

تعرض الشباب المصري للبرامج الحوارية في الفضائيات المصرية للمشروعات القومية وعلاقتها بقيمة الانتماء لديهم

ملخص البحث باللغة العربية

يسعى البحث إلى التعرف على مدى تعرض الشباب المصري للبرامج الحوارية بالفضائيات المصرية وانعكاسها على شعورهم بالانتماء. وهي دراسة وصفية اعتمدت على منهج المسح الإعلامي باستخدام أداة الاستبيان على عينة عمدية قوامها ٤٠٠ مفردة من الشباب المصري في القاهرة الكبرى (القاهرة، الجيزة، القليوبية).

وقد حددت الباحثة في هذا البحث أيضا مشكلة البحث، أهمية وأهداف البحث، الاجراءات المنهجية للبحث (نوع البحث- مجتمع البحث- عينة البحث). وفي نهاية البحث أوضحت الباحثة بعض النتائج الخاصة بالدراسة الميدانية المتعلقة ببعض الفروض التي تم وضعها.

ملخص البحث باللغة الإنجليزية

The research seeks to identify the extent of Egyptian youth's follow-up to the talk shows in Egyptian aliens and their reflection on their sense of belonging. It is a descriptive study based on the media survey method using the questionnaire tool on a deliberate sample of 400 Egyptian youth in Greater Cairo (Cairo, Giza, Qalyubia).

The researcher also identified the problem of research, the importance of research, research objectives, methodological actions of research (research type, research community, research sample).

At the end of the research, the researcher explained some of the findings of the field study regarding some of the assumptions made.

الكلمات المفتاحية:

الشباب المصري، البرامج الحوارية، بالفضائيات المصرية، قيمة الانتماء .

Key words:

Egyptian youth, Talk shows, Egyptian aliens, Value of belonging.

مقدمة:

تعد البرامج الحوارية من أكثر الاشكال البرامجية انتشاراً في كافة القنوات الفضائية المصرية بل واصبحت واجهة رئيسية لتلك القنوات لجذب المشاهد ومناقشة كافة الاحداث والقضايا ومن ضمن تلك القضايا التي تهتم بها تلك البرامج قضايا المشروعات القومية التي تعد من اولويات الدولة في الفترة الحالية. تمثل المشروعات القومية جزء رئيسي وضروري في سياسات الدول التنموية، والتي تحرص الدولة على تعريف افراد المجتمع بها وبأغراضها واهميتها وبالتالي تطبيق مبدأ توظيف جهود الكل من أجل صالح الكل خاصة تلك القطاعات والفئات الاجتماعية التي حرمت في السابق من فرص النمو والتقدم، وتقوم الدولة من خلال وسائل الإعلام بالتعرف بالدور التنموي الذي يمثل العنصر الاساسي في أي تخطيط تنموي، والتي يتم تحقيقها من خلال خطط معدة من الدولة وتكون قصيرة وبعيدة المدى.

لذلك تحاول هذه الدراسة التعرف على تعرض الشباب المصري للبرامج الحوارية بالفضائيات المصرية للمشروعات القومية وعلاقتها بقيمة الانتماء لديهم.

مشكلة البحث:

توجد العديد من المشروعات القومية التي حددتها الدولة وعملت على تنفيذها واخذت البرامج الحوارية في تقديمها الي الجمهور من هنا تتمثل مشكلة البحث في التعرف على ما علاقة تعرض الشباب المصري للبرامج الحوارية بالفضائيات المصرية للمشروعات القومية بقيمة الانتماء لديهم ومدى اعتماد الشباب المصري على هذه النوعية من البرامج، والتعرف على دور الفضائيات المصرية في نشر المعلومات عن المشروعات القومية وانعكاسها علي قيم الانتماء لدى الجمهور. والمساهمة في تلك المشروعات. ورصد تأثيرات اعتماد الجمهور للبرامج الحوارية.

اهمية البحث:

- الأهمية النظرية العلمية

- ١- حادثة الموضوع: فإن هذه الدراسة تواكب التغيرات التنموية التي تعيشها مصر في الفترة الحالية.
- ٢- سد النقص في الدراسات السابقة التي لها علاقة بالبرامج الحوارية وعلاقتها بقيم الانتماء لدى الشباب المصري.
- ٣- تعد هذه الدراسة إضافة للتراكم العلمي أو النظري لأنها تتناول معالجة البرامج الحوارية بالفضائيات المصرية للمشروعات القومية وانعكاسها على قيم الانتماء لدى الشباب المصري.
- ٤- تزويد القائمين على الوسائل الإعلامية المختلفة بتوصيات تفيد في كيفية تقديم البرامج الحوارية في دعم قيم الانتماء لدى الشباب المصري.

- الأهمية المجتمعية التطبيقية

- ١- معرفة مدى متابعة الشباب المصري للبرامج الحوارية بالفضائيات المصرية.
- ٢- ضرورة التحقق من اتجاهات الشباب نحو البرامج الحوارية المقدمة بالقنوات الفضائية.
- ٣- معرفة اتجاهات الشباب المصري نحو المشروعات القومية المقدمة للبرامج الحوارية.
- ٤- قياس المتغيرات الديموغرافية وعلاقتها بتنمية الانتماء لدى الشباب المصري.

اهداف البحث:

- ١- تقييم قدرة البرامج الحوارية المقدمة عبر الفضائيات المصرية في تنمية قيم الانتماء لدى الشباب المصري.
- ٢- رصد حجم المعلومات المستفادة من البرامج الحوارية .
- ٣- قياس درجة تعرض الشباب المصري للبرامج الحوارية المختلفة.
- ٤- التعرف على اسباب اعتماد الشباب المصري على البرامج الحوارية.
- ٥- معرفة مع من يناقش الشباب المصري المشروعات القومية.
- ٦- قياس رد الفعل عند مشاهدة المشروعات القومية أثناء التعرض للبرامج الحوارية بالتلفزيون المصري

الدراسات السابقة:

المحور الأول: الدراسات السابقة التي متابعة الشباب المصري للمشروعات القومية بالبرامج الحوارية في الفضائيات المصرية

١-دراسة هند عبد الرازي رجب حسين (٢٠٢٣م) ^١ بعنوان "دور القنوات التلفزيونية

المصرية العامة والخاصة في تشكيل وعي الجمهور نحو المشروعات القومية"

تهدف الدراسة إلى معرفة الدور الذي تقوم به القنوات التلفزيونية المصرية العامة والخاصة في تشكيل وعي الجمهور نحو المشروعات القومية، ومشروع مصر الرقمية كأحد تلك المشروعات، اعتمدت الدراسة على منهج المسح الميداني، باستخدام استمارة استبيان إلكترونية، وذلك على عينة عمدية قوامها ٤٠٠ مفردة من الأشخاص الذين يعرفون مشروع مصر الرقمية.

جاءت أهم النتائج فيما يلي:

- يرى غالبية عينة الدراسة من المبحوثين أن التغطية التليفزيونية للمشروعات القومية جيدة بنسبة ٥٦.٢% يليها الأشخاص الذين يرون أن التغطية متوسطة بنسبة ٢٣%، وفي المرتبة الثالثة يرى أن التغطية ممتازة بنسبة ١٦.٣%، وفي المرتبة الأخيرة يرى المبحوثين أن التغطية غير فعالة بنسبة بلغت ٤.٥%.

- غالبية العينة من المبحوثين يعرفون مشروع مصر الرقمية إلى حد ما، وذلك بنسبة ٦١.٥%.

- غالبية المبحوثين يتابعون القنوات التليفزيونية العامة والخاصة بدرجة متوسطة.

٢-دراسة مها إبراهيم احمد (٢٠٢٣) ' بعنوان " اعتماد الشباب المصري على المواقع

الإلكترونية كمصدر لمعلوماتهم عن المشروعات القومية وعلاقته بإدراكهم

لمصادقيتها"

تهدف الدراسة إلى قياس درجة اعتماد الشباب على المواقع الإلكترونية كمصدر لمعلوماتهم عن المشروعات القومية ومستويات مصداقية المحتوى والمواقع لدى الشباب، وتحديد أبعاد العلاقة بين درجة اعتماد الشباب على المواقع الإلكترونية كمصدر لمعلوماتهم عن المشروعات القومية وإدراكهم لمصداقية المحتوى والمواقع واعتمد الدراسة على منهج المسح بشقية التحليلي والميداني، وطبقت الدراسة على عينة متاحة قوامها ٤٠٠ مفردة من الشباب المصري من المستخدمين للمواقع الإلكترونية للمؤسسات الرسمية، واستخدمت الدراسة استمارة الاستبانة الموجه للشباب عينة الدراسة لقياس معدلات اعتمادهم على المواقع الإلكترونية ومصادقيتها لديهم.

جاءت أهم النتائج فيما يلي:

- أن غالبية المبحوثين من متوسطي التصفح للمواقع الإلكترونية للمؤسسات الرسمية.
- كانت غالبية المبحوثين من ذوي الاعتماد المتوسط على المواقع الإلكترونية للمؤسسات الرسمية كمصدر للمعلومات عن المشروعات القومية.

