

خصائص ومعايير البرامج التلفزيونية الحوارية دراسة تحليلية لبرنامج اطراف الحديث قناة الشرقية

م.م. رشا محمد ناجي

جامعة العين العراقية

drrashaalnajar@gmail.com

المخلص:

إنّ لموضوع (خصائص ومعايير البرامج التلفزيونية الحوارية ،، دراسة تحليلية لبرنامج اطراف الحديث قناة الشرقية إنّ للبرامج الحوارية أهمية كبيرة في التعرف على الوجه الاخر للضيف الذي بدوره يكون له أهمية كبيرة في إعطاء معلومات جديدة حول مواضيع مستحوذة على الشارع وتكون هي حديث الساعة فيزيل الغموض عن الكثير من الأمور المبهمة عن الجمهور الذي يستهدفه البرنامج الحوارية اما في ما يتعلق بطبيعة البحث حول حوار الشخصية والذي يتقضى معلومات شخصية وعامة للضيف ونجاحاته وانجازاته طوال مسيرة حياته والتي يرغب الشارع بالتعرف عليها، و تمثل مجتمع البحث في برنامج اطراف الحديث الذي يعرض على قناة الشرقية، وتم اجراء البحث في الحدود الزمانية من ٢٢-٦-٢٠٢٤ الي/٢٢-١٢-٢٠٢٤م، و جرت المعاينة بأسلوب العينة لموضوعات البرنامج والتي بلغت (18) حلقة.

الكلمات المفتاحية: (البرامج الحوارية، المعايير).

Title: Characteristics and Standards of Talk Shows: An Analytical Study of the "Ataraf al-Hadith" Program on Al-Sharqiya Channel

Rasha Mohammed Naji

Alayen iraqi university

drrashaalnajar@gmail.com

Abstract:

The topic of "Characteristics and Standards of Talk Shows: An Analytical Study of the 'Ataraf al-Hadith' Program on Al-Sharqiya Channel" emphasizes the significant role of talk shows in revealing the other side of a guest's personality. This, in turn, is crucial for providing new insights on trending topics that dominate public discourse. Talk shows shed light on various issues that remain unclear to the audience, offering a clearer understanding of matters currently in the public eye. This study focuses on the nature of personal interviews, which delve into both the personal and public lives of the guest, including their

successes and achievements throughout their career—information that the public is keen to learn.

The research was conducted on the "Ataraf al-Hadith" program, aired on Al-Sharqiya Channel, within the time frame from June 22, 2024, to December 22, 2024. The study involved a sample analysis of 18 episodes of the program.

Keywords: (talk shows, standards).

المقدمة:

تعد البرامج التلفزيونية الحوارية احد أنواع البرامج التي استخدمت قديما، والتي هدفت الى الترفيه والحصول على المعلومة الشخصية والعامة، ومن بين هذه البرامج برنامج "اطراف الحديث"، الذي اختارته الباحثة بشكل قصدي كونه برنامج حوارى قائم على شخصية المقدم ومهارته وضيف يقدم معلومات شخصية وعامة أحيانا، ويعتبر المقدم اهم عنصر في البرنامج الحوارى والذي يختار الشخصيات بالتوافق مع توجهات القناة، قناة الشرقية.

المبحث الاول: منهجية البحث

اولاً: مشكلة البحث:- تتبلور اشكالية البحث بطرح تساؤل رئيسي على النحو الاتي (كيف تناول برنامج اطراف الحديث، في قناة الشرقية الحياة العامة والشخصية لضيوف البرنامج)
ثانياً: أهمية البحث:

نظر للاهتمام الواسع الذي اصبحت تحظى بها البرامج الحوارية حيث عمدت بعض القنوات الى اعتماد هذا النوع من البرامج لجذب الجمهور والتعريف بشخصيات معينة مشهورة او حتى مغمورة أحيانا لتعريف بهذه الشخصيات، يتم التعرف على إنجازاتها من خلال البرنامج.

ثالثاً: تساؤلات البحث:

ومن هذه التساؤلات تتفرع عدة اسئلة فرعية، على النحو الاتي:

١- ما المعايير التي اتبعها البرنامج؟

٢- ما التحديات التي تواجه مقدم البرنامج الحواري ؟

٣- ماهي خصائص البرامج الحوارية ؟

رابعاً: اهداف البحث:

١- تحديد معايير البرنامج .

٢- معرفة التحديات التي تواجه مقدم البرنامج الحواري

٣- التثبت من خصائص البرامج الحوارية

٤- خامساً: مجتمع البحث وعينته:

يعد برنامج "اطراف الحديث " المعروف في قناة الشرقية هو المجتمع الاصيلي للبحث .. والمتمثل بتحليل المادة الاعلامية من حيث الشكل والمضمون، اذ قامت الباحثة بتحليل جميع حلقات البرنامج البالغ عددها (18)، حلقة للفترة من ٢٢-٦-٢٠٢٤ الى ٢٢-١٢-٢٠٢٤ بطريقة اسلوب العينة القصدية .

سادساً: نوع البحث ومنهجه:

هذا البحث هو من البحوث الوصفية التي تركز على وصف خصائص وسمات مجتمع بعينه . استخدمت الباحثة المنهج المسحي بنوعيه ، الوصفي والتحليلي الملائم لطبيعة بحثنا الحالي، وبما يحقق اهدافه اذ يعد المنهج المسحي مناسباً لجمع المعلومات.

سابعاً: اداة البحث:

اعتمدت الباحثة على تصميم استمارة، تحليل المضمون لجمع المعلومات والبيانات الاساسية وتصنيفها وتبويبها الى وصف المضمون الصريح والمحتوى الظاهر للمادة الاعلامية المعروضة في برنامج "اطراف الحديث الذي يعرض على قناة الشرقية .

