

البرامج الحوارية فى التلفزيون المصرى وعلاقتها بالحرية والمسئولية الاجتماعية
" دراسة تحليلية "

إعداد

ميادة عبدالعال عبدالعال

إشراف

أ.د/ سامية قدرى
أستاذ علم الاجتماع بكلية البنات
جامعة عين شمس

أ.د/ لىلى عبدالمجيد
أستاذ الإعلام بكلية الاعلام
جامعة القاهرة

"البرامج الحوارية في التلفزيون المصري وعلاقتها بالحرية والمسئولية الاجتماعية" دراسة تحليلية

مقدمة:

برزت في الآونة الأخيرة البرامج الحوارية باعتبارها أحد البرامج التي تناقش الموضوعات التي حظت باهتمام قطاعات عريضة من المشاهدين ، وتهتم بالأحداث والتطورات الجارية ، كما تعالج الموضوعات والقضايا الجماهيرية المثارة في الأوساط الإعلامية ، خاصة وإنما تستند إلى حرية التعبير في إبراز الآراء المختلفة في معالجة قضايا المجتمع ، بل يمكن القول أنها أصبحت تجسد تأثيرات وسائل الإعلام على الفرد والمجتمع ، تلك التأثيرات التي تتمثل في : إمداد الأفراد بمعلومات جديدة ، خلق الصورة الذهنية ، تدعيم الاتجاهات ^١ ، بما تضمنه هذه المفاهيم من مبادئ وقيم ، وتشغل البرامج الحوارية مكانة متميزة ضمن خريطة برامج القنوات التلفزيونية المختلفة^٢، بل وأصبحت جزءاً أساسياً من طقوس الحياة اليومية لكثير من المشاهدين كأحد الآليات التي تستخدم لإعلام الجمهور وإعلانهم بكل ما هو جديد عن تفاصيل حياتهم اليومية ومن خلال ما تقدمه من تقارير وحوارات للإحاطة بما يدور من مجريات الأحداث ، كما أصبحت البرامج الحوارية التي تتناول الشؤون الجارية مصدراً مهماً لاستقاء المعلومات وإثارة النقاش الجماهيري لدى المواطن المصري حول ما يجري في المجتمع ^٣ .

ومع تفاقم الأحداث في مصر اعتمدت عديد من القنوات التلفزيونية على البرامج الحوارية ، حيث طغت تلك البرامج على كل المواد الإعلامية الأخرى وأصبحت مشاهدتها جزءاً أساسياً من طقوس الحياة اليومية لكثير من المشاهدين كنوع من التفاعل مع مجريات الأمور ، فبث البرامج

^١ عادل عبد الغفار فرج ،ديمقراطية الإعلام كما تعكسها البرامج الحوارية الجماهيرية *Talk Shows* المقدمة بالقنوات التلفزيونية المصرية الحكومية والخاصة " ، المؤتمر العلمي الرابع عشر لشعبة علوم الإعلام : وسائل الإعلام الجديدة وأفاق المستقبل ، الأكاديمية الدولية للهندسة وعلوم الإعلام ، مايو ٢٠٠٨
^٢ 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 ، ٢٠٠٧ .

^٣ أمال حسن الغزاوي ، المسئولية الاجتماعية للبرامج الحوارية التلفزيونية اليومية في تناول الأداء الحكومي : دراسة تحليلية ، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام (كلية الإعلام-جامعة القاهرة - المجلد التاسع، العدد الثالث، ٢٠٠٩) ص ص ٦٣-١

على الهواء مباشرة ، ومناقشتها للقضايا الحياتية اليومية المهمة للمواطن يجعل تأثيرها قوياً على الجمهور .

لذلك فإن أهم ما يميز العمل الإعلامي الناجح الدقة والموضوعية والضوابط الأخلاقية والمهنية ، لذلك يمكن توصف بعض الأنشطة الإعلامية المخالفة بأنها خارجة عن الحدود والقواعد الأخلاقية.^٤ لذلك يعد ميثاق الشرف الإعلامي الخطوة الأهم في تحديد حقوق وواجبات للعاملين في مجال الإعلام ، وقد يتضمن ميثاق الشرف الإعلامي عدة مبادئ وبنود فتدور معظمها حول حرية الإعلام وأن الحرية أساس المسؤولية والإعلام الحر هو فقط الجدير بحمل مسؤولية الكلمة وعبء توجيه الرأي العام على أسس حقيقة ، وكما نصت بنود من المبادئ العامة في ميثاق الشرف الإعلامي على أن الاعلام رسالة حوار مشاركة ، وعلى الإعلاميين واجب المحافظة على أصول الحوار ومراعاة حق المشاهد في التعقيب والرد الصحيح ، وحق عامة المواطنين في حرمة حياتهم الخاصة وكرامتهم الإنسانية^٥ ، غير أن الواقع الإعلامي يشير أحيانا إلى غير ذلك فاستخدام الإعلام كأداة في صراعات اجتماعية وسياسية واقتصادية عديدة على مدى عقود طويلة وخضوعه في الوقت نفسه للضغوطات والقيود المفروضة بسبب أنماط الإدارة والملكية ، وكل ذلك أدى إلى الإساءة إلى صورة الإعلام والنيل من مصداقيته لدى الجمهور.^٦

لذا أصبحت مسألة أخلاقيات الممارسة الإعلامية من المسائل البارزة والمطروحة للمناقشة.^٧ فقد عقدت المؤتمرات والندوات وكثيرا من حلقات النقاش حتى في البرامج الحوارية عن الضوابط المهنية والتشريعية وأخلاقيات الممارسة لوسائل الاعلام ، ومن هنا كان لزاماً على الباحثين والمتخصصين في مجال الإعلام دراسة البرامج الحوارية وعلاقتها بمبادئ الحرية والمسؤولية الاجتماعية ، ومدى التزام مقدمي البرامج بمعايير المهنية الإعلامية ، بالإضافة إلى مدى تلبية مضمون البرامج لاحتياجات الجمهور ، وتأتي هذه الدراسة كجزء من هذه الاهتمامات البحثية التي ترصد مدى التزام البرامج الحوارية في التلفزيون المصري بمبادئ الحرية والمسؤولية الاجتماعية .

أولاً: مشكلة الدراسة :

تؤكد الكثير من الدراسات على أهمية الدور الذي يقوم به البرامج الحوارية نظرا لطبيعة العلاقة الوثيقة بين هذه البرامج والموضوعات المثارة حالياً من حيث أنها أداة و وسيلة ذات أهمية لكل

^٤ محمد منير حجاب ، الإعلام والموضوعية في القرن الحادي والعشرين ، رؤية تحليلية نقدية ، دار الفجر للنشر والتوزيع ، ط٢ ، ٢٠١٠ ، ص ١١

^٥ إيلي عبد المجيد ، تشريعات الإعلام (دراسة حالة على مصر) ، العربي للنشر والتوزيع ، القاهرة ، ط١ ، ٢٠٠١ ، ص ٢١٥

^٦ محمد منير حجاب ، الإعلام والموضوعية في القرن الحادي والعشرين ، رؤية تحليلية نقدية ، مرجع سابق ، ص ٤٦

^٧ أشرف فهمة خوخة، التشريعات الإعلامية : بين الرقابة وحرية التعبير ، مكتبة الوفاء القانونية ، القاهرة ، ط ١ ، ٢٠١٣ ، ص ٢٠

من الجمهور والضيوف المشاركين في طرح آرائهم ومواقفهم كما هي وسيلة للمعرفة للإمام بكافة القضايا والمشكلات الاجتماعية والسياسية
وعليه تتحدد مشكلة الدراسة في : التعرف على مدى التزام البرامج الحوارية في التلفزيون المصرى بالحرية والمسئولية الاجتماعية في تغطيتها للأحداث الجارية والقضايا المثارة ، بالإضافة إلى تسليط الضوء على أهم الخصائص المهنية لمقدمى البرامج ، والمقترحات الملائمة لضمان التزام القنوات المصرية بمبادئ الحرية والمسئولية الاجتماعية للإعلام.

