

دور البرامج الحوارية المقدمة بالقنوات الفضائية المصرية في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور المصري نحو القضايا المصرية ما بعد ثورة 25 يناير

دراسة ميدانية

د. وجدي حلمي عيد عبدالظاهر(*)

مقدمة :

يمثل الإعلام عنصرًا مؤثرًا في حياة المجتمعات باعتباره الناشر، والمروج الأساسي للفكر والثقافة، ويسهم بفاعلية في عملية تشكيل الوعي الاجتماعي للأفراد إلى جانب الأسرة والمؤسسات التعليمية والمدنية؛ بل إنه في كثير من دول العالم أحد منتجي الثقافة عن طريقه التفاعل والتأثير الإنساني المتبادل، وفي السنوات الأخيرة اكتسبت وسائل الإعلام باختلافها، أبعادًا جديدة، وزادت من قوة تأثيره على الأفراد والجماعات. أضف إلى ذلك أن الإعلام باعتباره مؤسسة اجتماعية هامة في المجتمعات البشرية يحمل مضامين اقتصادية، وسياسية⁽¹⁾، وخطورة دورها الذي تمارسه في المجتمعات المختلفة لكونها المسئول الأبرز عن بناء وتشكيل صورة العالم الخارجي في أذهان الجماهير، والقوى المؤثرة لأنها النافذة التي يطل منها الجميع على العالم الواقعي من خلال ما تقدمه⁽²⁾.

كما يلعب الإعلام المنخرط في عملية التغيير، دورًا أساسيًا في استمرارية العمل السياسي الإصلاحي والتوعوي، الذي تتناط به مسؤوليات " حماية مكاسب التغيير الديمقراطي وتطويرها"، وكشف جميع المعوقات والصعوبات التي تحول دون نجاحها، والحفاظ على روح الوهج الثوري والمضي في طريق التحول الديمقراطي على مستوى البلدان العربية ولاسيما بلدان الربيع العربي، لذلك يقتضي بناء الرسالة الإعلامية المرافقة لعملية الانتقال الديمقراطي، عملاً إعلامياً محترفاً يعيد صياغة وإعداد وتقديم مواقف المواطنين، والاتجاهات العامة للرأي العام⁽³⁾.

(*) مدرس بقسم الإعلام - كلية الآداب جامعة المنوفية.

دور البرامج الحوارية المقدمة بالقنوات الفضائية المصرية في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور المصري نحو القضايا المصرية ما بعد ثورة 25 يناير

تعد البرامج الحوارية من أكثر برامج وسائل الإعلام المعاصرة انتشاراً ونجاحاً في توصيل الرسالة الإعلامية إلى المستمعين والمشاهدين، كما تؤدي البرامج الحوارية سواء أكانت ترفيهية، سياسية، اجتماعية، تثقيفية، دينية أو اجتماعية دوراً أساسياً في تشكيل اتجاهات الرأي العام لما تفرضه طبيعة التلفزيون في إيصال الرسالة بين المرسل والمستقبل إذ تتحقق المشاركة الجماهيرية في البرامج في تقديم آرائهم ومقترحاتهم وأفكارهم. لذلك يفرض الحوار أو المحادثة أو المقابلة نفسه كأحد أشكال البرامج، تشغل برامج الحوار بمختلف أنواعها حيزاً واسعاً من ساعات البث اليومية للعديد من القنوات التلفزيونية نتيجة للانفتاح الإعلامي الكبير الذي شهده العالم في عصر الأقمار الصناعية منذ العقد الأخير من القرن الماضي، فضلاً عن استمرار حالة التنافس بينها لإثبات وجودها وتقديم البرامج النوعية خاصة ما يتعلق منها ببرامج الحوار التي تلقى إقبالاً جماهيرياً واسعاً في مختلف أنحاء العالم. ويتوقف نجاح هذه البرامج على عناصر عدة أهمها (الإعداد الجيد للأسئلة، وقدرة الإذاعي على الحوار والتفاعل مع الضيف، ومحاولة توفير الظروف اللازمة لإبقاء حالة التفاعل بين الضيف والمحاور قبل وأثناء اجراء المقابلة)⁽⁴⁾.

وأصبحت البرامج الحوارية من المواد التي تحظى بإقبال جماهيري ومشاهدة عالية حيث أن الوظيفة الإخبارية من أهم الوظائف التي تؤديها وسائل الإعلام في كل المجتمعات حيث أنها تلبي حاجة بشرية أساسية وجدت مع الإنسان منذ بدء الخليقة وهي "البحث عن الأخبار"، وقد خطت تلك البرامج خطوات واسعة في سبيل تقديم الأحداث وإبداء الرأي فيها حيث تسعى للوصول إلى جميع مستويات المشاهدين، وتأخذ أشكال الإنتاج التلفزيوني المختلفة فقد تكون في شكل برنامج حوارى أو Talk Show أو في شكل مجلة أو حتى حديث مباشر، ويهدف مضمونها إلى تحقيق وظيفة الإعلام والإخبار عن طريق الشرح والتفسير حتى يستطيع المشاهد أن يستوعبها ويكون وجهة نظر تجاه تلك الأحداث⁽⁵⁾.

وتكمن وظيفة البرامج الحوارية في كشف الحقائق واعطاء المعلومات حول موضوعات مختلفة تهتم أكبر شريحة من المشاهدين كما تسهم في التعريف على الشخصيات السياسية والدينية والاجتماعية والاقتصادية والفكرية والمسؤولين الحكوميين و ابراز أفكارهم وتجاربهم وبالتالي تعطي صورة ذهنية لدى الرأي العام عن تلك الشخصيات. وهذا يؤدي بدوره التأثير في جمهور المشاهدين وتشكيل اتجاهاتهم، فالفكر يتقدم بتبادل الآراء والأفكار ومناقشة كل منها⁽⁶⁾.

دور البرامج الحوارية المقدمة بالقنوات الفضائية المصرية في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور المصري نحو القضايا المصرية ما بعد ثورة 25 يناير

وكان لظهور الفضائيات الخاصة العربية والمصرية أثر ملحوظ فيما يعرض من مضامين ورسائل إعلامية، ومن ثم شكلت قوة ضاغطة على الإعلام المحلي لتطوير ورفع مستوى أدائه⁽⁷⁾. وقد ظهر ذلك بداية بطرح موضوعات وقضايا لم يكن مسموح بعرضها من قبل بل والتنافس فيما بينها على عرضها وقد ساعد على ذلك التطور الإخباري الذي هو أساس العملية الإعلامية وزاد الاعتماد على قوالب وأشكال فنية تتناسب مع التوجهات الحديثة في بناء قاعدة من الصراحة والثقة مع المشاهد (كالمناقشة- المناظرة) وظهرت أشكال أخرى مثل (Talk Show) بل وتم توظيف أحدث الأساليب التقنية لخدمة هذا المضمون الذي يعرض مما كان مؤشراً لإتاحة المزيد من الحريات للإعلام العربي سواء الحكومي أو الخاص رغبة منه في اللحاق بركب التنافس العالمي⁽⁸⁾.

وعكست هذه التحديات العالمية وانعكاساتها المحلية أهمية القنوات الفضائية العربية والمصرية كسلاح مهم في أيدي الملاك عليهم أن يحسنوا استغلاله خاصة في ظل تعاقب وتناقض الأحداث في الوطن العربي⁽⁹⁾، وبناء عليه فقد اهتمت العديد من القنوات الفضائية العربية والمصرية - بأنماط ملكيتها المختلفة- بتقديم ومعالجة القضايا الداخلية المصرية سواء السياسية أو الاقتصادية أو الاجتماعية في برامجها المختلفة التي تبثها للجمهور، ويأتي ذلك جنباً إلى جنب في ظل ارتفاع مستويات السخط السياسي وصعود موجات الاهتمام العالمي ببناء قواعد من الثقة في الحكومات المختلفة ودور الإعلام ومساهماته المختلفة في هذا المجال وذلك لتحقيق المشاركة المجتمعية في عمليات التنمية وضمان استقرار الدول⁽¹⁰⁾.

وقد شهدت مصر مؤخراً حدثاً هاماً وهو ثورة 25 يناير، تلك الثورة الشعبية السلمية التي انطلقت يوم الثلاثاء 25 يناير 2011، وهي تعد ثورة كبرى غير مسبوقه في التاريخ المصري بأكمله، بل هي إحدى أكبر الثورات في العالم، وشهدت الثورة والفترة التي تليها العديد من الأحداث الهامة، والتي تنافست في طرحها وسائل الإعلام التقليدية والحديثة أو ما يطلق عليه البعض وسائل الإعلام البديل⁽¹¹⁾.

ومع تفاقم أحداث الثورة اعتمدت عديد من القنوات التلفزيونية على البرامج الحوارية حيث طغت تلك البرامج على كل المواد الإعلامية الأخرى، وأصبحت مشاهدة البرامج الحوارية جزءاً أساسياً من طقوس الحياة اليومية لكثير من المشاهدين كنوع من التفاعل مع مجريات الأمور، فبث البرامج على الهواء مباشرة، ومناقشتها

دور البرامج الحوارية المقدمة بالقنوات الفضائية المصرية في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور المصري نحو القضايا المصرية ما بعد ثورة 25 يناير

لل قضايا الحياتية اليومية المهمة للمواطن يجعل تأثيرها قويا على جمهور المتلقين، وعلى سبيل المثال اتضح أن التغطية الحية والمباشرة من خلال برنامج " أوبرا وينفري " **Oprah Winfrey** لأخبار الحملة الانتخابية الرئاسية لجورج دبليو بوش عام 2000 م كان لها تأثير أساسي في نجاح الحملة، وهو ما يظهر سلطة وقوة مثل هذه البرامج في تشكيل الرأي العام ، كما اتضح هذا التأثير بقوة أثناء الحملة الانتخابية لأوباما عام 2008 م (12).

ونتيجة لزيادة إقبال الجمهور المصري على مشاهدة القنوات الفضائية المصرية المملوكة لرجال الأعمال، والأحزاب السياسية والاسلامية ، فقد أصبح لها تأثيرا واضحا على درجة الوعي - بالقضايا المصرية المختلفة السياسية، الاقتصادية، الاجتماعية- لدى الجمهور المصري والذي قد يؤثر بشكل ما على اتجاهاته نحو حكومته سلباً أو إيجاباً، كما أشارت بعض الدراسات الإعلامية في الوقت الحالي إلى عدم التزام العديد من تلك القنوات بالقواعد المهنية في الممارسة الاعلامية خاصة مع ظهور عشرات القنوات والبرامج الحوارية التي تقدم برامج ومواد دون المستوى، إضافة إلى عرضها للأراء المؤيدة والمعارضة لمختلف أطراف المجتمع، وما يصاحب ذلك من تخبط وتردي إعلامي من خلال ما تقدمه من مواد إخبارية وبرامج حوارية.

مشكلة الدراسة:

تؤكد الكثير من الدراسات علي أهمية الدور الذي تقوم به البرامج الحوارية نظرا لطبيعة العلاقة الوثيقة بين هذه البرامج والموضوعات المثارة حالياً من حيث أنها أداة ووسيلة ذات أهمية لكل من الجمهور والضيوف المشاركين في طرح آرائهم ومواقفهم كما هي وسيلة للمعرفة للإلمام بكافة القضايا والمشكلات الاجتماعية والسياسية

واستطاعت البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية الخاصة أن تقدم مضموناً مختلفاً ومغايراً لما يقدم من القنوات المصرية الحكومية، وبهذا فالمتلقي يجد نفسه أمام نوعين مختلفين تماماً من البرامج الحوارية : النوع الأول برامج حوارية تتبنى وجهة النظر المعارضة، وتحاول الكشف عن سلبيات النظام الحاكم ، والنوع الثاني: برامج حوارية رسمية تتبنى وجهة نظر الحكومة.

وبالتالي تعد البرامج الحوارية ظاهرة برامجية متميزة في القنوات الفضائية المصرية ، وقد ارتبطت شهرتها وتميزها في العديد من القنوات على اهتمام قطاع

دور البرامج الحوارية المقدمة بالقنوات الفضائية المصرية في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور المصري نحو القضايا المصرية ما بعد ثورة 25 يناير

عريض من الجمهور المصري بمختلف فئاته ، وتشير العديد من الدراسات التي أجريت حول البرامج الحوارية بأنها تأتي في مرتبة متقدمة من بين قائمة أهم البرامج الإعلامية الأخرى التي يشاهدها الجمهور المصري ، فالبرامج الحوارية تشكل نمطاً إعلامياً متميزاً يقوم على مبدأ حرية الآراء والتداول للقضايا والأفكار وطرحها لوجهات نظر متعددة بحيث أصبح المشاهد يجد فيها التنوع وإمكانية الحكم على الأفكار والآراء ، كما أنها تناقش موضوعات وقضايا هامة.

وعليه تتحدد مشكلة الدراسة في : التعرف على دور البرامج الحوارية المقدمة في القنوات الفضائية المصرية في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور المصري نحو قضايا المصرية الحالية ما بعد ثورة 25 يناير، ورصد القضايا التي يحرص علي متابعتها المبحوثين، ومستوى معرفتهم بها، بالإضافة إلى التعرف على مدى مصداقية هذه البرامج ومدى النجاح الذي حققته في إشباع احتياجات الجمهور المصري.

أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة في الاعتبارات التالية :

- 1- التعرف المستمر للجمهور المصري للقنوات الفضائية المصرية باختلاف توجهاتها وهذا يعكس دوراً مهماً في التأثير على المكونات المعرفية والمعلوماتية- كما ورد في كثير من نتائج الدراسات الإعلامية.
- 2- توجهات البرامج الحوارية المقدمة بالقنوات الفضائية المصرية نحو قضايا المصرية الحالية تختلف من برنامج لآخر وبالتالي تختلف في أسلوب المعالجة مما يخلق تفاوتاً في مستوى المعرفة بين الجمهور العام حول القضايا المطروحة على الساحة وهذا الاختلاف يكون تبعاً لاختلاف مستوى المعرفة على البرامج الحوارية المختلفة ولتوجه القنوات الخاصة المملوكة لرجال الأعمال، وكذا القنوات المملوكة للأحزاب السياسية والإسلامية وأيضاً لاختلاف الخصائص الديموغرافية للجمهور .
- 3- اهتمام البرامج الحوارية بتقديم معلومات في مختلف القضايا بصفة، وبخاصة قضايا المصرية الحالية ما بعد ثورة 25 يناير هذه المعلومات تختلف من برنامج لآخر وبالتالي تؤثر بطرق مختلفة حسب درجة معرفة الجمهور عليها.

دور البرامج الحوارية المقدمة بالقنوات الفضائية المصرية في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور المصري نحو القضايا المصرية ما بعد ثورة 25 يناير

4- النقاش المثار والجدل المستمر حول مدى فعالية البرامج الحوارية في إمداد الجمهور بالمعارف والمعلومات حول قضايا مصر الحالية ، وبخاصة بعد ثورة 25 يناير ، ومدى ثقة الجمهور و تقييمه لمصداقية هذه البرامج عند تناول الأحداث والقضايا من خلال هذه البرامج .

5- تزايد الحديث حول أهمية دور البرامج الحوارية المقدمة بالقنوات الفضائية المصرية بالالتزام بمفاهيم نظرية المسؤولية الاجتماعية ومعاييرها حتى تستطيع تحسين أدائها ولاسيما مع فئات المجتمع المختلفة.

أهداف الدراسة :

- 1) التعرف على دور البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية في إمداد الجمهور المصري بالمعرفة نحو قضايا مصر الحالية بعد ثورة 25 يناير .
- 2) التعرف على نوعية القضايا التي تتابعها عينة المبحوثين من البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية المملوكة لرجال الأعمال ، والأحزاب السياسية والإسلامية.
- 3) اختبار فروض نظريتي فجوة المعرفة والمسؤولية الاجتماعية وفقا لدور البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية في إمداد الجمهور المصري بالمعرفة نحو قضايا مصر الحالية بعد ثورة 25 يناير، وقياس الاختلاف المعرفي بين طبقات الجمهور المختلفة.
- 4) الكشف عن اتجاهات الجمهور المصري نحو الدور المعرفي والتوجيهي الذي تقوم به البرامج الحوارية ، ومدى اعتماد عينة الدراسة هذه البرامج في تكوين معارفهم تجاه قضايا مصر الحالية.
- 5) دراسة وتفسير وتحليل التباين بين البرامج الحوارية المقدمة بالقنوات الحوارية المختلفة في تناولها لقضايا مصر الحالية وانعكاس ذلك على درجة مصداقيتها.
- 6) الكشف عن مدى رضا المبحوثين عن الدور الذي تقوم البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية.

دور البرامج الحوارية المقدمة بالقنوات الفضائية المصرية في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور المصري نحو القضايا المصرية ما بعد ثورة 25 يناير

(7) رصد حدود وأبعاد المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية للبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية ، ومدى مصداقية وموضوعية هذه البرامج في تناولها للقضايا المصرية الحالية وفقا لسياسة كل قناة فضائية .

(8) دراسة العوامل المؤثرة على العلاقة بين تعرض الجمهور المصري للبرامج الحوارية ومستوى معرفة هذا الجمهور لقضايا مصر الحالية.

الدراسات السابقة:

أولاً: دراسات خاصة بمعالجة القضايا والأحداث الجارية ببرامج الرأي:

(1) توصلت دراسة سارة نصر عبد الباقي (2010)⁽¹³⁾ حول التعرف على كيفية عرض ومعالجة القضايا المصرية في البرامج السياسية بالقنوات العربية الحكومية والخاصة وتأثير تعرض الجمهور لتلك البرامج على اتجاهاته السياسية سواء سلباً أو إيجاباً وخاصة في مجال الثقة في الحكومة، وطبقت الدراسة علي عينة تحليلية للقضايا المصرية بالقنوات الفضائية العربية، وعينة عمدية قوامها 400 مفردة من مشاهدي البرامج السياسية، الي زيادة حجم الاهتمام بالقضايا المصرية والتي تمثلت في ارتفاع عددها في البرامج غير المصريه لتحتل حوالي أكثر من 60% من إجمالي القضايا المطروحة بشكل عام فيها، كما أثبتت الدراسة ايضاً عن وجود علاقة دالة إحصائياً بين المبحوثين على اختلاف متغيراتهم الديموجرافية في مستوى ثقتهم في الحكومة وذلك فيما يخص الفرق بين العاملين وغير العاملين (الحالة الوظيفية) حيث كانت مستوى الثقة في الحكومة أعلى عند العاملين عن ذويهم من غير العاملين.

(2) حاولت دراسة كاترين نالوج Catherine Nailog (2009)⁽¹⁴⁾ التعرف على ملامح الصور الذهنية التي يتم عرضها في البرامج التلفزيونية عن المهاجرين في أمريكا، وطبقت الدراسة علي تحليلية من 12 برنامج يومي، وانتهت الدراسة الي ارتفاع الصور الإيجابية عند المهاجرين بشكل أكبر من الصور السلبية القديمة التي كان يتم عرضها من قبل، كما اوضحت بأن الصور التي تعرض عن الشعوب الأخرى دائماً لاتعبر عن واقعهم الحقيقي.

(3) اهتمت دراسة أماني رضا عبد المقصود (2009)⁽¹⁵⁾ بمعرفة حجم الاهتمام المعطى للقضايا السياسية الداخلية في القنوات محل الدراسة للوقوف على أهم

دور البرامج الحوارية المقدمة بالقنوات الفضائية المصرية في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور المصري نحو القضايا المصرية ما بعد ثورة 25 يناير

الاختلافات والفروق بين رؤية توجه القنوات الرسمية والقنوات المعارضة تجاه ذات القضية السياسية، وإعتمدت الدراسة على أداة تحليل المضمون الكمي والكيفي للقضايا السياسية الداخلية البارزة بالنشرات والبرامج الإخبارية في القنوات الفضائية العربية الحكومية والرسمية والمعارضة وهي: الفضائية السورية- شبكة الأخبار العربية- الفضائية السعودية الأولى- قناة الإصلاح. وأشارت النتائج بأن توجه القناة الحكومية إلى تقديم الأخبار الإيجابية بنسبة أكبر من اهتمامها بالأخبار السلبية وخاصة فيما يتعلق بالأخبار التي تتناول قضايا سياسية داخلية إذ يظهر تركيز الفضائية الحكومية على إنجازات النظام الحاكم والأعمال التي يقوم بها من أجل الوطن والمواطنين، بينما تركز الفضائية المعارضة على الأخبار السلبية التي توضح المأساة والحالة السيئة التي يعيشها المواطنون، كما اختلفت كذلك الأطر المرجعية التي تعتمد عليها القنوات الحكومية والمعارضة عند تناول القضايا فيها، حيث تركز الفضائيات الحكومية على الأطر الرسمية الخاصة بتصريحات المصادر الرسمية الحكومية في الدولة بينما تركز الفضائية المعارضة على أطر تصريحات المعارضة.

4) رصدت دراسة رباب هاشم خليفة (2008)⁽¹⁶⁾ التعرف على دور الصحف والتلفزيون في تشكيل معارف الجمهور المصري واتجاهاته نحو قضية الإصلاح السياسي، وطبقت الدراسة على عينة حصرية قوامها 400 مبحوثاً من الجمهور العام في محافظتي القاهرة والجيزة في الفئة العمرية 18 سنة فأكثر، وأثبتت النتائج أن الأوضاع السياسية إحتلت مقدمة المبررات الداخلية للإصلاح السياسي على مستوى الصحف ونشرات الأخبار التلفزيونية بنسبة 65.8% للأولى، 38.2% للثانية، كما تباينت اتجاهات الصحف ونشرات الأخبار التلفزيونية نحو برامج الإصلاح السياسي و جاءت اتجاهات الصحف سلبية بينما جاءت اتجاهات نشرات الأخبار إيجابية.

5) أظهرت دراسة جاستن ماكي Justin E. Mackey (2008)⁽¹⁷⁾ التعرف على التأثير السياسي للتلفزيون على الشباب، وقياس العلاقة ما بين حجم التعرض للبرامج الإخبارية والمضمون السياسي على التنشئة السياسية للشباب، وتم استخدام المنهج التجريبي على عينة 397 من طلاب الجامعة تم تعريضهم لبرامج إخبارية متنوعة على أكبر الشبكات الإخبارية الأمريكية ABC, CBS, NBC, Fox للتعرف على أهم ملامح التأثير السياسي المختلف على الشباب، وأثبتت النتائج تأثير الانتماء

دور البرامج الحوارية المقدمة بالقنوات الفضائية المصرية في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور المصري نحو القضايا المصرية ما بعد ثورة 25 يناير

السياسي للمبجوثين على إدراك التحيز الإعلامي حيث جاء الديمقراطيون أكثر إدراكاً للتحيز في البرامج الإخبارية التي شاهدوها على الجمهوريون، ولم يثبت وجود علاقة بين تفضيل المبجوثين للقوالب البرامجية وحجم المعرفة السياسية، في حين ثبت وجود علاقة بين القوالب البرامجية ومستوى السخط السياسي حيث كان المبجوثين مما تعرضوا لقناة FOX الإخبارية هم الأقل في مستوى السخط السياسي.

6) اهتمت دراسة ريهام سامى يوسف (2008) ⁽¹⁸⁾ بالتعرف على أجندة القضايا المجتمعية فى البرامج الحوارية فى القنوات المصرية الحكومية والخاصة ومقارنتها بأجندة القضايا المجتمعية للجمهور المصرى، لمعرفة قدرة هذه البرامج على ترتيب أولوياته، وذلك بالاعتماد على نظرية الأجندة من خلال تطبيق تحليل المضمون لبرنامجى (البيت بيتك - العاشرة مساءً) على القناة الأولى وقناة دريم 2، و على عينة عمدية من 400 مفردة من مشاهدى تلك البرامج، وأشارت النتائج أن أغلب ضيوف البرنامج التي تتناول القضايا كان أغلبها من مسئولى الحكومة بنسبة 62.4%، وخبير متخصص 24.1%، وأحد أطراف القضية 22.4%، وشخص عادى 14.1%.

7) سعت دراسة عادل عبد الغفار فرج (2008) ⁽¹⁹⁾ إلى تحليل أبعاد ديمقراطية الإعلام ومستوى الأداء المهنى فى البرامج الحوارية الجماهيرية فى القنوات التلفزيونية الحكومية والخاصة المصرية، بالتطبيق على برنامجى البيت بيتك و 90 دقيقة لمعرفة حدود الاختلاف بينهما، بالاعتماد على نظرية المسئولية الإجتماعية وباستخدام المنهج المسحي من خلال الحصر شامل للبرامج، ووضحت نتائج الدراسة وجود إختلافات دالة إحصائياً بين البرنامجين فى مستوى إنقذاد الأوضاع الراهنة فى المجتمع المصرى لصالح برنامج 90 دقيقة، فى حين تفوق البيت بيتك فى تقديم مقترحات وحلول للمشكلات، كما تفوق برنامج البيت بيتك بنسبة مشاركة المسئولين بـ 44.8% فى حين جاء نسبتهم فى برنامج 90 دقيقة بـ 22.7%، وقد تفوق برنامج 90 دقيقة فى نسبة استضافة مسئولى الأحزاب السياسية بـ 12.7% فى حين جاء البيت بيتك بنسبة 3% فقط.

8) حاولت دراسة رانيا محمود (2007) ⁽²⁰⁾ التعرف على مدى اعتماد الشباب المصرى على برامج الرأى فى معرفة مشكلات المجتمع المصرى وقياس درجة

دور البرامج الحوارية المقدمة بالقنوات الفضائية المصرية في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور المصري نحو القضايا المصرية ما بعد ثورة 25 يناير

استفادة الشباب من متابعتها سواء فى القنوات الحكومية أو الخاصة، وطبقت الدراسة على عينة حصرية من الشباب قوامها 200 مجوئاً، وأظهرت نتائج الدراسة احتلال البرامج الحوارية مقدمة المصادر التى يستقى منها الشباب معلومات عن مشكلات المجتمع المصرى، وزيادة تفضيل الشباب لمتابعة برامج الرأى على القنوات الفضائية مقابل المتابعة على القنوات الأرضية، وذلك لاعتقاد الجمهور بأن القنوات الفضائية أكثر حرية وجرأة فى مناقشة الموضوعات المختلفة.