المبحث الثاني: خصائص ومعايير البرامج التلفزيونية الحوارية دراسة تحليلية لبرنامج ،، اطراف

الحديث،، قناة الشرقية للفترة من ٢٢-٦-٢٠٢٤ الى ٢٢-١٢-٢٠٢٤ ،،

تمهيد:

البرامج التلفزيونية الحوارية:

إنَّ للبرنامج التلفزيوني الحواري خصوصية من حيث قدرته على جذب الجمهور في حال اجتمعت مجموعة عوامل والبرنامج رسالة توجه الى جمهور من قبل مرسل وهم القائمين على البرنامج ويتم إيصال الرسالة من قبل وسيلة إعلامية تتقل للجمهور الصورة والصوت والمؤثرات مع إمكانية الكوادر في الاعداد والتصوير و المونتاج والمقدم ، حيث ان هذه المحاور هي من يتيح إمكانية تحقيق النجاح او الفشل للبرنامج

التحدث عن البرامج التلفزيونية الحوارية يجعلنا نعود الى الراديو والمسرح والسينما، بداية ظهور البرامج الاولى، حيث كانت تعرض البرامج وكأنها اذاعة مصورة من حيث الاسلوب وثبات الممثلين، اذ لم تكن عملية تسجيل الفيديو متوفرة فاعتمدوا على البث المباشر للبرامج بدون ان يكون هناك تعديل او اجراء مونتاج على البرامج وهذا كان يحمل الكوادر مسؤولية اكبر وحذر من الاخطاء حيث لامجال لتصحيح الخطاء، كما ان في البرامج التلفزيونية العديد من الرسائل الضمنية التي يمكن ان تتقل على لسان المقدم اوحتى عن طريق الضيوف وممكن ان تكون هذه الرسائل بصورة مباشرة تطرح للجمهور ، وتكون هذه الرسائل ضمن توجهات القناة محددة مسبقا الهدف من هذه الرسائل هل تكتفي بايصال الرسالة؟ ام انها ترغب باحداث اثر معين يكون واضح من خلال التغذية الراجعة .^(١)

استمدت البرامج التلفزيونية الحوارية وظائفها من وظائف الاعلام الاساسية، الاخبار التفسير التوجيه الارشاد التوعية والتسلية والترفيه حيث تصب هذه الوظائف الاساسية في عملية نقل المعلومات من مرسل الى مستقبل هذا اضافة الى مهام الاعلام الاساسية في التفسير والتوجيه والارشاد والتوعية والتسلية والامتعاع^(٢).

أولاً : أهمية البرامج التلفزيونية الحوارية :

ان تكون قادرة على توجيه الفهم والادراك لهم ونقل كل ما هو جديد حول قضاياهم او التعريف بحضارة الشعوب الاخرى واجراء عملية تثقيف وتوعية بأهم هذه بقضية غامضة او حتى يحتدم حولها النقاش واحترام الاختلاف بين الثقافات وتقبل الاخر.، فهم الذات وعملية المحاكاة فتبرز تلك البرامج نموذج سواء كان فنيا او رياضيا او علميا ويسمع الجمهور ويراقب حياتهم وما يدور حولهم ومتابعة ظروفهم الاجتماعية و الاقتصادية . توجيه السلوك اليومي للأفراد حول السلوك الاستهلاكي وطبيعة الخدمات والسلع المتوفرة وعملية المفاضلة بينهم او غير ذلك، الحصول على كم هائل من المعلومات حول موضوع معين وفهم حقيقته حول القضايا التي تطرح بشكل غير كامل فللبرامج دور كبير في اكمال الصورة. التفاعل الاجتماعي فتتقل تلك البرامج ما يحدث بصورة سريعة او مباشرة وتسهم بوضع ارضية مشتركة للمناقشات والحوار ويكون الفرد حاضر عارف لما يحدث حوله^٣.

كما تعتبر البرامج التلفزيونية بلا منازع هي أكثر اغراض الاعلام انتشارا بكافة اشكالها، فيقدر الفرد من خلاله الحصول على الاسترخاء من خلال متابعة برامج التسلية والترفيه، لأنها تسمح للفرد ان يقوم من خلالها بأطلاق العنان لنفسه للتعبير عن نفسه وعرض همومه ومشكلاته، والتخلص من الشعور بالاضطهاد والعزلة.

ان اهمية البرنامج تأتي من اهمية الموضوع التي يطرحها فأصبح البرنامج جزء لا يتجزأ من اهمية المواضيع ومدى قربها من الجمهور وحدائتها وحجمها كبيرة ام صغيرة بسيطة ام معقدة، والبرنامج يجب ان لايقف عنده طرح قضية او موضوع معين بل لابد من طرح حلول وتنبأ بالنتائج المتوقعة^(٤)

ثانياً: اعداد البرامج التلفزيونية الحوارية :

يرتبط اعداد البرنامج بسياسة المحطة وايدولوجياتها وإمكانية تحقيق اهداف المحطة، فمن المهم فهم ظروف الوسيلة الاعلامية، وتوجهات القناة وتحديد الهدف من البرنامج والفئة الموجهة له البرنامج،الاختلاف والتكامل في البرامج بكل أنواعها البرامج التلفزيونية اخباري، ترفيهي، تحليلي، وثائقي،

تتنوع في الموضوع وكيفية المعالجة وتتنوع فيه القوالب الاعلامية، وهذا التنوع يؤدي الى التكامل الذي يرضي الجمهور ويحقق غاية البرنامج والمؤسسة الإعلامية، كما ان الاستجابة لنوع الجمهور ومتطلباته واحد من اهم الشروط الاساسية هنا يجب معرفة الجمهور بشكل كافي ومفصل عن طريق الدراسات والمسوح الميدانية لان الجمهور ومتطلباته في تغير مستمر^(٥).

كما ان عملية الاستجابة لشخصية المؤسسة ومتطلباتها، تفرض ان يكون هناك توافق بين شخصية المؤسسة وعملية بناء البرامج والجمهور، على سبيل المثال من غير المعقول ان يقدم برنامج ما يطلبه المستمعون من اغاني عاطفية، في مؤسسة اعلامية توجهاتها دينية، احد الشروط الأساسية في تكوين البرامج الابتكار والحدثة فيجب ان يكون دائما هناك شيء جديد يقدم، بعيدا عن النمطية والقالب الواحد المكرر في كل المؤسسات والبرامج، المرونة يفرضها الجمهور المتغير مع متغيرات الحياة فيجب ان يكون هناك تجديد في الطرح للموضوعات والقضايا التي هي الأقرب للجمهور، كما يجب ان يكون هناك تجديد في استخدام التقنيات الحديثة وتحقيق الصورة الجذابة للجمهور^(٦).

