

المعايير الأخلاقية للبرامج الحوارية التلفزيونية في معالجة القضايا المجتمعية :
المعايير الأخلاقية للبرامج الحوارية التلفزيونية في معالجة القضايا المجتمعية :
دراسة مقارنة بين القنوات الحكومية والخاصة في المملكة الأردنية الهاشمية.

د. ماريان إيليا زكي تادرس

دكتوراه في الإعلام قسم الإذاعة والتلفزيون - جامعة القاهرة

استاذ مساعد بقسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الاعلام جامعة سيناء بمصر سابقا

ملخص البحث :

أصبحت البرامج الحوارية اليومية جزءا أساسيا من طقوس الحياة اليومية لكثير من المشاهدين كأحد المضامين التي تستخدم لإعلام الجمهور وتوعيته بكل ما هو جديد عن تفاصيل حياتهم اليومية ومن خلال ما تقدمه من أخبار وتقارير وحوارات للإحاطة بما يدور من مجريات الأحداث في المجتمع. وفي ظل التحديات المهنية والأخلاقية التي تواجه القائمين على إنتاج البرامج الحوارية في التلفزيون، نتيجة ما تفرضه تكنولوجيا العصر وتعدد القنوات الفضائية من ضرورة توفير المعلومات للمشاهد واستقطابه بدلا من بحثه عن قنوات بديلة، ينعكس الأداء المهني للقائم بالإتصال على محتوى البرامج الحوارية المقدمة في التلفزيون. ومن هنا سعت الدراسة الحالية إلى معرفة المعايير الأخلاقية للبرامج الحوارية التلفزيونية اليومية في معالجة القضايا المجتمعية من خلال تحليل مضمون البرامج الحوارية المقدمة في القنوات الحكومية والخاصة. وأشارت النتائج إلى ظهور القضايا السياسية في مقدمة اهتمامات البرامج الحوارية بنسبة 50% من القضايا المطروحة، كما اهتمت البرامج الحوارية عينة الدراسة بالجانب العقلاني في طرح القضايا والموضوعات بنسبة 74.12%، وأوصت الدراسة بضروره تحقيق التوازن والدقة والموضوعية في طرح وجهات النظر والآراء لضيوف البرامج الحوارية.

الكلمات الدالة : البرامج الحوارية، المسؤولية الإجتماعية، المعايير الأخلاقية، القضايا المجتمعية

المقدمة :

شهد الإعلام العربي تطورا ملحوظا خلال الأعوام الماضية، نتيجة التحولات السياسية التي مرت بها المنطقة العربية مما دفع عددا كبيرا من المحطات التلفزيونية العربية إلى التنافس في جمع المعلومات ونقل الأخبار وتحليلها وفقا لرؤيتها وسياستها التحريرية، ونتيجة لدخول القطاع الخاص مجال الإعلام وتوجيه الإستثمارات نحو إنشاء قنوات فضائية، أصبح هناك تزاوما شديدا في كم المواد المعروضة وراح المشاهد يتخبط بين قناة وأخرى بحثا عن الحقيقة،

وهذا بدوره يلقي على القنوات الفضائية العربية تحديا جديدا يجعلها في منافسة حادة للحفاظ على هويتها العربية واستمرار بقائها ووجودها في عقل وقلب المشاهد بدلا من تحوله إلى قنوات وافدة موجهة باللغة العربية قد تنتشر فكر مضاد لأمن واستقرار المجتمع . ومن هنا يتحمل الإعلام العربي بشكل عام والإعلام الأردني بشكل خاص عبئا جديدا يتطلب عليهما الصمود والمنافسة والتواجد على الساحة الجماهيرية والتزامها بالمسؤولية الاجتماعية تجاه مجتمعاتهما آخذين بعين الاعتبار الأداء المهني للقائم بالإتصال في ظل تحولات انماط الملكية .

أولا : مشكلة الدراسة وأهميتها :

أصبحت البرامج الحوارية اليومية جزء أساسي من طقوس الحياة اليومية لكثير من المشاهدين كأحد المضامين التي تستخدم لإعلام الجمهور وتوعيته بكل ما هو جديد عن تفاصيل حياتهم اليومية ومن خلال ما تقدمه من أخبار وتقارير وحوارات للإحاطة بما يدور من مجريات الأحداث في المجتمع .

مما يؤكد على أهمية الدور الذي يؤديه التلفزيون في تكوين معارف ومعلومات الجمهور وتشكيل وعيه بقضاياها اليومية من خلال البرامج الحوارية التي تمس حياة الأفراد وتطرح عددا من القضايا موضع للجدل والخلاف وتبادل الآراء ووجهات النظر، ولذا سعت القنوات الأردنية الحكومية والخاصة إلى زيادة الوقت المخصص لهذه البرامج ضمن ساعات إرسالها حتى أصبحت جزءاً من حياة المواطن اليومية.