٣-دراسة محمد رفاعي شوقي(٢٠٢٠)١ بعنوان" دور البرامج الحوارية في تشكيل ادراك الشباب لخطط التنمية القومية"

دور البرامج الحوارية في تشكيل ادراك الشباب لخطط التنمية القومية ملخص الدراسة استهدف البحث دراسة تعرض الشباب الجامعي من الطلاب والطالبات للبرامج الحوارية التي تعرضها القنوات التلفزيونية الفضائية ، وذلك من خلال تطبيق دراسة مسحية على عينة من طلبة جامعة القاهرة وجامعة ٦ أكتوبر وعرض الباحث نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام لتحقيق أهداف الجمهور وإشباع حاجاته ، وتم تحديد مشكلة البحث من خلال دراسة تعرض طلاب وطالبات جامعة القاهرة و جامعة ٦ أكتوبر للبرامج الحوارية ، وقد تم تحديد النوع الاجتماعي كمتغير مستقل و علاقته مع نوع البرامج ، والمحتوى الذي يتم التعرض اليه ، والأسباب والأشياء المتحققة جراء التعرض للبرامج الحوارية واعتمدت الدراسة على منهج المسح ، وقد اعتمد الباحث أسلوب العينة العشوائية ، وبلغ حجم العينة (٢٠٠) مفردة موزعة على الطلاب والطالبات.

وجاءت أهم نتائج فيما يلي:

- نجد عدم وجود ضيوف في الفقرة التي تحتوي على قضايا تنموية بنسبة % ٦٨.٥ وجود ضيوف بنسبه ٣١.٥ % لذا يجب اهتمام البرامج بوجود ضيوف في الفقرات التي تتحدث عن قضايا تنموية .
- هناك تطور ملحوظ في أسلوب معالجة القضية التنموية حيث يتم ذكر الأسباب والحلول في برنامجي امصر النهاردة » و « مساء dmc بنسبة % ٨٩,٥ وهذا تطور ممتاز للبرامج الحوارية.
- أهم المشروعات اهتماما لجمهور الشباب وهي العاصمة الإدارية الجديدة بنسبة % ١٣,٥ وباتي بعدها كوبري روض الفرج بنسبة % ٧,٨ . الكلمات الدالة ؛ البرامج الحوارية - الإدراك - التنمية - القومية.

٤-دراسة علاء احمد مرتضى (٢٠١٥)٢ بعنوان " دور التلفزيون المصري في دعم المشروعات القومية"

تهدف الدراسة إلى التعرف على كيفية تناول البرامج التلفزيونية في التلفزيون المصري لموضوعات دعم المشروعات القومية من خلال تعريف أفراد المجتمع بها وبأغراضها وبأهميتها بغرض تكوين اتجاه ايجابي نحوها ومن ثم الشراكة المجتمعية في مسؤولية تنفيذها, وكذلك تعرض البرامج التلفزيونية للمشروعات القومية واساليب تناولها, كما هدفت الدراسة الى تقييم التناول التلفزيوني للمشروعات القومية في المجتمع المصري, واعتمد الباحث على منهج المسح الاعلامي, مستخدم اداة تحليل المضمون الذى استخدم في بعض البرامج التلفزيونية المستخدمة لدعم المشروعات القومية في فترة زمنية محددة, ومن خلال تطبيق استمارة الدراسة

التحليلية على اربعة وثلاثين فقرة بواقع واحد وعشرون فقرة من قنوات التلفزيون الحكومي (القناة الاولى, قناة النيل الإخبارية), وثلاثة عشر فقرة للقناة الخاصة (قناة ONTV) في الفترات نظرا للظروف السياسية التي مرت بها مصر بعد قيام ثورتي ٢٥ يناير ٢٠١١ و ٣٠ يونيو ٢٠١٣ وتغير الأنظمة السياسية بالتبعية وما نتج عن ذلك من وضع خطط جديدة لتنفيذ مشروعات قومية.

وجاءت أهم النتائج فيما يلي:

- اظهرت الدراسة التحليلية فيما يتعلق بالكيفية التي تعاملت بها البرامج التلفزيونية لإثارة وجهات النظر حول دعم المشروعات القومية والحث على المشاركة المجتمعية فيها أن محاور البرامج جاءت متعددة في تناولها للمشروعات القومية كما أن جميعها حثت بشكل اساسي على اهمية وضرة المشاركة المجتمعية باعتبار ان التنمية لا يمن ان تتم من طرف وحيد ولكن يجب ان نتشارك في صنعها.

- اظهرت نتائج الدراسة التحليلية فيما يتعلق بالأشكال الإعلامية التي استخدمتها قنوات التلفزيون المصري في عرض المشروعات القومية أن القوالب الفنية جاءت متباينة في تناولها لطريقة الدعم للمشروعات القومية وإن كان القالب الفني باستخدام مذيع وحوار مع محلل على الهواء مباشرة من اكثر القوالب استخداما.

المحور الثاني: الدراسات السابقة التي تناولت الفضائيات وقيم الانتماء لدى الشباب المصري.

٥-دراسة كريمة كمال عبد اللطيف توفيق(٢٠٢٢)^١ بعنوان "شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في تعزيز قيم المواطنة والانتماء لدى الشباب الجامعي"

تهدف الدراسة إلى التعرف على دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز قيم المواطنة لدى الشباب المصري، والوقوف على أبرز القضايا التي يحرص الشباب على متابعتها من خلال شبكات التواصل الاجتماعي المختلفة، من خلال إجراء داسة مسحية علي عينة من لشباب المصري تقدر بحوالي ٤٠٠ مفردة باستخدام أداة الاستبيان وتتجلى أهمية الدراسة في مناقشتها لموضوع حيوى تنعكس آثاره على المجتمعات العربية وأنظمتها السياسية وهو موضوع المواطنة بين الشباب المصري. جاءت أهم النتائج فيما يلي:

- توصلت الدراسة إلى التزايد من الاستخدام اليومي لشبكات التواصل الاجتماعي فجاءت المدة من خمس ساعات فأكثر في الترتيب الأول بنسبة ٥٤.٣%.

- لم تنتج صفحات شبكات التواصل الاجتماعي بإقناع الشباب من المبحوثين بالمشاركة السياسية في صنع القرار السياسي.

٢- دراسة ريهام مجدى عبد الرحيم (٢٠٢٠) ' بعنوان "تعرض المراهقين للبيانات العسكرية بالفضائيات المصرية وعرقته بمستوى الانتماء لديهم".

تهدف الدراسة إلى التعرف على مدى تأثير البيانات العسكرية بالفضائيات المصرية على المراهقين وعلاقتها بمستوى الانتماء لديهم، واعتمد هذه الدراسة على منهج المسح الاعلامي، باستخدام أداة تحليل المضمون واستمارة الاستبيان.

جاءت أهم النتائج فيما يلي:

- انه ضرورة مراقبه ما يذاع أو ينشر في وسائل الإعلام المختلفة حتى لا يتعرض المواطنين لما يسئ أو يهدد الوطن من شائعات.

- ضرورة زياده القدرة الإعلامية المصرية في مواجهه الغزو الإعلامي.

- معاقبة المخالفين من الإعلاميين للقيم الأخلاقية ومواقفهم العدائي نحو وطنهم مما يؤدي إلى مصداقية التلفزيون المصري.

٣-دراسة أزهار حسن حسين (٢٠٢٠) ^٢ بعنوان " التغطية الإخبارية للصحف للأحداث الجارية وعلاقتها بالانتماء السياسي للمراهقين".

تهدف الدراسة الى التعرف على ما هي التغطية الاخبارية للصحف المصرية للأحداث الجارية وعلاقتها بالانتماء السياسي للمراهقين، تعتمد على منهج المسح الاعلامي باستخدام اداة الاستبيان و تحليل مضمون الصحف.

جاءت أهم النتائج فيما يلي:

- وجود علاقة دالة احصائيا بين الاطلاع على موضوعات الانتماء الحزبي في الصحف والانتماء إلى أحد الاحزاب.

٤-دراسة محمد معوض وآخرون بعنوان " القيم السياسية المتضمنة في برامج قنوات الأطفال وعلاقتها بالانتماء لدى الطفل" ٢٠١٩ ^٣

تسعى الدراسة إلى التعرف على أهم القيم السياسية المتضمنة ببرنامج الأطفال وعلاقتها بالانتماء لدى الطفل المصري،اعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامي بشقية التحليلي والميداني، عينة الدراسة التحليلية

مضمون من المسلسلات الكرتون على قناة النيل للعائلة, عينة الدراسة الميدانية عينة عمدية من الأطفال من ٩-١٥ سنة.

جاءت أهم النتائج فيما يلي:

- وجد أن قيمة المواطنة ظهرت أكثر في الحوار بين الأشخاص.
- جاءت قيمة المواطنة في المركز الأول من حيث تعزيز الانتماء لدى الطفل المصري .

التعليق علي الدراسات السابقة

من خلال العرض السابق للدراسات السابقة نجد أنها تمثل تراثاً بحثياً قيماً يساعد على تكوين صورة موضوعية عن موضوع البحث, وألقت الضوء على الكثير من المعالم التي أفادت البحث الحالي, وساعدت في إبراز العلاقة بين الدراسات بعضها البعض وعلاقتها بالبحث الحالي, مما أنار الطريق أمام الباحثة في تحديد خطة البحث وعينتها واختيار أدواتها.

فقد أشارت الدراسات السابقة إلى أهمية البرامج الحوارية في خلق قيم الانتماء لدى الجمهور المصري, ومدى مناقشة البرامج الحوارية للمشروعات القومية والاهتمام بها.

الاطار النظري للدراسة:

نظرية الاعتماد علي وسائل الإعلام: Mass Media Dependency Theory

ويتمثل محور هذه النظرية أن الجمهور يعتمد على معلومات ووسائل الإعلام ليحقق حاجاته ويحصل على أهداف معينة, والنقطة المهمة في هذه النظرية أن وسائل الإعلام ستؤثر في الناس إلي الدرجة التي يعتمدون فيها على معلومات تلك الوسائل, وتركز هذه النظرية على العلاقات بين نظم المعلومات الصغرى والمتوسطة والكبيرة ومكوناتها^(١).