ثالثا : أنواع البرامج التلفزيونية الحوارية

يقصد بالنوع وهو الهيكلية للبرنامج وهو نموذج محدد يضع به البرنامج فكل برنامج شكل خاص به وللبرامج التلفزيونية اشكال كثيرة ومتعددة ويستخدم هذا المصطلح في الاذاعة والتلفزيون ويتحدد من خلالها الكيفية التي سيعرض بها البرنامج، يعبر هذا الشكل عن محتوى البرنامج قادر على تحقيق الهدف من البرنامج الاساسي هو اصال المضمون والافكار واحداث التأثير المطلوب ، ان العلاقة بين شكل البرنامج يرتبط بمضمونه ونجاح البرنامج يرتبط ارتباطا وثيق بتحديد الشكل المناسب والذي يناسب الموضوع والجمهور المستهدف وهذا يتطلب اعداد جيد فاهم المتطلبات نجاح البرامج من هذه الاشكال ما يأتي^(٧) :

أ- البرامج الحوارية: تعرف البرامج الحوارية : "هو برنامج تلفزيوني يقوم على حوار يحدث بين اعلامي وضيف او اكثر او اعلامي والجمهور حول موضوع على مساس مباشر مع الجمهور او

حوار شخصي للحصول على معلومات شخصية ، ظهر البرنامج مع انطلاقة التلفزيون وكانت بداية هذه الانطلاقة في امريكا و شكل حالة خاصة وانطلاقة للبرامج التلفزيونية في العالم، ثم بدأت البرامج الحوارية التلفزيونية في الظهور في العالم العربي وكانت ، ، والبرامج الحوارية احد الاشكال المهمة ، والذي يتميز بخصائص عديدة اضافة الى المصادقية والجاذبية والحيوية والتفاعل مع الجمهور، مما يجعلها اكثر الاشكال جماهيرية وشعبية واحد الادوات المهمة في تحريك الشارع الرأي العام ^(٨).

ب-برنامج الحديث المباشر: يعتمد هذا النوع بشكل كبير على شخصية مقدم البرامج ومدى تمكنه من ادواته في إدارة الحوار من خلال معلوماته العامة وثقافته الواسعة خاصة عندما يتطابق البرنامج مع دراسة وتخصص المقدم وهنا يجب التنويه على فريق الاعداد الذين يكون في الغالب أصحاب الفضل في جمع المعلومات عن الضيوف وعن موضوع كل حلقة واحيانا كثيرة يكون المقدم هو نفسه المعد وللمذيع العديد من الصفات التي يجب ان يتحلى بها منها الثقافة العالية ، الباقية في الطرح ، عدم التحيز والمهنية في المناقشة ^(٩) .

ج-حوار الرأي: وهو يستهدف التعرف على رأي الضيف حول موضوع معين، سواء كان هذا الضيف عالماً أو سياسياً او اقتصادياً ، أدبياً، وهذا النوع من البرامج لايتحدث به الضيف عن أمور شخصية الحديث يكون بشكل عام يخص قضايا انية حديث الشارع يبدي فيها الضيف برائييه الشخصي في هذه القضية . ^(١٠).

ح-حوار الشخصية: ويستهدف تسليط الضوء على الشخصية من جوانبها المختلفة وليس مقصوراً على الشخصيات المشهور بل يمكن أن يستهدف شخصيات غير معروفة للجمهور، وهو نوع برنامج البحث حيث يتحدث الضيف بمعلومات شخصية ثقافية ودائماً تتميز هذه الشخصيات بجانب ابداعي يحاول المقدم ان يشير الى هذا الجانب في الضيف من خلال التعريف بجانب الاخر له حتى يحصل على قبول اكبر لدى الجمهور . ^(١١) .

د- حوار المعلومات :وهذا النوع من الحوار يقوم على الحصول على معلومات معينة من الضيف بشأن موضوع معين ، وغالبا مايسود هذه المواضيع الغموض ، فيتم استضافة ضيف متخصص يملك المعلومات بهذا الجنب ويقم اختيار الضيف بناء على إمكانية الضيف ومعرفته ، حتى يدلي بمعلومات معينة تهم شريحة واسعاً من الجمهور. (١٢).

ذ- حوار (المقابلة) : تشترك اغلب برامج التلفزيون على اختلافها بهذا الشكل وهو عبارة اسلوب، طريقة، فن يهدف الى الحصول على المعلومة او لتفسير ظاهرة او ايجاد حل لمشكلة او التعرف على قضية او شخصية او حدث، وهذا يفسر وجود انواعا متعددة من المقابلات التلفزيونية المختلفة من حيث الشكل والمضمون والهدف، ويطلق اصطلاح مقابلة تلفزيونية على البرامج التي يلتقي فيها مقدم البرامج مع ضيف او شخصية رئيسية محورية في البرنامج يستفهم من الضيف حول موضوع من الموضوعات التي تهم الجمهور والمقابلة النموذجية هي التي تشمل على خصائص معينة مثل التدفق الحر والانسيابية وتبادل الحديث والاجابة على الاسئلة والتلقائية والعفوية واختيار المكان المناسب للضيف (١٣).

رابعا: تصنيفات منظمة اليونسكو للأمم المتحدة صنفت اشكال البرامج التلفزيونية بحسب الوظيفة (١٤) :

أ- البرامج الاخبارية : وتشمل النشرات الاخبارية والبرامج السياسية، والبرامج الرياضية، والنشرات الجوية، والتقارير الاخبارية المصورة ، المقابلات بكل أنواعها ، التحليلات الاخبارية، النشرات الاقتصادية والاخبار المالية والبورصة وغيرها.

ب- البرامج الثقافية : والتي تعنى بالقضايا الادبية ، والفنية والمسرح والسينما والمعرض الفنية الثقافية، والتي تهدف الى الارتقاء بذوق الجمهور الفنية والثقافية، اضافة الى انها تعد احد خطوات تحقيق التنمية في المجتمع.

ت- برامج ترفيهية : وتشمل البرامج الفنية والمنوعات ، والمسلسلات ، الاغاني ، الموسيقى ، المسابقات ، والتي تخلق جو من المتعة والتسلية تخلص الفرد من ضغوط الحياة اليومية .

خامسا: مراحل اعداد البرامج التلفزيونية الحوارية :

إنَّ البرنامج التلفزيوني الناجح يعتمد على العديد من المحاور الأساسية بداية من الفكرة وتحديد العنوان ونوعية البرنامج وتحديد الجمهور المستهدف والغاية من البرنامج ووقت عرض البرنامج والتخطيط الجيد للبرنامج واعداد الميزانية المناسبة والطواقم الفنية وتجهيز الديكور والمعدات الفنية من ديكور وكاميرات ، ولا بأس من عمل ورش مع طاقم العمل للوقوف على صورة واضحة للبرنامج، ن نجاح أي برنامج تلفزيوني، مهما كان نوعه، يكون من التخطيط الجيد والمتقن، الذي يتطلب خبرة و ثقافة واسعين، وأسلوب بعيد عن الصورة النمطية في البحث والتحضير والتفسير ، وتعد الكتابة للتلفزيون، مهمة غاية في الصعوبة، فالكاتب لا بد أن يجمع بين المهارات والذوق و اذهن الحاضر المتجدد، التي يتصف بها الكاتب المسرحي، وكاتب السيناريو السينمائي، والصحفي ، فلا بد ان يضع كاتب البرنامج الفئة الموجه لها البرنامج في عين الاعتبار فيوازن النص ويكتبه بلغة محببة مفهومة لدى الجمهور ، ان عملية التخطيط لا بد ان تشمل كافة جوانب البرنامج، وتبقى البرامج التلفزيونية تحتاج الى دراسة كل الافكار المطروحة قبل عملية التنفيذ، وتحديد الاسلوب المناسب لنوع وشكل البرنامج والجمهور^(١٥)، فالتخطيط هو سر نجاح البرنامج كلما بذل مجهودا في التخطيط كلما حقق البرنامج النجاح ويبدأ التخطيط بالاتي:

١-هدف وفكرة البرنامج : كل البرامج بدايتها فكرة يراد ايصالها الى الجمهور وتحقيق هدف محدد مسبقا وهذه هي اساس وبداية لانطلاق برنامج ناجح، سواء كان برنامج اجتماعي ام ثقافي او حتى محاولة غرس او تغيير توجهات الجمهور، لكن من اين تأتي الافكار ؟ ليس بالضرورة وهل تحتاج ان تكون مبتكر، مبدع لتخلق فكرة جديدة ؟ ام فقط تحتاج ان تكون مراقب جيد لما يحدث حولك مستمع جيد للأخرين تستطيع اقامة صداقات معهم ؟ الحقيقة الفكرة الجيدة تحتاج كل هذه العوامل لتخلق

برنامج ناجح قادر على تحقيق غايته تنوعت هذه الافكار وتعددت أهمها فكرة العرض المباشر ،الفكرة الوصفية، الفكرة النقدية ،الفكرة المقارنة ،الفكرة التاريخية الفكرة التوجيهية فكرة التنبؤ..

٢- **تحديد الجمهور المستهدف** : يحدد الجمهور الموجه له البرنامج ،من أي فئة الشباب الرجال، النساء، المدينة، الريف، في اي ساعة يبث البرنامج صباحا ام مساء، التفكير في وقت العرض اذا كان البرنامج للمرأة فيجب التفكير بالوقت الذي تكون فيه المرأة متفرغة لمشاهدة البرنامج اما اذا كان للأطفال في عمر المدرسة فيجب اختيار وقت يكون فيه الأطفال في البيت . ماهي هذه الشريحة ، ماذا تريد ان تخبرهم، ما الذي تدعوهم اليه هل هي اشياء ترفيهية ام قضايا مصيرية تهم فئة معينة، قد تكون حول قضايا تمكين المرأة او دروس تربوية للأطفال او قضايا للفلاحين او المهندسين او شريحة المحاميين ماهي احتياجات كل هذه الفئات ما الذي يجذبهم، كل هذه الاسئلة تساعد في اختيار البرنامج المناسب للجمهور المناسب مع مراعاة اختيار الضيف المناسب ^(١٦).

٣- **تقسيم الفقرات بالتنسيق مع الوقت المحدد**: غالبا ما يكون وقت البرنامج من ربع الى خمسة وأربعين دقيقة لهذا يفضل ان تقسم الفقرات على عدد الدقائق في البرنامج وتحديد وقت كل فقرة دون التجاوز على وقت فقرة أخرى كما يراعي التنوع في الفقرات وإدخال التعليق الصوتي والمشاهد الخارجية والموسيقى بين الفقرات الرئيسية حتى لا يتسرب الملل للجمهور ^(١٧).

٤- **موعد عرض البرنامج** : الاعتناء بمواعيد عرض البرنامج التلفزيوني واختيار الوقت المناسب للبرنامج بحسب نوع وهدف البرنامج والفئة من الجمهور المستهدفة، هل البرنامج صباحي ام مسائي هل البرنامج موجه لربات البيوت ام للمرأة العاملة ^(١٨) ،للأطفال ام للشباب، تحديد المدة الكافية لعرض البرنامج مهم، فلا يجوز ان يكون وقت البرنامج لا يتناسب مع طبيعته، فهناك البرامج الطويلة التي تحتاج وقت للفقرات كافي لطرح القضايا وسبل المعالجة مثل البرامج التي تعالج الظواهر السلبية في المجتمع، وهناك برامج خفيفة ترفيهية تحتاج وقت اقل، لا بد دراسة وقت العرض المناسب للبرنامج

والجمهور دراسة كافية قبل البدء ، ايضا يجب ان يحدد افضل وقت للاستماع والمشاهدة، فالاهتمام الذي يعطى للبرنامج الصباحي ليس نفس الاهتمام الذي يعطى للبرنامج المسائي^(١٩) .

٥-اختيار الضيوف المناسبين للبرنامج: عملية اختيار الضيوف بالبرنامج، فالضيف يفضل ان يكون له قبول ومحبيب من الجمهور ، متخصص في موضوع البرنامج، له القدرة على مواجهة الكاميرا ، قادر على ان يتجاوز اطراف الحديث مع مذيع البرنامج، له طريقة طرح جذابة مشوقة بالنسبة للجمهور، فكم من ضيف كان سبب في فشل برنامج، لأنه عجز عن اصال فكرته للجمهور ، وحتى يتم تجنب هذا الفشل من المهم الاتفاق مع اكثر من ضيف في نفس الوقت من المتخصصين في موضوع البرنامج واخبارهم عن المحاور الاساسية في الحلقة لجمع المعلومات والاستعداد للحلقة بدون ان يكون هناك عنصر المفاجأة بالنسبة للضيف فهذا احد اسباب نجاح البرامج المهمة^(٢٠) .

٦-اختيار طبيعة البرنامج: عملية استخدام المؤثرات، كل هذه الاختيارات عملية دقيقة مرتبطة بالبرنامج ونوعه فالبرامج الشبابية يفضل ان يكون رتمها عالي يستخدم فيها الموسيقى، والاعاني الشبابية، والبرامج التي توجه للكبار يستخدم فيها الموسيقى الكلاسيكية والموسيقى الهادئة، وقد يكون توجه القناة ديني فلا تستخدم هذه المؤثرات فتلجأ الى اصوات الطبيعة والعصافير، فمثلا اذا كان البرنامج رياضي مخصصاً لكرة القدم، موجه الى الشباب من عمر خمسة عشر الى عشرين سيستخدم في الديكور الوان متوافقة مع طبيعة البرنامج، ويجب ان يكون مقدم البرنامج من نفس الفئة العمرية قريبة للجمهور يستخدم نفس لغتهم حتى يعتبروه صديق لهم قريب منهم^(٢١) .