9) اهتمت دراسة باربرا أسبورن Barbara Osborn (2006) ⁽²¹⁾ بالتعرف على برامج التوك شو التى قامت بإستضافة مرشحي الرئاسة الأمريكية (ألجور وبوش الأبن) عام 2000 فى فقراتها، وأهم المضامين السياسية والشخصية التى تم عرضها عن هؤلاء المرشحين وكيفية إختلافها من برنامج عن آخر، من خلال عينة تحليلية لمضمون حلقات برنامج أوبرا وغيرها من البرامج التى قامت بتغطية وقائع الإنتخابات المختلفة، وأثبتت النتائج أن برامج التوك شو اعطت فرصة كبيرة للمجوثين بتقديم معلومات سياسية بشكل مختلف وكانوا اكثر اعتمادا عليها.

10) توصلت دراسة جيلان محمود شرف (2004) ⁽²²⁾ حول رصد القضايا كما تعكسها برامج الرأى Talk Show فى القنوات العربية، وتأثير تحول الإعلام العربى الحكومى إلى الخاص من حيث المضمون وشكل المعالجة، من خلال عينة تحليلية لبعض البرامج المقدمة فى قنوات (الجزيرة - أبو ظبى - النيل للأخبار، LBC ، MBC) ، السى احتلال القضايا السياسية فى المرتبة 44.1% تليها القضايا الاجتماعية 17.3% فى القنوات الحكومية والخاصة ، وجود إختلاف فى الأطر الإخبارية المستخدمة فى معالجة القضايا المطروحة فى برامج الرأى وبين متغير ملكية القنوات الفضائية العربية، حيث تناولت قناة الجزيرة قضايا سياسية بنسبة 82.6% وجاءت فى القنوات الحكومية المتخصصة (قناة النيل للأخبار) بـ 64.7% والحكومية العامة (أبو ظبى) بنسبة 30%، وغير الحكومية العامة (LBC، MBC) بنسبة 22.7%.

11) حاولت دراسة ماثيو بوم Matthew A. Baum (2004) ⁽²³⁾ معرفة أبعاد التغطية الإعلامية للسياسية الخارجية الأمريكية، من خلال عينة تحليلية للبرامج الإخبارية وبرامج talk show الكوميديية عن التدخل العسكرى الأمريكى فى الدول

دور البرامج الحوارية المقدمة بالقنوات الفضائية المصرية في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور المصري نحو القضايا المصرية ما بعد ثورة 25 يناير

الأخرى، ومدى الإختلاف بين كلا النوعين من البرامج فى أبعاد التغطية لتلك الأحداث والذي بدوره يؤثر على الرأى العام من الجمهور المشاهد لتلك البرامج وبشكل غير مباشر على السياسة الخارجية الأمريكية، فأظهرت النتائج أن المبحوثين كثيفى التعرض لبرامج talk show أقل تأييداً للسياسة الخارجية العسكرية عن غيرهم من مشاهدى البرامج الإخبارية.

ثانياً: دراسات خاصة بنظرية فجوة المعرفة والبرامج الحوارية:

1) انتهت دراسة مجيب أحمد الشميري (2011) (24) علي التعرف على طبيعة العلاقة بين التعرض لبرامج الرأى في القنوات الإخبارية العربية وتأثيرها على المشاركة السياسية لدى الشباب الجامعي اليمني من خلال رصد تأثيرات التعرض لتلك البرامج على تكوين معارفهم السياسية وتكوين اتجاهاتهم وتدعيم سلوكياتهم نحو المشاركة السياسية، وطبقت الدراسة علي عينة تحليلية من برامج الرأى في القنوات الإخبارية العربية المتخصصة ممثلة بقناتي الجزيرة والعربية، وأخري ميدانية علي عينة عشوائية منتظمة بواقع 400 مفردة من الشباب اليمني، وأثبتت النتائج أن معالجة برامج الرأى لمفاهيم ومجالات المشاركة السياسية كانت معالجة غير مباشرة، وكانت أبرز المفاهيم السياسية معالجة في برامج الرأى هي مفهوم السلطة السياسية والحقوق والحريات والديمقراطية والمشاركة السياسية، كما أظهرت النتائج أن التعرض لبرامج الرأى يزيد من المعارف السياسية بصفة عامة، كما ترتبط هذه المتغيرات إيجابيا بمستوى الاهتمام السياسي، إلا أنه لا توجد علاقة ارتباطية دالة بين هذه المتغيرات والاتجاه نحو المشاركة السياسية

2) حاولت دراسة الهام يونس (2010) (25) التعرف على العلاقة بين الاعتماد على القنوات الفضائية الإخبارية العربية ومستوى المعرفة بالقضايا لداخلية لدى الجمهور المصرى وكذلك اتجاه المواطنين نحو أداء الحكومة في معالجة بعض الأزمات والقضايا المثارة في المجتمع المصري، من خلال تحليل مضمون عينة البرامج الإخبارية وأخرى لتحليل مضمون النشرات الإخبارية، وعينة عشوائية ممن يشاهدون الفضائيات - قوامها 458 مفردة عن أفراد الجمهور المصري الذين يتابعون الفضائيات العربية، وأشارت النتائج الي أن قناتي الجزيرة الإخبارية والنيل الإخبارية اختلفتا في التركيز على فئات القضايا الاقتصادية حيث ركزت قناة الجزيرة

دور البرامج الحوارية المقدمة بالقنوات الفضائية المصرية في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور المصري نحو القضايا المصرية ما بعد ثورة 25 يناير

على ارتفاع أسعار البنزين والسيارات بينما ركزت قنوات النيل الإخبارية على ارتفاع أسعار السلع الغذائية الأساسية، وجود علاقة ارتباطية بين الاعتماد على قناة الجزيرة الإخبارية ومستوى معرفة المبحوثين بالقضايا الاقتصادية والسياسية والعامية في حين لا توجد علاقة بين الاعتماد على قناة الجزيرة الإخبارية ومستوى معرفة المبحوثين بالقضايا الاجتماعية.

3) اهتمت دراسة نهى عاطف العبد (2008) ⁽²⁶⁾ بالتعرف على الدور الذي تقوم به القنوات الفضائية العربية في تناول وعرض المشكلات والقضايا الخاصة بالمراهقين للتعرف على مدى علاقتهم بالمضمون الأجنبي في تلك القنوات، وطبقت الدراسة على عينة تحليلية لبرنامج اوبرا وينفري ودكتور فيل، وأخرى ميدانية على عينة من 400 مفردة من طلاب الجامعات الحكومية والخاصة، وأوضحت النتائج العامة أن أهم القوالب الفنية المستخدمة هي المقابلة 67.5%، التقرير 65%، الحديث المباشر 42.5%، الندوة 36.3%، كما أظهرت النتائج أيضا الإستمالات العاطفية تم إستخدامها بنسبة 51.3%، والمزيج بين الاستمالات العاطفية والمنطقية 23.8%، والاستمالات العقلانية 20%.

4) رصدت دراسة شانون ماك كرو Shannon K. McCraw (2006) ⁽²⁷⁾ التعرف على تأثير التعرض لبرامج التوك شو والبرامج السياسية الكوميديا على الخصائص السياسية للجمهور بشكل إيجابي فيما يخص المعرفة السياسية العامة و المعرفة بمرشحي الانتخابات، وطبقت الدراسة على عينة عمدية من 412 مفردة من طلاب الجامعات، وأثبتت النتائج أن البرامج السياسية الكوميديا لها تأثير قوى ومباشر على زيادة مستوى المعرفة العامة والمعرفة بمرشحي الرئاسة والذي بدوره يخلق الفرصة للمناقشات السياسية فيما بين الجمهور المشاهد، في حين أنه ثبت تأثيرها بشكل ما على مستوى السخط السياسي والذي يرتبط بالمحتوى السياسي الذي تعرضه وأسلوب تقديمه، كما ثبت أيضا أن برامج التوك شو أثرت بشكل إيجابي فقط على زيادة المعرفة بمرشحي الرئاسة، في حين لم يثبت تأثير كلا النوعين من البرامج على مستوى المشاركة السياسية.

5) خلصت دراسة عبد الرحمن الشامي (2005م) ⁽²⁸⁾ على التعرف على الفرص التي تتيحها القنوات التليفزيونية الفضائية العربية للجمهور العربي للمشاركة بأرائه إزاء

دور البرامج الحوارية المقدمة بالقنوات الفضائية المصرية في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور المصري نحو القضايا المصرية ما بعد ثورة 25 يناير

الموضوعات والقضايا المختلفة موضع اهتمامه والتعبير عن اتجاهاته إزاءها وما يمكن أن يترتب عليه من تأثير في صنع القرار السياسي والذي يعد أحد سمات المشاركة السياسية من خلال برامج الرأي، وتم تطبيق عينة تحليلية لعينة من حلقات برنامج "منبر الجزيرة" بقناة الجزيرة، وأشارت النتائج الي أن شكل برنامج منبر الجزيرة إحدى قنوات التواصل بين القناة وجمهورها العربي في كل أرجاء العالم، كما أنه سد فراغا سياسيا لدى الجمهور، كما اوضحت النتائج ايضا أن بروز أهمية الوفرة المادية وارتفاع نسبة التعليم والوعي الفكري في الدفع بالمشاركة السياسية للجمهور العربي مما يعزز فرض فجوة المعرفة .

6) انتهت دراسة جيلان محمود (2004م)⁽²⁹⁾ إلى رصد القضايا العربية كما تعكسها برامج الرأي في القنوات الفضائية العربية ورصد تأثيرات تحول الإعلام العربي من الإعلام الحكومي إلى الإعلام الخاص في إحداث تغييرات في جوانب الشكل والمضمون الإعلامي، وطبقت الدراسة تعلي عينة تحليلية من برامج الرأي في القنوات العربية، بالإضافة إلى دراسة ميدانية قوامها 100 مفردة من الجمهور المتابع لهذه البرامج، وأشارت النتائج الي أن القضايا السياسية جاءت على رأس قائمة برامج الرأي بنسبة 44.1%، يليها القضايا الاجتماعية بنسبة 17.3%، ثم الاقتصادية 6.3%، ثم العسكرية بنسبة 3.9%، كما أثبتت النتائج ايضا استخدام الاستمالات العاطفية والمنطقية في برامج الرأي بنسبة 51.2% لجذب اهتمام الجمهور نحو القضايا المطروحة .

7) هدفت دراسة بيتر موسايج Peter G. Mwesige (2004)⁽³⁰⁾ الي التعرف على تأثير برامج الرأي السياسية على الجمهور في أوغندا، وطبقت الدراسة علي عينة تحليلية من برامج الرأي السياسية بالإضافة إلى مسح الجمهور باستخدام أسلوب الملاحظة بالمشاركة والمقابلات الفردية والمتعمقة، وأثبتت نتائج الدراسة أن برامج الرأي السياسية تقدم فرصاً جديدة للمواطنين لاكتساب المعلومات حول الشؤون العامة، كما أظهرت النتائج ايضا أن الطريقة التي يوظف بها السياسيون والناشطون بالمجتمع المدني برامج الرأي السياسية كساحات للدعاية والحملات السياسية تجعل تلك البرامج تحتل مكانة متقدمة في السياسة الأوغندية.

دور البرامج الحوارية المقدمة بالقنوات الفضائية المصرية في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور المصري نحو القضايا المصرية ما بعد ثورة 25 يناير

8) حاولت دراسة وليد فتح الله بركات (2003م)⁽³¹⁾ التعرف على مدى تعرض الجمهور المصري لبرامج الرأي في القنوات التلفزيونية العربية ممثلاً بالصفوة الأكاديمية، وطبقت الدراسة على عينة عشوائية طبقية قوامها 200 مفردة من أعضاء هيئة التدريس بالجامعات المصرية، وأوضحت النتائج بأن الأخبار جاءت في صدارة المواد المفضلة لدى عينة البحث بنسبة 92.5% من إجمالي إجابات المبحوثين ثم الأفلام 82% والمسلسلات 77.5%، وبرامج الحوار والمناقشات بنسبة 72.5%، كما أشارت النتائج أيضاً بأن قناة الجزيرة جاءت كأفضل قناة تلفزيونية عربية تقدم برامج رأي جيدة من بين القنوات الأخرى كما تعد أكثر القنوات العربية مشاهدة من جانب المبحوثين.

9) سعت دراسة جاكلين مالوي Jacqueline M. Maloy (2000)⁽³²⁾ للتعرف على وتأثير التعرض للبرامج التلفزيونية المختلفة (الأخبارية - التوك شو) ، كذلك التأثير الناتج عن حجم وكثافة التعرض للتلفزيون بشكل عام على الخصائص السياسية للجمهور وخاصة ، وطبقت الدراسة على عينة قوامها 100 مفردة من طلاب جامعة نيفادا، واثبتت نتائج الدراسة وجود علاقة ارتباطية بين حجم التعرض للقوالب البرمجية المختلفة واتجاهات المبحوثين نحو السياسة والمسؤولين، فكثيفي التعرض للأخبار هم أقل ثقة في الحكومة في حين أن كثيفي التعرض لبرامج التوك شو أكثر ثقة فيها، كما وجدت علاقة بين حجم التعرض للبرامج المختلفة ومستويات الانغماس السياسي لدى المبحوثين، فكثيفي التعرض للبرامج الإخبارية أكثر انغماساً في السياسة عن غيرهم من الأقل كثافة.

ثالثاً: دراسات خاصة بالمسؤولية الاجتماعية والبرامج الحوارية:

1) هدفت دراسة أمال الغزاوي ودينا عرابي (2012)⁽³³⁾ التعرف على مدى اعتماد الجمهور المصري على القنوات الفضائية المصرية (الحكومية والخاصة) في تكوين معارفهم بقضايا الوطن من خلال رصد اتجاهات المغتربين من العمالة المصرية بالمملكة العربية السعودية نحو الدور المجتمعي لهذه القنوات، وذلك في إطار نظرية المسؤولية الاجتماعية، وطبقت الدراسة على عينة عمدية قوامها 100 مفردة من العمالة المصرية بجدة، وانتهت الدراسة إلى أن قضية "البطجة والإنفلات الأمني" جاءت في مقدمة أهم ثلاث قضايا من قضايا الوطن التي تحدثت عنها وسائل

دور البرامج الحوارية المقدمة بالقنوات الفضائية المصرية في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور المصري نحو القضايا المصرية ما بعد ثورة 25 يناير

الإعلام بعد الأحداث الأخيرة بنسبة 42% ، ثم " شهداء الثورة " في المرتبة الثانية بنسبة 40.7%، و" محاكمة النظام السابق" في المرتبة الثالثة بنسبة 17.3%، كما أوضحت الدراسة أن 43% من المبحوثين أكدوا علي أن وسائل الإعلام تنقل الواقع المصري كما هو، بينما يري 36% من المبحوثين أن تلك الوسائل تقدم صورة سيئة عن مصر، في حين يري 21% منهم أنها تقدم صورة جيدة عن مصر، كما أثبتت الدراسة أن 62% من المبحوثين أشاروا بأن مصر بها مشاكل كثيرة من خلال الصورة التي تقدمها وسائل الإعلام عنها.

(2) **خلصت دراسة سارة عبداللطيف (2012) (34)** عن المسؤولية الاجتماعية للقنوات الفضائية المصرية الحكومية و الخاصة كما تراها النخبة، ، وطبقت الدراسة علي عينة تحليلية وميدانية، توصلت نتائج الدراسة إلى ارتفاع نسبة البرامج الحية (المباشرة) في القنوات محل الدراسة ، وكذلك ظهر اهتمام مكثف بأبعاد المسؤولية الأخلاقية للبرامج نحو المجتمع، وتشمل احترام "حق الجمهور في المعرفة" 34.7% حيث تقاربت نسبتها في القنوات الحكومية والخاصة، وجاء "الدفاع عن المصالح العامة للمجتمع" في الترتيب الثاني بنسبة 23.3% بحيث زادت في القنوات الخاصة عن الحكومية ، ثم "الدفاع عن القيم الدينية والأخلاقية للمجتمع" بنسبة 21.1%، وأخيرا بلغت نسبة "احترام المبادئ السياسية للمجتمع" 6% .

(3) **توصلت دراسة آمال حسن الغزاوي (2009) (35)** حول التعرف على حدود المسؤولية الاجتماعية للبرامج الحوارية التليفزيونية اليومية في تناول الأداء الحكومي وذلك في إطار نظرية المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام وخاصة التليفزيونية ومدى تقديمها لمعالجة إعلامية موضوعية ومتوازنة في تناول الأحداث الجارية، وقد أظهرت نتائج الدراسة أن أقل البرامج نقداً للحكومة برنامج "البيت بيتك" لأنه يذاع على القناة الثانية الحكومية ، كما كانت أبرز الانتقادات الموجهة للحكومة " الحكومة تتعامل بسلبية في كثير من المشكلات ثم " الفساد في استغلال السلطة" تليها "الحكومة تعبر عن مصالح فئة معينة". وتشير النتائج إلى أن القضايا الاقتصادية جاءت في المرتبة الأولى للقضايا المطروحة في البرامج الحوارية محل الدراسة بنسبة 31%، ومن أهمها غلاء الأسعار ونقص الأجور، تليها القضايا الاجتماعية بنسبة 27.5% ومنها الفساد والتجاوزات الأخلاقية.

4) هدفت دراسة أحمد أحمد عثمان (2008)⁽³⁶⁾ التعرف على قياس مدى حرية التعبير في برامج المشاركة الجماهيرية في إطار المسؤولية الاجتماعية للإعلام الإذاعي ، و تحديد ما يمكن اتباعه لتحقيق التوازن بين حرية التعبير والمسؤولية الاجتماعية في برامج المشاركة بالراديو بأعلى مستوى ممكن لهذا التوازن، وقد أشارت النتائج الي أن جاء تناول للموضوعات المختلفة بشكل متوسطاً لمستوى الالتزام بأبعاد المسؤولية الاجتماعية للإعلام الإذاعي كما عكسته برامج المشاركة بالراديو في تناول أغلبية هذه الموضوعات، كما تبين عدم وجود تعارض بين الالتزام بأبعاد المسؤولية الاجتماعية للإعلام الإذاعي ومستوى ممارسة حرية التعبير .

5) انتهت دراسة أشرف جلال حسن (2008)⁽³⁷⁾ بالتعرف على حدود الحرية والمسؤولية المهنية فى أداء الشبكات الإخبارية الفضائية العالمية وأثرها على اتجاه جمهور الأجانب نحو القضايا العربية ، التي تم جمع البيانات عن طريق استمارة الاستقصاء بالمقابلة الشخصية في قطر مع الأجانب المقيمين بها، وأثبتت نتائج الدراسة إلى أن الشبكات الغربية تتحاز ضد القضايا العربية وتقدمها بصورة متحيزة ومشوهة بدرجات نسبية، كما ثبت وجود اختلاف أولويات كل من القنوات الغربية وقناة الجزيرة داخل كل قضية.

6) خلصت دراسة أميرة سمير (2008)⁽³⁸⁾ والتي استهدفت التعرف على التأثيرات السياسية للقنوات الفضائية المصرية والعربية الخاصة في إطار المسؤولية الاجتماعية، و أشارت النتائج إلى أن ما يقارب من نصف العينة 45,9 % يعتمدون على القنوات الفضائية المصرية والعربية الخاصة بوصفها المصدر الأساسي للحصول على الأخبار والمعلومات السياسية، وتأتي في المرتبة الثانية القنوات المصرية الحكومية بنسبة 27,9 %، كما يوجد فروق ذات دلالة إحصائية في متوسط درجات المعرفة السياسية بين المجموعة المعتمدة على القنوات المصرية والعربية الخاصة والمجموعة المعتمدة على القنوات المصرية الحكومية، وذلك لصالح المجموعة المعتمدة على القنوات الفضائية المصرية والعربية الخاصة.

7) حاولت دراسة حازم أنور محمد البنا (2008)⁽³⁹⁾ التعرف علي ملامح رؤية الجمهور المصرى لأخلاقيات الإعلام في الفضائيات العربية الخاصة من خلال الاعتماد على نظرية المسؤولية الاجتماعية . وأثبتت النتائج أن احتل تعرض الصورة

دور البرامج الحوارية المقدمة بالقنوات الفضائية المصرية في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور المصري نحو القضايا المصرية ما بعد ثورة 25 يناير

الحقيقية للأخبار التي تجرى من حولى المرتبة الأولى لأسباب مشاهدة المبحوثين للقنوات العربية الخاصة بنسبة 16.61%، يليها في المرتبة الثانية سبب أنها تفتح ملفات حساسة وموضوعات جريئة لا تتعرض لها بقية القنوات الأخرى بنسبة 8.59%، وأكدت النتائج أيضا أن الفضائيات العربية الخاصة في ممارستها لعملها تقدم درجة مرتفعة من الالتزام بأخلاقيات الإعلام بنسبة 9.12% في مقابل 6.9% يرون أنها تقدم درجة منخفضة من الالتزام بأخلاقيات الإعلام .

8) اهتمت دراسة كاتلين سوهار Kathleen Sohar (2005)⁽⁴⁰⁾ بالتعرف على تقييم مشاهدى برنامج "The Daily Show" والذي يعد قالب جديد ومختلف يهتم بعرض وتقديم الأخبار ولكن بشكل خفيف يختلف به عن غيره من القوالب البرمجية الأخرى التي تعرض المعلومات الإخبارية والسياسية، والذي ينعكس بشكل ما على مدى تأثر الجمهور بالمحتوى الإخبارى المعروض، وأظهرت نتائج الدراسة أن المبحوثين اختلفوا فى تقييمهم للبرنامج ما بين انه برنامج إخبارى أو ترفيهى، كما أكدت النتائج بأن مصداقية برنامج الرأي يؤثرعلى مدى تبنى الجمهور لما يعرضه من معلومات ومضامين سياسية من خلال المصادر التي يعتمد عليها والضيوف السياسيين فى البرنامج.

9) هدفت دراسة عادل عبد الغفار فرج (2003)⁽⁴¹⁾ البحث والتحليل لأبعاد المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية والمهنية للقنوات الفضائية المصرية الخاصة، بالاعتماد على نظرية المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام من خلال عينة تحليلية لبرامج الرأي فى " قناة دريم 2"، وأثبتت النتائج القضايا السياسية جاءت فى المرتبة الأولى بنسبة 40.3% من إجمالى الحلقات التي خضعت للتحليل تلتها القضايا الثقافية 16.1% والاقتصادية 11.3% والاجتماعية 8.1%، ووضحت النتائج ايضا وجود اختلاف واضح فى توازن الاهتمام بأبعاد المسؤولية الأخلاقية المختلفة، حيث تركز برامج الرأي على أبعاد المسؤولية الأخلاقية نحو المجتمع بنسبة 98.4% في حين يضعف اهتمامها بأبعاد المسؤولية الأخلاقية نحو الأفراد والدولة والعالم، ووجدت اختلافات ذات دلالة إحصائية فى درجة المسؤولية الاجتماعية لبرامج الرأي باختلافها.

التعليق على الدراسات السابقة:

- 1- لم تهتم كثير من الدراسات السابقة بقياس مستوى معرفة الجمهور بالقضايا العامة ومعرفة الجمهور المصري بقضاياه المحلية (السياسية والاجتماعية والاقتصادية) مثل أزمة رغيف العيش ، وأزمة البنزين والسولار، و البلطجة والانفلات الأمني، ومحاكمة رموز النظام السابق ، وكيف أن اعتماد الجمهور المصري على البرامج الحوارية قد يؤثر على اتجاهه نحو الحكومة المصرية بالاجاب أو السلب والمقارنة بين هذه القنوات الفضائية المصرية في اتجاه معالجة هذه القضايا.
- 2- أن بعض من الدراسات التي تناولت المسؤولية الاجتماعية للبرامج الحوارية في تناول الأداء الحكومي أصبحت تمثل مؤشرات واضحة لمستوى الأداء الحكومي وتفاقم القضايا السياسية والاقتصادية والاجتماعية، فكانت تلك البرامج الشرارة التي أوقدت ثورة 25 يناير .
- 3- كشفت معظم الدراسات عن التزايد المطرد في عرض البرامج الحوارية للقضايا والمشكلات المجتمعية، مما يضفي أهمية كبرى على دراسة دور البرامج الحوارية المقدمة بالقنوات الفضائية المصرية في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور المصري نحو قضايا المصرية الحالية ما بعد ثورة 25 يناير .
- 4- أكدت معظم الدراسات على ارتفاع نسبة مشاهدة الجمهور المصري للبرامج الحوارية مما يدل على أهمية الدراسة الحالية حول دور البرامج الحوارية في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور عينة الدراسة.
- 5- تبين أن أغلب البرامج الحوارية تأتي في المرتبة الأولى بالنسبة للجمهور المصري في الحصول على المعلومات، يليها النشرات الإخبارية في المرتبة الثانية مما يبرز دور وأهمية هذه البرامج وضرورة بحث المسؤولية الاجتماعية بين تلك القنوات الفضائية العربية تجاه الجمهور، ومدى التزامها بضوابط و معايير المسؤولية الاجتماعية، وهو مايزيد من مسؤوليات البرامج الحوارية تجاه الجمهور المصري في الوقت الحالي.

