

صورة المذبةعة فف برامآ التوك شو بالفصائيات المصربة الخاصة لاء

طلاب الجامعة

(دراسة ميدانية)

د/ منى سمير محمد محمد *

مقدمة :

تحتل البرامج الحوارية مساحة كبيرة في الخريطة البرامآية للعديد من القنوات الفضائية التلفزيونية ، نظراً لتنوع مواضيعها التي تشتمل على جميع ألوان الموضوعات، ولا تقتصر على مجرد الموضوعات المألوفة عادة ، ولكنها تشتمل أيضا على العديد من الموضوعات السياسية والاجتماعية والدينية والعلمية والفنية ومواضيع الثقافة والتربية والتاريخ والصحة والمنجزات الحضارية..أخ وبالتالي فالبرامج الحوارية تستهدف جميع أوجه النشاط الإنساني، كما تستهدف جميع فئات المشاهدين ، وتساهم في تشكيل الرأي العام وتشارك في تشكيل الذوق العام الذي يرتبط بقيم المجتمع ومبادئه.(1)

وقد دخلت البرامج الحوارية في البرامج التلفزيونية في التسعينيات من القرن الماضي بشكل كبير وفي منتصف عقد التسعينيات تحديدا سيطر مقدمو تلك النوعية من البرامج على القنوات التلفزيونية ، حتى أن القنوات المتخصصة والتي كانت لا تولي هذه البرامج أي اهتمام أخذت تُدرج البرامج الحوارية في هيكلها البرامآي، وذلك لتزويد من شعبيتها ، خاصة في أوقات المساء وأوقات ذروة المشاهدة.(2)

وتتسابق القنوات الفضائية العربية الخاصة على اجتذاب أكبر عدد من المشاهدين من خلال التركيز على اجتذاب واحد أو أكثر من المصنفين في خانة من يصطلح على تسميتهم بـ"المذيع النجم"، لتقديم برامج حوارية "توك شو" تبث عادة في ساعات الذروة من حيث نسب المشاهدة، ما بين الثامنة والحادية عشرة مساء، وليس من قبيل المبالغة أن بعض القنوات تعتبر أن برنامج "مذيعها النجم" أهم وجبة إعلامية تقدمها لجمهور متابعيها.(3)

إن مقدم البرامج الحوارية التلفزيونية أو ما يسمى (توك شو) كثيرا ما يكون شخصا يثير إعجابنا بلباقته وطريقته المتميزة في محاوره ضيوفه وبعمق أو دقة أسئلته الذكية وببلاغة تعليقاته ومداخلاته أو حتى بمظهره الشخصي وطريقة لبسه وابتسامته وأسلوبه في التحدث وغير ذلك .

ذلك ما يبدو لنا من شخصه في الظاهر أو على السطح ، ولكن الواقع الذي قد يكون مخفيا عنا في معظم الأحوال هو أن ذلك الشخص الإعلامي الأنيق الفطن هو في

* مدرس بقسم الإعلام التربوي كلية التربية النوعية- جامعة دمياط

الواقع ممثل بارع يجاء الدور واءاول اءاءا أن يبرز الءوانب المشرقة والءذابفة من شءصفاءه وءلك لكسب إعجاب اكبر عاء من المشاهاءن والتأاءر علفهم تأاءرا نفسفا بالغا (على مساءى الوعى وءلك على مساءى اللاوعى) .

إن هاء المقام للبرامج والاءى لءعل من نفسه مركزا موءا لمسار الءوار قء لا فعنفه إفاء الءقفة أو تناور المشاهء إلا بالقاء الاءى فءم أهءاف واءفاء أصءاب القناء أو شبة القنااء الفضافاء الفف عمل ففها أو بالقاء الاءى فءم مصالء و سفاءاء وءوءهاف من فقفون وراء القناء أو الشبة الفضافاء من الممولفن والموءهفن والءاعمفن (سواء أكانوا ءكومااء أو أنظمة سفاءفاء أو أءزاب أو مؤسساء مالففة واءرفها) . ءلك هو الءال ففما فءعل بسفاء القناء أو الشبة الفضافاء وبأهءافها ، ولكن هناك اءانب آءر مهم فف هاء الموضوع وهو اءانب فءعل مباءرة بشءص مقام البرامج و ءففة فءاعل المشاهء مع شءص مقام البرامج وصوراءه كانسان مؤاء وفاءل . وفف هاء النطااق فكون الهم الأساسف لمقام البرامج منصبا على الأركفز على صوراءه الشءصفة لاء المشاهء والتأاءر علفه تأاءرا قوفا مباءرا وبكل الإمكاناء المءااة له ، وإن ءلك الأركفز على شءصه وصوراءه فكون ذا اءر بالء فف اءب أعااء اكبر من المشاهاءن لبرناماءه وفف لعل المشاهاءن فءعلون ببرنامجه أكثر فأكثر مما فزفء من رصفه الإعلامف ومن شعبفاءه وشهراءه. (4)

و فقبل الشباب على مشاهءة البرامج الءوارفة ءفء فعءبرونفها نافءة لهم على العالم الءاراءف فءناول العاءفء من القضافا والأءاءاء المءلفة المءعمة بالءللل والتفسفر ووءهاف النظر المءعءة مما فءعلها وءبة كاملاء من المعلوماء بالنسبة للمشاهء فعءرف من ءلالها على اءمفع أبعاد الموضوع ، فعءبر هاء البرامج من الوسائل الفف فلبا إلفها الشباب كموضوع للءءاور والتفاعل مع الأسرة والأصءقاء والأساءة فف الجامعة واءصة أنها فقام الموضوعاء المءلفة فف شكل اءباب عن طرفق فءعم المضاامفن الإعلامفة بالمضاامفن المصورة والمعالاة السرففة للأءاءاء ، ونظرا لما فم ءكره سابقا من أهمفة صورة مقام البرنامج فف ناءا برنامجه وماء تأاءر هاء الصورة على المشاهاءن واءصة الشباب وإقبالهم على مءابعة هاء البرامج ، فكان لا بء من ءرااة صورة واءء من مقامف هاء البرامج وهف صورة المذبةعة فف برامج (التوك شو) بالفضائفاء المصرية لاء طلاب الجامعة .

-الاطار المعرفف :

فء هاء البءء من البءوء الوصففة الفف فساءف فصورف وءللل ءصائص فئة أو مءموة نوعفة فءلب علفها صفة الفءفءد ألا وهف المذبةعة وصوراءها ببرنامج التوك شو بالقنااء الفضافاء المصرية الاءصة بواقعا الفعلى الاءى فعبر عنه طلاب الجامعة من ءلال إاءاباءهم على اسامارة الاساءفاء الاءصة بالءرااة .

وسوف ففم فناول الإطار النظرف من ءلال ءلااء نطاء أساسفة :

1- الصورة الإاعلامية للمرأة

2- مقءم البرامج الءوارية.

3- برامج التوك شو بالقنوات الفضائية .

1- الصورة الإاعلامية للمرأة :

لم يعد الخوض في مسألة صورة المرأة في وسائل الإعلام ككراً على الأكاءيمييين ومراكز

البءوء المهمة بالشأن الاتصالي بل عءء هذه المسألة من اءتماماء قطاءاء واسعة من الرأى العام في عءء من البلدان العربية ومحل بءء وتمحيص في الصحافة المقرووءة والمرئية والمسموءة وفي المءءمع المءنى من منظماء وءمعياء أهلية ونواء ثقافية . وأضحء مهمة وسائل الإعلام في مءال المرأة مهمة كبيرة وشاقة بما يكفل التصءى بالنقء لما أصاب صورة المرأة من تشويه أو ءحريف، وهى مسألة لا ءقل قيمة عن قضية المساواة بين المرأة والرجل وءكريس ءقوق المرأة في ءءليم والعمل والمشاركة في الءياة العامة، وأن ءعمل على ءغيير بعض ءءصوراء المورووءة بشأنها وفي ظل هذه ءءطورات أصبحت وسائل الإعلام المرئية والمسموءة مءعوءة إلى مراءعة سياساءها البرامجية في مءال ءءامل مع القضايا النسائية على نحو يضمن انسجامها مع ءءوءاء العامة الرامية إلى النهوض بالمرأة ونشر الوعى بأهمية ءورها في العمل الإنمائى .⁽⁵⁾

ويقصد بالصورة الإاعلامية للمرأة مءموعة السماء والصفااء ءى ءنسبها وسائل الإعلام للمرأة من ءلال ما ءءمه من مضامين وبرامج ءولها . والصورة الإاعلامية هى صورة مصنعة ءءضمن عمليات ءءنولوجية معقءة ءعءمء في ءأءيرها على نظام ثقافى معقء لصناعة رموز الرسالة الإاعلامية وءظهر هذه العملية الصناعية كأءء مءرءاء المضامين الإاعلامية كالإعلاءاء والمواء ءرفيهية كالأءرام والأفلام ءءسجيلية وغيرها من المضامين الإاعلامية وءءءلف الصورة الإاعلامية بهذا المفهوم عن الصورة الءهنية ءى ءءمءل في الناتء الءهائى للانطباعات الءائية ءى ءءكون عنء الأفراد والءماءاء إزاء شءص معين أو نظام معين أو شعب أو ءنس بعينه أو منشاء أو مؤسساء أو منظمة محلية أو ءولية أو مهنية أو أى شىء آءر يمكن أن يكون له ءأءير على ءياة الإنسان.⁽⁶⁾

فوسائل الإعلام ءلعب ءورا هاما في ءشكل الصورة الءهنية لءى الءمهور عن طرريق ما ءبئه من صور إاعلامية ءكون هى نافءة هذا الءمهور على العالم وفهم ما يءءء فيه ، وىءضح هذا أكءر مع ءءلفزيون ءىء أنه أصبح من أهم وسائل الإعلام ءأءيرا في ءشكل الاءاء الساءء لثقافة المءءمع ويسهم بشكل كبير في ءشكل معرفءهم واءاءاءاءهم

، ومن هنا فإنها تبني صورا متراكمة في أذهان الجمهور مما يجعله يربط بين الصورة المقدمة والواقع الذي يدور حوله (7).

2- مقدم البرامج الحوارية :

المقدم هو من ينقل معلومات وأفكار وأحاسيس ومشاعر الآخرين بأقصى ما يستطيع من التأثير والفاعلية وإذا كان ذلك هو دور المقدم كقائم بالاتصال فان نجاحه أو إخفاقه في هذه المهمة يتوقف أولا وأخيرا علي إمكاناته الذاتية والشخصية (8)

و حتي يؤدي المذيع مهمته في النشر والتوضيح والأخبار ، وهي مهمة ليست من السهولة بمكان ، ذلك لأن المستقبل هو جمهور كثير ومتنوع ، يحتاج إلي أداء رفيع من قبل المذيع ، لكي يوصل الرسالة لهم واضحة لا لبس فيها ، لذلك لا بد أن تتوافر في المذيع مواصفات بدرجة متقدمة ليؤدي مهمته بامتياز ، تنحسر تلك المواصفات بمعايير وقواعد لصلاحية مهنة الكلام المتطورة التي ينبغي توافرها في شخصية المذيع ، سواء كانت تلك الخصائص فطرية أو مكتسبة ، ومن الخصائص العامة التي ينبغي أن تتوافر في شخصية المذيع ما يأتي :

1- **المستوى التعليمي** : وهو حصول المذيع علي قسط معقول من التعليم ، اكتسب منه بعض المفردات وأتاح له بعض المواقف التعليمية التدريب علي التعبير بلغة واضحة ودقيقة ، وسرد بعض القصص بأسلوب شفهي ، كل ذلك يمكن للمذيع أن يوظفها في أدائه لمهنته .

2- **المستوي الثقافي** : يكتسب المذيع ثقافته من مصادر متنوعة ، تتمثل ثقافته بمجموعة المعارف والخبرات العامة ، وتواصله بالناس في الأخذ والعطاء ، ودرايته بالحياة وما تتضمنه من أحداث شاملة تجري من حوله وتتضمن معارف متعددة ومتنوعة للكثير من مجالات الحياة .

3- **الصوت وطريقة الحديث** : يجب أن يمتلك المذيع صوتاً عذباً في مخاطبته للجمهور فيجيد النطق لأصوات العربية بشكل صحيح ، ويؤدي ذلك إلي تحقيق الإفهام اللغوي عند التواصل مع الآخرين ، ويعبر عن المعاني بطريقة صوتية مناسبة ، فيثير بصوته مستمعيه ويستميلهم .

4- **الذكاء وسرعة البديهة** : تتطلب مهنة المذيع أن يوظف الكثير من عملياته العقلية في أثناء تقديمه ، فكلما وظف تلك العمليات بدقة كلما تحسن أدائه وازدادت سيطرته علي تفاصيل مهنته .

5- **التواضع والثقة بالنفس** : إن من أكثر مهمات العمل احتياجا لخاصية التواضع في شخصية من يقوم بالعمل ، هي المهمة التي يقوم بها المذيع ، فالمذيع يخاطب الجماهير المتنوعة في مستوياتها ، والتي تقتنع بما يتواصل معها من خلال بعض الصفات التي لا بد وأن يتحلي بها ، ومن بينها صفة التواضع التي تعد نتيجة طبيعية

للثقة بالنفس ، ونمو ثقة المذبع بنفسه تجعله أكثر اتصافا بحسن التكيف التي بها يدرك ذاته ، وتجله أكثر تقبلا للحقائق الخاصة بخبراتهم وإمكاناتهم

6- القدرة على العمل الجماعي : يتطلب عمل المذبع في مهماته إلى عمل جماعي ، يؤدي مهامه ضمن إطارها بحيث يقوم المذبع بمهامته على الوجه الأكمل ضمن مجموعة تؤدي مهامها وفقا لإطار معين ، فيتفاعل مع بعضها أو مع كلها على أساس فردي ، أو على أساس تصميم معين لشبكة تفاعل ، والمذبع بطبيعته مخلوق اجتماعي يدرك انه بحاجة إلى وفاق مع الآخرين ، كي يتمكن كم تحقيق أهدافه ، وبالتالي فانه من خلال حضوره النشاط في جماعة نشطة أيضا، فانه يدرك ويعي أن عضويته في هذه الجماعة التي تتسم بمواصفات متقدمة تتضمن مواهب جماعية تضيف إلى المذبع الكثير من الخبرات التي يتعامل معها لتحقيق أهدافه.(9)

وبالإضافة إلى ذلك لا بد أن يكون الشكل المقبول ، أي أن تكون صفاته الجسمية مقبولة وأن يكون واسع الحلم ، صبورا ، متأنيا لاسيما في إدارة الحوار وعلى الضيوف.

3- برامج التوك شو بالقنوات الفضائية :

يعد الحوار عنصر مشترك في العديد من الأشكال البرمجية وهو الأساس في الحصول على المعلومات من الضيوف ، ويتألف من عدة عناصر متداخلة وهي مقدم البرامج وضيوفه والموضوع المطروح ومدى اهتمام المشاهدين به والمُعد واللغة المستخدمة فيه والأجهزة والمعدات التي يتطلبها ووقت وزمان ومكان إجراء الحوار.(10)

وتقوم البرامج الحوارية على حرية الرأي والتعبير وإبراز الرأي والرأي الآخر فهي بذلك تعتمد على أسلوب الحوار المباشر والتلقائي الذي يتصل بالتفاعل بين المقدم والضيف أو الضيوف من جهة ، والجمهور من جهة أخرى بما يحقق طرح العديد من الآراء ، أو الحلول للمشكلات والقضايا التي تواجه المجتمع خلال فترة زمنية معينة.

