
المحددات المعرفية والنفسية والإجتماعية للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية المصرية الحكومية والخاصة

إعداد

داليا حامد محمد أحمد المهجرسى

المعيدة بقسم العلوم التربوية والنفسية

كلية التربية النوعية - جامعة المنصورة

تحت إشراف

د/ يوسف جلال يوسف

أستاذ علم النفس التربوى

كلية التربية - جامعة المنصورة

أ.د/ فتحى مصطفى الزيات

أستاذ علم النفس المعرفى وصعوبات التعلم

كلية التربية - جامعة المنصورة

د/ حازم أنور البنا

أستاذ الإذاعة والتلفزيون المساعد

كلية التربية النوعية - جامعة المنصورة

مجلة بحوث التربية النوعية - جامعة المنصورة

عدد (٥٠) - إبريل ٢٠١٨

المحددات المعرفية والنفسية والاجتماعية للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية المصرية الحكومية والخاصة

إعداد

أ.د/فتح مصطفى الزيات *

د/يوسف جلال يوسف **

د/حازم أنور البنا ***

داليا حامد محمد أحمد الهجرسي ****

الملخص

استهدف البحث الحالي التعرف على رؤية الخبراء والأكاديميين نحو المحددات المعرفية والنفسية والاجتماعية التي يجب أن تحكم البرامج الحوارية المقدمة بالقنوات الفضائية المصرية الحكومية والخاصة، وقد تم إستطلاع رأي (25) خمسة وعشرون من الخبراء والأكاديميين، أمكن من خلالها تحديد الأسس والمعايير التي يجب أن تحكم المقدم والمعد والضيوف في البرامج الحوارية وذلك عن طريق المقابلة الشخصية بالخبراء والأكاديميين أصحاب الخبرة والصلة من كليات التربية والإعلام ومن المهنيين بالقطاعات الإعلامية والتعليمية.

كما تم تحديد مضمون القضايا التربوية موضوع التحليل عن طريق إستطلاع آراء أطراف العملية التعليمية من (الطلاب ، المعلمين ، أولياء الأمور ، الموجهين ، مديري المدارس) عن أهم القضايا التعليمية التي يرغبون تقديمها بإهتمام في البرامج الحوارية التي تقدمتها القنوات الفضائية الحكومية والخاصة وذلك لتطبيق إستمارة المحددات عليها .

وقد تم إختيار برنامجي "من ماسبيرو" على القناة الاولى "ويحدث في مصر" على قناة Mbc مصر للخضوع للتحليل بعد استطلاع رأي أطراف العملية التعليمية عن أكثر البرامج الحوارية التي يفضلون مشاهدتها في القنوات الحكومية والخاصة.

وقد جاء في مقدمة المحددات المعرفية التي اتفق عليها الخبراء في ضرورة إعداد القضايا التي يتم تناولها بحيث تتسم بالحدثة والحاليه وتُدعم بالأدلة والشواهد والإبتعاد عن تكرار المضمون وتحقيق التوازن في عرض الموضوعات المطروحة للنقاش واختيار الضيوف من الخبراء والمتخصصين ، وجاء في مقدمة المحددات النفسية عرض موضوعات إيجابية تدعم التفاؤل والأمل في المستقبل وعدم الإقتصار على عرض الجوانب السلبية فقط وتقديم مضمون يتفق مع رغبات وإحتياجات المشاهدين

* أستاذ علم النفس المعرفي وصعوبات التعلم - كلية التربية - جامعة المنصورة

** أستاذ علم النفس التربوي - كلية التربية - جامعة المنصورة

*** أستاذ الإذاعة والتلفزيون المساعد كلية التربية النوعية - جامعة المنصورة

**** المعيدة بقسم العلوم التربوية والنفسية كلية التربية النوعية - جامعة المنصورة

وإتاحة الفرصة للجمهور للتعبير عن وجهة نظرهم بحرية ، بينما جاء في مقدمة المحددات الاجتماعية تحديد أولويات القضايا المجتمعية التي تطرح للمناقشة والحوار وتقديم مضمون داعمًا للدفاع عن المصالح العامة للمجتمع وتحقيق التوازن بين حرية الإعلام ومصصلحة المجتمع.

وقد أظهرت النتائج المتعمقة باستخدام الإختبارات الإحصائية عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين القنوات الحكومية والخاصة في مستوى الإلتزام بالمحددات المعرفية حيث تفوق المعد والمقدم في البرامج الحوارية التي تقدمها القنوات الفضائية الخاصة في مستوى الإلتزام بالمحددات المعرفية وهذا يدل على أن البرامج الحوارية في القنوات الخاصة تحرص على تطبيق المبادئ الأخلاقية والمهنية في الإعداد والتقديم للمضمون الذي يتم تناوله ومناقشته في البرامج ، كما أثبتت الدراسة وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين القنوات الحكومية والخاصة في مستوى الإلتزام بالمحددات النفسية والاجتماعية حيث تفوق المقدم في البرامج الحوارية التي تقدمها القنوات الفضائية الحكومية والخاصة في مستوى الإلتزام بالمحددات النفسية والاجتماعية ما يدل على أن البرامج الحوارية التي تقدمها القنوات الفضائية الحكومية والخاصة لديهم القدر الكافي من الإلتزام بالأسس والمعايير التي يجب تقديمها للمجتمع كما توصلت الدراسة إلى تفوق الضيوف في البرامج الحوارية التي تقدمها القنوات الفضائية الحكومية عن البرامج الحوارية التي تقدمها القنوات الفضائية الخاصة ما يدل على مراعاة ضيوف البرامج الحوارية في القنوات الحكومية الإلتزام بالمحددات الاجتماعية في مناقشة وتناول القضايا التي يتم عرضها ، في حين أنه لم يختلف المعد في المحددات النفسية والاجتماعية ما بين البرامج الحوارية في القنوات الحكومية والخاصة ، وأيضا لم يختلف الضيوف في المحددات المعرفية والنفسية بين البرامج الحوارية في القنوات الحكومية والخاصة.

مقدمة :

يعد الإعلام العنصر الأكثر تأثيراً في حياة المجتمعات ونظراً لأن عقل الإنسان لا يستطيع أن يدرك العالم المحيط به بمجرد النظر إليه فقط فهو يعتمد على وسائل تعينه على ذلك فهو من يقوم بالترويج للثقافة والفكر بل ويمتد دوره في كثير من دول العالم إلى إنتاج الثقافة عن طريق التفاعل والتأثير المتبادل بين الناس ففى الآونة الأخيرة إكتسبت وسائل الإعلام أبعاد مختلفة وجديدة مما زاد من قوة تأثيرها على الأفراد فهو يسهم بشكل فعال في تشكيل الوعي الإجتماعى للأفراد بل وتكمن خطورة هذه الوسائل فى كونها المسؤل الأبرز عن بناء وتشكيل صورة العالم فى أذهان المشاهدين . إيدى & سنيديو (Edy, J. A., & Snidow, S. M., 2011)

ويعد من أبرز ما يقدمه التليفزيون من برامج يدعم تلك الرؤية فتوضح (ياسمين سعيد، ٢٠١٥، ٦٨) أنه وعلى الرغم من تعدد البرامج وخاصة أنواع البرامج الحوارية إلا أنه في السنوات الأخيرة وخاصة بعد مايسمي "بثورات الربيع العربي" أصبحت حوارات الرأي أو برامج الرأي التليفزيونية أو ما يطلق عليها برامج الأحداث الجارية هي الأهم والأكثر إنتشاراً من بين أنواع

البرامج الحوارية علي مستوي القنوات العربية عامة والمصرية خاصة الحكومية منها والخاصة علي حد سواء.

والدليل على ذلك أصبح لكل قناة برنامجاً حوارياً خاصاً بها وربما أكثر من برنامج متحدثاً عنها وبإسمها وناقلاً ومنفذاً لسياستها وترصد له كافة الامكانيات التي تجعله يحظى بنسب مشاهده مرتفعه، ويرجع ذلك الى أن برامج الرأي الآن تدر عائداً اقتصادياً ضخماً فقد يقوم بمفردة بتغطية ميزانية قناة بأكملها .

وعلى الرغم من ذلك التواجد لتلك البرامج فإنه يئن الواقع المهني من الإلتزام بالأخلاقيات والمعايير التي ينبغى تقديمها فى تلك البرامج على الرغم من كثرة المواثيق التي تزخر بها المكتبة الإعلامية إلا أنه هناك تغافل وعدم إلتزام من قبل القائمين على البرامج الحوارية من الإلتزام بها .

وانطلاقاً مما تقدم ونظراً للتأثيرات التي يحدثها الإعتماد على وسائل الاعلام فى الجوانب المعرفية والوجدانية والسلوكية ، رأت الباحثة ضرورة تحديد ما هى العوامل والمعايير التي يجب أن تحكم تقديم المضمون المقدم فى وسائل الاعلام وخاصة بالنسبة للبرامج الحوارية المقدمة فى الفضائيات المصرية الحكومية منها والخاصة من الناحية المعرفية والنفسية والاجتماعية وسوف تقوم الباحثة بتناول تلك العوامل والمحددات فى ضوء نظرية المسؤولية الاجتماعية .

مشكلة الدراسة :-

فى ضوء خلو المكتبة الإعلامية والتربوية من المعرفة الأكاديمية المتخصصة والواضحة حول المعايير والأسس (المعرفية والنفسية والاجتماعية) التي يجب أن تحكم طبيعة عمل البرامج الحوارية فى القنوات الفضائية الحكومية والخاصة ، وفى ضوء قصر الإهتمام فى ذلك على مواثيق الشرف الإعلامية التي ينظر إليها الإعلاميون على أنها بمثابة المحددات والأطر التي تحكم طبيعة عملهم .

بالرغم ما تزخر به المكتبة الإعلامية من مواثيق للشرف الإعلامية متعددة وكافية ووافية إلا أنه يتم اختراق هذه المواثيق ولا يتم معاقبة المسؤل عنها بعقوبات رادعة ، وقد لاحظت الباحثة أن الواقع المهني يئن من عدم إلتزام واضح من قبل القائمين على التخطيط والتنفيذ لهذه البرامج بوجود رؤية معرفية ونفسية واجتماعية يلتزمون بها ولهذا إستشعرت الباحثة الحاجة إلى التوصل إلى معايير معرفية ونفسية واجتماعية واضحة ومحددة يؤدي الإلتزام بها إلى حماية أمن المواطن والمجتمع والدولة من الحروب المعلوماتية ولهذا إرتأت الباحثة ضرورة استطلاع رأى الخبراء والأكاديمين أصحاب الرؤية والصلة من كليات التربية والإعلام ومن العاملين فى المجال الإعلامى فى تحديد ما المعايير والأسس التي ينبغى أن تحكم عمل البرامج الحوارية .

وانطلاقاً مما تقدم يمكن تحديد مشكلة الدراسة فى السؤال الرئيسى التالي :

ما المحددات المعرفية والنفسية والاجتماعية التي يجب أن تحكم طبيعة عمل البرامج الحوارية التليفزيونية الحكومية والخاصة ؟

ويتفرع من هذا السؤال الرئيسى عدة أسئلة فرعية وهى :-

١. ما المحددات المعرفية التي ينبغى أن تحكم عمل (المعد، المقدم ، الضيوف) فى البرامج الحوارية ؟

٢. ما المحددات النفسية التي ينبغى أن تحكم عمل (المعد، المقدم ، الضيوف) فى البرامج الحوارية ؟

٣. ما المحددات الاجتماعية التي ينبغى أن تحكم عمل (المعد، المقدم ، الضيوف) فى البرامج الحوارية ؟

فروض الدراسة :-

١. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين القنوات الحكومية والخاصة فى مستوى الإلتزام بالمحددات المعرفية .

٢. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين القنوات الحكومية والخاصة فى مستوى الإلتزام بالمحددات النفسية.

٣. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين القنوات الحكومية والخاصة فى مستوى الإلتزام بالمحددات الاجتماعية .

٤. توجد فروق ذات دالة إحصائية بين القنوات الحكومية والخاصة فى المحددات المعرفية والنفسية والاجتماعية بالنسبة لفئات التصنيف (المعد / المقدم / الضيف) .

أهمية الدراسة :-

تستمد الدراسة الحالية أهميتها من:-

١. تحظى البرامج الحوارية بنصيب وافر فى مجال البحث العلمى إلا أن مضمون هذه البرامج من حيث محدداته المعرفية والنفسية والاجتماعية ومدى إلتزام معدى ومقدمى وضيوف هذه البرامج بهذه المحددات لم تحظى بالإهتمام ولا الدراسة .