وفي ظل التحديات المهنية والأخلاقية التي تواجه القائمين على إنتاج البرامج الحوارية في التلفزيون، نتيجة ما تفرضه تكنولوجيا العصر و تعدد القنوات الفضائية من ضرورة توفير المعلومات للمشاهد واستقطابه بدلا من بحثه عن قنوات بديلة، ينعكس الأداء المهني للقائم بالإتصال على محتوى البرامج الحوارية المقدمة في التلفزيون . و من هنا سعت الدراسة الحالية إلى معرفة المعايير الأخلاقية للبرامج الحوارية التلفزيونية اليومية في معالجة القضايا المجتمعية من خلال تحليل مضمون البرامج الحوارية المقدمة في القنوات الحكومية والخاصة.

ثانيا : أهداف الدراسة :

تسعى هذه الدراسة التحليلية لتحقيق عدة أهداف منها :

المعايير الأخلاقية للبرامج الحوارية التليفزيونية في معالجة القضايا المجتمعية :

* التعرف على نوعية الموضوعات والقضايا المجتمعية التي تتناولها البرامج الحوارية اليومية على القنوات الفضائية الحكومية والخاصة ، والجوانب المهنية والأخلاقية التي تعكسها تلك البرامج.

* التعرف على حدود وأبعاد المسؤولية الاجتماعية للبرامج الحوارية اليومية في إطار نظرية المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام وخاصة التليفزيونية ومدى تقديمها لمعالجة إعلامية موضوعية ومتوازنة في عرضها للحقائق والمعلومات والآراء المختلفة المتعلقة بالأحداث الجارية.

* التعرف على أساليب عرض كل من القنوات الحكومية والخاصة للموضوعات والقضايا المختلفة والقوالب الفنية المستخدمة.

ثالثا : الدراسات السابقة :

تستعرض الباحثة في هذه الجزئية عددا من الدراسات السابقة من خلال محورين هما :

الأول : دراسات تتعلق بأخلاقيات الإعلام في برامج التليفزيون .

الثاني : دراسات تتعلق بتطبيقات نظرية المسؤولية الاجتماعية في مجال التليفزيون .

أولا : دراسات تتعلق بأخلاقيات الإعلام في برامج التليفزيون :

1- دراسة (أرشاد ، أشرف 2014) تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على العوامل التي تؤثر على الممارسات الأخلاقية للإعلاميين في باكستان مثل التعليم والخبرة والمواقف المهنية ، وتوصلت نتائج الدراسة إلى وجود عوامل مثل القيم الشخصية والتعليم والخبرة المهنية والمصالح الشخصية وعمر الإعلامي يمكن أن تؤثر على القرارات التي يتخذها الإعلامي، كذلك السياسيين والمعلمين والجمهور لديهم تأثير في مدى التزام الإعلامي بأداب المهنة، ظهرت القنوات التليفزيونية منحازة للقضايا الهامة بدلا من الحياد. حيث اتجهت بعض قنوات التلفزيون إلى ممارسة التعميم في موضوعاتها مما أدى إلى تضليل المشاهدين، كما قامت ببث أخبار غير مؤكدة.

2- دراسة (اندرو ، يوركوفيا 2013) تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على المعايير الأخلاقية لمحتوى برامج التليفزيون (مسلسلات التليفزيون، برامج المناقشات) وتأثير التزام القائمين على إنتاج هذه المواد الإعلامية على الجمهور المتلقي، كما أجريت دراسة ميدانية على عينة من طلاب المعهد الصحي لسؤالهم عن تأثير مشاهدة مضامين التليفزيون على تعاملهم مع المرضى، وما هي أكثر الموضوعات التي تعلموها من التليفزيون والتي جذبت انتباههم؟ ولماذا؟ وكيف أثرت مشاهدة العروض التليفزيونية على اتجاهاتهم نحو أداء مهنتهم من الناحية

د/ ماريان إيليا زكي تادرس

الأخلاقية ؟ وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن مشاهدة عروض التلفزيون تلعب دورا هاما في التأثير على القرار الأخلاقي لهؤلاء المبحوثين نحو آدائهم لوظائفهم مما يلقي بمزيدا من المسؤولية على صانعي البرامج التلفزيونية لمراعاة القيم والمعايير الأخلاقية.

3- دراسة (رافي ، كريشنان، 2013) تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على المعايير الأخلاقية لمحتوى برامج التلفزيون الهندي وآثارها على المجتمع ، ومدى التزام القائمين على إنتاج هذه البرامج بالمعايير الأخلاقية ، و ما هي درجة المهنية والمصادقية بين المشاهدين؟ أجريت الدراسة على عينة من البرامج المحلية والفضائية وقنوات الكابل، وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن هناك بعض القنوات تلجأ إلى التضليل الإعلامي فيما يتعلق بسير العمل في الشرطة أو الجريمة ، كما حاولت هذه القنوات عينة الدراسة استقطاب المراهقين والشباب والنساء من أجل الترويج للإعلانات من خلال المحتوى البرمجي المقدم دون أن تراعي في ذلك مصادقية وموضوعية ما تبثه من أخبار وموضوعات .