ثانياً: تساؤلات الدراسة :

- يتبلور تساؤل الدراسة الرئيسى... ما هي طبيعة وحدود الحرية والمسئولية الاجتماعية في أداء البرامج الحوارية في تغطيتها للأحداث الجارية والقضايا المثارة ؟
ويرتبط بهذا التساؤل الرئيسى عدد من التساؤلات الفرعية التالية:
- ١- ما هي الشروط الواجب توافرها في القائم بالاتصال لهذه البرامج ؟
 - ٢- ما درجة ثقة المبحوثين في محتوى البرامج عينة الدراسة ؟
 - ٣- ما نوع القضايا والموضوعات التي تناولتها البرامج عينة الدراسة ؟
 - ٤- ما مدى ملائمة تخصصات الضيوف للقضايا محل النقاش ؟
 - ٥- كيفية معالجة القضايا والموضوعات داخل البرامج عينة الدراسة التحليلية ؟
 - ٦- ما هي الخصائص المهنية للمقدمى البرامج الحوارية؟
 - ٧- مدى تحقيق المعايير المهنية والأخلاقية المتفق عليها عالمياً وميثاق الشرف الاعلامى وما يقدم في البرامج ؟

ثالثاً: أهمية الدراسة :

تمكن أهمية الدراسة في أن المسئولية الاجتماعية فريضة إعلامية وينبغى على البرامج الحوارية الالتزام بحريتها المسئولة في تغطيتها للأحداث الجارية ومعرفة الخصائص المهنية لمقدمى البرامج وتوصيات الخاصة ضمان التزام القنوات المصرية بمبادئ الحرية والمسئولية الاجتماعية بالإعلام .

رابعاً: أهداف الدراسة :

- ١- التعرف على نوعية الموضوعات والقضايا التي تتناولها هذه البرامج ، والجوانب المهنية والأخلاقية التي تعكسها تلك البرامج.

- ٢- التعرف على حدود وأبعاد المسؤولية الاجتماعية للبرامج الحوارية في إطار نظرية المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام وخاصة التليفزيون ومدى تقديمها لمعالجة إعلامية موضوعية في عرضها للحقائق والمعلومات والآراء المختلفة .
- ٣- قياس مدى وجود علاقة بين نمط ملكية القناة ومستوى التزام البرامج المقدمة بهذه القنوات بالمسؤولية المهنية والاجتماعية

خامساً: فروض الدراسة.

- ١- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين عينة الدراسة بحسب خصائصهم الديموغرافية النوع ، و السن ، المستوى التعليمي) في اتجاهاتهم نحو التزام البرامج الحوارية بمبادئ الحرية والمسؤولية الاجتماعية .
- ٢- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين عينة الدراسة بحسب القنوات التي يحرصون على التعرض لها في اتجاهاتهم نحو التزام البرامج الحوارية بمبادئ الحرية والمسؤولية الاجتماعية .
- ٣- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين عينة الدراسة بحسب خصائصهم الديموغرافية (النوع ، و السن ، المستوى التعليمي) في اتجاهاتهم نحو التزام البرامج الحوارية في كل من القنوات الحكومية والخاصة بالمهنية .
- ٤- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين عينة الدراسة بحسب خصائصهم الديموغرافية (النوع ، و السن ، المستوى التعليمي) في اتجاهاتهم نحو أداء مقدمي البرامج الحوارية في كل من القنوات الحكومية والخاصة.
- ٥- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين عينة الدراسة بحسب خصائصهم الديموغرافية (النوع ، والسن ، المستوى التعليمي) في اتجاهاتهم نحو الأداء الإعلامي بشكل عام .

سادساً: التراث البحثي .

يسهم مسح التراث العلمي اسهاماً كبيراً في بلورة وتطوير المشكلة البحثية وبناء فروضها كما يساعد الباحث في مرحلة تحليل وتفسير النتائج بما يتبعهم من إمكانيات الربط والمقارنة بنتائج الدراسات السابقة ذات الصلة بالدراسة الحالية ، لذلك قد قسمت الباحثة التراث البحثي على محورين .

- أولاً : التراث البحثي المتعلق بالبرامج الحوارية

- ثانيا : التراث البحثى المتعلق بالحرية ونظرية المسؤولية الاجتماعية وتطبيقاتها فى المجال التليفزيونى

تنوع التراث البحثى للدراسة من حيث برامج حوارية سياسية واجتماعية وبرامج اهتمت بحقوق الانسان والمرأة وغيرها من الموضوعات ، كما تم عرض التراث البحثى الذى تناول نظرية المسؤولية الاجتماعية وعلاقتها بالقنوات التليفزيونية حيث اتجهت أغلب الدراسات إلى دراسة الجانب الأخلاقي لوسائل الإعلام المطبوعة.

وقد تمثلت أوجه الاستفادة من تلك الدراسات فى :

- التعرف على أساليب وضع ضوابط ومعايير ومحددات لقياس المسؤولية الاجتماعية للبرامج الحوارية .
- التعرف على مدى اختلاف معايير ، وضوابط المسؤولية الاجتماعية من وسيلة لأخرى ومن جمهور لأخر .
- ساعدت نتائج هذه الدراسات معرفة الباحثة بأهمية موضوع الدراسة ، بالتعرف على البرامج الحوارية التى تشكل المصدر الرئيسى للمعلومات للفئات العمرية المختلفة والمستوى الاجتماعى الاقتصادى .
- ساعدت الدراسات السابقة على معرفة عينات البرامج التى اعتمدت عليها فى الدراسة.

التعليق العام على التراث البحثى.

- أكدت الدراسات السابقة على أهمية دور البرامج الحوارية فى تشكيل اتجاهات الجمهور نحو القضايا المثارة والأحداث الجارية . مما يدعو إلى ضرورة معرفة مدى التزام تلك البرامج بالحرية والمسؤولية الاجتماعية.
- اشتملت الدراسات السابقة التى تناولت البرامج على عينات مختلفة من الجمهور ، حيث اعتمدت بعض الدراسات السابقة على تطبيق الدراسة الميدانية على عينات الجمهور العام من المشاهدين والمستمعين لهذه البرامج ، كما اعتمدت دراسات أخرى على عينات من جمهور الأستوديو فى البرامج الحوارية للتعرف على دورها أثناء البرنامج ، ودراسات أخرى اعتمدت على الجمهور خاصة (طلبة الجامعات ، الشباب ، النساء ، وأعضاء التدريس) وعلى هذا الأساس تشابهت الدراسة الحالية مع تلك الدراسات مع اختلاف فى العينة التى أخذت فى هذه الدراسة

فتنقسم العينة إلى شقين وهما الجمهور العام ، خبراء من الإعلام وهذا ما تجاهلته الدراسات السابقة .

- يتضح من استعراض الدراسات السابقة كثرة الدراسات الميدانية التى أجريت حول البرامج الحوارية أو برامج الرأى الـ Talk Show مقارنة بالدراسات التحليلية التى أجريت حول نفس الموضوع مع اختلاف القضايا التى تم معالجتها وفقاً لطبيعة المجتمعات وعينة الدراسة ، بينما قلت الدراسات التى تناولت الحرية والمسئولية الاجتماعية للأعلام .

- اهتمت أغلب الدراسات - سواء كانت الأجنبية أو العربية - بالبرامج الحوارية المسائية من حيث المضمون والمحتوى ، بينما اهتم البعض الآخر بالبرامج الحوارية النهارية خصوصاً الدراسات الأجنبية، وهذا ما اختلفت الدراسة الحالية فيه من حيث البرامج الحوارية عينة الدراسة التى تتضمن البرامج الحوارية النهارية والمسائية .

- اهتمت العديد من الدراسات برصد دور البرامج الحوارية تجاه متغير محدد ولكن تنطرق إلى المسئولية الاجتماعية لهذه البرامج فى تناول القضايا والأحداث الجارية .

- تتلخص نتائج الدراسات ذات العلاقة بموضوع الدراسة فى تفوق برامج الحوار التلفزيونية بالقنوات الفضائية الخاصة على نظيرتها الحكومية فى إمداد الجمهور بالمعلومات .

- تنوعت المناهج البحثية المستخدمة فى هذه الدراسات إلا أن المنهج الأكثر استخداماً هو منهج المسح ، كما تعددت أدوات جمع البيانات ما بين أدوات كمية كاستمارة استقصاء وأدوات كيفية كدراسة الحالة ، واستخدام تحليل المضمون للبرامج الحوارية .

سابعا :الإطار النظرى .

اعتمدت هذه الدراسة فى بنائها النظرى وتطوير فروضها على نظرية المسئولية الاجتماعية .

- نظرية المسئولية الاجتماعية .

