

تعرض كبار السن في مصر للبرامج الحوارية بالتلفزيون وعلاقتها بمستوى الوعي الصحي لديهم

أ. آلاء ربيع أحمد إبراهيم

باحثة دكتوراه في جامعة المنصورة كلية الآداب قسم الإعلام
"شعبة إذاعة" راديو وتلفزيون" تخصص "إنتاج مواد إذاعية"

تحت إشراف

د/ أحمد أحمد أحمد عثمان

أستاذ الإذاعة والتلفزيون المساعد بقسم الإعلام كلية الآداب، جامعة المنصورة

The Exposure of Old people in Egypt to Talk Shows in Television and its Relationship to their Health Awareness level

Alaa Rabie Ahmed Ibrahim

PhD Researcher, Faculty of Arts, Department of Mass
Communication, Mansoura University

Supervision

Dr. Ahmed Ahmed Ahmed Ahmed Othman

Assistant Professor of Radio and Television, Department of
Mass Communication, Faculty of Arts, Mansoura University

تعرض كبار السن في مصر للبرامج الحوارية بالتلفزيون

وعلاقتها بمستوى الوعي الصحي لديهم

أ. آلاء ربيع أحمد إبراهيم *

المستخلص:

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على كثافة تعرض كبار السن في مصر للبرامج الحوارية وعلاقته بمستوى الوعي الصحي لديهم، وهذا من خلال رصد مدى كثافة تعرض كبار السن في مصر للبرامج الحوارية، ومستوى اعتماد كبار السن في مصر على البرامج الحوارية كمصدر للمعلومات، ودوافع تعرض كبار السن في مصر للبرامج الحوارية، ومستوى انتباه كبار السن أثناء تعرضهم للبرامج الحوارية في التلفزيون، ونوع المضامين المقدمة في البرامج الحوارية التلفزيونية، مستوى الوعي الصحي لدى كبار السن، وقد اعتمدت الباحثة على منهج المسح الإعلامي بشقه الميداني، واستخدمت الباحثة استمارة استبيان الكتروني كأداة لجمع البيانات، وقامت بتطبيقها على عينة قوامها (400) مفردة من المتعرضين للبرامج الحوارية التلفزيونية من فئة كبار السن ممن يتراوح أعمارهم بين 60-75 عام، وأظهرت النتائج أن كثافة تعرض كبار السن في مصر للبرامج الحوارية التلفزيونية جاءت متوسطة لدى غالبية مفردات العينة، كما أوضحت أن مستوى الوعي الصحي لدى كبار السن الذي جاء متوسط لدى الغالبية العظمى من أفراد العينة.

الكلمات المفتاحية:

البرامج الحوارية، الوعي الصحي، كبار السن.

* باحثة دكتوراه في جامعة المنصورة كلية الآداب قسم الإعلام شعبة إذاعة "راديو وتلفزيون" تخصص "إنتاج مواد إذاعية"

The Exposure of Old people in Egypt to Talk Shows in Television and its Relationship to their Health Awareness level

Abstract

This study aimed to explore the extent of exposure of the elderly in Egypt to television talk shows and its relationship with their level of health awareness. Specifically, the research investigated the frequency of exposure among elderly individuals in Egypt to talk shows, the degree to which they rely on such programs as a source of information, their motives for watching them, their level of attention while viewing, and the nature of the content presented in these shows. The study also assessed the overall level of health awareness among the elderly. The researcher adopted the media survey method, particularly the field survey, and utilized an online questionnaire as the primary tool for data collection. The questionnaire was administered to a sample of 400 elderly individuals aged between 60 and 75 years who watch television talk shows. The findings revealed that the majority of the sample exhibited a moderate level of exposure to talk shows. Furthermore, the results indicated that the health awareness level among the elderly was also moderate for the vast majority of respondents.

Key words:

Talk Shows , Health Awareness , Old people

تعرض كبار السن في مصر للبرامج الحوارية بالتلفزيون وعلاقتها بمستوى الوعي الصحي لديهم

المقدمة

تعد البرامج الحوارية واحدة من البرامج التي تلقى اهتمام كبير ونسبة مشاهدة عالية من قبل عدد كبير من الجمهور، وهذا لما تملكه تلك النوعيات من البرامج من مختلف عوامل الجذب، سواء ما بين شخصية المذيع أو الضيف، أو تنوع الموضوعات والتقارير التي تضمها البرامج، كما أن تلك البرامج تتوافر فيها العديد من وسائل التواصل من قبل الجمهور والتي تتمثل في الاتصال المباشر أو من خلال مواقع التواصل الاجتماعي وغير ذلك، وبسبب وجود عدد كبير من البرامج الحوارية وزيادة معدلات التنافس فيما بين تلك البرامج، فقد تم زيادة عوامل الجذب، حيث أصبحت البرامج تبحث في جميع القضايا التي تخص الجمهور وترتبط بحياته بشكل مباشر،⁽¹⁾ كما أن الإعلام المرئي على اختلاف أشكاله ووسائله يلعب دور هام في عملية نشر الوعي الصحي، والذي يساهم بصورة كبيرة في استدامه العطاء والعافية، حيث أن نعمة الصحة واحدة من نعم المولى عز وجل، والمحافظة عليها تؤكد فضل الله تعالى، فالصحة تاج على رؤوس الجميع ولا يشعر بها سوى المرضى وهي واحدة من مظاهر النشاط، ولهذا فإن تضافر الجهود من قبل مختلف الجهات المعنية من أجل توفير المعلومات الصحية العامة التي ينبغي إيصالها للجميع، وهو الأمر الذي يقلل من معدلات انتشار الأمراض.⁽²⁾

من هنا يمكن القول أن البرامج الحوارية تلعب دور هام في تقديم مختلف المعلومات الصحية الي فئة كبار السن على المحافظة على صحتهم من مختلف الأمراض سواء المعدية أو غيرها من الأمراض المزمنة، حيث يتم التوعية بكيفية تجنب التعرض لها وتقليل أعراضها والحفاظ على الصحة، ولذلك فإن هناك إقبال كبير من تلك الفئة على متابعة البرامج الحوارية للحصول منها على المعلومات المختلفة وبالأخص الصحية.

مشكلة الدراسة:

تتبلور مشكلة الدراسة في الحاجة إلى كثافة تعرض كبار السن في مصر للبرامج الحوارية، ومستوى اعتمادهم عليها في الحصول على المعلومات الصحية، ومستوى الوعي الصحي لديهم، فضلاً عن معرفة مدى وجود علاقة بينهم، كذلك مدى وجود تأثير لكلاً من (مستوى انتباه كبار السن أثناء التعرض للبرامج الحوارية، ودوافع تعرض كبار السن في مصر للبرامج الحوارية، ومستوى انتباه كبار السن أثناء التعرض للبرامج الحوارية، والمتغيرات الديموغرافية لكبار السن (السن، المستوى التعليمي، المستوى الاقتصادي والاجتماعي، البيئة) على هذه العلاقة.

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى التعرف على ما يلي:

- مستوى اعتماد كبار السن في مصر على البرامج الحوارية كمصدر للمعلومات.
- كثافة تعرض كبار السن في مصر للبرامج الحوارية.
- دوافع تعرض كبار السن في مصر للبرامج الحوارية.
- مستوى انتباه كبار السن أثناء تعرضهم للبرامج الحوارية في التلفزيون.

- نوع المضامين المقدمة في البرامج الحوارية التلفزيونية.
- مستوى الوعي الصحي لدى كبار السن.