دور البرامج الحوارية المقدمة بالقنوات الفضائية المصرية في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور المصري نحو القضايا المصرية ما بعد ثورة 25 يناير

6- لم تهتم معظم الدراسات العربية والأجنبية علي حد سواء بمعرفة أثر التعرض للبرامج الحوارية على بعض الخصائص الديموجرافية للجمهور كالمستوي الاجتماعي الاقتصادي والتعليم في تشكيل معارفهم واتجاهاتهم نحو قضايا المجتمع ، واقتصرت علي التعرف على كيفية عرض ومعالجة القضايا في البرامج الحوارية بالقنوات الحكومية والخاصة، والتعرف علي نقاط الضعف والقوة في تلك البرامج، في حين تم الاهتمام بها في الدراسة الحالية.

حدود الإفادة من الدراسات السابقة:

- 1- الاستعانة ببعض من الأطر النظرية التي اعتمدت عليها الدراسات السابقة، وخاصة ما إعتمدت منها على نظريتي فجوة المعرفة والمسئولية الإجتماعية بشكل اساسي والمناهج والادوات البحثية المستخدمة.
- 2- ساعدت نتائج هذه الدراسات معرفة الباحث بأهمية موضوع الدراسة الجديدة، بالتعرف على البرامج الحوارية التي تشكل المصدر الرئيسي للمعلومات للفئات العمرية المختلفة والمستوي الاجتماعي الاقتصادي.
- 3- دعمت هذه الدراسات الباحث في بلورته المشكلة البحثية وصياغتها ، والاستفادة من المناهج المختلفة، وكذلك بناء تساؤلات وفروض الدراسة، والاستفادة في تفسير بعض نتائج الدراسة في ضوء ما خرجت به نتائج الدراسة الحالية في اطارها الكمي ومقارنتها بنتائج ودراسات البحوث الأخرى .

الإطار النظري للدراسة:

اعتمدت هذه الدراسة في بنائها النظري وتطوير فروضها على نظريتي فجوة المعرفة والمسئولية الاجتماعية

أولاً: نظرية فجوة المعرفة Knowledge Gap :

إن التدفق المتزايد والمستمر للمعلومات، أصبح أمراً واقعاً نتيجة لنشاط وسائل الإعلام، ويرجع هذا التزايد إلى الرغبة في انتفاع كل شخص في المجتمع، حيث يجد كل شخص إمكانية في الحصول على المعلومات عن العالم المحيط به وهو ما يوسع بالطبع آفاق هؤلاء الأشخاص، وعلى أية حال فإن العديد من الباحثين

دور البرامج الحوارية المقدمة بالقنوات الفضائية المصرية في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور المصري نحو القضايا المصرية ما بعد ثورة 25 يناير

أوضحوا مؤخراً أن التدفق المستمر المتزايد للمعلومات غالباً ما يكون له أثر سلبي يتمثل في زيادة المعلومات لدى بعض الأفراد أكثر من وضعها لدى البعض الآخر، وهو ما يسمى بفجوة المعرفة (42).

فروض نظرية فجوة المعرفة :

صيغ فرض نظرية فجوة المعرفة بناء على نتائج أبحاث مختلفة ومتعددة (43)، ويشير الفرض إلى الفجوة المعرفية على النحو الذي وصفه كل من تيتشنر ودونو وأولين عام 1970، إلى أن "زيادة تدفق المعلومات من خلال وسائل الإعلام إلى النظام الاجتماعي، فإن قطاعات الجمهور ذوى المستوى الاجتماعي الاقتصادي المرتفع يميلون إلى اكتساب هذه المعلومات بمعدل أسرع من قطاعات الجمهور الأقل في المستوى الاجتماعي الاقتصادي لهذه المعلومات ، ومن ثم فإن الفجوة في المعرفة تتجه نحو الزيادة بدلاً من الانخفاض" (44)، ذلك لأن الأفراد في المستويات الاجتماعية الاقتصادية لديهم وسائل إعلام متطورة ومهارات اتصالية عالية ومستوى تعليمي مرتفع ولديهم قدرة على تخزين المعلومات واسترجاعها وفهمها من خلال الخلفية المعرفية (45).

كذلك يرى تيتشنر Tichenor وزملاؤه أن فرض فجوة المعرفة يظهر بقوة في مجال الاهتمامات العامة أو الشؤون العامة والأخبار العلمية، بينما يضعف وجوده في المجالات ذات الطبيعة الخاصة في المجتمع مثل أخبار الرياضة وأسعار السوق أو رعاية الخضرة والحدائق هذه الاهتمامات ذات طبيعة ومستوى مختلف بين الأفراد الأمر الذي ينعكس على مدى تعرضها لهذه المعلومات أما الأفراد الذين يجمعهم اهتماماً محدداً فسوف يكتسبون المعلومات الخاصة بمجال اهتمامهم بغض النظر عن الفوارق الاقتصادية أو التعليمية (46).

العوامل المؤثرة في اكتساب المعارف (المعلومات) من وسائل الإعلام:

هناك العديد من العوامل والأسباب التي تؤثر في حجم المعارف التي يحصل عليها الأفراد من وسائل الإعلام وتشمل (47):

1) مهارات الاتصال Communicaton Skills :

دور البرامج الحوارية المقدمة بالقنوات الفضائية المصرية في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور المصري نحو القضايا المصرية ما بعد ثورة 25 يناير

تتباين المهارات الاتصالية بين الطبقات ، فغالباً ما يكون هناك تباين في التعليم⁽⁴⁸⁾ والأشخاص ذوي المستوى التعليمي المرتفع يتوقع أن يكونوا اكبر قدرة في مهارات القراءة والفهم الضروريين لاكتساب المعرفة عن الشؤون العامة والعلوم.

(2) الخلفية المعرفية Prior Knowledge :

يؤدي ارتفاع مستوي التعليم إلى توفير خلفية من المعلومات المخترنة أو المعرفية المكتسبة السابقة والتي تساعد على الاستخدام الأمثل للمعلومات الجديدة التي اكتسبت حول موضوع التعرض السابق لوسائل الإعلام.

(3) الاتصال الاجتماعي بالآخرين Social Contact :

الأفراد ذوي المستوي الاجتماعي الاقتصادي المرتفع لديهم مقدرة اتصالية أكبر بالآخرين وبالتالي يكونوا أكثر مقدرة على مناقشة أخبار الشؤون العامة أو العلمية فيما بينهم، وتحقيق لهم درجة من الرضا الداخلي، كما يشجع بعض الاحتياجات النفسية والاجتماعية.

(4) الانتقاء Selectivity :

ويشمل التعرض الانتقائي والإدراك الانتقائي والتذكر الانتقائي ، حيث أن الأشخاص ذوي المستوي الاجتماعي الاقتصادي المرتفع سيقومون بالبحث عن المضمون الذي يتعرضون له لذلك ينتبهون أكثر ويتذكرون المعلومات التي تعرضوا لها بشكل أفضل.

(5) طبيعة نظام وسائل الإعلام : The Nature of Mass Media :

إفترض تيشنر Tichenor أن الوسائل المطبوعة غالباً ما تكون أكثر كثافة في استخدامها من جانب الأشخاص ذوي المستوي الاجتماعي الاقتصادي المرتفع ، وهذا يؤدي إلى توسيع الفجوات المعرفية ، كما توقع أن استخدام التلفزيون بين الأفراد الأقل تعليماً سوف يؤدي إلى ارتفاع مستوي معرفتهم وتضييق الفجوة المعرفية بينهم وبين الآخرين.

المتغيرات المتعلقة بدراسة نظرة فجوة المعرفة:

(1) المستوى الاجتماعي الاقتصادي (SES) Socio Economic Status :

دور البرامج الحوارية المقدمة بالقنوات الفضائية المصرية في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور المصري نحو القضايا المصرية ما بعد ثورة 25 يناير

يعد متغير المستوى الاجتماعي الاقتصادي من المتغيرات الأولى في نظرية فجوة المعرفة وقد قام Tichenor وزملاؤه بتطوير فرض هذه النظرية عام 1970 واعتبروا أن مستوى التعليم هو المؤشر الرئيسي الذي يمكن من خلاله تقسيم الأفراد إلى فئات اجتماعية واقتصادية مرتفعة ومنخفضة (49).

(2) التعليم:

يُعد التعليم في معظم الدراسات التي اختبرت فرض فجوة المعرفة مؤشراً للمستوى الاقتصادي الاجتماعي . وقد أثبتت الدراسات الإعلامية أن ارتفاع مستوى التعليم يؤدي إلى زيادة مستوى المعرفة وزيادة الفجوة بين الأفراد ذوي المستوى المرتفع والمنخفض (50).

(3) نوع الموضوع:

تشير الدراسات إلى أن الفجوات المعرفية تضيق في حالة الموضوعات المحلية أو لا توجد أساساً من البداية (51)، في حين تتسع الفجوات المعرفية مع الأحداث القومية أو العالمية، ويمكن تفسير ذلك بالارتباط بين نوع الموضوع ومستوى اهتمام الأفراد، فعندما تكون القضية محلية يتواجد اهتمام بين الأفراد بها مما يوجد دافعاً قوياً لفهم الأخبار ومناقشتها مع الأسرة والأصدقاء والأقارب، في حين أنه في حالة الموضوعات الدولية أو العالمية تصبح المعلومات أقل جاذبية لضعف اهتمام الأفراد بالموضوعات البعيدة عنهم وبالتالي يختلف الدافع بين الأفراد لاكتساب المعلومات عن الأحداث القومية أو العالمية مما يؤدي إلى اتساع الفجوة المعرفية (52) ، ومن ناحية أخرى نجد أن نوعية الموضوع مرتبطة بمدى انغلاق الفجوة في المعرفة بين الأفراد الأعلى في المستوى الاجتماعي الاقتصادي (53).

(4) التعرض للوسيلة الإعلامية Exposure:

وجد الباحثون أن هؤلاء الذين يتعرضون بشكل أكبر لوسائل الإعلام هم الأكثر احتمالاً أن يعرفوا الكثير من المعلومات عن موقف المرشحين من مختلف القضايا ومن بين العديد من العوامل المتعلقة بالجمهور فقد أشار البحث إلى أن مستوى تعليم الجمهور المتعرض لوسائل الإعلام هو العنصر الوسيط الأكثر قوة بين استخدام وسائل الإعلام ومستوى المعرفة (54).

(5) درجة الاهتمام وأبعاده:

عندما يثار موضوع ما يهم المجتمع فإنه من المتوقع أن تضيق الفجوة المعرفية بين أفراد هذا المجتمع وهذا يحدث عندما يكون الموضوع المثار محل صراع في هذا المجتمع ويظهر ذلك بوضوح في المجتمعات الصغيرة التي تتشابه صفات أفرادها أكثر من المجتمعات الكبيرة⁽⁵⁵⁾.

(6) الخلفية المعرفية:

تسهل الخلفية المعرفية المختزنة لدى الفرد من قدرته على تخزين واسترجاع المعلومات التي يحصل عليها مجدداً كما أنهم يصبحون أكثر قدرة على تقييم هذه المعلومات الجديدة في ضوء ما لديهم من معلومات مسبقة تمكنهم من إجراء المقارنات ووضع المعلومات الجديدة في إطار دلالي معين⁽⁵⁶⁾.

(7) المتغيرات الديموجرافية Demographic Variables:

انتهت بعض الدراسات إلى وجود علاقة بين المتغيرات الديموجرافية (السن - النوع) وبين مدى اكتساب الأفراد للمعرفة من وسائل الإعلام فقد برز متغير السن مع متغير الاهتمام في دراسة Ettema et al كأهم متغيرين من المتغيرات المؤثرة في اكتساب الأفراد للمعلومات عن مرض القلب وقد فاق تأثيرهما تأثير متغير التعليم⁽⁵⁷⁾.

(8) تأثير التكنولوجيا الحديثة على فجوة المعرفة:

تتغير تكنولوجيا الاتصال بسرعة هائلة الأمر الذي أدى إلى وجود مصطلحي ثورة الاتصالات Communication Revolution أو انفجار المعلومات Information Explosion والعديد من هذه التكنولوجيات لها تأثيرها في إكساب مستخدميها سيطرة أكبر على العملية الاتصالية وعلى استقبال المعلومات ولأن هذه التكنولوجيا مكلفة جداً فهي متاحة للأغنياء فقط الأمر الذي يسهم في توسيع الفجوة المعرفية⁽⁵⁸⁾.

(9) وقت قياس المعرفة:

يشير الباحثون إلى أن الأساليب المنهجية المتبعة في قياس المعرفة يمكن أن تؤثر في نتائج بحوث فجوة المعرفة وقد أكدت الدراسات التي تقيس المعرفة بعد تعرض المبحوثين للأخبار أو المعلومات مباشرة غالباً ما تجد أن فجوات ضيقة، في

دور البرامج الحوارية المقدمة بالقنوات الفضائية المصرية في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور المصري نحو القضايا المصرية ما بعد ثورة 25 يناير

حين أن الدراسات التي تقيس المعرفة بعد فترة من تعرض المبحوثين للأخبار أو المعلومات غالباً ما تجد فجوات معرفية واسعة بين الأفراد الذين ينتمون إلى فئات اجتماعية اقتصادية مرتفعة⁽⁵⁹⁾.

ولهذا يعتبر دراسة الفجوة في المعرفة بشأن القضايا والأزمات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية المصرية من الإضافات الجديدة التي استخدمها بعض الباحثين في مجال الدراسات الإعلامية⁽⁶⁰⁾، فعلى الرغم من أن عدد الدراسات التي استخدمت التعليم كمؤشر رئيسي للمستوى الاجتماعي الاقتصادي إلا أن بعض الباحثين أشار إلى أن متغير التعليم يمكن أن يكون مؤشراً كافياً لتحديد المستوى الاجتماعي الاقتصادي في المجتمعات الغربية⁽⁶¹⁾، وبالتالي خضعت العلاقة بين متغيري التعليم ومستوى المعرفة لتحديات عديدة حيث افترض البعض أن الخبرات المعرفية والعلاقات الاجتماعية لا ترتبط باختلاف مستوى التعليم وأثره على المعرفة، لذلك أكد عدد من الباحثين أن الأسس المقبولة لفجوة المعرفة ترجع إلى الاختلافات بين الأفراد في الدافع والاهتمام بنوعية المعلومات فالمتغير الأساسي في فجوة المعرفة يرجع إلى الاختلاف في الاهتمام والدافع⁽⁶²⁾.

يمكن الاستفادة من تطبيق نظرية فجوة المعرفة في هذا البحث في التعرف على حجم الاختلاف في معارف الجمهور المصري وفقاً لاختلاف خصائصهم الديموجرافية، ويقاس الباحث ذلك من خلال اختبارات إحصائية متعددة تقيس الفروق الجوهرية في معارف الجمهور المصري وفقاً لحجم مشاهدة البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية آخذاً في الاعتبار الخصائص الديموجرافية للأفراد، كما أنها تساعد على اختبار دور البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية في تضيق أو توسيع فجوة المعرفة بقضايا مصر الحالية ما بعد ثورة 25 يناير لدى المبحوثين، ومعرفة وجود علاقة إيجابية بين المستوى الاجتماعي الاقتصادي للمبحوثين ومستوى معرفتهم بهذه القضايا.

ثانياً: نظرية المسؤولية الاجتماعية :

تعد نظرية المسؤولية الاجتماعية تعديلاً أو تكييفاً لمبادئ الحرية الإعلامية وتوجيهها لخدمة المجتمع في إطار أخلاقيات الممارسة المهنية التي تحسن في النهاية أسلوباً للعمل والأداء يخدم حرية الفرد والمجتمع معاً⁽⁶³⁾ حيث تقوم على التوازن بين الحرية والمسؤولية من خلال إضافة مبدئين جديدين إلى مبادئ النظام

دور البرامج الحوارية المقدمة بالقنوات الفضائية المصرية في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور المصري نحو القضايا المصرية ما بعد ثورة 25 يناير

الاعلامي الليبرالي يتمثلان في ضرورة وجود التزام ذاتي من جانب الاعلاميين بمجموعة من المواقف الاخلاقية التي تستهدف تحقيق التوازن بين حرية الاعلام ومصصلحة المجتمع ويضاف إلى ذلك الواجب الاجتماعي للإعلام الذي يتمثل في تقديم الأحداث الجارية وتقديم تفسير لها في إطار له معنى ودلالة⁽⁶⁴⁾.

وانطلاقاً من الفكرة الرئيسية لنظرية المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام عامة والصحافة خاصة وفي نوع من التوازن بين الحرية والمسؤولية حيث يفسر ذلك في ضوء المعايير الذاتية للإعلاميين، بحيث يجب أن يكون للإعلام واجب اجتماعي يتمثل في تقديم الأحداث الجارية وتفسيرها في إطار له معنى. وهذا ما يؤكد "دينيس ماكويل" McQuail من أن الأسس الرئيسية لنظرية المسؤولية الاجتماعية تتمثل في أن وسائل الإعلام مسؤولة ولديها التزامات تجاه المجتمع لكي تكتسب ثقة الجمهور، وتحصل على اعتبارها في المجتمع، وذلك من خلال تحرى الدقة والمصداقية والموضوعية والتوازن، فضلاً عن الالتزام بالحرية في ضوء مجموعة من مبادئ الشرف الأخلاقية والقوانين والتشريعات والقيم المهنية وذلك من أجل تحقيق المصلحة العامة⁽⁶⁵⁾.

ويمكن تعريف المسؤولية الاجتماعية بأنها: "التزام القنوات التلفزيونية والعاملين بها بأخلاقيات الإعلام ومبادئ الدقة والعدالة والتوازن والموضوعية في قيامهم بواجباتهم المهنية تجاه المجتمع بكافة فئاته وتتعدد جوانب المسؤولية الاجتماعية للتلفزيون حيث تشمل المجالات الدينية والسياسية والاجتماعية والثقافية وغيرها من المجالات ويتم تفعيل تلك المبادئ في الواقع الإعلامي من خلال مجموعة من القواعد التنظيمية المعلنة والضمنية ويأتي في مقدمتها القوانين ومواثيق الشرف الإعلامية، شريطة توافر القدر المطلوب من الحرية المسؤولة في المجتمع⁽⁶⁶⁾.

وقد أضاف دنيس ماكويل إلى أن نظرية المسؤولية الاجتماعية تقوم على دراسة وظائف الإعلام في الدول النامية واختلاف تطبيقاتها عن الدول المتقدمة ونظرية المشاركة الديمقراطية التي تقرض الحد من نفوذ المؤسسات الإعلامية والاحتكارات والتأكيد على أهمية إعطاء الفرصة لمختلف فئات المجتمع والجماعات والأقليات في ممارسة حقوقها في الاتصال والحصول على خدمات ووسائل الإعلام⁽⁶⁷⁾.

دور البرامج الحوارية المقدمة بالقنوات الفضائية المصرية في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور المصري نحو القضايا المصرية ما بعد ثورة 25 يناير

وتركز نظرية المسؤولية الاجتماعية على ثلاثة أبعاد أساسية، يتصل البعد الأول بالوظائف التي ينبغي أن يؤديها الإعلام المعاصر (وظائف سياسية، تعليمية وثقافية واقتصادية) ويتصل البعد الثاني بمعايير الأداء الصحفى التى تشكل فى مجملها الضوابط الأخلاقية والقانونية التى تحكم ممارسة العمل الصحفى، والمقصود بها موثيق العمل الصحفى والتشريعات والقوانين والمعايير المهنية التى تضعها الهيئات الصحفية المختلفة، فضلاً عن المعايير الأخلاقية للقائمين بالإتصال. أمّا البعد الثالث، فيتركز على القيم المهنية التى ينبغي مراعاتها فى العمل الصحفى أى السلوكيات التى ينبغي مراعاتها من جانب الصحفيين لتحقيق مبادئ المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية أو بمعنى آخر منظومة القيم المهنية التى تحكم سلوكيات الصحفيين فى أداء وظائفهم⁽⁶⁸⁾.

وتشكل معايير الأداء الإعلامى فى مجالها العام للضوابط الأخلاقية والقانونية التى تحكم ممارسة العمل الإعلامى فى إطار من المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية التى تحتم على الإعلام أن يقوم بواجبه تجاه المجتمع كما ينعم بحقه فى الحرية وكذلك عرض الحقائق والمعلومات التى تدعم الديمقراطية وتضمن مشاركة الرأي العام فى الأحداث الجارية⁽⁶⁹⁾.

وتقضي الضوابط الأخلاقية والقانونية لوسائل الإعلام بالآتي :

1- الحق فى الخصوصية.

2- الحق فى محاكمة عادلة .

3- الموضوعية.

ويستفيد الباحث من نظرية المسؤولية الاجتماعية فى التعرف على اتجاهات الجمهور المصرى تجاه مدى قيام القنوات الفضائية المصرية بمسؤوليتها الاجتماعية فى إمداد الجمهور المصرى بالمعلومات عن قضايا المصرية الحالية ما بعد ثورة 25 يناير من خلال البرامج الحوارية بها، وكذلك اختبار الوظائف الأساسية التى تقدمها القنوات الفضائية المصرية فى ضوء الوظائف الأساسية التى حددتها نظرية المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام لمعرفة حدود وأبعاد المسؤولية الأخلاقية لدى عينة الدراسة ، وهو ما يزيد من مسؤوليات البرامج الحوارية تجاه الجمهور المصرى فى الوقت الحالى.

دور البرامج الحوارية المقدمة بالقنوات الفضائية المصرية في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور المصري نحو القضايا المصرية ما بعد ثورة 25 يناير

تساؤلات وفروض الدراسة:

أولاً : تساؤلات الدراسة:

- 1) ما مدى مشاهدة المبحوثين للبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية ؟
- 2) ما كثافة تعرض المبحوثين للبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية ؟
- 3) ما القنوات الأكثر تفضيلاً في متابعة القضايا المصرية الحالية ما بعد ثورة 25 يناير ؟
- 4) ما نوعية البرامج الحوارية المفضلة لدى عينة الدراسة ؟
- 5) ما اسباب مشاهدة المبحوثين للبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية ؟
- 6) ما نوعية البرامج الحوارية التي يتابعها المبحوثون ؟
- 7) ما اتجاهات المبحوثين نحو القضايا والبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية ؟
- 8) ما نوعية القضايا التي يحرص علي متابعتها المبحوثين ؟ ومدى تأثرهم بها ؟
- 9) ما مستوى معرفة المبحوثين القضايا المصرية المقدمة بالبرامج الحوارية ؟
- 10) ما درجة ثقة المبحوثين في صدق البرامج الحوارية المقدمة بالقنوات الفضائية المصرية ؟

ثانياً : فروض الدراسة:

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية دالة احصائياً بين كثافة تعرض المبحوثين للبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية ونوعية القضايا التي يتعرض لها المبحوثون

الفرض الثاني: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين كثافة تعرض المبحوثين للبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية وفقاً للمتغيرات الديموجرافية (النوع، السن، التعليم، المستوى الاقتصادي الاجتماعي)

الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية دالة احصائياً بين كثافة تعرض المبحوثين للبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية ومستوى المعرفة بقضايا مصر الحالية ما بعد ثورة 25 يناير .

دور البرامج الحوارية المقدمة بالقنوات الفضائية المصرية في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور المصري نحو القضايا المصرية ما بعد ثورة 25 يناير

الفرض الرابع : توجد علاقة ارتباطية دالة احصائية بين نوعية البرامج الحوارية المقدمة بالقنوات الفضائية المصرية و مستوى معرفة المبحوثين بالقضايا.

الفرض الخامس: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى المعرفة بقضايا مصر الحالية المقدمة بالبرامج الحوارية لدى المبحوثين وفقاً للمتغيرات الديموجرافية (النوع، السن، التعليم، المستوى الاقتصادي الاجتماعي).

الفرض السادس: توجد علاقة دالة ارتباطية بين معدل تعرض المبحوثين للبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية ودرجة الثقة بها.

الفرض السابع : توجد علاقة دالة ارتباطية بين درجة الثقة للبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية ودرجة الرضا عن البرامج الحوارية في تناولها لقضايا مصر الحالية.

نوع الدراسة :

تدرج هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية Descriptive، التي تصف ظاهرة معينة، وهي ظاهرة التعرض للبرامج الحوارية المقدمة في القنوات الفضائية المصرية في تشكيل معارفهم واتجاهاتهم نحو قضايا المصرية الحالية ما بعد ثورة 25 يناير، حيث تم جمع بيانات الظاهرة وتصنيفها وتحليلها، وفسرت هذه البيانات وحللت تحليلاً شاملاً، فتم استخلاص النتائج والدلالات التي يمكن أن تبني عليها فروض ايضاحية أو تفسيرية (70).

منهج الدراسة:

اعتمدت هذه الدراسة على منهج المسح الإعلامي الذي يقوم بوصف الظاهرة الإعلامية⁽⁷¹⁾، وهي ظاهرة (التعرض للبرامج الحوارية المقدمة في القنوات الفضائية المصرية في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور المصري نحو قضايا المصرية الحالية ما بعد ثورة 25 يناير) بهدف الوصول والاستدلال على الحقائق الوصفية والكمية للظاهرة موضوع الدراسة لمشاهدي البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية من الجمهور المصري.

دور البرامج الحوارية المقدمة بالقنوات الفضائية المصرية في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور المصري نحو القضايا المصرية ما بعد ثورة 25 يناير

أسلوب جمع البيانات :

تم جمع بيانات هذه الدراسة عن طريق أداة المسح الميداني Questionnaire لتحقيق أهداف الدراسة و فروضها والتي اشتملت على عدة محاور للتعرف على طبيعة دور البرامج الحوارية المقدمة بالقنوات الفضائية المصرية في تشكيل معارف وتكوين اتجاهات المبحوثين نحو قضايا مصر الحالية ما بعد ثورة 25 يناير، وقد تم ضبط الاستمارة علي النحو الآتي:

• **صدق الاستمارة :** تم عرض الاستمارة على مجموعة من الأستاذة المحكمين (**)، الذين اقرروا بأن أدوات جمع البيانات تقيس بالفعل ما يفترض قياسه، وذلك بعد إجراء بعض التعديلات التي أبدأها البعض، وبلغت النسبة العامة للإتفاق بين المحكمين 90.2% وذلك حول مدى قياس أهداف الدراسة وتساؤلاتها وفروضها.