٢. أهمية دراسة المحددات المعرفية والنفسية والاجتماعية للمضمون الذى يتم تقديمه بالبرامج الحوارية وخاصة للقضايا التربوية حيث تبين من إطلاع الباحثة على الدراسات السابقة فى مجال موضوع الدراسة عدم تعرض الباحثين بشكل مباشر لدراسة الضوابط والمعايير التي ينبغى أن تحكم عمل هذه البرامج من الناحية المعرفية والنفسية والاجتماعية.

٣. توجيه إنتباه القائمين على البرامج الحوارية إلى ضرورة مراعاة الإلتزام بالضوابط والمحددات والتي قام بتحديدها الخبراء والأكاديميين من الناحية المعرفية والنفسية والاجتماعية فى تقديم المضمون الإعلامى فى البرامج الحوارية التليفزيونية.

٤. توجيه إنتباه القائمين على البرامج الحوارية بضرورة القيام بإستطلاعات لآراء كل من الخبراء والأكاديمين والجمهور عن مدى رضاهم عن المضامين والفقرات والقضايا والموضوعات التي يتم تقديمها في تلك البرامج في ضوء المسئوليه الإجتماعية للإعلام و أهمية الإلتزام بالمعايير والأسس والضوابط المعرفية والنفسية والإجتماعية .

أهداف الدراسة :

تسعى الدراسة الى تحقيق الأهداف الآتية :-

١. التعرف على رأى الخبراء والأكاديمين في تحديد المعايير والمحددات التي ينبغى أن تحكم البرامج الحوارية في الجوانب المعرفية والنفسية والاجتماعية .
٢. الكشف عن مدى مراعاة البرامج الحوارية في القنوات الفضائية الحكومية والخاصة للمحددات المعرفية والنفسية والاجتماعية في تناول القضايا التربوية كمثال للمضمون الذي يتم تقديمه في تلك البرامج.

مصطلحات الدراسة :-

أولاً المحددات المعرفية Cognitive Determinants:

يعرف فتحى الزيات المحددات المعرفية بأنها مجموعة المبادئ والأسس والمعايير المعرفية التي ينبغى أن تحكم بناء البرنامج الحوارى والتي يجب تقديمها بناء على هذه المبادئ والأسس بحيث تساعد فى بناء وتشكيل المعرفة الخاصة بالجمهور والتي يكتسبها عن طريق مشاهدة هذه البرامج ^١.

ثانياً المحددات النفسية Psychological Determinants:

يعرف فتحى الزيات المحددات النفسية بأنها مجموعة المبادئ والأسس والمعايير النفسية التي ينبغى أن تحكم بناء البرنامج الحوارى والتي يجب تقديمها بناء على هذه المبادئ والأسس بحيث تساعد فى دعم وتشكيل الجوانب الايجابية والتخلّى عن الجوانب السلبية لدى الجمهور من خلال مشاهدة هذه البرامج ^٢.

ثالثاً المحددات الإجتماعية Social Determinants:

يعرف فتحى الزيات المحددات الإجتماعية بأنها مجموعة المبادئ والأسس والمعايير الإجتماعية التي ينبغى أن تحكم بناء البرنامج الحوارى والتي يجب تقديمها بناء على هذه المبادئ والأسس بحيث تساعد فى دعم وتشكيل القيم والقواعد والجوانب الإجتماعية التي تحكم سلوك

^١ مناقشة علمية مع سيادته بتاريخ ٢٠١٧/٤/٢.

^٢ مناقشة علمية مع سيادته بتاريخ ٢٠١٧/٤/٢.

الأفراد وتساعدتهم في دعم الايجابي منها والتخلي عن الجوانب السلبية منها وذلك من خلال مشاهدة هذه البرامج¹.

رابعاً البرامج الحوارية Talk show Programs :

هي تلك البرامج التي يتم إذاعتها على الهواء مباشرة غالباً أو تكون مسجلة ، ويتم تصويرها داخل الاستوديو وتتخذ من الحوار أساساً لها بحيث يقوم القائم بالاتصال فيها باستعراض الأحداث الجارية والقضايا الملحة على الساحة المصرية أو العربية أو العالمية وإستضافة ضيف أو أكثر لمناقشة القضية المطروحة وقد تسمح طبيعة البرنامج بمشاركة الجمهور بعدة أشكال سواء بالحضور داخل الاستوديو أو من خلال تلقي الإتصالات التليفونية والبريد الإلكتروني والرسائل الإلكترونية عبر مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك ، تويتر) بحيث يتم تقديم كل تلك المفردات في إطار إخراجي مثير وشيق وجذاب ويستقطب أكبر عدد من المشاهدين.

خامساً القنوات الفضائية المصرية Egyptian satellite channels :

هي قنوات تبث من خلال القمر الصناعي المصري (نايل سات) وقد تخضع في تمويلها إلى ميزانية الدولة مثل: القناة الأولى – القناة الثانية – الفضائية المصرية أو يمولها القطاع الخاص (مؤسسات أو أفراد أو إستثمارات خاصة أو شركات).

حدود الدراسة :-

تتمثل محددات الدراسة في التالي :-

1. **حدود موضوعية** :- وتتمثل في متغيرات الدراسة وهي ، المحددات المعرفية والنفسية والاجتماعية، البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية .
2. **حدود زمنية** :- وتمثلت في عينة الدراسة التحليلية من البرامج الحوارية التليفزيونية (من ماسببرو على القناة الأولى ، يحدث في مصر على قناة MBC مصر) ولمدة ثلاث دورات تليفزيونية في الفترة من 2017 /1/1 وحتى 2017 /9/30 .
3. **حدود بشرية** :- وتمثلت في الخبراء والأكاديميين ومجموع عددهم ٢٥ مقسمين الى ١٠ من الخبراء ، ١٥ من الأكاديميين .

إطار نظري ودراسات سابقة :-

تستند الدراسة في هذا الجزء على نظرية المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام حيث تقدم إطاراً اجتماعياً وأخلاقياً ينبغى أن تعمل في ظلّه وسائل الاعلام وتهتم بتحديد الوظائف التي يتعين على وسائل الإعلام القيام بها تجاه أفراد المجتمع سواء كانت ثقافية أو تعليمية أو سياسية أو إقتصادية تفيد الأطر المختلفة التي تقدمها هذه النظرية في توجيه وسائل الإعلام وتطوير أدائها

¹ مناقشة علمية مع سيادته بتاريخ ٢٠١٧/٤/٢ .

على المستوى الوظيفى والأخلاقى وكذلك تحديد المعايير الأساسية للأداء الإعلامى بما تتضمنه من القيم الأخلاقية للإعلاميين والمعايير المهنية للمؤسسات الإعلامية والمواثيق والتشريعات والقوانين المنظمه للعمل الإعلامى كما تهتم بتحديد القيم المهنية التى ينبغى أن تحكم سلوكيات الإعلاميين أثناء أدائهم لمسئولياتهم الوظيفية كالتزام الصدق والدقة والشمول والموضوعية والتوازن فى تناول الإعلامى للقضايا المختلفة (حسن عماد مكاوى، ١٩٩٤، ١٦٧) (جيهان رشتى ، ٢٠٠٠ ، ١٤)

ولن نتطرق الباحثة فى هذا الجزء إلى نشأة النظرية وتطورها فقد قامت العديد من الدراسات والبحوث بتناول تلك العوامل بالشرح التام لها وبكافة تفاصيلها ، ولكن ستقوم الباحثة بتركيز الاهتمام على الوظائف والمسؤوليات التى يتعين على وسائل الاعلام القيام بها ، وأيضا المعايير المهنية والأخلاقية التى يفترض أن يستند إليها الإعلاميون على اختلاف تخصصاتهم فى أداء رسالتهم الاعلامية .

نظرية المسؤولية الاجتماعية:-

"ظهرت نظرية المسؤولية الاجتماعية كنتيجة أساسية لسوء استخدام مفهوم نظرية الحرية فى وسائل الاعلام التى أفرطت فى إعلاء حرية الفرد على حساب مصلحة المجتمع وبالغت فى منح الفرد الحق فى التنصل والتحرر من أي مسئولية إجتماعية أو قيمة أخلاقية فى ظل هذه النظرية ، ومن ثم ، قامت هذه النظرية على أساس التوازن بين حرية الفرد ومصالح المجتمع وعلى المستوى الإعلامى، ارتكزت على تحقيق التوازن بين حرية الرأى والتعبير، وصالح المجتمع واهدافه ، وأن للإعلام وظيفة إجتماعية، مما أسفر عن مبدأ مهم فى مهنة الإعلام وهو: ضرورة وجود التزام إعلامى ذاتى بمجموعة من المواثيق الأخلاقية التى تستهدف إقامة توازن بين حرية الفرد ومصالح المجتمع. (إبراهيم العقباوى ٢٠٠٥، ٦٢٢) (محمد الحضيف، ٢٠٠٦)

وتتزايد هذه المسؤولية الإجتماعية والأخلاقية لوسائل الاعلام بشكل خاص فى أوقات الازمات فيعانى الإعلام المصرى الحكومى والخاص وخاصة البرامج الحوارية الجماهيرية من الإنتقادات والإتهامات ، والتى تمثل أبرزها إفتقاره للمعايير المهنية والأخلاقية من الحيادية والموضوعية . فلا تكاد تخلو أى قناة من برنامج حوارى ممثلا عنها والغالبية العظمى من هذه البرامج تتشابه معا فى القضايا والمضمون الذى يتم تقديمه ، وفى الشخصيات التى يتم استضافتها للحديث عن تلك القضايا والاختلاف فى المقدمين والديكور فقط ، الأمر الذى تسبب فى عزوف الجمهور عن مشاهدة هذه البرامج أو الإكتفاء بالتنقل بينها دون إهتمام بالمضمون الذى يتم تقديمه .

فيقول (إبراهيم بعزیز ، ٢٠١٥ ، ١٦) أن ما يعانى منه الإعلام حاليا من أزمة الثقة وضعف ثقة الجمهور فيه ما هو إلا نتيجة ما يبث فيه من تزييف للحقائق ونقص المصداقية والإبتعاد عن المعايير التى تشمل الصدق والأمانة والموضوعية والكذب وعدم نشر الحقائق كاملة ونتيجة لما يتم تقديمه أدى لتسطيح ثقافة الأفراد وإخماد وعيهم .

فاوضحت (إنجى القاضى 2011) أن الأداء الإعلامى لكثير من القنوات التلفزيونية الحكومية والخاصة أصبح مثار جدل كبير فى الشارع المصرى بسبب تجاوز بعض هذه القنوات

للخطوط الحمراء وتغليب جانب الإثارة والإستفزاز وتصفية الحسابات على الأداء الاعلامى المهنى والمحايد بل وتحول بعضها إلى منابر دعائية وتحريضية لجهه ما على حساب أخرى ، فظهر على شاشات التليفزيون والبرامج الحوارية طوفان من الخروج عن كل القواعد المهنية والدعوات الطائفية والتي لها خلفيات أيديولوجية، وهو ما يتنافى مع نظرية المسئولية الاجتماعية التي تعتبر تطويراً للمفاهيم والأفكار الليبرالية التي تدعو للعمل في حرية دون قيود من النظام الحاكم ولكن في ضوء مسئولياتها والتزاماتها تجاه الأفراد والمجتمع(Coulson, D. C., & Lacy, S., 1996، ص٣٠٣-٣٦٣).

وهذا ما أكده ماكويل (1992، McQuail, D.، ص٣٣٠-٣٣٣)، في نظريتي الإعلام التنموي ونظرية المشاركة الديمقراطية والتي تفترض أنه إذا كان من حق وسائل الإعلام أن تعمل في حرية بعيداً عن سيطرة النظام الحاكم.. فإن ذلك لا ينفي مسئوليتها في الحفاظ على قيم المجتمع وثوابته، فهي تؤكد على حرية ومسئولية الإعلام في نفس الوقت في ضوء مواثيق الشرف الإعلامية.(Henningham, J.، 1997، ص٦١٥-٦٢٤).