ومن المهم جدا في البرامج الحوارية أن تكون المناقشة والحوار خلالها مقبولا أي بمعنى ألا يتعصب المقدم أو الضيف ، أو الجمهور المتداخل في موضوع الحلقة إلى رأي بعينه أو وجهة نظر بذاتها ، بل يجب أن تكون المناقشة لوجهات نظر مختلفة ، لأن الغرض الأساسي هو توضيح الموضوع المناقش ، والوقوف على كل جوانبه أمام المشاهد وليس التأثير عليه وأخذة إلى جانب دون آخر.(11)

- عوامل نجاح البرامج الحوارية : يتوقف نجاح هذا النوع من البرامج على :

1- موضوع حلقة البرنامج وطريقة إعداده :

فلا بد أن تجري الدراسات وتجمع المعلومات للموضوعات التي سيتناولها البرنامج ، وذلك من خلال تحديد نوع الجمهور المستهدف ، وصياغة المادة وفقا لاحتياجات

الجمهور واهتماماته ، فالإعداد للحوار لا يعنى صياغة الأسئلة قبل إجراء الحوار ، بل يعنى الاستفسار وجمع المعلومات حول الشخصية أو الموضوع الذى سنتناوله الحلقة ، لأن ذلك عامل بالغ الأهمية وليس من المطلوب فى الصياغة استعراض جمال الأسلوب وحده ، بل الحصول على معلومات لإثراء الحلقة بالنقاش الجاد أو إبراز الشخصية ونشاطها إذا كان الحوار حوار شخصية ، ودون شك على معد هذه النوعية من البرامج أن يدرك أن نجاح عمله لا بد أن يتم من خلال تحديد مجموعة من الأهداف يسعى إلى تحقيقها وهى :

- جذب اهتمام الجمهور المستهدف البرنامج الحوارى.

- الاستحواذ على اهتمامه

- أن يحمل البرنامج المضمون الذى تم تحديده سلفا للجمهور المستهدف

- أن يقنع بأفكاره وموضوعاته الجمهور المستهدف مستثيرا اهتماماته وعواطفه.(12)

2- مقدم البرنامج :

إن تمكن مقدم البرنامج وبأسلوبه المميز فى تقديمه لموضوع الحلقة ، بأن ينوع فى أسلوب التقديم وأن يستخدم الوسائل المساعدة من تقارير مفصلة تدعم موضوع الحلقة ، أو الرسوم البيانية ، ورسوم الكمبيوتر ، وغير ذلك من الوسائل الإيضاحية ، فانه بالتالى يساعد على جذب اهتمام المشاهد وإخراجه من حالة الفتور والملل التى قد تصيبه أثناء مشاهدة البرنامج .

3- ضيوف البرنامج :

إن من الأهمية أن يتمتع ضيوف البرنامج بثقافة واسعة ، وإلمام تام بالموضوعات التى سيتناولها البرنامج ، ليتسنى لهم إثراء الحلقة بالمعلومات التى تهتم الجمهور وتشبع رغباته ، أما إذا كان الضيف شخصية لا تتمتع بمستوى عال من الثقافة فإن ذلك قد يؤدى إلى انصراف الجمهور عن مشاهدة الحلقة ، نظرا لأن الضيف لا يقدم للجمهور المعلومات التى تثيره وتفيد .(13)

- مشكلة الدراسة :

مع التقدم التكنولوجى الهائل وتعدد وسائل الاتصال الجماهيرى والتى تصل إلى ملايين البشر فى أن واحد ، تلح الحاجة إلى وجود مقدمى برامج تليفزيونية أكفاء ، يحملون على عاتقهم نقل الحقائق ، وإبراز الأحداث وتلبية متطلبات الجماهير بروح من الصدق والموضوعية والموهبة ، والمقدم هو حلقة الوصل بين المادة والمتلقى وهو المرسل . ومن هنا فان نجاح المقدم فى بعث رسالته لجمهور المتلقين بطريقة صحيحة بحيث يحقق من خلالها هدف عملية الاتصال يتطلب قدرته على التحكم بحركاته وإيماءاته وطريقة كلامه ونظراته والكثير من لغة جسده وحتى طريقة وشكل

ملبسة (14) وقء انآشرت في الآونة الأخيرة البرامج الحوارية أو ما نسميها برامج (التوك شو) على القنوات الفضائية وكان لها تأثير كبير على المشاهيء كما أثبتت العييء من الاءاساء ، كما انآشرت ظاهرة من نسميه بالمذيع النجم الذي يكون المسئول الأول عن نجاح برنامجه سواء بأسلوبه أو طريقة حواراه أو ملابسه وأنافقه ...ألخ وقء لاهظت الباحآة أن مقءم البرنامج لم يقتصر على الرجل فقط ولكن هناك العييء من المذيعاء التي تقءم الكثير من البرامج الحوارية وتفرء لها القنوات المآخصصة مساحاء كبيرة من وقآها، ونظرا لتزايد الانتقاءاء والاءهاماء الموجهة لهذه البرامج في الفترة الأخيرة من رجال الإعلام والفكر والسياسة والاءآماع وآآى الجمهور وقء تكمن الأسباب في قصور الأداء المهني على مستوى الإءاءاء والتقديم ولأن المآآمع الشرقي ما زال ينظر إلى المرأة نظرة مآآلفة عن الرجل في كونها أقل آحمالا للآعباء والمسئوليات في أي مهنة داخل المآآمع ولأن صورة المرأة ما زال يشوبها بعض التشويه والآحيز، فقء رأآ الباحآة أهمية اءاسة صورة المذبةعة في برامج التوك شو بالقنوات الفضائية لاء طلاب الجامعة.

- أهمية الاءاسة :

- أهمية البرامج الحوارية التي آسآآوز على مساحاء كبيرة من وقت العييء من القنوات الفضائية مما يستلزم اءاسة صورة آء مقءمي هذه البرامج .
- قلة الاءاساء التي اهآمآ بءاسة مهارات الاآآصال لمقءمي برامج التوك شو .
- أهمية ءور القائم بالاآآصال في العملية الاآآالية وتأثير أفعالة وسلوكياته على تكوين الصورة الذهنية عنة لاء الجمهور.
- قلة الاءاساء التي آناولآ صورة مقءمي البرامج الحوارية ومءي تأثير هذه الصورة على الجمهور.
- تكمن أهمية البحث في أنه اءاسة علمية آطبيقية آءيئة لصورة المرأة في برامج الفضائيات المصرية الخاصة .
- ضرورة معرفة رأي الشباب الجامعي في العييء من القضايا باعتبارهم هم الفئة الأكثر ثقافة وتأثيراً وتأثراً في المآآمع.

- أهداف الاءاسة :

- التعرف على معدل مشاهءة الشباب الجامعي عينة الاءاسة للبرامج الحوارية (التوك شو) بالقنوات الفضائية المصرية الخاصة.
- الكشف عن أهم القنوات الفضائية المصرية الخاصة التي يحرص الشباب الجامعي عينة الاءاسة على مشاهءة (برامج التوك شو) بها .

صورة المذبةعة في برامج التوك شو بالفضائيات المصرية الخاصة لاء طلاب الجامعة

- رصد أهم أسباب مشاهءة الشباب الجامعي عينة الدراسة لبرامج (التوك شو) بالقنوات الفضائية المصرية الخاصة .
- معرفة رأي الشباب الجامعي عينة الدراسة في مستوى برامج (التوك شو) المقدمة بالقنوات الفضائية المصرية الخاصة .
- التعرف على أهم الموضوعات التي يفضل الشباب الجامعي عينة الدراسة مشاهدتها ببرامج (التوك شو) المقدمة بالقنوات الفضائية المصرية الخاصة .
- التعرف على مءى مشاهءة الشباب الجامعي عينة الدراسة لبرامج (التوك شو) التي تقدمها مذبعة
- التعرف على مءى رضا الشباب الجامعي عينة الدراسة عن أداء المذبعة ببرامج (التوك شو) القنوات الفضائية المصرية الخاصة .
- رصد أهم السمات الايجابية التي تظهر بها المذبعة ببرامج (التوك شو) على القنوات الفضائية المصرية من وجهة نظر عينة الدراسة.
- رصد أهم السمات السلبية التي تظهر بها المذبعة ببرامج (التوك شو) على القنوات الفضائية المصرية من وجهة نظر عينة الدراسة.
- التعرف على درجة ثقة الشباب الجامعي عينة الدراسة بمضمون البرنامج التي تقدمه مذبعة على القنوات الفضائية المصرية الخاصة وأسباب هذه الثقة.
- رصد أهم العوامل التي تعتقء أنها وراء الاستعانة بالمرأة لتقديم برامج (التوك شو) بالقنوات الفضائية المصرية الخاصة .
- معرفة أفضل برنامج (توك شو) تقدمه مذبعة بالقنوات الفضائية المصرية الخاصة من وجهة نظر الشباب الجامعي عينة الدراسة .
- الكشف عن أفضل مذبعة تقدم برنامج (توك شو) بالقنوات الفضائية المصرية الخاصة من وجهة نظر الشباب الجامعي عينة الدراسة ولماذا يفضل هذه المذبعة ءون غيرها .

- الدراسات السابقة :

قسمت الباحثة الدراسات السابقة إلى محورين :

- المحور الأول : الدراسات التي تناولت البرامج الحوارية (التوك شو) .
 - المحور الثاني : الدراسات التي تناولت صورة المرأة .
- أولا : الدراسات التي تناولت البرامج الحوارية (التوك شو) :

1- دراسة أشرف إسماعيل سيد أحمد (2017) بعنوان التغطية التليفزيونية لبرامج التوك شو بالفضائيات المصرية للحملات الانتخابية البرلمانية وعلاقتها باتجاهات شباب الجامعة نحو المرشحين

استهدفت الدراسة التعرف علي دور البرامج الحوارية في التغطية التليفزيونية للحملات الانتخابية البرلمانية وعلاقتها باتجاهات شباب الجامعة نحو المرشحين السياسيين. وقد استخدمت الدراسة منهج المسح بالعينة بشقية التحليلي والميداني علي عينة قوامها 400 مفردة وبرنامجين هما مصر تنتخب علي الفضائية المصرية والطريق للبرلمان علي سي بي سي وكان من أهم نتائج الدراسة :

- ارتفاع نسبة اتجاه الايجابية للتغطية الإعلامية للانتخابات البرلمانية بين فقرات البرنامجين عينة الدراسة حيث وصلت إلي نسبة 100% لبرنامج مصر تنتخب و 82.1% لبرنامج الطريق إلي البرلمان

- جاء في الترتيب الأول من الاشباعات التي تتحقق من متابعة عينة الدراسة للبرامج الحوارية عينة الدراسة القدرة علي فهم الواقع الانتخابي بنسبة 30.4% من إجمالي مفردات العينة موزعة ما بين 25.7% من إجمالي الذكور في مقابل 36.1% من إجمالي الإناث.⁽¹⁵⁾

2- دراسة أية محمد علي (2017) بعنوان التعرض للبرامج الحوارية التليفزيونية ومواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بمستوى الثقة السياسية لدى الجمهور المصري.

استهدفت الدراسة التعرف على علاقة حجم التعرض للبرامج الحوارية التليفزيونية ومعدل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي "فيس بوك" و"تويتر" بمستوى الثقة السياسية لدى الجمهور المصري، وكذلك تأثير بعض المتغير الوسيطة على شدة العلاقة بين المتغيرين وقد استخدمت الدراسة منهج المسح بشقه الميداني، من خلال استمارة الاستبيان، على عينة قوامها 406 مفردة، تشمل: محافظة القاهرة ومحافظة الإسكندرية ومحافظة بني سويف باعتبارها إحدى محافظات الوجه القبلي، والمنهج المقارن، والمنهج الكيفي، من خلال استخدام أداة مجموعات النقاش المركزة، وقد تم تطبيق أربع مجموعات للنقاش المركزة على بعض المبحوثين الذين قاموا بملء الاستبيان، وبلغ عددهم 30 مبحوثاً.

وكان من أهم نتائج الدراسة :

- هناك علاقة ارتباطية طردية بين التعرض للبرامج الحوارية التليفزيونية ومستوى الثقة السياسية لدى أفراد العينة، بينما لا توجد علاقة بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ومستوى الثقة السياسية لدى المبحوثين.⁽¹⁶⁾

3- دراسة رهاب ماسن الجناء (2017) بعنوان البرامج الاءارفة بالقنوات الفضائفة المصرية وعلاقتها باءراك عفة من المراهقفة للصراع الساسف . اساءافا الدراسة الأعرف على أهم البرامج الاءارفة الأف يشاهافا عفة الدراسة من المراهقفة وماءف إءراك المراهقفة عفة الدراسة للصراع الساسف فف مصر وقاء اساءافا الدراسة منهج المسح بشقة الألفلف والمفءافف كما اساءافا اساءافا الاسابفان على عفة من شباف جامعا عفن شمس وبور سعفء من (22:18) سنف ممن يشاهافون البرامج الاءارفة عفة الدراسة و اساءافا الألفل المضمون لألفل مضمون أربعة برامج هف (العاشرة مساء ، القاهرة 360، هنا العاصمة، مع إبراهم عفسف)

وكان من أهم ناءاف الدراسة :

- جاء برنامج العاشرة مساء فف مقءمة البرامج من أفا نسبة المشاهاة وكانا ءواف المشاهاة لأنه فافاؤل أهم القضافا ولأن شأصففة مقءم البرنامج آءابة . (17)

4- دراسة سحر مامء صوفف (2016) بعنوان أقفم معافر الأءاف المفنف لمقءمف البرامج الاءارفة فف القنوات الفضائفة المصرية الخاصة .

اساءافا الدراسة الوقوف على مءف فبافن الأءاف الإعلامف لمقءمف البرامج الاءارفة ومءف فأأفره على مشاهاة هاءة البرامج ، وقاء اساءافا الدراسة منهج المسح بشقة الألفلف والمفءافف على عفة من البرامج وهف برنامج الأفاة الفوم على قناة الأفاة وهنا العاصمة على سف بف سف وأفر النهار على قناة النهار ، على عفة قوامها 400 مفراء من الماماع المصري .

وكان من أهم ناءاف الدراسة :

- ارأافا نسبة البرامج الاءارفة المباشرة إلى 100% ولا فواء برامج مسجلة .
- نسبة من يشاهافون القنوات الخاصة بشكل ءافم 72% وأأفانا 28% بفنا لم أأفر أف نسبة لمن لا يشاهافون.
- أهم أسباب مشاهاة البرامج الاءارفة فف القنوات الخاصة الفافع فف المضامن .
- واءو القنوات الخاصة قاء ساء كأفرا فف فأوفر أءاف مقءمف البرنامج الاءارفة بنسبة 53.1% بفنا ساء إلى آء ما بنسبة 43.9% واء فف الفافاة لم فأاف فف الفأوفر بنسبة 3%.
- أهم السماا المفنفة الأف فاماع بها مقءمف البرامج الاءارفة فأافم الموضوع بشكل آفء من آمفع الفواف بنسبة 83.9% .