• **ثبات الاستمارة :** تم أسلوب إعادة الإختبار على عينة عشوائية من 40 مفردة بواقع 10% من حجم العينة الأصلية ، وذلك عقب شهر من تطبيق الاستبيان، وبلغت قيمة معامل الثبات 0.93 وهي قيمة عالية تشير إلى صلاحية الاستمارة للتطبيق .

مجتمع الدراسة:

يتمثل مجتمع هذه الدراسة في مشاهدي البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية من الجمهور المصري.

عينة الدراسة :

طبقت الدراسة علي عينة عشوائية بسيطة **Random simple Sample** قوامها (400) مفردة من مشاهدي البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية في محافظات القاهرة والجيزة والقليوبية ، بواقع 150 مفردة من كل محافظتي القاهرة والجيزة ، 100 مفردة من القليوبية وقد تم مراعاة تقسيم مفردات العينة بنظام التوزيع المتساوي بين الذكور والإناث وداخل الأحياء السكنية ذات المستويات الاجتماعية الاقتصادية المختلفة.

دور البرامج الحوارية المقدمة بالقنوات الفضائية المصرية في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور المصري نحو القضايا المصرية ما بعد ثورة 25 يناير

خصائص عينة الدراسة:

جدول رقم (1)

توزيع عينة الدراسة وفقاً للمتغيرات

المتغيرات	ك	%	
النوع	ذكور	200	50
	إناث	200	50
	الإجمالي	400	100
التعليم	يقرأ ويكتب	5	1.3
	متوسط	12	3
	ثانوية	136	34
	جامعي	23	5.8
	دراسات عليا	206	51.5
	الإجمالي	400	100
السن	أقل من 20 سنة	60	15
	من 20 إلى 30 سنة	151	37.8
	من 30 إلى 40 سنة	107	26.8
	من 40 إلى 50 سنة	55	13.8
	من 50 سنة فأكثر	27	6.8
الإجمالي	400	100	
المهنة	ربة منزل او لا يعمل	30	7.5
	طالب	21	5.3
	حرفي	86	21.5
	طبيب . مهندس . مدرس . محامي	220	55
	أستاذ جامعي	17	4.3
	رجل أعمال	26	6.5
الإجمالي	400	100	
المستوى الاجتماعي والإقتصادي	مستوى منخفض	160	40
	مستوى متوسط	188	47
	مستوى مرتفع	52	13
الإجمالي	400	100	

المعالجة الإحصائية للبيانات :

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة الميدانية، تم ترميز البيانات وإدخالها إلى الحاسب الآلي، ثم معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج " الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS Statistical Package for the Social Science"، وتم اللجوء إلى المعاملات والاختبارات الإحصائية التالية في تحليل بيانات الدراسة:

- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.
- اختبار كا² (Chi Square Test) لدراسة الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من المتغيرات الاسمية (Nominal)
- اختبار (T- Test) لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعتين من المبحوثين في احد متغيرات الفئة أو النسبة (Interval Or Ratio)
- تحليل التباين ذي البعد الواحد (One Analysis of Variance) المعروف اختصارا باسم ANOVA لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لأكثر من مجموعتين من المبحوثين في احد متغيرات الفئة أو النسبة (Interval Or Ratio)
- الاختبارات البعدية (Post Hoc Tests) بطريقة اقل فرق معنوي (Least Significance Difference) و المعروف اختصارا باسم (LSD) لمعرفة مصدر التباين وإجراء المقارنات الثنائية بين المجموعات التي يثبت ANOVA وجود فروق دالة إحصائية بينها.
- معامل ارتباط بيرسون.

دور البرامج الحوارية المقدمة بالقنوات الفضائية المصرية في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور المصري نحو القضايا المصرية ما بعد ثورة 25 يناير

نتائج الدراسة :

أولاً: النتائج العامة للدراسة:

1- مدى مشاهدة البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية:

جدول (2)

يوضح مدى مشاهدة البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية

مستوى معنوية د ح 2	كا	الإجمالي		مدى مشاهدة البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية
		%	ك	
0.001	34.685	41.3	165	دائماً
		39.3	157	أحياناً
		19.5	78	نادراً
		100	400	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق أن نسبة 41.3% من أفراد العينة يشاهدوا البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية دائماً، ونسبة 39.3% منهم يشاهدونها أحياناً، كما يتضح وجود فروق في مدى مشاهدة البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية، حيث كانت قيمة كا2 دالة عند مستوى 0.001، مما يعني ارتفاع عدد أفراد العينة الذين يشاهدوا البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية.

وهذا يؤكد حرص الجمهور المصري علي هذه النوعية من البرامج لما تتميز به من تناولها لأراء متعددة من جهات نظر مختلفة للخبراء والمختصين والجمهور المشارك.

2- عدد ساعات مشاهدة المبحوثين للبرامج الحوارية يوميا:

جدول (3)

يوضح عدد ساعات مشاهدة المبحوثين للبرامج الحوارية يوميا

مستوى معنوية د ح 5	كا	الإجمالي		عدد ساعات مشاهدة البرامج الحوارية يوميا
		%	ك	
0.001	188.20	15.5	62	أقل من ساعة
		7.3	29	ساعة
		18	72	من ساعة إلى ساعتين
		39.3	157	من ساعتين إلى ثلاثة ساعات
		7.8	31	من ثلاثة إلى أقل من أربع ساعات
		12.3	49	أربع ساعات فأكثر
		100	384	الإجمالي

دور البرامج الحوارية المقدمة بالقنوات الفضائية المصرية في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور المصري نحو القضايا المصرية ما بعد ثورة 25 يناير

يتضح من الجدول السابق أن نسبة 39.3% من أفراد العينة يشاهدوا البرامج من ساعتين إلى ثلاثة ساعات يوميا، ونسبة 18% منهم يشاهدونها من ساعة إلى ساعتين يوميا، ونسبة 15.5% منهم يشاهدونها أقل من ساعة يوميا، ونسبة 12.3% منهم يشاهدونها أربع ساعات فأكثر يوميا، ونسبة 7.8% منهم يشاهدونها من ثلاثة إلى أقل من أربع ساعات يوميا، ونسبة 7.3% منهم يشاهدونها ساعة يوميا، كما يتضح أيضا وجود فروق في عدد ساعات مشاهدتك لهذه البرامج يوميا، حيث كانت قيمة كا 2 دالة عند مستوى 0.001.

وهذا يعني ارتفاع كثافة مشاهدة البرامج الحوارية دون غيرها من الأشكال البرمجية الأخرى، لما تتميز به بعمق المعالجة والتحليل ورصد الحقائق للقضايا والأحداث المختلفة.

3- القنوات الأكثر تفضيلاً في متابعة القضايا المصرية الحالية ما بعد ثورة 25 يناير:

جدول (4)

يوضح القنوات الأكثر تفضيلاً في متابعة القضايا المصرية الحالية ما بعد ثورة 25 يناير

الترتيب	الاتجاه	المتوسط المرجح	نادرًا		أحيانًا		دائمًا		مدى المشاهدة القنوات
			%	ك	%	ك	%	ك	
12	نادرًا	1.51	57.2	229	35	140	7.8	31	القناة الفضائية المصرية
4	أحيانًا	1.76	43	172	38.5	154	18.5	74	قناة المحور
2	أحيانًا	1.80	42	168	36.3	145	21.8	87	قناة دريم 2
3	أحيانًا	1.79	46	184	28.5	114	25.5	102	قناة سي بي سي CBC
6	أحيانًا	1.67	45.5	182	42	168	12.5	50	قناة ام بي سي مصر MBC Miser
5	أحيانًا	1.74	49.7	199	26.8	107	23.5	94	قناة النهار
1	أحيانًا	1.95	32.3	129	40.5	162	27.3	109	قناة الحياة
11	نادرًا	1.54	57	228	32.3	129	10.8	43	قناة الحياة 2
9	نادرًا	1.60	49.8	199	39.8	159	10.5	42	قناة القراعين
14	نادرًا	1.40	65.5	262	29	116	5.5	22	قناة 25 يناير
7	نادرًا	1.66	49.5	198	35.3	141	15.3	61	قناة اون تي في On TV
8	نادرًا	1.61	56.5	226	26	104	17.5	70	قناة النيل الإخبارية
15	نادرًا	1.38	67	268	27.8	111	5.3	21	قناة التحرير
10	نادرًا	1.58	56	224	30	120	14	56	قناة القاهرة والناس
13	نادرًا	1.44	67.3	269	21	84	11.8	47	قناة روتانا مصر
16	نادرًا	1.27	77.3	309	18.3	73	4.5	18	قناة صدى البلد

دور البرامج الحوارية المقدمة بالقنوات الفضائية المصرية في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور المصري نحو القضايا المصرية ما بعد ثورة 25 يناير

يتضح من الجدول السابق أن القنوات الأكثر تفضيلاً في متابعة القضايا المصرية الحالية ما بعد ثورة 25 يناير جاءت في الترتيب التالي : قناة الحياة في الترتيب الأول بمتوسط 1.95 ، ثم قناة دريم 2 في الترتيب الثاني بمتوسط 1.80 ، تلاها قناة سي بي سي CBC في الترتيب الثالث بمتوسط 1.79 ، ثم قناة المحور في الترتيب الرابع بمتوسط 1.76 ، ثم قناة النهار في الترتيب الخامس بمتوسط 1.74 .

وهذا يؤكد أهمية هذه القنوات الفضائية المصرية نظراً لما تحظى به من كثافة مشاهدة عالية، وذلك لأهمية عرضها للقضايا والأحداث الجارية لمصر ما بعد ثورة 25 يناير في لحظة وقوعها ، وتغطيتها لهذه القضايا من جميع الجوانب .

في حين جاءت القنوات الأقل تفضيلاً في متابعة القضايا المصرية الحالية ما بعد ثورة 25 يناير كالتالي : قناة صدى البلد في الترتيب الأول بمتوسط 1.27 ، ثم قناة التحرير في الترتيب الثاني بمتوسط 1.38 ، تلاها قناة 25 يناير في الترتيب الثالث بمتوسط 1.40 ، ثم قناة روتانا مصر في الترتيب الرابع بمتوسط 1.44 ، ثم قناة الفضائية المصرية في الترتيب الخامس بمتوسط 1.51 .

وتختلف نتائج هذه الدراسة مع نتائج دراسة أمال الغزاوي ودينا عرابي (72) حيث جاءت قناة أن "قناة النيل الإخبارية" جاءت في مقدمة القنوات التلفزيونية ، ثم "قناة الحياة 2 ، والقناة الفضائية المصرية" في المرتبة الثانية، ثم "قناة الحياة 1" في المرتبة الثالثة ، وذلك نظراً لاختلاف عينة الدراسة والتي طبقت علي عينة من العمالة المصرية بالمملكة العربية السعودية.

4- نوعية البرامج المفضلة بالقنوات الفضائية لدى المبحوثين:

جدول (5)

يوضح نوعية البرامج المفضلة بالقنوات الفضائية لدى المبحوثين

نوعية البرامج المفضلة بالقنوات الفضائية	الإجمالي ن=400		الترتيب	كا	مستوى معنوية د ح 1
	ك	%			
المسلسلات والأفلام	255	63.8	2	30.250	0.01
البرامج الترفيهية	218	54.5	4	3.240	0.072 غير دالة
البرامج الدينية	213	53.3	5	1.690	0.194 غير دالة
البرامج الحوارية	372	93	1	295.84	0.001
المباريات والبرامج الرياضية	189	47.3	6	1.210	0.271 غير دالة
البرامج الإخبارية	232	58	3	10.240	0.001
البرامج الثقافية	115	28.8	7	72.250	0.001

دور البرامج الحوارية المقدمة بالقنوات الفضائية المصرية في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور المصري نحو القضايا المصرية ما بعد ثورة 25 يناير

يتضح من الجدول السابق أن نسبة 93% من أفراد العينة يفضلون مشاهدة البرامج الحوارية، ونسبة 63.8% منهم يفضلون مشاهدة المسلسلات والافلام، ونسبة 58% منهم يفضلون مشاهدة البرامج الاخبارية، ونسبة 54.5% منهم يشاهدون البرامج الترفيهية، ونسبة 53.5% منهم يشاهدوا البرامج الدينية.

كما أثبتت النتائج أيضا وجود فروق في نوعية البرامج التي تفضل مشاهدتها بهذه القنوات، حيث كانت قيمة كا2 دالة عند مستوى 0.001، فيما عدا مشاهدة البرامج الترفيهية و البرامج الدينية المباريات والبرامج الرياضية لم يكن هناك فروق حيث كانت قيم كا2 غير دالة عند مستوى 0.05.

وهذا يؤكد دور البرامج الحوارية لما حظيت به من تقدم كبير في الأونة الأخيرة في سبيل سرعة تقديم الأحداث وإبداء الرأي فيها حيث تسعى للوصول إلى جميع مستويات المشاهدين، وتأخذ أشكال الإنتاج التلفزيوني المختلفة فقد تكون في شكل برنامج حوارى أو Talk Show أو حديث مباشر، بهدف كشف الحقائق واعطاء المعلومات حول القضايا والأحداث المختلفة في مصر التي تهم أكبر شريحة من المشاهدين.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة جيلان محمود (73) ، حيث احتلت برامج الرأي والحوارية المرتبة الأولى لدى عينة الدراسة، وتختلف مع كلاً دراسة أمال الغزاوي ودينا عرابي (74) حيث جاءت "معرفة آخر الأخبار في مصر والعالم" جاءت في مقدمة تفضيل الباحثين للأشكال البرمجية ثم " البرامج الحوارية" في المرتبة الثانية، ودراسة وليد بركات (75) حيث جاءت البرامج الحوارية في الترتيب الثالث.

دور البرامج الحوارية المقدمة بالقنوات الفضائية المصرية في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور المصري نحو القضايا المصرية ما بعد ثورة 25 يناير

5- أسباب مشاهدة البرامج الحوارية :

جدول (6)

يوضح أسباب مشاهدة البرامج الحوارية

مستوى معنوية د ح 1	كا	الترتيب	الإجمالي ن=400		أسباب مشاهدة البرامج الحوارية
			ك	%	
0.001	372.490	1	393	98.3	تقدم معلومات صادقة ودقيقة عن كل ما يحدث في مصر
0.001	169.00	2	330	82.5	الثقة في المعلومات المقدمة من خلالها
0.01	7.290	4	227	56.8	مقدم البرنامج لديه مصداقية عالية لدى الجمهور .
0.617 غير دالة	0.250	5	195	48.8	عمق المعالجة والتحليل للمعلومات الخاصة بقضايا مصر الحالية
0.194 غير دالة	1.690	6	187	46.8	تظهر لي الحقائق التي تخفيها البرامج الحوارية بالقنوات الحكومية
0.001	13.690	3	237	59.3	تستضيف شخصيات سياسية هامة لا يتم استضافتها في التلفزيون الحكومي
0.001	15.210	10	161	40.3	تساعدني على تقييم أداء الحكومة نحو القضايا المختلفة
0.057 غير دالة	3.610	9	181	45.3	تعرض الآراء المؤيدة والمعارضة للقضايا بطريقة محايدة
0.072 غير دالة	3.240	8	182	45.5	تعرض القضايا التي تهم الناس من وجهات النظر المختلفة
0.230 غير دالة	1.440	7	188	47	تنتقد الحكومة وتبرز سلبياتها.

يتضح من الجدول السابق أن نسبة 98.3% من أفراد العينة يشاهدوا البرامج الحوارية لتقدم معلومات صادقة ودقيقة عن كل ما يحدث في مصر، ونسبة 82.5% منهم يشاهدونها بسبب الثقة في المعلومات المقدمة من خلالها، ونسبة 59.3% منهم يشاهدونها بسبب أنها تستضيف شخصيات سياسية هامة لا يتم استضافتها في التلفزيون الحكومي، ونسبة 56.8% منهم يشاهدونها بسبب أن مقدم البرنامج لديه مصداقية عالية لدى الجمهور، ونسبة 50.3% منهم يشاهدونها بسبب عمق المعالجة والتحليل للمعلومات الخاصة بقضايا مصر الحالية.

ويتضح وجود فروق في أسباب مشاهدتك لهذه البرامج الحوارية، حيث كانت قيمة كا دالة عند مستوى 0.001، فيما عدا عمق المعالجة والتحليل للمعلومات الخاصة بقضايا مصر الحالية و تعرض الآراء المؤيدة والمعارضة للقضايا بطريقة

دور البرامج الحوارية المقدمة بالقنوات الفضائية المصرية في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور المصري نحو القضايا المصرية ما بعد ثورة 25 يناير

محايدة وتعرض القضايا التي تهم الناس من وجهات النظر المختلفة للقضية تنتقد الحكومة وتبرز سلبياتها لم يكن هناك فروق حيث كانت قيم كا2 غير دالة عند مستوى 0.05.

وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة أميرة سمير (76) حيث أكدت أن غالبية الباحثين يعتمدون على البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية الخاصة بوصفها المصدر الأساسي للحصول على الأخبار والمعلومات الخاصة بقضايا مصر.

6- مدى متابعة البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية:

جدول (7)

يوضح مدى متابعة البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية

رقم	البرنامج	المتوسط المرجح	لا		أحيانا		دائما		مدى المتابعة
			%	ك	%	ك	%	ك	
1	أحيانا	1.77	35.3	141	52.5	210	12.3	49	الحياة اليوم (البنى عمل - شريف)
3	أحيانا	1.70	41.3	165	47.8	191	11	44	هنا العاصمة (لميس الحديدي)
2	أحيانا	1.75	37	148	50.8	203	12.3	49	العاشرة مساء (وائل الابراشي)
11	لا	1.38	67.3	269	27.8	111	5	20	ممكن (خيري رمضان)
5	أحيانا	1.62	49.5	198	38.8	155	11.8	47	آخر النهار (محمود سعد - خالد صلاح)
13	لا	1.36	67.5	270	28.5	114	4	16	بهدهو (عماد الدين أديب)
7	لا	1.50	57	228	36	144	7	28	جملة مفيدة (منى الشاذلي)
14	لا	1.34	69.8	279	25	100	5.3	21	صدى البلاد (عزة مصطفى)
12	لا	1.37	67.8	271	27.3	109	5	20	ساعة مصرية (تامر أمين)
10	لا	1.41	61.5	246	36.3	145	2.3	9	مصر النهاردة (معتز الدمرداش)
9	لا	1.44	63	252	30.3	121	6.8	27	آخر كلام (يسري فوده)
6	لا	1.55	51.3	205	42.5	170	6.3	25	مصر اليوم (توفيق عكاشة)
8	لا	1.47	62	248	28.8	115	9.3	37	ستوديو 25
4	أحيانا	1.67	48.5	194	36	144	15.5	62	90 دقيقة (عمرو الليثي - ريهام السهلي)
15	لا	1.30	71	284	27.5	110	1.5	6	من القاهرة (حافظ الميرازي)

دور البرامج الحوارية المقدمة بالقنوات الفضائية المصرية في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور المصري نحو القضايا المصرية ما بعد ثورة 25 يناير

يتضح من الجدول السابق أن أفراد العينة يشاهدوا البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية الحياة اليوم (لبنى عسل- شريف) و العاشرة مساء (وائل الابراشي) هنا العاصمة (لميس الحديدي) و90 دقيقة (عمرو الليثي - ريهام السهلي) و آخر النهار (محمود سعد - خالد صلاح) أحياناً.

وهذا يؤكد أن هذه البرامج استطاعت ان تخلق مجالاً عاماً يتفاعل فيه الجمهور المصري مع الأحداث والقضايا المصرية لثورة 25 يناير وما بعدها، والتي تميزت به القنوات الفضائية المصرية الخاصة والذي لم يكن موجوداً من قبل ، حيث استطاعت هذه النوعية من البرامج أن تجذب اليها المشاهدين بحثاً عن إعلام مغاير عن الإعلام الحكومي أملاً في أن يكون هناك تناول ومعالجات جديدة لهذه القضايا والأحداث الراهنة.

كما يتضح من الجدول السابق أيضاً أن البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية الأكثر مشاهدة جاءت كالتالي: برنامج الحياة اليوم (لبنى عسل- شريف) في الترتيب الأول بمتوسط 1.77، ثم العاشرة مساء (وائل الابراشي) في الترتيب الثاني بمتوسط 1.75، تلاها هنا العاصمة (لميس الحديدي) في الترتيب الثالث بمتوسط 1.70، ثم 90 دقيقة (عمرو الليثي - ريهام السهلي) في الترتيب الرابع بمتوسط 1.67، تلاها آخر النهار (محمود سعد - خالد صلاح) في الترتيب الخامس بمتوسط 1.62

في حين جاءت البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية الأقل مشاهدة كالتالي: من القاهرة (حافظ الميرازي) في الترتيب الأول بمتوسط 1.30 ، ثم صدى البلد (عزة مصطفى) في الترتيب الثاني بمتوسط 1.34، تلاها بهدوء (عماد الدين أديب) في الترتيب الثالث بمتوسط 1.36، ثم ساعة مصرية (تامر أمين) في الترتيب الرابع بمتوسط 1.37، ثم برنامج ممكن (خيرى رمضان) في الترتيب الخامس بمتوسط 1.38.

دور البرامج الحوارية المقدمة بالقنوات الفضائية المصرية في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور المصري نحو القضايا المصرية ما بعد ثورة 25 يناير

7- البرنامج الذي يتناسب مع آراء المبحوثين من خلال هذه العبارات:

جدول (8)

يوضح البرنامج الذي يتناسب مع آراء المبحوثين من خلال هذه العبارات

الترتيب	النسبة الأكبر	عدد البحوث	النسبة الأكبر	عدد البحوث	النسبة الأكبر	عدد البحوث	النسبة الأكبر	عدد البحوث	النسبة الأكبر	عدد البحوث	النسبة الأكبر	البرنامج	العبارة
مصر اليوم	18.5	156	25	74	38	18	11	14	61	3	ك	دائما ينتقد الحكومة من أجل كسب شعبية ومصداقية لدى الجمهور.	
		39	6.3	18.5	9.5	4.5	2.8	3.5	15.3	0.8	%		
مصر اليوم	14.5	176	15	58	49	32	15	7	43	5	ك	تجاهل رأى الحكومة بينما يهتم بعرض الرأي المعارض للحكومة باستمرار.	
		44	3.8	14.5	12.3	8	3.8	1.8	10.8	1.3	%		
مصر اليوم	30.5	22	13	122	21	48	15	44	45	70	ك	محاولة كشف قضايا لملفات سياسية غامضة.	
		5.5	3.3	30.5	5.3	12	3.8	11	11.3	17.5	%		
90 دقيقة	19.3	29	16	70	25	77	35	45	41	62	ك	يعبر عن رأي الجمهور البسيط ويسع لتحقيق المصالحة	
		7.3	4	17.5	6.3	19.3	8.8	11.3	10.3	15.5	%		
90 دقيقة	21.3	8	27	50	22	85	50	42	48	68	ك	عرض الحقائق والآراء بموضوعية وحيادية دون تحيز لطرف ضد آخر.	
		2	6.8	12.5	5.5	21.3	12.5	10.5	12	17	%		
90 دقيقة	26	0	20	40	38	104	49	27	45	77	ك	الاهتمام بالجوانب الإنسانية في معالجة القضايا لجذب ثقة الجمهور.	
		0	5	10	9.5	26	12.3	6.8	11.3	19.3	%		
مصر اليوم	34.3	12	10	137	15	30	26	19	77	74	ك	يقدم معلومات وحقائق يصعب الوصول لها.	
		3	2.5	34.3	3.8	7.5	6.5	4.8	19.3	18.5	%		
مصر اليوم	21.8	130	22	87	49	26	24	3	21	38	ك	يسعى وراء الإثارة وتضخيم القضايا ولا يقدمها في حجمها الطبيعي	
		32.5	5.5	21.8	12.3	6.5	6	0.8	5.3	9.5	%		
مصر اليوم	11.3	182	25	45	16	14	27	16	37	38	ك	يقدم الصور السلبية عن مصر والمصريين.	
		45.5	6.3	11.3	4	3.5	6.8	4	9.3	9.5	%		
العاشرة مساء	24.8	34	20	56	43	31	21	38	99	58	ك	محاولة عرض مسئولية الأطراف المعنيين المتسببين في القضايا المطروحة.	
		8.5	5	14	10.8	7.8	5.3	9.5	24.8	14.5	%		
مصر اليوم	13.3	161	31	53	37	31	10	12	39	26	ك	يعرض الصور السلبية عن الحكومة دون الاهتمام بعرض أي إيجابيات لها.	
		40.3	7.8	13.3	9.3	7.8	2.5	3	9.8	6.5	%		
مصر اليوم	16	175	20	64	48	23	4	18	20	28	ك	يظهر الأحزاب التيارات الإسلامية بشكل سلبي.	
		43.8	5	16	12	5.8	1	4.5	5	7	%		

دور البرامج الحوارية المقدمة بالقنوات الفضائية المصرية في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور المصري نحو القضايا المصرية ما بعد ثورة 25 يناير

يتضح من الجدول السابق :

- 1- أن البرنامج الذي دائما ينتقد الحكومة من اجل كسب شعبية ومصداقية لدى الجمهور برنامج مصر اليوم وبرنامج العاشرة مساء وبرنامج هنا العاصمة.
- 2- أن البرنامج الذي جاهل رأى الحكومة بينما يهتم بعرض الرأى المعارض للحكومة باستمرار برنامج مصر اليوم وبرنامج هنا العاصمة وبرنامج العاشرة مساء.
- 3- أن البرنامج الذي محاولة كشف قضايا لملفات سياسية غامضة. برنامج مصر اليوم وبرنامج استوديو 25 وبرنامج العاشرة مساء
- 4- البرنامج الذي يعبر عن رأى الجمهور البسيط ويسعى لتحقيق المصالحة برنامج 90دقيقة وبرنامج مصر اليوم وبرنامج استوديو 25.
- 5- البرنامج الذي عرض الحقائق والآراء بموضوعية وحيادية دون تحيز لطرف ضد آخر برنامج 90دقيقة وبرنامج استوديو 25 وبرنامج مصر اليوم.
- 6- أن البرنامج الذي الاهتمام بالجوانب الإنسانية في معالجة القضايا لجذب ثقة الجمهور برنامج 90دقيقة وبرنامج استوديو 25 و برنامج الحياة اليوم
- 7- أن البرنامج الذي دائما يقدم معلومات وحقائق يصعب الوصول لها برنامج مصر اليوم وبرنامج العاشرة مساء وبرنامج استوديو 25.
- 8- أن البرنامج الذي يسعى وراء الإثارة وتضخيم القضايا ولا يقدمها في حجمها الطبيعي برنامج مصر اليوم وبرنامج هنا العاصمة وبرنامج استوديو 25.
- 9- أن البرنامج الذي يقدم الصور السلبية عن مصر والمصريين برنامج مصر اليوم وبرنامج استوديو 25 وبرنامج العاشرة مساء
- 10- أن البرنامج الذي دائما محاولة عرض مسئولية الأطراف المعنيين المتسببين في القضايا المطروحة برنامج العاشرة مساء وبرنامج استوديو 25 وبرنامج مصر اليوم.
- 11- أن البرنامج الذي يعرض الصور السلبية عن الحكومة دون الاهتمام بعرض أي إيجابيات لها برنامج مصر اليوم وبرنامج العاشرة مساء وبرنامج هنا العاصمة.

