : مدي مساهمة التقنية الرقمية في زيادة عنصر التفاعلية في البرامج الحوارية |  |              |       |           |                 |
|--|--|--------------|-------|-----------|-----------------|
| الرقم  | وحدات التحليل  | أوافق تماماً | أوافق | إلى حد ما | لا أوافق مطلقاً |
| 1  | التقنية أوجدت منصات متعددة لمشاركة الجمهور في البرنامج.                      |              |       |           |                 |
| 2  | الجمهور في برنامج نقطة حوار له دور ايجابي فهو لا يتابع البرنامج فقط بل يشارك |              |       |           |                 |

|  |  |  |  |  |   |   |
|--|--|--|--|--|---|---|
|  |  |  |  |  | متابعي البرنامج المتفاعلين هم من النخبة وليس عامة الجمهور                                 | 3 |
|  |  |  |  |  | يعتمد البرنامج على اختيار عينة من آراء المشاركين قد لا تمثل رأي الأغلبية.                 | 4 |
|  |  |  |  |  | أثر عنصر التفاعلية على جودة ومصداقية المحتوى سلباً، فأصبح الحوار متاحاً ومفتوحاً للجميع . | 5 |

#### الفئة الثالثة : انعكاسات التقنية الرقمية على القائم بالاتصال في البرامج الحوارية

| الرقم | وحدات التحليل   | أو افق تماماً | أو افق | إلى حد ما | لا أو افق مطلقاً |
|-------|---|---------------|--------|-----------|------------------|
| 1     | ساعدت التقنية الرقمية في وجود تفاعل بين الجمهور المتابع والقائم بالاتصال " مقدم البرنامج"                     |               |        |           |                  |
| 2     | تؤثر كفاءة مقدم البرنامج في التعامل مع أجهزة الكمبيوتر والتكيف مع واقع العصر الالكتروني على أداءه في البرنامج |               |        |           |                  |
| 3     | المتلقي بفضل التقنية أصبح مرسل للرسالة ويتدخل في سيرها مما أضعف الحوار .                                      |               |        |           |                  |
| 4     | يشكل رجوع الصدى الفوري مصدر ضغط لمقدم البرنامج .  |               |        |           |                  |
| 5     | أصبحت الممارسة الإعلامية تتطلب عناصر بشرية على أعلى مستوى من المقدرة والتخصص الفني والإعلامي و المعلوماتي .   |               |        |           |                  |
| 6     | التقنية الرقمية قللت من دور مقدم البرنامج في إدارة الحوار .   |               |        |           |                  |

#### الفئة الرابعة : تأثير استخدام التقنية الرقمية على تطوير إنتاج برنامج نقطة حوار بال BBC

| الرقم | وحدات التحليل   | أو افق تماماً | أو افق | إلى حد ما | لا أو افق مطلقاً |
|-------|---|---------------|--------|-----------|------------------|
| 1     | التقنية الرقمية تؤثر على نجاح البرنامج .  |               |        |           |                  |
| 2     | استخدم البرنامج مواقع التواصل الاجتماعي بفاعلية كبيرة أفقد البرنامج قابلية الحوار التلفزيوني. |               |        |           |                  |
| 3     | كثرة التقنية المستخدمة في البرنامج تشوش على المتلقي سلباً وعلى استيعابه للمحتوي.              |               |        |           |                  |
| 4     | كفاءة وجودة الصوت والصورة عنصر مهم في نجاح البرنامج.  |               |        |           |                  |
| 5     | الشكل الإخراجي وتوظيف شاشة الVEDIO WALL كان بمثابة عنصر جذب للمتابعين .                       |               |        |           |                  |

القسم الخامس: الرؤية المستقبلية:

ما هي الحلول المقترحة في رأيك لتطوير برنامج نقطة حوار (قناة ال BBC) من حيث:

1. الإعداد

---

2. التقديم

---

3. التقنية الرقمية الحديثة:

---



## محلقة رقم (2)



ايمان قيصر  
محمد سيف نصر



نور الدين زريقي  
سمير فرح

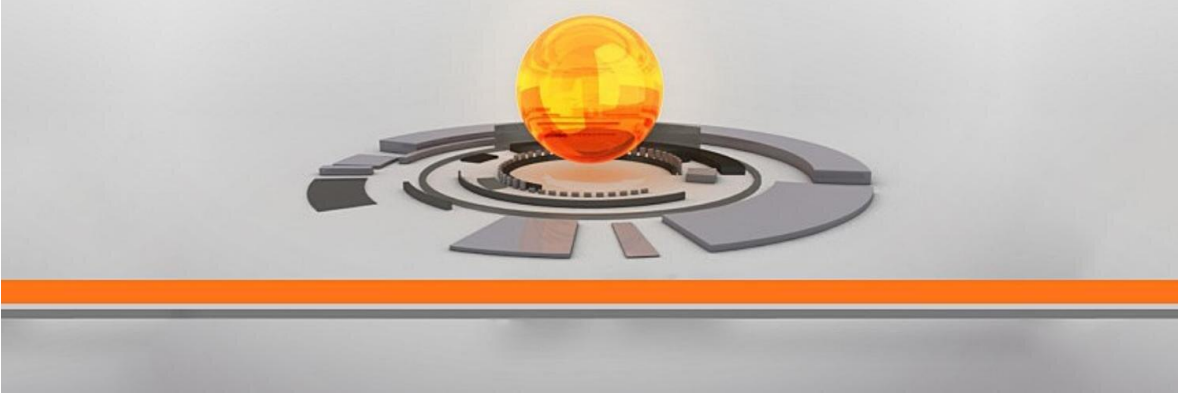


محمد عبد الحميد



### ملحق رقم (3)

#### شعار البرنامج



#### استديو البرنامج



### ملحق رقم (4)

لقطات من التقنية المستخدمة في برنامج نقطة حوار



طلال أحمد باحيدرة - اليمن



نقطة حوار

44 20 77 650 211



رئيسي • للمزيد من الأخبار والتقارير زوروا موقعنا على الانترنت

16:10  
GMT

عربي BBC