- لمفس الاءفاء ومأموء سعد ولبنى عسل و خالد صلاآ قء حصلوا على المراءب الأربعة الأولى بنسبة 62.9 % ، 53.4% ، 40.7% ، 32.8%.(18)

5- ءراسة نابة مأموء مأموء العناف (2016) بعنوان أطر معالاة البرامب الءوارفة فف القنواء الفضاافة العربفة للعلاقة بفن المسلم والمسففى وعلاقتها بمسؤولفاء الانءماء لاء المراءفن

اسءهءفء ءراسة التعرف على أطر معالاة البرامب الءوارفة فف القنواء الفضاافة العربفة للعلاقة بفن المسلم والمسففى وعلاقتها بمسؤولفاء الانءماء لاء المراءفن وقء اسءءءمء ءراسة منهب المسب بشقفه الألفلف والمفءافف على عفة من البرامب الءوارفة المقءمة على شاشاء القنواء الفضاافة العربفة وعلى عفة عمءفه من المراءفن قوامها 500 مباء (250مسلم ، 250مسففى) من الشباب الءفن فءراوب أعمارهم من (18 : 21) سنة وقسم بالءساوف بفن الجامعات بواقع 100 مفءرة لكل من (جامعة القاهرة ، جامعة عفن شمس، جامعة بنف سوف ، جامعة الإسكءرفة ، جامعة المنفا). مسءءمئاً أءواء جمع البفاءاء الآلفة: اسءماراة آلفلف ، اسءماراة الاسءبفاء ومقفاس الانءماء .

وكان من أهم نءائب ءراسة :

- جاء اسءءءام إطار الاءءماءاء الإنساافة فف مقءمة اطر معالاة القضافا الآف ءءلق بالمسلم والمسففى فف البرامب مآل ءراسة بنسبة بلغت 28.3% ، ثم جاء أطر الصراع فف المراءفة الآنافة بنسبة بلغت 23.3% ، ثم جاء إطار نسب المسؤولفة فف المركز الآلف بنسبة 21.7%.

- نسبة من فشاهاون القنواء الفضاافة العربفة من إجمالف مفءراء عفة ءراسة بلغت 53.2% ، وبلغء نسبة من فشاهاون البرامب الءوارفة بالقنواء الفضاافة العربفة من إجمالف أفراء عفة ءراسة 33.3%.(19)

6- ءراسة رابفة إبراهيم عوض (2015) بعنوان ءور البرامب الءوارفة فف الفضاائفاء المصرفة الخاصة فف ءراءب أولوفاء قضافا المواءنة لاء الشباب المصرفى.

اسءهءفء ءراسة التعرف على قائمة أولوفاء قضافا المواءنة الآف ءءمها البرامب الءوارفة فف الفضاائفاء المصرفة الخاصة عفة ءراسة الآلفلفة وءورها فف ءراءب أولوفاء قضافا المواءنة لاء الشباب الجامعى عفة ءراسة المفءاففة، وءسءءم وقء اسءءمء ءراسة منهب المسب بشقفه الآلفلف والمفءافف :وفى إطاره تم إباء ءراسة آلفلفة لعفة من البرامب الءوارفة الآف ءءاع عبر الفضاائفاء المصرفة الخاصة وهف الءفاة الفوم- هنا العاصمة-90ءقفقة ، وإباء ءراسة أخرى مفءاففة على عفة من الشباب الجامعى قوامها 450 مفءرة

- وكان من أهم نتائج الدراسة :

- احتلت قضايا المواطنة القانونية المرتبة الأولى يليها قضايا المواطنة السياسية ثم الاجتماعية ثم الاقتصادية وأخيرا قضايا المواطنة البيئية.
- أوضحت نتائج الدراسة الميدانية ارتفاع معدل متابعة المبحوثين للبرامج الحوارية عينة الدراسة وهو ما أدى إلى توافق أجندة قضايا المواطنة التي تعرضها البرامج الحوارية مع أجندة المبحوثين، كما أثبتت الدراسة أن كل من المتغيرات الديموجرافية ودرجة الاعتماد ودرجة الثقة في مصداقية البرامج تؤثر على العلاقة بين ترتيب أولويات قضايا المواطنة التي تعرضها البرامج الحوارية وترتيب أولويات ذات القضايا لدى المبحوثين.⁽²⁰⁾

ثانيا : الدراسات التي تناولت صورة المرأة في القنوات الفضائية :

- 1- دراسة شريف شفيق ذكي (2016) بعنوان صورة المرأة العاملة كما تعكسها الدراما التلفزيونية وعلاقتها باتجاهات عينة من طالبات الجامعة نحو العمل
- استهدفت الدراسة التعرف علي صورة المرأة العاملة كما تعكسها الدراما التلفزيونية ومدى تأثير تلك الصورة علي ادراك طالبات الجامعات المصرية لواقعية تلك الصورة وكذلك تأثيرها علي إتجاهاتهن نحو العمل وذلك من خلال مقياس الاتجاه 0
- وقد استخدمت الدراسة المنهج الوصفي بشقية التحليلي والميداني ، وذلك من خلال تحليل مضمون تسعة عشر مسلسلا تلفزيونيا أذيعت بقناة النيل للدراما بالتلفزيون المصري بواقع (565) حلقة علي عينة قوامها (400) مفردة من طالبات كليات جامعة القاهرة ممن يدرسن بمرحلة البكالوريوس
- وكان من أهم نتائجها :

- هناك تطور ايجابيا وأقل نمطية بالدراما التلفزيونية في تناول أدوار المرأة المصرية العاملة بالمجتمع وذلك تأكيدا علي دورها الايجابي في تحقيق التنمية للمجتمع الذي نعيش فيه .
- الدراما التلفزيونية كان لها دور غير مباشر في إدراك طالبات الجامعة عينة الدراسة لصورة المرأة العاملة ، وبالتالي في رؤيتهن لمدي ملائمة بعض المهن لعمل المرأة في الواقع وكذلك مدي نجاحها بها .⁽²¹⁾

- 2- دراسة مريم صادق السليمي (2014) بعنوان صورة المرأة الكويتية في الاعلام الكويتي من وجهة نظر الاعلاميات الكويتيات . مريم صادق السليمي . استهدفت الدراسة التعرف على مدي اسهام وسائل الاعلام الكويتية في تحسين أو تشوية صورة المرأة الكويتية من وجهة نظر الاعلاميات الكويتيات ، استخدمت الدراسة

المنهج الوصفى بشقه الميدانى على عينة قوامها (99) إعلامية كويتية يعملن فى مختلف وسائل الاعلام الكويتية إضافة إلى وزارة الاعلام الكويتية .

وكان من أهم نتائجها :

- الاعلام الكويتى يبرز قصص نجاح الرجل بشكل أكبر من المرأة مما يعكس تميزا ضد المرأة إذ يقدم صورة المرأة على أنها سلعة فى الأعمال الدرامية والاعلانات التجارية .

- الاعلام الكويتى يعمل على رفع مستوى المرأة من خلال المهن الانسانية التى تقوم بها (الطب والتعليم وغيرها) .⁽²²⁾

3- دراسة نرمين فتحي خضر (2011) بعنوان صورة المرأة المدخنة فى المسلسلات التليفزيونية وعلاقتها باتجاه المراهقات نحو التدخين.

استهدفت الدراسة توضيح الصورة التى تظهر بها المرأة المدخنة فى المسلسلات و التعرف على اتجاه المراهقات نحو النجمة المدخنة واتجاهاتهن نحو التدخين ، استخدمت الدراسة منهج المسح بشقية التحليلى والميدانى على عينة عمدية من المسلسلات التليفزيونية التى عرضت صورة المرأة المدخنة، هى (السندريلا سعاد حسنى – أسمهان - حذف بحر) وعينة بشرية قوامها 400 مفردة من الفتيات المراهقات من سن (15 – 18) سنة بالمدارس الثانوية بمحافظة القليوبية ومحافظة القاهرة

- وكان من أهم نتائج الدراسة :

- أن الطالبات عينة الدراسة تتابع المسلسلات جاءت فى المرتبة الأولى بنسبة (75%).

- تبين أن الطالبات عينة الدراسة الميدانية تقلدن بعض نجومات التليفزيون أو تتخذهن أحيانا قدوة جاءت فى المرتبة الأولى بنسبة (53.3%)، وفى المرتبة الثانية جاءت نعم (26.5%)، وفى المرتبة الثالثة لا تقلد بنسبة (26.5%).

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الطالبات المراهقات فى تقليد بعض نجومات التليفزيون واتخاذهم قدوة واتجاههم نحو التدخين.- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الصورة المقدمة للنجمة المدخنة فى المسلسل واتجاه المراهقات نحو التدخين.⁽²³⁾

4- دراسة علياء عبد الفتاح رمضان (2011) بعنوان صورة المرأة فى الأفلام السينمائية وعلاقتها بإدراك الواقع الاجتماعى لها لدى الفتاة الجامعية.

استهءفت الءراسة ءوصيف ملامح صورة المرأة كما رسمتها وءرسمها الأفلام السينمائية؁ وذلك من ءلال إلقاء الضوء على الخصائص والصفات والأءوار الءة قءمءها الأفلام السينمائية للمرأة ومءى ءطابقها مع واقعها الفءلي؁ كذلك ءعءني هءه الءراسة برءوء أفعال الشبالب الجامعي من الجنسین لما یقءم عن صورة المرأة في الأفلام السينمائية. وقء اسءءءمء الءراسة منهج المسح بشقية الءحلیلی والمیءانی علی عینة من الأفلام ءقءر بءلائون فیلما سینمائیا ءم عرضها علی القنواء الفضائية وعینة بشریة قوامها 200 مفردة من الفءیات الجامعیاء ممءلة فی جامعة طنطا والزقازیق والمصورة والأزهر.

وكان من أهم نءائج الءراسة :

- معظم أفراد العینة یفضلون مشاهءة الأفلام السينمائية منذ المرحلة الإءاءیة حیء بلغت نسبءهم 38.5% یلبیها فی المرحلة الابتدائية والثانویة بنسبة 27.5% فی حیء بلغت المرحلة الجامعیة 6.5%.

- اءلب أفراد العینة یرون أن صورة المرأة فی الأفلام السينمائية یءم عرضها بشكل سلبي وایجابي معا حیء بلغت نسبءهم 61%.

- ءمءلت صورة المرأة الأنءى فیما یلی: مءیره للشهواء والغرائز ءحاول أن ءمءل بالنموذج الأوروبی. (24)

5- ءراسة سعد سلیمان عبء الله (2009) بعءوان صورة المرأة فی برامج الفضائیات العربیة - ءراسة ءحلیلیة للإءلانات الخاصة بالمرأة علی شاشة قناة LBC الفضائية لعام 2009.

استهءفت الءراسة الءعرف علی الصورة الإءلامیة للمرأة فی برامج الفضائیات العربیة من ءلال ءحلیل مضمون الماءة الإءلامیة المقءمة من ءلال الإءلانات علی قناة LBC الفضائية . وقء اسءءءمء الءراسة منهج المسح بشقية الءحلیلی علی (148)إءلانا علی قناة LBC إءباع طریقة الأسبوع الصناعی فی الفءرة من (2009/1/31 : 2009/1/1)

- وكان من أهم نءائج الءراسة :

- ءفوق الإءلانات السلعیة الاسءهلاکیة

-ءصول الفئة الاسءهلاکیة علی المربة الأولى فی الإءلانات عینة البءء بسبب منءجي الرسائل الإءلانیة الءین اسءءءموا المرأة كوسیلة مناسیة لءرویج بضائعهم ومنءجاءهم المءءلفة من ءلال اقءران صورءها بالسلعة المعلن عنها وبذلك یصح القول إن صورة المرأة أصبحت جزءاً لا یءجزأ من الءعایة ءءاریة للسلع الاسءهلاکیة المءمءلة بالسلع الغذائیة (أءواء ءءمیل وءنظیف وأءواء منزلیة وءیرها من السلع الأءرى). (25)

6- دراسة محمد عمر (2003) بعنوان الصورة الاجتماعية للمرأة فف الءراما السورية .

استهءفت الدراسة التعرف على مءف متابعة المشاهفءن للمسلسلات التلفزفونفة السورية وما هف صورة المرأة الفف تعرضها تلك المسلسلات والأءوار الفف تؤءفها. استءءمت الدراسة منهآ المسح بشقة المفءانف على عفة قوامها 2000 مفرفة من مءتلف الأعمار (شباب- كبار سن -ذكور إناث)

- وكان من أهم نءائآ الدراسة :

- 100% من أفراء العفة يشاهدون المسلسلات السورية

- 34% من أفراء العفة راضون عن صورة المرأة فف المسلسلات السورية ، و15% رفر راضفن عن صورة المرأة فف هءه المسلسلات ، بففما 51% راضفن أأفانا.

- 79% من أفراء العفة فرون أن صورة المرأة الفف فءءمه المسلسلات السورية هف صورة واقفة ، بففما فرف 21% أن صورة المرأة مءالفة ورفر مطابقة للواقع .⁽²⁶⁾

- الفعلق على الدراسات السابقة وأوجه الاسءفاهه منها :

باسءعراض الدراسات السابقة فءضآ للباحة أنها جاءء مءنوعة من أفء الاسءمام والهءف والأجراءء المنهآفة مما أفاء الباحة بالالمام بالءراء النظرف حول موضوع البءآ ، لكن رغم ما فءمءه هءه الدراسات من نءائآ مهمة إلا أن الباحة لاءظء من خلال القراءاء النقءفة لهءه الدراسات بعض الملاءظاء وهف :

- اءفقت الدراسات السابقة فف المنهآ المسءءم وهو المنهآ الوصفف بشقة الفلفلف والمفءانف

- ءنوعء الموضوعاء والقضافا الفف ءناولءها الدراسات السابقة وهو ما فمءل رصفاء معرففا وعلمفا انعكس بصورة افآبفة على موضوع البءآ وءءفء المشكلة والءساؤلاء وبالفالف الفوصل إلى نءائآ علمفة سلمفة .

- ركزء معظم الدراسات السابقة فف المءور الأول (برامآ التوك شو) على القضافا السفاصفة وإآاهاء الجمهور نأوها .

- ءناولء دراسة واحدة فقط من الدراسات السابقة ءبافن الأداء المهنف للقاءم بالاءصال فف برامآ التوك شو من الجنسفن وبذلك اءءلفء عن الدراسة الفلفة أفء أن هءه الدراسة ءسءهء معرفة الصورة الاعلامفة للمذبةعة فقط وعلاقتها بالصورة الفففة المءكونه لاف طلاب الجامعة .

- كما ركزت معظم الدراسات السابقة فف المآورالثاني على صورة المرأة فف وسائل الاعلام بأشكال متعددة كالمرأة العاملة والمدخنة أو المرأة بشكل عام سواء فف الافلام أو المسلسلات أو الاعلانات وبذلك اختلفت عن الدراسة الحالية حيث أن هذه الدراسة تناولت مهنة أخرى للمرأة وهي كمذبةعة فف برامآ التوك شو .

- من الملاحظ بشكل عام أن جميع الدراسات السابقة إعتمدت على منهآ المسح بالعينة وبناءا عليه فقد اعتمد الباحث على هذا المنهآ مما فففف ذلك توافر الخصائص الديموغرافية لاف أفراد العينة .

- أوجه الاستفاده من الدراسات السابقة :

- توظيفها فف تفافف مشكلة البحث وأهمففه والمتغفرات المؤثرة ففه من واقع النتائج التي توصلت إلفها

- صفاغة وتفافف أهداف البحث وتفافف أنسب المناهآ والأداة البحثفة المناسبة وكففة بنائها بما ففقق أهداف البحث وففجب عن تساؤلاته وفروضه .