دور البرامج الحوارية المقدمة بالقنوات الفضائية المصرية في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور المصري نحو القضايا المصرية ما بعد ثورة 25 يناير

12- أن البرنامج الذي يقدم يظهر الأحزاب التيارات الإسلامية بشكل سلبي برنامج مصر اليوم وبرنامج هنا العاصمة وبرنامج استوديو 25 .

وتؤكد النتيجة السابقة ان البرامج الحوارية استطاعت ان تخلق مجالا عاما أحدث للجمهور المصري عينة الدراسة مستوي معرفي بالأحداث والقضايا في مصر مابعد ثورة 26 يناير، وساهمت في صناعة هذا المجال طبيعة الحدث- وهو الثورة المصرية - وامتداد تأثيرها ، والتداعيات المتلاحقة التي أعقبت مابعد الثورة المصرية في 25 يناير ، ولازالت مستمرة حتى الآن، والذي انقسمت فيه هذه البرامج الي نوعين مختلفين في الرأي والمعالجة لهذه القضايا وفقا لطبيعة وتوجهات كل قناة ودرجة انتمائها للقوى السياسية المختلفة .

8- مدى الحرص علي متابعة القضايا المصرية الحالية المقدمة بالبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصري:

جدول (9)

يوضح مدى الحرص علي متابعة القضايا المصرية الحالية المقدمة بالبرامج الحوارية بالفضائيات المصرية

مستوى معنوية د ح 2	كا 2	الإجمالي		مدى الحرص علي متابعة القضايا المصرية الحالية المقدمة بالبرامج الحوارية
		%	ك	
0.001	51.395	45.3	181	دائما
		37.7	151	أحيانا
		17	68	نادرا
		100	400	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق أن نسبة 45.3% من أفراد العينة يحرصوا علي متابعة القضايا المصرية الحالية المقدمة بالبرامج الحوارية دائما، ونسبة 37.7% منهم يحرصون على متابعتها أحيانا.

كما يتضح أيضا وجود فروق في مدى الحرص علي متابعة القضايا المصرية الحالية المقدمة بالبرامج الحوارية، حيث كانت قيمة كا2 دالة عند مستوى 0.001، مما يعني ارتفاع عدد أفراد العينة الذين يحرصوا علي متابعة القضايا المصرية الحالية المقدمة بالبرامج الحوارية.

دور البرامج الحوارية المقدمة بالقنوات الفضائية المصرية في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور المصري نحو القضايا المصرية ما بعد ثورة 25 يناير

9- القضايا التي يحرص علي متابعتها المبحوثين من هذه البرامج :

جدول (10)

القضايا التي يحرص علي متابعتها المبحوثين من هذه البرامج

الترتيب	القضايا	درجة الحرص	دائما		أحيانا		نادرا		المتوسط المرجح	أحيانا
			%	ك	%	ك	%	ك		
6	أزمة أنبوبة البوتاجاز	124	31	173	43.3	103	25.8	2.05	أحيانا	
5	أزمة رغيف العيش	138	34.5	148	37	114	28.5	2.06	أحيانا	
8	أزمة البنزين والسيارات	116	29	176	44	108	27	2.02	أحيانا	
4	الصراع علي السلطة بين الأحزاب السياسية والإسلامية	153	38.3	137	34.3	110	27.5	2.11	أحيانا	
12	أزمة قانون السلطة القضائية	78	19.5	142	35.5	180	45	1.75	أحيانا	
11	حل مجلس الشعب	87	21.8	142	35.5	171	42.7	1.79	أحيانا	
7	الاعتصامات والإضرابات	125	31.3	166	41.5	109	27.2	2.04	أحيانا	
2	أزمة ارتفاع الأسعار	178	44.5	134	33.5	88	22	2.22	أحيانا	
2	البطحة والانفلات الأمني	173	43.3	144	36	83	20.7	2.22	أحيانا	
10	أحداث بورسعيد	101	25.3	172	43	127	31.7	1.94	أحيانا	
1	قتل المتظاهرين	211	52.7	114	28.5	75	18.8	2.34	دائما	
9	محاكمة رموز النظام السابق	123	30.8	148	37	129	32.2	1.99	أحيانا	
3	الفتنة الطائفية	160	40	142	35.5	98	24.5	2.16	أحيانا	

يتضح من بيانات الجدول السابق أن أكثر القضايا التي يحرص أفراد العينة علي متابعتها في هذه البرامج جاءت علي النحو التالي: قضية قتل المتظاهرين في الترتيب الأول بمتوسط 2.34 ، قضية أزمة ارتفاع الأسعار والبطحة والانفلات الأمني في الترتيب الثاني بمتوسط 2.22، تلاها قضية الفتنة الطائفية في الترتيب الثالث بمتوسط 2.16، ثم قضية الصراع علي السلطة بين الأحزاب السياسية والإسلامية في الترتيب الرابع بمتوسط 2.11، تلاها قضية أزمة رغيف العيش في الترتيب الخامس بمتوسط 2.06.

وتشير هذه النتيجة السابقة بأن المسؤولية الاجتماعية للقنوات الفضائية المصرية والتي تقدم هذه البرامج الحوارية في تناولها للقضايا والأحداث الجارية والتركيز علي الدور المجتمعي لها، حيث جاءت " قضية قتل المتظاهرين " في صدارة هذه القضايا، لأن قتل المتظاهرين وأغلبهم من زهرة الشباب المصري ، وهم عماد التغيير الذي علي أيديهم قامت هذه الثورة ، كما جاءت قضيتي أزمة ارتفاع الأسعار والبطحة والانفلات الأمني في الترتيب الثاني لأن استمرار أزمة ارتفاع الأسعار يعود بالخسارة علي الاقتصاد الوطني يوميا، وكذلك تعكس قضية البطحة

دور البرامج الحوارية المقدمة بالقنوات الفضائية المصرية في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور المصري نحو القضايا المصرية ما بعد ثورة 25 يناير

والانفلات الأمني عدم الراحة لأفراد المجتمع المصري، لأنهم لا يأمنون علي أفراد أسرهم داخل مجتمع غير أمن.

10-مدى تأثر المبحوثين بالقضايا التي يتم متابعتها في البرامج الحوارية:

جدول (11)

يوضح مدى تأثر المبحوثين بالقضايا التي يتم متابعتها في البرامج الحوارية

الرقم	القضية	درجة التأثير	تأثرت كثير جداً		تأثرت كثير		تأثرت إلي حد ما		لم تتأثر علي الإطلاق		المتوسط المرجح
			%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
6	1- أزمة أنبوية البوتاجاز	103	25.8	121	30.3	105	26.3	71	17.8	2.64	تأثرت كثير
8	2- أزمة رغيف العيش	82	20.5	134	33.5	110	27.5	74	18.5	2.56	تأثرت كثير
11	3- أزمة البنزين والسولار	*69	17.3	112	28	135	33.8	84	21	2.41	تأثرت إلي حد ما
5	4- الصراع علي السلطة بين الأحزاب السياسية والإسلامية	97	24.3	133	33.3	106	26.5	64	16	2.66	تأثرت كثير
13	5- أزمة قانون السلطة القضائية	65	16.3	49	12.3	134	33.5	152	38	2.07	تأثرت إلي حد ما
12	6- حل مجلس الشعب	62	15.5	67	16.8	139	34.8	132	33	2.14	تأثرت إلي حد ما
9	7- الاعتصامات والإضرابات	73	18.3	136	34	110	27.5	81	20.3	2.50	تأثرت إلي حد ما
3	8- أزمة ارتفاع الأسعار	160	40	96	24	104	26	40	10	2.94	تأثرت كثير
2	9- البلطجة والانفلات الأمني	149	37.3	148	37	83	20.8	20	5	3.06	تأثرت كثير
7	10- أحداث بورسعيد	71	17.8	153	38.3	129	32.3	47	11.8	2.62	تأثرت كثير
1	11- قتل المتظاهرين	211	52.8	125	3.3	45	11.3	19	4.8	3.32	تأثرت كثير جداً
10	12- محاكمة رموز النظام السابق	86	21.5	76	19	134	33.5	104	26	2.36	تأثرت إلي حد ما
4	13- الفتنة الطائفية	133	33.3	125	31.3	51	12.8	91	22.8	2.75	تأثرت كثير

دور البرامج الحوارية المقدمة بالقنوات الفضائية المصرية في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور المصري نحو القضايا المصرية ما بعد ثورة 25 يناير

يتضح من الجدول السابق أن أفراد العينة تأثروا كثيرا جدا بقتل المتظاهرين بمتوسط 3.32، وتأثروا كثيرا بكل من البلطجة والانفلات الأمني بمتوسط 3.06، أزمة ارتفاع الأسعار بمتوسط 2.94، و الفتنة الطائفية بمتوسط 2.75، و الصراع علي السلطة بين الأحزاب السياسية والإسلامية بمتوسط 2.66، وأزمة أنبوبة البوتاجاز بمتوسط 2.64، وأحداث بورسعيد بمتوسط 2.62 وأزمة رغيف العيش بمتوسط 2.56، وتأثروا إلى حد ما بكل من الاعتصامات والإضرابات بمتوسط 2.50، محاكمة رموز النظام السابق بمتوسط 2.36، و أزمة البنزين والسولار بمتوسط 2.41، و حل مجلس الشعب بمتوسط 2.14، و أزمة قانون السلطة القضائية بمتوسط 2.07.

وهذا يشير الي أنه مع تفاقم أحداث الثورة اعتمدت العديد من القنوات التلفزيونية على البرامج الحوارية حيث استحوذت تلك البرامج على هذه القضايا المثارة ، وأصبحت مشاهدة البرامج الحوارية جزءاً أساسياً من طقوس الحياة اليومية لكثير من المشاهدين كنوع من التفاعل مع مجريات الأمور ، فبت البرامج على الهواء مباشرة ، ومناقشتها للقضايا الحياتية اليومية المهمة للمواطن يجعل تأثيرها قوياً على جمهور المتلقين .

دور البرامج الحوارية المقدمة بالقنوات الفضائية المصرية في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور المصري نحو القضايا المصرية ما بعد ثورة 25 يناير

11- مستوى معرفة المبحوثين بالقضايا من خلال متابعة البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية:

جدول (12)

يوضح مستوى معرفة المبحوثين بهذه القضايا من خلال متابعة البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية

رقم القضية	مستوى المعرفة (***)	نعم		لا		متوسط	نعم
		ك	%	ك	%		
1- السبب الحقيقي في أزمة أنبوبية البوتاجاز استغلال التجار وطعمهم	280	70	30	120	30	1.70	نعم
2- وزير التموين باسم عوده ساهم في حل أزمة رغيف العيش	236	59	41	164	41	1.59	نعم
3- أزمة البنزين والسولار ترجع الي قيام حكومة هشام قنديل بإرسالها الي أهالي غزه	235	58.8	41.2	165	41.2	1.59	نعم
4- الصراع علي السلطة من أجل الوصول للحكم بين الأحزاب السياسية والاسلامية لم يفسد العلاقة بينهما	215	53.7	46.3	185	46.3	1.46	لا
5- هل هناك ما يسمى بأزمة قانون السلطة القضائية	196	49	51	204	51	1.49	لا
6- محكمة القاهرة أصدرت قراراً بحل مجلس الشعب	237	59.3	40.7	163	40.7	1.59	نعم
7- كثرة الاعتصامات والاضرابات كان سببها تعدد المطالب القنوية للمواطنين	256	64	36	144	36	1.64	نعم
8- ارتفاع سعر الدولار ونقص الاحتياطي للدولة أدى الي ارتفاع الأسعار	218	54.5	45.5	182	45.5	1.55	نعم
9- فلول النظام القديم لمبارك ساهموا في زيادة البطوجة والانفلات الامني	238	59.5	40.5	162	40.5	1.59	نعم
10- ألتراس الأهلي هو المتسبب الحقيقي في أحداث بورسعيد وقتل الجماهير	164	41	59	236	59	1.59	نعم
11- ساهم في قتل المتظاهرين كلاً من الداخلية وجماعة الإخوان المسلمين	261	65.3	34.8	139	34.8	1.65	نعم
12- فساد القضاء أدى الي براءة المتهمين في محاكمة رموز النظام السابق	262	65.5	34.5	138	34.5	1.66	نعم
13- تظاهرات حركة 6 ابريل ساهمت في وجود الفتنة الطائفية	156	39	61	244	61	1.61	نعم

(***) قام الباحث ووضع مجموعة من العبارات الايجابية والسلبية لقياس مستوى معرفة المبحوثين بالقضايا التي تعرض بالبرامج الحوارية

دور البرامج الحوارية المقدمة بالقنوات الفضائية المصرية في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور المصري نحو القضايا المصرية ما بعد ثورة 25 يناير

يتضح من الجدول السابق أن أفراد العينة كان مستوى معرفتهم بهذه القضايا من خلال متابعتك للبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية : السبب الحقيقي في أزمة أنبوبية البوتاجاز استغلال التجار وطمعهم بمتوسط 1.70, و فساد القضاء أدى الي براءة المتهمين في محاكمة رموز النظام السابق بمتوسط 1.66, ساهم في قتل المتظاهرين كلاً من الداخلية وجماعة الإخوان المسلمين بمتوسط 1.65, و كثرة الاعتصامات والإضرابات كان سببها تعدد المطالب الفئوية للمواطنين بمتوسط 1.64, و تظاهرات حركة 6 ابريل ساهمت في وجود الفتنة الطائفية بمتوسط 1.61.

ويرجع ذلك الي أن البرامج الحوارية تقوم بكشف الحقائق واعطاء المعلومات للأحداث والقضايا المثارة، وتفسر وتعلق عليها بشكل متميز دون غيرها من الأشكال البرمجية المختلفة، بمايساعد الجمهور علي التنبؤ بتطورات الأحداث القادمة لهذه القضايا، ويؤدي ذلك الي تبادل الآراء والأفكار ومناقشتها فيما بينهم، وبالتالي فإن المبحوثين الذين تعرض لهذه البرامج أكثر معرفهم من غيرهم.

12- درجة معرفة المبحوثين بالقضايا بصفة من خلال متابعة البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية:

جدول (13)

يوضح درجة معرفة المبحوثين بالقضايا بصفة من خلال متابعة البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية

مستوى مغنوية د ح 2	كا 2	الإجمالي		درجة المعرفة
		%	ك	
0.001	209.06	27	108	معرفة مرتفعة
		65.5	262	معرفة متوسطة
		7.5	30	معرفة منخفضة
		100	400	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق وجود فروق في مستوى معرفة القضايا المصرية الحالية المقدمة بالبرامج الحوارية, حيث كانت قيمة كا2 دالة عند مستوى 0.001, مما يعني ارتفاع عدد أفراد العينة ذوي مستوى المعرفة المتوسطة للقضايا المصرية الحالية المقدمة بالبرامج الحوارية.

دور البرامج الحوارية المقدمة بالقنوات الفضائية المصرية في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور المصري نحو القضايا المصرية ما بعد ثورة 25 يناير

13- اتجاهات المبحوثين نحو متابعة البرامج الحوارية لقضايا مصر الحالية:

جدول (14)

يوضح اتجاهات المبحوثين نحو متابعة البرامج الحوارية لقضايا مصر الحالية

الترتيب	الاتجاه	المتوسط المرجح	معارض		محايد		موافق		درجة الاتجاه (***)	العبارة
			%	ك	%	ك	%	ك		
12	محايد	1.99	37.5	150	26.5	106	36	144	تكرار الموضوعات بالبرامج الحوارية تشعرني بالملل لأنها تقدم نفس المعلومات.	
7	محايد	2.16	21.3	85	42	164	36.7	147	عندما أتابع الأحداث بالبرامج الحوارية أشعر بالخوف وعدم الاستقرار على مستقبل مصر	
5	محايد	2.25	20.7	83	33.3	133	46	184	بعد الأحداث الأخيرة لثورة 25 يناير أشعر بالفخر وحرية الرأي والتعبير عندما أشاهد البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية.	
10	محايد	2.08	30.8	123	30.8	123	38.5	154	البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية تغنيني عن متابعة أحداث مصر بالقنوات الفضائية الأخرى.	
9	محايد	2.09	27	108	37.3	149	35.8	143	البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية تعالج الأحداث الخاصة بمصر بموضوعية وحيادية تامة.	
6	محايد	2.24	18.8	75	38.5	154	42.8	171	مشاهدتي للبرامج الحوارية بالقنوات المصرية أعطتني انطباعاً بأن كل الأحزاب والتيارات الإسلامية والسياسية تتصارع طعماً في السلطة	
4	موافق	2.38	13.7	55	34.3	137	52	208	الأداء المتميز لمقدمي البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية يجذبني لمتابعتها.	
13	محايد	1.98	30.8	123	40.5	162	28.7	115	مشاهدتي للبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية تعطيني احساساً بأن المجتمع المصري لا يمكن إصلاحه.	
8	محايد	2.17	20.2	81	42.3	169	37.5	150	من خلال مشاهدتي للبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية أعرف علي الشخصيات الأكثر حرصاً وخوفاً علي مستقبل مصر.	

(****) قام الباحث بوضع مقياس ليكرت لقياس اتجاهات المبحوثين لمتابعة البرامج

الحوارية، وتم تصميم وصياغة مجموعة من العبارات الإيجابية والسلبية.

دور البرامج الحوارية المقدمة بالقنوات الفضائية المصرية في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور المصري نحو القضايا المصرية ما بعد ثورة 25 يناير

3	موافق	2.48	13	52	26.3	105	60.8	243	البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية تراقب الأداء الحكومي لحظة بلحظة.
11	محايد	2.01	31	124	37	148	32	128	البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية تعطي انطباعا سلبيا عن أداء الحكومة والنظام الحاكم.
12	محايد	1.99	31.7	127	37	148	31.3	125	أشعر بالإحباط والتوتر عندما أشاهد البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية لأنها تعرض المشاكل والسلبيات لمصر ، ولا تقدم الحلول ولا الصور الايجابية.
1	موافق	2.55	9.7	39	26	104	64.3	257	مشاهدتي للبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية تكسبني معارف ومعلومات جديدة عن قضايا مصر الحالية.
9	محايد	2.09	30	120	30.8	123	39.3	157	البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية تعطي للمعارضين فرصة مشاركة أكبر من المؤيدين للحكومة.
14	محايد	1.97	36.3	145	30	120	33.7	135	البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية تقدم صورة سلبية عن كل المسؤولين الذين تولوا حكم مصر وأن الفساد منتشر في كل قطاعات الدولة.
2	موافق	2.51	15	60	19.3	77	65.8	263	البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية تشرح وتفسر وتعلق على الأحداث بشكل متميز

يتضح من الجدول السابق أن اتجاهات المبحوثين ايجابية نحو متابعة البرامج الحوارية لقضايا مصر الحالية جاءت كالتالي: مشاهدتي للبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية تكسبني معارف ومعلومات جديدة عن قضايا مصر الحالية في الترتيب الأول بمتوسط 2.55 ، ثم البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية تشرح وتفسر وتعلق على الأحداث بشكل متميز في الترتيب الثاني بمتوسط 2.51، تلاها البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية تراقب الأداء الحكومي لحظة بلحظة. في الترتيب الثالث بمتوسط 2.48، ثم الأداء المتميز لمقدمي البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية يجذبني لمتابعتها في الترتيب الرابع بمتوسط 2.38.

ويمكن تفسير ذلك بأن الحوار عبر البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية في تناولها لقضايا والأحداث الحالية تستضيف المحللين من الخبراء المختصين لتلك القضايا والأحداث، الأمر الذي يؤدي الي طرح رؤى ووجهات نظر

دور البرامج الحوارية المقدمة بالقنوات الفضائية المصرية في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور المصري نحو القضايا المصرية ما بعد ثورة 25 يناير

مختلفة تساهم في اكتساب المعارف والمعلومات بشأن الأحداث الجارية، مما يؤكد علي أهمية الدور الأخلاقي والمسؤولية الاجتماعية للبرامج الحوارية في تناولها لتلك الأحداث وأهمية المرحلة التي تمر بها البلاد.

14- اتجاهات المبحوثين بصفة عام نحو متابعة البرامج الحوارية لقضايا مصر الحالية:

جدول (15)

يوضح اتجاهات المبحوثين بصفة عام نحو متابعة البرامج الحوارية لقضايا مصر الحالية

مستوى معنوية د ح 2	كا 429.125	الإجمالي		اتجاهات المبحوثين نحو متابعة البرامج الحوارية لقضايا مصر الحالية
		%	ك	
0.001	429.125	17.5	70	موافق
		81.3	325	محايد
		1.2	5	معارض
		100	400	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق وجود فروق في اتجاهات المبحوثين نحو متابعة البرامج الحوارية لقضايا مصر الحالية، حيث كانت قيمة كا2 دالة عند مستوى 0.001، مما يعني ارتفاع عدد أفراد العينة الذين كانت اتجاهاتهم محايدة نحو متابعة البرامج الحوارية لقضايا مصر الحالية.

دور البرامج الحوارية المقدمة بالقنوات الفضائية المصرية في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور المصري نحو القضايا المصرية ما بعد ثورة 25 يناير

15- درجة ثقة المبحوثين في صدق البرامج الحوارية المقدمة بهذه القنوات الفضائية:

جدول (16)

يوضح درجة ثقة المبحوثين في صدق البرامج الحوارية المقدمة بهذه القنوات الفضائية

الترتيب	اسم البرنامج	المتوسط المرجح	لا أتق		أتق بدرجة قليلة		أتق بدرجة متوسطة		أتق بدرجة كبيرة	
			%	ك	%	ك	%	ك	%	ك
1	1- الحياة اليوم	3.05	9.2	37	13.8	55	39.5	158	37.5	150
4	2- هنا العاصمة	2.89	8	32	24	96	39.5	158	28.5	114
2	3- العاشرة مساء	2.98	10.7	43	17	68	35.5	142	36.8	147
11	4- ممكن	2.62	14.5	58	25.5	102	44	176	16	64
10	5- آخر النهار	2.63	12.5	50	25.5	102	48.8	195	13.3	53
6	6- بهدوء	2.78	12.3	49	23	92	39	156	25.8	103
7	7- جملة مفيدة	2.71	12.8	51	29.8	119	31.3	125	26.3	105
9	8- صدق البلاد	2.66	16.5	66	25.5	102	33.3	133	24.8	99
12	9- ساعة مصرية	2.61	10.3	41	35.5	142	36.8	147	17.5	70
5	10- مصر النهاردة	2.85	16.5	66	18.5	74	28.3	113	36.8	147
14	11- آخر كلام	2.53	16.3	65	28.8	115	41	164	14	56
8	12- مصر اليوم	2.68	12	48	28.8	115	38.8	155	20.5	81
15	13- سنوديو 25	2.27	17.3	69	54.3	217	13.3	53	15.3	61
3	14- 90 دقيقة	2.90	11.8	47	19.5	78	35.5	142	33.3	133
13	15- من القاهرة	2.56	11.5	46	34.3	137	41	164	13.3	53

دور البرامج الحوارية المقدمة بالقنوات الفضائية المصرية في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور المصري نحو القضايا المصرية ما بعد ثورة 25 يناير

يتضح من الجدول السابق أن أفراد العينة يروا أن أكثر البرامج الحوارية من حيث درجة الثقة في صدقها هي: الحياة اليوم بمتوسط 3.05، و العاشرة مساء في مصر بمتوسط 2.98، 90 دقيقة بمتوسط 2.90، و هنا العاصمة بمتوسط 2.89، و مصر النها ردة بمتوسط 2.85.