تعريف المسئولية الاجتماعية لوسائل الاعلام :-

فتعرف (سارة عبد اللطيف، ٢٠١٢،٨٣) المسئولية الاجتماعية بانها " إلتزام القنوات التليفزيونية والعاملين بها بأخلاقيات الإعلام ومبادئ الدقة والعدالة والتوازن والموضوعية في قيامهم بواجباتهم المهنية تجاه المجتمع بكافة فئاته وتتعدد جوانب المسئولية الاجتماعية للتليفزيون حيث تشمل المجالات الدينية والسياسية والاجتماعية والثقافية وغيرها من المجالات ويتم تفعيل تلك المبادئ في الواقع الاعلامى من خلال مجموعة من القواعد التنظيمية المعلنة والضمنية ويأتى في مقدمتها القوانين ومواثيق الشرف الإعلامية شريطة توافر القدر المطلوب من الحرية المسؤولة في المجتمع".

وعرف أونز إيبى (1994، OWENS-IBIE، ص69- ٨٠) " المسئولية الاجتماعية لوسائل الإعلام تفرض على هذه الوسائل إعلام المواطنين بما يجرى في الحكومة ، التي هى بدورها تتولى مسئولية الحفاظ على قواعد النقد ، كما يجب على وسائل الإعلام أن تشجع مناقشة الافكار والآراء والحقائق لتحقيق الرقى المجتمعى وان تكون بمثابة مرآة عاكسة للمجتمع وربما يحتوية من سلبيات وإيجابيات "

ويقدم دينس ماكويل (Denis, M.، ١٩٩٨) فى (حازم البنا، ٢٠٠٨، ص١٨٩) مجموعة من الأسس والمبادئ التي تركز عليها نظرية المسئولية الاجتماعية وهى :

١. أن وسائل الإعلام لديها إلتزامات تجاه المجتمع يجب ان تضطلع بها حتى تحظى بثقة الجمهور

٢. وسائل الإعلام وما تقدمه لابد ان يتميز بالحقيقة ، العدالة ، الدقة ، الموضوعية والتوازن .

٣. تقوم وسائل الإعلام بتنظيم نفسها ذاتيا .

٤. الإلتزام بالقوانين ومواثيق الشرف الأخلاقية والمعايير المهنية بحيث تتجنب بث ما قد يؤدي إلى

الجريمة والعنف والفوضى أو توجيه أى إهانات إلى الأقليات الموجوده بالمجتمع .

٥. تحتم بعض المواقف تدخل الحكومة لحماية ورعاية المصلحة العامة .

ويشير (على عبد الله، ٢٠١١) من منطلق المبادئ والمعايير التي يفترض أن تلتزم بها وسائل الإعلام فإن نظرية المسؤولية الإجماعية لوسائل الإعلام تهدف إلى رفع مستوى التصادم إلى مستوى النقاش الموضوعى البعيد عن الإنفعال، كما تهدف إلى الإعلام والترفيه والحصول على الربح إلى جانب الأهداف الإجماعية الأخرى ، فالإعلام مسئول حتى وإن كان إعلاما خاصا هدفه الإستثمار التجارى وهذه المسؤولية تزداد أهمية حينما يكون هذا الإعلام إعلاما رسميا ، ويحظر على وسائل الإعلام كافة نشر أو عرض ما يساعد على الجريمة أو العنف أو ما له تأثير سلبي على المجتمع .

الضوابط المهنية والتشريعية وأخلاقيات الممارسة للعمل الإعلامى :-

مفهوم المهنية :- " تعنى ببساطة أن يتم تطبيق قواعد العمل الإعلامى بطريقة سليمة وذلك لكافة المضامين التي يتم تقديمها فى مختلف الوسائل الإعلامية فى ضوء الإلتزام من القائم بالإتصال بتحقيق كافة الضوابط لما يقوم بتقديمه وإنتاجه من رسائل ' إعلامية " .(عدلى رضا ٢٠١٤ ، ٣ ،

ويرى كارلس Charles,W,2002 ()، وسيفرستين (Syvertsen, T,1997) ، محرز غالى (٢٠٠٨) ، جيهان البيطار (١٩٩٧) ان هناك اتفاق عام على ان المهنية لها محددات أساسية وهى:-

" الدقة - الموضوعية - الإلتزام بأخلاقيات العمل الإعلامى ومواثيق الشرف - الإلتزام بأداب الحوار ولغة الرسالة الإعلامية - عرض وجهات النظر المختلفة وإتاحة فرص متكافئة أمام كل وجهة نظر - عدم تدخل الإعلامى برأية الشخصى فى الموضوع المطروح للحوار أو المناقشة - مراعاة الصالح العام للمجتمع فى المضمون المقدم - عدم إثارة الرأى العام على حساب الموضوعية وذكر الحقائق - دعم مشاركة قطاعات وشرائح المجتمع وتوجهاته فى مناقشة القضايا وعدم قصرها على قلة محدودة من شخصيات المجتمع - عدم تحريف الحقائق أو اخفائها عند تناول المضمون الإعلامى " .(فى : عدلى رضا ،٢٠١٤، ٣) .

"القضية ليست إما الأخلاقيات وإما القوانين ولكن القضية تكمن فى التوصل الى عملية تكامل وتوازن بين القانون والأخلاقيات لذلك فإن أخلاقيات الإعلام يجب أن ينظر اليها على أنها إحدى الأدوات للمحافظة على حرية وسائل الإعلام وضمأن جودة ما تقدمه من مضمون للجماهير المستهلك " .(حازم انور البنا ، ٢٠٠٨، ١٨٦)

فقد قدمت العديد من التشريعات والقوانين الخاصة بأخلاقيات ممارسة العمل الإعلامى ومنها ميثاق الشرف الإعلامى العربى ، وكذلك ميثاق الشرف الإعلامى الإسلامى ، ووثيقة مبادئ

تنظيم البث والإستقبال الفضائى الإذاعى والتلفزيونى فى المنطقة العربية ، والمواثيق الخاصة بأخلاقيات المهنة فى الإعلام الإذاعى المصرى بالقانون رقم ١٣ لسنة ١٩٧٩ وتعديلاته بالقانون رقم ٢٢٣ لسنة ١٩٨٩ ، والتي تناولتها العديد من الدراسات والأبحاث (إبراهيم العقباوى 2005، 646:621) ، وسوف تقتصر الباحثة هنا بعرض أحدث المواثيق الإعلامية فى المجتمع المصرى وهو ميثاق الشرف الإعلامى المعد من المجلس الأعلى للإعلام يونيو 2017 (محمد السيد ، 2017) وترى الباحثة أن المحددات المعرفية والنفسية والاجتماعية يمكن أن تتمثل فى الضوابط التشريعية والقانونية والمهنية التى يجب على القائمين بممارسة العمل الإعلامى الإلتزام بها حتى يمكن إشباع الجمهور معرفياً ونفسياً واجتماعياً من المضمون الإعلامى الذى يقدم إليهم .

ميثاق الشرف الإعلامى المعد من المجلس الأعلى للإعلام يونيو ٢٠١٧ :-

- نحو تعزيز الممارسة المهنية الحرة والمحترفة والحد من الممارسات العشوائية المنفلتة مطلوب من الإعلامى والصحفى مراعاة القواعد والضوابط التالية:
- 1- يلتزم الإعلامى والصحفى فى أدائه المهنى بالمبادئ والقيم التى يتضمنها الدستور وقانون تنظيم الصحافة والإعلام وميثاق الشرف المهنى والسياسة التحريرية للصحيفة أو الوسيلة الإعلامية التى يعمل بها، وبآداب المهنة وتقاليدها بما لا ينتهك حقاً من حقوق المواطنين أو يمس حرياتهم.
 - 2- يحظر على الإعلامى أو الصحفى بث أو نشر الدعوات التى يكون من شأنها التحريض على العنف أو تلك التى تنطوى على تمييز بين المواطنين أو طعن فى أعراض الأفراد أو إمتهان للأديان السماوية وللعقائد الدينية.. والتأكيد على القيم الروحية والأخلاقية التى ترسخها تلك الأديان ويؤمن بها ويحترمها المجتمع المصرى.
 - 3- ترتيب وصياغة أولويات المادة المنشورة والمعرضة والمداعة بشكل يعكس الأولويات الحقيقية للمجتمع والإبتعاد عن الإثارة، والإلتزام بعدم الدخول فى ملاسنات أو مشاحنات وعدم إستخدام الوسائل الإعلامية لطرح الخلافات الشخصية والمصالح الخاصة.
 - 4- الإلتزام بعرض كافة جهات النظر بما يحقق التوازن وكفالة حق الرد والتصحيح بما يتناسب مع مساحة المادة الإعلامية ومكان نشرها أو بثها.
 - 5- الإمتناع عن الممارسات التى يجرمها القانون وترفضها مواثيق الشرف مثل السب والقذف وإنتهاك خصوصية الأفراد وحرمتهم تحت أى ظرف من الظروف - ويستلزم هذا الإلتزام بقيم المجتمع وأخلاقه وأعرافه فى الحوار والخطاب الإعلامى والصحفى وعدم إستخدام أو السماح باستخدام اللغة والإيماءات المسيئة أو التدننى اللفظى.
 - 6- الإمتناع عن عرض أو إذاعة مواد إعلامية أو فنية خاصة بالكبار فقط إلا فى أوقات متأخرة مع ضرورة الإلتزام بالإشارة الواضحة إلى تصنيفها.
 - 7- الإلتزام بحقوق ذوى الإحتياجات الخاصة والإمتناع عن إظهارهم بأى صورة تحط من قدرهم.

- 8- مراعاة القرارات الصادرة - وفقاً للقانون - بحظر النشر في بعض القضايا.
 - 9- يحظر التعرض للحياة الخاصة للمواطنين أو المشتغلين بالعمل العام إلا بما هو وثيق الصلة بأعمالهم وان يكون التعرض مستهدفاً المصلحة العامة.
 - 10- الإمتناع عن إثارة الكراهية والتمييز والتحريض بكل أنواعه بين أطراف الشعب وفئاته.
 - 11- عدم الخلط بين الإعلام والمادة الاعلانية بكافة أشكالها داخل أى محتوى إعلام وعدم خلط الخبر بالرأى وأن تكون الحدود الفاصلة بينهما واضحة للجمهور بما لا يدع مجالاً لأى إلتباس بين الرأى الشخصى والمعلومة.
 - 12- عدم الإساءة لشعوب الدول الأخرى بما يضر بمصالح الشعب المصرى.
 - 13- الإلتزام بحقوق الملكية الفكرية ومنع القرصنة أو التشجيع عليها.
 - 14- الإمتناع عن نشر وبت إشاعة الأفكار التى تروج للدجل والشعوذة والخرافات وتغييب العقل مع مراعاة الأعراف والتقاليد الشرقية .
- ويتضح من هذا الميثاق مدى مراعاة كافة الحقوق والمسؤوليات التى من المفترض أن يلتزم بها الاعلام تجاه جمهوره من القراء والمستمعين والمشاهدين حتى تتحقق المصلحة العامة للمجتمع .

مضمون البرامج الحوارية :-

"إن من أهداف البرامج الحوارية _ بل كافة البرامج التليفزيونية _ هو البحث عن الحقيقة ولكن فى الواقع الحالى لايمكن الوصول إلى الحقيقة المطلقة ولكننا نحاول الوصول اليها والإقتراب منها وبالتالي فان هدف البرامج الحوارية هو عرض الحقائق وليست الحقائق العادية فقط ولكن الحقائق المثيرة الغريبة التى تشتمل على شئ جديد يلفت آلية الإنتباه ويلتف حولة أكبر عدد ممكن من الجمهور وحتى يتحقق ذلك قد ينجراف الكثير من البرامج وراء الرغبة فى الإثارة ولفت الإنتباه وأنظار الجمهور وقد يكون من خلال تشويه الحقائق دون مراعاة لأى قيم أو معايير أخلاقية ولا مهنية" (شريف درويش اللبان، ٢٠١٤)

ففى كثير من الأحيان يختلف مضمون البرنامج الحوارى من قناة لأخرى على الرغم من أن الأحداث والقضايا والموضوعات المجتمعية التى يتم تناولها واحدة ، إلا أنه تقوم كل قناة بعرض ومناقشة قضايا بعينها وتعتمد تجاهل قضايا أخرى، وذلك بما يتوافق مع سياسة وأهداف ورؤية الممول أو لعوامل مرتبطة بالأمن القومى أو لعوامل أخرى مرتبطة بصاحب رأس المال وهذا ما يجعل هناك إختلاف فى المضمون المقدم فى القنوات الفضائية الحكومية عن القنوات الخاصة .