٧-الترويج للبرنامج: بعد ان قمت بعملية تصوير وتسجيل البرنامج ، يجب ان تقوم بتسويقه من اجل ان يعرض في المحطات التلفزيونية ، فيجب ان تخطط من البداية الى هذه الخطوة النهائية ،وسائل التواصل اليوم تعتبر وسيلة ممتازة لعملية الترويج العديد من برامج التلفزيون عرفة من خلال مواقع التواصل^(٢٢) .

سادسا: اهداف البرامج التلفزيونية الحوارية

إنَّ للبرامج الحوارية اهداف عديدة الا ان اهم هدف هو إيصال الرسالة واحداث التأثير المطلوب على الجمهور فانا غاية البرامج التلفزيونية هي رفع نسبة المشاهدة والتصدر على بقية البرامج التلفزيونية حيث ان استحواذ البرنامج على رضا ومتابعة الجمهور هو بحد ذاته تحقيق النجاح للبرنامج ، وهذا يعطي المزيد من الصلاحيات للبرنامج في ارسال المواضيع المهمة والمتعددة والتي اصبح با مكنها اقناع الجمهور بتوجهات معينة اوخلق توجهات جديدة للجمهور، كما ان البرنامج ممكن ان يوصل رسائل تعليمية وتوعوية في العديد من القضايا من خلال طرح تجارب شخصية للضيوف ، منها التوعية بمخاطر المخدرات ، والتدخين وغيرها من المواضيع المهمة ، ولايكتفي البرنامج بعرض القضايا فقط بل يطرح الحلول والمقترحات الضمنية، إضافة الى الجانب الترفيهي من خلال التعرف الى الشخصيات المحببة لدى الجمهور التي لها الأثر الكبير في تخفيف الضغوط على الفرد (٢٣):

المبحث الثالث: خصائص ومعايير البرامج التلفزيونية الحوارية

عرض نتائج البحث وتفسيرها:

في هذه الدراسة التحليلية، استخدم الباحث تحليل المحتوى لعينة عشوائية من حلقات برنامج "أطراف الحديث"، الذي تم بثه في الفترة من ٢٢ يونيو ٢٠٢٤ إلى ٢٢ ديسمبر ٢٠٢٤. من الأسباب الرئيسية لاختيار هذا البرنامج، الذي يُعرض على قناة الشرقية، هو تركيزه على القضايا الشخصية والعامّة ونهجه الفريد مقارنة بالبرامج الأخرى. حيث قدم البرنامج شخصيات بارزة من مجالات الأدب والفنون التشكيلية والرياضة، وبعضها قد يكون أقل شهرة لدى بعض الأجيال. من خلال تقديم هذه الشخصيات، هدف البرنامج إلى توعية الجمهور بهذه الوجوه المجتمعية الهامة. من اجل رفع مستوى ذائقته، في وقت تكثر فيه البرامج التي تكون دون المستوى ولتي من الممكن ان تشكل خطر على الأجيال القادمة ، استنادًا إلى هذا المبدأ، اختارت الباحثة برنامج "أطراف الحديث" وعدد الحلقات التي

تم بثها خلال الفترة المحددة، حيث بلغ عددها ١٨ حلقة على مدار ستة أشهر تم اختيارهم بشكل عشوائي ، كما هو موضح في الجدول (١).

تم تحديد الفئات الرئيسية والفرعية ضمن برنامج البحث (ماذا قيل؟)، كما تم حساب وتحديد ترددات ونسب الفئات تم تفسير النتائج وفقاً للسياقات البحثية لتحقيق أهداف الدراسة التي تم تسليط الضوء عليها في البحث.

حددت الباحثة مجموعة من الفئات المتعلقة بمحتوى الاتصال (ماذا قيل؟)، التي شملت ١٣ فئة رئيسية، بإجمالي تكرار بلغ ١١٦٩، كما هو مبين في الجداول.

أولاً: فئات المعايير التي اتبعتها البرنامج اطراف الحديث

هذه العوامل مرتبطة بمعايير نجاح البرنامج. إن توفر هذه العوامل يحدد معدل نجاح البرنامج، وحتى فشله . ولكن بمجرد أن تتوفر جميع هذه العوامل، كيف يمكن قياس نجاح البرنامج؟ ما هي المعايير التي تُعرّف هذا النجاح ونسبته؟ من المسؤول عن تحديد هذا النجاح في عالم البرامج التلفزيونية، خاصة مع العدد الكبير من العروض المتوفرة؟

المعيار الأول هو تحقيق البرنامج لأهدافه. يهدف كل برنامج إلى تحقيق أهداف محددة، وكلما زادت نسبة تحقيق هذه الأهداف، كان ذلك أكثر إفادة للبرنامج، وبالتالي يعتبر مقياساً للنجاح. زيادة عدد المشاهدين هي مقياس آخر لنجاح البرنامج. هذان المعياران سيحددان ما إذا كان البرنامج سيستمر في البث لمواسم إضافية بناءً على جدول القناة، الذي يُعد بدوره مؤشراً كبيراً على نجاح البرنامج. (٤).

ومع ذلك، هناك استثناءات حيث يستمر بعض البرامج في البث لمصلحة المؤسسة الإعلامية فقط، تماشياً مع سياسات القناة وأيديولوجياتها.

حجم الإعلانات وتكرارها هما أيضاً مؤشران مهمّان للنجاح؛ فزيادة الإعلانات تشير إلى أن البرنامج يحقق عدداً كبيراً من المشاهدين.

تطبق هذه المعايير بشكل عام على البرامج الحوارية. ومع ذلك، فإن الجانب المتعلق بالحوار الذي تم تناوله في هذه الدراسة يتضمن التفاعل الشخصي، وهو ما سنستكشفه بشكل أعمق في الفصل التالي الذي يركز على تحليل البرنامج.

استخدم البرنامج عدة معايير لتحقيق نجاحه، من بينها كانت القدرات الشخصية للمقدم التي احتلت المرتبة الأولى بتكرار بلغ ١٤٠ وبنسبة ٢٤.٤٧٥%.

وجاءت في المرتبة الثانية "شخصية الضيف المقبولة لدى الجمهور" بتكرار بلغ ١١٨ وبنسبة ٢٠.٦٢٩%.

وفي المرتبة الثالثة "اختيار طريقة للتقديم المتنوعة المناسبة للجمهور" بتكرار بلغ ٩٠ وبنسبة ١٥.٧٣٤%.

في المرتبة الرابعة كانت فئة "الاهتمام بعناصر الجذب والتميز من خلال اختيار الديكور، والمؤثرات الصوتية، والموسيقى المناسبة" بتكرار بلغ ٨٨ وبنسبة ١٥.٣٨%.