كذلك من الواضح أن نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام لا تمت بصلة لنظرية التأثيرات المحدودة حيث ترى نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام والمحتوى الإعلامي لفهم ماذا يجري حولنا وتعلم ماذا نفعل (كيف نسلك) في مواجهة أزمة مثلاً, وفي بعض الأحيان يكون للهروب من الواقع أو الموقف المحيط بنا حتى في الأزمات الشخصية التي قد تواجه الفرد مثل السعي للامتلاك أو الالتحاق بجامعة مرموقة أو غير ذلك, فإن نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام توضح أو تنتبأ باستخدامنا لوسائل الإعلام وتأثيرها على تلك المواقف.^(٢)

فروض نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام^(١):

- ١- تزداد إمكانية أن تحقق الرسائل الإعلامية نطاق واسع من التأثيرات المعرفية والعاطفية والسلوكية عندما توفر النظم الإعلامية خدمات معلوماتية متميزة وأساسية.
- ٢- كلما كان عدد ودرجة مركزية خدمات تقديم المعلومات التي يقدمها وسيلة إعلامية معينة كبيرة كلما كان اعتماد الجمهور على تلك الوسيلة كبير، وكلما زاد كم المعلومات التي توفرها هذا الوسيلة ومدى أهميتها كلما زاد اعتماد الجمهور عليها.
- ٣- يزداد الاعتماد على وسائل الإعلام عند وجود مشكلة الغموض الناتج عن نقص المعلومات، أو عدم كفايتها، أو تحديد التفسيرات الممكنة أو الصحيحة للأحداث التي يتعرض لها الفرد.
- ٤- إن الأفراد الذين يعتمدون على وسيلة معينة يكونون أكثر قدرة على استخلاص المعلومات من خلال تعرضهم لهذه الوسيلة.
- ٥- ينتج عن الاعتماد على وسائل الإعلام عدد من التأثيرات المختلفة تمثل اتجاهات متباينة للتغيير في المعرفة أو الشعور أو السلوك.

توظيف النظرية في هذا البحث و مدى الاستفادة منها:

تساعدنا نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام على اختبار مدى معالجة البرامج الحوارية بالفضائيات المصرية للمشروعات القومية وانعكاسها على قيم الانتماء لدى الشباب المصري. كما تساعدنا النظرية في التعرف على متى و لماذا وما هي التأثيرات الناتجة على المشاهدين بسبب هذا الاعتماد؟ لذلك فإننا نستطيع التعرف على مدى إقبال المشاهد على مشاهدة البرامج الحوارية بالفضائيات المصرية لمتابعة تغطية ومعالجة المشروعات القومية، و تساعدنا النظرية أيضاً في التعرف على نوع العلاقة بين حجم اعتماد الجمهور على هذه القنوات وبين مدى انعكاسها على قيم الانتماء لدى الشباب المصري.

تساؤلات البحث:

- ١- ما مستوى تعرض الشباب للبرامج الحوارية؟
- ٢- ما البرامج التي يفضلوا مشاهدتها؟
- ٣- ما مدى اهتمامهم بمتابعة الموضوعات المطروحة بتلك البرامج؟
- ٤- ما مدى اهتمامهم بالمشروعات القومية المتناولة بتلك البرامج؟

٥- ما دور المتغيرات الديموجرافية (النوع- السن- المستوى الاقتصادي والاجتماعي) في التأثير على مفردات العينة التي تتعرض للبرامج التليفزيونية "محل الدراسة؟

ثانياً: فروض البحث:

- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة التعرض للبرامج الحوارية المقدمة عبر القنوات الفضائية ومدى متابعة المشروعات القومية

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية فى اتجاهات الجمهور نحو البرامج الحوارية المقدمة عبر القنوات الفضائية من حيث المستوى الاجتماعى الاقتصادى

متغيرات الدراسة:

المتغير المستقل: المشروعات القومية بالبرامج الحوارية في الفضائيات المصرية

المتغيرات الوسيطة: المتغيرات الديموجرافية (النوع- السن- المستوى الاجتماعى والاقتصادى).

المتغير التابع: بقيمة الانتماء لدى الشباب المصري

الاجراءات المنهجية للدراسة:

نوع البحث :

دراسة وصفية حيث إنها تستهدف وصف موضوع معين كما هو في الواقع الحالى من حيث الخصائص العامة والتفصيلية للموضوع بما فيه من متغيرات وعناصر و مؤثرات وذلك باستخدام المنهج العلمى فى كافة إجراءات البحث.

وتمثل البحوث الوصفية مرحلة أكثر تقدماً مقارنة بالبحوث الاستطلاعية، وتسمى أحياناً بالبحوث التشخيصية لأنها كثيراً ما تستهدف تحديد تكرارات حدوث ظاهرة معينة، إما مستقلة أو مرتبطة بغيرها من الظواهرات مع توافر قدر كافي من البيانات والمعلومات عن الموضوعات المختلفة مع الغياب الكامل أو النسبى للأوصاف الدقيقة لها والحقائق المتعلقة بطبيعتها.

منهج البحث:

تعتمد هذا البحث على منهج المسح الإعلامى حيث أنه أنسب الطرق والأدوات والإجراءات التي تستخدم لدراسة الظاهرة أو الموضوع دراسة وصفية، تكشف عما فيه من خصائص ومتغيرات وعلاقات من حيث الشدة والإتجاه وفى بعض الأحيان يشمل الوصف الاتجاهات والآراء والعمليات الداخلية فى موضوع الدراسة والمتغيرات ذات الصلة بها.

وتعتمد هذه الدراسة على مسح جمهور وسائل الإعلام حيث أنها دراسة ميدانية يتم إجرائها على المشاهدين للبرامج الحوارية بالفضائيات المصرية وتطبق الدراسة على عينة عمدية قوامها ٤٠٠ مفردة.

أدوات جمع البيانات

تعتمد هذه الدراسة على أداتين هم :

أداة الاستبيان: تطبق على عينة من الشباب المصري القاهرة الكبرى (القاهرة - الجيزة - القليوبية).

الأساليب الإحصائية المستخدمة :

- التكرارات والنسب المئوية
- الوزن النسبي
- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية .
- معامل ارتباط بيرسون Person Correlation لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين .
- اختبار T. Test لدراسة العلاقة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعتين من المبحوثين.
- تحليل التباين ذي البعد الواحد One Way Analysis of Variance والمعروف اختصارًا بـ (Anova) لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لأكثر من مجموعتين من المبحوثين .
- الاختبارات البعدية Post Hoc Tests بطريقة أقل فرق معنوى (LSD) Least Significance Difference لمعرفة مصدر التباين , وإجراء المقارنات الثنائية بين المجموعات التي تثبت (Anova) وجود فروق دالة إحصائية بينها .
- اختبار ألفا كرونباخ Cronbach's Alpha لقياس معامل ثبات المقياس

الإطار الإجرائي

١ - مجتمع البحث:

سيتم تطبيق الدراسة الميدانية على الجمهور المصري في القاهرة الكبرى.

٢ - عينة البحث:

عينة البحث الميدانية: على عينة عمدية من الجمهور المصري العام قوامها ٤٠٠ مفردة في القاهرة الكبرى ممن تزيد أعمارهم عن ١٨ عامًا والمشاهدين للبرامج الحوارية في الفضائيات المصرية.

ثانيًا : توصيف العينة :

جدول رقم (١) النوع

النوع	التكرار	النسبة
-ذكر	٢٢٧	٥٦.٧٥

أنثى	١٧٣	٤٣.٢٥
الإجمالي	٤٠٠	١٠٠

جدول رقم (٢) العمر

العمر	التكرار	النسبة
من ١٨ الى اقل من ٢٥	٧٦	١٩
من ٢٥ الى اقل من ٣٥	١٨٤	٤٦
من ٣٥ الى اقل من ٤٥	٣٧	٩.٢٥
من ٤٥ الى اقل من ٥٥	٧٢	١٨
٥٥ فأكثر	٣١	٧.٢٥
الإجمالي	٤٠٠	١٠٠

جدول رقم (٣) مستوى التعليم

المستوى التعليمي	التكرار	النسبة
-يقرا ويكتب	٣	٠.٧٥
-مؤهل متوسط	٥٣	١٣.٢٥
-جامعي	٢٤٥	٦١.٢٥
-دراسات عليا	٩٩	٢٤.٧٥
الإجمالي	٤٠٠	١٠٠

جدول رقم (٤) المستوى الاجتماعي الاقتصادي

المستوى الاجتماعي الاقتصادي	التكرار	النسبة
-مرتفع	١١٣	٢٨.٢٥
-متوسط	١٥٥	٣٨.٧٥
-منخفض	١٣٢	٣٣
الإجمالي	٤٠٠	١٠٠

إجراءات الصدق والثبات الخاصة بالدراسة:

١- صدق المحكمين^١:

تقوم الباحثة بعرض استماره الاستبيان المزمع تطبيقهما على عدد من المحكمين من أساتذة الإعلام- الاجتماع- مناهج البحث- الاحصاء وذلك للكشف عما يكون في تصميم الاستماره من قصور أو أخطاء علمية لكي يتم تداركها حتى لا تؤثر على موضوعية الاستماره. ولمعرفة تقيمهما في ضوء الفروض والتساؤلات الخاصة بالدراسة.