- فحاول البحث الحالي التوصل إلف نتائج فف جوانب لم تتطرق لها الدراسات والبحوث السابقة

- أفادت نتائج الدراسات السابقة فف تففسفر نتائج البحث الحالي من خلال مقارنة نتائج هذه الدراسات التي ساهمت فف إثراء البحث بالمعلومات .

- تساؤلات الدراسة :

فسعى هذا البحث للإجابة على مجموعة من التساؤلات وهي :

- ما معدل مشاهفة الشباب الجامعي عينة الدراسة للبرامآ الآوارفة (التوك شو) بالقنوات الفضائفة المصرفة الخاصة ؟

- ما أهم القنوات الفضائفة المصرفة الخاصة التي فحرص الشباب الجامعي عينة الدراسة على مشاهفة (برامآ التوك شو) بها ؟

- ما أهم أسباب مشاهفة الشباب الجامعي عينة الدراسة لبرامآ (التوك شو) بالقنوات الفضائفة المصرفة الخاصة .

- ما رأف الشباب الجامعي عينة الدراسة فف مسفوف برامآ (التوك شو) المقدمة بالقنوات الفضائفة المصرفة الخاصة ؟

- ما أهم الموضوعات التي ففضل الشباب الجامعي عينة الدراسة مشاهفتها ببرامآ (التوك شو) المقدمة بالقنوات الفضائفة المصرفة الخاصة ؟

- ما ماف مشاهفة الشباب الجامعي عينة الدراسة لبرامآ (التوك شو) التي تقدمها مذبةعة ؟

صورة المذبةعة في برامج التوك شو بالفضائيات المصرية الخاصة لاء طلاب الجامعة

- ما مءى رضا الشباب الجامعى عينة الدراسة عن أءاء المذبةعة ببرامج (التوك شو) القنوات الفضائية المصرية الخاصة ؟
- ما أهم السمات الايجابية التي تظهر بها المذبةعة ببرامج (التوك شو) على القنوات الفضائية المصرية من وجهة نظر عينة الدراسة؟
- ما السمات السلبية التي تظهر بها المذبةعة ببرامج (التوك شو) على القنوات الفضائية المصرية من وجهة نظر عينة الدراسة؟
- ما درجة ثقة الشباب الجامعى عينة الدراسة بمضمون البرنامج التي تقدمه مذبعة على القنوات الفضائية المصرية الخاصة؟
- معرفة مءى تقييم الشباب الجامعى عينة الدراسة لصورة المذبةعة ببرامج (التوك شو) بالقنوات الفضائية المصرية الخاصة .
- ما أهم العوامل التي تعتقء أنها وراء الاستعانة بالمرأة لتقءيم برامج (التوك شو) بالقنوات الفضائية المصرية الخاصة ؟
- ما أفضل برنامج (توك شو) تقدمه مذبعة بالقنوات الفضائية المصرية الخاصة من وجهة نظر الشباب الجامعى عينة الدراسة ؟
- من أفضل مذبعة تقدم برنامج (توك شو) بالقنوات الفضائية المصرية الخاصة من وجهة نظر الشباب الجامعى عينة الدراسة ولماذا يفضل هذه المذبعة ءون غيرها ؟
- فروض الدراسة

الفرض الأول : ءوءء فروق ذات ءلالة إحصائية بين معدل مشاهءة طلاب الجامعة عينة الدراسة لبرامج التوك شو التي تقدمها مذبعة بالقنوات الفضائية المصرية الخاصة والمتغيرات الءيموجرافية (النوع – المستوى الاجتماعى والاقتصادى – المنطقة الجغرافية).

- الفرض الثانى : ءوءء فروق ذات ءلالة إحصائية بين درجة رضا طلاب الجامعة عينة الدراسة عن أءاء المذبةعة ببرامج التوك شو بالقنوات الفضائية المصرية الخاصة والمتغيرات الءيموجرافية (النوع – المستوى الاجتماعى والاقتصادى – المنطقة الجغرافية)

- الفرض الثالث : ءوءء فروق ذات ءلالة إحصائية بين طلاب الجامعة عينة الدراسة عن كيفية أءاء المذبةعة ببرامج التوك شو بالقنوات الفضائية المصرية الخاصة والمتغيرات الءيموجرافية (النوع – المستوى الاجتماعى والاقتصادى – المنطقة الجغرافية)

- الفرض الرابع : فوءف فروق ذات ءالة إحصائفة بفف ءرعة ثقة طالب الجامعة عفة ءرافة بمضمون برامب التوك شو الفف فءءمها مءبعة بالقنواف الفصائفة المصرفة الخاصة والمففراف ءفموجراففة (النوع - المسفوف الاجماعف والاقتصاءف - المنطفة الجغراففة)

- الفرض الخامس : فوءف علافة ذات ءالة إحصائفة بفف مءءل مشاهءة طالب الجامعة عفة ءرافة لبرامب التوك شو الفف فءءمها مءبعة بالقنواف الفصائفة المصرفة الخاصة وءرعة الثقة فف مضمون البرنامج.

- الفرض الساءس: فوءف علافة ذات ءالة إحصائفة بفف مسفوف برامب (التوك شو) المقءمة بالقنواف الفصائفة المصرفة شكلا ومضمونا و ءرعة الرضا عن أءاء المءبعة ببرامب (التوك شو) القنواف الفصائفة المصرفة.

- مففراف ءرافة :

- المففراف المسفل المفلل فف مشاهءة برامب التوك شو الفف فءءمها مءبعة بالقنواف الفصائفة المصرفة الخاصة .

- المففراف الوسف : المففراف ءفموجراففة (النوع - المسفوف الاجماعف والاقتصاءف - المنطفة الجغراففة)

- المففراف الفابع الصورة ءهنفة المكونة لءف الطالب عفة ءرافة.

- مصطلحات ءرافة :

1- الصورة ولفضمف هءة ءرافة نوعفف فف الصورة :

- الصورة الإعلامفة : وفقصء بها المظهر العام للمءبعة وطرفة أءائف ببرامب التوك بالقنواف الفصائفة المصرفة الخاصة.

- الصورة ءهنفة : فقصء بها الانطباعات أو الفصوراف المكونة بالفعل لءف طالب الجامعة عن المءبعة ببرامب التوك شو بالفصائبات المصرفة الخاصة ، وهءة الانطباعات ففعلق بمءف واقفة الصورة أو عءم واقففها ، ومءف سلبة الصورة أو افعاففها .

2- المءبع: هو الشفص ءف فقوم بفقل المعلومة ونشرها بصوفه عفر الإءاعفف المسموعة والمرئفة ، وففبغف أن ففسم ءلك النقل والنشر بفرفة وأءاء مفلمز. وفقصء به فف هءة ءرافة المءبعة الفف فءءم برامب التوك شو بالفصائبات المصرفة الخاصة.(27)

3- البرامب الءوارفة (التوك شو): أءأ أشكال الفعبفر الفلفزفونفة الأساسية المسفءمة لإءبار المجمع عن ءقفة وءوهر الأءاء والطواهر والفطوراف الفف

تهم شرائآ اجتماعفة واسعة من خلاله فحصل الجمهور وبشكل مباشر ومن شخصفبات مأمفزة على معلوماء أنفة ومأنوعة؁ كما فحصل على أألفل أعمق لأأأ أو ظاهره .وفقصد بها فف هأه الأراسه برامآ التوك شو على القنواء الفضائف المصرة الخاصة .(28)

4- طلاب الجامعة : فقصأ بها طلاب جامعة أمفاط من الجنسفن وأأراوح أعمارهم من (21:17) سنة.

- نوع ومنهج الأراسه :

أعأبر هأه الأراسه من الأراساء الوصففة الأف أأأأأف أأرفر خصائص ظاهره معفنة وأراسه ظروفها المأفطة بها ، مع أأأفل ألالأها وخصائصها ، بأأف وصف هأه الظاهره وصفا أأفا؁ وأأأفف الأقائق والبفاناء الأف أأ أمعها؁ وأألفلها للوصول إلى نأأآف نهائف؁ وأعأأم هأه الأراسه على منهآ المسأ بشقة المفاأف على عفنة من طلاب جامعة أمفاط من الأكور والأناأ.(29)

- مأأمع وعفنة الأراسه :

- أولا : مأأمع الأراسه :

فأأمأ مأأمع الأراسه فف الشباب الجامعى من ألفأف الأربفة النوعفة والأأاب من سن (21 :18) سنه من الأكور والأناأ .

- أأافا : عفنة الأراسه :

أأ أأففق الأراسه المفاأففة لهذا البأأ على عفنة عشوائفة بسفطة من طلاب جامعة أمفاط من ألفة الأأاب والأربفة النوعفة وقأ قامأ البأأه بأأزفع 200 اسأماره على الطلاب بواقع (100) للأناء و(100) للأكور ألال شهر أبرفل 2017 .

- أأواء أمع البفاناء :

- اسأماره اسأبفان : قامأ البأأه بأعأاء اسأماره اسأبفان أأفف أأأاف البأأ وأأأأ على الإأابة على أساأواء الأراسه للأعرف على الصوره الأهنفة المأكونه لاءف طلاب الجامعة عن المذبةعة الأف أأأم برامآ التوك شو بالفضائبات المصرة الخاصة وقأ أأ أأففق هأه الاسأماره من ألال المأابله مع الطلاب لأمان أرفه المأأأفن فف الإأابة وأمان فهمهم لها .

- صأق وأأاب الأألفل

قامأ البأأه بأرض اسأماره الاسأبفان على مأموعة من المأأمفن(30) للأأكد من كونها أقفس ما وضعت لأقفاسه وأأأم أأأاف الأراسه ، وأم إأراء الأأأفلاء اللازمة لأصأ فف صورأها النهائفه كما هو موضح بمأأق الأراسه ، ولأأكد من الأأاب

صورة المذبة في برامج التوك شو بالقنوات المصرية الخاصة لدي طلاب الجامعة

قامت الباحثة بتطبيق الاستمارة على عينة قوامها (10) مفردة تم اختيارها عشوائياً من عينة الدراسة ثم إعادة التطبيق على نفس العينة بعد مرور أسبوعين من التطبيق الأول وتم حساب معامل الارتباط بين نتائج التطبيقين وبلغت قيمة معامل الثبات (92%) وهي نسبة ثبات تدل على مدى وضوح الاستمارة وصلاحياتها للتطبيق.

- نتائج الدراسة :

1- مدى مشاهدة برامج التوك شو بالقنوات الفضائية المصرية:

جدول (1) يوضح مدى مشاهدة عينة الدراسة لبرامج التوك شو بالقنوات الفضائية المصرية

الإجمالي		مدى مشاهدة برامج التوك شو بالقنوات الفضائية المصرية
ك	%	
40	20	دائما
139	69.5	أحيانا
21	10.5	نادرا
200	100	إجمالي

يتضح من الجدول السابق رقم (1) أن نسبة 20% من أفراد العينة يشاهدوا برامج التوك شو بالقنوات الفضائية المصرية دائما , ونسبة 69.5% منهم يشاهدونها أحيانا, ونسبة 10.5% منهم نادرا ما يشاهدونها. وقد يرجع السبب في ذلك إلي أن أفراد العينة يرون أن هذه البرامج مصدر جيد للمعلومات والأخبار بالنسبة لهم.

2- عدد أيام مشاهدة برامج (التوك شو) بالقنوات الفضائية المصرية.

جدول (2) يوضح عدد أيام مشاهدة عينة الدراسة لبرامج (التوك شو) بالقنوات الفضائية المصرية

الإجمالي		عدد أيام مشاهدة برامج (التوك شو) بالقنوات الفضائية المصرية
ك	%	
108	54	حسب الظروف
42	21	أقل من ثلاثة أيام
5	2.5	ثلاثة أيام
10	5	من 4: 5 أيام
35	17.5	يوميا
200	100	إجمالي

صورة المذبةعة في برامج التوك شو بالقناتبات المصرية الخاصة لاء طلاب الجامعة

يتضح من الءءول السابق رقم (2) ءاء في الترتيب الأول حسب الظروف من حيث عءء أيام مشاهءة عينة الءراسة لبرامج (التوك شو) بالقنوات الفضائية المصرية بنسبة 54%؁ وفي الترتيب الثاني أقل من ثلاثة أيام بنسبة 21%؁ بينما يوميا في الترتيب الثالث بنسبة 17.5%؁ ثم من 4-5 أيام بنسبة 5%؁ وقء يرجع السبب في ذلك إلى أن معظم أفراد العينة وخاصة الشباب يعملون في مهن مختلفة بعء الجامعة .

3- عءء برامج (التوك شو) التي تتابعها بالقنوات الفضائية المصرية في اليوم الواحد:

ءءول (3) يوضح عءء برامج (التوك شو) التي تتابعها عينة الءراسة بالقنوات الفضائية المصرية في اليوم الواحد

عءء برامج (التوك شو) التي تتابعها بالقنوات الفضائية المصرية في اليوم الواحد		الإءمالي	
		ك	%
حسب الظروف		83	41.5
برنامج واحد		43	21.5
برنامجان		30	15
من ثلاث إلى خمس برامج		26	13
أكثر من ستة برامج		18	9
إءمالي		200	100

يتضح من الءءول السابق رقم (3) أن نسبة 41.5% من أفراد العينة يشاهدوا برامج (التوك شو) بالقنوات الفضائية المصرية في اليوم الواحد حسب الظروف؁ ونسبة 21.5% منهم يشاهدوا برنامج واحد؁ ونسبة 15% منهم يشاهدوا برنامجان في اليوم؁ ونسبة 13% منهم يشاهدوا من ثلاث إلى خمس برامج في اليوم.

4- أهم القنوات الفضائية المصرية التي تحرص على مشاهءة (برامج التوك شو) بها:

ءءول (4) يوضح أهم القنوات الفضائية المصرية التي تحرص عينة الءراسة على مشاهءة (برامج التوك شو) بها

القةاة	ءرءة الحرص		ءانما		أءيانا		ناءرا		عءء النقاط	المتوسط المرجء	ءرءة الحرص
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%			
1- النهار	31	15.5	65	32.5	104	52	327	1.64	327	1.64	ناءرا
2- المءور	15	7.5	43	21.5	142	71	273	1.37	273	1.37	ناءرا
3- ءريم	24	12	32	16	144	72	284	1.42	284	1.42	ناءرا
4- القاهرة والناس	41	20.5	79	39.5	80	40	387	1.94	387	1.94	أءيانا
5- m b c	52	26	46	23	102	51	356	1.78	356	1.78	أءيانا
6- الءياة	39	19.5	53	26.5	108	54	395	1.98	395	1.98	أءيانا
7- c b c	69	34.5	86	43	45	22.5	477	2.39	477	2.39	ءانما

يتضح من الءءول السابق رقم (4) أن أهم القنوات الفضائية المصرية التي تحرص أفراد العينة على مشاهءة (برامج التوك شو) بها ءاءت مرتبة كالأتي :

صورة المذبةعة فف برامآ التوك شو بالفضانفائف المصرةة لاف طلاب الجامعة

- ففرفصون افافاف على مشاهفة (برامآ التوك شو) بفناة cbc فف الفرففب الأفول بمتوسط 2.39
- وقف فرآع السبب فف ذلك إلى أن هفة الفناة علفها أكفر من برنامآ توك شو ففأمون فف أوقات مآلفة على ماف الفوم .
- ففرفصون أففافا على مشاهفة (برامآ التوك شو) بفناة الفففة فف الفرففب الفافف بمتوسط 1.98.
- ففرفصون أففافا على مشاهفة (برامآ التوك شو) بفناة القاهرة والناس فف الفرففب الفالف بمتوسط 1.94.
- ففرفصون أففافا على مشاهفة (برامآ التوك شو) بفناة m b c فف الفرففب الفراف بمتوسط 1.78.
- ففرفصون نافرا على مشاهفة (برامآ التوك شو) بفناة النهار فف الفرففب الفامس بمتوسط 1.64.
- ففرفصوا نافرا على مشاهفة (برامآ التوك شو) بفناة فرفم فف الفرففب الفامس بمتوسط 1.42.
- ففرفصوا نافرا على مشاهفة (برامآ التوك شو) بفناة المآور فف الفرففب الفامس بمتوسط 1.37.