تساؤلات الدراسة:

- ما مستوى اعتماد كبار السن في مصر على البرامج الحوارية كمصدر للمعلومات؟
- ما كثافة تعرض كبار السن في مصر للبرامج الحوارية؟
- ما دوافع تعرض كبار السن في مصر للبرامج الحوارية؟
- ما انتباه كبار السن أثناء تعرضهم للبرامج الحوارية في التلفزيون؟
- ما نوع المضامين المقدمة في البرامج الحوارية التلفزيونية؟
- ما مستوى الوعي الصحي لدى كبار السن؟

أهمية الدراسة

تتناول تلك الدراسة أهميتها من مدى أهمية البرامج الحوارية والاعتماد عليها من قبل عدد كبير من كبار السن كمصدر قوي للمعلومات حول مختلف القضايا الاجتماعية والثقافية والدينية والصحية وغير ذلك، وتعدد القنوات الفضائية المصرية التي تتناول البرامج الحوارية التلفزيونية، وهو الأمر الذي يبرز طرق تناولها للقضايا الصحية من خلال تلك البرامج ودورها الكبير في تشكيل الوعي الصحي لدى كبار السن، فضلاً عن تشخيص واقع البرامج الحوارية في القنوات الفضائية المصرية ومستوى أدائها.

مصطلحات الدراسة

البرامج الحوارية: هي تلك البرامج النقاشية التي تتضمن طرح للعديد من الآراء التي يتم عرضها عن طريق القنوات التلفزيونية، وتتناول مختلف القضايا التي تتعلق بالمجتمع وجميع مشكلاته من خلال استضافة شخصيات لها

اختصاص من أجل طرح ما يعرفونه من المعلومات حول تلك القضايا وهذا من أجل التعبير عن جميع آرائهم، وربما يكون هناك مشاركة من الجماهير في بعض الأحيان سواء كان من خلال الهاتف أو من خلال المراسلة. (3)

الوعي الصحي: هو الإدراك بمختلف المعلومات التي تحمي الإنسان من التعرض للأمراض والإصابة بأعراضها، وهو ما يؤدي إلى اتباع سلوكيات سليمة. (4)

الاطار النظري:

المحور الأول: البرامج الحوارية:

القنوات التلفزيونية الفضائية اهتمت بالبرامج الحوارية وهذا بسبب دورها في تكوين الآراء والاتجاهات حول ما يحيط بالجمهور سواء من الناحية الداخلية أو الخارجية، وهو ما ساعد على انتشار وتعدد البرامج الحوارية في القنوات سواء ما يتم عرضه في الصباح أو المساء، وهذا بسبب مدى أهمية تلك البرامج في توفير المعلومات للجمهور حول ما يتعلق بجميع الأحداث الجارية على مختلف الأصعدة، وهو ما ينتج عنه تأثير على الجمهور حول القضايا المعروضة، وهذا التأثير قد يكون إيجابياً أو سلبياً. (5)

باتت البرامج الحوارية عامل هام وأساسي في صناعة الإعلام المعاصر، فقد أدرك العديد من الباحثين مدى تأثير تلك البرامج في المجال الثقافي والترفيهي والدور الخاص بها في توجيه الرأي العام وتكوين الآراء والأفكار، كما أن تلك البرامج تعمل على تسليط الضوء على المشكلات التي تخص حياة الجمهور، ويتم عرض تلك المشكلات من وجهات نظر مختلفة من أجل إمكانية تكوين رأي عام حولها عن طريق عرض البراهين والأدلة، ومن هنا يتضح مدى أهمية الدور الذي تؤديه تلك الوسائل في تكوين وعي الجمهور بقضايا الرأي العام، وخاصة

البرامج الحوارية التي تعرض بصفة يومية والتي يتم فيها عرض الأحداث الجارية التي تتعلق بحياة الأفراد والتي تكون موضع للخلاف والجدل.⁽⁶⁾

أهداف البرامج الحوارية

هناك العديد من الأهداف التي تسعى البرامج الحوارية الى تحقيقها والتي حددتها فايضة طه في الآتي:⁽⁷⁾

- التعبير بشكل مباشر عن الناس عن طريق مشاركتهم في عملية طرح قضاياهم ومشكلاتهم واهتماماتهم وطموحاتهم المختلفة.
- التنوع في تناول القضايا الخاصة بالرأي العام.
- القيام بعرض الأفكار والقضايا الحديثة الخاصة بالرأي العام والقيام بإثرائها من خلال عرض وجهات نظر متنوعة.
- تغطية سريعة ودائمة للأحداث الجارية.

تأثير البرامج الحوارية على الجمهور

تعتبر البرامج الحوارية من أهم البرامج التي لها تأثير واضح على الجمهور، وهذا بسبب الموضوعات العامة والشيقة التي يتم تقديمها من خلاله، والتي تعتبر أداة فعالة وقوية في تنمية الوعي السياسي وتكوين الرأي العام بما له علاقه بالأحداث الجارية، وتأثير تلك البرامج يكمن في الآتي:⁽⁸⁾

- تثير الجمهور مهما كانت طبيعة القضايا التي يتم تناولها من خلال البرنامج سواء سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية أو غيرها التي تحظى على اهتمام الجمهور، بالإضافة إلى ذلك فإنها تساعد على تعريف الجمهور بمختلف القرارات السياسية والقوانين.
- تعد البرامج الحوارية مرآة تعكس القضايا والمشكلات المجتمعية، حيث أنها تعمل على الكشف عن السلبيات والمساهمة في وضع حلول لها،

كما أنها تساهم في توعية الجمهور بكافة أبعاد تلك القضايا والأحداث وهذا عن طريق ما تقوم به من عمليات تفسير وتوضيح لجميع الآراء المطروحة من قبل الضيوف أو الجمهور.

- تعد البرامج الحوارية صوت الشعب، حيث أن الأفراد من خلالها يعبرون عن آرائهم بحرية ويتمكنون من إيصال أصواتهم إلى المسؤولين، مما يكون له تأثير واضح على المجتمع.
- للبرامج الحوارية تأثير على المجالات السياسية والاجتماعية والسياسية بما توفره من مضامين متنوعة، وهو الأمر الذي يكون له تأثير كبير وواضح في عملية تشكيل الرأي العام والاتجاهات والأفكار وكذلك القيم.

المحور الثاني: الوعي الصحي:

الوعي الصحي هو إمام الأفراد بقدر كبير من الحقائق والمعلومات بالإضافة إلى الشعور بالمسؤولية اتجاه صحتهم وصحة من حولهم، ومن هنا يعد الوعي الصحي عملية الممارسة بشكل فعلي بسبب الفهم والإقناع، أو بمعنى آخر أن يتم تحول السلوكيات الغير صحية إلى أخرى صحية دون تفكير، والهدف من هذا الأمر هو أن تبقى المعلومات الصحية لديه ممارسات يومية وليست ثقافة فقط، كما أن مستوى الوعي الصحي تعتمد أهميته على العديد من الأسس العلمية والتي تؤدي إلى العديد من النتائج الإيجابية التي من خلالها تتمكن من التأثير على مستويات الأفراد، وتغير من عاداتهم واتجاهاتهم، وبالتالي إمكانية تنشئة جيل جديد يتمتع بدرجة عالية من الوعي الصحي وبالتالي يتمتع بصحة جيدة. (9)

تكوين الوعي الصحي

في أي مجتمع حتى يتم تكوين الوعي الصحي لدى أفراده ينبغي أن يمر بعدد من الخطوات الأساسية والتي تتمثل في الآتي: (10)

- مرحلة الإثارة: وفيها يتم دفع الأفراد من أجل الاهتمام بكافة الأمور التي تتعلق بصحتهم وهذا لأن الكثير من الأمراض البشرية يكون السبب الرئيسي فيها هي العادات الخاطئة في التغذية والتي تؤدي إلى الإصابة بالأمراض المزمنة والأخرى المعدية.
- مرحلة التقبل: وهي تلك المرحلة التي يتم فيها تراكم المعلومات والمعارف داخل عقول الأفراد ونفوسهم، ومن هنا يبدأون في تقبل تنفيذ الممارسات الصحية السليمة.
- مرحلة التنفيذ: وفي تلك المرحلة تبدأ عملية تنفيذ ما سبق تقبله من معلومات ومعارف مختلفة.