٢- صدق الأداة:

على مستوى الاستبيان؛ يتم تطبيق أسلوب إعاد الاختبار test-retest لمعرفة مدى الثبات المتحقق في الاستمارة.

جدول رقم (٥) معامل ثبات ألفا كرونباخ

معامل ألفا كرونباخ	الثبات
٠.٩٦١	%٩٦

قامت الباحثة بحساب معامل ثبات ألفا كرونباخ حيث بلغ (٠.٩٦١) ، مما يدل أن ثبات المقياس بلغ (%٩٦) وهي نسب مرتفعة تدل على وضوح الاستمارة وصلاحيته للتطبيق. صدق المحك : وذلك بحساب الجذر التربيعي لمعامل ألفا كرونباخ حيث بلغ (٠.٩٨٠) نتائج الدراسة :

(١) مشاهدة البرامج الحوارية التي تعرض بالتلفزيون المصري :
جدول رقم (٦) مشاهدة البرامج الحوارية التي تعرض بالتلفزيون المصري

مشاهدة البرامج الحوارية	التكرار	النسبة
-دائماً	١٧٦	٤٤
-أحياناً	٢٢٤	٥٦
الإجمالي	٤٠٠	١٠٠

يتضح من بيانات الجدول السابق ما يلي :

- جاء مشاهدة البرامج الحوارية التي تعرض بالتلفزيون المصري كما يلي : أحياناً في الترتيب الأول بنسبة (%٥٦) ، دائماً في الترتيب الثاني بنسبة (%٤٤) .

نستنتج ارتفاع نسبة متابعة البرامج الحوارية التي تعرض بالتلفزيون المصري ويمكن ارجاع ذلك لأن هذه البرامج أصبحت جزءاً أساسياً من طقوس الحياة اليومية لكثير من المشاهدين وآحد الآليات التي يستخدم لإعلام الجمهور بكل ما هو جديد عن المشروعات القومية وما هي التطورات والمراحل التي تمر بها تلك المشروعات، من خلال ما تقدمه من تقارير وحوارات ولقاءات للإحاطة بما يدور من مجريات

الاحداث، وفي تشكيل قيم الانتماء لدى الجمهور ووعي الجمهور بالمشروعات القومية الجديدة ومراحل تنفيذها وأحدث ما وصلت اليه تلك المشروعات كل هذا من البرامج الحوارية خاصة اليومية منها ذات الصلة الوثيقة بالأحداث الجارية التي تمس حياة الفرد وتكون موضع للجدل والخلاف في كثير من قضايا وموضوعات حياتهم اليومية، حيث تزايد الوقت الذي يتعامل فيه الفرد مع مخرجات وسائل الإعلام أو بعضها حتى صارت في عصرنا الحالي جزءا من حياة المواطن اليومية^١. واغلب هذه البرامج تتناول المشروعات القومية التي اصبحت تهم عدد كبير من الجمهور.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة ايمان عبد الله عبد العظيم أبو غنيم (٢٠١٩) التي أظهرت النتائج أن ٧٣.٣% يتابعون احيانا البرامج الحوارية بالفصائيات المصرية

(٢) المعدل الأسبوعي لمشاهدة البرامج الحوارية بالتلفزيون المصري :
جدول رقم (٧) المعدل الأسبوعي لمشاهدة البرامج الحوارية بالتلفزيون المصري

النسبة	التكرار	المعدل الأسبوعي لمشاهدة البرامج الحوارية
٣٤.٧٥	١٣٩	-من يوم الى يومين
٣٤.٥	١٣٨	-من ثلاثة الى أربعة أيام
٣٠.٧٥	١٢٣	-يوميا
١٠٠	٤٠٠	الإجمالي

يتضح من بيانات الجدول السابق ما يلي :

-جاء المعدل الأسبوعي لمشاهدة البرامج الحوارية بالتلفزيون المصري كما يلي : من يوم الى يومين في الترتيب الأول بنسبة (٣٤.٧٥%) ، من ثلاثي أيام الى أربعة أيام في الترتيب الثاني بنسبة (٣٤.٥%) ، يومياً في الترتيب الثالث بنسبة (٣٠.٧٥%).

نستنتج مما سبق كثافة تعرض الجمهور للبرامج الحوارية في الفصائيات المصرية تتسم بالكثافة المرتفعة وقد يرجع ذلك إلى عدة اسباب من أهمها نوعية الموضوعات التي تطرح في تلك البرامج وتلبي احتياجات الجمهور المختلفة.

(٣) معدل ساعات المشاهدة اليومية للبرامج الحوارية بالتلفزيون المصري :

جدول رقم (٨) معدل ساعات المشاهدة اليومية للبرامج الحوارية بالتلفزيون المصري

النسبة	التكرار	معدل ساعات المشاهدة اليومية للبرامج الحوارية
٣٧.٥	١٥٠	-من ٣٠ إلى أقل من ٦٠ دقيقة
٢٤	٩٦	-أقل من ٣٠ دقيقة
٢٢	٨٨	-من ٦٠ إلى أقل من ٩٠ دقيقة
١٦.٥	٦٦	- ٩٠ دقيقة فأكثر

الإجمالي	٤٠٠	١٠٠
----------	-----	-----

يتضح من بيانات الجدول السابق ما يلي :

- جاء معدل ساعات مشاهدة اليومى للبرامج الحوارية بالتلفزيون المصرى كما يلى : من ٣٠ الى أقل من ٦٠ دقيقة فى الترتيب الأول بنسبة (٣٧.٥%) ، أقل من ٣٠ دقيقة فى الترتيب الثانى بنسبة (٢٤%) ، من ٦٠ الى ٩٠ دقيقة فى الترتيب الثالث بنسبة (٢٢%) ، ٩٠ دقيقة فأكثر فى الترتيب الرابع بنسبة (١٦.٥%).

نستنتج مما سبق التأكيد على أهمية البرامج الحوارية بالفصائيات المصرية وارتفاع نسبة مشاهدة من قبل الجمهور ، مما يجعلها برامج جماهيرية لها شعبيتها وثقلها فى الخريطة البرمجية لأي قناة.

(٤) رد الفعل عند مشاهدة البرامج الحوارية فى التلفزيون المصرى:
جدول رقم (٩) رد الفعل عند مشاهدة البرامج الحوارية فى التلفزيون المصرى

رد الفعل	التكرار	النسبة
- أتوقف لمشاهدة البرنامج بأكمله	١٧٠	٤٢.٥
- مشاهدة بعض الفقرات البسيطة	١٤٩	٣٧.٢٥
- الاكتفاء بمعرفة عناوين الأخبار	٥٥	١٣.٧٥
- تغيير القناة إذا كان قد سبق لى مشاهدة البرنامج من قبل	١٣	٣.٢٥
- أتوقف لمشاهدة البرنامج بأكمله وأشارك بالرأى من خلال الاتصال	١٠	٢.٥
- تغيير القناة فى الحال إلى قناة أخرى دائما	٣	٠.٧٥
الإجمالي	٤٠٠	١٠٠

يتضح من بيانات الجدول السابق ما يلي :

- جاء رد الفعل عند مشاهدة البرامج الحوارية فى التلفزيون المصرى كما يلى : أتوقف لمشاهد البرنامج بأكمله فى الترتيب الأول بنسبة (٤٢.٥%) ، مشاهدة بعض الفقرات البسيطة فى الترتيب الثانى بنسبة (٣٧.٢٥%) ، الاكتفاء بمعرفة عناوين الأخبار فى الترتيب الثالث بنسبة (١٣.٧٥%) ، تغيير القناة إذا كان قد سبق لى مشاهدة البرنامج من قبل فى الترتيب الرابع بنسبة (٣.٢٥%) ، أتوقف لمشاهدة البرنامج بأكمله وأشارك بالرأى من خلال الاتصال فى الترتيب الخامس بنسبة (٢.٥%) ، تغيير القناة فى الحال الى قناة أخرى دائما فى الترتيب السادس بنسبة (٠.٧٥%).

نستنتج مما سبق أن البرامج الحوارية فى الفصائيات المصرية تجذب الجمهور لمتابعتها بشكل كامل وهذا يحقق لها نجاح كبير فى الحصول على المعلومات وثقة الجمهور لمتابعة ما يستجد من أحداث

(٥) الحرص على مشاهدة المشروعات القومية فى البرامج الحوارية :

جدول رقم (١٠) الحرص على مشاهدة المشروعات القومية فى البرامج الحوارية

الحرص على مشاهدة المشروعات القومية	التكرار	النسبة
- أحيانا	٢٤٢	٦٠.٥

دائماً	١٥٢	٣٨
نادراً	٦	١.٥
الإجمالي	٤٠٠	١٠٠

يتضح من بيانات الجدول السابق ما يلي :

- جاء الحرص على مشاهدة المشروعات القومية فى البرامج القومية كما يلي : أحياناً فى الترتيب الأول بنسبة (٦٠.٥%) ، دائماً فى الترتيب الثانى بنسبة (٣٨%) ، نادراً فى الترتيب الثالث بنسبة (١.٥%)