5- أسباب مشاهفة برامآ (التوك شو) بالفقنواف الفضانفائف المصرةة:

آفول (5) فوفآ أسباب مشاهفة عففة الفرافة لبرامآ (التوك شو) بالفقنواف الفضانفائف المصرةة

الفرففب	الإآمالف ن=200		أسباب مشاهفة برامآ (التوك شو) بالفقنواف الفضانفائف المصرةة
	%	ك	
1	65	130	1- لأنها ففأم موضوعات كففرة ففم الشفاب
8	26	52	2- الففوف فف شكل ومضمون البرامآ المآمة
9	12.5	25	3- أرف فففا آفرام الآخر
5	33.5	67	4- مآم البرنامآ أسلففه مأمع وآآاب
	11	22	5- لأنف أفق فففا ففأمه
7	26.5	53	6- لأنها ففأم الموضوعاف بشكل مأمعم
6	29	58	7- لأنها ففناول موضوعاف سفاسفة مآروآة على الساحة
3	40.5	81	8- لأنها ففشف آففافافف من المعلوماف الففففة والآفماعفة والسفاسفة المآلفة
4	35	70	9- ففهم بمافالاف الآمهور ومشارآفهم
2	56	112	10- لأنها ففزوفف بالمعلومات والمعارف العامة

صورة المذبة في برامج التوك شو الفضائيات المصرية الخاصة لدي طلاب الجامعة

يتضح من الجدول السابق رقم (5) أن جاء في الترتيب الأول لأنها تقدم موضوعات كثيرة تهم الشباب من حيث أسباب مشاهدة أفراد العينة لبرامج (التوك شو) بالقنوات الفضائية المصرية بنسبة 65% وتختلف هذه النتيجة مع سحر محمد صوفي حيث جاء في الترتيب الأول تنوع الموضوعات، وفي الترتيب الثاني لأنها تزودهم بالمعلومات والمعارف العامة، بنسبة 56% ونسبة 40.5% منهم يشاهدونها لأنها تشبع احتياجاتهم من المعلومات الدينية والاجتماعية والسياسية المختلفة، ونسبة 35% منهم يشاهدونها لأنها تهتم بمداخلات الجمهور ومشاركاتهم .

6- مستوي برامج (التوك شو) المقدمة بالقنوات الفضائية المصرية شكلا ومضمونا:

جدول (6) يوضح مستوي برامج (التوك شو) المقدمة بالقنوات الفضائية المصرية شكلا ومضمونا من وجهة نظر عينة الدراسة

مستوي برامج (التوك شو) المقدمة بالقنوات الفضائية المصرية شكلا ومضمونا		الإجمالي	
		ك	%
ممتازة		12	6
جيدة		120	60
متوسطة		57	28.5
رديئة		11	5.5
الإجمالي		200	100

يتضح من الجدول السابق رقم (6) أن نسبة 6% من أفراد العينة يروا أن مستوي برامج (التوك شو) المقدمة بالقنوات الفضائية المصرية شكلا ومضمونا ممتاز، ونسبة 60% منهم يروا أنه جيدة، ونسبة 28.5% منهم يروا أنها متوسطة، في حين نسبة 5.5% منهم يروا أنها رديئة.

7- أهم الموضوعات التي تفضل مشاهدتها ببرامج (التوك شو) المقدمة بالقنوات الفضائية

جدول (7) يوضح أهم الموضوعات التي يفضل عينة الدراسة مشاهدتها ببرامج (التوك شو) المقدمة بالقنوات الفضائية المصرية

الترتيب	الإجمالي ن=200		أهم الموضوعات التي تفضل مشاهدتها ببرامج (التوك شو) المقدمة بالقنوات الفضائية المصرية
	ك	%	
1	40	20	1- الموضوعات السياسية
2	81	40.5	2-الموضوعات الاجتماعية
4	60	30	3- الموضوعات الدينية
3	66	33	4- الموضوعات الفنية والتاريخية
1	132	66	5- الموضوعات المتنوعة

صورة المذبةعة فف برامآ التوك شو بالفضانفائف المصرةفة الخاصة لاف طلاب الجامعة

فأأضآ من الآءول السابق رقم (7) أن آاء فف الفرففب الأول الموضوعات المأأوعة من آفآ أهم الموضوعات الفف ففألون مشاهءفها ببرامآ (الفوك شو) المأءمة بالقنواف الفضانففة المصرةفة بنسبة 66% هف وففق هءه الففآآة مع ءراسة سآر صوفف وقء فرآع السبب فف ذلك إلف أن الموضوعات المأأوعة فأبع آففافاف الفرد سفاسفا واجفماعفا وءفنفاف وفاقفا ... فلفها الموضوعات الافجماعفة بنسبة 40.5%؁ ونسبة 33% منهم ففروا أنها الموضوعات الفففة والفارفآفة؁ ونسبة 30% منهم ففروا أنها الموضوعات الففنفة.

8- مءف فعبفر برامآ (الفوك شو) بالفضانفائف المصرةفة عن واقع المآآمع المصرة فموضوعة:

آءول (8) فوضآ مءف فعبفر برامآ (الفوك شو) بالفضانفائف المصرةفة عن واقع المآآمع المصرة فموضوعة

مءف فعبفر برامآ (الفوك شو) بالفضانفائف المصرةفة عن واقع المآآمع المصرة فموضوعة		الإجمالف	
		ك	%
إلف آء كبفر		30	15
إلف آء مأموسط		122	61
إلف آء قلفل		41	20.5
لا فعبفر مأموقا		7	3.5
إجمالف		200	100

فأأضآ من الآءول السابق رقم (8) أن نسبة 15% من أفراء العفنة ففروا أن برامآ (الفوك شو) بالفضانفائف المصرةفة فعبفر إلف آء كبفر عن واقع المآآمع المصرة فموضوعة؁ ونسبة 61% منهم ففروا أنها فعبفر إلف آء مأموسط؁ ونسبة 20.5% منهم ففروا أنها فعبفر إلف آء قلفل.وقء فرآع السبب فف ذلك إلف أن هفآك فاضارب بفن القنواف فف عرض بعض الموضوعات الفف فمس المآآمع وقضافاه.

9- مءف مشاهءة برامآ (الفوك شو) الفف فأءمها مءفبة:

آءول (9) فوضآ مءف مشاهءة عفنة ءراسة لبرامآ (الفوك شو) الفف فأءمها مءفبة.

مءف مشاهءة برامآ (الفوك شو) الفف فأءمها مءفبة		الإجمالف	
		ك	%
نعم		175	87.5
لا		25	12.5
الإجمالف		200	100

صورة المذبةعة في برامج التوك شو بالفضائيات المصرية الخاصة لاء طلاب الجامعة

يتضح من الءءول السابق رقم (9) أن نسبة 87.5% من أفراد العينة يشاءءوا برامج (التوك شو) التي تقدمها مءبعة، ونسبة 12.5% منهم لا يشاءءونها.

10- رء فعلك عءءما تشاءء برامج (التوك شو) التي تقدمها مءبعة على القنوات الفضائية المصرية

ءءول (10) يوضح رء فعل عينة الدراسة عءء مشاءءتهم لبرامج (التوك شو) التي تقدمها مءبعة على القنوات الفضائية المصرية

الءءمالي		رء فعلك عءءما تشاءء برامج (التوك شو) التي تقدمها مءبعة على القنوات الفضائية المصرية
ك	%	
39	22.3	أغير القناة
88	50.3	استمر في متابعتها
48	27.4	أءءء مع الأسرة بشأن البرنامج
175	100	الءءمالي

يتضح من الءءول السابق رقم (10) أن نسبة 50.3% من أفراد العينة عءءما يشاءءوا برامج (التوك شو) التي تقدمها مءبعة على القنوات الفضائية المصرية يستمرءوا في متابعتها، وقء يرجع السبب في ذلك إلى قءرة المءبعة على إءارة البرنامج وءءب المشاءءين إلى متابعتها وتمتعها بالحضور الإءلامى ككل، ونسبة 27.4% منهم يتءءءوا مع الأسرة بشأن البرنامج، ونسبة 22.3% منهم يغيرءوا القناة.

11- مءى الرضا عى أءاء المءبعة ببرامج (التوك شو) بالقنوات الفضائية المصرية:

ءءول (11) يوضح مءى رضا عينة الدراسة عى أءاء المءبعة ببرامج (التوك شو) القنوات الفضائية المصرية

الءءمالي		مءى الرضا عى أءاء المءبعة ببرامج (التوك شو) القنوات الفضائية المصرية
ك	%	
24	13.7	راضى تماما
114	65.1	راضى إلى ءء ما
37	21.1	أغير راضى
175	100	الءءمالي

يتضح من الءءول السابق رقم (11) أن منهم راضىن إلى ءء ما ءاءت في الترتىب الأول بنسبة 65.1% وقء يرجع السبب في ذلك كما ذكر المءءوثن أثناء تطبىق الاستبائة إلى أن هناك بعض السلبياء في كل مءبعة ولا يوجد أءء على ءرءة من الكمال مءل التسرع والغرور وطريقة الملبس كما أن هناك بعض الاىباباء لا يمكن أن ننكرها ، ونسبة 21.1% منهم أغير راضىن عى أءاء المءبعة ببرامج (التوك شو)

صورة المذبة في برامج التوك شو بالفصائبات المصربة الخاصة لاء طلاب الجامعة

بالقنوات الفصائية المصربة. ببناء نسبة 13.7% من أفراد العينة راضين تماما عن أداء المذبة ببرامج (التوك شو) القنوات الفصائية المصربة.

12- أسباب اءم الرضا عن أداء المذبة ببرامج (التوك شو) القنوات الفصائية المصربة:

ءءول (12) بوض أسباب اءم رضا أفراد العينة عن أداء المذبة ببرامج (التوك شو) القنوات الفصائية المصربة

الترتيب	الإءمالي ن=37		أسباب اءم الرضا عن أداء المذبة ببرامج (التوك شو) القنوات الفصائية المصربة
	%	ك	
4	45.9	17	1- لأنها لا تقنعني
1	70.3	26	2- لأنني أرى أن الرجل أكثر ءرة على إءارة البرنامج
5	40.5	15	3- لأن مظهرها غير مناسب للمرأة المصربة
3	54.9	20	4- تشتت انتباهي عنء متابعة البرنامج
1	70.3	26	5- لا تستطيع السيطرة على الضيوف
6	29.7	11	6- لا تحترم الآخر
3	54.9	20	7- ثقافتها مءوءة
2	56.8	21	8- تنفءء الحضور الإءلامي

بفض من الءءول السابق رقم (12) أن نسبة 70.3% من أفراد العينة غير راضين عن أداء المذبة ببرامج (التوك شو) بالقنوات الفصائية المصربة لأنهم برون أن الرجل أكثر ءرة على إءارة البرنامج، ونسبة 70.3% منهم غير راضين عن أءائها لأنها لا تستطيع السيطرة على الضيوف، ونسبة 56.8% منهم غير راضين عن أءائها لأنها تففقء الحضور الإءلامي، ونسبة 54.9% منهم غير راضين عن أءائها لأن ثقافتها مءوءة.

13- السمات الإءبابية التي تظهر بها المذبة ببرامج (التوك شو) على القنوات الفصائية

ءءول (13) بوض السمات الإءبابية التي تظهر بها المذبة ببرامج (التوك شو) على القنوات الفصائية المصربة

الترتيب	الإءمالي ن=175		السمات الإءبابية التي تظهر بها المذبة ببرامج (التوك شو) على القنوات الفصائية المصربة
	%	ك	
2	50.3	88	1- التواضع
7	24.6	43	2- ءءمل المسؤولية
1	62.3	109	3- الثقة بالنفس
6	32.6	57	4- الصراة
5	41.7	73	5- الشعاة
7	24.6	43	6- الصبر

صورة المذبة في برامج التوك شو بالفضائيات المصرية الخاصة لذي طلاب الجامعة

4	42.9	75	7- الثقافة العامة
3	48.6	85	8- الحياء والموضوعية

يتضح من الجدول السابق رقم (13) أن نسبة 62.3% من أفراد العينة يروا أن السمات الايجابية التي تظهر بها المذبة ببرامج (التوك شو) علي القنوات الفضائية المصرية الثقة بالنفس وتختلف هذه النتيجة مع دراسة سحر صوفي حيث كانت من أهم السمات تقديم الموضوع بشكل جيد، ونسبة 50.3% منهم يروا أنها التواضع، ونسبة 48.6% منهم يروا أنها الحياء والموضوعية، ونسبة 42.9% منهم يروا أنها الثقافة العامة.

14- السمات السلبية التي تظهر بها المذبة ببرامج (التوك شو) علي القنوات الفضائية

جدول (14) يوضح السمات السلبية التي تظهر بها المذبة ببرامج (التوك شو) علي القنوات الفضائية المصرية الخاصة

الترتيب	الإجمالي ن=175		السمات السلبية التي تظهر بها المذبة ببرامج (التوك شو) علي القنوات الفضائية المصرية
	%	ك	
1	57.7	101	1- التسرع
5	18.9	33	2- التشاؤم
4	28	49	3- التعصب
6	18.3	32	4- عدم تحمل المسؤولية
3	46.3	81	5- النفاق والانهياز
2	47.4	83	6- الغرور

يتضح من الجدول السابق رقم (14) أن نسبة 57.7% من أفراد العينة يروا أن السمات السلبية التي تظهر بها المذبة ببرامج (التوك شو) علي القنوات الفضائية المصرية التسرع، ونسبة 47.4% منهم يروا انه الغرور، ونسبة 46.3% منهم يروا انه النفاق والانهياز، ونسبة 28% منهم يروا انه التعصب.

15- درجة ثقتك بمضمون البرنامج الذي مقدمة مذبة علي القنوات الفضائية المصرية :

جدول (15) يوضح درجة ثقة أفراد العينة بمضمون البرنامج الذي مقدمة مذبة علي القنوات الفضائية المصرية الخاصة

الإجمالي		درجة ثقتك بمضمون البرنامج التي مقدمة مذبة علي القنوات الفضائية المصرية
%	ك	
20	35	أثق إلي حد كبير
52	91	أثق إلي حد متوسط
20.6	36	أثق إلي حد قليل
7.4	13	لا أثق به مطلقا
100	175	الإجمالي

صورة المذبة في برامج التوك شو بالفضائيات المصرية الخاصة لذي طلاب الجامعة

يتضح من الجدول السابق رقم (15) أن نسبة 20% من أفراد العينة يتقون إلي حد كبير بمضمون برنامج (التوك شو) الذي تقدمه مذبة علي القنوات الفضائية، ونسبة 52% منهم يتقون إلي حد متوسط، ونسبة 20.6% منهم يتقون إلي حد قليل، ونسبة 7.4% منهم لا يتقوا بمضمون البرنامج الذي تقدمه مذبة علي القنوات الفضائية المصرية.