وجاءت المرتبة الخامسة من نصيب "جمع معلومات كافية وحديثة حول الموضوع وتغطية جميع جوانبه" بتكرار بلغ ٧٠ وبنسبة ١٢.٢٣٧%.

وأخيراً، جاءت فئة "التفاعل مع الجمهور" في المرتبة السادسة بتكرار بلغ ٦٦ وبنسبة ١١.٥٣٨%.

وفقاً للجدول (١). تشمل هذه الفئة التكرارات الموزعة عبر خمسة معايير استخدمها البرنامج، كما هو موضح في الجدول (١).

الجدول (١): فئات المعايير التي يتبعها برنامج "أطراف الحديث"

Rank	Percentage (%)	Frequency	Categories	ت
Firstd	٢٤.٤٧٥%	١٤٠	القدرات الشخصية للمقدم	١

Second	% ٢٠.٦٢٩	١١٨	شخصية الضيف المقبولة لدى الجمهور	٢
Third	% ١٥.٧٣٤	٩٠	اختيار طريقة للتقديم المتنوعة المناسبة للجمهور	٣
Fourth	% ١٥.٣٨	٨٨	الاهتمام بعناصر الجذب والتميز من خلال اختيار الديكور، والمؤثرات الصوتية، والموسيقى المناسبة	٤
Fifth	% ١٢.٢٣٧	٧٠	جمع معلومات كافية وحديثة حول الموضوع وتغطية جميع جوانبه	٥
Six	% ١١.٥٣٨	٦٦	التفاعل مع الجمهور	٦
	١٠٠%	٥٧٢	Total.	

من الواضح من الجدول (١) أنه بعد تحليل البرنامج لتحديد المعايير الأكثر استخدامًا، تبين أن هناك العديد من العوامل التي تعتبر أساسية لنجاح البرنامج التلفزيوني. بعض هذه العوامل تعتبر الموضوع نفسه كعامل أو معيار رئيسي للنجاح، ومن خلال البيانات والنتائج، يتضح أن هذه حقيقة، حيث أن وجود شخصية مقبولة لدى الجمهور يعد من العوامل الأساسية للنجاح.

المواضيع التي تهتم الجمهور بشكل مباشر وتكون قريبة من اهتماماتهم هي التي تؤدي إلى نجاح البرنامج. من المؤكد أن تناول قضية أو مشكلة تهتم الجمهور سيزيد من عدد المشاهدين. على سبيل المثال، تحظى البرامج الرياضية بنسب مشاهدة مرتفعة لأن العديد من الفئات العمرية والجماهيرية تهتم بهذا النوع من المحتوى.

علاوة على ذلك، يعد العنصر الأساسي في أي برنامج هو المقدم، وهو وجهة نظر الباحث الذي اعتبره "المرتبة الأولى في تحليل البرنامج". فوجود المقدم، وقبوله، والانسجام مع الجمهور يساهم بشكل كبير في نجاح البرنامج. العديد من البرامج الناجحة ترتبط ارتباطًا وثيقًا بمقدميها الذين يصبحون معروفين بأسمائهم. هذا بالإضافة إلى الموضوع، الذي يجب أن يمتلك خصائص معينة.

ثانيًا: فئات التحديات التي يواجهها مقدم البرنامج في "أطراف الحديث"

استخدم البرنامج عدة تحديات يواجهها المقدم في تقديم المحتوى بما يتوافق مع تطلعات الجمهور والضيف. وبعد إجراء التحليل، تبين أن أبرز التحديات تشمل: القدرة على استخراج معلومات موثوقة من مصادر موثوقة، وكان تكرار هذا التحدي ١٠٥ مرات (٣٧%). مناورة الضيف حول الموضوع (ازدواجية في الردود)، حيث سجل تكرار هذا التحدي ٩٩ مرة (٣٥%). توتر الضيف عند التحدث أمام الكاميرا، حيث سجل هذا التحدي ٨٠ تكرار (٢٨.١٦٩%)، كما هو موضح في الجدول (٢).

الجدول (٢): فئات التحديات التي يواجهها مقدم البرنامج في "أطراف الحديث"

ت	Categories	Frequency	(% Percentage)	Rank
١	إمكانية استخراج معلومات موثوقة.	١٠٥	%٣٧	First
٢	التناقض في الردود من الضيف.	٩٩	%٣٥	Second
٣	توتر الضيف أمام الكاميرا.	٨٠	%٢٨.١٦٩	Third
	Total.	٢٨٤	١٠٠%	

من خلال اجراء التحليل للتحديات التي واجها البرنامج تبين في اغلب الاحيان صعوبة استخراج معلومات صحيحة موثقة عن الضيف شخصيا او مواقف شخصية حدث يكون هناك تضارب بالاراء من قبل اغلب الشخصيات ، هذا أيضا لوحظ الازدواجية بالرد لدى الضيف او اعطاء اراء مبهمه تتحمل اكثر من معنى ، أيضا ارتباك الضيف هو احد التحديات المهمة التي قد تصعب ظهور البرنامج او الحلقة بشكل مقبول .

ثالثا : فئات خصائص البرامج الحوارية في برنامج اطراف الحدي

تميز البرنامج بالعديد من الخصائص التي ممكن ان تحقق الاختلاف والتفرد حيث برزت فئة (تنوع الجمهور المستهدف) بالمرتبة الأولى وجاءت بتكرار (٩٠) ونسبة مئوية (٢٩%) ، وجاءت فئة (المصادقية وحرية التعبير) بالمرتبة الثانية وكانت ب (87) تكرار ونسبة مئوية (٢٨%) وجاءت

بالمرتبة الثالثة فئة (الاهتمام بمصدر المعلومات) بتكرار (70) وبنسبة مئوية (٢٢.٠%)، واخيرا جاءت فئة (تحقيق ارتفاع نسبة المشاهدة) بالمرتبة الرابعة بتكرار (66)، وبنسبة مئوية (٢١%)، وحسب الجدول (٣).

جدول (٣) يبين فئات خصائص البرامج الحوارية في برنامج اطراف الحديث

ت	الفئات	التكرار	Percentage (%)	Rank
١	تنوع الجمهور المستهدف.	٩٠	%٢٩	First
٢	المصادقية وحرية التعبير	٨٧	%٢٨	Second
٣	الاهتمام بمصدر المعلومات.	٧٠	%٢٢	Third
٤	تحقيق معدل مشاهدة مرتفع.	٦٦	%٢١	Fourth
	Total.	٣١٣	١٠٠%	

من الجدير بالذكر ان كل هذه الخصائص للجمهور هي خصائص متغيرة لان الفرد بطبيعته متغير والاحداث من حوله متغيرة قد تجذبه اليوم قضية، وقد يتابع حدث او شخصية أخرى تبرز على الساحة في اليوم التالي كما ان العمر متغير ومستوى الوعي والمستوى الفكري والعلمي والثقافي.