وما يدعم ذلك ما تقدمه (جيهان يحيى ، ٢٠١٣) حيث لم يعد جمهور وسائل الإعلام ذلك الجمهور الذى يتلقى المضامين الإعلامية بشكل سلبي بأنه مجرد متلقى فقط ، بل أصبح جمهوراً فعالاً يتلقى مضامين هذه الوسائل بقدر من الإنتباه والوعى والفهم والنقد ويتعامل معها فى ضوء توجهاته وأفكاره المسبقة وخبراته ، فى ظل بيئة تتيح للجمهور المقارنة والإختيار فيما بين الوسائل الإعلامية المتعددة ، فأصبح جمهوراً واعياً يستطيع أن يميز كل مضمون يقدم له وتوجهة ومغزاة وإن كان مفيداً أم هو مجرد ملئ لساعات البث التليفزيونى .

ويوضح (محمود مصطفى، ٢٠١٤، ٢٧٠) أسباب ومبررات إختلاف مضمون البرامج الحوارية من قناة لأخرى

١. ملكية القناة التي لا تتطرق لموضوعات تمس أفراد وجهات معينة .
٢. رؤية أصحاب القناة والعاملين بها لقضايا المجتمع .
٣. القناة تمثل تيار واتجاه معين تعمل من أجله وصالحة .

وهذا ويؤكددها أيضا النتائج التي توصل إليها (عدلى رضا، ٢٠١٤):-

١. نمط الملكية يؤثر بشكل أساسى على شكل ونوعية المضمون الإعلامى الذى يتم إنتاجه ويتضح ذلك من خلال القضايا التي يتم مناقشتها فى القنوات الحكومية والخاصة حيث يتم طرحها بشكل أفضل فى القنوات الخاصة عن الحكومية .
٢. يؤثر نمط الملكية من حيث اسلوب عرض المضمون والمعالجة الفنية والإخراج حيث تتفوق القنوات الخاصة فى ذلك لأن ما تقدمه يبث بحرفية فنية عالية عن المؤسسات الإعلامية القومية .

وفى ضوء ما تقدم ترى الباحثة ضرورة مراعاة هذه المبادئ والأخلاقيات والمعايير حتى تعود جماهيرية البرامج الحوارية مرة أخرى بعد أن فقدتها بسبب خرقها لتلك المعايير فى الفترة الأخيرة ، ولذلك رأت الباحثة ضرورة التوجه لمن هم أهل الخبرة والدراية الكافية بكل تلك المبادئ والمعايير التى يجب أن تراعيها وتأخذها كافة البرامج بعين الإعتبار والإحترام والتقدير والتى تستهدف الصالح العام للمجتمع ولجمهور تلك الوسائل والذى يعد الأساس لوجودها واستمراريتها .

إجراءات البحث :-

قامت الباحثة بتطبيق الدراسة الحالية بالتحليل لبرنامجين هما برنامج من ماسبيرو الذى يعرض على القناة الأولى الساعة السابعة مساء ، برنامج يحدث فى مصر الذى يعرض على قناة MBC مصر فى العاشرة مساء وذلك عن طريق تحليل مضمون حلقات تلك البرامج فى الفترة من (١/١/٢٠١٧ وحتى ٣٠/٩/٢٠١٧) ولمدة ٨ أشهر بإجمالى (٣٧٠) حلقة من البرنامجين معا ، وكانت عدد الساعات الإجمالية للتحليل (٤٦٦ ساعة و ١٧ دقيقة) .

أولا :- الإجراءات المتبعة فى تصميم إستمارة المحددات المعرفية والنفسية والاجتماعية :-

- ١- قامت الباحثة بالإطلاع على العديد من الدراسات السابقة والأبحاث والكتب العربية والأجنبية لمحاولة الوقوف على النقاط والبنود والمفردات التى سيتم على أساسها تحديد بنود الضوابط والأسس والمعايير المعرفية والنفسية والاجتماعية .

- ٢- قامت الباحثة بإجراء مقابلات شخصية بالعديد من الأكاديميين المتخصصين فى علم النفس التربوى والإعلام^١ وذلك باعتبار ان تلك المقابلات أداة من الأدوات العلمية فى جمع المعلومات والبيانات فى البحث العلمى وقد توصلت من خلال تلك المقابلات الى صياغة بعض بنود صحيضة المحددات .
- ٣- قامت الباحثة بإجراء مقابلات شخصية مع بعض من الخبراء^٢ المهنيين العاملين بالمجال الإعلامى وذلك للإستفادة بوجهات نظرهم وممارستهم المهنية للبرامج الحوارية فى القنوات الحكومية و الخاصة عن المعايير التى يجب أن تحكم أداء البرامج من النواحي المعرفية والنفسية والإجتماعية .

¹ أسماء السادة الأكاديميين مرتبة أبجدياً :-

١. أ.د/ أماني سعيدة سيد - أستاذ علم النفس التربوى ووكيل الكلية للدراسات العليا ، كلية الدراسات العليا للتربية جامعة القاهرة، يوم الإثنين ٢٠١٧/١٠/٩ الساعة ٣ عصرا .
٢. أ.د/ هويدا سيد مصطفى - أستاذ ورئيس قسم الإذاعة والتلفزيون ، كلية الإعلام جامعة القاهرة ، يوم الأحد ٢٠١٧/١٠/٨ الساعة ١٠ صباحا .
٣. أ.د/بركات عبد العزيز - أستاذ الإذاعة والتلفزيون ، كلية الإعلام جامعة القاهرة ، يوم الأحد ٢٠١٧/١٠/٨ الساعة ١٢.٢٠ ظهرا .
٤. أ.د/محمد عاطف عطيفى - أستاذ علم النفس التربوى المتفرغ:كلية الدراسات العليا للتربية جامعة القاهرة ، الثلاثاء ٢٠١٧/١٠/١٠ الساعة ٤ عصرا .
٥. أ.د/محمد محمد مهني - أستاذ الإذاعة والتلفزيون كلية الإعلام جامعة القاهرة يوم الثلاثاء ٢٠١٧/١٠/١٠ الساعة ١١ صباحا .
٦. أ.د/مسعد صالح - أستاذ العلاقات العامة والإعلان ، كلية الإعلام جامعة القاهرة ، يوم الأحد ٢٠١٧/١٠/١٥ الساعة ١.٣٠ ظهرا.
٧. أ.د/نسمة احمد البطريق - أستاذ الإذاعة والتلفزيون ، كلية الإعلام جامعة القاهرة ، يوم الأحد ٢٠١٧/١٠/١٥ الساعة ١١.٣٠ صباحا
٨. د/ ميهان حمدى محمد - مدرس علم النفس التربوى ، كلية الدراسات العليا للتربية جامعة القاهرة :الأربعاء ٢٠١٧/١٠/١١ الساعة ١٢.٠٠ ظهرا .

² أسماء السادة الخبراء مرتبة أبجدياً :-

١. أ/حسناات الحكيم - معد برامج وكاتبة صحفية بجريدة الأخبار ،الثلاثاء ٢٠١٧/٩/٢٦ الساعة ١:٣٠ ظهرا .
٢. أ/ خالد سعد - مقدم برامج بالتلفزيون المصرى ، الثلاثاء ٢٠١٧/٩/١٩ الساعة ٣.٠٠ عصرا .
٣. أ / رفعت أبو السعود - مدير الإدارة المركزية للمتابعة وبحوث المشاهدين باتحاد الإذاعة والتلفزيون المصرى ، الإثنين ٢٠١٧/١٠/٢ الساعة ١٠.٠٠
٤. أ/ عامر حامد - مدير إدارة البحوث باتحاد الإذاعة والتلفزيون الأحد ٢٠١٧/١٠/١ الساعة ١٢.٠٠ ظهرا .
٥. أ/ عبير الأباصيرى - معد برامج بالتلفزيون المصرى الإثنين ٢٠١٧/٩/٢٥ الساعة ١١.١٥ صباحا .
٦. أ/على غيث - مخرج وسينارست بالتلفزيون المصرى الأربعاء ٢٠١٧/٩/٢٠ الساعة ٢.٤٥ عصرا .
٧. د/ محمود الجمل - معد برامج بالتلفزيون المصرى الأحد ٢٠١٧/١٠/١ الساعة ٤.٣٠ عصرا .
٨. أ/ مسعد مهدي - كبير متابعين لبحوث المشاهدين بالتلفزيون المصرى ٢٠١٧/١٠/٣ الساعة ٢.٠٠ ظهرا .
٩. د/ نضرتيتى أحمد - مستشارة إعلامية بالتربية والتعليم ومعد برامج بالتلفزيون المصرى ٢٠١٧/٩/٢٦ الساعة ١١.١٥ صباحا .
١٠. أ/ شاكر الكامل - المدير تنفيذى بقناة المحور الإثنين ٢٠١٧/٩/١٨ الساعة ٤.٠٠ عصرا .

- ٤- قامت الباحثة بتصميم صورة مبدئية أولية لإستمارة المحددات المعرفية والنفسية والاجتماعية بالعايير التي التي اقترحتها وقدمها كل من الخبراء والأكاديمين للبرامج الحوارية التليفزيونية وقد قامت الباحثة بتنقيحها وتقسيمها الى محددات معرفية وأخرى نفسية وأخرى إجتماعية وقد قامت بتحديد ثلاثة عناصر أساسية لتلك المحددات هما (المعد ، المقدم ، الضيوف) وقامت بعرضها على السادة المشرفين للإسترشاد بأرائهم وخبراتهم وذلك لمعرفة نسب الإتفاق على البنود والمعايير المقترحة حتى يتسنى للباحثه تحديد تلك المعايير بدقة ، وقد تراوحت نسب الإتفاق بين السادة المشرفين على رؤية الخبراء والأكاديمين بين ٩٠% إلى ١٠٠% وقد توافقت هذه البنود مع دراسة (وسام نصر ٢٠١٣) ، ودراسة (رياب عبد الرحمن ٢٠١٢)، ودراسة (غادة مروان ٢٠١٦) ، ثم أجرت الباحثة التعديلات التي كلفت بها سواء بالحذف أو الإضافة او التعديل حتى ظهرت بشكلها المناسب للعرض على السادة المحكمين .
- ٥- قامت الباحثة بعرض الإستمارة التي تم الإتفاق عليها مع السادة المشرفين على نخبة من الخبراء المحكمين فى تخصصات علم النفس التربوى والإعلام لتحكيم الإستمارة^١ ، وتم تعديل الإستمارة فى ضوء تعديلات السادة المحكمين حتى أصبحت الإستمارة فى شكلها النهائى ويوضح الجدول التالى عدد عبارات كل بند من بنود

¹ أسماء السادة المحكمين لاستمارة المحددات المعرفية والنفسية والاجتماعية مرتبة أبجدياً:-

١. أ.د / أمينه إبراهيم شلبي أستاذ علم النفس التربوى - كلية التربية النوعية - جامعة المنصورة ، عميد كلية السياحة والفنادق - جامعة المنصورة .
٢. أ.د / أحمد البهى السيد أستاذ علم النفس التربوى المتفرغ - كلية التربية النوعية - جامعة المنصورة .
٣. أ.د / إبراهيم إبراهيم أحمد أستاذ علم النفس التربوى - كلية التربية النوعية - جامعة المنصورة .
٤. أ.د / بركات عبد العزيز محمد أستاذ الإذاعة والتليفزيون - كلية الإعلام - جامعة القاهرة .
٥. أ.د / خالد صلاح الدين حسن أستاذ الإذاعة والتليفزيون - كلية الإعلام - جامعة القاهرة .
٦. أ.د / سهير أنور محفوظ أستاذ علم النفس التربوى - كلية التربية - جامعة عين شمس .
٧. أ.د / عادل عبد الغفار فرج أستاذ الإذاعة والتليفزيون والمتحدث الإعلامى باسم وزارة التعليم العالى والبحث العلمى - كلية الإعلام - جامعة القاهرة.
٨. أ.د / محمود احمد عمر أستاذ علم النفس التربوى - كلية التربية - جامعة عين شمس .
٩. أ.د / نسمة أحمد البطريق أستاذ الإذاعة والتليفزيون - كلية الإعلام - جامعة القاهرة .
١٠. أ.د / هويدا سيد مصطفى أستاذ ورئيس قسم الإذاعة والتليفزيون - كلية الإعلام - جامعة القاهرة.