16- أسباب ثقتك بمضمون البرنامج التي تقدمه مذبة علي القنوات الفضائية المصرية :

جدول (16) يوضح أسباب ثقة عينة الدراسة بمضمون البرنامج الذي تقدمه مذبة علي القنوات الفضائية المصرية الخاصة

الإجمالي		أسباب ثقتك بمضمون البرنامج التي تقدمه مذبة علي القنوات الفضائية المصرية
ك	%	
25	15.4	تعتمد علي مصادر موثوق منها
74	45.7	دائما تقدم أدلة وبراهين
63	38.9	تستعين بضيوف من أهل الخبرة والتخصص
162	100	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق رقم (16) أن نسبة 45.7% من أفراد العينة يتقوا بمضمون البرنامج التي تقدمه مذبة علي القنوات الفضائية المصرية لأنها دائما تقدم أدلة وبراهين وقد يرجع السبب في ذلك إلي أن الاستعانة بالأدلة والبراهين من قوانين العمل الإعلامي وإلا تعرض القائم بالاتصال للمساءلة القانونية، ونسبة 38.9% منهم يتقوا بها لأنها تستعين بضيوف من أهل الخبرة والتخصص، ونسبة 15.4% منهم يتقوا بها لأنها تعتمد علي مصادر موثوق منها.

17- السن المناسب للمذبة ببرامج (التوك شو) بالقنوات الفضائية المصرية:

جدول (17) يوضح السن المناسب للمذبة ببرامج (التوك شو) بالقنوات الفضائية المصرية الخاصة

الإجمالي		السن المناسب للمذبة ببرامج (التوك شو) بالقنوات الفضائية المصرية
ك	%	
128	73.1	من 25 إلي أقل من 35 سنة
37	21.1	من 35 إلي أقل من 50 سنة
10	5.7	من 50 سنة فأكثر
175	100	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق رقم (17) أن نسبة 73.1% من أفراد العينة يروا أن السن المناسب للمذبة ببرامج (التوك شو) بالقنوات الفضائية المصرية من 25 إلي أقل من 35 سنة، وقد يرجع السبب في ذلك إلي أن هذا السن هو سن الشباب بالنسبة للعينة

صورة المذبةعة في برامج التوك شو بالقنوات المصرية الخاصة لذي طلاب الجامعة

وبالتالي تكون المذبةعة في هذا السن قريبة من هذه الفئة العمرية وتتفهم تفكيرهم وميولهم واهتماماتهم وقضاياهم الهامة ونسبة 21.1% منهم يروا أن السن المناسب للمذبةعة من 35 ألي أقل من 50 سنة، ونسبة 5.7% منهم يروا أن السن المناسب للمذبةعة من 50 سنة فأكثر.

18- تقييم صورة المذبةعة ببرامج (التوك شو) بالقنوات الفضائية المصرية:

جدول (18) يوضح تقييم عينة الدراسة لصورة المذبةعة ببرامج (التوك شو) بالقنوات الفضائية المصرية الخاصة

الترتيب	الإجمالي ن=175		تقييم صورة المذبةعة ببرامج (التوك شو) بالقنوات الفضائية المصرية
	%	ك	
1	46.3	81	1- منافسة للرجل
4	25.7	45	2- ليست مناسبة لصورة المرأة المصرية
2	38.3	67	3- حاجة إلي مزيد من الاهتمام
3	31.4	55	4- تظهر بشكل غير لائق

ينتضح من الجدول السابق رقم (18) أن نسبة 89.7% من أفراد العينة يروا أن صورة المذبةعة ببرامج (التوك شو) بالقنوات الفضائية المصرية منافسة للرجل وقد يرجع السبب في ذلك إلي أن هناك العديد من المذبةعات التي تتمتع بالكفاءة الإعلامية والثقافة العامة التي تجعل منها منافسة للرجل , ونسبة 38.3% منهم يروا أنها بحاجة إلي مزيد من الاهتمام, ونسبة 31.4% منهم يروا انها تظهر بشكل غير لائق, ونسبة 25.7% منهم يروا أنها ليست مناسبة لصورة المرأة المصرية.

19- العوامل التي تعتقد أنها وراء الاستعانة بالمرأة لتقديم برامج (التوك شو) بالقنوات الفضائية

جدول (19) يوضح العوامل التي يعتقد عينة الدراسة أنها وراء الاستعانة بالمرأة لتقديم برامج (التوك شو) بالقنوات الفضائية المصرية الخاصة

الترتيب	الإجمالي ن=175		العوامل التي تعتقد أنها وراء الاستعانة بالمرأة لتقديم برامج (التوك شو) بالقنوات الفضائية المصرية
	%	ك	
4	30.9	54	1- أفضل من الرجل في تقديم البرنامج
1	64.6	113	2- لا فرق بين الرجل والمرأة في العصر الحديث
5	29.1	51	3- التشبه بالغرب
2	36.6	64	4- لجذب المشاهدين إلي البرنامج
3	34.3	60	5- استغلال المرأة كأغراء لشد الانتباه

صورة المذبة في برامج التوك شو بالفضائيات المصرية الخاصة لدي طلاب الجامعة

يتضح من الجدول السابق رقم (19) أن نسبة 64.6% من أفراد العينة يروا أن العوامل التي وراء الاستعانة بالمرأة لتقديم برامج (التوك شو) بالقنوات الفضائية المصرية أنه لا فرق بين الرجل والمرأة في العصر الحديث , ونسبة 36.6% منهم يروا أنه لجذب المشاهدين إلي البرنامج, ونسبة 34.3% منهم يروا أنه استغلال المرأة كإغراء لشد الانتباه, ونسبة 30.9% منهم يروا لأنها أفضل من الرجل في تقديم البرنامج

20- أفضل برنامج (توك شو) مقدمة مذبة بالقنوات الفضائية المصرية:

جدول (20) يوضح أفضل برنامج (توك شو) مقدمة مذبة بالقنوات الفضائية المصرية

الترتيب	الإجمالي ن=175		أفضل برنامج (توك شو) مقدمة مذبة بالقنوات الفضائية المصرية
	%	ك	
1	52.6	92	1- هنا العاصمة
3	36.6	64	2- نفسه
4	34.3	60	3- الستات ميعرفوش يكذبو
1	52.6	92	4- معكم مني الشاذلي
2	44	77	5- صاحبة السعادة
5	30.9	54	6- كلام ثاني
6	29.7	52	7- ست الحسن
8	22.9	40	8- النهارده
7	25.1	44	9- حياتنا

يتضح من الجدول السابق رقم (20) أن نسبة 52.6% من أفراد العينة يروا أن أفضل برنامج (توك شو) مقدمة مذبة بالقنوات الفضائية المصرية هو برنامج هنا العاصمة, ونسبة 44% منهم يروا أنه برنامج معكم مني الشاذلي, ونسبة 36.6% منهم يروا أنه برنامج نفسه , ونسبة 34.3% منهم يروا أنه برنامج الستات ميعرفوش يكذبو.

21- أفضل مذبة تقدم برنامج (توك شو) بالقنوات الفضائية المصرية:

جدول (21) يوضح أفضل مذبة تقدم برنامج (توك شو) بالقنوات الفضائية المصرية

الترتيب	الإجمالي ن=175		أفضل مذبة تقدم برنامج (توك شو) بالقنوات الفضائية المصرية
	%	ك	
2	52.6	92	لميس الحديدي
1	72.6	127	مني الشاذلي
6	20.6	36	مفيدة شحبة
7	20	35	مني عبد الغني
3	41.1	72	اسعاد يونس
5	21.1	37	رشا نبيل

صورة المذبةعة في برامج التوك شو بالقضائيات المصرية الخاصة لذي طلاب الجامعة

8	18.3	32	لبنى عسل
4	29.1	51	دعاء عامر
5	21.1	37	دعاء فاروق

يتضح من الجدول السابق رقم (21) أن جاء في الترتيب الأول منى الشاذلي من حيث أفضل مذبةعة تقدم برنامج (توك شو) بالقنوات الفضائية المصرية بنسبة 72.6% ونسبة 52.6% منهم يروا أنها لميس الحديدي, ونسبة 41.1% منهم يروا أنها إسعاد يونس, ونسبة 29.179.8% منهم يروا أنها دعاء عامر, ونسبة 21.1% منهم يروا أنها رشا نبيل. وتختلف هذه النتيجة مع دراسة سحر محمد صوفي حيث جاءت لميس الحديدي في الترتيب الأول.

22- أسباب تفضيل هذه المذبةعة :

جدول (22) يوضح أسباب تفضيل عينة الدراسة لهذه المذبةعة

الترتيب	الإجمالي ن=175		أسباب تفضيل عينة الدراسة لهذه المذبةعة
	%	ك	
2	50.9	89	1- لديها قدرة علي الإقناع
1	60	105	2- لديها القدرة علي إدارة الحوار
3	44	77	3- لديها قدر عالي من الثقافة وسرعة البديهة
6	16.6	29	4- لأنها محبة
4	29.7	52	5- أري فيها صورة المرأة المصرية القوية
5	28	49	6- تتميز بتواضعها وثقتها بنفسها

يتضح من الجدول السابق رقم (22) أن نسبة 60% من أفراد العينة يفضلون هذه المذبةعة لان لديها القدرة علي إدارة الحوار , ونسبة 50.9% منهم يفضلونها بسبب أن لديها قدرة علي الإقناع, ونسبة 44% منهم يفضلونها بسبب أن لديها قدر عالي من الثقافة وسرعة البديهة, ونسبة 79.8% منهم يفضلونها بسبب أني أري فيها صورة المرأة المصرية القوية, ونسبة 79.8% منهم يفضلونها بسبب أنها تتميز بتواضعها وثقتها بنفسها.

فروض الدراسة:

الفرض الأول : توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين معدل مشاهدة طلاب الجامعة عينة الدراسة لبرامج التوك شو التي تقدمها مذبةعة بالقنوات الفضائية المصرية الخاصة والمتغيرات الديموجرافية (النوع – المستوى الاجتماعي والاقتصادي – المنطقة الجغرافية).

1(أ)- الفروق بين الذكور والإناث في معدل مشاهدة طلاب الجامعة عينة الدراسة لبرامج التوك شو التي تقدمها مذبةعة بالقنوات الفضائية المصرية الخاصة:

جدول (23) يوضح الفروق بين الذكور والإناث في معدل مشاهدة طلاب الجامعة عينة الدراسة لبرامج التوك شو التي تقدمها مذبةعة بالقنوات الفضائية المصرية الخاصة

صورة المذبة في برامج التوك شو الفضائيات المصرية الخاصة لذي طلاب الجامعة

المتغير	الجنس	ذكور (ن=100)		إناث (ن=100)		ت	مستوى المعنوية د.ح.198
		ع	م	ع	م		
معدل مشاهدة طلاب الجامعة عينة الدراسة لبرامج التوك شو التي تقدمها مذبعة بالقنوات الفضائية المصرية الخاصة		7.5	3.317	5.5	1.971	5.287	0.001

يتضح من الجدول السابق رقم (23) وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات الذكور والإناث في معدل مشاهدة طلاب الجامعة عينة الدراسة لبرامج التوك شو التي تقدمها مذبعة بالقنوات الفضائية المصرية الخاصة لصالح الذكور, حيث كانت قيمة (ت) وهي دالة عند مستوى 0.001.

1(ب)-الفروق بين المستويات الاجتماعية والاقتصادية في معدل مشاهدة طلاب الجامعة عينة الدراسة لبرامج التوك شو التي تقدمها مذبعة بالقنوات الفضائية المصرية الخاصة:

جدول (24) يوضح الفروق بين المستويات الاجتماعية والاقتصادية في معدل مشاهدة طلاب الجامعة عينة الدراسة لبرامج التوك شو التي تقدمها مذبعة بالقنوات الفضائية المصرية الخاصة:

الفروق تبعا إلى	البيان	مجموع الدرجات	د . ح	متوسط	ف	مستوى معنوية
معدل مشاهدة طلاب الجامعة عينة الدراسة لبرامج التوك شو التي تقدمها مذبعة بالقنوات الفضائية المصرية الخاصة	بين مجموعات	319.754	2	159.877	23.124	0.001
	داخل	1362.066	197	6.914		
	مجموع	1681.820	199			

من خلال الجدول السابق رقم (24) يتبين : وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المستوي الاجتماعي والاقتصادي في معدل مشاهدة طلاب الجامعة عينة الدراسة لبرامج التوك شو التي تقدمها مذبعة بالقنوات الفضائية المصرية الخاصة, حيث كانت قيمة (ف) دالة عند مستوى 0.001 .

جدول (25) يوضح اختبار (L S D) لمعرفة مصدر التباين وإجراء المقارنات الثنائية بين المستوي الاجتماعي والاقتصادي في معدل مشاهدة طلاب الجامعة عينة الدراسة لبرامج التوك شو التي تقدمها مذبعة بالقنوات الفضائية المصرية الخاصة

المستوي الاجتماعي والاقتصادي	ن	متوسط	انحراف معياري	منخفض	متوسط	مرتفع
معدل مشاهدة طلاب الجامعة عينة الدراسة لبرامج التوك شو التي تقدمها مذبعة بالقنوات الفضائية المصرية	42	5.5	2.549		0.3307	-
	110	5.9	2.274			-
						*3.1845
						*2.8538

صورة المذبةعة في برامج التوك شو بالفضائيات المصرية الخاصة لذي طلاب الجامعة

الخاصة	مرتفع	48	8.7	3.364		
	جملة	200	6.5	2.907		

يتضح من الجدول السابق رقم (25):

وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين درجات أفراد العينة ذوي المستوى الاجتماعي الاقتصادي المنخفض و ذوي المستوى الاجتماعي الاقتصادي المرتفع في معدل مشاهدة طلاب الجامعة عينة الدراسة لبرامج التوك شو التي تقدمها مذبةعة بالقنوات الفضائية المصرية الخاصة لصالح ذوي المستوى الاجتماعي الاقتصادي 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 معدل مشاهدة طلاب الجامعة عينة الدراسة لبرامج التوك شو التي تقدمها مذبةعة بالقنوات الفضائية المصرية الخاصة لصالح ذوي المستوى الاجتماعي الاقتصادي المرتفع عند مستوى 0.05.

1(ج)- الفروق بين المقيمين بالريف والمقيمين بالحضر في معدل مشاهدة طلاب الجامعة عينة الدراسة لبرامج التوك شو التي تقدمها مذبةعة بالقنوات الفضائية المصرية الخاصة :

جدول (26) يوضح الفروق بين متوسطي درجات المقيمين بالريف والمقيمين بالحضر في معدل مشاهدة طلاب الجامعة عينة الدراسة لبرامج التوك شو التي تقدمها مذبةعة بالقنوات الفضائية المصرية الخاصة

المتغير	الإقامة	ريف (ن=100)		حضر (ن=100)		ت	مستوى المعنوية د.ح.198
		ع	م	ع	م		
معدل مشاهدة طلاب الجامعة عينة الدراسة لبرامج التوك شو التي تقدمها مذبةعة بالقنوات الفضائية المصرية الخاصة		6.7	2.702	6.3	3.102	0.875	0.383 غير دالة

يتضح من الجدول السابق رقم (26) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات المقيمين بالريف والمقيمين بالحضر في معدل مشاهدة طلاب الجامعة عينة الدراسة لبرامج التوك شو التي تقدمها مذبةعة بالقنوات الفضائية المصرية الخاصة، حيث كانت قيمة (ت) غير دالة عند مستوى 0.05.