أهداف الوعي الصحي

- من أهم الأهداف التي يسعى الوعي الصحي إلى تحقيقها ما يلي: (11)
- إشراك جميع أفراد المجتمع في عملية تنمية الخدمات الصحية عن طريق الإسهامات الإيجابية الفعالة في عملية تفعيل دور المؤسسات الصحية في عملية توفير تلك الخدمات من أجل الوقاية من الأمراض.
- الارتقاء بالمستوى الصحي لدى الأفراد، وجعل عملية المحافظة على الصحة والتمتع بها هدف أساسي يسعى الجميع إلى تحقيقه عن طريق بذل جهد كبير من أجل تنمية الجوانب الثقافية الخاصة بهم والاستفادة القصوى من خبرات المتقنين في هذا المجال.
- تسهيل عملية تغيير السلوكيات الغير صحية إلى عادات وسلوكيات صحية وسلمية والعمل على تنميتها من أجل تحسين مستوى الصحة الخاص بالأفراد، وبالأخص ما يتعلق بالتغذية السليمة.

- نشر الوعي الصحي بحيث يصبح واحد من أهم الأركان الأساسية لتحقيق التنمية المجتمعية، وهو الأمر الذي يؤدي إلى تفهم الأفراد المسؤولية اتجاه الاهتمام بصحتهم وصحة الغير من أجل زيادة مشاركتهم بصورة فعالة.
- تطوير المشروعات وتنميتها داخل المجتمع من خلال تعاون الجميع سواء أفراد أو مسؤولين، حيث أن برامج التوعية الصحية لا تهدف فقط إلى أن يعيش الفرد في بيئة تتناسب مع الحياة الحديثة بل تتخطى ذلك إلى اكسابه تقدير أفضل لمختلف الخدمات الصحية المتاحة داخل المجتمع والاستفادة منها بأكبر قدر ممكن.

دور القنوات الفضائية في نشر الوعي الصحي

توفر القنوات الفضائية مجموعة من خدمات الوعي الصحي التي تتمثل في الآتي: (12)

- نشر المعلومات العامة الصحية:
- تعد عملية نشر المعلومات الصحيحة هو أهم عنصر ينبغي أن يتم الاهتمام به في حالة وضع برامج الوعي، حيث أن خلق قاعده كبيرة من المفاهيم السليمة يعتبر أساس نجاح آلية قنوات وبرامج نشر الوعي الصحي.
- غرس السلوكيات الصحية:
- من المعروف أن هناك العديد من السلوكيات الصحية التي ينبغي أن تقوم بتدريب الناس عليها، وتلك السلوكيات ترتبط بالفرد بشكل خاص، وتوضح هنا طريقة التعامل بأسلوب سليم معتمد على القواعد الصحية والتي يتمكن في أن يتعود الإنسان على عدد من الأنماط الصحية التي تساهم في جعله يتمتع بحياته، والحد من الإصابة بأي عدوى، وهو ما تم تقديمه بشكل فعلي

من قبل القنوات الفضائية عن طريق التوعية من خلال نشر جميع الإجراءات الوقائية التي أوضحتها وزارة الصحة.

• تغيير السلوكيات الغير صحية:

في العديد من المجتمعات يتم نشر عدد من السلوكيات الغير صحية، وبالأخص في فترات انتشار الأوبئة والأمراض المعدية، وهو الأمر الذي يعرض المجتمع للعديد من الأمراض الخطيرة، والتي تحرم المجتمع من العطاء الذي تقدمه تلك الفئة المريضة، فضلاً عن أن تلك الفئة تكلف الدولة الكثير من الأموال، وبالتالي فإن تقديم النصح للأفراد داخل المجتمع باتباع السلوكيات الصحية الصحيحة من خلال القنوات الفضائية تساهم في منع انتشار الأمراض.

• خلق قيادات التثقيف الصحي

يعد العنصر البشري من أهم العناصر في عملية نشر الوعي الصحي، وهو الأمر الذي تم التركيز عليه من قبل القنوات الفضائية، وهذا من أجل تحقيق الأهداف المرغوبة الوصول إليها، وهذا عن طريق تهيئة كافة مناهج التعليم بشكل خاص، وهذا حتى تتمكن من تحقيق التواصل بين مختلف القيادات المتخصصة في المهنة وبين القيادات القائمة على تعليم الأجيال صحياً. (13)

منهج الدراسة:

يعتبر منهج المسح الاعلامي هو أهم المناهج العلمية التي يتم الاعتماد عليها في وصف البحوث الإعلامية، والتي تهدف إلى جمع البيانات وتفسيرها وتوضيحها، بهدف الوصول إلى عدد من الأهداف مبنية على أسس علمية.

الدراسات السابقة:

تم تناول الدراسات السابقة في تلك الدراسة من خلال المحورين التاليين:
"المحور الأول: البرامج الحوارية التلفزيونية":

1. حسين أمير عباس 2024 بعنوان " دور البرامج الحوارية في فضائيات الأحزاب الإسلامية بترتيب أولويات الجمهور العراقي إزاء القضايا الوطنية" (14) هدف الباحث من خلال تلك الدراسة إلى الكشف عن أهم القضايا الوطنية التي يتم متابعتها من قبل الجمهور ، والتعرف على أسباب تفضيل الجمهور للبرامج الحوارية في تلك الفضائيات، فضلاً عن دراسة طبيعة الدور الذي تقوم به البرامج الحوارية في فضائيات الأحزاب الإسلامية في ترتيب أولويات الجمهور العراقي إزاء القضايا الوطنية، واستخدم الباحث المنهج المسحي الميداني، كما أنها تعتبر من الدراسات الوصفية، وطبقت الدراسة على عينة قوامها 600 مفرد. وقد توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج الهامة وهي:

- حدود متابعة البرامج الحوارية في قناة العهد وصلت 66.8% في حين أنها وصلت في قناة الفرات 65.17%.
- القنوات تعملان على تقديم العديد من المقترحات من أجل تعزيز القضايا الوطنية، ثم تقديم وجهة نظر مختلفة وتعرف بالقضايا الوطنية المطروحة.
- اتجاهات الضيوف إزاء القضايا المطروحة للنقاش تكون مؤيدة من الدرجة الأولى وفي كلا البرنامجين محل البحث من وجهة نظر المبحوثين.

2. دراسة فلاح عامر فواز ٢٠٢٣ بعنوان " العوامل المؤثرة على القائم بالاتصال في الإخبارية السعودية وعلاقتها باتجاهاته نحو القيم الإخبارية المعتمدة" (15)

هدفت الدراسة إلى التعرف على العوامل المؤثرة على القائم بالاتصال في قناة

الإخبارية السعودية ومدى علاقتها باتجاهاته نحو القيم الإخبارية التي يتم استخدامها في نقل الأخبار، وقد تم تطبيق الدراسة على عينة قوامها ٣١ مفردة من العاملين في مجالات القائم بالاتصال، وتم تطبيق أداة الاستبيان في جمع المعلومات.

وقد توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج الهامة وهي:

- أن الذين يعملون في القنوات الإخبارية في مقدمة المبحوثين بنسبة كبيرة وصلت إلى ٧٧.٤٪.
- أن ٨٧.١٪ من المبحوثين يمتلكون رضى وظيفي في العمل داخل تلك القنوات الإخبارية.
- أنه توجد علاقة عكسية بين درجة الرضى الوظيفي والقيم الإخبارية لدى القائم بالاتصال.