نستنتج مما سبق ارتفاع نسبة اعتماد الجمهور المصري عينة الدراسة على برامج الحوارية في الفضائيات المصرية للحصول على المعلومات التي تخص المشروعات القومية. ويمكن ارجاع اسباب ارتفاع نسبة الاعتماد على برامج الحوارية للمشروعات القومية إلى أن هذه البرامج تعمل أساساً على إتاحة حرية التعبير وإبراز الرأي حول المشروعات القومية ويتم نقل ذلك إما على الهواء مباشرة أو من خلال برنامج مسجل إلى الجماهير لتقديم المعلومات لهم عن هذه المشروعات القومية والتي تكون محل اهتمام عدد كبير منهم خلال طرح آراء الضيوف المختلفة حول الموضوع محل النقاش^(١). وأنها تشتمل على موضوعات تخص مشاكل الحياة اليومية من حوادث واضطرابات وتعرض أيضاً كل ما يجد في المشروعات القومية ومتابعة تطويرة مثل (العاصمة الإدارية، قناة السويس الجديدة، شبكة الطرق والمواصلات وغيرها من المشروعات القومية)

٦) أسباب الاعتماد على البرامج الحوارية لمتابعة المشروعات القومية :
جدول رقم (١١) أسباب الاعتماد على البرامج الحوارية المشروعات القومية

العبارة	أوافق	أوافق الى حد ما	لا أوافق	الوسط الحسابى	الانحراف المعياري	النقاط	الوزن المئوى
-أشاهد المشروعات القومية بالبرامج للحصول على معلومات عن الأحداث الجارية	٢٥٥	١١٩	٢٦	٢.٥٧	٠.٦١٢	١٠.٢٩	١٠.٥٢
-أشاهد المشروعات القومية بالبرامج الحوارية لأنني مهتم ولدي خلفية عن الأحداث	٢٢٣	١٥٥	٢٢	٢.٥٠	٠.٦٠٠	١٠.٠١	١٠.٢٣
-فهم ما يدور حولى من أحداث وأكون على علم بها	٢٣٣	١٢٧	٤٠	٢.٤٨	٠.٦٧١	٩٩٣	١٠.١٥
-أشاهد المشروعات القومية بالبرامج الحوارية لمعرفة كل ما هو جديد على الصعيد السياسي	٢١٠	١٦٠	٣٠	٢.٤٥	٠.٦٣١	٩٨٠	١٠.٠٢
-تساعدني في تكوين رأى خاص فيما يدور من حولى	٢٠١	١٧٣	٢٦	٢.٤٣	٠.٦١٤	٩٧٥	٩.٩٧
-أشاهد المشروعات القومية بالبرامج الحوارية لمجرد إنني تعودت على مشاهدتها	٢١٥	١٤٤	٤١	٢.٤٣	٠.٦٧٢	٩٧٤	٩.٩٦

^١ - السيد محمد ابو شعيشع حسن، دور برامج المشاركة الجماهيرية بالفضائيات في دعم حرية التعبير , رسالة ماجستير غير منشورة(جامعة القاهرة: كلية الإعلام ، قسم الإذاعة والتلفزيون، ٢٠١٢م).

٢١٠	١٥٣	٣٧	٢.٤٣	٠.٦٥٦	٩٧٣	٩.٩٥
٢١٣	١٤٤	٤٣	٢.٤٢	٠.٦٧٨	٩٧٠	٩.٩٢
١٨٤	١٧٥	٤١	٢.٣٥	٠.٦٦٠	٩٤٣	٩.٦٤
١٨٧	١٦٦	٤٧	٢.٣٥	٠.٦٨٠	٩٤٠	٩.٦١
١٠٠	٩٧٧٨					

يتضح من بيانات الجدول السابق ما يلي :

- جاءت أسباب الاعتماد على البرامج الحوارية لمتابعة المشروعات القومية كما يلي :
- أشاهد المشروعات القومية بالبرامج للحصول على معلومات عن الأحداث الجارية فى الترتيب الأول بوزن مئوى (١٠.٥٢%) بوسط حسابى (٢.٥٧) وبانحراف معيارى (٠.٦١٢) .
- أشاهد المشروعات القومية بالبرامج الحوارية لأنني مهتم ولدي خلفية عن الأحداث فى الترتيب الثانى بوزن مئوى (١٠.٢٣%) بوسط حسابى (٢.٥٠) وبانحراف معيارى (٠.٦٠٠) .
- لمناقشة مضمونها مع الأصدقاء وأفراد أسرتي فيما بعد فى الترتيب العاشر بوزن مئوى (٩.٦١%) بوسط حسابى (٢.٣٥) وبانحراف معيارى (٠.٦٨٠) .

نستنتج مما سبق الآتي:

تمثلت أهداف الفهم والدوافع المعرفية المنفعية في العبارات التالية (اشاهد المشروعات القومية بالبرامج للحصول على معلومات عن الأحداث الجارية، اشاهد المشروعات القومية بالبرامج الحوارية لأنني مهتم ولدي خلفية عن الأحداث، اشاهد المشروعات القومية بالبرامج الحوارية لمعلافة كل ما هو جديد على الصعيد السياسي، فهم ما يدور من أحداث وأكون على علم بها) .

بينما تمثلت أهداف التسلية والدوافع الطقوسية في العبارات التالية (لمناقشة مضمونها مع الأصدقاء وافراد اسرتي فيما بعد، للحصول على معلومات اتحدث فيها مع الآخرين حول هذه القضية).

تصدر الدوافع المعرفية المنفعية قائمة دوافع واسباب اعتماد المبحوثين على برامج الحوارية في الفضائيات المصرية للحصول على معلومات حول المشروعات القومية، ويمكن إرجاع سبب ذلك لطبيعة المشروعات القومية المراد الحصول على معلومات عنها وهي أغلبها موضوعات لتحسين اقتصاد الدولة والحياة الاجتماعية للمواطن المصري وتكون أهداف البحث لتلك المعلومات تكون أهداف معرفية بالدرجة الأولى وتتفق هذه النتيجة مع طبيعة القضية ومع نوعية الجمهور، ثم جاءت بعد ذلك الدوافع الطقوسية.

(٧) معدل التعرض الأسبوعي للمشروعات القومية فى البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية :
جدول رقم (١٢) معدل التعرض الأسبوعي للمشروعات القومية فى البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية

النسبة	التكرار	معدل التعرض الأسبوعي للمشروعات القومية
٣٨.٥	١٥٤	-من يوم الى يومين
٣١.٧٥	١٢٧	-يوميا
٢٩.٧٥	١١٩	-من ثلاثة الى أربعة أيام
١٠٠	٤٠٠	الإجمالي

يتضح من بيانات الجدول السابق ما يلي :

- جاء معدل التعرض الأسبوعي للمشروعات القومية فى البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية كما يلي : من يوم الى يومين فى الترتيب الأول بنسبة (٣٨.٥%) ، يومياً فى الترتيب الثانى بنسبة (٣١.٧٥%) ، من ثلاثة الى أربعة أيام فى الترتيب الثالث بنسبة (٢٩.٧٥%).
نستنتج أن كثافة التعرض الأسبوعي للمشروعات القومية بالقنوات الفضائية المصرية تتسم بالكثافة المرتفعة.

٨) مدى الاهتمام بالمشروعات القومية :
جدول رقم (١٣) مدى الاهتمام بالمشروعات القومية

العبارة	دائما	أحيانا	نادرا	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النقاط	الوزن المئوى
-تهتم بمشاهدة المشروعات القومية في البرامج الحوارية	٢١٢	١٥٩	٢٩	٢.٤٥	٠.٦٢٧	٩٨٣	١٠.٤٢
-تهتم بمشاهدة الموضوعات ذات الصلة بالمشروعات القومية في البرامج الحوارية	١٩٥	١٧٢	٣٣	٢.٤٠	٠.٦٣٧	٩٦٢	١٠.٢٠
-ممكن أن أطلع على أكثر من وسيلة إعلامية كي أتعرف على حقيقة مشروع ما من المشروعات القومية	١٩٧	١٥٧	٤٦	٢.٣٧	٠.٦٨٢	٩٥١	١٠.٠٨
-تفضل الاحتفاظ بالوثائق التي تتناول المشروعات القومية بعد قراءتها	٢٠٠	١٤٤	٥٦	٢.٣٦	٠.٧١٥	٩٤٤	١٠.٠١
-تهتم بحضور الندوات التي تناقش المشروعات القومية في المجتمع	١٩٥	١٥١	٥٤	٢.٣٥	٠.٧٠٦	٩٤١	٩.٩٧
-تهتم بمناقشة المشروعات القومية مع الآخرين	١٨١	١٧٥	٤٤	٢.٣٤	٠.٦٦٨	٩٣٧	٩.٩٣
-الاهتمام بمشاهدة المشروعات القومية في البرامج الحوارية يعيق تحصيلك الدراسي	١٨٩	١٥٧	٥٤	٢.٣٣	٠.٧٠٣	٩٣٥	٩.٩١
-تجد نفسك مستغرقا في التفكير في بعض المشروعات القومية في المجتمع	١٨٣	١٦٨	٤٩	٢.٣٣	٠.٦٨٤	٩٣٤	٩.٩٠
-إذا اتاحت لك الفرصة للمشاركة في ندوة حول المشروعات القومية في المجتمع فهل تشارك	١٧٨	١٧٥	٤٧	٢.٣٢	٠.٦٧٥	٩٣١	٩.٨٧
-أشارك بالتعليق على موضوعات المشروعات القومية المذاعة بالبرامج الحوارية	١٧٤	١٦٣	٦٣	٢.٢٧	٠.٧١٨	٩١١	٩.٦٦

يتضح من بيانات الجدول السابق ما يلي :

- جاء مدى الاهتمام بالمشروعات القومية كما يلي :

- تهتم بمشاهدة المشروعات القومية في البرامج الحوارية في الترتيب الأول بوزن مئوى (١٠.٤٢%) بوسط حسابى (٢.٤٥) وبانحراف معيارى (٠.٦٢٧) .