مما سبق يتضح تحقق الفرض الأول جزئيا.

الفرض الثاني : توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين درجة رضا طلاب الجامعة عينة الدراسة عن أداء المذبةعة ببرامج التوك شو بالقنوات الفضائية المصرية الخاصة والمتغيرات الديموجرافية (النوع – المستوى الاجتماعي والاقتصادي – المنطقة الجغرافية)

2(أ)- الفروق بين الجنسين في درجة رضا طلاب الجامعة عينة الدراسة عن أداء المذبةعة ببرامج التوك شو بالقنوات الفضائية المصرية الخاصة:

صورة المذبة في برامج التوك شو بالفصائبات المصرية الخاصة لاء طلاب الجامعة

ءءول (27) بوضف ففة كا2 لءالة الفروق ببب البفسبب فف ءرءة رضا طلاب الجامعة عفة ءءاسة عا أءاء المذبة بببامب التوك شو بالفقواء الفصائبة المصرية الخاصة

مستوى المعنوية ء ح 2	كا2	إءمالف		إناث		ذكور		البفس ءرءة الرضا
		%	ك	%	ك	%	ك	
0.01	9.491	13.7	24	17.6	15	10	9	راضف فمافا
		65.1	114	70.6	60	60	54	راضف الى ءء ما
		21.1	37	11.8	10	30	27	بفر راضف
		100	175	100	85	100	90	إءمالف

معامل التوافق = 0.227

فبفصء من الءءول السابق رقم (27) وءوء فروق ءاآ ءءالة إءصائفة ببب الذكور والإناث فف ءرءة رضا طلاب الجامعة عفة ءءاسة عا أءاء المذبة بببامب التوك شو بالفقواء الفصائبة المصرية الخاصة؁ ءفء كاآ ففة كا2 = 9.491 وهف ءالة عا مستوى ءءالة 0.01.

2ب)- الفروق ببب المستوفاء الإءفماعفة الاقفصاءفة فف مءى ءرءة رضا طلاب الجامعة عفة ءءاسة عا أءاء المذبة بببامب التوك شو بالفقواء الفصائبة المصرية الخاصة:

ءءول (28) بوضف ففة كا2 لءالة الفروق ببب المستوفاء الففلفمفة فف مءى ءرءة رضا طلاب الجامعة عفة ءءاسة عا أءاء المذبة بببامب التوك شو بالفقواء الفصائبة المصرية الخاصة

مستوى المعنوية ء ح 4	كا2	الإءمالف		مرففع		مفوسف		منففص		المستوى ءرءة الرضا
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
0.362 بفر ءالة	4.336	13.7	24	21.4	9	9.6	9	15.4	6	راضف فمافا
		65.1	114	54.8	23	70.2	66	64.1	25	راضف الى ءء ما
		21.1	37	23.8	10	20.2	19	20.5	8	بفر راضف
		100	175	100	42	100	94	100	39	إءمالف

فبفصء من الءءول السابق رقم (28) عا وءوء فروق ءاآ ءءالة إءصائفة ببب المستوفاء الإءفماعفة الاقفصاءفة فف ءرءة رضا طلاب الجامعة عفة ءءاسة عا أءاء المذبة بببامب التوك شو بالفقواء الفصائبة المصرية الخاصة؁ ءفء كاآ ففة كا2 = 4.336 وهف بفر ءالة عا مستوى ءءالة 0.05.

2ء)- الفروق ببب المقفمب بالرفف والمقفمب بالءضر فف ءرءة رضا طلاب الجامعة عفة ءءاسة عا أءاء المذبة بببامب التوك شو بالفقواء الفصائبة المصرية الخاصة:

صورة المذبة في برامج التوك شو بالفضائيات المصرية الخاصة لذي طلاب الجامعة

جدول (29) يوضح قيمة كا2 لدلالة الفروق بين المقيمين بالريف والحضر في درجة رضا طلاب الجامعة عينة الدراسة عن أداء المذبة ببرامج التوك شو بالقنوات الفضائية المصرية الخاصة

مستوى معنوية د ح 2	كا2	إجمالي		حضر		ريف		الإقامة درجة الرضا
		%	ك	%	ك	%	ك	
0.05	8.604	13.7	24	19.3	16	8.7	8	راضي تماما
		65.1	114	54.2	45	75	69	راضي إلى حد ما
		21.1	37	26.5	22	16.3	15	غير راضي
		100	175	100	83	100	92	إجمالي

معامل التوافق 0.216

يتضح من الجدول السابق رقم (29) وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة المقيمين بالريف والحضر في درجة رضا طلاب الجامعة عينة الدراسة عن أداء المذبة ببرامج التوك شو بالقنوات الفضائية المصرية الخاصة، حيث كانت قيمة كا2 = 8.604 وهي دالة عند مستوى دلالة 0.05.

مما سبق يتضح تحقق الفرض الثاني جزئيا.

الفرض الثالث : توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طلاب الجامعة عينة الدراسة عن كيفية أداء المذبة ببرامج التوك شو بالقنوات الفضائية المصرية الخاصة والمتغيرات الديموجرافية (النوع – المستوى الاجتماعي والاقتصادي – المنطقة الجغرافية)

3(أ)- الفروق بين الجنسين في كيفية أداء المذبة ببرامج التوك شو بالقنوات الفضائية المصرية

جدول (30) يوضح قيمة كا2 لدلالة الفروق بين الذكور والإناث في كيفية أداء المذبة ببرامج التوك شو بالقنوات الفضائية المصرية الخاصة

معامل التوافق	الدلالة د ح 1	كا2	إجمالي ن=175		الإناث ن=85		الذكور ن=90		النوع العبارات
			%	ك	%	ك	%	ك	
-	0.086	2.945	46.3	81	52.9	45	40	36	1- منافسة للرجل
0.201	0.01	7.393	25.7	45	16.5	14	34.4	31	2- ليست مناسبة لصورة المرأة المصرية
0.197	0.01	7.066	38.3	67	28.2	24	47.8	43	3- بحاجة إلى مزيد من الاهتمام
-	0.675	0.175	31.4	55	32.9	28	30	27	4- تظهر بشكل غير لائق

صورة المذبة في برامج التوك شو الفضائيات المصرية الخاصة لدي طلاب الجامعة

يتضح من الجدول السابق رقم (30) وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة الذكور والإناث في كيفية أداء المذبة ببرامج التوك شو بالقنوات الفضائية المصرية الخاصة لصالح الذكور, حيث كانت قيم كا2 دالة عند مستوى 0.01, بينما لم يكن بينهم فروق في انها منافسة للرجل و تظهر بشكل غير لائق, حيث كانت قيمة كا2 غير دالة عند مستوى 0.05 .

3(ب)- الفروق بين المستويات الاجتماعية الاقتصادية في كيفية أداء المذبة ببرامج التوك شو بالقنوات الفضائية المصرية الخاصة:

جدول (31) يوضح قيمة كا2 لدلالة الفروق بين المستويات الاجتماعية الاقتصادية في كيفية أداء المذبة ببرامج التوك شو بالقنوات الفضائية المصرية الخاصة

التقييم	المستوى	منخفض ن=39		متوسط ن=94		مرتفع ن=42		الاجمالي ن=73		كا2	الدلالة د.ح 3	معامل التوافق
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك			
1- منافسة للرجل	18	46.2	40	42.6	23	54.8	81	46.3	81	1.741	0.419	-
2- ليست مناسبة لصورة المرأة المصرية	11	28.2	22	23.4	12	28.6	45	25.7	45	0.569	0.752	-
3- حاجة إلى مزيد من الاهتمام	13	33.3	33	35.1	21	50	67	38.3	67	3.246	0.197	-
4- تظهر بشكل غير لائق	13	33.3	34	36.2	8	19	55	31.4	55	4.034	0.133	-

يتضح من الجدول السابق رقم (31) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المستويات الاجتماعية الاقتصادية في كيفية أداء المذبة ببرامج التوك شو بالقنوات الفضائية المصرية الخاصة, حيث كانت قيم كا2 غير دالة عند مستوى دلالة 0.05.

3(أ)- الفروق بين المقيمين بالريف والمقيمين بالحضر في كيفية أداء المذبة ببرامج التوك شو بالقنوات الفضائية المصرية الخاصة:

جدول (32) يوضح قيمة كا2 لدلالة الفروق بين المقيمين بالريف والمقيمين بالحضر في كيفية أداء المذبة ببرامج التوك شو بالقنوات الفضائية المصرية الخاصة

التقييم	الإقامة	ريف ن=92		حضر ن=83		إجمالي ن=175		كا2	الدلالة د ح 1	معامل التوافق
		%	ك	%	ك	%	ك			
1- منافسة للرجل	41	44.6	40	48.2	81	46.3	81	0.231	0.631	-

صورة المذبةعة في برامج التوك شو الفضائيات المصرية الخاصة لاء طالب الجامعة

0.172	0.05	5.317	25.7	45	33.7	28	18.5	17	2- ليست مناسبة لصورة المرأة المصرية
-	0.137	2.214	38.3	67	32.5	27	43.5	40	3- بءاءة إلى مزيد من الاءتمام
0.168	0.05	5.084	31.4	55	39.8	33	23.9	22	4- تظهر بشكل غير لائق

يتضح من الءءول السابق رقم (32) وءوء فروق ذات لءالة إءصائية بين أفراد العينة المقيميين بالريف والمقيميين بالءضر في كيفية أداء المذبةعة ببرامج التوك شو بالقنوات الفضائية المصرية الخاصة لصالح المقيميين بالءضر، ءيآ كانت قيمة كا2 ءالة عند مستوى 0.05، وبينما لم يكن بينهم فروق في انها منافسة للرجل وانها بءاءة إلى مزيد من الاءتمام، ءيآ كانت قيمة كا2 غير ءالة عند مستوى 0.05 .

مما سبق يتضح آءقق الفرض الثالث جزئيا.

الفرض الرابع : ءوءء فروق ذات لءالة إءصائية بين ءرءة ثقة طلاب الجامعة عينة الءراسة بمضمون برامج التوك شوالتي ءءءمها مذبةعة بالقنوات الفضائية المصرية الخاصة والمءغيراآ الءيموءرافية (النوع – المستوى الاءتماعي والاقتصادى – المنطقة الجءرافية)

4(أ)- الفروق بين الجنسنيين في ءرءة ثقة طلاب الجامعة عينة الءراسة بمضمون برامج التوك شوالتي ءءءمها مذبةعة بالقنوات الفضائية المصرية الخاصة:

ءءول (33) يوضح قيمة كا2 لءالة الفروق بين الجنسنيين في ءرءة ثقة طلاب الجامعة عينة الءراسة بمضمون برامج التوك شو التي ءءءمها مذبةعة بالقنوات الفضائية المصرية الخاصة

مستوى المعنوية ء ح 3	كا2	إءمالي		إناآ		ءكور		الجنس
		%	ك	%	ك	%	ك	
0.001	47.643	20	35	5.9	5	33.3	30	أثق إلى ءء كبير
		52	91	58.8	50	45.6	41	أثق إلى ءء متوسط
		20.6	36	35.3	30	6.7	6	أثق إلى ءء قليل
		7.4	13	0	0	14.4	13	لا أثق به مءلقا
		100	175	100	85	100	90	إءمالي

معامل ءءوافق= 0.463

يتضح من الءءول السابق رقم (33) وءوء فروق ذات لءالة إءصائية بين الذكور والإناآ في ءرءة ثقة طلاب الجامعة عينة الءراسة بمضمون برامج التوك شو التي ءءءمها مذبةعة بالقنوات الفضائية المصرية الخاصة، ءيآ كانت قيمة كا2 = 47.643 وهي ءالة عند مستوى لءالة 0.001 .

4(ب)- الفروق بين المستويات الاءتماعية الاقتصادية في ءرءة ثقة طلاب الجامعة عينة الءراسة بمضمون برامج التوك شوالتي ءءءمها مذبةعة بالقنوات الفضائية المصرية الخاصة:

صورة المذبة في برامج التوك شو الفضائيات المصرية الخاصة لى طلاب الجامعة

ءءول (34) يوضء قيمة كا2 لءالة الفروق بين المستويات التعليمية في ءرءة ثقة طلاب الجامعة عينة الءراسة بمضمون برامج التوك شو التي ءءءمها مءبعة بالقنوات الفضائية المصرية الخاصة

المستوى ءرءة الثقة	منءفض		مءوسط		مرءفع		الإءمالى		كا2	مستوى معنوية ء ح 6
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
أءق إلى ءء كبرى	9	23.1	13	13.8	13	31	35	20	14.908	0.05
أءق إلى ءء مءوسط	22	56.4	55	58.5	14	33.3	91	52		
أءق إلى ءء قلىل	3	7.7	21	22.3	12	28.6	36	20.6		
لا أءق به مءلقا	5	12.8	5	5.3	3	7.1	13	7.4		
إءمالى	39	100	94	100	42	100	175	100		

معامل ءءوافء = 0.280

ىءضء من الءءول السابق رقم (34) وءوء فروق ءاء ءءالة إءصائىة بين المستويات الإءءماعىة الإءءصاءىة في ءرءة ثقة طلاب الجامعة عينة الءراسة بمضمون برامج التوك شو التي ءءءمها مءبعة بالقنوات الفضائية المصرية الخاصة، ءىء ءانت قيمة كا2 = 14.908 وهى ءالة عءء مستوى ءءالة 0.05.

4(ء)-الفروق بين المءمىن بالرفف والمءمىن بالءضرف في ءرءة ثقة طلاب الجامعة عينة الءراسة بمضمون برامج التوك شو التي ءءءمها مءبعة بالقنوات الفضائية المصرية الخاصة:

ءءول (35) يوضء قيمة كا2 لءالة الفروق بين المءمىن بالرفف والمءمىن بالءضرف في ءرءة ثقة طلاب الجامعة عينة الءراسة بمضمون برامج التوك شو التي ءءءمها مءبعة بالقنوات الفضائية المصرية الخاصة

الإقامة ءرءة الثقة	رفف		ءضرف		إءمالى		كا2	مستوى معنوية ء ح 3
	ك	%	ك	%	ك	%		
أءق إلى ءء كبرى	20	21.7	15	18.1	35	20	4.130	0.248 غفر ءالة
أءق إلى ءء مءوسط	44	47.8	47	56.6	91	52		
أءق غالى ءء قلىل	18	19.6	18	21.7	36	20.6		
لا أءق به مءلقا	10	10.9	3	3.6	13	7.4		
إءمالى	92	100	83	100	175	100		

ىءضء من الءءول السابق رقم (35) عءء وءوء فروق ءاء ءءالة إءصائىة بين أفراء العينة المءمىن بالرفف والمءمىن بالءضرف في ءرءة ثقة طلاب الجامعة عينة الءراسة بمضمون برامج التوك شو التي ءءءمها مءبعة بالقنوات الفضائية المصرية الخاصة، ءىء ءانت قيمة كا2 = 4.130 وهى غفر ءالة عءء مستوى ءءالة 0.05. مما سبىق ىءضء ءءقق الفرف الرابع ءرنىا.

صورة المذبةعة فف برامآ التوك شو بالفضانفائف المصرففة الخاصة لاف طلاب الجامعة

الفرض الخامس: فوفء علافة ذات دالة إحصائفة بفف معدل مشاهفة طلاب الجامعة عففة الدراسة لبرامآ التوك شو الفف فقفمها مذبةعة بالفقنواف الفضانففة المصرففة الخاصة ودرجة الفففة فف مضمون البرنامج.