3. دراسة Dennis Lichtenstein et al (2019)، بعنوان: "زراعة الأزمة الأوكرانية: مقارنة بين مناظرات البرامج الحوارية في التلفزيون الروسي والألماني". (16) استهدفت تلك الدراسة التعرف على أشكال التناول الإعلامي للأزمة الأوكرانية داخل البرامج الحوارية على التلفزيون الروسي والألماني، كما تم استعمال منهج المسح، والمنهج المقارن، وقد تم تطبيق الدراسة على عينة قوامها 20 برنامج من البرامج الحوارية الشهيرة، وتم استعمال استمارة تحليل المضمون لجمع البيانات. وقد توصلت الدراسة إلى أنه:

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المعالجة الإعلامية للأزمة الأوكرانية في البرامج الحوارية في التلفزيون الروسي والألماني.

"المحور الثاني: الوعي الصحي"

1. دراسة تغريد أحمد الزهراني ٢٠٢٤ بعنوان " دور الإعلام الرقمي في رفع الوعي بالصحة النفسية في المجتمع السعودي" (17)

هدفت الدراسة إلى رصد دور الإعلام الرقمي في رفع الوعي بالصحة النفسية في المجتمع السعودي، وهذا من أجل تقييم مدى جودة التطبيقات وكذلك المنصات المتوفرة على مواقع التواصل الاجتماعي والتي تتناسب مع رؤية المملكة ٢٠٣٠، وهذا في خدمة الاستشارات الخاصة بالصحة النفسية والإدمان بسرية تامه وطريقة التفاعل مع تلك المنصات ومدى تأثيرها على مستوى الوعي لدى الأفراد بصحتهم النفسية، وتم تطبيق الدراسة على عينة قوامها ٢٠٠ مفردة.

وتوصلت تلك الدراسة إلى عدد من النتائج الهامة وهي:

- مواقع التواصل الاجتماعي تعد الوسائل الأساسية التي يستخدمها الفرد في المجتمع السعودي وهذا من أجل الحصول على معلومات تتعلق بالصحة النفسية.

- هناك حاجة ماسه إلى زيادة الوعي بالخدمات الصحية النفسية المتوفرة عبر الانترنت داخل المجتمع السعودي.

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجة استخدام الإعلام الرقمي لرفع الوعي بالصحة النفسية لدى المبحوثين تعزي إلى متغير المستوى التعليمي.

2. دراسة منار يوسف السيد ٢٠٢٤ بعنوان "تنمية الوعي الصحي باستخدام استراتيجية التعلم القائم على المشاريع في مادة الميكروبيولوجي لدى طلاب التعليم الثانوي الزراعي" (18)

هدفت الدراسة إلى تنمية الوعي الصحي من خلال المعرفة الميكروبيولوجية كجانب معرفي، وكذلك القيم الوقائية كجانب وجداني، وأيضًا مهارات الاستقصاء

العلمي كجانب مهاري لدى طلاب التعليم الثانوي الزراعي وهذا عن طريق تدريس وحدة ميكروبيولوجيا المياه وهي تبعت لاستراتيجية التعلم المبني على المشاريع، وتم تطبيق الدراسة على عينة قوامها ٥٤ طالبة تم تقسيمهم على مجموعتين وهم مجموعة تجريبية ومجموعة ضابطة، واستخدم في ذلك مقياس القيم الوقائية وكذلك اختبار المعرفة الميكروبيولوجية، وأيضًا اختبار مهارات الاستقصاء العلمي، وتم اتباع المنهج الوصفي التحليلي وكذلك المنهج التجريبي.

وتوصلت تلك الدراسة إلى عدد من النتائج الهامة وهي:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ٠.٠١ بين متوسطي درجات طلاب المجموعتين التجريبية والضابطة في القياس البعدي لاختبار المعرفة الميكروبيولوجية وهذا لصالح المجموعة التجريبية.

3. دراسة Nasri, Charihane 2023 "التوعية الصحية للعاملين في الجزائر من خلال الخطاب الإعلاني الإلكتروني خلال جائحة كورونا: دراسة ميدانية للعاملين بوزارة الأشغال العمومية والبنى التحتية المائية والأساسية"⁽¹⁹⁾ هدفت تلك الدراسة إلى محاولة التعرف على دور الخطاب الإشهاري الذي يتم طرحه على مختلف صفحات الفيس بوك في عملية نشر الوعي الصحي خلال فترة انتشار فيروس كورونا المستجد، وتم تطبيق الدراسة على عينة قوامها ٥٠ موظف يعملون في وزارة الأشغال العمومية والري وأيضًا المنشآت القاعدية كمتابعين لتلك الخطابات الإشهارية، كما أن تلك الدراسة تنتمي إلى الدراسات الوصفية التحليلية، حيث اعتمد فيها الباحث على المنهج الوصفي التحليلي، وتم استخدام أداة الاستبيان في جميع البيانات.

وتوصلت تلك الدراسة إلى عدد من النتائج الهامة وهي:

• الخطابات الإشهارية الإلكترونية من خلال موقع الفيس بوك عملت بشكل كبير على خلق الوعي الصحي لدى الموظفين العاملين في وزارة الأشغال العمومية والري وأيضًا المنشآت القاعدية بمستوى كافي لما تهدف إليه الخطابات الإلكترونية الصحية.

ومن هنا استفادت الباحثة من الدراسات السابقة في معرفة مدى اهتمام الدراسات بالبرامج الحوارية التلفزيونية وعلاقتها بالقضايا المختلفة سواء الاجتماعية أو الصحية أو الدينية، ومدى تأثير تلك البرامج على الجمهور بصفة عامة، فضلاً عن أن البرامج الحوارية لها تأثير على ثقافة الأفراد، ولكن تلك الدراسات كانت مستهدفة بشكل أكبر لفئة الشباب، والاهتمام بفئة كبار السن نادر للغاية.

خصائص وسمات مجتمع وعينة الدراسة:

تم الاعتماد على عينة متاحة من الجمهور قوامها 400 مفردة ممن يتراوح أعمارهم من ٦٠-٧٥ عام، وهي تلك الفئة العمرية التي تهتم بمتابعة البرامج الحوارية التلفزيونية بشكل كبير.

لذا اعتمدت الدراسة الميدانية في تحديد العدد الأمثل من المفردات التي يمكن أن تمثل هذا المجتمع على الصيغة الإحصائية الآتية:

$$n = \left[\frac{za\sqrt{p(1-p)}}{cp} \right]^2$$

حيث أن:

n = الحجم الأمثل للعينة

Za = قيمة مستوى الثقة ، وتأخذ درجات مختلفة، إذ تساوي 1.96 عند

مستوى الثقة ،95% وتساوي 2.575 عند مستوى ثقة %.

Cp = قيمة حد الثقة في إطار مفهوم الحصة أو النسبة ، وتتراوح بين 3% و 5% وال تزيد بأي حال من الأحوال عن 10% وترتبط بمستوى الثقة المستخدم.
 P = نسبة احتمال توافر خصائص المجتمع في العينة، وتساوي 50% أي 0.50.

وتطبق هذه الصيغة الإحصائية عند درجة الثقة 95 مكن تحديد الحجم الأمثل للعينة، وذلك كما يأتي:

$$n = \left[\frac{1.96\sqrt{0.5(1-0.5)}}{0.05} \right]^2$$
$$= 384.16n = \left[\frac{1.96(0.5)}{0.05} \right]^2$$

ومن خلال التعويض كما في الصيغة الإحصائية السابقة يتبين أن حجم العينة 384.16 أي = 400 مفردة تقريبا، وهو حجم العينة التي يمكن أن تمثل جمهور كبار السن موضع الدراسة.