تعد نظرية المسئولية الاجتماعية تعديلاً أو تكييفاً لمبادئ الحرية الإعلامية و توجيهها لخدمة المجتمع فى إطار أخلاقيات الممارسة المهنية التى تحسن فى النهاية أسلوباً للعمل والأداء يخدم حرية الفرد والمجتمع معاً^٥ حيث تقوم على التوازن بين الحرية والمسئولية من خلال إضافة مبادئ جديدين إلى مبادئ النظام الإعلامى الليبرالى يتمثلان فى ضرورة وجود التزام ذاتى من جانب الإعلاميين بمجموعة من المواقف الأخلاقية التى تستهدف تحقيق التوازن بين حرية

^٥ عادل عبد الغفار خليل ، "أبعاد المسئولية الاجتماعية للقنوات الفضائية المصرية الخاصة : دراسة تطبيقية على برامج الرأى المقدمة بقناة دريم ٢ ، دراسة مقدمة للمؤتمر العلمى السنوى التاسع عن أخلاقيات الإعلام بين النظرية والتطبيق" (جامعة القاهرة : كلية الإعلام، مايو ٢٠٠٣)

الإعلام ومصلحة المجتمع ويضاف إلى ذلك الواجب الاجتماعي للإعلام الذي يتمثل في تقديم الأحداث الجارية وتقديم تفسير لها في إطار له معنى ودلالة⁹

وانطلاقاً من الفكرة الرئيسية لنظرية المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام عامة والصحافة خاصة وفي نوع من التوازن بين الحرية والمسئولية 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 مسئولة 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 موثيق الشرف الأخلاقية والقوانين والتشريعات والقيم المهنية وذلك من أجل تحقيق المصلحة العامة¹⁰

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 السياسية والاجتماعية والثقافية والدينية وغيرها من المجالات ويتم تفعيل تلك المبادئ في الواقع الإعلامي من خلال مجموعة من القواعد التنظيمية المعلنة والضمنية ويأتي في مقدمتها القوانين وموثيق الشرف الإعلامية ، شريطة توافر القدر المطلوب من الحرية المسئولة في المجتمع¹¹

وتركز نظرية المسؤولية الاجتماعية على ثلاثة أبعاد أساسية ، يتصل البعد الأول بالوظائف التي ينبغي أن يؤديها الإعلام المعاصر (وظائف سياسية ، تعليمية ، ثقافية ، اقتصادية) ويتصل البعد الثاني بمعايير الأداء الصحفى التي تشكل في مجملها الضوابط الأخلاقية والقانونية التي تحكم ممارسة العمل الصحفى ، والمقصود بها موثيق العمل الصحفى والتشريعات والقوانين والمعايير المهنية التي تضعها الهيئات الصحفية المختلفة ، فضلاً عن المعايير الأخلاقية للقائمين بالاتصال . أما السلوكيات التي ينبغي مراعاتها من جانب الصحفيين لتحقيق مبادئ المسؤولية

⁹ Rivers, William L. Responsibility in Mass Communication (New York Harper and Row , 1969) p 50

¹⁰ Day , Louis Alvin , Ethics in Media Communications : Cases and Controversies, (Australia : Holly J. Allen , 2003) p 38

¹¹ MC Quail, D. Mass Communication Theory. (London: Sage Publication ,2000) p 149

الاجتماعية والأخلاقية أو بمعنى آخر منظومة القيم المهنية التى تحكم سلوكيات الصحفيين فى أداء وظائفهم^{١٢}

وتشكل معايير الأداء الإعلامى فى مجالها العام للضوابط الأخلاقية والقانونية التى تحكم ممارسة العمل الإعلامى فى إطار من المسئولية 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 الرأى العام فى الأحداث الجارية .^{١٣}

وتقضى الضوابط الأخلاقية والقانونية لوسائل الإعلام بالآتى :

١- الحق فى الخصوصية

٢- الحق فى محاكمة عادلة

٣- الموضوعية

وتستفيد الباحثة من نظرية المسئولية الاجتماعية فى التعرف على مدى التزام البرامج الحوارية فى التلفزيون المصرى وعلاقتها بالحرية والمسئولية الاجتماعية ، وكذلك اختبار الوظائف الأساسية التى يقدمها التلفزيون المصرى فى ضوء الوظائف الأساسية التى حددتها نظرية المسئولية الاجتماعية لوسائل الإعلام لمعرفة حدود وأبعاد المسئولية الاجتماعية والأخلاقية لدى عينة الدراسة .

ثامنا : منهج الدراسة .

أ- نوع الدراسة :

تندرج هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية Descriptive التى تصف ظاهرة معينة ، وهى ظاهرة مدى التزام البرامج الحوارية فى التلفزيون المصرى وعلاقتها بالحرية والمسئولية الاجتماعية ، حيث تم جمع بيانات الظاهرة وتصنيفها وتحليلها ، وفسرت هذه البيانات وحللت تحليلاً شاملاً ، فتم استخلاص النتائج والدلالات التى يمكن أن تبنى عليها فروض إيضاحية أو تفسيرية .^{١٤}

ب- منهج الدراسة :

¹²Day , Louis Alvin , Ethics in Media Communications : Cases and Controversies, (Australia : Holly J. Allen , 2003) p 38

¹³ Wenrner J. Severin , James W:Tankard JR. " Communication Theories : Origins , Methods ,Uses"(New- York – London: longman 1992) pp 213-214

^{١٤} بركات عبد العزيز ، أسس مناهج البحث الإعلامى (القاهرة : المكتبة العالمية للنشر والتوزيع ، ٢٠١٤)

اعتمدت هذه الدراسة على منهج المسح الإعلامى ومنهج تحليل المضمون تعد هذه الدراسة من البحوث الوصفية التى تستهدف تصوير وتحليل ووصف وتقرير خصائص ظاهرة معينة أو موقف معين أو مجموعة معينة بهدف الحصول على معلومات كافية ودقيقة عنها ولا تقف عند حد جمع البيانات وإنما يمتد مجالها إلى تصنيف البيانات والحقائق التى تم جمعها وتفسيرها وتحليلها واستخلاص نتائج ودلالات منها^{١٥}. فالبحوث الوصفية هى " تلك البحوث التى تستهدف وصف موضوع معين كما هو فى الواقع الحالى من حيث الخصائص العامة والتفصيلية للموضوع بما فيه من متغيرات وعناصر وعلاقات ومؤثرات وذلك باستخدام المنهج العلمى فى كافة إجراءات البحث^{١٦} ، وتعتمد الدراسة على منهج المسح بشقيه الوصفى والتحليلى ، وفى إطاره يتم استخدام تحليل والمضمون ، ومسح الجمهور ، ومسح القائم بالاتصال .

وفى الدراسة الحالية تم استخدام منهج المسح الإعلامى فى الدراسة لوصف وتحليل البرامج عينة الدراسة ، والتعرف على مدى التزام البرامج الحوارية بالتليفزيون المصرى بمبادئ الحرية والمسئولية الاجتماعية ، بالإضافة إلى دراسة القائمين بالاتصال فى مجال الإعلام بهدف الوصول إلى فهم شامل لكل جوانب موضوع الدراسة ، حيث يتجسد وصف الظاهرة أو الموضوع من خلال جهد علمى منظم يتضمن جمع بيانات كافية عن الموضوع أو الظاهرة خلال فترة زمنية معينة وسياق مكانى معين ، ثم تنظيم تلك البيانات ومعالجتها و الوصول إلى إجابة حاسمة على تساؤلات أو التحقق من فروض معينة ، بما يلقى الضوء على جوانب الموضوع أو الظاهرة مجال البحث سواء من خلال تكوين القاعدة الأساسية من المعلومات ، أو من خلال التقييم القياسى لوضع معين^{١٧}.

ج- أسلوب جمع البيانات :

تم جمع بيانات هذه الدراسة عن طريق أداة المسح الميدانى "صحيفة الاستبيان" لتحقيق أهداف الدراسة ، وفروضها التى اشتملت على عدة محاور للتعرف على مدى التزام البرامج الحوارية فى التليفزيون المصرى وعلاقتها بالحرية والمسئولية الاجتماعية ، وقد تم ضبط الاستمارة على النحو الآتى :

صدق الاستمارة: تم عرض الاستمارة على مجموعة من الأساتذة المحكمين الذين اقرروا بأن أدوات جمع البيانات تخدم أهداف الدراسة ، وذلك بعد إجراء بعض التعديلات التى أبدتها البعض .

^{١٥} سمير محمد حسين ، بحوث الإعلام (القاهرة : عالم الكتب ، ١٩٩٥) ص ١٣١

^{١٦} بركات عبد العزيز ، مرجع سابق

^{١٧} بركات عبد العزيز ، مرجع سابق

ثبات الاستمارة : تم إجراء اختبار قبلي (Test-Re-Test) لقياس الثبات ، بعد تصميم الاستمارة وذلك من خلال تطبيق الاستمارة على ١٠ % من عينة الدراسة (٤٠) مفردة ، ثم إعادة تطبيقها مرة ثانية بعد ثلاثة أسابيع على نفس المفردات ، ووجد تطابق لأغلب الأسئلة التي تم قياس ثباتها ، وبلغ معامل الثبات الكلي ٩٥% وهي درجة مقبولة وهي درجة مقبولة لثبات الاستمارة وهذا يعني أن الاستمارة قابلة للتطبيق .