فءول (36) فوفض العلافة بفف معدل مشاهفة طلاب الجامعة عففة الدراسة لبرامآ التوك شو الفف فقفمها مذبةعة بالفقنواف الفضانففة المصرففة الخاصة ودرجة الفففة فف مضمون البرنامج

المتغير	المتوسط	الانحراف المعياري	معامل الارتباط	الاتجاه	القوة	مستوى معنوية
معدل مشاهفة طلاب الجامعة عففة الدراسة لبرامآ التوك شو الفف فقفمها مذبةعة بالفقنواف الفضانففة المصرففة الخاصة	6.5	2.907	0.546**	طرءف	متوسط	0.01
درجة الفففة فف مضمون البرنامج	2.8	0.826				

فففض من الفءول السابق رقم (36)

-: وءوء علافة طرءفة ففوسطة بفف معدل مشاهفة طلاب الجامعة عففة الدراسة لبرامآ التوك شو الفف فقفمها مذبةعة بالفقنواف الفضانففة المصرففة الخاصة ودرجة الفففة فف مضمون البرنامج, أف انه كلما زاف معدل مشاهفة طلاب الجامعة عففة الدراسة لبرامآ التوك شو الفف فقفمها مذبةعة بالفقنواف الفضانففة المصرففة الخاصة ارففعة درجة الفففة فف مضمون البرنامج.

مما سبق فففض ففقق الفرض الخامس كلفا.

الفرض السادس: فوفء علافة ذات دالة إحصائفة بفف مسفوف برامآ (الففك شو) المقءمة بالفقنواف الفضانففة المصرففة شكلا ومضمونا و درجة الرضا عن أءاء المذبةعة ببرامآ (الففك شو) الفقنواف الفضانففة المصرففة.

فءول (37) فوفض العلافة بفف مسفوف برامآ (الففك شو) المقءمة بالفقنواف الفضانففة المصرففة شكلا ومضمونا و درجة الرضا عن أءاء المذبةعة ببرامآ (الففك شو) الفقنواف الفضانففة المصرففة

المتغير	المتوسط	الانحراف المعياري	معامل الارتباط	الاتجاه	القوة	مستوى معنوية
مسفوف برامآ (الففك شو) المقءمة بالفقنواف الفضانففة المصرففة شكلا ومضمونا	2.7	0.675	0.337**	طرءف	متوسط	0.01
درجة الرضا عن أءاء المذبةعة ببرامآ (الففك شو) الفقنواف الفضانففة المصرففة	1.9	0.588				

فففض من الفءول السابق رقم (37):

- وؤوء علافة طرءفة مءوسفة بفن مسءوف برامف (التوك شو) المقمءة بالقنوء الفضائف المصرية شكلا ومضمونا و ءرءة الرضا عن أءاء المذبةفة ببرامف (التوك شو) القنوء الفضائف المصرية, أف انه كلما ارءفع مسءوف برامف (التوك شو) المقمءة بالقنوء الفضائف المصرية شكلا ومضمونا ارءفعت ءرءة الرضا عن أءاء المذبةفة ببرامف (التوك شو) القنوء الفضائف المصرية.

مما سبف فءضف ءءقف الفرض السادس كلها.

- الخلاصة :

- ارءفاع عءء أفراد العفنة الءفن فشاؤون برامف التوك شو بالقنوء الفضائف المصرية أءافا بنسبة 69.5%.

- ءاءء قناة cbc فف الءرءفب الأول من ءفء أهم القنوء الءف فشاؤ بها أفراد العفنة برامف التوك شو باقنوء الفضائف المصرية الخاصة.

- ءاءء نسبة 87.5% من أفراد العفنة فشاؤوا برامف (التوك شو) الءف ءقءمها مذبةفة, ونسبة 12.5% منهم لا فشاؤونها.

- ءاءء نسبة 50.3% من أفراد العفنة فسءمروا فف مءابعة برامف (التوك شو) الءف ءقءمها مذبةفة على القنوء الفضائف المصرية فف الءرءفب الأول من ءفء رء فعلمهم عءء مشاؤءهم للبرامف الءف ءقءمها مذبةفة, ونسبة 27.4% منهم فءءءوا مع الأسرة بشأن البرنامج, ونسبة 22.3% منهم فغفروا القناة.

- ءاء فف الءرءفب الأول من ءفء رضا أفراد العفنة عن أءاء المذبةفة ببرامف التوك شو إلى ءء ما بنسبة 65.1%, ونسبة 21.1% منهم فغر راضفن عن أءاء المذبةفة, بفنما نسبة 13.7% من أفراد العفنة راضفن ءاماف عن أءاء المذبةفة ببرامف (التوك شو) القنوء الفضائف المصرية,

- ءاءء الءقة بالنفس فف الءرءفب الأول من ءفء السماء الافءاففة الءف ءظهر بها المذبةفة ببرامف (التوك شو) على القنوء الفضائف المصرية بنسبة 62.3%, وفف الءرءفب الءافف الءواضع بنسبة 50.3%, ءم الءفاء والموضوءفة بنسبة 48.6%, ونسبة 42.9% منهم فروا أنها الءقافة العامة.

- ءاءء الءسرع فف الءرءفب الأول من ءفء السماء السلففة الءف ءظهر بها المذبةفة ببرامف (التوك شو) على القنوء الفضائف المصرية بنسبة 57.7%, وفف الءرءفب الءافف الغرور بنسبة 47.4%, والءرءفب الءالف النفاق والانءافز بنسبة 46.3%, ونسبة 28% منهم فروا انه الءعصب.

صورة المذبةعة فف برامآ التوك شو بالفضائبات المصرفة الخاصة لاء طلاب الؤامعة

- لا فرق بفن الرجل والمرأة فف العصر الاءفء آاءء فف الترففب الأول من آفء العوامل الفف وراء الاسفعانة بالمرأة لفعفءم برامآ (التوك شو) بالفقنواف الفضائف المصرفة بنسبة 64.6%؁ ثم لآذب المشاهفءن إلف البرنامآ بنسبة 36.6%.
- آاء برنامآ هنا العاصمة فف الترففب الأول من آفء أفضل برنامآ (توك شو) فقءمة مذبعة بالفقنواف الفضائف المصرفة بنسبة 52.6%؁ بفنما برنامآ معكم منف الشاذلف فف الترففب الفائف بنسبة 44%؁ ثم برنامآ نفسنة بنسبة 36.6%؁ ونسبة 34.3% منهم فرون انه برنامآ السفء مفعرفوش فكببو.
- آاءت منى الشاذلف فف الترففب الأول من آفء أفضل مذبعة فقءم برنامآ (توك شو) بالفقنواف الفضائف المصرفة بنسبة 72.6%؁ وفف الترففب الفائف لمفس الاءفءف بنسبة 52.6%؁ وفف الترففب الفائف إسعاد فونس بنسبة 41.1%؁ ونسبة 29.8% منهم فروا أنها دعاء عامر؁ ونسبة 21.1% منهم فروا أنها رشا نبفل.
- وؤوء فروق ذاء ءلالة إحصائف بفن مفوسطف ءرفاء الذكور والإناء فف معءل مشاهءة طلاب الؤامعة عفنة ءرافة لبرامآ التوك شو الفف فقءمها مذبعة بالفقنواف الفضائف المصرفة الخاصة لصالآ الذكور؁ آفء كانت قفمة (ف) وهف ءالة عئء مسفوى 0.001.
- وؤوء فروق ذاء ءلالة إحصائف بفن مفوسطف ءرفاء المسفوف الإآفماعف والاقتصاءف فف معءل مشاهءة طلاب الؤامعة عفنة ءرافة لبرامآ التوك شو الفف فقءمها مذبعة بالفقنواف الفضائف المصرفة الخاصة.
- عءم وؤوء فروق ذاء ءلالة إحصائف بفن مفوسطف ءرفاء المقمفمن بالرفف والمقمفمن بالآضر فف معءل مشاهءة طلاب الؤامعة عفنة ءرافة لبرامآ التوك شو الفف فقءمها مذبعة بالفقنواف الفضائف المصرفة الخاصة.

مراجع الدراسة :

- 1- محمد معوض إبراهيم . دراسات في الإعلام الخلجي، الجزء الثاني ،(القاهرة : دار الكتاب الحديث، 2002)
- 2- روبرت هيلارد. الكتابة للتلفزيون والإذاعة ووسائل الإعلام الحديثة ، ترجمة مؤيد حسن فوزي ،(الإمارات : دار الكتاب الجامعي ، 2003) .
<https://arabic.sputniknews.com>
- 3- <http://www.arabtimes.com>
- 4- عواطف عبدالرحمن. صورة المرأة العربية في الإعلام العربي -دراسة تطبيقية: الإعلام المصري والصحافة الخلجية، في كتاب المرأة ودورها في حركة الوحدة العربية، (بيروت : مركز دراسات الوحدة العربية، 1999).
- 5- علي عوجة . العلاقات العامة والصورة الذهنية ، (القاهرة : عالم الكتب، 1983)
- 6- عاطف عدلي العبد. صورة المعلم في وسائل الإعلام - دراسة ميدانية ، ط2، (القاهرة : دار الفكر العربي، 2001)
- 7- كرم شلبي . المذيع وفن تقديم البرامج في الراديو والتلفزيون ، (جدة: دار الشروق للنشر والتوزيع ، 1988)
- 8- كامل عبد السلام الطراونه . مهارات المذيع المتميز في عمليات الاتصال، ط1، (عمان : دار أسامه للنشر، 2013)
- 9- محمد معوض إبراهيم ، برامج الحوار في القنوات الفضائية ، تونس ، مجلة الإذاعات العربية ، عدد ٣، ٢٠٠٢ .
- 10- عبد المجيد شكري. الفن الإذاعي وتحديات تكنولوجيا قرن جديد -أسس نظرية وتطبيقية (القاهرة : دار الفكر العربي للنشر والتوزيع ، 1999)
- 11- محمد معوض إبراهيم . دراسات في الإعلام الخلجي ، مرجع سابق .
- 12- عاصف حميدي. العمل الإذاعي والتلفزيوني- مفاتيح النجاح وأسرار الإبداع ،(ابو ظبي : دار الظفرة ، 2004)
- 13- أحمد عبد الملك . كيف تصبح مذيعاً ناجحاً؟ تجارب وقواعد ، (عمان : دار أسامه للنشر والتوزيع ، 2004)
- 14- أشرف إسماعيل سيد أحمد. التغطية التلفزيونية لبرامج التوك شو بالفضائيات المصرية للحملات الانتخابية البرلمانية وعلاقتها باتجاهات شباب الجامعة نحو المرشحين ، رسالة ماجستير غير منشورة ، (جامعة عين شمس : معهد الدراسات العليا للطفولة ، 2017) .
- 15- أية محمد علي . التعرض للبرامج الحوارية التلفزيونية ومواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بمستوى الثقة السياسية لدى الجمهور المصري ، رسالة ماجستير غير منشورة ، (جامعة القاهرة : كلية الإعلام- قسم الإذاعة والتلفزيون ، 2017)
- 16- رحاب محسن الجندي. البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية وعلاقتها بإدراك عينة من المراهقين للصراع السياسي ، رسالة دكتوراة غير منشورة ، (جامعة عين شمس : معهد الدراسات العليا للطفولة ، 2017)
- 17- سحر محمد صوفي . بعنوان تقييم معايير الأداء المهني لمقدمي البرامج الحوارية في القنوات الفضائية المصرية الخاصة ، رسالة ماجستير غير منشورة ،(جامعة القاهرة : كلية الإعلام-قسم الإذاعة والتلفزيون ، 2016)
- 18- نجية محمد محمود العناني. أطر معالجة البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية للعلاقة بين المسلم والمسيحي وعلاقتها بمستويات الانتماء لدى المراهقين ، رسالة دكتوراة غير منشورة ، (جامعة عين شمس : معهد الدراسات العليا للطفولة ، 2016)

صورة المذبةعة في برامج التوك شو بالفضائيات المصرية الخاصة لذي طلاب الجامعة

- 20- راجبة إبراهيم عوض . دور البرامج الحوارية في الفضائيات المصرية الخاصة في ترتيب أولويات قضايا المواطنة لدى الشباب المصري ، رسالة ماجستير غير منشورة ، (جامعة القاهرة : كلية الإعلام-قسم الإذاعة والتلفزيون ، 2015)
- 21- شريف شفيق ذكي . صورة المرأة العاملة كما تعكسها الدراما التلفزيونية وعلاقتها باتجاهات عينة من طالبات الجامعة نحو العمل ، رسالة ماجستير غير منشورة ، (جامعة عين شمس : معهد الدراسات العليا للطفولة ، 2016)
- 22- صورة المرأة الكويتية في الإعلام الكويتي من وجهة نظر الاعلاميات الكويتيات ، رسالة ماجستير غير منشورة ، (الأردن : جامعة الشرق الأوسط : كلية الاعلام ، 2014)
- 23- نرمين فتحى خضير . صورة المرأة المدخنة في المسلسلات التلفزيونية وعلاقتها باتجاه المراهقات نحو التدخين. رسالة ماجستير غير منشورة ، (جامعة عين شمس : معهد الدراسات العليا للطفولة ، 2011)
- 24- علياء عبد الفتاح رمضان. بعنوان صورة المرأة في الأفلام السينمائية وعلاقتها بإدراك الواقع الاجتماعي لها لدى الفتاة الجامعية ، مجلة كلية الآداب ، جامعة الزقازيق ، العدد 58 ، 2011 .
- 25- سعد سليمان عبد الله . بعنوان صورة المرأة في برامج الفضائيات العربية - دراسة تحليلية للإعلانات الخاصة بالمرأة على شاشة قناة LBC الفضائية لعام 2009 ، مجلة الدراسات التاريخية والحضارية ، جامعة تكريت ، كلية الآداب قسم الإعلام ، المجلد 5 ، العدد 2013 ، 17.
- متاحة علي الانترنت . www.iasj.net/
- 26- (محمد عمر. الصورة الاجتماعية للمرأة في الدراما السورية ، بحث منشور ، مجلة جامعة دمشق ، المجلد 19 ، 2003. متاح علي الانترنت.
- 27- كامل عبد السلام الطراونه . مهارات المذيع المتميز في عمليات الاتصال ، مرجع سابق.
- 28- أديب خضور . الحديث التلفزيوني ، (دمشق: المكتبة الإعلامية ، 2001)
- 29- محمد منير حجاب . أساليب البحوث الإعلامية والاجتماعية ، (القاهرة دار الفجر للنشر 2002)
- 30- أسماء السادة المحكمين لاستمارة الاستبيان
- أ.د/ محمد محمود المرسي أستاذ الإذاعة ورئيس قسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام سابقا - جامعة القاهرة .
- أ.د/ عبد الرحيم سليمان درويش أستاذ ورئيس قسم الإعلام التربوي - جامعة دمياط .
- أ.م.د/ عادل فهمي محمد أستاذ الإذاعة المساعد بكلية الإعلام جامعة القاهرة ووكيل معهد الجزيرة العالي للإعلام.
- أ.م.د/ داليا إبراهيم المتبولي الأستاذ المساعد بقسم الإعلام التربوي - جامعة دمياط .
- د. ماجدة الحريري مدرس الإعلام التربوي - جامعة دمياط .
- د. مروه محمد عوف مدرس الإعلام التربوي - جامعة دمياط