وتعد عينة الدراسة من العينات العمدية إذ تم الاعتماد في سحب عينة الدراسة الميدانية على تصميم نسخة إلكترونية من استمارة استبيان الرأي باستخدام محرر المستندات الإلكترونية على موقع "جوجل" (Drive Google)، ثم نشر رابط هذه الاستمارة على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي على موقع الفيس بوك في موضوع طلب فيه الإجابة لمرة واحدة على أسئلة الاستمارة ثم الضغط على (submit) إلى الباحثة حيث يتم حفظ إجاباتهم وإرساله بشكل تلقائي.

كما تم استخدام أسلوب كرة الثلج أو المعاينة المتضاعفة (snowball) وذلك بالتعاون مع عشرة من أصدقاء والدها من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، فقد ساعدوها في إرسال رابط استمارة استبيان الرأي وطلب الإجابة عليها عن

طريق الدردشة الخاصة عبر مواقع التواصل الاجتماعي مع أصدقائهم، ومن يعرفونهم، والذين قاموا بالشيء ذاته.. وهكذا.

وجاءت خصائص العينة المرتبطة بمتغيرات الدراسة كالآتي:

جدول رقم (1) خصائص عينة الدراسة الاستطلاعية

%	ك	البيانات الشخصية	
		النوع	
50.8	203	ذكر	
49.3	197	أنثى	
100.0	400	الإجمالي	
43.0	172	من ٦٠ إلى ٦٧ عام	السن
57.0	228	من ٦٨ إلى ٧٥ عام	
100.0	400	الإجمالي	
13.5	54	يقراً ويكتب	المستوي التعليمي
34	136	حاصل على مؤهل متوسط أو ثانوية عامة	
52.5	210	حاصل على مؤهل جامعي	
100	400	الإجمالي	
65.0	260	مدينة	مكان الإقامة
35.0	140	قرية	
100.0	400	الإجمالي	
32.8	131	أقل من 5000 جنيه	الدخل الشهري
38.8	155	من 5000 إلى 7000 جنيه	
28.5	114	7000 - جنيه فأكثر	
100.0	400	الإجمالي	
49.8	199	شقة	حالة السكن للأسرة:
47.5	190	منزل	

		البيانات الشخصية	
%	ك		
2.8	11	فيلا	
100.0	400	الإجمالي	
7.5	30	إيجار قديم	ملكية السكن الذي تسكن فيه الأسرة:
12.8	51	إيجار جديد	
79.8	319	تمليك	
100.0	400	الإجمالي	
63.0	252	وسيلة مواصلات عامة	تستخدم انت واسرتك في تنقلاتكم
14.5	58	سيارة أجرة	
22.5	90	سيارة خاصة	
100.0	400	الإجمالي	
22.8	91	منخفض	المستوي الاقتصادي الاجتماعي
58.3	233	متوسط	
19.0	76	مرتفع	
100.0	400	الإجمالي	

أدوات جمع البيانات:

تحدد أدوات جمع البيانات التي اعتمدت عليها الدراسة محل البحث في استمارة الاستبيان، حيث قامت الباحثة بتصميم استمارة استبيان حرصت من خلالها على تحقيق كافة أهداف الدراسة، والإجابة عن تساؤلاتها، والتحقق من فروضها، وذلك من خلال مجموعة متنوعة من الأسئلة المفتوحة والمغلقة .

استمارة الاستبيان

اشتملت صحيفة استمارة الاستبيان على ثمانية أسئلة بهدف جمع البيانات عن المتغيرات القابلة للقياس بغرض اختبار فروض الدراسة، وبناءً على ذلك تضمنت الصحيفة أسئلة عن كثافة تعرض كبار السن في مصر على البرامج

الحوارية، ودوافع هذا التعرض، ومستوى الانتباه أثناء التعرض، ومستوى إدراك كبار السن لواقعية المضمون المقدم من خلال البرامج الحوارية، ومستوى الوعي الصحي لدى كبار السن، فضلاً عن الأسئلة الخاصة بالمتغيرات الديموغرافية لأفراد العينة من كبار السن.

اختبارات الصدق والثبات:

تم تطبيق اجراءات الصدق على استمارة الاستبيان، وفي هذا الإطار تم عرضها قبل تطبيقها على مجموعة من المحكمين⁽²⁰⁾، وتم إجراء التعديلات المطلوبة على صحيفة استبيان الرأي بناء على آرائهم وتوجيهاتهم بحيث أصبحت تقيس بالفعل ما صممت لقياسه، وتم التأكد من ثبات الصحيفة عن طريق إجراء معامل ثبات ألفا لمحاور صحيفة الاستبيان والصحيفة كاملة كما يأتي:

جدول رقم (2)

قيم معاملات ثبات "ألفا" لمحاور صحيفة الاستبيان والدرجة الكلية لها

معامل ألفا (معامل الثبات)	عدد العبارات	المحور
0.795	8	المقياس العام حول الاعتماد
0.830	8	المقياس العام حول المصادقية
0.877	10	المقياس العام حول الدوافع
0.834	5	المقياس العام حول الدوافع النفعية
0.812	5	المقياس العام حول الدوافع الطقوسية
0.831	10	المقياس العام حول الانتباه
0.726	10	المقياس العام حول الوعي الصحي
0.815	56	صحيفة الاستبيان كاملة
%90.2	-	الصدق الذاتي

الأساليب الإحصائية المستخدمة في تحليل البيانات

تم إجراء التحليل الإحصائي لبيانات هذه الدراسة باستخدام البرنامج الإحصائي SPSS لاستخراج المعاملات وإجراء الاختبارات الإحصائية الآتية:

- التكرارات والنسب المئوية.
- المتوسط الحسابي (Means) والانحراف المعياري (Division Standard).
- معامل ارتباط بيرسون (Coefficient Correlation Person)
لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين من مستوى المسافة أو النسبة (Ratio or Interval).
- تحليل التباين ذو البعد الواحد (Variance of Analysis Way One) المعروف اختصاراً ب ANOVA لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لأكثر من مجموعتين من المبحوثين في أحد المتغيرات من نوع المسافة أو النسبة (Ratio or Interval).
- معامل الارتباط الجزئي (Correlation Partial) لدراسة العلاقة بين متغيرين باستبعاد تأثير متغير آخر من متغيرات البحث.

نتائج الدراسة

تضمن نتائج الدراسة الميدانية الإجابة على تساؤلات الدراسة كالاتي:

أولا الإجابة على تساؤلات الدراسة:

أشارت إجابات كبار السن عينة الدراسة ممن يتعرضون للبرامج الحوارية التلفزيونية على استمارة الاستبيان واستجاباتهم لبنود المقاييس التي تضمنتها هذه الصحيفة لتجيب على تساؤلات الدراسة على النحو الآتي:

1- كثافة تعرض كبار السن في مصر للبرامج الحوارية التلفزيونية كمصدر

للمعلومات:

أ- عدد أيام الاستخدام خلال الأسبوع:

تؤكد النتائج فيما يتعلق بعدد أيام تعرض كبار السن في مصر للبرامج الحوارية التلفزيونية خلال الأسبوع الواحد أن النسبة الأكبر من إجمالي مفردات العينة جاءت ممن يتعرضون للبرامج الحوارية التلفزيونية خلال بعض أيام الأسبوع بنسبة حوالي ٥٧٪، وأنت نسبة من يتعرضون للبرامج الحوارية التلفزيونية يومياً ١٥.٨٪ وهذا يدل على أن الغالبية من عينة الدراسة يتعرضون للبرامج الحوارية التلفزيونية بعض أيام الأسبوع وليست بصورة يومية كما هو موضح في الجدول الآتي:

جدول رقم (٣)

عدد أيام تعرض كبار السن للبرامج الحوارية خلال الأسبوع الواحد

عدد أيام التعرض	ك	%
يوم واحد	109	27.3
بعض أيام الأسبوع	228	57.0
يومياً	63	15.8
الإجمالي	400	100.0