- استمارة تحليل المضمون: أجريت على مجموعة من البرامج الحوارية بالتليفزيون المصرى ، قامت الباحثة بإجراء الثبات مع زميلين من كلية الإعلام جامعة القاهرة ، وقامت الباحثة بتزويدهما بالتعريفات الإجرائية الخاصة بفئات التحليل، وقد أجرى الثبات على عينة مختارة من البرامج الحوارية التي تضمنتها عينة الدراسة، وقد تم اختيار هذه النشرات بشكل يكون ممثلاً لعينة الدراسة، حيث تم اختيار حلقات من البرامج التي تضمنها الشهر الأول من عينة الدراسة وحلقات من التي تضمنها الشهر الثانى من عينة الدراسة وحلقات من التي تضمنها الشهر الثالث من عينة الدراسة.

وقامت الباحثة بإجراء الثبات وفقاً للخطوات التالية:

$$\text{عدد حالات الثبات} = \frac{\text{عدد الزملاء المحكمين للصحيفة} \times \text{عددهم جميعاً}}{\text{عدد الزملاء المحكمين للصحيفة}}$$

$$\text{عدد حالات الثبات} = 2 \times 2 = 4 = 2 \text{ حالة}$$

٢

إذا رمزنا للمحللين بالرموز أ، ب، تكون حالات الثبات هي: أ.ب.

$$\text{وبالتالى حالات الثبات هي: ثبات أ ب} = \frac{\text{عدد مرات الاتفاق}}{\text{عدد الفئات الكلية}} = 89$$

عدد الفئات الكلية

إن قيمة الثبات تبلغ ٨٩ % وهي نسبة عالية تدل على وضوح المقياس بين المحللين وصلاحيته للتطبيق.

- عينة الدراسة:

قد قامت الباحثة بعمل دراسة استطلاعية لعينة من الجمهور لى تقيس مدى متابعة جمهور المصرى للبرامج الحوارية فى التليفزيون المصرى ، وجاءت مؤشرات نتائج هذه الدراسة تؤكد اهتمام الجمهور بهذه البرامج ومتابعتهم لها ، حيث أنهم يشاهدون البرامج الحوارية نظراً إلى إنها تقدم لهم متابعة مستمرة للأحداث الجارية وتقديم تفسيرات ورؤى تحليلية للقضايا المثيرة على الساحة .

تنقسم عينة الدراسة إلى عينة تحليل مضمون من البرامج الحوارية المذاعة على التلفزيون المصري ، عينة من الجمهور ، وإجراء مقابلة مع القائمين بالاتصال في مجال الإعلام - عينة الدراسة التحليلية " استمارة تحليل المضمون "

اهتمت عينة الدراسة التحليلية بالبرامج الحوارية ذات القضايا العامة في كل من القناة الأولى و قناة صوت الشعب بقنوات التلفزيون المصري الحكومي ، وقناة دريم وقناة صدى البلد وقناة Cbc بقنوات المصرية الخاصة ، حيث أجريت دراسة تحليلية من ١ يناير ٢٠١٧ حتى ٣١ مارس ٢٠١٧ ، اشتملت العينة على (٦) برامج.

جدول رقم (١)

يوضح ماهية البرامج الحوارية عينة الدراسة التحليلية

اسم البرنامج	القناة	دورية إذاعته	عدد الحلقات	مدته	أسلوب بثه
صباح الخير يا مصر	الأولى	يومي	٩٠	أكثر من ساعتين	بث مباشر
ملفات	صوت الشعب	من السبت إلى الخميس	٦٠	أكثر من ساعة	بث مباشر
من ماسبيرو	الأولى	من السبت إلى الخميس	٦٠	أكثر ساعة	بث مباشر
العاشرة مساءً	دريم	من السبت إلى الأربعاء	٥٨	أكثر من ساعتان	بث مباشر
هنا العاصمة	Cbc	من السبت إلى الثلاثاء	٤٨	أكثر من ساعتان	بث مباشر
على مسئوليتي	صدى البلد	يومي	٩٠	أكثر من ساعتان	بث مباشر

عينة الدراسة: طبقت الدراسة على عينة قوامها (٤٠٠) مفردة من مشاهدى البرامج الحوارية فى التلفزيون المصرى

وقد شملت معايير اختيار القنوات التلفزيونية ما يلى :

- ١- مكانة القناة فى الوسط التلفزيونى من حيث النشأة والتطور
- ٢- اتساع دائرة تأثير القناة التلفزيونية على الجمهور العام
- ٣- تنوع مضامين البرامج التى تقدمها اجتماعيا وسياسيا واقتصاديا وثقافيا
- ٤- تمثيل أنماط الملكية المختلفة للقنوات التلفزيونية داخل الدولة

وقد شملت معايير اختيار البرامج التلفزيونية

ركزت العينة المختارة على البرامج الحوارية الجماهيرية ذات الشعبية الواسعة والتأثير المتنامى فى الرأى العام بالقنوات التلفزيونية المختارة للدراسة ، وفى ضوء نتائج الدراسة الاستطلاعية ، قامت الباحثة بتحديد القنوات والبرامج عينة الدراسة التحليلية وشرح مبررات اختيارها واسماء البرامج وهى برنامج صباح الخير يا مصر ، برنامج ملفات ، برنامج من ماسبيرو ، برنامج هنا العاصمة ، برنامج على المسئوليتى ، العاشرة مساءً

جدول (٢)

الخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة

النوع	الخصائص الديموغرافية	ك	%
النوع	ذكور	٢٠٠	%٥٠
	إناث	٢٠٠	%٥٠
السن	من ٢٠ لأقل من ٣٠ سنة	٧٦	%١٩
	من ٣٠ لأقل من ٤٠ سنة	١٢٧	%٣١,٨
	من ٤٠ لأقل من ٥٠ سنة	١١١	%٢٧,٨
	من ٥٠ لأقل من ٦٠ سنة	٦٤	%١٦
	٦٠ سنة فأكثر	٢٢	%٥,٤
المستوى التعليمي	تقرأ وتكتب	٥٣	%١٣,٣
	مؤهل متوسط أو فوق المتوسط	١٣٠	%٣٢,٤
	مؤهل جامعي	١٦٤	%٤١
	مؤهل فوق الجامعي	٥٣	%١٣,٣

الخصائص الديموغرافية	ك	%
لا يعمل	٤٢	١٠,٤%
طالب	٨٩	٢٢,٣%
موظف حكومي	١٠٩	٢٧,٣%
موظف قطاع خاص	١٠٠	٢٥%
صاحب أعمال حرة	٦٠	١٥%

تاسعاً : خلاصة نتائج الدراسة والتوصيات .

أظهرت الدراسة الخاصة بـ " البرامج الحوارية في التلفزيون المصري وعلاقتها بالحرية والمسئولية الاجتماعية ، حيث هدفت الدراسة إلى معرفة مدى التزام البرامج الحوارية بمبادئ الحرية والمسئولية الاجتماعية ، و مدى رضا المبحوثين عن أداء القائم بالاتصال ، وأسباب متابعة البرامج الحوارية ، ومعرفة تأثير المتغيرات الديموغرافية المتعلقة بذلك .

أولاً : أهم نتائج الدراسة التحليلية .

١- ارتفعت نسبة البرامج الحوارية المباشرة في القنوات محل الدراسة ،حيث وصلت نسبتها إلى ١٠٠% .

٢- فيما يتعلق بنوعية القضايا التي تناقشها البرامج عينة الدراسة ، جاءت القضايا الثقافية في المقدمة بنسبة ٥٠,٥% ، وجاء في الترتيب الثاني القضايا السياسية بنسبة ٤٧,٨% ، ثم القضايا الاجتماعية بنسبة ٤٤% ، ثم القضايا الدينية بنسبة ٣٥,٣% ، ثم القضايا الصحية بنسبة ٢٩,٥% ، وجاءت في النهاية القضايا الرياضية بنسبة ٣٢,٧%

٣- لقد جاء في مقدمة إيجابيات أداء القائم بالاتصال بالبرامج " احترام المشاهد في تقديم المواد الإعلامية الجادة " بنسبة ٩٥,٨% ، وجاء في الترتيب الثاني " العمل من أجل المصلحة العامة والابتعاد المصلحة الشخصية بنسبة ٨٨,٨% ، ثم اختيار العناوين الجذابة البعيدة التهويل والخداع بنسبة ٨٢,١% ، وجاء في النهاية تبني اتجاهات الجمهور بنسبة ٦٢,٥% .