جدول (١)

أعداد عبارات كل محور في المحددات المعرفية والنفسية والاجتماعية

المحددات / الفئات	المحددات المعرفية	المحددات النفسية	المحددات الاجتماعية	الإجمالي	
				ك	%
المعد	٩ عبارات	٧ عبارات	٦ عبارات	٢٢ عبارة	٢٧,٥
المقدم	١٨ عبارة	١١ عبارة	٩ عبارات	٣٨ عبارة	٤٧,٥
الضيوف	٨ عبارة	٦ عبارات	٦ عبارات	٢٠ عبارة	٢٥
الإجمالي	ك	٣٥ عبارة	٢٤ عبارة	٢١ عبارة	١٠٠
	%	٤٣,٧	٣٠	٢٦,٣	

ويتضح من الجدول السابق الأعداد الخاصة بكل محور من المحاور فتيبين أنه :-
بلغ إجمالي عدد العبارات الخاصة بالإستمارة كاملة ٨٠ عبارة موزعة كالتالي بالنسبة للمحددات المعرفية بلغ مجمل العبارات الخاصة بها ٣٥ عبارة وبنسبة (٤٣,٧%) لكل من المعد والمقدم والضيوف ، وبالنسبة للمحددات النفسية بلغ مجمل العبارات الخاصة بها ٢٤ عبارة وبنسبة (٣٠%) لكل من المعد والمقدم والضيوف والمقدم ، وبالنسبة للمحددات الاجتماعية بلغ مجمل العبارات الخاصة بها ٢١ عبارة وبنسبة (٢٦,٣%) لكل من المعد والمقدم والضيوف وهذا يدل على تفوق عدد العبارات الخاصة بالمحددات المعرفية وذلك باعتبار الجانب المعرفي من اهم العوامل التي يتم تشكل البنية المعرفية للمشاهدين وهذا لايعنى اغفال الجوانب الاخرى النفسية والاجتماعية فلكل منها تاثيرها على المشاهدين .

ثانياً :- إجراءات صدق وثبات إستمارة المحددات المعرفية والنفسية والاجتماعية عينة الدراسة :-

(١) إجراءات الصدق (صدق المحكمين) :-

قامت الباحثة بعرض الإستمارة على نخبة من المحكمين المتخصصين في مجال علم النفس التربوي ومجال الإعلام وبلغ عددهم (١٠) محكمين وذلك للحكم على مدى صلاحية الإستمارة للتطبيق والتأكد من أنها تقيس ما وضعت لقياسه وكان الهدف من عرض الإستمارة على السادة المحكمين للتعرف على آرائهم وخبراتهم في مدى ملائمة عناصر إستمارة المحددات المعرفية والنفسية والاجتماعية لتحليل المضمون الخاص بالقضايا التربوية ومدى صحة صياغة مفردات التحليل للتأكد من مدى وضوحها وشمولها ودقتها ومدى إرتباطها بأهداف الدراسة.

وبحساب نسب الإتفاق بين المحكمين على مفردات وبنود المحددات المعرفية والنفسية والاجتماعية تراوحت ما بين (٩٠% - ١٠٠%) وهى نسب إتفاق عالية وبهذه الصورة فإن الإستمارة تتمتع بدرجة معقولة من الصدق ما يجعلها قابلاً للتطبيق ،وقد تركزت توجيهات السادة المحكمين في تعديل وحذف وإعادة صياغة بعض المفردات لتكون أكثر وضوحاً وتجنباً للتكرار والجدول التالي يوضح تعديل بعض المفردات :-

جدول (٢) يوضح صياغة بعض مفردات المحددات المعرفية والنفسية والاجتماعية قبل وبعد تعديل السادة

المحكمين

رقم المفردة	المفردة قبل التعديل	المفردة بعد التعديل
١) في المحددات المعرفية للمعد	تتسم القضايا التي يتم إعدادها للنقاش بالحدائثة والعالية .	يعد القضايا بحيث تتسم بالحدائثة والعالية .
٢) في المحددات المعرفية للمعد	يحرص على تدعيم الجوانب المعرفية المطروحة بالأدلة والشواهد والإحصائيات المؤكدة لها .	يدعم الجوانب المعرفية المطروحة بالأدلة والشواهد والإحصائيات المؤكدة لها ضمانا لصحة البيانات والمعلومات .
٤) في المحددات المعرفية للمعد	يراعى إختيار الضيوف المتخصصين من الخبراء في المجال الخاص بالقضية	يختار الضيوف من المتخصصين والخبراء في مجال القضية المطروحة .
٨.٩) في المحددات المعرفية للمعد	تتسم القضايا بالتنوع على مستوى الموضوعات والمناطق والفضات .	تقدم موضوعات تغطي مناطق جغرافية متنوعة . تقدم موضوعات تناسب مختلف الفئات من المشاهدين .
١) في المحددات المعرفية للمقدم	يراعى تقديم ما يعاول الإجابة على الأسئلة الخمسة (ماذا ، كيف ، أين ، متى ، لماذا)	تقديم مضمون يشبع تساؤلات واستفسارات المشاهدين .
١٠) في المحددات المعرفية للمقدم	يملك القدرة على تقديم مضمون يدعم القدرة النقدية في الإنتقاء لدى الجمهور .	يملك القدرة على تقديم مضمون يدعم قدرة المشاهدين على النقد الموضوعي .
٢) في المحددات المعرفية للضيف	تشجع الإجابات التي يقدمها دافع المعرفة لدى افراد أكثر مما تثير تساؤلات.	يقدم إجابات تشبع حاجات الافراد للمعرفة أكثر مما تثير تساؤلات.
٤) في المحددات النفسية للمعد	يراعى إتفاق المضمون المقدم مع رغبات واحتياجات الجمهور .	يقدم مضمونا يتفق مع رغبات واحتياجات المشاهدين ويحقق حب الإستطلاع لديهم .
٦) في المحددات النفسية للمعد	يحرص على عدم قصر دور المشاهد على المشاهدة بل المشاركة بأرائهم واستقبالها برحابة صدر .	يتيح الفرصة لمشاركة المشاهدين ويستقبل آرائهم برحابة صدر .
١) في المحددات النفسية للضيف	يتناول المشكلات بتوازن وموضوعية وحيادية بحيث لا تؤدى للتخدير نتيجة الإفراط في التعريف بالمشكلات .	يتناول المشكلات بحيث لا يؤدى للتخدير نتيجة الإفراط في التعريف بالمشكلات .
٢) في المحددات النفسية للضيف	يراعى تقديم معلومات تزيد من الإرتقاء بروح الضمير .	يقدم معلومات تزيد من الإرتقاء بيقظة ضمير المشاهدين .
٥) في المحددات النفسية للضيف	تقديم مضمون يعمق روح الإلتزام وإذكاء مشاعر الإلتزام الوطنى والإيمان بوحدة الأمة ورسالتها الحضارية .	تقدم مضمون يعمق روح الإلتزام الوطنى . تقدم مضمون يدعم الإيمان بوحدة الأمة ورسالتها الحضارية .
٥) في المحددات الإجتماعية للمعد	يحرص على عدم التعرض للقضايا التي تثير البلبلة والتخبط في المجتمع كقضايا الإلحاد والشذوذ .	يحرص على عدم التعرض للقضايا التي تثير البلبلة والتخبط في المجتمع .
٨) في المحددات الإجتماعية للمقدم	يراعى مشاعر المشاهدين بتجنب عرض ما يزيد من آلامهم .	يقدم ما يراعى مشاعر المشاهدين بتجنب عرض ما يزيد من آلامهم أو يسبب ضرا نفسيا لهم .

ويتضح من الجدول السابق قيام الباحثة بمراعاة كافة التعديلات التي قام بها السادة المحكمين على إستمارة المحددات المعرفية والنفسية والإجتماعية وعلى كل مفردة فى كل بند من بنود الاستمارة حتى أصبحت فى صورتها النهائية .

(٢) الإتساق الداخلى :-

لحساب الاتساق الداخلى للمحددات (المعرفية - النفسية - الاجتماعية) قامت الباحثة بتطبيقة على ٦٢ حلقة من حلقات برنامجى من ماسبيرو على القناة الاولى ويحدث فى مصر على قناة mbc مصر فى الفترة من يناير ٢٠١٧ حتى سبتمبر ٢٠١٧ ، وتم حساب صدق الإتساق الداخلى من خلال إرتباط درجه كل مفردة بالدرجة الكلية للبعد الذى تنتمى إليه عن طريق إستخدام معامل إرتباط بيرسون (Pearson) وقد جاءت جميع قيم معاملات الارتباط موجبة ودالة عند مستوي دلالة (٠.٠١) و(٠.٠٥) حيث تراوحت قيم معاملات إرتباط درجة كل مفردة بالدرجة الكلية للبعد الذى تنتمى إليه بين (٠.٧١٠) و (٠.٩٨٩) وجميع معاملات الإرتباط دالة عند (٠.٠١) مما يدل على وجود علاقته دالة بين درجه كل مفردة والدرجة الكلية للبعد الذى تنتمى إليه.

(٣) إجراءات الثبات :- (إعادة الإجراء أو إعادة التحليل)

وقد لجأت الباحثة لإختبار الثبات وذلك للتأكد من وجود درجة عالية من الإتساق عن طريق إجراء تحليل لمدة شهرين (أكتوبر / نوفمبر ٢٠١٦) للبرامج الحوارية عينه الدراسة (من ماسبيرو ، يحدث فى مصر) ، ثم قامت الباحثة بإعادة التحليل على نفس العينة بعد مرور شهر من إجراء التحليل الأول فتوصلت الى أن معامل ثبات إعادة التحليل تراوحت من(٨٤.٠) إلى (٦٣.٠) وهى نسبة عالية ومقبولة ودالة عند مستوى (٠.٠١) وهذا يدل على ثبات الوحدات والفئات المستخدمة فى إستمارة تحليل المضمون بما يعنى صلاحية الإستمارة للإستخدام فى التحليل والتطبيق.

نتائج الدراسة وتفسيرها :-

الفرض الأول :

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين القنوات الحكومية والخاصة في مستوى الإلتزام بالمحددات المعرفية .

جدول (3)

الفروق بين القنوات الحكومية والخاصة في مستوى الإلتزام بالمحددات المعرفية .

نوع المحددات	فئة التصنيف	ملكية القناة	عدد الحلقات	الانحراف المعياري	الدرجة الأقل	الدرجة العليا	المتوسط الحسابي	المتوسط الفرضي
المحددات المعرفية	للمعد	حكومية	32	6.23692	٩	٢٧	17.9375	18
		خاصة	30	6.95668	٩	٢٧	19.1333	١٨
	للمقدم	حكومية	32	12.79554	١٨	٥٤	33.6250	36
		خاصة	30	12.00713	١٨	٥٤	41.6333	٣٦
	للضيوف	حكومية	32	5.99521	٨	٢٤	15.1562	16
		خاصة	30	6.91791	٨	٢٤	13.9333	١٦

ويتضح من نتائج الجدول السابق وباستخدام المقارنه ما بين الدرجة العليا والمتوسط الحسابي والمتوسط الفرضي تبين أنه :-

- بالنسبة لمستوى إلتزام المعد بالمحددات المعرفية في القنوات الحكومية والخاصة تفوق المعد في البرامج الحوارية التي تقدمها القنوات الفضائية الخاصة في مستوى الإلتزام بالمحددات المعرفية حيث جاءت قيمة المتوسط الحسابي (19.1333) وهي قيمة أعلى من المتوسط الفرضي (18) ، في حين جاءت قيمة المتوسط الحسابي لمستوى إلتزام المعد بالمحددات المعرفية في البرامج الحوارية التي تعرضها القنوات الحكومية بقيمة (17.9375) وهي قيمة أقل من قيمة المتوسط الفرضي (18) ما يدل على أن البرامج الحوارية في القنوات الخاصة لديها قدر معقول من مستوى الإلتزام بالمحددات المعرفية في الإعداد للمضمون الذي يتم تقديمه في تناول القضايا المعروضة للمناقشة .

وترجع الباحثة ذلك إلى أن القنوات الخاصة تتمتع بوفرة من الإمكانيات المادية والبشرية والتي تعمل بحرفية فنية في اسلوب عرض وتقديم مضمون يتسم بالحدائثة والأهمية والتنوع وتوفر البيانات والمعلومات حول القضية وطرح الحلول والتوصيات لها وفي تقديم المعالجة الفنية العميقة للأحداث وفي إختيار ضيوف من الخبراء المتخصصين وفي اسلوب الإخراج مما يجعل لها الصدارة وما يجعلها قادرة على الإلتزام بمعايير تقديم مضمون معرفي يلقي القبول من جمهور المشاهدين وتتفق هذه النتيجة مع ما توصل إليه (عدلى رضا، ٢٠١٤) ، (رباب هاشم ، ٢٠١٢) ، (عادل عبد الغفار ، ٢٠٠٨) من تفوق القنوات الخاصة على القنوات الحكومية على مستوى الإلتزام بالمعايير والأسس المعرفية .