عند ظهور البرامج التلفزيونية لم يكن هناك معرفة كافية بكيفية صناعة البرنامج الناجح، ذلك لان اعداد البرامج التلفزيونية ان ذاك لم يكن بهذا الكم الهائل كما اليوم ،اذا يجب ان يتصف البرنامج بالعديد من الصفات التي تمكنه من تحقيق ارتفاع نسبة المشاهدة فيجب على المذيع او مقدم البرنامج ان يتسلح، بمهارات الاتصال والتواصل صاحب خلفية ثقافية متخصصة في مواضيع البرنامج وفي الغالب يفضل ان يكون المذيع هو المعد كي يعي بالضبط عن ماذا يتحدث وحتى تصبح هذه قضيته ، يكون قادر على التقاط الاحداث الجديدة والأنية الحصول في المجتمع متابع جيد لتطور الاحداث ومستجداتها، وقد تكون هذه الميزة التي رصدتها من خلال تحليلي لحلقات برنامج اطراف الحديث

حيث شككت لولهة بان المقدم مجيد السامرائي على صلة بكل الضيوف مطلع على اسرارهم وحياتهم الشخصية يتحدث عن ذكرياتهم ومالذي حدث في هذا العام او ذاك .

النتائج

١- تطوير قدرات مقدم البرامج :

بناء على النتائج التي بينت ان، مهارة مقدم البرنامج ، احد العوامل الرئيسية في نجاح البرنامج بالتالي ان الاهتمام بأداء المقدم وثقافته من خلال اهتمامه الشخصي بثقافته وتطوير أسلوبه ليصبح جذاب محبب لدى الجمهور ، كذلك اهتمام المؤسسة الإعلامية بالمقدمين المنتسبين لهم خاصة وان مستوى المذيع هو السبب الرئيسي في ارتفاع اسهم القناة في تحقيق النجاح فبرامج كثيرة تعرف باسم مذيعيها بل ان قنوات تلفزيونية تعرف باسم مذيعيهم وبرامجهم الناجحة ، .فبالتالي اصبح مهم تحسين مهارات المذيع كمهارة الاستماع والتواصل وإدارة الحديث وخلق المواضيع التي تقع ضمن اهتمامات الجمهور

٢- التنوع في اختيار الضيوف :

برز من خلال البحث ان ،،شخصية الضيف التي حققت قبول لدى الجمهور ،، احد العناصر المهمة في تحقيق نجاح البرنامج، لذا يجب الحرص على اختيار الضيف المميز الملم بالمواضيع ولديه الجديد ملم بالموضوع قادر على لفت نظر المشاهد .

٣- تحديث أسلوب التقديم في البرامج

بعيدا عن النمطية والصورة التقليدية للبرامج الحوارية، كتتنوع الفقرات وتغيير رتم البرنامج وتنوع فقراته والخروج خارج الاستديو و استحداث أفكار جديدة حتى لا يصاب المشاهد بالملل

٤- الاهتمام بالمؤثرات الصوتية والصورة والديكور

فعملية اختيار الديكور الذي سيكرر على الجمهور في كل الحلقات يجب ان تكون عملية اختياره بعناية مثل اختيار الألوان المناسبة للأثاث البرنامج مناسبة مع طبيعة البرنامج ومعرفة البعد النفسي للون واثره على المشاهد .

٥-التفاعل مع الجمهور

معرفة التغذية الراجعة للجمهور وتعزيز التفاعل بالبرنامج عن طريق وسائل التواصل و الايميل الشخصي للبرنامج

٦- جمع المعلومات

اجراء عملية بحث مستفيضة لجمع المعلومات حول موضوع الحلقة او الضيف والتحضير المسبق من قبل فريق الاعداد ولا يترك شيء للصدفة .

الهوامش والمصادر:

- (١) كمال الحاج، البرامج الحوارية الاذاعية والتلفزيونية، (دمشق: الجامعة الافتراضية السورية، ٢٠٢٠)، ص ٤٠.
- (٢) عبد القادر صالح الحديثي، دراسة في البرامج الحوارية لإذاعة BBC العربية، (الأردن: دار غيداء للنشر والتوزيع ٢٠١٦)، ص 92.
- (٣) عبد الله محمود عدوي، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، الجماليات في الإعلام التلفزيوني (المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، ٢٠١٦)، ص ٧٧.
- (٤) محمد حسن الجفري ، اعداد وتقديم البرامج الاذاعية والتلفزيونية، (السعودية: دار صناعات الإبداع للانتاج والتوزيع)، ٢٠١٧، ص ٩٠.
- (٥) ياسين علوان الطيف الجبوري، مرجع سابق ، ص ١٠٤.
- (٦) رستم أبو رستم ، الإعداد والتقديم الإذاعي والتلفزيوني، (عمان : المنهل ٢٠١٧)، ص ٧٤.
- (٧) محمد معوض وبركات عبد العزيز، انتاج البرامج الاذاعية والتلفزيونية، (القاهرة: دار الكتب، ٢٠١١)، ص ٣٢.
- (٨) علي عبد المعطي محمود الحلاله ، القيم الاجتماعية في البرامج الحوارية الاردنية ، رسالة ماجستير ، كلية الاعلام ، جامعة الشرق الاوسط ، ٢٠١١، ص ، ٥١.
- (٩) محمد الطوبجي ، مهارات مقدم البرامج .. الكاريزما .. الصوت .. الجسد: مهارات، (القاهرة : العربية للنشر والتوزيع ٢٠١٨)، ص ١٣٢.
- (١٠) فرج شوشان ، الانتاج الثقافي في التلفزيون وتحديات الحاضر والمستقبل ، مجلة الاذاعات العربية ، تونس ، اتحاد اذاعات الدول العربية ، ٢٠٠١، ص ٧٧.
- (١١) سهيلي نوال ، البرامج الثقافية الإذاعية، (الجزائر : ktab INC ، ٢٠١٨)، ص ٢٠٠.