٤- لقد جاء في مقدمة سلبيات أداء القائم بالاتصال بالبرامج "نشر أمور من شأنها التأثير بالسلب على المجتمع و ترك إدارة الحوار للضيف بنسبة ٣٦,٧% ، جاء في الترتيب الثاني "الخلط بين الإعلام والإعلان وكذلك الخبر والرأى " بنسبة ٢٤% ، ثم السخرية من آراء الجمهور بنسبة ١٤,١% ، وجاء في النهاية " عدم الاهتمام بالأحداث الجارية بنسبة ٠,٦% .

- ٥- تعددت وتتنوع تخصصات ضيوف البرنامج عينة الدراسة ، حيث جاء الشخصيات الحكومية في المقدمة بنسبة ٣٤,٨% / وجاء في الترتيب الثاني الشخصيات الإعلامية بنسبة ٢٤,٤% ، وجاء في نهاية الترتيب الشخصيات البرلمانية بنسبة ١,٧% .
- ٦- جاء علاقة الضيوف و ملائمتهم مع الموضوع المطروح في البرنامج في المرتبة الأولى بنسبة ٨٩% ، وجاء عدم ملائمة تخصصات الضيوف للموضوع المطروح بنسبة ١١% .
- ٧- فيما يتعلق بأبعاد معالجة البرامج عينة الدراسة ، جاء في المقدمة " التعريف بالموضوع" بنسبة ٧٦,١% ، وجاء اقتراح حلول للمشكلات المعروضة بنسبة ٥٨,٩% ، ثم شرح الأسباب التي أدت إلى ظهور المشكلات المتعلقة بالقضايا والموضوعات بنسبة ٥٨,١% ، وجاء في الترتيب الأخير متابعة المشكلة المعروضة بنسبة ٤٤,٩% .
- ٨- أشارت النتائج إلى أن أخلاقيات الحوار بين ضيوف البرنامج تقوم على الأحرار المتبادل للآراء بنسبة ٨٠,٩% ، وجاءت في المقدمة البرامج الحوارية في القنوات الحكومية بنسبة ١٠٠% .
- ٩- لقد جاء البعدان "احترام المبادئ السياسية للمجتمع و احترام كافة فئات المجتمع " في المقدمة بأبعاد المسؤولية الأخلاقية بنسبة ١٠٠% ، ثم البعد خاص بـ" الدفاع عن المصالح العامة للمجتمع بنسبة ٩٨,٣% ، وجاء في الترتيب الرابع " احترام القيم الدينية والأخلاقية للمجتمع بنسبة ٨٣,٥% ، وجاء في النهاية احترام حق الجمهور في المعرفة بنسبة ٧٨,٢% .
- ١٠- فيما يتعلق بمدى تلبية المضمون البرامج الحوارية لاحتياجات الجمهور ، جاءت متفقة بنسبة ٦٨,١% . وجاء في الترتيب الثاني متفقة إلى حد ما بنسبة ٣٠,٦% ، وجاء في الترتيب الأخير غير متفقة بنسبة ١,٣% .

ثانيا :أهم نتائج الدراسة الميدانية :

- ١- تظهر النتائج أن نسبة من يتابعون البرامج الحوارية بشكل دائم، جاءت بنسبة (٤١,٤%) ، وأحيانا بنسبة (٣٧,٧%) ، وجاءت في النهاية نادرا ما يشاهدون البرامج الحوارية حيث بلغت نسبتهم (٢٠,٨%)
- ٢- فيما يتعلق بأسباب متابعة البرامج الحوارية جاء في المقدمة أن وقت عرضها مناسب للمبشرين عينة الدراسة بنسبة ٦٧,٥% ، وفي الترتيب الثاني "متابعة القضايا والأحداث الجارية بنسبة ٦٢,٥% ، وجاء في الترتيب الثالث "تكوين رأى عن القضايا والأحداث بنسبة ٤٩,٥% ، جاء في النهاية جراًها في تناول القضايا بنسبة ١٩,٥% .
- ٣- وقد أوضحت النتائج فيما يتعلق بدرجة الاعتماد على البرامج الحوارية في الحصول على المعلومات ، تبين أن أغلب العينة "يعتمدون عليها إلى حد ما بنسبة ٢٩,٥% ، وفي الترتيب

- الثانى "يعتمدون عليها بدرجة قليلة بنسبة ٢٥,٧ % ، ثم "يعتمدون عليها بدرجة كبيرة بنسبة ٢٥,٣ % ، وفى النهاية " لا يعتمدون عليها على الإطلاق ١٩,٥ %
- ٤- أشارت النتائج إلى أن أكثر ما يجذب انتباه المبحوثين لمتابعة إحدى القضايا أو الأحداث فى البرامج الحوارية هو المضمون نفسه بنسبة ٧٢ % ، وفى الترتيب الثانى الموضوع الذى يقدمه البرنامج وبهم الرأى العام بنسبة ٦٠,٨ % ، وتأتى اسم وشهرة مقدم البرنامج بنسبة ٣٧,٨ % ، وفى النهاية جاءت الشخصيات التى يستضيفها البرنامج بنسبة ٣٣,٣ % .
- ٥- أوضحت النتائج أن أغلب عينة الدراسة بنسبة ٤٧,٥ % أن البرامج الحوارية أحيانا ما تعرض كل القضايا التى تهم المبحوثين ، وفى الترتيب الثانى تأتى نسبة " نعم " بنسبة ٢٨,٥ % ، وجاءت فى النهاية " لا " بنسبة ٢٤ % .
- ٦- أشارت النتائج أن المبحوثين يحرصون على مشاهدة القنوات الحكومية والخاصة بنسبة ٧٣,٧ % ، بينما تقاربت بنسبة المشاهدة بين القنوات الحكومية فقط والقنوات الخاصة فقط .
- ٧- فيما يتعلق بأكثر قنوات التلفزيون المصرى الحكومى مشاهدة لدى المبحوثين ، جاءت فى مقدمة القنوات " القناة الأولى بنسبة ٢٥,٣ % ، وفى الترتيب الثانى القناة الفضائية المصرية بنسبة ١٨,٤ % ، ثم تأتى فى المرتبة الثالثة القناة الثانية بنسبة ١٢,٦ % ، وجاءت فى النهاية قناة النيل الدولية بنسبة ٧,٢ % .
- ٨- أوضحت النتائج فيما يتعلق بدرجة رضا المبحوثين عينة الدراسة عن أداء القنوات الحكومية أن أغلب العينة "راضون إلى حد ما " بنسبة ٤٦,٣ % ، أما "الراضون بدرجة كبيرة بنسبة " ٢٨,٤ % ، وجاء فى النهاية " غير الراضون " بنسبة ٢٥,٣ % .
- ٩- فيما يتعلق بأسباب عدم رضا عينة الدراسة عن أداء البرامج الحوارية فى القنوات الحكومية ، فقد جاء السبب " عدم تنوع القضايا المطروحة فى البرامج بشكل كبير " فى مقدمة الأسباب بنسبة ٩٤,٣ % ، يليه "التركيز على قضايا وتغفل قضايا أخرى رغم أهميتها بنسبة ٧٨,٤ % ، وجاء فى الترتيب الثالث " أنها لا تتمتع بالموضوعية والمصداقية فى تناول القضايا والأحداث بنسبة ٧٣,٩ % ، وجاء فى الترتيب الأخير "أنها لا تحكمها خطة إعلامية" بنسبة ٣٦,٨ % .
- ١٠- تظهر النتائج المتعلقة بسمات المضمون الإعلامى بالبرامج الحوارية فى القنوات الحكومية أن الموضوعية والحياد جاء فى مقدمة السمات بوزن نسبى بلغ ٨٣,٨ % ، وجاء فى الترتيب الثانى " مراعاة أخلاقيات الحوار" بنسبة ٨٣ % ، وتليها ملائمة الضيوف للقضايا المطروحة للنقاش بنسبة ٨٢,٣ % ، وجاء فى النهاية أن البرامج الحوارية تمتلك الحرية المسئولة بنسبة ٦٨,٧ % .