- بالنسبة لمستوى إلتزام المقدم بالمحددات المعرفية فى القنوات الحكومية والخاصة تفوق المقدم فى البرامج الحوارية التي تقدمها القنوات الفضائية الخاصة فى مستوى الإلتزام بالمحددات المعرفية حيث جاءت قيمة المتوسط الحسابى (33.6250) وهى قيمة أعلى من المتوسط الفرضى (36) ، فى حين جاءت قيمة المتوسط الحسابى لمستوى إلتزام المقدم بالمحددات المعرفية فى البرامج الحوارية التي تعرضها القنوات الحكومية بقيمة (41.6333) وهى قيمة أقل من قيمة المتوسط الفرضى (36) ما يدل على أن البرامج الحوارية فى القنوات الخاصة لديه قدر من مستوى الإلتزام بالمحددات المعرفية فى تقديم المضمون .

وترجع الباحثة ذلك أن البرنامج المقدم على القناة الخاصة يقوم بتقديمه مقدم واحد فقط على مستوى مرتفع من الثقافة التي تمكنه من تناول القضايا بعمق ويمتلك مهارات اتصال فعالة ومن المعايير المهنية والأخلاقية التي تجعله فى الصدارة ، وترجع الباحثة تراجع القناة الحكومية نظراً لأنه يقوم بتقديمه عدد من المذيعين والمذيعات وليس جميعهم بنفس الدرجة من الكفاءة المهنية وكاريزما القبول بالرغم من إجتهدهم الواضح ومحاولاتهم الجادة للإرتفاع بمستوى الحوار ولكن مع ذلك يختلف ايقاع التقديم فيما بينهم بإختلاف المهارات الإتصالية التي يمتلكها كل واحد منهم ومستوى الجرأة والحرية والقدرة على إدارة الحوار والتوازن فى طرح أبعاد القضية مع الضيوف بشكل جيد وتوزيع الوقت بالتوازن بين الضيوف، و تتفق بذلك مع نتائج Claire, S. (٢٠١١) الذى يؤكد أن البرامج الحوارية يزيد تأثيرها على الجمهور المستهدف تبعاً لثقافة القائم بالإتصال (المحاور) أكثر من إتمادها على قوة أو ضعف موضوع الحلقة (الرسالة) .

واتفقت هذه النتائج مع ماتوصلت إليه غادة مروان(٢٠١٦) رباب هاشم (٢٠١٢) اشرف جلال (٢٠٠٥) فى حين توصلت وسام نصر (٢٠١٣) وصابر سليمان (٢٠٠٥) وفقاً لآراء النخبة أن البرامج الحكومية لا تزال تعمل تحت عباءة النظام الحاكم وتحتاج الى ضرورة الإرتفاع بمستوى معايير الأمانة والدقة والمصادقية والتوازن والموضوعية حتى تستطيع مجاراة المنافسة مع القنوات الخاصة .

-بالنسبة لمستوى إلتزام الضيوف بالمحددات المعرفية فى القنوات الحكومية والخاصة فلم يختلف الضيوف فى مستوى الإلتزام بالمحددات المعرفية فى البرامج الحوارية التي تقدمها القنوات الفضائية الخاصة والحكومية حيث جاءت قيمة المتوسط الحسابى لكلا البرنامجين (15.1562) ، (13.9333) وهى قيم أقل من قيمة المتوسط الفرضى (16) ما يدل على ' إلتزام ضيوف البرامج الحكومية بمراعاة الإلتزام بالمحددات المعرفية إلى حد ما وتفسر الباحثة ذلك حيث تفوقت القناة الحكومية فى عنصر ملائمة الضيوف للقضايا التي تم طرحها بالبرنامج فاهتمت بإستضافة شخصيات أكثر إرتباطاً بموضوع القضية فى الوقت التي اهتمت فيه القناة الخاصة بالتحدث مع الضيوف عبر الإتصالات الهاتفية والتي تفرض طبيعتها الإقتصار فى الحديث وعدم إستيفاء كافة التفاصيل عن الموضوع المطروحة للنقاش وأيضاً قيامها بإستضافة الضيوف من مشاهير الصحفيين والإعلاميين بإعتبارهم من النخبة المثقة فى المجتمع ذات التأثير الأكبر فى جذب المشاهدين لها والتحدث معهم دون تقديم حلول واقعية

موضوعية لحل المشكلات التي يتم تناولها واتفقت في ذلك مع ما توصلت اليه (عادة مروان، ٢٠١٦) . وبالتالي ثبت صحة الفرض الأول بأنه توجد فروق بين القنوات الحكومية والخاصة في مستوى الالتزام بالمحددات المعرفية .
الفرض الثاني :-

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين القنوات الحكومية والخاصة في مستوى الالتزام بالمحددات النفسية.

جدول (4)

الفروق بين القنوات الحكومية والخاصة في مستوى الالتزام بالمحددات النفسية .

نوع المحددات	فئة التصنيف	ملكية القناة	عدد الحلقات	الانحراف المعياري	الدرجة الأقل	الدرجة العليا	المتوسط الحسابي	المتوسط الفرضي
المحددات النفسية	للمعد	حكومية	32	4.62810	٧	٢١	13.2500	14
		خاصة	30	5.12028	٧	٢١	14.7000	١٤
	للمقدم	حكومية	32	39557.7	١١	٣٣	.062552	22
		خاصة	30	81307.7	١١	٣٣	.466732	٢٢
	للضيوف	حكومية	32	4.34210	٦	١٨	11.2812	12
		خاصة	30	5.19073	٦	١٨	9.7667	١٢

ويتضح من نتائج الجدول السابق وباستخدام المقارنه ما بين الدرجة العليا والمتوسط الحسابي والمتوسط الفرضي تبين أنه :-

- بالنسبة لمستوى التزام المُعد بالمحددات النفسية في القنوات الحكومية والخاصة فلم يختلف المُعد في مستوى الإلتزام بالمحددات النفسية في البرامج الحوارية التي تقدمها القنوات الفضائية الخاصة والحكومية حيث جاءت قيمة المتوسط الحسابي لمستوى التزام المُعد بالمحددات النفسية في البرامج الحوارية التي تعرضها القنوات الحكومية بقيمة (13.2500) وهى قيمة أقل من المتوسط الفرضي (14) ، وجاءت قيمة المتوسط الحسابي لمستوى إلتزام المُعد بالمحددات النفسية في البرامج الحوارية التي تعرضها القنوات الخاصة بقيمة (14.7000) وهى قيمة تساوى تقريبا قيمة المتوسط الفرضي (14) ما يدل على أن البرامج الحوارية في القنوات الحكومية والخاصة لم يكن لديهم القدر الكافي من مستوى الإلتزام بالمحددات النفسية في الإعداد للمضمون الذى يتم تقديمه في تناول القضايا المعروضة للمناقشة
- وتفسر الباحثة ذلك بأن الإعداد في القنوات الخاصة أكثر ما يحرص عليه هو الحصول على نسب مشاهدة مرتفعة حتى يستطيع جذب أكبر عدد من المعلنين مما يمثل عائد إقتصادي ومادى ضخم دون الإهتمام بمراعاة المعايير والأسس النفسية وتأثيرها لما يتم تقديمه في الوقت الذى يبحث فيه الإعداد في القنوات الحكومية عن مضمون يفيد المشاهدين ويخفف عنهم أعباء الحياة بالحديث عن مشكلاتهم وواقعهم ، وعلى الرغم من ذلك توصلت

غادة مروان، 2016) إلى تساوى القنوات الحكومية والخاصة فى المسئولية المهنية والأخلاقية من حيث تحرى التدقيق فى المعلومات التى يتم تقديمها وردها الى مصادرها الأصلية من قبل الإعداد .

- بالنسبة لمستوى إلتزام المقدم بالمحددات النفسية فى القنوات الحكومية والخاصة تفوق المقدم فى البرامج الحوارية التى تقدمها القنوات الفضائية الحكوميه فى مستوى الإلتزام بالمحددات النفسية حيث جاءت قيمة المتوسط الحسابى لمستوى إلتزام المقدم بالمحددات النفسية فى البرامج الحوارية التى تعرضها القنوات الحكومية بقيمة (0625.25) وهى قيمة أعلى من المتوسط الفرضى (22) ، فى حين جاءت قيمة المتوسط الحسابى لمستوى التزم المقدم بالمحددات النفسية فى البرامج الحوارية التى تعرضها القنوات الخاصة بقيمة (4667.23) وهى قيمة أعلى أيضا من قيمة المتوسط الفرضى (22) ما يدل على أن البرامج الحوارية التى تقدمها القنوات الفضائية الحكومية والخاصة لديهم قدر معقول من مستوى الإلتزام بالمحددات النفسية فى تقديم المضمون .

- وتفسر الباحثة ذلك بما لاحظته من التحليل بأنه تظل القنوات الحكومية هى الأكثر إلتزاما بالمعايير المهنية والأخلاقية نظراً لإبتعادها عن أى جوانب ربحيه فهى تستهدف الصالح العام للمجتمع فى المقام الأول وليس ما تستهدفه القنوات الخاصة من تحقيق نسب ربحية مرتفعه وهذا ما أكده (محمد المرسى ٢٠١٨) أنه على الرغم من ضعف وقلة المشاهدات التى تحصل عليها البرامج الحوارية فى التلفزيون المصرى إلا أنه لا تزال هى الأكثر إلتزاما بالمهنية والاخلاقيات فى ظل فقدانها من قبل أغلب البرامج الخاصة ، وأيضا ما توصلت إليه (رباب عبد الرحمن هاشم ، ٢٠١٢) بوجود علاقة بين ملكية القناة ودرجة المسئولية الأخلاقية فى إدارة الحوارات بين مقدمى هذه البرامج وضيوفهم وذلك لصالح البرنامج الحكومى على حساب البرنامج الخاص ، وهو ما يؤكده House, K. C. (٢٠١١) والذى توصل إلى أن البرامج تستقطب أعلى نسب المشاهدة فى حالة إلتزامها بالمعايير المهنية والاخلاقية .

- بالنسبة لمستوى إلتزام الضيوف بالمحددات النفسية فى القنوات الحكومية والخاصة فلم يختلف الضيوف فى البرامج الحوارية التى تقدمها القنوات الفضائية الحكومية والخاصة فى مستوى الإلتزام بالمحددات النفسية حيث جاءت قيمة المتوسط الحسابى لمستوى إلتزام المقدم بالمحددات النفسية فى البرامج الحوارية التى تعرضها القنوات الحكومية والخاصة على التوالى بقيمة (11.2812) ، (9.7667) وهى قيم أقل من قيمة المتوسط الفرضى (12) ما يدل على أن البرامج الحوارية التى تقدمها القنوات الفضائية الخاصة والحكومية لم يلتزم فيها الضيوف بمراعاة المحددات النفسية فى مناقشة وتناول القضايا التى يتم عرضها فى البرامج

- وهذا يعنى التأكيد على أهمية وجود مهارات التواصل لدى الضيف حيث قد يتوافر لدى الضيف الخبرة والتخصص ولكن عدم إجادته لهذه المهارات يجعله غير قادر على الوصول للجماهير المستهدفة والتأثير فيهم ، مما يوجب ضرورة البحث عن وجوه جديده والبعده عن

التكرار الذى يسبب الملل والاستعانة بالخبراء المتخصصين فى تناول القضايا وتتنفق مع دراسة Claire, S. (2011) فى أنه كلما تم اختيار الضيوف بعناية زاد ذلك من فرصة نجاح برامج التوك شو ، مع ضرورة إلتزام الضيوف بأداب وأخلاقيات الحوار الإعلامى حتى يستطيع التأثير النفسى بشكل إيجابى على جمهور المشاهدين وهذا ما توصلت إليه (غاده مروان ، ٢٠١٦) ، وفى الوقت الذى قد تحرص فيه القناة الخاصة على كسر جدية القضايا المطروحة وذلك بإستضافة بعض الفنانين والمطربين كنوع من التغيير ، تظل القناة الحكومية نمطية على نفس وتيرة البرنامج من إستضافة ضيوف الجادين مما يعطى انطباع بالملل والرتابه بعض الشئ الأمر الذى أصاب الناس بحالة من التشبع الكلامى ونتيجة لذلك فنحن بحاجة إلى ضرورة إلتزام البرامج الحوارية الحكومية والخاصة بالمعايير النفسية التى تعد أساسا جوهريا لنجاح البرنامج وكلما كان هناك إلتزام بها توفرت الثقة والمصداقية وعوامل نجاح البرنامج.