ب- عدد ساعات الاستخدام خلال اليوم

تشير نتائج الدراسة إلى أن النسبة الأكبر من كبار السن ممن يتعرضون للبرامج الحوارية التلفزيونية أقل من ثلاث ساعات في اليوم الواحد بنسبة ٥١٪، وجاءت نسبة من يتعرضون للبرامج الحوارية التلفزيونية من ساعة إلى ثلاث ساعات في اليوم الواحد بنسبة ٤١,٥٪، في حين أنه جاءت في المرتبة الأخيرة

من يتعرضون للبرامج الحوارية التلفزيونية أقل من ساعة في اليوم بنسبة ٧,٥% كما هو موضح في الجدول الآتي:

جدول رقم (٤)

عدد ساعات تعرض كبار السن للبرامج الحوارية خلال اليوم الواحد

عدد ساعات التعرض	ك	%
أقل من ساعة	204	51.0
من ساعة إلى ثلاث ساعات	166	41.5
أكثر من ثلاث ساعات	30	7.5
الإجمالي	400	100.0

ج- عدد مرات الاستخدام خلال اليوم:

تشير نتائج الدراسة إلى أن النسبة الأكبر من كبار السن عينة الدراسة جاءت ممن يتعرضون للبرامج الحوارية التلفزيونية مرة واحدة خلال اليوم الواحد بنسبة ٥١,٣%، وجاءت في المرتبة الثانية ممن يتعرضون للبرامج الحوارية مرتان خلال اليوم الواحد بنسبة ٢٩,٥%، وجاءت في المرتبة الثالثة ممن يتعرضون للبرامج الحوارية ثلاث مرات بنسبة ١٠%، وجاءت في المرتبة الأخيرة ممن يتعرضون للبرامج الحوارية أكثر من ثلاث مرات بنسبة ٩,٣% كما هو موضح في الجدول الآتي:

جدول رقم (٥)

عدد مرات تعرض كبار السن للبرامج الحوارية التلفزيونية في اليوم الواحد

عدد مرات التعرض	ك	%
مرة واحدة	205	51.3
مرتان	118	29.5
ثلاث مرات	40	10.0
أكثر من ثلاث مرات.	37	9.3
الإجمالي	400	100.0

د- كثافة استخدام الشباب المصري لمواقع التواصل الاجتماعي:

فيما يخص تعرض كبار السن للبرامج الحوارية التلفزيونية، تشير نتائج استجابات المبحوثين على أسئلة المقياس التجميعي الخاص بكثافة استخدام الشباب المصري لمواقع التواصل الاجتماعي إلى أن متوسط تعرض كبار السن في مصر للبرامج الحوارية التلفزيونية جاء بنسبة ٤٨,٣% ومرتفع كثافة التعرض جاء بنسبة ١٢,٥% ومنخفض كثافة التعرض جاء بنسبة ٣٩,٣%، أي أن غالبية الاستخدام جاءت متوسطة، كما هو موضح في الجدول الآتي:

جدول رقم (٦)

كثافة تعرض كبار السن في مصر لبرامج الحوارية

مجمّل مقياس كثافة التعرض	ك	%
منخفض	157	39.3
متوسط	193	48.3
مرتفع	50	12.5
الإجمالي	400	100.0

2- نوع المضامين المقدمة في البرامج الحوارية التلفزيونية

تشير نتائج الدراسة فيما يخص نوعية المضامين المقدمة في البرامج الحوارية التلفزيونية أن المضامين الدينية في مقدمة نوعيات البرامج التي يتم متابعتها من قبل كبار السن عينة الدراسة بنسبة ٤٥٪ تليها المضامين الصحية بنسبة ٤١,٣٪ ثم تليها البرامج الاجتماعية بنسبة ٣٨,٣٪ ثم تليها البرامج الرياضية بنسبة ٣٨٪ ثم البرامج السياسية بنسبة ٢٤,٣٪ وأخيراً البرامج الاقتصادية بنسبة ١٤,٣٪ كما هو موضح بالجدول التالي:

جدول رقم (٧)

نوعية المضامين التي تفضل متابعتها على البرامج الحوارية التلفزيونية

نوعية المضامين	ك	%
دينية.	180	45.0
صحية.	165	41.3
اجتماعية.	153	38.3
رياضية.	152	38.0
سياسية.	97	24.3
اقتصادية.	57	14.3
جملة من سنلوا (ن)	400	

3- دوافع تعرض كبار السن في مصر للبرامج الحوارية التلفزيونية

تشير نتائج الدراسة إلى أن دوافع تعرض كبار السن في مصر للبرامج الحوارية بشكل عام جاءت مرتفعة بنسبة ٤٨٪ من أفراد العينة، وجاءت متوسطة بنسبة ٤٤,٥٪ من أفراد العينة، وجاءت منخفضة بنسبة ٧,٥٪ من أفراد العينة كما هو موضح في الجدول الآتي:

جدول رقم (٨)

دوافع تعرض كبار السن في مصر للبرامج الحوارية التلفزيونية

7.5	30	منخفض	مجمل الدوافع
44.5	178	متوسط	
48.0	192	مرتفع	
100.0	400	الإجمالي	

تشير النتائج أن الدوافع النفعية جاءت مرتفعة بنسبة ٥٦,٥% من أفراد العينة، بينما جاءت متوسطة بنسبة ٣٤,٥% من أفراد العينة، في حين أنها جاءت منخفضة بنسبة ٩% من كبار السن عينة الدراسة كما هو موضح في الجدول الآتي:

جدول رقم (٩)

الدوافع النفعية لتعرض كبار السن في مصر للبرامج الحوارية التلفزيونية

9.0	36	منخفض	الدوافع النفعية
34.5	138	متوسط	
56.5	226	مرتفع	
100.0	400	الإجمالي	

أما الدوافع الطقوسية فجاءت مرتفعة بنسبة ٤٥,٣% من أفراد العينة، وجاءت متوسطة بنسبة ٤٣,٨% من أفراد العينة، وجاءت منخفضة بنسبة ١١% من كبار السن عينة الدراسة كما هو موضح في الجدول الآتي:

جدول رقم (10)

الدوافع الطقوسية لتعرض كبار السن في مصر للبرامج الحوارية التلفزيونية

11.0	44	منخفض	الدوافع الطقوسية
43.8	175	متوسط	
45.3	181	مرتفع	
100.0	400	الإجمالي	

مما سبق يتضح لنا أن نسبة كبيرة من كبار السن عينة الدراسة لديهم دوافع طقوسية ونفعية للتعرض للبرامج الحوارية التلفزيونية، كما أن النسبة الأكبر من أفراد العينة لديهم دوافع نفعية مرتفعة بنسبة ٥٦,٥% ودوافع طقوسية قوية بمعدل ٤٥,٣% وهذا يدل على ارتفاع دوافع كبار السن في مصر للتعرض للبرامج الحوارية التلفزيونية.