- ١١- فيما يتعلق بأكثر القنوات الفضائية المصرية مشاهدة لدى المبحوثين عينة الدراسة ، جاءت في المقدمة " قناة صدى البلد " بنسبة ٦٢,٨% ، وفي الترتيب الثاني قناة النهار بنسبة ٦٠,٨% ، وتليها قناة Cbc بنسبة ٦٠,٢% ، وجاءت في النهاية قناة المحور بنسبة ٢١% .
- ١٢- أوضحت النتائج فيما يتعلق بدرجة رضا المبحوثين عينة الدراسة عن أداء القنوات الخاصة فإن أغلب العينة " راضون إلى حد ما " بنسبة ٤٤,٧% ، أما " غير الراضون " بلغت نسبتهم ٣٨% ، وجاء " الراضون بدرجة كبيرة " بنسبة ١٧,٣% .
- ١٣- فيما يتعلق بأسباب عدم رضا عينة الدراسة عن أداء البرامج الحوارية في القنوات الخاصة ، فقد جاء السبب " لا تتمتع بالقدر الكافي من الحرية في مناقشتها للقضايا المطروحة في مقدمة الأسباب بنسبة ٧٣,٥% ، تليها " تعرض رأياً واحداً ولا تقدم الرأي الآخر بنسبة ٧٠,٥% ، وفي الترتيب الثالث أنها لا تتمتع بالموضوعية والمصادقية في تناول القضايا والأحداث بنسبة ٦٩,٧% ، وجاء في الترتيب الأخير عدم تنوعها في القضايا المطروحة في البرامج بشكل كبير بنسبة ٤٢,٤% .
- ١٤- فيما يتعلق بالقنوات الأكثر التزاماً بمبادئ المسؤولية الاجتماعية للإعلام من وجهة نظر المبحوثين ، فقد جاءت القنوات الحكومية أكثر التزاماً من القنوات الخاصة بنسبة ٥٧% ، وبينما جاءت درجة التزام القنوات الخاصة بمبادئ المسؤولية الاجتماعية للإعلام بنسبة ٣٠,٨% ، بينما ترى نسبة ١٢,٢% أن القنوات الحكومية والقنوات الخاصة ملتزمان بمبادئ الحرية والمسؤولية الاجتماعية للإعلام .
- ١٥- أظهرت النتائج الخاصة بالخصائص المهنية لأداء البرامج الحوارية في القنوات الحكومية أن الفصل بين الرأي والخبر جاء في مقدمة الخصائص بنسبة ٨٠,٣% وفقاً للوزن النسبي ، وجاء في الترتيب الثاني الموضوعية والحياد في عرض القضايا المطروحة بنسبة والعمل من أجل المصلحة العامة والابتعاد عن تفضيل المصلحة الشخصية بنسبة ٧٩,٤% ، ثم المعرفة الكاملة بكل أطراف الموضوع بنسبة ٧٩% .
- ١٦- كما أظهرت النتائج المتعلقة بالخصائص المهنية لأداء البرامج الحوارية في القنوات الخاصة أن استخدام وسائل الإيضاح والبراهين جاءت في المقدمة الخصائص بنسبة ٧٢,٥% ، وتأتي في المرتبة الثانية تبنى اتجاهات الجمهور بنسبة ٦٤,٨% ، وجاء في الترتيب الثالث قدرة مقدمي البرامج على إدارة الحوار بنسبة ٦٤,٥% ، وجاء في الترتيب الأخير الفصل بين الرأي والخبر بنسبة ٥٦,٤% .
- ١٧- أوضحت النتائج أن تأثير الخصائص المهنية لمقدمي البرامج الحوارية على صورتهم الإعلامية ، تؤثر بشكل كبير بنسبة ٥٢,٥% ، وترى نسبة ٣٦,٥% أن الخصائص المهنية تؤثر

بشكل ضعيف على صورة الإعلامى ، بينما جاءت نسبة ١١% أن الخصائص المهنية لا تؤثر على صورتهم الإعلامى .

١٨- فيما يتعلق بالنتائج المتعلقة بجوانب قصور الأداء الإعلامى فى القنوات الحكومية ، جاءت فى المرتبة الأولى التركيز على إيجابيات المجتمع وتجاهل السلبيات بنسبة ٨٠,٣% ، وفى المرتبة الثانية ترك إدارة الحوار للضيف بنسبة ٧٦,٧% ، ثم طرح أسئلة إيحائية بنسبة ٦٩,٢% ، تليها عدم الاهتمام بالأحداث الجارية . وجاء فى النهاية استخدام ألفاظ وعبارات تهبط بالمستوى اللغوى للجمهور بنسبة ٤٥,٣% .

١٩- أظهرت النتائج المتعلقة بجوانب قصور الأداء الإعلامى فى القنوات الخاصة أن طرح أسئلة إيحائية جاء فى المقدمة بنسبة ٧٦,٩% ، وفى المرتبة الثانية ترك إدارة الحوار للضيف بنسبة ٧٦,٥% ، وتليها التركيز على سلبيات المجتمع وتجاهل الإيجابيات بنسبة ٧٥,٣% ، وجاء فى النهاية عدم الاهتمام بالأحداث الجارية بنسبة ٥٢,٦% .

٢٠- أوضحت استجابات عينة الدراسة على العبارات المرتبطة بمبادئ الحرية والمسئولية الاجتماعية للإعلام ، أن مسئولية الإعلام هى الحفاظ الأمن والسلم الاجتماعى للمجتمع وأفراده والنهوض الثقافى والاجتماعى بالمجتمع جاءت فى المقدمة بنسبة ٧٨,٩% ، وجاءت "وجود الحرية المسؤولة وليست الحرية المطلقة بنسبة ٧٧,١% ، وقد جاءت عبارة "الدقة والموضوعية ضرورة مهمة للرسالة الإعلامية المقدمة بنسبة ٧٣,٨% ، وجاءت فى نهاية اختيارات عينة الدراسة عبارة " أن الإثارة الإعلامية تعد وسيلة لجذب المشاهد بنسبة ٦٩%

٢١- تشير نتائج الدراسة الخاصة بموقف عينة الدراسة من البرامج الحوارية وما تعرضه من مواد إعلامية أن نسبة ٨٢,٦% من عينة الدراسة ترى أن الخصائص والسمات الشخصية للقائم بالاتصال تؤثر على عمله والمواد الإعلامية التى يقدمها ، بينما ترى نسبة ٨٠,٣% أن هناك مسئوليات مشتركة تتحملها الجهات المالكة لوسائل الإعلام من وجهة وتلك التى يتحملها الإعلاميون العاملون فى هذه الوسائل ، وجاءت فى أن البرامج الحوارية الخاصة لا تسعى لإثارة البلبلة والفتن .

٢٢- فيما يتعلق بدرجة موافقة عينة الدراسة على مقياس العبارات الخاصة بالمقترحات لضمان التزام قنوات التلفزيون المصرى (الحكومى والخاص) بمبادئ الحرية والمسئولية الاجتماعية للإعلام ، أشارت النتائج إلى أن عبارة " وجود آلية لتفعيل وتنفيذ القوانين والمواثيق جاءت فى المرتبة الأولى بنسبة بنسبة ٧٨,٨% ، وفى الترتيب الثانى " إنه لابد من وجود تنمية للممارسة الإعلامية والأرتقاء بمستواها العلمى والأخلاقى ، ثم إنشاء المجلس الوطنى للإعلام ٧٥,٨% ، وجاء المقترح الخاص بـ"إنشاء مراكز مستقلة غير تجارية بهدف تطوير الإعلام الوطنى " فى نهاية اختيارات المبحوثين بنسبة ٦٥,٩% .

وفيما يتعلق بنتائج اختبارات الفروض ، فكانت كما يلي :

- ١- أثبتت الدراسة صحة جزئية بالفرض الخاص بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين عينة الدراسة بحسب خصائصهم الديموغرافية (النوع، والسن، المستوى التعليمي) في اتجاهاتهم نحو التزام البرامج الحوارية في كل من القنوات الحكومية والخاصة بالمهنية ، حيث ثبت صحة الفرض بوجود علاقة من حيث (النوع بالقنوات الحكومية ، والسن بالقنوات الحكومية والخاصة) ولم يثبت صحته بوجود علاقة من حيث (النوع بالقنوات الخاصة ، والمؤهل بالقنوات الحكومية والخاصة)
- ٢- عدم قبول الفرض العلمي الخاص بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين عينة الدراسة بحسب خصائصهم الديموغرافية (النوع، والسن، المستوى التعليمي) في اتجاهاتهم نحو أداء مقدمي البرامج الحوارية في كل من القنوات الحكومية والخاصة
- ٣- أثبتت الدراسة صحة جزئية بالفرض الخاص بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين عينة الدراسة بحسب خصائصهم الديموغرافية (النوع، والسن، المستوى التعليمي) في اتجاهاتهم نحو التزام البرامج الحوارية بمبادئ الحرية والمسئولية الاجتماعية ، حيث ثبت صحة الفرض بوجود علاقة من حيث (السن، والمؤهل) ولم يثبت صحته بوجود علاقة من حيث النوع
- ٤- عدم قبول الفرض العلمي الخاص بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين عينة الدراسة بحسب خصائصهم الديموغرافية (النوع، والسن، المستوى التعليمي) في اتجاهاتهم نحو الأداء الإعلامي بشكل عام
- ٥- عدم قبول الفرض العلمي الخاص بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين عينة الدراسة بحسب القنوات التي يحرصون على التعرض لها في اتجاهاتهم نحو التزام البرامج الحوارية بمبادئ الحرية والمسئولية الاجتماعية

ثالثاً: توصيات الدراسة.