- (١٢) عمرو الليثي، البرامج والدراما التلفزيونية، (القاهرة: دار الشروق ٢٠٢٤). ص ١٠٢
- (١٣) سهيلي نوال ، مرجع سابق ص ٢١٦
- (١٤) يحيى بسيوني مصطفى ، الاذاعة الاسلامية، (الاسكندرية: دار المعرفة الجامعية ، ١٩٨٦)، ص ١١٥.
- (١٥) عبد الرزاق محمد الدليمي ، المدخل الى وسائل الاعلام، (بغداد: دار الثقافة للنشر والتوزيع ، ٢٠١٦)، ص ١٧٠.
- (١٦) ظاهري لخضر، واقع الاذاعة المحلية ومعالجتها لمشكلات الاجتماعية ، اذاعة الحلقة المحلية نموذجا ، رسالة ماجستير في علم الاجتماع، الاتصال والعلاقات العامة ، جامعة خيضر سعد كلية العلوم الانسانية والاجتماعية ، الجزائر، ٢٠١٢، ص ٣١.
- (١٧) عيسى الحسن ، الإذاعة والبرامج الجماهيرية، (عمان: المناهل للنشر والتوزيع ٢٠١١)، ص ٥٤.
- (١٨) محمد مهدي البحراوي ، حسام شاکر ، الحوار والتحقيق الصحفي بين النظرية والتطبيق ، دار التعليم الجامعي ، جامعة القاهرة ، ٢٠٢٢، ص ٦٠.
- (١٩) مصطفى حميد كاظم ، الفنون الاذاعية والتلفزيونية وفلسفة الاقناع، (الاسكندرية: دار الوفاء لطباعة والنشر ، ٢٠٠٧)، ص ٢٠٠٧.
- (٢٠) حسن عماد مكاوي، عادل عبد الغفار، الإذاعة في القرن الحادي والعشرين، (الدار المصرية اللبنانية للنشر ، ٢٠٠٩)، ص ١١١.
- (٢١) عمار ابراهيم محمد الياسري، البرامج التلفزيونية وتمظهرات الشكل وبناءه الدرامي والدلالي، (عمان: دار الرضوان للنشر والتوزيع، ٢٠١٤)، ص ١٢٩.
- (٢٢) مصطفى حميد مرجع سابق ، ص ١٠٢
- (٢٣) سارة نصر محمد ، مؤسسة الرئاسة والبرامج الحوارية: المعالجه الإعلامية وعلاقتها، (القاهرة: العربية للنشر والتوزيع، ٢٠٢٠)، ص ٢٠٠.
- (٢٤) فرحان الشمري ، اعداد البرامج الاذاعية والتلفزيونية ، (القاهرة: دار الكتب ، ٢٠١٤)، ص ٨٦ ٨٤.

المصادر:

١. ياسين علوان الطيف الجبوري، أساليب التسويق السياسي في البرامج الحوارية التلفزيونية (الاردن: دار غيداء للنشر والتوزيع، ٢٠١٩).
٢. كمال الحاج، البرامج الحوارية الاذاعية والتلفزيونية، (دمشق: الجامعة الافتراضية السورية، ٢٠٢٠).
٣. عبد القادر صالح الحديثي، دراسة في البرامج الحوارية لإذاعة العربية، (الأردن: دار غيداء للنشر والتوزيع ٢٠١٦).
٤. عبد الله محمود عدوي، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات الجماليات في الإعلام التلفزيوني (المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، ٢٠١٦)
٥. محمد حسن الجفري ، اعداد وتقديم البرامج الاذاعية والتلفزيونية، (السعودية: دار صناعات الابداع للانتاج والتوزيع)، ٢٠١٧.
٦. رستم أبو رستم ، الإعداد والتقديم الإذاعي والتلفزيوني، (عمان : المناهل ٢٠١٧).
٧. محمد معوض وبركات عبد العزيز، انتاج البرامج الاذاعية والتلفزيونية، (القاهرة: دار الكتب، ٢٠١١).

٨. علي عبد المعطي محمود الحلاله ، القيم الاجتماعية في البرامج الحوارية الاردنية ، رسالة ماجستير ، كلية الاعلام ، جامعة الشارقة الاوسط ، ٢٠١١.
٩. محمد الطوبجي ، مهارات مقدم البرامج .. الكاريزما .. الصوت .. الجسد: مهارات، (القاهرة : العربية للنشر والتوزيع ٢٠١٨).
١٠. فرج شوشان ، الانتاج الثقافي في التلفزيون وتحديات الحاضر والمستقبل ، مجلة الاذاعات العربية ، تونس ، اتحاد اذاعات الدول العربية ، ٢٠٠١.
١١. سهيلي نوال ، البرامج الثقافية الإذاعية، (الجزائر : كتاب أي ان سي ، ٢٠١٨).
١٢. عمرو الليثي، البرامج والدراما التلفزيونية،(القاهرة : دار الشروق ٢٠٢٤).
١٣. يحيى بسيوني مصطفى ، الاذاعة الاسلامية، (الاسكندرية : دار المعرفة الجامعية ، ١٩٨٦).
١٤. عبد الرزاق محمد الدليمي ، المدخل الى وسائل الاعلام،(بغداد: دار الثقافة للنشر والتوزيع ، ٢٠١٦).
١٥. ظاهري لخضر، واقع الاذاعة المحلية ومعالجتها لمشكلات الاجتماعية ، اذاعة الحلقة المحلية نموذجا ، رسالة ماجستير في علم الاجتماع، الاتصال والعلاقات العامة ، جامعة خيضر سعد كلية العلوم الانسانية والاجتماعية ، الجزائر، ٢٠١٢.
١٦. عيسى الحسن ، الإذاعة والبرامج الجماهيرية، (عمان : المناهل للنشر والتوزيع ٢٠١١).
١٧. محمد مهدي البحراوي ، حسام شاكر ، الحوار والتحقيق الصحفي بين النظرية والتطبيق ،دار التعليم الجامعي ، جامعة القاهرة ، ٢٠٢٢.
١٨. مصطفى حميد كاظم ، الفنون الاذاعية والتلفزيونية وفلسفة الاقناع ،(الاسكندرية :دار الوفاء لطباعة والنشر ، ٢٠٠٧).
١٩. حسن عماد مكايوي، عادل عبد الغفار، الإذاعة في القرن الحادي والعشرين، (الدار المصرية البنائية للنشر ، ٢٠٠٩).
٢٠. عمار ابراهيم محمد الياسري ،البرامج التلفزيونية وتمظهرات الشكل وبناءه الدرامي والدلالي،(عمان: دار الرضوان للنشر والتوزيع، ٢٠١٤).
٢١. سارة نصر محمد ، مؤسسة الرئاسة والبرامج الحوارية: المعالجة الإعلامية وعلاقتها ، (القاهرة : العربية للنشر والتوزيع ، ٢٠٢٠).