- تهتم بمشاهدة الموضوعات ذات الصلة بالمشروعات القومية في البرامج الحوارية في الترتيب الثانى بوزن مئوى (١٠.٢٠%) بوسط حسابى (٢.٤٠) وبانحراف معيارى (٠.٦٣٧) .

- أشارك بالتعليق على موضوعات المشروعات القومية المذاعة بالبرامج الحوارية في الترتيب العاشر بوزن مئوى (٩.٦٦%) بوسط حسابى (٢.٢٧) وبانحراف معيارى (٠.٧١٨) .

نستنتج مما سبق أن مدى اهتمام الجمهور بالمشروعات القومية ظهر أكثر في حصة على مشاهدة المشروعات القومية في البرامج الحوارية.

٩) رد الفعل عند مشاهدة المشروعات القومية أثناء التعرض للبرامج الحوارية بالتلفزيون المصرى :
جدول رقم (١٤) رد الفعل عند مشاهدة المشروعات القومية أثناء التعرض للبرامج الحوارية

رد الفعل عند مشاهدة المشروعات القومية	التكرار	النسبة
- مشاهدة الحلقة بأكملها فقط	١٧٩	٤٤.٧٥
- مشاهدة أجزاء من الحلقة باهتمام	١١٩	٢٩.٧٥
- الاكتفاء بمشاهدة أجزاء بسيطة من الحلقة	٧٣	١٨.٢٥
- الاكتفاء بمعرفة عنوان الحلقة فقط	١٦	٤
- مشاهدة الحلقة بأكملها والقيام بمدخله	٨	٢
- تغيير البرنامج إذا كان قد سبق لي مشاهدة المشروع عبر قناة أخرى	٥	١.٢٥
الإجمالي	٤٠٠	١٠٠

يتضح من بيانات الجدول السابق ما يلي :

- جاءت ردود الأفعال عند مشاهدة المشروعات القومية أثناء التعرض للبرامج الحوارية بالتلفزيون المصرى كما يلي : مشاهدة الحلقة بأكملها فقط في الترتيب الأول بنسبة (٤٤.٧٥%) ، مشاهدة أجزاء من الحلقة باهتمام في الترتيب الثانى بنسبة (٢٩.٧٥%) ، الاكتفاء بمشاهدة أجزاء بسيطة من الحلقة في الترتيب الثالث بنسبة (١٨.٢٥%) ، الاكتفاء بمعرفة عنوان الحلقة فقط في الترتيب الرابع بنسبة (٤%) مشاهدة الحلقة بأكملها والقيام بمدخله في الترتيب الخامس بنسبة (٢%) ، تغيير البرنامج إذا كان قد سبق لي مشاهدة المشروع عبر قناة أخرى في الترتيب السادس بنسبة (١.٢٥%) .

نستنتج مما سبق أن عندما يشاهد الجمهور عينة الدراسة المشروعات القومية اثناء البرامج الحوارية بالتلفزيون المصرى أنه يقوم بمشاهدة الحلقة بأكملها ويهتم أيضا عدد كبير من الجمهور عينة الدراسة

بمشاهدة اجزائ من الحلقة بأهتمام وهذا لأهمية تلك المشروعات لعدد كبير من الجمهور بجميع فئاته ومستوياته

(١٠) مدى متابعة ومشاهدة المشروعات القومية :

جدول رقم (١٥) مدى متابعة ومشاهدة المشروعات القومية

المشروعات القومية	درجة كبيرة	درجة متوسطة	درجة ضعيفة	النقاط	الوزن المئوى
-مشروع العاصمة الإدارية الجديدة	٢٣٠	١٧٠	---	١٠٣٠	٩.٣٥
-مشروع حياة كريمة	٢١٨	١٨٢	---	١٠١٨	٩.٢٤
-مشروع تطوير شبكة النقل والمواصلات	٢١٥	١٨٥	---	١٠١٥	٩.٢١
-المشروع القومى للإسكان	٢١٢	١٨٨	---	١٠١٢	٩.١٩
-مشروع تبطين الترع والمساحات المائية	٢٠٣	١٩٧	---	١٠٠٣	٩.١١
-مشروع تطوير العشوائيات	١٩٨	٢٠٢	---	٩٩٨	٩.٠٦
-مشروع القطار الكهربائى السريع	١٩١	٢٠٩	---	٩٩١	٩.٠٠
-مشروع ١.٥ مليون فدان	١٨٨	٢١٢	---	٩٨٨	٨.٩٧
-مشروع محطة الطاقة النووية فى الضبعة	١٨٧	٢١٣	---	٩٨٧	٨.٩٦
-المشروع القومى لتنمية الريف المصرى	١٨٤	٢١٦	---	٩٨٤	٨.٩٣
-المشروع القومى للكهرباء	١٨٣	٢١٧	---	٩٨٣	٨.٩٢
				١١٠٠٩	١٠٠

يتضح من بيانات الجدول السابق ما يلى :

-جاء مدى متابعة ومشاهدة المشروعات القومية كما يلى : مشروع العاصمة الإدارية الجديدة فى الترتيب الأول بوزن مئوى (٩.٣٥%) ، مشروع حياة كريمة فى الترتيب الثانى بوزن مئوى (٩.٢٤%) ، مشروع تطوير شبكة النقل والمواصلات فى الترتيب الثالث بوزن مئوى (٩.٢١%) ، المشروع القومى للإسكان فى الترتيب الرابع بوزن مئوى (٩.١٩%) ، مشروع تبطين الترع والمساحات المائية فى الترتيب الخامس بوزن مئوى (٩.١١%) ، مشروع تطوير العشوائيات فى الترتيب السادس بوزن مئوى (٩.٠٦%) ، مشروع القطار الكهربائى السريع فى الترتيب السابع بوزن مئوى (٩%) ، مشروع ١.٥ مليون فدان فى الترتيب الثامن بوزن مئوى (٨.٩٧%) ، مشروع محطة الطاقة النووية بالضبعة فى الترتيب التاسع بوزن مئوى (٨.٩٦%) ، المشروع القومى لتنمية الريف المصرى فى الترتيب العاشر بوزن مئوى (٨.٩٣%) ، المشروع القومى للكهرباء فى الترتيب الحادى عشر بوزن مئوى (٨.٩٢%).

نستنتج مما سبق أن متابعة ومشاهدة الجمهور عينة الدراسة للمشروعات القومية جاءت لتشكّل أهتمام كبير لمشروعات العاصمة الإدارية الجديدة ويمكن أرجاع ذلك إلى أن الهدف من إنشاء العاصمة الإدارية الجديدة ليس فقط انشاء مباني سكنية ولكن إدارات كاملة ووزارات الى العاصمة الإدارية للتخفيف من الضغط على

القاهرة الكبرى والزحام في الشوارع والتكدس السكاني فيها وهذه كانت خطة الدولة لخدمة رؤية مصر ٢٠٢٠-٢٠٣٠، ولم تنظر الدولة إلى مكسب ٥ سنوات ولكن نظرت إلى مكسب ١٠٠ سنة مستقبلاً.

وجاءت مشاهدة الجمهور عينة الدراسة للمشروعات القومية الخاصة بحياة كريمة أهمية كبيرة ويمكن أرجاع ذلك إلى القطاعات المتعددة التي تتضمن تلك المشروع الذي يطمح إلى الوصول للمواطن المصري إلى حياة كريمة بكافة الجوانب الحياتية في محافظات مصر مثل الصحة والتعليم والمأكل والملبس والتغلب على غلاء المعيشة وهي مبادرة رئاسية تطمح للوصول إلى المواطن المصري لحياة كريمة.

وجاءت مشاهدة الجمهور لمشروع تطوير شبكة النقل والمواصلات أهمية كبيرة لعمل الحكومة لإنشاء ٧ الاف كم وتطوير ١٠ الاف من شبكة الطرق الحالية بتكلفة ٣٠٠ مليار جنيه لتخفيف عبء الزحام على المواطن المصري وأهدار الوقت الذي يتعرض له الجمهور مما يسهم في تنمية عجلة التطوير والتنمية. ليشمل تلك المشروع تطوير الطرق والكباري ورصف الطرقات وتطوير السكك الحديدية وغيرها الكثير الذي أصبح ملموس في أرض الواقع.

(١١) مدى مناقشة المشروعات القومية :

جدول رقم (١٦) مدى مناقشة المشروعات القومية

الترتيب	النسبة	الترتيب	النسبة
أحياناً	٦٩	٢٧٦	٦٩
دائماً	٢٨.٧٥	١١٩	٢٨.٧٥
نادراً	١.٢٥	٥	١.٢٥
الإجمالي	١٠٠	٤٠٠	١٠٠

يتضح من بيانات الجدول السابق ما يلي :

- جاء مدى مناقشة المشروعات القومية كما يلي : أحياناً في الترتيب الأول بنسبة (٦٩%) ، دائماً في الترتيب الثاني بنسبة (٢٨.٧٥%) ، نادراً في الترتيب الثالث بنسبة (١.٢٥%).

نستنتج مما سبق أن جمهور عينة الدراسة يهتم بمناقشة المشروعات القومية بنسبة كبيرة التي يتعرض إليها في البرامج الحوارية في الفضائيات المصرية وهذا يدل على تأثر الجمهور بتلك المشروعات التي يشاهدها.