4- مستوى انتباه كبار السن في مصر للبرامج الحوارية التلفزيونية

تشير نتائج الدراسة إلى أن مستوى انتباه كبار السن في مصر للبرامج الحوارية التلفزيونية جاء متوسط بنسبة ٨٤,٣% لدى أفراد العينة، بينما جاء مستوى الانتباه منخفض بنسبة ١٠,٨% من أفراد العينة، وقد جاء مستوى الانتباه مرتفع بنسبة ٥% من أفراد العينة كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول رقم (11)

مستوى الانتباه أثناء تعرض كبار السن في مصر للبرامج الحوارية التلفزيونية

معدل مقياس الانتباه	ك	%
منخفض	43	10.8
متوسط	337	84.3
مرتفع	20	5.0
الإجمالي	400	100.0

5- مستوى اعتماد كبار السن في مصر على البرامج الحوارية التلفزيونية

كمصدر للمعلومات

تشير نتائج الدراسة إلى أن مستوى اعتماد كبار السن في مصر على البرامج الحوارية التلفزيونية كمصدر للمعلومات جاء متوسط بنسبة 50.8% لدى أفراد

العينة، بينما جاء مستوى الاعتماد مرتفع بنسبة 39% من أفراد العينة، وقد جاء منخفض بنسبة 10.3% من أفراد العينة كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول رقم (12)

مستوى اعتماد كبار السن في مصر على البرامج الحوارية التلفزيونية

كمصدر للمعلومات

مجمّل مقياس الاعتماد	ك	%
منخفض	41	10.3
متوسط	203	50.8
مرتفع	156	39.0
الإجمالي	400	100.0

6- مستوى مصداقية البرامج الحوارية التلفزيونية

تشير نتائج الدراسة إلى أن مستوى مصداقية البرامج الحوارية التلفزيونية جاء متوسط بنسبة 74.5% لدى أفراد العينة، بينما جاء مستوى المصداقية مرتفع بنسبة 19.8% لدى أفراد العينة، ثم جاء منخفض بنسبة 5.8% لدى أفراد العينة كما هو موضح في الجدول الآتي:

جدول رقم (13)

مستوى مصداقية البرامج الحوارية التلفزيونية

مجمّل مقياس المصداقية	ك	%
منخفض	23	5.8
متوسط	298	74.5
مرتفع	79	19.8
الإجمالي	400	100.0

7- مستوى الوعي الصحي

تشير نتائج الدراسة إلى أن مستوى الوعي الصحي لدى كبار السن جاء متوسط بنسبة 59.5% لدى أفراد العينة، بينما جاء مستوى الوعي الصحي مرتفع بنسبة 39.3% لدى أفراد العينة، ثم جاء منخفض بنسبة 1.3% لدى أفراد العينة كما هو موضح في الجدول الآتي:

جدول رقم (١٤)

مستوى الوعي الصحي

مجمّل مقياس الوعي الصحي	ك	%
منخفض	5	1.3
متوسط	238	59.5
مرتفع	157	39.3
الإجمالي	400	100.0

مناقشة نتائج الدراسة

يمكن إيجاز نتائج الإجابة على تساؤلات الدراسة كما يأتي:

- تشير نتائج الدراسة الميدانية إلى أن كثافة تعرض كبار السن في مصر للبرامج الحوارية التلفزيونية جاءت متوسطة لدى غالبية مفردات العينة وتشير هذه النتيجة إلى أن معظم كبار السن الذين شملتهم الدراسة لا يشاهدون البرامج الحوارية التلفزيونية بشكل مكثّف أو نادر، بل بمستوى متوسط، وهذا قد يعكس أن هذه الفئة العمرية لا تعتمد بالكامل على البرامج الحوارية كمصدر رئيسي للمعلومات، بل توازن بينها وبين مصادر أخرى كالتواصل الاجتماعي أو الخبرات الشخصية.

- جاءت الدوافع بوجه عام مرتفع القوة ثم متوسطة لدى النسبة الأكبر من كبار السن وجاءت نسبة كبيرة ممن لديهم دوافع معرفية وطقوسية قوية للتعرض للبرامج الحوارية التلفزيونية وتشير هذه النتائج إلى أن غالبية كبار السن المشاركين في الدراسة لديهم دوافع قوية إلى متوسطة لمشاهدة البرامج الحوارية التلفزيونية، وهذا يعكس اهتمامهم بهذه البرامج، ولكن بدرجات متفاوتة.
- انتهت الدراسة الميدانية فيما يتعلق بنوعية المضامين التي يتم تفضيل متابعتها على البرامج الحوارية التلفزيونية من قبل أفراد العينة هي الدينية ثم الصحية ثم الاجتماعية و تشير هذه النتيجة إلى أن كبار السن في مصر يفضلون متابعة المضامين الدينية أولاً، ثم الصحية، ثم الاجتماعية في البرامج الحوارية التلفزيونية، وتفضيل المضامين الدينية والصحية يشير إلى أهمية البرامج التي تركز على الإرشاد والتوعية أكثر من المناقشات السياسية أو الترفيهية.
- خلصت نتائج الدراسة الميدانية إلى أن مستوى انتباه كبار السن في مصر خلال التعرض للبرامج الحوارية التلفزيونية جاء متوسط القوة لدى غالبية أفراد العينة وهي تتفق مع ما أشارت إليه نتائج الدراسة الميدانية من قوة الدوافع النفعية إذا ما قورنت بالدوافع الطقوسية لهم، وتشير هذه النتيجة إلى أن مستوى انتباه كبار السن أثناء مشاهدة البرامج الحوارية التلفزيونية هو متوسط في الغالب، مما يعني أنهم لا يكونون في حالة تركيز عالٍ دائماً عند المشاهدة، ولكنهم أيضاً لا يتعاملون مع هذه البرامج بشكل سطحي تماماً.

- أشارت نتائج الدراسة فيما يتعلق بمستوى الوعي الصحي لدى كبار السن أنه جاء متوسط لدى الغالبية العظمى من أفراد العينة وتتفق تلك النتيجة مع ما خلصت إليه الدراسة الميدانية من أن الدوافع لدى الغالبية العظمى من كبار السن جاءت مرتفعة القوة، تشير هذه النتيجة إلى أن مستوى الوعي الصحي لدى غالبية كبار السن في العينة جاء متوسطاً، رغم أن دوافعهم لمتابعة البرامج الحوارية كانت مرتفعة، كما أن البرامج الحوارية لها تأثير نسبي على الوعي الصحي لكبار السن، لكنها ليست المصدر الأساسي لمعرفة المعلومات الصحية.
- أشارت نتائج الدراسة فيما يتعلق بمستوى اعتماد كبار السن في مصر على البرامج الحوارية كمصدر للمعلومات أنه جاء متوسط القوة لدى غالبية أفراد العينة وتشير هذه النتيجة إلى أن معظم كبار السن في مصر يعتمدون على البرامج الحوارية التلفزيونية كمصدر للمعلومات بدرجة متوسطة، أي أنهم يشاهدون هذه البرامج ويستفيدون منها إلى حد معين، ولكنها ليست مصدرهم الأساسي أو الوحيد للمعلومات.
- أشارت نتائج الدراسة فيما يتعلق بمستوى مصداقية البرامج الحوارية التلفزيونية أنه جاء متوسط القوة لدى الغالبية العظمى من أفراد العينة وهو ما يتفق مع ما خلصت إليه نتائج الدراسة الميدانية من أن مستوى الاعتماد جاء متوسط القوة لدى النسبة الأكبر من كبار السن عينة الدراسة، تشير هذه النتائج إلى أن كبار السن في مصر يرون أن مصداقية البرامج الحوارية التلفزيونية متوسطة، وهو ما يتماشى مع مستوى اعتمادهم المتوسط على هذه البرامج كمصدر للمعلومات، ويمكن تفسير ذلك على أنه عندما تكون المصداقية متوسطة، فمن الطبيعي أن يكون مستوى

الاعتماد متوسطاً أيضاً، لأن الأشخاص يميلون إلى الاعتماد على مصادر المعلومات التي يتقنون بها بدرجة عالية، بينما يقل اعتمادهم على المصادر التي يرونها أقل مصداقية.

ومن هنا توصي الدراسة القائمين بالاتصال ومؤسسات الدولة:

- تحسين محتوى البرامج الحوارية بحيث تحتوي على معلومات صحية دقيقة وموثوقة، مدعومة بمصادر علمية.
- زيادة التفاعل مع كبار السن خلال البرامج من خلال إتاحة الفرصة لهم لطرح الأسئلة والاستفسارات.
- تعزيز المصداقية من خلال استضافة خبراء في المجال الطبي بدلاً من الاعتماد على المعلومات العامة.