وبعد كل ذلك يمكن للدراسة أن تقترح بعض من التوصيات لتفعيل التزام البرامج الحوارية بمبادئ الحرية والمسئولية الاجتماعية

- ضرورة الاهتمام بالقضايا ومتابعتها والعمل على إيجاد حلول لها وليس الاكتفاء بعرضها فقط
- يجب على مقدمي البرامج مراعاة التوازن بين الحرية المسئولة والحرية المطلقة في تناول الموضوعات ، بجنب مراعاة الضوابط الأخلاقية أثناء تناول الموضوعات والفصل بين الرأي والخبر والالتزام بالحيادية عند تقديم البرامج .

- العمل على أن لا يكون لملكية أو سياسة القنوات تدخل سلبي فى البرامج الحوارية ، وأن لا ينعكس ذلك على الأداء الإعلامى سلبا
- يجب أن تكون هناك آلية لتفعيل القوانين ومتابعة مدى التزام مقدمى البرامج بأخلاقيات المهنة ، والمعاقبة القانونية فى حالة التجاوز .
- ضرورة تبنى القنوات التليفزيونية لأجندة واضحة متكاملة فيما يتعلق بالقضايا المطروحة وخاصة فى البرامج الحوارية بحيث تعالج هذت القضايا بطريقة مباشرة وأكثر عمقا لتساهم فى تكوين المعارف والاتجاهات الايجابية نحو قضايا المجتمع .
- معالجة أوجه القصور فى أغلب البرامج الحوارية من حيث المشاركة الجماهيرية فى مناقشة القضايا المطروحة .
- ضرورة تعاون مشترك بين رؤساء القنوات ومعدى ومقدمى البرامج الحوارية من أجل الخروج بميثاق شرف للمهنة والاتفاق على مبادئ ثابتة يلتزم بها الجميع .
- ضرورة اهتمام القائمين على البرامج الحوارية بأن يكون هناك تنوع نوعى وعمرى فى اختيار ضيوف البرامج الحوارية
- أن يكون هناك متابعة للرأى العام المصرى من حيث طبيعة احتياجاته المعرفية والمعلوماتية من خلال إجراء استطلاعات رأى شهرية بخصوص القضايا التى يُفضل متابعتها ، وكذلك رأيه فيما تم بثه من مضامين ، حتى تراعى هذه النتائج فيما بعد
- ضرورة وجود ميثاق شرف إعلامى مصرى ، من أجل تطبيق المعايير المهنية والأخلاقية
- ضرورة إجراء المزيد من الدراسات المستقبلية من قبل الباحثين حول البرامج الحوارية ومدى التزامها بمسئوليتها الاجتماعية
- إجراء المزيد من البحوث العلمية على القائم بالاتصال ودراسة تأثير الخصائص المهنية على صورته الإعلامية
- دراسة تحليلية لتقييم أداء البرامج الحوارية فى وقت الصراعات والأزمات
- دراسة تأثيرات شخصية الضيف فى البرامج الحوارية

قائمة المراجع

أولاً : المراجع العربية

- ١- — ، حرية الصحافة و الأعلام وحقوق الأئسان فى الوطن العربي ، المركز العربي للدراسات الإعلامية ، ١٩٩٣
- ٢- إبراهيم إمام ، الإعلام الاتصال بالجماهير ، القاهرة ، مكتبة الأنجلو المصرية ، ط٢ ، ١٩٨٥
- ٣- اتحاد الإذاعة والتلفزيون ج.م.ع. البرامج الحوارية (البث المباشر) فى التلفزيون المصري، ٢٠٠٤.
- ٤- أحمد بدر ، الرأى العام - طبيعته وتكوينه وقياسه ودوره فى السياسة العامة ، القاهرة ، دار قباء للطباعة والنشر والتوزيع ، ١٩٩٧ .
- ٥- رانيا أحمد محمود ، مدى اعتماد الشباب على برامج الرأى فى معرفة مشكلات المجتمع العربي " فى: أعمال المؤتمر السنوي الثالث عشر : الإعلام والبناء الثقافى والاجتماعى للمواطن العربي. (القاهرة: كلية الإعلام- جامعة القاهرة، ٢٠٠٧).
- ٦- رجاء على العزبي ، حرية الإعلام فى القرن العشرين ، رسالة دكتوراة غير منشورة (كلية الآداب ، قسم صحافة ، جامعة القاهرة ، ١٩٧٠)
- ٧- روبرت أيل هيلارد، الكتابة والإنتاج الإذاعى بالراديو ووسائل الإعلام الحديثة ، ترجمة مؤيد حسن فوزي ، (الإمارات : دار الكتاب الجامعي ، ٢٠٠٣)
- ٨- ريهام سامي يوسف ، دور البرامج الحوارية فى القنوات الحكومية والخاصة فى ترتيب أولويات القضايا المجتمعية لدى الجمهور المصري. رسالة ماجستير غير منشورة. (القاهرة: كلية الإعلام- جامعة القاهرة، ٢٠٠٨)
- ٩- سارة نصر محمد عبد الباقي ، معالجة القضايا المصرية فى البرامج السياسية بالقنوات العربية وعلاقتها باتجاهات الجمهور نحو الحكومة "، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، ٢٠١٠
- ١٠- عادل عبد الغفار خليل ، أبعاد المسؤولية الاجتماعية للقنوات الفضائية المصرية الخاصة : "دراسة تطبيقية على برامج الرأى المقدمة بقناة دريم٢" فى : المؤتمر العلمى السنوي التاسع لكلية الإعلام . جامعة القاهرة "أخلاقيات الإعلام بين النظرية والتطبيق"، الجزء الثالث، مايو ٢٠٠٣.

- ١١- عادل عبدالغفار فرج ،ديمقراطية الإعلام كما تعكسها البرامج الحوارية الجماهيرية Talk Shows المقدمة بالقنوات التلفزيونية المصرية الحكومية والخاصة "، المؤتمر العلمى الرابع عشر لشعبة علوم الإعلام : وسائل الإعلام الجديدة وأفاق المستقبل ، الأكاديمية الدولية للهندسة وعلوم الإعلام ، مايو ٢٠٠٨ ،
- ١٢- عبد الباسط محمد حسن ، أصول البحث الاجتماعي ، القاهرة ، مكتبة وهبه ، ط ١٩٨٢، ٢
- ١٣- عبد الجواد سعيد محمد ربيع ، المسؤولية الاجتماعية للصحافة المصرية فى معالجة قضايا المجتمع : دراسة تحليلية للقضايا الاقتصادية فى صحف الأهرام ، الوفد ، الأسبوع فى الفترة من يناير إلى فبراير ٢٠٠٣ ، ، بحث للمؤتمر العلمى السنوي التاسع لكلية الإعلام : أخلاقيات الاعلام بين النظرية والتطبيق .(القاهرة ، كلية الأعلام ، جامعة القاهرة، ٢٠٠٣) ج٣.
- ١٤- هبه أمين شاهين ، أخلاقيات العمل الإخبارى من وجهه نظر القائمين بالاتصال فى مجال الأخبار الإذاعية و التلفزيونية ، بحث للمؤتمر العلمى السنوي التاسع لكلية الإعلام : أخلاقيات الاعلام بين النظرية والتطبيق (القاهرة ، كلية الأعلام ، جامعة القاهرة، ٢٠٠٣) ج ٣
- ١٥- ^١ أشرف فهمة خوخة، التشريعات الإعلامية : بين الرقابة وحرية التعبير ، مكتبة الوفاء القانونية ، القاهرة ، ط ١ ، ٢٠١٣