(١٢) مع من تتم مناقشة المشروعات القومية :

جدول رقم (١٧) مع من تتم مناقشة المشروعات القومية

الترتيب	النسبة	الترتيب	النسبة
الأصدقاء	٦١.٢٥	٢٤٥	٦١.٢٥
الأقارب	٥٠.٥	٢٠٢	٥٠.٥
الأسرة	٤٩.٥	١٩٨	٤٩.٥
زملاء العمل	٤٣.٢٥	١٧٣	٤٣.٢٥

يتضح من بيانات الجدول السابق ما يلي :

- جاءت مناقشة المشروعات القومية مع الأصدقاء فى الترتيب الأول بنسبة (٦١.٢٥%) ، ثم الأقارب فى الترتيب الثانى بنسبة (٥٠.٥%) ، ثم جاءت الأسرة فى الترتيب الثالث بنسبة (٤٩.٥%) ، وجاء زملاء العمل فى الترتيب الرابع بنسبة (٤٣.٢٥%).

نستنتج مما سبق ارتفاع معدلات مناقشة المبحوثين للمشروعات القومية التي يحصلون عليها من البرامج الحوارية فى الفضائيات المصرية، ويمكن إرجاع ذلك لما توفره هذه البرامج من قدر كبير كماً وكيفاً من المعلومات التي تعد مجالاً للحوار الفعال بين الجمهور، وتسهل من عملية الحوار الديمقراطي لكونها تفرض مساحات فضائية واسعة لمناقشة موضوعات فى قطاعات متعددة.

(١٣) الاتجاه نحو البرامج الحوارية :

جدول رقم (١٨) الاتجاه نحو البرامج الحوارية

العبارة	موافق	محايد	معارض	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النقاط	الوزن المئوى
-تقدم لنا البرامج الحوارية ما نريد أن نعرفه حول المشروعات القومية	٢٤٤	١٢٣	٣٣	٢.٥٢	٠.٦٤٤	١٠١١	٦.٦٦
-البرامج الحوارية أفضل لأنها مفصلة للحدث	٢٤١	١٢٨	٣١	٢.٥٢	٠.٦٣٦	١٠١٠	٦.٦٥
-ما نشاهده تكتمل جوانبه بالصور الثابتة والمتحركة وملفات الفيديو للمشروعات القومية	٢٢٧	١٣٧	٣٦	٢.٤٧	٠.٦٥٦	٩٩١	٦.٥٣
-موضوعات البرامج الحوارية تقدم لنا المعلومات دون أن يفرض علينا أحد وجهة نظرة	٢١٣	١٤٤	٤٣	٢.٤٢	٠.٦٧٨	٩٧٠	٦.٣٩
-تتمتع موضوعات البرامج الحوارية بمصداقية لدى معظم الناس	٢٠٨	١٤٠	٥٢	٢.٣٩	٠.٧٠	٩٥٦	٦.٣٠
-أشعر مع موضوعات البرامج الحوارية بالكفاية التي لا أجدها مع أى وسيلة إعلامية أخرى	٢٠٢	١٥١	٤٧	٢.٣٨	٠.٦٨٨	٩٥٥	٦.٢٩
-تطرح البرامج الحوارية الموضوعات بحيادية	١٩٦	١٥٨	٤٦	٢.٣٧	٠.٦٨٢	٩٥٠	٦.٢٥
-تتبنى أجندة محددة فى طرح القضايا والموضوعات	٢٠٢	١٤٤	٥٤	٢.٣٧	٠.٧١٠	٩٤٨	٦.٢٤
-تهتم البرامج الحوارية بنشر وجهات النظر المختلفة حول تلك الموضوعات	٢٠١	١٤٥	٥٤	٢.٣٦	٠.٧٠٩	٩٤٧	٦.٢٣
-تطرح البرامج الحوارية حلول للمشكلات والقضايا بموضوعية	١٩٤	١٥٣	٥٣	٢.٣٥	٠.٧٠٣	٩٤١	٦.٢٠
-تعتمد على المتحدثين الرسميين فقط فى عرض الموضوعات	١٩٣	١٤٣	٦٤	٢.٣٢	٠.٧٣٤	٩٢٩	٦.١٢
-يتميز مقدمو برامجها باللباقة فى التقديم وإدارة الحوار	١٩٤	١٣٨	٦٨	٢.٣١	٠.٧٤٦	٩٢٦	٦.١٠

٦.٠٨	٩٢٤	٠.٧٣٥	٢.٣١	٦٥	١٤٦	١٨٩	-المعلومات مكررة ولا يوجد بها أية إضافات
٦.٠١	٩١٣	٠.٧٦٤	٢.٢٨	٧٦	١٣٥	١٨٩	-تركز البرامج الحوارية على السلبيات والمبالغة في نشرها
٥.٩٩	٩١٠	٠.٧٧١	٢.٢٧	٧٩	١٣٢	١٨٩	-طريقة عرض الموضوعات والقضايا فقيرة مصرياً
٥.٨٩	٨٩٥	٠.٧٧٦	٢.٢٣	٨٤	١٣٧	١٧٩	-تتعمد المبالغة والتهويل في عرض الأزمات
١٠٠	١٥١٧٦						

يتضح من بيانات الجدول السابق ما يلي :

- جاءت اتجاهات الجمهور نحو البرامج الحوارية المقدمة عبر القنوات الفضائية كما يلي :
- تقدم لنا البرامج الحوارية ما نريد أن نعرفه حول المشروعات القومية في الترتيب الأول بوزن مئوى (٦.٦٦%) بوسط حسابى (٢.٥٢) وبانحراف معيارى (٠.٦٤٤) .
- البرامج الحوارية أفضل لأنها مفصلة للحدث في الترتيب الثانى بوزن مئوى (٦.٦٥%) بوسط حسابى (٢.٥٢) وبانحراف معيارى (٠.٦٣٦) .
- تتعمد المبالغة والتهويل في عرض الأزمات في الترتيب السادس عشر بوزن مئوى (٥.٨٩%) بوسط حسابى (٢.٢٣) وبانحراف معيارى (٠.٧٧٦) .
- نستنتج مما سبق أن الاتجاه نحو البرامج الحوارية ظهر فيما تقدمه البرامج الحوارية عن المشروعات القومية بشكل واضح وسليم والمأم تلك البرامج بتفاصيل المشروعات القومية مما لا يترك أى سؤال للجمهور عن تلك المشروعات.

١٤) مدى الاستفادة من متابعة المشروعات القومية عبر البرامج الحوارية على قيم الانتماء:

جدول رقم (١٩) مدى الاستفادة من متابعة المشروعات القومية عبر البرامج الحوارية على قيم الانتماء

العبارة	موافق	محايد	معارض	الوسط الحسابى	الانحراف المعيارى	النقاط	الوزن المئوى
-التعرف على أبعاد المشكلات المجتمعية	٢٣٨	١٣٦	٢٦	٢.٥٣	٠.٦١٦	١٠١٢	٩.٣٨
-ادراك معلومات جديدة بشأن القضايا والأحداث الجارية	٢٢٦	١٤٨	٢٦	٢.٥	٠.٦١٧	١٠٠٠	٩.٢٧
-تعرفت أكثر على أهمية المجتمع	٢٢٧	١٤١	٣٢	٢.٤٨	٠.٦٤٠	٩٩٥	٩.٢٣
-الرغبة في تحقيق الأمان لأفراد المجتمع	٢٢٦	١٣٦	٣٨	٢.٤٧	٠.٦٣٣	٩٨٨	٩.١٦
-زيادة رغبتى في القضاء على المحسوبية داخل المجتمع	٢١٩	١٤٩	٣٢	٢.٤٦	٠.٦٤٠	٩٨٧	٩.١٥
-رفض التفكير الخرافى لحل المشكلات والتنبؤ بالمستقبل	٢٢١	١٤٢	٣٧	٢.٤٦	٠.٦٥٩	٩٨٤	٩.١٣
-الوعى بمدى خطورة التسبب والإهمال داخل المجتمع	٢٣٠	١٢٣	٤٧	٢.٤٥	٠.٦٩٥	٩٨٣	٩.١٢

٨.٩٧	٩٦٧	٠.٦٦٦	٢.٤١	٤٠	١٥٣	٢٠٧	-ادراك بأهمية المشروعات القومية في حياتنا لتنمية الوطن
٨.٩٢	٩٦٢	٠.٦٥٣	٢.٤٠	٣٧	١٦٤	١٩٩	-تأييد الحلول المقترحة للقضايا داخل المجتمع
٨.٩١	٩٦١	٠.٦٦٤	٢.٤٠	٤٠	١٥٩	٢٠١	-زيادة انتمائي للوطن
٨.٧١	٩٣٩	٠.٦٩٤	٢.٣٤	٥١	١٥٩	١٩٠	-رفض الإجراءات التي تم تنفيذها بشأن مختلف الموضوعات
١٠٠	١٠٧٧٨						

يتضح من بيانات الجدول السابق ما يلي :

- جاء مدى الاستفادة من متابعة المشروعات القومية عبر البرامج الحوارية على قيم الانتماء كما يلي :
- التعرف على أبعاد المشكلات المجتمعية في الترتيب الأول بوزن مئوى (٩.٣٨%) بوسط حسابى (٢.٥٣) بانحراف معيارى (٠.٦١٦) .
- ادراك معلومات جديدة بشأن القضايا والأحداث الجارية الترتيب الثانى بوزن مئوى (٩.٢٧%) بوسط حسابى (٢.٥) بانحراف معيارى (٠.٦١٧) .
- رفض الإجراءات التي تم تنفيذها بشأن مختلف الموضوعات الترتيب الحادى عشر بوزن مئوى (٨.٧١%) بوسط حسابى (٢.٣٤) بانحراف معيارى (٠.٦٩٤) .
- نستنتج أن مدى الاستفادة من متابعة المشروعات القومية عبر البرامج الحوارية على قيم الانتماء في التعرف على ابعاد المشكلات المجتمعية وادراك معلومات جديدة بشأن القضايا والأحداث الجارية.