هوامش الدراسة

- (1) إكرام قندوزي؛ وآمال كروم (2019)، بعنوان: "أثر البرامج الحوارية في الفضائيات الجزائرية الخاصة على الوعي السياسي للطلبة الجامعيين"، قسم الإعلام والاتصال، جامعة محمد الصديق بن يحيى، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جبيل، الجزائر.
- (2) اثيلة أحمد الأمين محمد (2015)، بعنوان: "دور الإعلام المرئي في نشر الوعي الصحي: دراسة حالة برامج صحتك وصحة وعافية"، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، مجلد رقم ١٦، العدد ٥، الصفحات ١-١٩.
- (3) العبيدي دحام (2015)، بعنوان: "دور البرامج الحوارية في تشكيل الوعي السياسي لدى طلبة جامعة ديالي"، مجلة الباحث العلمي، ص 62-91.
- (4) حسين بن عبد القادر (2021)، بعنوان: "أثر الوعي الصحي على تنمية الكفاءة الذاتية: دراسة حالة لحجاج بيت الله الحرام بمكة المكرمة"، مجلة جامعة الملك عبد العزيز، الاقتصاد والإدارة، المجلد رقم ٣٥، العدد ٢، الصفحات ٧١-٨٥.
- (5) ياسمين سعيد محمد 2015 " استخدامات الصفوة المصرية للبرامج الحوارية التلفزيونية والتأثيرات الناجمة عن التعرض لها" المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، جامعة القاهرة، العدد الرابع، ص ٢٧٠.
- (6) محمد على عمارة 2016 " علاقة تعرض الشباب الجامعي للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية باتجاهاتهم نحو التنظيمات الإرهابية" المجلة المصرية لبحوث الإعلام، جامعة القاهرة، العدد السابع والخمسون، ص ٥٣٣-534.
- (7) فايزة طه عبد الحميد 2013 البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية العربية وعلاقتها بمستوى معرفة المراهقين بالأحداث الجارية، المكتب العربي للمعارف، الطبعة الأولى، أكتوبر، ص ٤١.
- (8) هبه عيسى خطاطبة، 2020 ، دور البرامج الحوارية التلفزيونية في تعزيز حرية الرأي والتعبير " في فك الممنوع" على قناة فرانس ٢٤ أنموذجاً، رسالة ماجستير في الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، كلية الإعلام ، قسم الصحافة والإعلام ، ص ٣٠، ٢٩.

- (9) نواف ناهس سنهات الحربي 2023 " دور معلمي العلوم في تنمية الوعي الصحي لدى تلاميذ المرحلة الابتدائية بالمملكة" مجلة جامعة الأميرة نورة بنت عبد الرحمن للعلوم التربوية والنفسية، العدد الأول، يونيو ص ٧٥.
- (10) ليلي مراد محمد احمد 2023 " المدخل الوقائي وتنمية الوعي الصحي بالسلوكيات الخاطئة" مجلة بحوث في الخدمة الاجتماعية التنموية، جامعة بني سويف، كلية الخدمة الاجتماعية التنموية، المجلد الرابع، العدد الثاني، ص ٩٦.
- (11) شاهنדה محمود محمود بدير 2021 " مستوى الوعي الصحي عن الأمراض الوبائية في ضوء وباء فيروس كورونا المستجد كوفيد-١٩ لدى تلاميذ مرحلة التعليم الأساسي (الابتدائي- الإعدادي) في بعض المحافظات المصرية" المجلة التربوية، جامعة سوهاج، كلية التربية، العدد ٩٠، الجزء الثاني، ص ٨١٢، ٨١١.
- (12) ولاء فايز محمد السريتي 2020 " دور الحملات الإعلامية بقنوات للأطفال في نشر الوعي الصحي عن فيروس كورونا وتأثيراتها على طلاب المرحلة الإعدادية" مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، العدد الرابع والخمسون، الجزء الرابع، يوليو، ص ٢٦٧٩-٢٦٨٠.
- (13) عبد الرحمن عبد الله العوضي 1997 " التنقيف الصحي أداة تعزيز الصحة" مجلة تعريب الطب، المركز العربي للوثائق والمطبوعات، العدد الثالث، ص ٧٠.
- (14) حسين أمير عباس 2024 " دور البرامج الحوارية في فضائيات الأحزاب الإسلامية بترتيب أولويات الجمهور العراقي إزاء القضايا الوطنية" مجلة ميسان للدراسات الأكاديمية، جامعة ميسان، المجلد ٢٣، العدد ٥٠.
- (15) فلاح عامر فواز 2023 " العوامل المؤثرة على القائم بالاتصال في الإخبارية السعودية وعلاقتها باتجاهاته نحو القيم الإخبارية المعتمدة" المجلة الدولية للإعلام والاتصال الجماهيري، الجامعة الخليجية، المجلد ٥، العدد ٢.
- (16) Dennis Lichtenstien, Katharina Esau, Lena Pavlova, Dmitry Osipov, Nikita Argylov 2019 "Farming the Ukraine crisis: A comparison between talk show debates in Russian and German television", Journal of the International Communicate Gazette Vo .81, Issue.1 .

(17) تغريد أحمد الزهراني 2024 " دور الإعلام الرقمي في رفع الوعي بالصحة النفسية في المجتمع السعودي" مجلة الفنون والأدب وعلوم الإنسانيات والاجتماع، كلية الامارات للعلوم التربوية، العدد ٩٩، يناير.

(18) منار يوسف السيد 2024 " تنمية الوعي الصحي باستخدام استراتيجية التعلم القائم على المشاريع في مادة الميكروبيولوجي لدى طلاب التعليم الثانوي الزراعي" مجلة كلية التربية، جامعة طنطا، المجلد ٩٠، العدد ١، يناير.

(19) Nasri,Charihane 2023 " Health awareness of Employees in Algeria through Electronic Advertising Discourse during the Corona Pandemic: A Field Study of Employees at Ministry of public Works, Hydraulic and Basic Infrastructures" Al-Resala journal for Humanitarian Studies and Research. Vol8, Issue2.

(20) د. ماجدة أحمد جنيد : أستاذ مساعد، ورئيس قسم الإذاعة والتلفزيون بجامعة الأهرام الكندية.

١.د. محمد معوض: العميد السابق لكلية الإعلام جامعة النهضة ومعهد الجزيرة العالي للإعلام والأستاذ بقسم الإعلام بكلية الدراسات العليا جامعة عين شمس.

د. حازم أنور محمد البناء، استاذ الإذاعة والتلفزيون كلية التربية النوعية جامعة المنصورة، ووكيل كلية الإعلام و فنون الاتصال جامعة فاروس بالإسكندرية.

١.د. محمود عبدالعاطي مسلم أستاذ ورئيس قسم الإذاعة والتلفزيون الأسبق بكلية الإعلام جامعة الأزهر.

أ.د. إيمان عز الدين دواي: استاذ الإذاعة والتلفزيون بكلية التربية النوعية جامعة المنصورة.

د. أماني عمر (أستاذ الإذاعة والتلفزيون ووكيل كلية الإعلام لشئون الدراسات العليا والبحوث) جامعة مصر.

د. وفاء علي (أستاذ مشارك ورئيس قسم الإذاعة والتلفزيون) جامعة مصر.

د. رجاء الغمراوي (استاذ الإعلام المساعد بكلية الإعلام وفنون الاتصال) جامعة فاروس.

د. غادة حسام (أستاذ مشارك في قسم الإذاعة والتلفزيون) جامعة مصر

أ.د. وليد فتح الله بركات: أستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون كلية الإعلام جامعة القاهرة.