كما يتضح أيضا من بيانات من الجدول السابق أن أفراد العينة يروا أن أقل البرامج الحوارية من حيث درجة الثقة في صدقها هي : ستوديو 25 بمتوسط 2.27، و آخر كلام بمتوسط 2.53، برنامج من القاهرة بمتوسط 2.56، و ساعة مصرية بمتوسط 2.61، و ممكن بمتوسط 2.62.

ويمكن تفسير ذلك بالتزام العديد من تلك القنوات الفضائية بالقواعد المهنية في الممارسة الاعلامية خاصة مع ظهور عشرات القنوات والبرامج الحوارية التي تقدم برامج ومواد دون المستوى، إضافة إلى عرضها للآراء المؤيدة والمعارضة لمختلف أطراف المجتمع، وتغطيتها للأحداث الجارية وقت حدوثها، مما أدى الي اكتساب درجة الثقة في صدق هذه البرامج لدى عينة الدراسة، وفي حين تقل درجة الثقة في بعضها الآخر نظراً لانتماء بعض هذه القنوات الفضائية لبعض التيارات والأحزاب السياسية، وكثافة المشاهدة المنخفضة، وضعف الأداء المهني لمقدمي هذه البرامج، مما أدى ذلك الي تخبط وتردي إعلامي من خلال ما تقدمه من مواد إخبارية وبرامج حوارية.

16- درجة رضا الباحثين للبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية في تناولها لقضايا مصر الحالية:

جدول (17)

يوضح درجة رضاك للبرامج الحوارية المقدمة في القنوات الفضائية المصرية في تناولها لقضايا مصر الحالية

مستوى معنوية د ح 2	كا 10.640	الإجمالي		درجة رضا للبرامج الحوارية المقدمة بالقنوات الفضائية المصرية لتناولها قضايا مصر الحالية
		%	ك	
0.01	10.640	39	156	راضي جدا
		35	140	راضي الي حد ما
		26	104	غير راضي
		100	400	الإجمالي

دور البرامج الحوارية المقدمة بالقنوات الفضائية المصرية في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور المصري نحو القضايا المصرية ما بعد ثورة 25 يناير

يتضح من الجدول السابق أن نسبة 39% من أفراد العينة راضيين عن البرامج الحوارية المقدمة في القنوات الفضائية المصرية في تناولها لقضايا مصر الحالية دائماً، ونسبة 35% منهم راضيين إلى حد ما، ونسبة 26% منهم غير راضيين، كما يتضح أيضاً وجود فروق في درجة رضاك للبرامج الحوارية المقدمة في القنوات الفضائية المصرية في تناولها لقضايا مصر الحالية، حيث كانت قيمة كا2 دالة عند مستوى 0.01، مما يعني ارتفاع عدد أفراد العينة الراضيين عن البرامج الحوارية المقدمة في القنوات الفضائية المصرية في تناولها لقضايا مصر الحالية.

ثانياً: نتائج الفروض:

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية دالة احصائياً بين كثافة تعرض المبحوثين للبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية ونوعية القضايا التي يتعرض لها المبحوثون.

جدول (18)

يوضح العلاقة بين كثافة تعرض المبحوثين للبرامج الحوارية ونوعية القضايا التي يتعرض لها المبحوثون

كثافة تعرض المبحوثين للبرامج الحوارية				المتغير
مستوى المعنوية	القوة	الاتجاه	معامل الارتباط	القضايا
0.01	متوسط	طردي	**0.554	1- أزمة أنبوية البوتاجاز
0.01	متوسط	طردي	**0.518	2- أزمة رغيف العيش
0.01	قوي	طردي	**0.600	3- أزمة البنزين والسيارات
0.01	متوسط	طردي	**0.532	4- الصراع علي السلطة بين الأحزاب السياسية والاسلامية
0.01	متوسط	طردي	**0.513	5- أزمة قانون السلطة القضائية
0.01	متوسط	طردي	**0.535	6- حل مجلس الشعب
0.01	متوسط	طردي	**0.540	7- الاعتصامات والاضرابات
0.01	قوي	طردي	**0.603	8- أزمة ارتفاع الأسعار
0.01	متوسط	طردي	**0.567	9- البلطجة والانفلات الامني
0.01	متوسط	طردي	**0.520	10- أحداث بورسعيد
0.01	قوي	طردي	**0.625	11- قتل المتظاهرين
0.01	متوسط	طردي	**0.495	12- محاكمة رموز النظام السابق
0.01	متوسط	طردي	**0.500	13- الفتنة الطائفية

** دالة عند ستوي معنوية 0.01

دور البرامج الحوارية المقدمة بالقنوات الفضائية المصرية في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور المصري نحو القضايا المصرية ما بعد ثورة 25 يناير

يتضح من الجدول السابق:

- وجود علاقة طردية متوسطة بين كثافة تعرض المبحوثين للبرامج الحوارية وأزمة أنبوية البوتاجاز, حيث كانت قيمة ($0.3 < r < 0.6$) وهي دالة عند مستوى 0.01.
- وجود علاقة طردية متوسطة بين كثافة تعرض المبحوثين للبرامج الحوارية وأزمة رغيف العيش, حيث كانت قيمة ($0.3 < r < 0.6$) وهي دالة عند مستوى 0.01.
- يتضح وجود علاقة طردية قوية بين كثافة تعرض المبحوثين للبرامج الحوارية وأزمة البنزين والسولار, حيث كانت قيمة ($r < 0.6$) وهي دالة عند مستوى 0.01.
- وجود علاقة طردية متوسطة بين كثافة تعرض المبحوثين للبرامج الحوارية والصراع علي السلطة بين الأحزاب السياسية والإسلامية, حيث كانت قيمة ($0.3 < r < 0.6$) وهي دالة عند مستوى 0.01.
- وجود علاقة طردية متوسطة بين كثافة تعرض المبحوثين للبرامج الحوارية وأزمة قانون السلطة القضائية, حيث كانت قيمة ($0.3 < r < 0.6$) وهي دالة عند مستوى 0.01.
- وجود علاقة طردية متوسطة بين كثافة تعرض المبحوثين للبرامج الحوارية وحل مجلس الشعب, حيث كانت قيمة ($0.3 < r < 0.6$) وهي دالة عند مستوى 0.01.
- وجود علاقة طردية متوسطة بين كثافة تعرض المبحوثين للبرامج الحوارية والاعتصامات والاضرابات, حيث كانت قيمة ($0.3 < r < 0.6$) وهي دالة عند مستوى 0.01.
- يتضح وجود علاقة طردية قوية بين كثافة تعرض المبحوثين للبرامج الحوارية وأزمة ارتفاع الأسعار, حيث كانت قيمة ($r < 0.6$) وهي دالة عند مستوى 0.01.
- وجود علاقة طردية متوسطة بين كثافة تعرض المبحوثين للبرامج الحوارية والبلطجة والانفلات الأمني, حيث كانت قيمة ($0.3 < r < 0.6$) وهي دالة عند مستوى 0.01.
- وجود علاقة طردية متوسطة بين كثافة تعرض المبحوثين للبرامج الحوارية وأحداث بورسعيد, حيث كانت قيمة ($0.3 < r < 0.6$) وهي دالة عند مستوى 0.01.

دور البرامج الحوارية المقدمة بالقنوات الفضائية المصرية في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور المصري نحو القضايا المصرية ما بعد ثورة 25 يناير

- يتضح وجود علاقة طردية قوية بين كثافة تعرض المبحوثين للبرامج الحوارية و قتل المتظاهرين, حيث كانت قيمة ($r < 0.6$) وهي دالة عند مستوى 0.01.
 - وجود علاقة طردية متوسطة بين كثافة تعرض المبحوثين للبرامج الحوارية ومحاكمة رموز النظام السابق, حيث كانت قيمة ($0.3 < r < 0.6$) وهي دالة عند مستوى 0.01.
 - وجود علاقة طردية متوسطة بين كثافة تعرض المبحوثين للبرامج الحوارية والفتنة الطائفية, حيث كانت قيمة ($0.3 < r < 0.6$) وهي دالة عند مستوى 0.01.
- وبذلك يتم قبول صحة الفرض بوجود علاقة طردية بين كثافة تعرض المبحوثين للبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية ونوعية القضايا التي يتعرض لها المبحوثون.
- الفرض الثاني: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين كثافة تعرض المبحوثين للبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية وفقاً للمتغيرات الديموجرافية (النوع, السن, التعليم, المستوى الاقتصادي الاجتماعي).
- 2(أ) - الفروق بين الذكور والإناث في كثافة تعرض المبحوثين للبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية:

جدول (19)

يوضح الفروق بين متوسطي درجات الذكور والإناث في كثافة تعرض المبحوثين للبرامج الحوارية

المتغير	النوع	ذكور (ن=200)		إناث (ن=200)		ت	مستوى المعنوية د.ح.398
		ع	م	ع	م		
كثافة تعرض المبحوثين للبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية		2.07	6.9	2.21	6.4	2.610	0.01

يتضح من الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات الذكور والإناث في كثافة تعرض المبحوثين للبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية لصالح الذكور, حيث كانت قيمة (ت) دالة عند مستوى 0.01.

دور البرامج الحوارية المقدمة بالقنوات الفضائية المصرية في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور المصري نحو القضايا المصرية ما بعد ثورة 25 يناير

2(ب)- الفروق بين الفئات العمرية في كثافة تعرض المبحوثين للبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية:

جدول (20)

يوضح الفروق في كثافة تعرض المبحوثين للبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية باختلاف الفئات العمرية

مستوى معنوية	ف	متوسط	د . ح	مجموع الدرجات	البيان	الفروق تبعا إلى
0.001	5.403	24.160	4	96.638	بين مجموعات	كثافة تعرض المبحوثين للبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية
		4.472	395	1766.402	داخل	
			399	1863.040	مجموع	

من خلال الجدول السابق يتبين : وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة باختلاف الفئات العمرية في كثافة تعرض المبحوثين للبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية, حيث كانت قيمة (ف) دالة عند مستوى 0.001 .

جدول (21)

يوضح الوصف الفئات العمرية في كثافة تعرض المبحوثين للبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية

من 50 سنة فأكثر	من 40 : 50 سنة	من 30 : 40 سنة	من 20 : 30 سنة	أقل من 20 سنة	انحراف معياري	متوسط حسابي	ن	الفئات العمرية	كثافة تعرض المبحوثين للبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية
*1.083-	0.5227	-	0.4322	*0.8296	1.70	6.3	60	أقل من 20 سنة	
0.2539-	*1.352	0.3972			2.07	7.1	151	من 20 : 30 سنة	
0.6511-	*0.9550				2.37	6.7	107	من 30 : 40 سنة	
*1.606-					2.26	5.7	55	من 40 : 50 سنة	
					1.73	7.3	27	من 50 سنة فأكثر	
					2.16	6.7	400	الإجمالي	

* دالة عند مستوى معنوية 0.05

دور البرامج الحوارية المقدمة بالقنوات الفضائية المصرية في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور المصري نحو القضايا المصرية ما بعد ثورة 25 يناير

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين درجات أفراد العينة أقل من 20 سنة وأفراد العينة من 20: 30 سنة في كثافة تعرض المبحوثين للبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية لصالح أفراد العينة من 20: 30 سنة عند مستوى 0.05.
 - وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين درجات أفراد العينة أقل من 20 سنة وأفراد العينة من 50 سنة فأكثر في كثافة تعرض المبحوثين للبرامج الحوارية لصالح أفراد العينة من 50 فأكثر سنة عند مستوى 0.05.
 - وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين درجات أفراد العينة من 20 إلى 30 سنة وأفراد العينة من 40: 50 سنة في كثافة تعرض المبحوثين للبرامج الحوارية لصالح أفراد العينة من 20: 30 سنة عند مستوى 0.05.
 - وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين درجات أفراد العينة من 30 إلى 40 سنة وأفراد العينة من 40: 50 سنة في كثافة تعرض المبحوثين للبرامج الحوارية لصالح أفراد العينة من 40: 50 سنة عند مستوى 0.05.
 - وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين درجات أفراد العينة من 40: 50 سنة وأفراد العينة من 50 سنة فأكثر في كثافة تعرض المبحوثين للبرامج الحوارية لصالح أفراد العينة من 50 سنة فأكثر عند مستوى 0.05.
- 2(ج)-الفروق بين المستويات التعليمية و كثافة تعرض المبحوثين للبرامج الحوارية بالفضائيات المصرية:

جدول (22)

يوضح الفروق بين المستويات التعليمية و كثافة تعرض المبحوثين للبرامج الحوارية بالفضائيات المصرية

مستوى معنوية	ف	متوسط	د . ح	مجموع الدرجات	البيان	الفروق تبعا إلى
0.001	4.397	19.693	5	98.464	بين مجموعات	كثافة تعرض المبحوثين للبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية
		4.479	394	1764.576	داخل	
			399	1863.040	مجموع	

دور البرامج الحوارية المقدمة بالقنوات الفضائية المصرية في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور المصري نحو القضايا المصرية ما بعد ثورة 25 يناير

من خلال الجدول السابق يتبين : وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المستويات التعليمية في كثافة تعرض المبحوثين للبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية, حيث كانت قيمة (ف) غير دالة عند مستوى 0.001 .

جدول (23)

يوضح معامل (LSD) لمعرفة مصدر التباين وإجراء المقارنات الثنائية بين المستويات التعليمية في كثافة تعرض المبحوثين للبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية

دراسات عليا	جامعي	ثانوي	متوسط	يقرأ ويكتب	أمي	انحراف معياري	متوسط حسابي	ن	المستوى التعليمي	كثافة تعرض المبحوثين للبرامج الحوارية
-	-	-	-	-	-	0.00	3	5	أمي	
*4.333	*3.913	*3.652	*3.427	*3.167						
-	-	-	-	-	-	0.83	6.2	12	يقرأ ويكتب	
1.167	0.7460	0.4855	0.2598							
-	-	-	-	-	-	2.35	6.4	136	متوسط	
0.907	*0.486	0.2257								
-	-	-	-	-	-	0.78	6.7	23	ثانوي	
0.6812	0.2604									
-	-	-	-	-	-	2.13	6.9	206	جامعي	
0.4207										
-	-	-	-	-	-	2.0	7.3	18	دراسات عليا	
-	-	-	-	-	-	2.16	6.7	400	الإجمالي	

يتضح من الجدول السابق:

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين درجات أفراد العينة الأميين و الذين يقرءون ويكتبون في كثافة تعرض المبحوثين للبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية لصالح الذين يقرءون ويكتبون عند مستوى 0.05.
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين درجات أفراد العينة الأميين و ذوي التعليم المتوسط في كثافة تعرض المبحوثين للبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية لصالح ذوي التعليم المتوسط عند مستوى 0.05.
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين درجات أفراد العينة الأميين و ذوي التعليم الثانوي في كثافة تعرض المبحوثين للبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية لصالح ذوي التعليم الثانوي عند مستوى 0.05.

دور البرامج الحوارية المقدمة بالقنوات الفضائية المصرية في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور المصري نحو القضايا المصرية ما بعد ثورة 25 يناير

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين درجات أفراد العينة الأميين و ذوي التعليم الجامعي في كثافة تعرض المبحوثين للبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية لصالح ذوي التعليم الجامعي عند مستوى 0.05.
 - وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين درجات أفراد العينة الأميين و ذوي التعليم الدراسات العليا في كثافة تعرض المبحوثين للبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية لصالح ذوي الدراسات العليا عند مستوى 0.05.
 - وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين درجات أفراد العينة ذوي التعليم المتوسط والتعليم الجامعي في كثافة تعرض المبحوثين للبرامج الحوارية بالفضائيات المصرية لصالح ذوي التعليم الجامعي عند مستوى 0.05.
- 2(د)-الفروق بين المستويات الاجتماعية الاقتصادية في كثافة تعرض المبحوثين للبرامج الحوارية :

جدول (24)

يوضح المستويات الاجتماعية الاقتصادية في كثافة تعرض المبحوثين للبرامج الحوارية بالفضائيات المصرية

كثافة تعرض المبحوثين للبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية	المستوي الاجتماعي الاقتصادي	ن	متوسط حسابي	انحراف معياري
منخفض	160	6.5	1.99	
متوسط	188	6.8	2.26	
مرتفع	52	6.8	2.30	
الإجمالي	400	6.7	2.16	

جدول (25)

يوضح الفروق في كثافة تعرض المبحوثين للبرامج الحوارية باختلاف المستويات الاجتماعية الاقتصادية

الفروق تبعا إلى	البيان	مجموع الدرجات	د . ح	متوسط حسابي	ف	مستوى معنوية
كثافة تعرض المبحوثين للبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية	بين مجموعات	9.367	2	4.684	1.003	0.368 غير دالة
	داخل	1853.673	397	4.669		
	مجموع	1863.040	399			

من خلال الجدول السابق يتبين :عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المستويات الاجتماعية الاقتصادية في كثافة تعرض المبحوثين

دور البرامج الحوارية المقدمة بالقنوات الفضائية المصرية في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور المصري نحو القضايا المصرية ما بعد ثورة 25 يناير

للبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية، حيث كانت قيمة (ف) غير دالة عند مستوى 0.05 .

وبذلك يتم قبول صحة الفرض بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين كثافة تعرض الباحثين للبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية وفقاً للمتغيرات الديموجرافية (النوع، السن، التعليم)، في حين لم توجد في متغير المستوى الاقتصادي الاجتماعي.

الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين كثافة تعرض الباحثين للبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية ومستوى المعرفة بقضايا مصر الحالية ما بعد ثورة 25 يناير.

جدول (26)

يوضح العلاقة بين كثافة تعرض الباحثين للبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية ومستوى المعرفة

كثافة تعرض الباحثين للبرامج الحوارية				المتغير
مستوى المعنوية	القوة	الاتاحة	معامل الارتباط	
0.01	متوسط	طردي	0.406**	ومستوى المعرفة بقضايا مصر الحالية ما بعد ثورة 25 يناير

يتضح من الجدول السابق: وجود علاقة طردية متوسطة بين كثافة تعرض الباحثين للبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية ومستوى المعرفة بقضايا مصر الحالية ما بعد ثورة 25 يناير، حيث كانت قيمة ($r > 0.3$) وهي دالة عند مستوى 0.01.

وبذلك يتم قبول صحة الفرض بوجود علاقة طردية متوسطة بين كثافة تعرض الباحثين للبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية ومستوى المعرفة بقضايا مصر الحالية ما بعد ثورة 25 يناير.

الفرض الرابع: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين نوعية البرامج الحوارية المقدمة بالقنوات الفضائية المصرية و مستوى معرفة الباحثين بالقضايا.

دور البرامج الحوارية المقدمة بالقنوات الفضائية المصرية في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور المصري نحو القضايا المصرية ما بعد ثورة 25 يناير

جدول (27)

يوضح العلاقة بين نوعية البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية ومستوى معرفة المبحوثين بالقضايا

مستوى معرفة المبحوثين بالقضايا				المتغير
مستوى المعنوية	القوة	الاتجاه	معامل الارتباط	البرنامج
0.01	ضعيفة	طردي	**0.241	1- الحياة اليوم (لبنى عسل- شريف)
0.01	ضعيفة	طردي	**0.231	2- هنا العاصمة (لميس الحديدي)
لا توجد علاقة			0.033	3- العاشرة مساء (وائل الابراشي)
0.01	ضعيفة	طردي	**0.163	4- ممكن (خيرى رمضان)
0.01	ضعيفة	طردي	**0.169	5- آخر النهار (محمود سعد - خالد صلاح)
0.01	ضعيفة	طردي	**0.361	6- بهدوء (عماد الدين أديب)
0.01	ضعيفة	طردي	**0.166	7- جملة مفيدة (منى الشاذلى)
0.01	ضعيفة	طردي	**0.231	8- صدى البلد (عزة مصطفى)
0.01	ضعيفة	طردي	**0.151	9- ساعة مصرية (تامر أمين)
0.05	ضعيفة	طردي	*0.100	10- مصر النهار ردة (معنز الدمرداش)
0.01	ضعيفة	طردي	**0.269	11- آخر كلام (يسري فوده)
0.01	ضعيفة	طردي	**0.232	12- مصر اليوم (توفيق عكاشة)
0.01	ضعيفة	طردي	**0.273	13- ستوديو 25
0.01	ضعيفة	طردي	**0.196	14- 90 دقيقة (عمرو الليثي - ريهام السهلى)
0.001	ضعيفة	طردي	**0.167	15- من القاهرة (حافظ الميرازي)

يتضح من الجدول السابق:

- وجود علاقة طردية ضعيفة بين مستوى معرفة المبحوثين بالقضايا ومتابعة برنامج الحياة اليوم (لبنى عسل- شريف), حيث كانت قيمة ($r > 0.3$) وهي دالة عند مستوى 0.01.
- يتضح وجود علاقة طردية ضعيفة بين مستوى معرفة المبحوثين بالقضايا ومتابعة برنامج هنا العاصمة (لميس الحديدي), حيث كانت قيمة ($r > 0.3$) وهي دالة عند مستوى 0.01.
- لا توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين مستوى معرفة المبحوثين بالقضايا و متابعة برنامج العاشرة مساء (وائل الابراشي), حيث كانت قيمة (r) غير دالة عند مستوى 0.05.

دور البرامج الحوارية المقدمة بالقنوات الفضائية المصرية في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور المصري نحو القضايا المصرية ما بعد ثورة 25 يناير

- وجود علاقة طردية ضعيفة بين مستوى معرفة المبحوثين بالقضايا ومتابعة برنامج ممكن (خيرى رمضان), حيث كانت قيمة ($r > 0.3$) وهي دالة عند مستوى 0.01.
- يتضح وجود علاقة طردية ضعيفة بين مستوى معرفة المبحوثين بالقضايا ومتابعة برنامج آخر النهار (محمود سعد - خالد صلاح), حيث كانت قيمة ($r > 0.3$) وهي دالة عند مستوى 0.01.
- وجود علاقة طردية ضعيفة بين مستوى معرفة المبحوثين بالقضايا ومتابعة برنامج بهدوء (عماد الدين أديب), حيث كانت قيمة ($r > 0.3$) وهي دالة عند مستوى 0.01.
- يتضح وجود علاقة طردية ضعيفة بين مستوى معرفة المبحوثين بالقضايا ومتابعة برنامج جملة مفيدة (منى الشاذلي), حيث كانت قيمة ($r > 0.3$) وهي دالة عند مستوى 0.01.
- وجود علاقة طردية ضعيفة بين مستوى معرفة المبحوثين بالقضايا ومتابعة برنامج صدى البلد (عزة مصطفى), حيث كانت قيمة ($r > 0.3$) وهي دالة عند مستوى 0.01.
- يتضح وجود علاقة طردية ضعيفة بين مستوى معرفة المبحوثين بالقضايا ومتابعة برنامج ساعة مصرية (تامر أمين), حيث كانت قيمة ($r > 0.3$) وهي دالة عند مستوى 0.01.
- وجود علاقة طردية ضعيفة بين مستوى معرفة المبحوثين بالقضايا ومتابعة برنامج مصر النها ردة (معتز الدمرداش), حيث كانت قيمة ($r > 0.3$) وهي دالة عند مستوى 0.05.
- يتضح وجود علاقة طردية ضعيفة بين مستوى معرفة المبحوثين بالقضايا ومتابعة برنامج آخر كلام (يسري فوده), حيث كانت قيمة ($r > 0.3$) وهي دالة عند مستوى 0.01.
- وجود علاقة طردية ضعيفة بين مستوى معرفة المبحوثين بالقضايا ومتابعة برنامج مصر اليوم (توفيق عكاشة), حيث كانت قيمة ($r > 0.3$) وهي دالة عند مستوى 0.01.

دور البرامج الحوارية المقدمة بالقنوات الفضائية المصرية في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور المصري نحو القضايا المصرية ما بعد ثورة 25 يناير

- يتضح وجود علاقة طردية ضعيفة بين مستوى معرفة المبحوثين بالقضايا ومتابعة برنامج ستوديو 25, حيث كانت قيمة ($r > 0.3$) وهي دالة عند مستوى 0.01.
 - وجود علاقة طردية ضعيفة بين مستوى معرفة المبحوثين بالقضايا ومتابعة برنامج 90 دقيقة (عمرو الليثي - ريهام السهلي), حيث كانت قيمة ($r > 0.3$) وهي دالة عند مستوى 0.01.
 - يتضح وجود علاقة طردية ضعيفة بين مستوى معرفة المبحوثين بالقضايا ومتابعة برنامج من القاهرة (حافظ الميرازي, حيث كانت قيمة ($r > 0.3$) وهي دالة عند مستوى 0.01.
- وبذلك يتم قبول صحة الفرض بوجود علاقة طردية ضعيفة بين نوعية البرامج الحوارية المقدمة بالقنوات الفضائية المصرية و مستوى معرفة المبحوثين بالقضايا.
- الفرض الخامس:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى المعرفة بقضايا مصر الحالية المقدمة بالبرامج الحوارية لدى المبحوثين وفقاً للمتغيرات الديموجرافية (النوع، السن، التعليم، المستوى الاقتصادي الاجتماعي).
- 5(أ)- الفروق بين الذكور والإناث في مستوى معرفة المبحوثين بالقضايا بالقنوات الفضائية المصرية:

جدول (28)

يوضح الفروق بين الذكور والإناث في مستوى معرفة المبحوثين بالقضايا بالفضائيات المصرية

المتغير	النوع	ذكور (ن=200)		إناث (ن=200)		ت	مستوى المعنوية د.ح.398
		ع	م	ع	م		
مستوى معرفة المبحوثين بالقضايا بالقنوات الفضائية المصرية		1.79	20.9	2.05	20.5	1.973	0.05

يتضح من الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات الذكور والإناث في مستوى معرفة المبحوثين بالقضايا بالقنوات الفضائية المصرية لصالح الذكور, حيث كانت قيمة (ت) دالة عند مستوى 0.05.