المراجع الأجنبية

- 1- Awwad, Julian- Al-Jezeera's Discourse of Arabness An Examination of Discursive Construction of Identity in Talk How Programming. PhD. (Canada: University Canada, 2006.)
- 2- Bandura, Albert : "Social Learning Theory (N.J; Printice),1977
- 3- 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
- 4- Bjarne Amalt: "Gudesens Conditiori: Re-Evangelism on Public Television in Norway. " Dissertation Abstracts International. Vol. 37 , No. 1. 1998
- 5- Christopher Harper 2002 ,The New Mass Media,New York:Houghton Mifflin Company,p.325
- 6- Communication Foundations – Ferment and Future , Wadsworth Publishing Co., California , 1995
- 7- Craw Shannonk. "Late night television Talk Shows and Political Comedy Programs: A study of Young voters, Political Experiences" Ph.D, (USA: The University of Oklahoma, 2006.
- 8- Defleur and Dennis ; Understanding Mass Communication , Houghton Mifflin Company , 1996
- 9- Edward Brain Adms: "The Television of the Audience Participatory Daytime Television Talk Show". Dissertation Abstracts International. Vol. 33, No 5, 1994.
- 10- Elizabeth Diane: "Simultaneous Functions of The Discourse Market (Ok) in Daytime Television Talk Shows"-Dissertation Abstracts International – Vol. 56. No. 78, 1995.
- 11- Erik P. Bucy, Living in the Information age: Anew Media Reader. (Wadsworth: Australia, United Kingdom, United states, 2002

- 12- Recommendation 2007(2) of the Committee of Ministers of the Council of Europe on Media Pluralism and Diversity of Media Content.
- 13- Regulating the Press: A Comparative Study of International Press Councils – Lara Fielden –Reuters Institute for the Study of Journalism – April 2012.
- 14- Robert Schumubl (ed.) The Responsibilities of Journalism (Notredam , Indiana : University of Notredam Press , 1989)
- 15- Rossler, Partic & Brosius, Hams. "Do talk shows cultivate adolescents' View of the world : a prolonged exposure experiment in: Journal of communication, March 2001.

•

المواقع الإلكترونية :

- 1- <http://elaph.com/Web/news/2013/4/805163.html>
- 2- <http://islammemo.cc/Tkarer/Takrer-Motargam/2007/02/22/34316.html>
- 3- http://library.shams.edu.eg/eulc_v5/libraries/start.aspx?ScopeID=1.5.&fn=SearchInterFace&flag=Thesis
- 4- <http://today.almasryalyoum.com/article2.aspx?ArticleID=219503>
- 5- <http://www.ahewar.org/debat/show.art.asp?aid=468720>
- 6- <http://www.iasj.net/iasj?func=fulltext&ald=4262>
- 7- <http://www.iasj.net/iasj?func=fulltext&ald=61977>

ملخص البحث :

نظرية المسؤولية الاجتماعية تتادي بضرورة وجود التزام ذاتي من جانب الإعلاميين بمجموعة المواثيق الأخلاقية التي تستهدف تحقيق التوازن بين حرية الإعلام ومصالح المجتمع، ويتمثل الضابط الأخلاقي والقانوني الذي يوجه عمل وسائل الإعلام في ضرورة تقديمها لتغطية إخبارية ومعالجة إعلامية للموضوعات والأنشطة والقضايا المختلفة في إطار من الموضوعية والتوازن في عرض الحقائق والمعلومات والأفكار والآراء التي من شأنها تدعيم الديمقراطية ومشاركة الرأي العام في الأحداث الجارية إضافة إلى أن هذه الوسائل تقوم بدور النائب الذي ينوب عن الجماهير في التعبير عن اهتماماتهم واحتياجاتهم المختلفة

ومن هذا المنطلق تقتضي المسؤولية الاجتماعية أن تراعى تلك الوسائل عادات وتقاليد المجتمع وأعرافه بالإضافة إلى الحفاظ على سلامة المجتمع وصيانه مقدراته ويتصل بالضوابط الأخلاقية والقانونية ضرورة إحترام وسائل الإعلام لخصوصية الأفراد وحياتهم الخاصة وعدم تشكيل الرأي العام ضد المتهم قبل صدور حكم القضاء، وحماية الآداب العامة ضد الأعمال الفاحشة وإرتكاب الرزيلة وبقظة الضمير الإعلامي في حدود المسؤولية الاجتماعية والإحساس بالقيم المهنية للإعلاميين ومراعاة إحترام حق الأفراد في الخصوصية باعتبارها أحد الحقوق المدنية التي ينبغي أن تحافظ عليها وسائل الإعلام ، ومن الانتقادات التي وجهت لتلك النظرية إنها تقدم مقولات وتوصيات عامة ولا تقدم فروضاً علمية قابلة للقياس المنهجي.

تعد هذه الدراسة من البحوث الوصفية التي تستهدف تصوير وتحليل ووصف وتقرير خصائص ظاهرة معينة أو موقف معين أو مجموعة معينة بهدف الحصول على معلومات كافية ودقيقة عنها ولا تقف عند حد جمع البيانات وإنما يمتد مجالها إلى تصنيف البيانات والحقائق التي تم جمعها وتفسيرها وتحليلها واستخلاص نتائج ودلالات منها ، وفي الدراسة الحالية تم استخدام منهج المسح الإعلامي في الدراسة لوصف وتحليل البرامج عينة الدراسة، والتعرف على مدى التزام البرامج الحوارية بالتلفزيون المصري بمبادئ الحرية والمسؤولية الاجتماعية ، بالإضافة إلى دراسة القائمين بالاتصال في مجال الإعلام بهدف الوصول إلى فهم شامل لكل جوانب موضوع الدراسة .

فقد توصلت نتائج الدراسة إلى:

لقد جاء في مقدمة إيجابيات أداء القائم بالاتصال بالبرامج " إحترام المشاهد في تقديم المواد الإعلامية الجادة " بنسبة ٩٥,٨% ، لقد جاء في مقدمة سلبيات أداء القائم بالاتصال بالبرامج "نشر أمور من شأنها التأثير بالسلب على المجتمع و ترك إدارة الحوار للضيف بنسبة ٣٦,٧% ، تعددت وتوعدت تخصصات ضيوف البرنامج عينة الدراسة ، حيث جاء الشخصيات الحكومية

فى المقدمة بنسبة ٣٤,٨% / وجاء فى الترتيب الثانى الشخصيات الإعلامية بنسبة ٢٤,٤% ،
وجاء فى نهاية الترتيب الشخصيات البرلمانية بنسبة ١,٧% .
فىما يتعلق بمدى تلبية المضمون البرامج الحوارية لاحتياجات الجمهور ، جاءت متفقة بنسبة
٦٨,١% . وجاء فى الترتيب الثانى متفقة إلى حد ما بنسبة ٣٠,٦% ، وجاء فى الترتيب الأخير
غير متفقة بنسبة ١,٣% .

Abstract

The theory of social responsibility calling for self-commitment on the part of media professionals with a set of ethical codes, which aims at achieving a balance between the freedom of the media in the interest of society, the moral and legal officer is directing the work of the media need to be provided to cover the newsletter address topics and activities information and various issues in the framework of objectivity and balance in the presentation of facts and information, ideas and opinions which would strengthen democracy and participation of the public opinion in the ongoing events in addition to that these means play the attorney, on behalf of the public in the expression of the different interests and needs and

thus requiring social responsibility means taking into account the customs and traditions of the traditions of the community, as well as to maintain the safety of the community and maintenance of its destinies, ethical and legal controls relates to the need to respect the media privacy and private lives and The formation of public opinion against the accused before the judgment of the judiciary, the protection of public morals against outrageous acts and committing disgrace and conscientious of the media in the boundaries of social responsibility and a sense of professional values for media practitioners and respect for the right of individuals to privacy as one of civil rights, which should be maintained by the media, and the criticisms of those theory they provide quotes and general recommendations and provide systematic measurable scientific propositions.

This is the study of the descriptive research designed to portray and analyze the report described the characteristics of a particular phenomenon or a certain attitude or a certain group with a view to obtaining sufficient and precise information, and stands at the end of data collection but extends its scope to the rating data and facts collected, interpretation and analysis and draw results of the semantics, in the current study was the use of the media in the study survey approach to describe and analyze a

sample study programs, and to identify the extent of the Egyptian television talk shows commitment to the principles of freedom and social responsibility, as well as to study the communicators in the field of information with a view to reach a comprehensive understanding of all aspects of the subject of the study.

The results of the study has reached to the front of the positives of the performance of the software-based call for respect for the viewer to provide information materials" by 95.8% Avenue, we have stated in the introduction to the shortcomings in the performance of the software-based call "dissemination of which would negatively impact on the community and leave the management of the dialog to the guest by 36.7%, numerous and diversified specialties of the guests in the program sample study, as the government figures in the provided 34.8% / second media figures of 24.4%, it came at the end of the parliamentary figures by 1.7%.

With regard to the content of the conversational programs to meet the needs of the public, followed by 68.1% Agree – it came in the second arrangement agreed to by 30.6