وبالتالى ثبت صحة الفرض الثانى بأنه توجد فروق بين القنوات الحكومية والخاصة فى مستوى الإلتزام بالمحددات النفسية .
الفرض الثالث :-

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين القنوات الحكومية والخاصة فى مستوى الإلتزام بالمحددات الإجتماعية.

جدول (5)

الفروق بين القنوات الحكومية والخاصة فى مستوى الإلتزام بالمحددات الإجتماعية

نوع المحددات	فئة التصنيف	ملكية القناة	عدد الحلقات	الانحراف المعياري	الدرجة الأقل	الدرجة العليا	المتوسط الحسابي	المتوسط الفرضي
المحددات الإجتماعية	للمعد	حكومية	32	4.81555	٦	١٨	11.8125	12
		خاصة	30	4.70571	٦	١٨	12.8333	١٢
	للمقدم	حكومية	32	.915005	٩	٢٧	.187532	18
		خاصة	30	.487814	٩	٢٧	.233322	١٨
	للضيوف	حكومية	32	4.79541	٦	١٨	13.1875	12
		خاصة	30	4.48292	٦	١٨	12.2000	١٢

ويتضح من نتائج الجدول السابق وباستخدام المقارنه ما بين الدرجة العليا والمتوسط الحسابى والمتوسط الفرضى تبين أنه :-

- بالنسبة لمستوى إلتزام المعد بالمحددات الإجتماعية فى القنوات الحكومية والخاصة لم يختلف المعد فى البرامج الحوارية التى تقدمها القنوات الفضائية الحكومية والخاصة حيث جاءت قيمة المتوسط الحسابى لمستوى إلتزام المعد بالمحددات الإجتماعية فى البرامج الحوارية التى تعرضها القنوات الحكومية بقيمة (11.8125) وهى قيمة أقل من المتوسط الفرضى (12) ، وجاءت قيمة المتوسط الحسابى لمستوى التزم المعد بالمحددات الإجتماعية فى البرامج

الحوارية التي تعرضها القنوات الخاصة بقيمة (12.8333) وهى قيمة تساوى تقريبا قيمة المتوسط الفرضى (12) ما يدل على أن البرامج الحوارية في القنوات الحكومية والخاصة لم يلتزما بالقدر الكافى بالمحددات الإجتماعية فى الإعداد للمضمون الذى يتم تقديمه فى تناول القضايا المعروضة للمناقشة .

- وتفسر الباحثة ذلك فيما توصلت إليه أميرة سمير (٢٠٠٨) ، سارة عبد اللطيف (٢٠١١) أن القنوات الخاصة تراعى حدود المسؤولية الإجتماعية أحيانا ولكنها أحيانا أخرى تحاول توسيع قاعدتها الجماهيرية على حساب مبادئ المسؤولية الإجتماعية ولكنها الأكثر إتزاما من القنوات الحكومية ، وعلى الرغم من ذلك إفتقرت القنوات الحكومية والخاصة إلى تحديد أولويات القضايا المجتمعية التى ينبغى أن تطرح للمناقشة والحوار وأيضا إفتقرت الى معرفة أولويات الجمهور بإستطلاع آرائهم حول ما يهمهم ، وهذا ما أكدته (وسام نصر، ٢٠١٣) أن حوالى ١٨٪ من النخبة يؤكدون على ضرورة إستطلاع آراء المشاهدين وإعداد إستقصاءات حقيقية عن آراء المشاهدين فى البرامج الحوارية فالإستماع لآرائهم تضمن تواجد البرامج وتنافسها على الساحة الإعلامية.

وتفقد القنوات الخاصة جزء من مسؤولياتها وأخلاقياتها فى السعى نحو تحقيق نسب مشاهدة مرتفعة لتحقيق الريج فتوصل صابر سليمان (٢٠٠٥) إلى أن من عيوب القنوات الخاصة هو غياب الحرية والديمقراطية ، النفاق السياسى ، عدم تحمل مسؤوليتها الوطنية ، إفتقاد المصداقية ، البعد عن الموضوعية ، عدم إتباع آداب الحوار وهو ما أكدته أيضا هويدا مصطفى (٢٠٠٣) أن حوالى ٥٠٪ من المبحوثين من النخبة المصرية أقرت عدم حرص وسائل الاعلام على الإلتزام الدائم بعناصر المصداقية لعدم توافر عناصر الشمول والدقة فى تغطية الأحداث ، لذلك تمثلت أهم الضوابط الأخلاقية التى ينبغى وضعها حيز الاهتمام والتنفيذ من قبل القنوات الحكومية والخاصة فى مراعاة قيم المجتمع واخلاقيات ، إحترام عقلية المشاهدين فى متابعة الأحداث ، والوعى بمتغيرات العصر وادواته والصدق فى نقل الاحداث والموضوعية .

- بالنسبة لمستوى إلتزام المقدم بالمحددات الإجتماعية فى القنوات الحكومية والخاصة تفوق المقدم فى البرامج الحوارية التى تقدمها القنوات الفضائية الحكومية والخاصة حيث جاءت قيمة المتوسط الحسابى لمستوى التزام المقدم بالمحددات الإجتماعية فى البرامج الحوارية التى تعرضها القنوات الحكومية والخاصة على التوالى بقيمة (1875.23) ، (2333.22) وهى قيم أعلى من قيمة المتوسط الفرضى (18) ، ما يدل على مراعاة مقدمى البرامج الحوارية فى القنوات الحكومية والخاصة بالإلتزام بالقدر المناسب من المحددات الإجتماعية فى تقديم المضمون.

- وتفسر الباحثة ذلك فى حرص القنوات الحكومية فى المقام الأول على المشاهد دون التفرقة بين الجنس او العقيدة فى محاولة منها لتعديل وتغيير سلوكيات ومعتقدات قد تكون غير لائقة بالمجتمع او فى توصيل أصواتهم للمسؤولين ومحاولة منها ان تكون همزة الوصل بين المواطنين وحكوماتهم ، فى حين عدم إهتمام القنوات الخاصة بتلك الامور ، الأمر الذى يدعو

الى وضع استراتيجية إعلامية موحدة خاصة بالبرامج الحوارية يلتزم بها كل من يعمل فى هذه البرامج بالمعايير والقيم المهنية وذلك بتفعيل الضمير المهني والمصادقية والموضوعية والدقة والتوازن والبعد عن الإثارة والالتزام بأخلاقيات وآداب العمل الاعلامى ويكون ذلك بمثابة دستور أخلاقى للإعلاميين ، فدعت (وسام نصر، ٢٠١٣) لتفعيل مبدأ المحاسبة والمساءلة بحيث يتم تفعيله لكل من يتجاوز نصوص موثيق الشرف الإعلامى والضمير المهني وإتخاذ إجراءات رادعة كالإيقاف والحرمان من مزاولة المهنة والغرامات المالية الكبيرة وفى مقابل ذلك تكريم المتميزين من الإعلاميين الملتزمين واتفقت ذلك مع نتائج صابر سليمان (٢٠٠٥) بضرورة إنذار القنوات المخالفة وفرض غرامات مالية وتطبيقها للموآثيق الأخلاقية والمهنية.

- بالنسبة لمستوى إلتزام الضيوف بالمحددات الإجتماعية فى القنوات الحكومية والخاصة فكان التفوق تفوق للضيوف فى البرامج الحوارية التي تقدمها القنوات الفضائية الحكومية حيث جاءت قيمة المتوسط الحسابى لمستوى إلتزام الضيوف بالمحددات الإجتماعية فى البرامج الحوارية التي تعرضها القنوات الحكومية بقيمة (1875.13) وهى قيمه أعلى من قيمة المتوسط الفرضى (12)، وجاءت قيمة المتوسط الحسابى لمستوى إلتزام الضيوف بالمحددات الإجتماعية فى البرامج الحوارية التي تعرضها القنوات الخاصة (2000.12) وهى قيمه تساوى تقريبا قيمة المتوسط الفرضى (12) ما يدل على مراعاة ضيوف البرامج الحوارية فى القنوات الحكومية للإلتزام بالمحددات الإجتماعية فى مناقشة وتناول القضايا التي يتم عرضها فى البرامج

- وتفسر ذلك فى قيام القنوات الحكومية بالإستعانة بذوى الخبرة من المتخصصين من يقومون بمحاولة الإعلاء من مصالح المجتمع على حساب المصالح الشخصية والدعوة الدائمة فى المشاركة المجتمعية لحل المشكلات ، وهذا ما توصلت اليه وسام نصر (٢٠١٣) فمن وجهة نظر النخبة الممارسة والاكاديمية تفوقت البرامج الحكومية فى أنها تستعين بضيوف مختلفين ، وتعطى فرص متساوية لهم للتحدث ، وتعرض جوانب القضية المختلفة وتتعدد الاتجاهات الفكرية بها وتتيح حق الرد .

وبالتالى ثبت صحة الفرض الثالث بأنه توجد فروق بين القنوات الحكومية والخاصة فى

مستوى الإلتزام بالمحددات الإجتماعية.

الفرض الرابع :-

توجد فروق ذات دلالة احصائية بين القنوات الحكومية والخاصة فى المحددات المعرفية والنفسية والاجتماعية بالنسبة لفئات التصنيف (المعد / المقدم / الضيف) .

جدول(6)

قيمة "ت" للفرق بين متوسطات درجات القناة(حكومية / خاصة) فى المحددات (المعرفية / النفسية / الاجتماعية) بالنسبة لفئات التصنيف (المعد / المقدم / الضيف)

نوع المحددات	فئة التصنيف	ملكية القناة	عدد الحلقات	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة "ت"	مستوى الدلالة
المحددات المعرفية	للمعد	حكومية	32	17.9375	6.23692	.714	غير دالة
		خاصة	30	19.1333	6.95668		
	للمقدم	حكومية	32	33.6250	12.79554	2.537	.01
		خاصة	30	41.6333	12.00713		
	لضيف	حكومية	32	15.1562	5.99521	.745	غير دالة
		خاصة	30	13.9333	6.91791		
المحددات النفسية	للمعد	حكومية	32	13.2500	4.62810	1.171	غير دالة
		خاصة	30	14.7000	5.12028		
	للمقدم	حكومية	32	.062552	39557.7	1.224	غير دالة
		خاصة	30	.466732	81307.7		
	لضيف	حكومية	32	11.2812	4.34210	1.249	غير دالة
		خاصة	30	9.7667	5.19073		
المحددات الاجتماعية	للمعد	حكومية	32	11.8125	4.81555	.843	غير دالة
		خاصة	30	12.8333	4.70571		
	للمقدم	حكومية	32	.187532	.915005	.791	غير دالة
		خاصة	30	.233322	.487814		
	لضيف	حكومية	32	13.1875	4.79541	.836	غير دالة
		خاصة	30	12.2000	4.48292		

ومن الجدول السابق تبين أنه :-

- بالنسبة لمستوى إلتزام البرامج الحوارية التى تقدم بالقنوات الفضائية الحكومية والخاصة بالمحددات المعرفية والنفسية والاجتماعية فتبين وجود فروق بين متوسطات درجات المحددات المعرفية للمقدم بالبرامج الحوارية بالقنوات الحكومية و الخاصة حيث جاءت قيمة (ت) لمستوى إلتزام المقدم بالمحددات المعرفية (ت = 2.537) وهى بذلك دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (٠.٠١) لصالح (المتوسط الأعلى = 41.6333) والخاص بالمحددات المعرفية

- للمقدم فى القنوات الخاصة ، وهذا يعنى أن المقدم بالبرامج الحوارية الخاصة يتمتع بالإلتزام بمستوى مرتفع من المحددات المعرفية عن المقدم بالبرامج الحوارية الحكومية .
- وترجع الباحثة ذلك إلى توفر الإمكانيات المادية والبشرية التى تساعده فى الإرتقاء بمستواه المعرفى فى القنوات الخاصة ففريق الإعداد يبحث عن المعلومة من أكثر من مصدر تجعل مقدم البرنامج لدية وفرة من المعلومات عن الموضوعات التى يتم التحدث عنها وهذا ما توصل إليه عادل عبد الغفار (٢٠٠٨) ، (٢٠٠٥) ، (٢٠٠٣) فى تفوق مهارات الإحتراف الإعلامى للمقدم فى القنوات الخاصة ، وما توصلت إليه رباب هاشم (٢٠١٢) من تفوق مقدم البرنامج الخاص فيما يتصل بعمق المعالجة الإعلامية التى يقدمها فى تناول القضايا .
- بالنسبة لمستوى إلتزام البرامج الحوارية التى تقدم بالقنوات الفضائية الحكومية والخاصة بالمحددات المعرفية والنفسية والاجتماعية فتبين عدم وجود فروق دالة إحصائياً بين متوسطات درجات المحددات المعرفية للمعد والضيوف بالبرامج الحوارية الحكومية والخاصة حيث جاءت قيم (ت) غير داله إحصائياً ، وأيضاً عدم وجود فروق دالة إحصائياً بين متوسطات درجات المحددات النفسية والاجتماعية بالبرامج الحوارية بالقنوات الحكومية والخاصة فيما يتعلق بفئات التصنيف (المعد / المقدم / الضيف) حيث جاءت جميع قيم (ت) غير دالة إحصائياً .
- وهذا يعنى أنه لم يختلف مستوى إلتزام فريق الإعداد والضيوف فى البرامج الحوارية بالقنوات الحكومية عن الإعداد والضيوف للبرامج الحوارية فى القنوات الخاصة.