ثانياً : نتائج اختبار الفروض

(١) توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة التعرض للبرامج الحوارية المقدمة عبر القنوات الفضائية ومدى متابعة المشروعات القومية

جدول رقم (٢٠) العلاقة الارتباطية بين كثافة التعرض للبرامج الحوارية المقدمة عبر القنوات الفضائية ومدى متابعة المشروعات القومية (*) (**)

معامل ارتباط بيرسون

(*) عند مستوى دلالة (٠.٠٥)

(**) عند مستوى دلالة (٠.٠١)

مستوى المعنوية	معامل الارتباط	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	
٠.٠٠٠	٠.٢٧٠ (**)	٣.٥٠٦	١٨.٧٦	- كثافة التعرض للبرامج الحوارية
		٢.٩٨١	١٠.٥١	- مدى متابعة المشروعات القومية

يتضح من بيانات الجدول السابق ما يلي :

- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة التعرض للبرامج الحوارية المقدمة عبر القنوات الفضائية ومدى متابعة المشروعات القومية، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (٠.٢٧٠) ، بمستوى معنوية (٠.٠٠٠) عند مستوى دلالة (٠.٠٠١) ، حيث بلغ الوسط الحسابي لكثافة التعرض للبرامج الحوارية (١٨.٧٦) وبانحراف معياري (٣.٥٠٦) ، وبلغ الوسط الحسابي لمدى متابعة المشروعات القومية (١٠.٥١) وبانحراف معياري (٢.٩٨١).

- ومما سبق يتضح صحة الفرض الأول بأنه توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة التعرض للبرامج الحوارية المقدمة عبر القنوات الفضائية ومدى متابعة المشروعات القومية

(٢) توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات الجمهور نحو البرامج الحوارية المقدمة عبر القنوات الفضائية من حيث المستوى الاجتماعي الاقتصادي

جدول رقم (٢١) الفروق في اتجاهات الجمهور نحو البرامج الحوارية المقدمة عبر القنوات الفضائية من حيث المستوى الاجتماعي الاقتصادي (*) (**)

اختبار تحليل التباين أحادي الاتجاه (ANOVA)

المستوى الاجتماعي الاقتصادي	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ف	درجات الحرية	مستوى المعنوية
-منخفض	١٣٢	٣٧.٠٤	٩.٧١٠	٣.٣٨٧ (*)	٢ ٣٩٧	٠.٠٥٣
-متوسط	١٥٥	٣٧.٤٣	٧.٦٧٧			
-مرتفع	١١٣	٣٩.٦٨	٨.٠٠٩			

يتضح من بيانات الجدول السابق ما يلي :

(*) عند مستوى دلالة (٠.٠٠٥)

(**) عند مستوى دلالة (٠.٠٠١)

-توجد فروق ذات دلالة إحصائية فى اتجاهات الجمهور نحو البرامج الحوارية المقدمة عبر القنوات الفضائية من حيث المستوى الاجتماعى الاقتصادى ، وباستخدام اختبار تحليل التباين أحادى الاتجاه (ANOVA) بلغت قيمة ف (٣.٣٨٧) بمستوى معنوية (٠.٠٥٣) عند مستوى دلالة (٠.٠٥) ، حيث بلغت قيمة الوسط الحسابى للمستوى الاجتماعى الاقتصادى المنخفض (٣٧.٠٤) ، بانحراف معيارى (٩.٧١٠) ، وبلغ الوسط الحسابى للمستوى الاجتماعى الاقتصادى المتوسط (٣٧.٤٣) ، بانحراف معيارى (٧.٦٧٧) ، وبلغ الوسط الحسابى للمستوى الاجتماعى الاقتصادى المرتفع (٣٩.٦٨) ، بانحراف معيارى (٨.٠٠٩) ، ولمعرفة مصدر تلك الفروق استخدمت الباحثة اختبار LSD لمعرفة مصدر تلك الفروق .

مناقشة أهم نتائج الدراسة:

- ١- توصلت الدراسة إلى ارتفاع نسبة متابعة البرامج الحوارية التي تعرض بالتلفزيون المصري.
- ٢- أوضحت الدراسة أن كثافة تعرض الجمهور للبرامج الحوارية في الفضائيات المصرية تتسم بالكثافة المرتفعة.
- ٣- أكدت الدراسة على التأكيد على أهمية البرامج الحوارية بالفضائيات المصرية وارتفاع نسبة المشاهدة من قبل الجمهور.
- ٤- أوضحت نتائج الدراسة أن البرامج الحوارية في الفضائيات المصرية تجذب الجمهور لمتابعتها بشكل كامل وهذا يحقق لها نجاح كبير في الحصول على المعلومات وثقة الجمهور لمتابعة ما يستجد من أحداث.
- ٥- أظهرت الدراسة أن ارتفاع نسبه اعتماد الجمهور المصري على البرامج الحوارية في الفضائيات المصرية للحصول على المعلومات التي تخص المشروعات القومية.
- ٦- توصلت الدراسة إلى أن كثافة التعرض الأسبوعي للمشروعات القومية بالقنوات الفضائية تتسم بالثقافة المرتفعة.
- ٧- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة التعرض للبرامج الحوارية المقدمة عبر القنوات الفضائية ومدى متابعة المشروعات القومية.
- ٨- توجد فروق ذات دلالة إحصائية فى اتجاهات الجمهور نحو البرامج الحوارية المقدمة عبر القنوات الفضائية من حيث المستوى الاجتماعى الاقتصادى

المراجع:

- ١- هند عبد الراضي رجب حسين، "دور القنوات التلفزيونية المصرية العامة والخاصة

في تشكيل وعي الجمهور نحو المشروعات القومية"، رسالة ماجستير غير منشورة،
(جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، ٢٠٢٣).

٢- مها ابراهيم احمد، اعتماد الشباب المصري على المواقع الإلكترونية كمصدر
لمعلوماتهم عن المشروعات القومية وعلاقته بإدراكهم لمصداقيتها، رسالة ماجستير
غير منشورة، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم العلاقات العامة
والإعلان، ٢٠٢٣م).

٣- محمد فاعي شوقي، دور البرامج الحوارية في تشكيل ادراك الشباب لخطط التنمية
القومية (مجلة البحوث الإعلامية، العدد الرابع والخمسون، ٢٠٢٠م).

٤- دراسة علاء احمد مرتضى، دور التلفزيون المصري في دعم المشروعات القومية،
رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة
والتلفزيون، ٢٠١٥).

٥- كريمة كمال عبد اللطيف "شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في تعزيز قيم
المواطنة والانتماء لدى الشباب الجماعي" (المجلة المصرية للبحوث الإعلام، العدد
٨١، ٢٠٢٢).

٦- محمد فاعي شوقي، دور البرامج الحوارية في تشكيل ادراك الشباب لخطط التنمية
القومية (مجلة البحوث الإعلامية، العدد الرابع والخمسون، ٢٠٢٠م).

٧- ريهام مجدي عبد الرحيم، تعرض المراهقين للبيانات العسكرية بالفصائيات المصرية
وعلاقته بمستوى الانتماء لديهم، (مجلة دراسات الطفولة، العدد ٨٨، ٢٠٢٠م).

٨- أزهار حسن حسين، بعنوان "التغطية الإخبارية للصحف للأحداث الجارية وعلاقتها
بالانتماء السياسي للمراهقين" (مجلة دراسات الطفولة، رقم العدد ٨٦، ٢٠٢٠).

٩- محمد معوض وآخرون بعنوان "القيم السياسية المتضمنة في برامج قنوات الأطفال
وعلاقتها بالانتماء لدى الطفل" (المجلة المصرية للدراسات المتخصصة، العدد ٢٣،
٢٠١٩).

١٠- توحيدة محمد فخر الدين، تعرض المشاهدين لبرامج التوك شو في
الفصائيات المصرية وعلاقته باتجاهاتهم نحو بعض قضايا التنمية، (مجلة دراسات
الطفولة، رقم العدد ٨٤، ٢٠١٩).

١١- خليل أبو إصبع، الاتصال و الإعلام في المجتمعات المعاصرة، (دار

-
- المجداول للنشر و التوزيع, الطبعة الخامسة, ٢٠٠٦م) ص ١٨٢.
- ١٢- مرفت الطريش, عبد العزيز السيد, نظريات الاتصال, (القاهرة: دار النهضة العربية, سنة النشر ٢٠٠٦م, الطبعة الاولى) ص ١٦٨ - ١٧١.
- ١٣- منى سعيد الحديدي, سلوى إمام, الإعلام والمجتمع (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية, ٢٠٠٤) ص ١٣.
- ١٤- السيد محمد ابو شعيشع حسن, دور برامج المشاركة الجماهيرية بالفضائيات في دعم حرية التعبير, رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام, قسم الإذاعة والتلفزيون, ٢٠١٢م).
- 15- Brand, Stanley J. Introduction to Mass Communication: Media Literacy and Culture. Updated Fifth Edition (Boston: McGraw- Hill, 2010).