دور البرامج الحوارية المقدمة بالقنوات الفضائية المصرية في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور المصري نحو القضايا المصرية ما بعد ثورة 25 يناير

5(ب)-الفروق بين الفئات العمرية في مستوى معرفة المبحوثين بالقضايا بالقنوات الفضائية المصرية:

جدول (29)

يوضح الفروق في مستوى معرفة المبحوثين بالقضايا بالقنوات الفضائية المصرية باختلاف السن

مستوى معنوية	ف	متوسط حسابي	د . ح	مجموع الدرجات	البيان	الفروق تبعاً إلى
0.05	3.273	11.955	4	47.819	بين مجموعات	مستوى معرفة المبحوثين بالقضايا بالقنوات الفضائية المصرية
		3.652	395	1442.541	داخل	
			399	1490.360	مجموع	

من خلال الجدول السابق يتبين : وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة باختلاف الفئات العمرية في مستوى معرفة المبحوثين بالقضايا بالقنوات الفضائية المصرية, حيث كانت قيمة (ف) دالة عند مستوى 0.05.

جدول (30)

يوضح الوصف الفئات العمرية في مستوى معرفة المبحوثين بالقضايا بالقنوات الفضائية المصرية

مستوى معرفة المبحوثين بالقضايا بالقنوات الفضائية المصرية	الفئات العمرية	ن	متوسط حسابي	الحراف المعياري	أقل من 20 سنة	من 20 : 30 سنة	من 30 : 40 سنة	من 40 : 50 سنة	من 50 سنة فأكثر
	أقل من 20 سنة	60	20.8	2.12	0.2863	-	0.2807	*0.7121	-
	من 20 : 30 سنة	151	21.1	1.84			*0.5670	*0.9984	0.1641
	من 30 : 40 سنة	107	20.5	2.16				0.4314	-
	من 40 : 50 سنة	55	20.1	1.21					0.4029
	من 50 سنة فأكثر	27	20.9	1.93					-
	الإجمالي	400	20.7	1.93					0.8343

دور البرامج الحوارية المقدمة بالقنوات الفضائية المصرية في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور المصري نحو القضايا المصرية ما بعد ثورة 25 يناير

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين درجات أفراد العينة أقل من 20 سنة وأفراد العينة من 40: 50 سنة في مستوى معرفة المبحوثين بالقضايا الفضائيات المصرية لصالح أفراد العينة أقل من 20 سنة عند مستوى 0.05.
 - وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين درجات أفراد العينة من 20 إلى 30 سنة وأفراد العينة من 30: 40 سنة في مستوى معرفة المبحوثين بالقضايا الفضائيات المصرية لصالح أفراد العينة من 20: 30 سنة عند مستوى 0.05.
 - وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين درجات أفراد العينة من 20 إلى 30 سنة وأفراد العينة من 40: 50 سنة في مستوى معرفة المبحوثين بالقضايا لصالح أفراد العينة من 20: 30 سنة عند مستوى 0.05.
- 5(ج)-الفروق بين المستويات التعليمية في مستوى معرفة المبحوثين بالقضايا بالقنوات الفضائية المصرية:

جدول (31)

يوضح الفروق في مستوى معرفة المبحوثين بالقضايا الفضائيات المصرية باختلاف المستويات التعليمية

مستوى معنوية	ف	متوسط	د . ح	مجموع الدرجات	البيان	الفروق تبعا إلى
0.001	7.768	26.746	5	133.731	بين مجموعات	مستوى معرفة المبحوثين بالقضايا بالقنوات الفضائية المصرية
		3.443	394	1356.629	داخل	
			399	1490.360	مجموع	

من خلال الجدول السابق يتبين : وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المستويات التعليمية في مستوى معرفة المبحوثين بالقضايا بالقنوات الفضائية المصرية, حيث كانت قيمة (ف) غير دالة عند مستوى 0.001 .

دور البرامج الحوارية المقدمة بالقنوات الفضائية المصرية في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور المصري نحو القضايا المصرية ما بعد ثورة 25 يناير

جدول (32)

يوضح معامل (LSD) لمعرفة مصدر التباين وإجراء المقارنات الثنائية بين المستويات التعليمية في مستوى معرفة المبحوثين بالقضايا بالقنوات الفضائية المصرية

دراسات عليا	جامعي	ثانوي	متوسط	يقرأ ويكتب	أمي	انحراف معياري	متوسط حسابي	ن	المستوى التعليمي	مستوى معرفة المبحوثين بالقضايا
-	-	-	-	-	-	0.00	16	5	أمي	
*4.778	*4.985	*4.565	*4.493	*4.583						
-	-	0.0181	0.0907			1.51	20.6	12	يقرأ ويكتب	
0.1944	0.4021									
-	-	-				2.14	20.5	136	متوسط	
0.2851	*0.493	0.0726								
-	-					1.04	20.6	23	ثانوي	
0.2126	0.4202									
0.2077						1.79	20.9	206	جامعي	
						1.39	20.8	18	دراسات عليا	
						1.93	20.7	400	الإجمالي	

يتضح من الجدول السابق:

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين درجات أفراد العينة الأميين و الذين يقرءون ويكتبون في مستوى معرفة المبحوثين بالقضايا بالقنوات الفضائية المصرية لصالح الذين يقرءون ويكتبون عند مستوى 0.05.
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين درجات أفراد العينة الأميين و ذوي التعليم المتوسط في مستوى معرفة المبحوثين بالقضايا بالقنوات الفضائية المصرية لصالح ذوي التعليم المتوسط عند مستوى 0.05.
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين درجات أفراد العينة الأميين و ذوي التعليم الثانوي في مستوى معرفة المبحوثين بالقضايا بالقنوات الفضائية المصرية لصالح ذوي التعليم الثانوي عند مستوى 0.05.

دور البرامج الحوارية المقدمة بالقنوات الفضائية المصرية في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور المصري نحو القضايا المصرية ما بعد ثورة 25 يناير

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين درجات أفراد العينة الأميين و ذوي التعليم الجامعي في مستوى معرفة المبحوثين بالقضايا بالقنوات الفضائية المصرية لصالح ذوي التعليم الجامعي عند مستوى 0.05.
 - وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين درجات أفراد العينة الأميين و ذوي التعليم الدراسات العليا في مستوى معرفة المبحوثين بالقضايا بالقنوات الفضائية المصرية لصالح ذوي الدراسات العليا عند مستوى 0.05.
 - وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين درجات أفراد العينة ذوي التعليم المتوسط و ذوي التعليم الجامعي في مستوى معرفة المبحوثين بالقضايا بالقنوات الفضائية المصرية لصالح ذوي التعليم الجامعي عند مستوى 0.05.
- 5(د)-الفروق بين المستويات الاجتماعية الاقتصادية في مستوى معرفة المبحوثين بالقضايا بالقنوات الفضائية المصرية:

جدول (33)

يوضح الفروق في مستوى معرفة المبحوثين بالقضايا بالقنوات الفضائية المصرية

باختلاف المستويات الاجتماعية الاقتصادية

مستوى معنوية	ف	متوسط حسابي	د . ح	مجموع الدرجات	البيان	الفروق تبعاً إلى
0.001	6.818	24.745	2	49.490	بين مجموعات	مستوى معرفة المبحوثين بالقضايا بالقنوات الفضائية المصرية
		3.629	397	1440.870	داخل	
			399	1490.360	مجموع	

من خلال الجدول السابق يتبين : وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المستويات الاجتماعية الاقتصادية في مستوى معرفة المبحوثين بالقضايا بالقنوات الفضائية المصرية, حيث كانت قيمة (ف) دالة عند مستوى 0.001 .

دور البرامج الحوارية المقدمة بالقنوات الفضائية المصرية في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور المصري نحو القضايا المصرية ما بعد ثورة 25 يناير

جدول (34)

يوضح معامل (LSD) لمعرفة مصدر التباين وإجراء المقارنات الثنائية بين المستويات الاجتماعية الاقتصادية في مستوى معرفة المبحوثين بالقضايا بالقنوات الفضائية المصرية

مرتفع	متوسط	منخفض	انحراف معياري	متوسط حسابي	ن	المستوى الاجتماعي الاقتصادي	مستوى معرفة المبحوثين بالقضايا بالقنوات الفضائية المصرية
-	-		2.05	20.4	160	منخفض	
*1.1207	0.2299						
-			1.89	20.7	188	متوسط	
*0.8908							
			1.45	21.6	52	مرتفع	
			1.93	20.7	400	الإجمالي	

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين درجات أفراد العينة ذوي المستوى الاجتماعي الاقتصادي المنخفض و ذوي المستوى الاجتماعي الاقتصادي المرتفع في مستوى معرفة المبحوثين بالقضايا بالقنوات الفضائية المصرية لصالح ذوي المرتفع عند مستوى 0.05.

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين درجات أفراد العينة ذوي المستوى الاجتماعي الاقتصادي المتوسط و ذوي المستوى الاجتماعي الاقتصادي المرتفع في مستوى معرفة المبحوثين بالقضايا بالقنوات الفضائية المصرية لصالح ذوي المرتفع عند مستوى 0.05.

وبذلك يتم قبول صحة الفرض بوجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى المعرفة بقضايا مصر الحالية المقدمة بالبرامج الحوارية لدى المبحوثين وفقاً للمتغيرات الديموجرافية (النوع، السن، التعليم، المستوى الاقتصادي الاجتماعي).

الفرض السادس: توجد علاقة دالة ارتباطية بين معدل تعرض المبحوثين للبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية ودرجة الثقة بها.

دور البرامج الحوارية المقدمة بالقنوات الفضائية المصرية في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور المصري نحو القضايا المصرية ما بعد ثورة 25 يناير

جدول (36)

يوضح العلاقة بين نوعية البرامج الحوارية المقدمة بالفئات المصرية ومستوى معرفة المبحوثين بالقضايا

مستوى المعنوية	القوة	الاتجاه	معامل الارتباط	الثقة في صدق البرامج	معدل متابعة البرامج
0.01	متوسط	طردى	**0.359	1- الحياة اليوم	1- الحياة اليوم (لبنى عسل- شريف)
0.01	متوسط	طردى	**0.402	2- هنا العاصمة	2- هنا العاصمة (لميس الحديدي)
0.01	ضعيف	طردى	**0.264	3- العاشرة مساء	3- العاشرة مساء (وائل الابراشي)
0.01	ضعيف	طردى	**0.240	4- ممكن	4- ممكن (خيري رمضان)
0.05	ضعيف	طردى	*0.118	5- آخر النهار	5- آخر النهار (محمود سعد - خالد صلاح)
0.01	متوسط	طردى	**0.333	6- بهدوء	6- بهدوء (عماد الدين أديب)
0.01	متوسط	طردى	**0.367	7- جملة مفيدة	7- جملة مفيدة (منى الشاذلي)
0.01	ضعيف	طردى	**0.148	8- صدى البلد	8- صدى البلد (عزة مصطفى)
0.01	متوسط	طردى	**0.347	9- ساعة مصرية	9- ساعة مصرية (تامر أمين)
		لا توجد علاقة	0.093	10- مصر النهار ردة	10- مصر النهار ردة (معتز الدمرداش)
		لا توجد علاقة	0.000	11- آخر كلام	11- آخر كلام (يسري فوده)
0.01	ضعيف	طردى	**0.222	12- مصر اليوم	12- مصر اليوم (توفيق عكاشة)
0.01	ضعيف	طردى	**0.297	13- ستوديو 25	13- ستوديو 25
0.01	متوسط	طردى	**0.446	14- 90 دقيقة	14- 90 دقيقة (عمرو الليثي - ريهام السهلي)
0.05	ضعيف	طردى	*0.122	15- من القاهرة	15- من القاهرة (حافظ الميرازي)

يتضح من الجدول السابق:

- وجود علاقة طردية متوسطة بين معدل متابعة برنامج الحياة اليوم (لبنى عسل- شريف) ودرجة الثقة في صدق برنامج الحياة اليوم, حيث كانت قيمة $(0.3 < r < 0.6)$ وهي دالة عند مستوى 0.01.
- وجود علاقة طردية متوسطة بين معدل متابعة برنامج هنا العاصمة (لميس الحديدي) ودرجة الثقة في صدق برنامج هنا العاصمة, حيث كانت قيمة $(0.3 < r < 0.6)$ وهي دالة عند مستوى 0.01.
- وجود علاقة طردية ضعيفة بين معدل متابعة برنامج العاشرة مساء (وائل الابراشي) ودرجة الثقة في صدق برنامج العاشرة مساء, حيث كانت قيمة $(r < 0.3)$ وهي دالة عند مستوى 0.01.
- وجود علاقة طردية ضعيفة بين معدل متابعة برنامج ممكن (خيري رمضان) ودرجة الثقة في صدق برنامج ممكن (خيري رمضان), حيث كانت قيمة $(r < 0.3)$ وهي دالة عند مستوى 0.01.

دور البرامج الحوارية المقدمة بالقنوات الفضائية المصرية في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور المصري نحو القضايا المصرية ما بعد ثورة 25 يناير

- وجود علاقة طردية ضعيفة بين معدل متابعة برنامج آخر النهار (محمود سعد - خالد صلاح) ودرجة الثقة في صدق برنامج آخر النهار، حيث كانت قيمة ($r > 0.3$) وهي دالة عند مستوى 0.05.
- وجود علاقة طردية متوسطة بين معدل متابعة برنامج بهدوء (عماد الدين أديب) ودرجة الثقة في صدق برنامج بهدوء (عماد الدين أديب)، حيث كانت قيمة ($r > 0.3$) وهي دالة عند مستوى 0.01.
- وجود علاقة طردية متوسطة بين معدل متابعة برنامج جملة مفيدة (منى الشاذلي) ودرجة الثقة في صدق برنامج جملة مفيدة (منى الشاذلي)، حيث كانت قيمة ($r > 0.3$) وهي دالة عند مستوى 0.01.
- وجود علاقة طردية ضعيفة بين معدل متابعة برنامج صدق البلد (عزة مصطفى) ودرجة الثقة في صدق برنامج صدق البلد (عزة مصطفى)، حيث كانت قيمة ($r > 0.3$) وهي دالة عند مستوى 0.01.
- وجود علاقة طردية متوسطة بين معدل متابعة برنامج ساعة مصرية (تامر أمين) ودرجة الثقة في صدق برنامج ساعة مصرية (تامر أمين)، حيث كانت قيمة ($r > 0.3$) وهي دالة عند مستوى 0.01.
- عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين معدل متابعة برنامج مصر النهار ردة (معتز الدمرداش) ودرجة الثقة في صدق برنامج مصر النهار ردة (معتز الدمرداش)، حيث كانت قيمة (ر) غير دالة عند مستوى 0.05.
- عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين معدل متابعة برنامج - آخر كلام (يسري فوده) ودرجة الثقة في صدق برنامج - آخر كلام (يسري فوده)، حيث كانت قيمة (ر) غير دالة عند مستوى 0.05.
- وجود علاقة طردية ضعيفة بين معدل متابعة برنامج مصر اليوم (توفيق عكاشة) ودرجة الثقة في صدق برنامج مصر اليوم (توفيق عكاشة)، حيث كانت قيمة ($r > 0.3$) وهي دالة عند مستوى 0.01.
- وجود علاقة طردية ضعيفة بين معدل متابعة برنامج ستوديو 25 ودرجة الثقة في صدق برنامج ستوديو 25، حيث كانت قيمة ($r > 0.3$) وهي دالة عند مستوى 0.01.
- وجود علاقة طردية متوسطة بين معدل متابعة برنامج 90 دقيقة (عمرو الليثي - ريهام السهلي) ودرجة الثقة في صدق برنامج 90 دقيقة ، حيث كانت قيمة ($r > 0.3$) وهي دالة عند مستوى 0.01.

دور البرامج الحوارية المقدمة بالقنوات الفضائية المصرية في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور المصري نحو القضايا المصرية ما بعد ثورة 25 يناير

- وجود علاقة طردية ضعيفة بين معدل متابعة برنامج من القاهرة (حافظ الميرازي) ودرجة الثقة في صدق برنامج من القاهرة (حافظ الميرازي)، حيث كانت قيمة (ر > 0.3) وهي دالة عند مستوى 0.05.
- وبذلك يتم قبول صحة الفرض وجود علاقة ارتباطية دالة احصائيا بين معدل تعرض المبحوثين للبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية ودرجة الثقة بها.
- الفرض السابع: توجد علاقة دالة ارتباطية بين درجة الثقة للبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية ودرجة الرضا عن البرامج الحوارية في تناولها لقضايا مصر الحالية.

جدول (37)

يوضح العلاقة بين درجة الثقة للبرامج الحوارية ودرجة الرضا عن البرامج الحوارية في تناولها لقضايا مصر

درجة الرضا عن البرامج الحوارية في تناولها لقضايا مصر				درجة الثقة للبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية
مستوى المعنوية	القوة	الاتجاه	معامل الارتباط	
0.01	قوي	طردي	**0.718	1- الحياة اليوم (لبنى عسل- شريف)
0.01	قوي	طردي	**0.761	2- هنا العاصمة (لميس الحديدي)
0.01	قوي	طردي	**0.798	3- العاشرة مساء (وائل الابراشي)
0.01	قوي	طردي	**0.652	4- ممكن (خيري رمضان)
0.01	قوي	طردي	**0.699	5- آخر النهار (محمود سعد - خالد صلاح)
0.01	قوي	طردي	**0.669	6- بهدوء (عماد الدين أديب)
0.01	قوي	طردي	**0.633	7- جملة مفيدة (منى الشاذلي)
0.01	قوي	طردي	**0.643	8- صدى البلد (عزة مصطفى)
0.01	قوي	طردي	**0.650	9- ساعة مصرية (تامر أمين)
0.01	متوسط	طردي	**0.451	10- مصر النهار ردة (معتز الدمرداش)
0.01	قوي	طردي	**0.648	11- آخر كلام (يسري فوده)
0.01	قوي	طردي	**0.753	12- مصر اليوم (توفيق عكاشة)
0.01	متوسط	عكسي	**0.560-	13- ستوديو 25
0.01	قوي	طردي	**0.778	14- 90 دقيقة (عمرو الليثي - ربهام السهلي)
0.01	متوسط	طردي	**0.572	15- من القاهرة (حافظ الميرازي)

يتضح من الجدول السابق:

دور البرامج الحوارية المقدمة بالقنوات الفضائية المصرية في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور المصري نحو القضايا المصرية ما بعد ثورة 25 يناير

- وجود علاقة طردية قوية بين درجة الثقة في صدق برنامج الحياة اليوم ودرجة الرضا عن البرامج الحوارية في تناولها لقضايا مصر الحالية, حيث كانت قيمة ($r < 0.6$) وهي دالة عند مستوى 0.01.
- وجود علاقة طردية قوية بين درجة الثقة في صدق برنامج هنا العاصمة (لميس الحديدي) ودرجة الرضا عن البرامج الحوارية في تناولها لقضايا مصر الحالية, حيث كانت قيمة ($r < 0.6$) وهي دالة عند مستوى 0.01.
- وجود علاقة طردية قوية بين درجة الثقة في صدق برنامج العاشرة مساء (وائل الابراشي) ودرجة الرضا عن البرامج الحوارية في تناولها لقضايا مصر الحالية, حيث كانت قيمة ($r < 0.6$) وهي دالة عند مستوى 0.01.
- وجود علاقة طردية قوية بين درجة الثقة في صدق برنامج ممكن (خيرى رمضان) ودرجة الرضا عن البرامج الحوارية في تناولها لقضايا مصر الحالية, حيث كانت قيمة ($r < 0.6$) وهي دالة عند مستوى 0.01.
- وجود علاقة طردية قوية بين درجة الثقة في صدق برنامج آخر النهار (محمود سعد - خالد صلاح) ودرجة الرضا عن البرامج الحوارية في تناولها للقضايا, حيث كانت قيمة ($r < 0.6$) وهي دالة عند مستوى 0.01.
- وجود علاقة طردية قوية بين درجة الثقة في صدق برنامج بهدوء (عماد الدين أديب) ودرجة الرضا عن البرامج الحوارية في تناولها لقضايا مصر الحالية, حيث كانت قيمة ($r < 0.6$) وهي دالة عند مستوى 0.01.
- وجود علاقة طردية قوية بين درجة الثقة في صدق برنامج جملة مفيدة (منى الشاذلي) ودرجة الرضا عن البرامج الحوارية في تناولها لقضايا مصر الحالية, حيث كانت قيمة ($r < 0.6$) وهي دالة عند مستوى 0.01.
- وجود علاقة طردية قوية بين درجة الثقة في صدق برنامج صدق البلد (عزة مصطفى) ودرجة الرضا عن البرامج الحوارية في تناولها لقضايا مصر الحالية, حيث كانت قيمة ($r < 0.6$) وهي دالة عند مستوى 0.01.
- وجود علاقة طردية قوية بين درجة الثقة في صدق برنامج ساعة مصرية (تامر أمين) ودرجة الرضا عن البرامج الحوارية في تناولها لقضايا مصر الحالية, حيث كانت قيمة ($r < 0.6$) وهي دالة عند مستوى 0.01.

دور البرامج الحوارية المقدمة بالقنوات الفضائية المصرية في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور المصري نحو القضايا المصرية ما بعد ثورة 25 يناير

- وجود علاقة طردية متوسطة بين درجة الثقة في صدق برنامج مصر النها ردة (معتز الدمرداش) ودرجة الرضا عن البرامج الحوارية في تناولها للقضايا, حيث كانت قيمة ($0.3 < r < 0.6$) وهي دالة عند مستوى 0.01.
 - وجود علاقة طردية قوية بين درجة الثقة في صدق برنامج آخر كلام (يسري فوده) ودرجة الرضا عن البرامج الحوارية في تناولها لقضايا مصر الحالية, حيث كانت قيمة ($r < 0.6$) وهي دالة عند مستوى 0.01.
 - وجود علاقة طردية قوية بين درجة الثقة في صدق برنامج مصر اليوم (توفيق عكاشة) ودرجة الرضا عن البرامج الحوارية في تناولها لقضايا مصر الحالية, حيث كانت قيمة ($r < 0.6$) وهي دالة عند مستوى 0.01.
 - وجود علاقة عكسية متوسطة بين درجة الثقة في صدق برنامج ستوديو 25 ودرجة الرضا عن البرامج الحوارية في تناولها لقضايا مصر الحالية, حيث كانت قيمة ($0.3 < r < 0.6$) وهي دالة عند مستوى 0.01.
 - وجود علاقة طردية قوية بين درجة الثقة في صدق برنامج 90 دقيقة (عمرو الليثي - ريهام السهلي) ودرجة الرضا عن البرامج الحوارية في تناولها للقضايا, حيث كانت قيمة ($r < 0.6$) وهي دالة عند مستوى 0.01.
 - وجود علاقة طردية متوسطة بين درجة الثقة في صدق برنامج من القاهرة (حافظ الميرازي) ودرجة الرضا عن البرامج الحوارية في تناولها لقضايا مصر الحالية, حيث كانت قيمة ($0.3 < r < 0.6$) وهي دالة عند مستوى 0.01.
- وبذلك يتم قبول صحة الفرض بوجود علاقة ارتباطية طردية قوية بين درجة الثقة للبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية ودرجة الرضا عن البرامج الحوارية في تناولها لقضايا مصر الحالية.

• خلاصة نتائج الدراسة والتوصيات:

أولاً: نتائج الدراسة:

سعت الدراسة التعرف على دور البرامج الحوارية المقدمة في القنوات الفضائية المصرية في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور المصري نحو قضايا المصرية الحالية ما بعد ثورة 25 يناير، ورصد القضايا التي يحرص علي متابعتها

دور البرامج الحوارية المقدمة بالقنوات الفضائية المصرية في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور المصري نحو القضايا المصرية ما بعد ثورة 25 يناير

المبجوثين، ومستوى معرفتهم بها، بالإضافة إلى التعرف على مدى مصداقية هذه البرامج ومدى النجاح الذي حققته في إشباع احتياجات الجمهور المصري، وطبقت الدراسة علي عينة عشوائية قوامها 400 مفردة من الجمهور المصري مشاهدي القنوات الفضائية المصرية وتوصلت الدراسة الى عدة نتائج أهمها:

1) اوضحت نتائج الدراسة أن القنوات الأكثر تفضيلاً في متابعة القضايا المصرية الحالية ما بعد ثورة 25 يناير جاءت في الترتيب التالي : القناة الفضائية المصرية في الترتيب الأول ، ثم قناة دريم 2 في الترتيب الثاني ، تلاها قناة القراعين في الترتيب الثالث ، ثم قناة المحور في الترتيب الرابع ، ثم قناة سي بي سي CBC في الترتيب الخامس. في حين جاءت القنوات الأقل تفضيلاً في متابعة القضايا المصرية الحالية ما بعد ثورة 25 يناير كالتالي : قناة صدى البلد في الترتيب الأول ، ثم قناة التحرير في الترتيب الثاني ، تلاها قناة 25 يناير في الترتيب الثالث ، ثم قناة روتانا مصر في الترتيب الرابع ، ثم قناة النيل الإخبارية في الترتيب الخامس .

2) أظهرت النتائج أن أكثر القضايا التي يحرص أفراد العينة علي متابعتها في البرامج الحوارية جاءت علي النحو التالي: قضية قتل المتظاهرين في الترتيب الأول ، قضية أزمة ارتفاع الأسعار والبلطجة والانفلات الأمني في الترتيب الثاني، تلاها قضية الفتنة الطائفية في الترتيب الثالث، ثم قضية الصراع علي السلطة بين الأحزاب السياسية والإسلامية في الترتيب الرابع، تلاها قضية أزمة رغيف العيش في الترتيب الخامس .