المراجع

١. أشرف جلال (٢٠٠٥). العلاقة بين ملكية وسائل الاعلام وطبيعة ومستوى الحرية فى القنوات المصرية الحكومية والخاصة دراسة مقارنة لبرامج الراي فى القنواتين (الاولى والثانية مقارنة بدريم والمحور). **المؤتمر العلمي السنوي الحادي عشر مستقبل وسائل الاعلام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٣٩٧ - ٤٤٩ .
٢. أميرة سمير (٢٠٠٨). "التأثيرات السياسية للقنوات الفضائية المصرية والعربية الخاصة فى إطار المسؤولية الاجتماعية". **المؤتمر العلمي الدولي الرابع عشر (الاعلام بين الحرية والمسؤولية)**، الجزء الأول، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ١٣٣ - ١٤١ .
٣. إبراهيم العقباوى (٢٠٠٥). أخلاقيات الإعلام والفضائيات العربية: الفضائيات العربية ومتغيرات العصر. **المؤتمر الاول للأكاديمية الدولية لعلوم الاعلام**، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ٦٢١ - ٦٤٦ .
٤. إبراهيم بعزیز (٢٠١٥). **التضليل الإعلامي كيف يقوم الاعلام بتسطيح ثقافة الجماهير وتغييب الوعي** "دراسة نقدية تحليلية لواقع الاعلام المعاصر". القاهرة: دار الكتاب الحديث.
٥. إنجى القاضي (٢٠١١). **انتقادات لأدعاء الاعلام المصري الحكومي والخاص بعد الثورة** "بعضة تحول الى منابر للتحريض وتصفية الحسابات".
٦. جيهان البيطار (١٩٩٧). أخلاقيات الاعلان ومدى تطبيقها فى الواقع الممارسة الاعلانية فى مصر. رسالة ماجستير، كلية الاعلام، جامعة القاهرة.

٧. جيهان رشتي (٢٠٠٠). **الاعلام وقضايا المجتمع**. كلية الاعلام، جامعة القاهرة، ١٤.
٨. جيهان سيد يحيى (٢٠١٣). **اتجاهات الجمهور المصري نحو أداء البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية خلال أزمة الدستور. المؤتمر العلمي الدولي الأول المهنية الإعلامية والتحول الديمقراطي، كلية الاعلام، جامعة الأزهر**.
٩. حازم أنور البنا (٢٠٠٨). **أخلاقيات الاعلام في الفضائيات العربية الخاصة كما يراها الجمهور المصري. المؤتمر العلمي السنوي الرابع عشر الاعلام بين الحرية والمسؤولية، كلية الاعلام، جامعة القاهرة ١٨٣ - ٢٧٥**.
١٠. حسن عماد مكاي (١٩٩٤). **أخلاقيات الإعلام** دراسة مقارنة". القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ١٦٧.
١١. رباب عبد الرحمن هاشم (٢٠١٢). **أبعاد المسؤولية المهنية والأخلاقية لبرامج الحوار التلفزيونية بالقنوات الحكومية والخاصة في تغطية الانتخابات الرئاسية المصرية ٢٠١٢. المجلة المصرية لبحوث الاعلام، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، (٤٢).**
١٢. سارة عبد اللطيف عبد الحليم (٢٠١٢). **المسؤولية الاجتماعية للقنوات الفضائية المصرية الحكومية والخاصة كما تراها النخبة دراسة تحليلية وميدانية. رسالة ماجستير، كلية الاعلام، جامعة القاهرة ٨٣.**
١٣. شريف درويش اللبان (٢٠١٤). **البحث عن الاخلاق في زمن الانفلات: قراءة موضوعية في ميثاق الشرف الإعلامي، المركز العربي للبحوث والدراسات، متاح على <http://www.acerseg.org>**
١٤. صابر سليمان (٢٠٠٥). **الضوابط الاخلاقية والقانونية الازمة لعمل القنوات العربية الخاصة رؤية مستقبلية. المؤتمر العلمي السنوي الحادي عشر (مستقبل وسائل الاعلام العربية)، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، الجزء الأول، ١٨٧ - ٢٤٧.**
١٥. عادل عبد الغفار (٢٠٠٨). **ديمقراطية الاعلام كما تعكسها البرامج الحوارية الجماهيرية المقدمة بالقنوات التلفزيونية المصرية الحكومية والخاصة. المؤتمر العلمي الرابع للأكاديمية الدولية الهندسية وعلوم الاتصال "وسائل الاعلام الجديدة وأفاق المستقبل"، ٢٠ - ٢١ مايو.**
١٦. عدلي سيد محمد رضا (٢٠١٤). **أنماط ملكية وسائل الإعلام وعلاقتها بالممارسة المهنية. المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة (٤٨).**
١٧. على عبد الله (٢٠١١). **نظرية المسؤولية الاجتماعية الاعلامية، متاح على <http://www.regionalcsr.com>.**
١٨. غادة مروان محمود (٢٠١٦). **معالجة القضايا المحلية في برامج الحوار الجماهيرية في القنوات التلفزيونية المصرية الحكومية والخاصة. رسالة ماجستير، كلية الاعلام، جامعة القاهرة.**
١٩. محرز غالى (٢٠٠٨). **اتجاهات النخبة الصحفية المصرية نحو مستقبل صناعة الصحافة في مصر خلال العقد القادم ٢٠٠٤ / ٢٠١٤. رسالة دكتوراه، كلية الاعلام، جامعة القاهرة.**
٢٠. محمد السيد (٢٠١٧). **نشر مشروع ميثاق الشرف الإعلامي المعد من المجلس الأعلى للإعلام متاح على <http://www.regionalcsr.com>.**
٢١. محمد المرسي (٢٠١٨). **مقال بجريدة المصريون بقلم حنان حمدتو، العدد ٨٦٨، بتاريخ ٢٤/٢/٢٠١٨.**

٢٢. محمد الحضيف(٢٠٠٦). **الإعلام الإسلامي: الممارسة .. بين النظرية والواقع**، متاح على <http://faculty.yu.edu.jo/mohammed.t>
٢٣. محمود مصطفى الجمل (٢٠١٤). **العوامل المؤثرة على ترتيب اولويات قضايا القائم بالاتصال في البرامج الحوارية وعلاقتها باتجاهات الشباب الجامعي نحوها. رسالة دكتوراه**، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، ٢٧٠.
٢٤. هويدا مصطفى (٢٠٠٣) . **مصادقية وسائل الإعلام كما تراها النخبة في مصر دراسة حالة للتغطية الإعلامية للحرب على العراق ، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام* ، كلية الإعلام، جامعة القاهرة (٢١) أكتوبر-ديسمبر ١- ٧٣ .**
٢٥. وسام نصر(٢٠١٣). **رؤية مستقبلية لتطوير برامج الحوار الجماهيرية المقدمة بالقنوات التلفزيونية المصرية الحكومية والخاصة بعد ثورة ٢٥ يناير. *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، (١١)٣.**
٢٦. ياسمين سعيد محمد (٢٠١٥). **علاقة الصفوة المصرية بالبرامج الحوارية التلفزيونية. رسالة دكتوراه**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
27. Charles,W.(2002) The impact of ethnic factors on commercial advertising, *journal of business ethics*,(19).
28. Claire, S. (2011) The technology /environment interface tv talk show is the time appropriate for one today? M.A., Southern Methodist University, Available at : www. Proquest .com.
29. Coulson, David c., and Lacy, Stephen : (1996)." Journalists Perceptions of How news paper and Broadcast News Affects News paper Content. "*Journalism & Mass communication quarterly*" - Summer.
30. Edy, J. A., & Snidow, S. M. (2011). Making news necessary: How journalism resists alternative media's challenge. *Journal of Communication*, 61(5), 816-834.
31. Henninghan, John, (1997). "the Journalist's personality: an exploratory study," *Journalism & mass communication & Quarterly*, 3 (74), a autumn, 615.
32. House, K. C. (2011). "*The View*" from the Oval Office: The audience effects of presidential appearances on entertainment talk shows. Georgetown University, available at :proquest .com.
33. Mc ,Quail, D., (1992). Media performance. Mass communication (England : sage Publication, , 330-333.

34. Owens-Ibie, N. (1994). Press responsibility and public opinion in political transition. *Africa Media Review*, 8(1), 69-80.
35. Syvertsen, T. (1997). Paradise lost the privatization of Scandinavian broadcasting. *Journal of Communication*, 47 (1), 120-127.

The Cognitive, Psychological and Social Determinants of Talk Shows on Egyptian Satellite Channels.

Abstract

The current research aimed to identify the vision of experts and academics towards the cognitive, psychological and social determinants that should govern the talk shows provided by Egyptian governmental and private channels.

Twenty five (25) experts and academics were surveyed, in order to determine the bases and criteria that should govern the applicant, the Prepared and the guests in the talk shows. This is done by interviewing experts and academics with experience and contacts from the faculties of education and media and professionals in the media and educational sectors The contents of the educational issues were identified by analyzing the views of the educational parties (students, teachers, parents, mentors, school principals) on the most important educational issues that they wish to present with interest in the talk shows offered by government and private satellite channels So as to apply the determinants form on it .

The programs of "Maspero" on Channel 1 and " Yahdous Fe Misr" on MBC Egypt channel were selected to undergo for analysing After a survey of the educational parties About the most talk shows that they prefer to see in government and private channels.

In the forefront of the cognitive determinants agreed upon by the experts was the need to prepare the issues addressed So as to be modern and current and supports the evidence And avoid the repetition of content And to balance the presentation of topics for discussion and the selection of guests from experts and specialists, In the introduction of the psychological determinants The presentation of positive topics that support optimism and hope in the future and not only to show the negative aspects only Providing content consistent with the wishes and needs of viewers And to provide an opportunity for the public to express their views freely While at the forefront of social determinants set priorities for community issues Which is presented for discussion and dialogue Providing

content that supports the defence of the general interests of society And to balance the freedom of the media and the interest of society .

The results revealed significant differences between the governmental and private channels in the level of commitment to cognitive determinants Where the superiority of the presenter in the talk shows provided by private satellite channels in the level of commitment to cognitive determinants and this indicates that the programs of dialogue in the private channels are keen to apply ethical and professional principles in the preparation and submission of the content that is addressed and discussed in the programs, The study also showed that there are statistically significant differences between the governmental and private channels in the level of commitment to psychological and social determinants, where the superior in the talk shows provided by government and private satellite channels in the level of commitment to the psychological and social determinants indicate that the talk shows provided by government and private satellite channels have the fate Adequate commitment to the principles and standards that must be provided to society.

The study also found that the guests excel in the talk shows offered by the government satellite channels on the talk shows provided by private satellite channels. This indicates that the guests of the dialogue programs in the governmental channels are committed to meeting the social determinants in discussing and addressing the issues that are presented.

While the program Preparing did not differ in the psychological and social determinants between the dialogue programs in the governmental and private channels. Also, the guests did not differ in the cognitive and psychological determinants between the talk shows in the governmental and private channels.