3) أكدت النتائج أن أكثر البرامج الحوارية من حيث درجة الثقة في صدق هي: الحياة اليوم، و العاشرة مساء في مصر، 90 دقيقة ، وهنا العاصمة ، ومصر اليوم. في حين جاءت البرامج الحوارية الأقل من حيث درجة الثقة في صدق هي : ستوديو 25، و آخر كلام، برنامج من القاهرة ، و ساعة مصرية ، و ممكن.

4) وجود علاقة طردية بين كثافة تعرض المبحوثين للبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية ونوعية القضايا التي يتعرض لها المبحوثون.

5) وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين كثافة تعرض المبحوثين للبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية وفقاً للمتغيرات الديموجرافية (النوع، السن، التعليم)، في حين لم توجد في متغير المستوى الاقتصادي الاجتماعي.

دور البرامج الحوارية المقدمة بالقنوات الفضائية المصرية في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور المصري نحو القضايا المصرية ما بعد ثورة 25 يناير

- (6) وجود علاقة طردية متوسطة بين كثافة تعرض المبحوثين للبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية ومستوى المعرفة بقضايا مصر الحالية ما بعد ثورة 25 يناير .
- (7) وجود علاقة طردية ضعيفة بين نوعية البرامج الحوارية المقدمة بالقنوات الفضائية المصرية و مستوى معرفة المبحوثين بالقضايا.
- (8) وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى المعرفة بقضايا مصر الحالية المقدمة بالبرامج الحوارية لدى المبحوثين وفقاً للمتغيرات الديموجرافية (النوع، السن، التعليم، المستوى الاقتصادي الاجتماعي).
- (9) وجود علاقة ارتباطية دالة احصائياً بين معدل تعرض المبحوثين للبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية ودرجة الثقة بها.
- (10) وجود علاقة ارتباطية طرية قوية بين درجة الثقة للبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية ودرجة الرضا عن البرامج الحوارية في تناولها لقضايا مصر الحالية.

• أهم التوصيات

- 1- يجب الانتباه لخطورة تأثير البرامج الحوارية بإجراء المزيد من الأبحاث الإعلامية لها، خاصة وان التوقعات المستقبلية فى ضوء النتائج العامة لهذه الدراسة، وكذلك اختبار فروضها تؤكد استمرار استخدامها والاعتماد عليها ، وجود خطة إعلامية مستقبلية بهذه البرامج لمعالجة القضايا المختلفة والأحداث الهامة.
- 2- ضرورة تبني القنوات الفضائية العربية لأجندة واضحة ومتكاملة فيما يتعلق القضايا المطروحة وخصوصاً في برامج الرأي بحيث تعالج هذه القضايا بطريقة مباشرة وأكثر عمقا مما يجعل من هذه البرامج وسيلة أو طريقة للتعليم والتثقيف داخل المجتمع المصري تساهم في تكوين المعارف والاتجاهات الايجابية نحو قضايا المجتمع.
- 3- معالجة القصور الواضح في أغلب برامج الرأي من حيث المشاركة الجماهيرية في مناقشة القضايا المطروحة التي تتناولها برامج الرأي بحيث تضيف هذه المشاركة أبعاداً جديدة أكثر عمقا في معالجة هذه القضايا وعدم الاقتصار على

دور البرامج الحوارية المقدمة بالقنوات الفضائية المصرية في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور المصري نحو القضايا المصرية ما بعد ثورة 25 يناير

- آراء المختصين والخبراء فقط المتبين وجهة النظر الواحدة ، والاستفادة من الوسائل والتقنيات الحديثة في الاتصال التي باتت تسهل مشاركة الجمهور عبر وسائل عديدة وغير مكلفة وتحقق تفاعلية أكثر .
- 4- أهمية الإفادة من المعالجة الإعلامية المهنية للقضايا والموضوعات التي يتم طرحها في برامج الرأي وإعلاء قيم حرية الرأي وتعدد الآراء ووجهات النظر ومنح الفرصة للرأي الآخر في أن يعبر عن نفسه ووجهة نظره ، وابرز كل الحقائق لتضعها أمام الجمهور المشاهد دون تحيز أو إملاء أفكار معينة .
- 5- ضرورة اعطاء مزيد من صلاحيات صانع القرار للقائم بالاتصال للإفادة من ملكة الإبداع والابتكار لمعدي ومقدمي البرامج الحوارية.
- 6- ينبغي على مقدمي البرامج الحوارية التحرر من الضغوط الخارجية في تعاملهم مع الموضوعات والقضايا ذات الطبيعة الخاصة فلا يكون حافز للمحطات الخاصة من أجل مجرد الإثارة والتهويل لتحقيق المنافسة على حساب حقيقة القضايا. ولا يكون حافز المحطات الحكومية الرسمية تبييض وجه الحكومة على حساب رغبة واهتمامات الجمهور . وهذا يوجب على جميع القنوات الفضائية حين تتعامل مع الأخبار والقضايا والآراء المعارضة احترام عقل الجمهور الذي يعرف توجهات ودوافع كل هذه القنوات.
- 7- ضرورة أن تكون القنوات الفضائية المصرية وسيلة حماية للمشاهد وتلتزم بالمصداقية ولا تتبع وجهات النظر المغرضة وانتاءات حزبية مختلفة، وأن تكون أداة للتبوير وتوضيح الحقائق من خلال عرضها الصادق لقضايا المجتمع المصري، وأن تقدم لهم النصح والإرشاد بطريقة معتدلة حتى لا يحدث التخبط والقلق الذي حدث ما بعد أحداث ثورة 25 يناير وقت الانفلات الأمني، ولا تقوم على نشر الفرقة والضغينة والإساءة والمبالغة في كشف سلبيات المجتمع المصري.
- 8- ضرورة تعاون رؤساء القنوات الفضائية العربية ومعدي ومقدمي البرامج الحوارية من أجل الخروج بميثاق شرف للمهنة بين القنوات الفضائية العربية، حيث يتفق الجميع على مبادئ ثابتة وتحريم استخدام البرامج الحوارية أو غيرها من البرامج الأخرى ضد الآخرين.

دور البرامج الحوارية المقدمة بالقنوات الفضائية المصرية في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور المصري نحو القضايا المصرية ما بعد ثورة 25 يناير

مراجع الدراسة

- (1) ناصر علي مهدي ، موسى عبدالرحيم حلس، "دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب الفلسطيني - دراسة ميدانية على عينه من طلاب كلية الآداب جامعة الأزهر، مجلة جامعة الأزهر بغزة (فلسطين ، جامعة الأزهر، كلية الآداب سلسلة العلوم الإنسانية 2010 ، المجلد 12 ، العدد10، ص 135
- (2) Edy, Jill A.; Snidow, Shawn M., Making News Necessary: How Journalism Resists Alternative Media's Challenge. *Journal of Communication*, Oct, Vol. 61 Issue 5, 2011, p816-834.
- (3) صفوت العالم ، دور وسائل الإعلام في مراحل التحول الديمقراطي.. مصر نموذجاً، قطر : مركز الجزيرة للدراسات، 2013، ص 3
- (4) روبرت أيل هيلارد، الكتابة والإنتاج الإذاعي بالراديو ووسائل الإعلام الحديثة ، ترجمة مؤيد حسن فوزي (الامارات ، دار الكتاب الجامعي، 2003، ص 277
- (5) عبد آلدائم عمر حسن، "إنتاج البرامج التلفزيونية"، القاهرة: دار القومية العربية للثقافة والنشر، 2003، ص 216.
- (6) راضي رشيد، ايثار طارق ، "البرامج الحوارية ودورها في تشكيل اتجاهات الرأي العام من وجهة نظر طلبة الاعلام (برنامج ولكم القرار نموذجاً)"، مجلة كلية التربية الأساسية، الجامعة العراقية، كلية الاعلام، العدد الثالث والسبعون، 2012، ص 512
- (7) عادل فهمي البيومي (2001)، "دور القنوات الفضائية العربية في زيادة المشاركة الجماهيرية"، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، العدد السادس عشر، ص 234
- (8) الهام يونس أحمد ، "العلاقة بين الاعتماد على القنوات الفضائية الإخبارية العربية ومستوى المعرفة بالقضايا الداخلية لدى الجمهور المصري واتجاهاته نحوها"، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الاعلام، 2010، ص 2
- (9) نهى عاطف العبد ، "علاقة الطفل المصري بالقنوات الفضائية العربية"، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الإذاعة والتلفزيون: كلية الإعلام: جامعة القاهرة، 2003، ص 115.
- (10) سارة نصر محمد عبد الباقي، "معالجة القضايا المصرية في البرامج السياسية بالقنوات العربية وعلاقتها باتجاهات الجمهور نحو الحكومة"، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة القاهرة، كلية الاعلام ، 2010، ص 2
- (11) رباب رأفت الجمال ، " دور المواقع الإخبارية الالكترونية في تشكيل معارف واتجاهات المغتربين المصريين نحو الأحداث السياسية في مصر للفترة ما بعد ثورة 25 يناير- دراسة في إطار نظرية المجال العام"، المؤتمر العلمي الثامن عشر - الإعلام وبناء الدولة الحديثة ، كلية الإعلام: جامعة القاهرة، يوليو 2012، ص 465.
- (12) أمال الغزاوي ، دينا أحمد عرابي ، " دور وسائل الاعلام في تشكيل معارف وتكوين اتجاهات المصريين بالخارج نحو قضايا الوطن - دراسة ميدانية على عينة من العمالة المصرية بجدة بعد ثورة يناير"، المؤتمر العلمي الثامن عشر - الإعلام وبناء الدولة الحديثة ، كلية الإعلام: جامعة القاهرة، يوليو 2012، ص 531.
- (13) سارة نصر عبد الباقي ، " معالجة القضايا المصرية في البرامج السياسية بالقنوات العربية وعلاقتها باتجاهات الجمهور نحو الحكومة"، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2010).
- (14) Cathrine M. Nailog, "Content analysis of Asian stereotypes on prime - time television programs", *Unpublished MA Thesis*, University of California, 2009, pp. 84:90.

دور البرامج الحوارية المقدمة بالقنوات الفضائية المصرية في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور المصري نحو القضايا المصرية ما بعد ثورة 25 يناير

- (15) أماني عبد المقصود ، "معالجة القضايا السياسية الداخلية في المضمون الإخباري بالقنوات الفضائية العربية الرسمية والمعارضة"، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الإذاعة والتلفزيون: كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- (16) رباب هاشم خليفة (2008)، "المعالجة التلفيزيونية والصحفية القضايا الإصلاح السياسي في المجتمع المصري ودورها في تشكيل معارف الجمهور واتجاهاته نحوها"، رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم الإذاعة والتلفزيون: كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2009.
- (17) Justim E Mackey (2008), "Political Socialization: The Political Message in Televised News and Affection Young Adults, **unpublished MA thesis**, University of Kansas, 2008.
- (18) ريهام سامي حسين يوسف، "دور البرامج الحوارية في القنوات الحكومية والخاصة في ترتيب أولويات القضايا المجتمعية لدى الجمهور المصري"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2008، ص176-116.
- (19) عادل عبد الغفار فرج، "ديمقراطية الإعلام كما تعكسها البرامج الحوارية الجماهيرية Talk Shows المقدمة بالقنوات التلفيزيونية المصرية الحكومية والخاصة"، المؤتمر العلمي الرابع عشر لشعبة علوم الإعلام: وسائل الإعلام الجديدة وأفاق المستقبل، الأكاديمية الدولية للهندسة وعلوم الإعلام، مايو 2008، ص121:161.
- (20) رانيا أحمد محمود، "مدى اعتماد الشباب على الرأي في معرفة مشكلات المجتمع المصري"، المؤتمر السنوي الثالث عشر: الإعلام والبناء الثقافي والاجتماعي للمواطن العربي، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2007، ص250-260.
- (21) Barbara Osborn, "A big wet kiss? A Barrel of Laughs? The 2000 presidential election TV talk show interviews with the candidates". **Unpublished PhD Thesis**, University of California, San Diego, 2006, pp. 173:186.
- (22) جيلان محمود شرف: "أساليب تغطية القضايا في برامج الرأي المذاعة على الهواء (Talk Show) في القنوات الفضائية العربية"، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2005) ص 250 - 217.
- (23) Matthew A. Baum, Circling the wagons: Soft news and isolationism in American public opinion, **International Studies Quarterly**, Vol. 48, No. 2, 2004, pp. 318-338.
- (24) مجيب أحمد الشميري ، "دور برامج الرأي في الفضائيات الإخبارية العربية في تدعيم المشاركة السياسية لدى طلاب الجامعات في اليمن - دراسة تحليلية - ميدانية"، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام ، 2011).
- (25) إلهام يونس أحمد ، "العلاقة بين الاعتماد على القنوات الفضائية الإخبارية العربية ومستوى المعرفة بالقضايا الداخلية لدى الجمهور المصري واتجاهاته نحوها"، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام ، 2010).
- (26) نهى عاطف العبد، "المعايير الأخلاقية والسلوكية التي يكتسبها المراهقون من البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية التي تقدم مضمونا أجنبيا"، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام** (كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد التاسع والعشرون، 2008) ص1-95.
- (27) Shannon K. McCraw, "Late television talk shows and political comedy programs: A study of young voters' political experience", **Unpublished MA Thesis**, University of Oklahoma, 2006, pp. 117 - 144.

دور البرامج الحوارية المقدمة بالقنوات الفضائية المصرية في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور المصري نحو القضايا المصرية ما بعد ثورة 25 يناير

- (28) عبد الرحمن الشامي ، برامج الرأي في الفضائيات العربية – دراسة حالة لبرنامج " منبر الجزيرة" ، **المؤتمر العلمي السنوي الحادي عشر " مستقبل وسائل الإعلام العربية"** – الجزء الرابع (جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، مايو ، 2005)
- (29) جيلان محمود ، أساليب تغطية القضايا في برامج الرأي المذاعة على الهواء " Talk show" في القنوات الفضائية العربية ، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، 2004) .
- (30) Peter G. Mwesige : Can you her me now? Radio Talk Shows and Political Participation in Uganda , **Unpublished Ph.D. Dissertation**, (Indiana University, 2004), PP 214-216 , Online : <http://proquest.umi.com/pqdweb?index=0&did=766033511&SrchMod>
- (31) وليد فتح الله بركات ، تعرض الصفة المصرية لبرامج الرأي في القنوات التلفزيونية العربية ، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام** (جامعة القاهرة، كلية الإعلام ، المجلد الرابع ، يناير – مارس ، 2003م) ص 49 - 75.
- (32) Jacqueline M.Maloy,"Downward Spiral: Young People, the Media, and Political Disengagement", **Unpublished MA Thesis**, University of Nevada, 2000, pp. 50:57.
- (33) أمال الغزاوي ، دينا أحمد عرابي ، " دور وسائل الإعلام في تشكيل معارف وتكوين اتجاهات المصريين بالخارج نحو قضايا الوطن - دراسة ميدانية على عينة من العمالة المصرية بجدة بعد ثورة يناير"، **المؤتمر العلمي الثامن عشر - الإعلام وبناء الدولة الحديثة** ، (جامعة القاهرة ، كلية الإعلام، يوليو 2012).
- (34) سارة عبد الطيف عبد الحلیم ، المسؤولية الاجتماعية للقنوات الفضائية المصرية الحكومية و الخاصة كما تراها النخبة دراسة تحليلية و ميدانية ، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة :كلية الإعلام، 2012).
- (35) أمال حسن الغزاوي. المسؤولية الاجتماعية للبرامج الحوارية التلفزيونية اليومية في تناول الأداء الحكومي، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**. (جامعة القاهرة، كلية الإعلام ، العدد الثالث، المجلد التاسع، يناير/ يونيو 2009) ص 1-63.
- (36) أحمد أحمد عثمان ، حرية التعبير في برامج المشاركة بالراديو في إطار المسؤولية الاجتماعية للإعلام الإذاعي ، **المؤتمر العلمي السنوي الرابع عشر لكلية الإعلام : الإعلام بين الحرية والمسؤولية** .(القاهرة : كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، 2008)، ج.2، ص 657-734.
- (37) أشرف جلال حسن. حدود الحرية والمسؤولية المهنية في أداء الشبكات الاخبارية الفضائية العالمية وأثرها على اتجاه جمهور الأجانب نحو القضايا العربية: دراسة تطبيقية مقارنة، **المؤتمر العلمي السنوي الرابع عشر لكلية الإعلام: الإعلام بين الحرية والمسؤولية** (القاهرة: كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2008)، ج.1، ص 43-132.
- (38) أميرة سمير. التأثيرات السياسية للقنوات الفضائية المصرية والعربية الخاصة في إطار المسؤولية الاجتماعية، **المؤتمر العلمي السنوي الرابع عشر لكلية الإعلام: الإعلام بين الحرية والمسؤولية** (القاهرة: كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2008)، ج.1، ص 133-183.
- (39) حازم أنور محمد البناء، أخلاقيات الإعلام في الفضائيات العربية الخاصة كما يراها الجمهور المصري، **المؤتمر العلمي السنوي الرابع عشر لكلية الإعلام: الإعلام بين الحرية والمسؤولية** (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2008)، ج.1، ص 183-276.

دور البرامج الحوارية المقدمة بالقنوات الفضائية المصرية في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور المصري نحو القضايا المصرية ما بعد ثورة 25 يناير

- (40) Kathleen Sohar, "A Qualitative investigation of Daily Show Viewers: Symbolic Constructions of identification and credibility", **Unpublished PhD Thesis**, University of Florida, 2005, pp. 106 -125.
- (41) عادل عبد الغفار فرج، "أبعاد المسؤولية الاجتماعية للقنوات الفضائية المصرية الخاصة: دراسة تطبيقية على برامج الرأي المقدمة بقتاة (دريم 2)", **المؤتمر العلمي السنوي التاسع** (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، الجزء الثالث - مايو 2003) ص 825-747.
- (42) Denis Mcquail & Seven Windahl ، **Communication Models**, 2 nd.ed (London and New York : longman, 1995) P. 122.
- (43) K. Viswanath , J.R. Finnegan, J. Hertog and J. D Potter , "Motivation and the Knowledge Gap ، Effets of a Campaign to Reduce Diet- Related Cancer Risk"، **Communication Research** , (vol. 20, No. 4, 1993) pp. 546 – 563.
- (44) Tichenor P. J , G. A . Donohue and C.N. Olien : **op.cit.** pp. 138-176.
- (45) Persoud, A (2001). The Knowledge Gap: A Penny for Your Thought? **Foreign Affairs**, 80 (7), From EBSECO, (Academic Search Elite, on line data base at 25-8-2010.
- (46) عبيد حمدي، مرجع سابق، ص 18.
- (47) محمود إسماعيل ، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير (القاهرة، الدار العالمية ، 1998) ص 284.
- (2) أنظر في ذلك
- J. Werner Severin & J. W Tankard: "**Communication Theories, Origins , Methods and Uses in the Mass Media**, 3rd edition, (New York, Hastings house pub,1982) pp. 230 – 246.
 - Yuko Miyo: "the Knowledge Gap Hypothesis and media dependency, in Robert Bostrom (eds.) **Communication Yearbook**, 7 (Beverly Hills, Sage Pub., 1983) P. 150.
- أمل جابر ، مرجع سابق ، ص 7، 8.
- عزة الكحكي ، مرجع سابق ، ص 72.
- (49) Severin, W. J & Tankard, J. W **Communication Theories: Origins, methods and Uses in The Mass Media**, 5th Ed. Addison (Wesley, Longman, 2007) p. 81.
- (50) Le Mert, J. B Do Televised Presidential Debates help in Form Voters?, **Journal of Broadcasting and Electronic Media**, (Vol. No. 37, 1993) p86.
- (51) Becker, L. and Dwhitney, "Effects of Media Dependencies: Audience Assessment of Government", **Communication Research**,(Vol. 7, 1980), pp. 95-120.
- (52) أمل جابر صالح، مرجع سابق، ص 12.
- (53) سوزان القليني ، علم النفس الإعلامي: المداخل النفسية للإعلام (القاهرة، دار النهضة العربية، 2002) ص 53.
- (54) عزة الكحكي، مرجع سابق، ص 89.
- (55) بشار مطهر، مرجع سابق، ص 43.
- (56) وسام نصر، مرجع سابق، ص 61.

دور البرامج الحوارية المقدمة بالقنوات الفضائية المصرية في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور المصري نحو القضايا المصرية ما بعد ثورة 25 يناير

(57) بسيوني حمادة، وسائل الإعلام والسياسة: دراسة في ترتيب الأولويات، مرجع سابق، ص 258.

(58) عيبر حمدي، مرجع سابق، ص 45.

(59) إيمان جمعة، "التعرض لوسائل الإعلام التقليدية والحديثة وعلاقته بمستوى المعرفة السياسية بأحداث الانتخابات الإسرائيلية لدى الشباب الجامعي المصري: دراسة مقارنة في إطار فرضية فجوة المعرفة"، في: المؤتمر العلمي السنوي السابع "الإعلام وحقوق الإنسان العربي" (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2001) ص 14-187.

(60) إلهام يونس، مرجع سابق، ص 80.

(61) رجح الباحث في هذه النقطة إلى:

- عزة الكحكي، مرجع سابق، ص 83.

- وجدي حلمي، دور قناة نورتيتي في إمداد الجمهور المصري بالمعلومات الصحية في إطار نظريتي الاعتماد وفجوة المعرفة، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة المنيا، كلية الآداب، قسم الإعلام، 2005) ص 60.

- عدنان حسن محمود، "دور قنوات التلفزيون الإقليمية في قضايا التنمية الاجتماعية في مصر"، رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2003).

- إلهام يونس، مرجع سابق، ص 80.

(62) إلهام يونس، مرجع سابق، ص 81.

(63) محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، مرجع سابق، ص 34.

(64) عادل عبد الغفار، أبعاد المسؤولية الاجتماعية للقنوات الفضائية المصرية الخاصة: دراسة تطبيقية على برامج الرأي المقدمة بقناة دريم، أبحاث المؤتمر العلمي السنوي التاسع: أخلاقيات الإعلام بين النظرية والتطبيق، الجزء الأول (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، مايو 2003)، ص 755.

(65) رجح الباحث هذه النقطة الي:

- Baran ,Stanley J.&, Dennis K. Davis, **Mass Communication Theory: Foundations, Ferment, and Future**,(Boston, MA: Wadsworth. 2010).p120-121

- Perkins, M., "International law and Search for Universal Principales in Journalism Ethics". In Journal Yearbook(Vol. 17, No. 2, 2002)

- - Johan Retief, **Media Ethics :An Introduction to Responsible Journalism** (Oxford: University Press, 2002). p.44.

- محمد سعد إبراهيم. الإعلام التنموي والتعددية الحزبية. (القاهرة: دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع، 2011). ص 244

- حسن عماد مكاوي، أخلاقيات العمل الإعلامي -دراسة مقارنة (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 1994)، ص ص 67 – 69.

(66) سارة عبد اللطيف عبد الحليم، المسؤولية الاجتماعية للقنوات الفضائية المصرية الحكومية و الخاصة كما تراها النخبة دراسة تحليلية و ميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2012) ص 13.

(67) Jensen Klaus, **The social origins and uses of media and communication research** (in Jensen p. Klaus (ed) Hand book of media and communication research: Qualitative and Quantities Methodologies Rutledge, London, 2002). P.277.

دور البرامج الحوارية المقدمة بالقنوات الفضائية المصرية في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور المصري نحو القضايا المصرية ما بعد ثورة 25 يناير

- (68) أمال الغزاوي ، دينا أحمد عرابي ، مرجع سابق ، ص 8 .
- (69) جيهان رشتي، الإعلام وقضايا المجتمع، مذكرات منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2000) ص52.
- (70) سمير محمد حسين، بحوث الإعلام: دراسات في مناهج البحث العلمي. ط 2 (القاهرة: عالم الكتب، 1995) ص 131-132.
- (71) سامي طابع، بحوث الإعلام (القاهرة، دار النهضة العربية، 2001) ص 167.
- (**) عرض الباحث الاستمارة على السادة المحكمين التالية أسماؤهم:
- 1- أ. د/ محمود يوسف - استاذ ووكيل كلية الاعلام لخدمة المجتمع بجامعة القاهرة .
- 2- أ. د/ عبد الله محمد عبد الله - أستاذ البحوث الإنسانية بمعهد خادم الحرمين الشريفين لأبحاث الحج - جامعة أم القرى.
- 3- أ. د/ بركات عبد العزيز - استاذ الاذاعة بكلية الاعلام بجامعة القاهرة .
- 4- أ. د/ هويدا مصطفى - استاذ ورئيس قسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الاعلام بجامعة القاهرة .
- 5- أ. د/ خالد صلاح الدين - استاذ الاذاعة بكلية الاعلام بجامعة القاهرة.
- 6- أ. د/ عادل عبدالغفار - استاذ الاذاعة بكلية الاعلام بجامعة القاهرة.
- 7- أ. د/ اسماعيل حسن عبد الباري - استاذ علم الاجتماع بكلية الآداب بجامعة الزقازيق.
- 8- أ. د/ محمد علي غريب - استاذ الاعلام بكلية العلوم الاجتماعية بجامعة أم القرى.
- 9- أ. د/ أمال حسن غزاوي - استاذ الاعلام بكلية الآداب بجامعة الملك عبد العزيز.
- (72) أمال الغزاوي ، دينا أحمد عرابي ، مرجع سابق ، ص 41.
- (73) جيلان محمود، مرجع سابق ، ص 350
- (74) أمال الغزاوي ، دينا أحمد عرابي ، مرجع سابق ، ص 26.
- (75) وليد فتح الله بركات ، مرجع سابق ، ص70
- (76) أميرة سمير ، مرجع سابق ، ص 161.