4- دراسة (عايش ، محمد 2011) تهدف الدراسة إلى التعرف على أنماط تعرض المشاهد العربي للبرامج الواقعية في التلفزيون العربي، أجريت الدراسة على عينة من طلاب جامعة الشارقة (الإمارات العربية المتحدة) الذين تعرضوا للبرامج الواقعية وعددهم 80 طالبا خلال شهر يناير 2010 خلال مشاهدتهم لقناتي LBC ، Future TV وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها : وجود تقارب بين الأخلاق في وسائل الإعلام المحلية والعالمية حيث تحمل كلا منهما قيما أخلاقية في محتواها المقدم للجمهور وهذا بدوره يعتبر حافزا للمهنيين القائمين على إنتاج هذه البرامج في التزامهم بالمعايير الأخلاقية في تقديم موضوعاتهم في المستقبل سواء في الإعلام المحلي أو الدولي.

5- دراسة (عبد اللطيف، رشا 2011) تهدف الدراسة إلى التعرف على كيفية تطبيق معايير التربية الإعلامية على المضمون التلفزيوني من وجهة نظر الخبراء في المجالات المختلفة، استخدمت الباحثة منهج المسح بالعينة حيث طبقت الإستبيان على عينة قوامها 200 خبير من الخبراء في الإعلام والتربية، توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: لا توجد علاقة دالة إحصائيا بين النوع وإدراك الخبراء بمدى وجود مفهوم التربية الإعلامية في الثقافة المصرية، توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المؤهلات العلمية وإدراك الخبراء بمدى وجود مفهوم التربية الإعلامية بالثقافة المصرية ، وتتفق الدراسة الحالية في دراسة مدى التزام المضامين التلفزيونية بتطبيق معايير المسؤولية الإجتماعية تجاه الأطفال والمراهقين بالمجتمع.

المعايير الأخلاقية للبرامج الحوارية التليفزيونية في معالجة القضايا المجتمعية :

6- دراسة (النمر، اميره 2008) تهدف الدراسة إلى التعرف على أهم الأفكار والقيم والسلوكيات والألفاظ التي تقدم في الرسائل عبر شريط المحادثة المقدمة على القنوات الفضائية العربية الخاصة، بهدف معرفة مدى التزام هذه الرسائل بالضوابط الأخلاقية والمهنية، تم سحب عينة الدراسة من قنوات (أقرأ- روتانا زمان- ميلودي أربيا- دريم 1) بلغت عدد الرسائل المذاعة عبر هذه القنوات الأربع (4472) رسالة. توصلت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة بين نوع القناة (عامة، غنائية، دينية، دراما) ومضمون الرسالة (جنسى، عاطفى، دينى، ثقافى، اقتصادى، رياضى، فنى، سياسى) وكشفت الدراسة عن التراجع الشديد فى الأهداف الأخلاقية والإجتماعية التى يجب أن تقوم بها القنوات الفضائية العربية الخاصة فى إطار دورها كوسيلة من وسائل التنشئة الاجتماعية.

7- دراسة (انور ، حازم 2008) تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على سلبيات وإيجابيات الفضائيات العربية الخاصة، الكشف عن درجة الإلتزام بأخلاقيات الإعلام فى الفضائيات العربية الخاصة، وقد بلغ قوام العينة 450 مفردة، وتوصلت نتائج الدراسة إلى صحة الفرض القائل "تختلف رؤية الباحثين لدرجة الإلتزام بأخلاقيات الإعلام فى الفضائيات العربية الخاصة بإختلاف (النوع، المستوى التعليمى، مكان الإقامة) بينما لم تثبت صحة الفرض القائل بأن "لا توجد علاقة إرتباطية دالة إحصائياً بين كثافة مشاهدة الباحثين للفضائيات العربية الخاصة ورؤيتهم لدرجة الإلتزام بأخلاقيات الإعلام فى هذه القنوات.

8- دراسة (عسران، صابر 2008) يهدف هذا البحث إلى وضع مجموعة من الضوابط الأخلاقية الضرورية لعمل القنوات الفضائية العربية الخاصة، وبلغ عدد مفردات البحث مائة مفردة من ذوي الرأي والإختصاص فى: علوم الإسلام ،مجالات الإعلام ،الاجتماع والتربية، القانون والتشريع وتوصلت الدراسة إلى النتائج التالية: جاءت الموضوعية فى عرض وتقديم الأخبار فى الترتيب الأول بنسبة 15.08% من إجمالى نسبة مزايا القنوات الإخبارية العربية الفضائية الخاصة وجاء الصدق فى الترتيب الثانى بنسبة 12.62% ، جاء فى مقدمة عيوب القنوات الإخبارية العربية الخاصة "غياب الحرية والديمقراطية" فى الترتيب الأول بنسبة 12.52%، وجاء النفاق السياسى فى الترتيب الثانى بنسبة 11.59%.

9- دراسة (الكحكي، عزة 2003م) تهدف الدراسة إلى تحديد المسؤولية الأخلاقية لوسائل الإعلام ، كما تهدف إلى تحديد اتجاهات ذوي الإحتياجات الخاصة نحو أخلاقيات تناول قضاياهم فى المادة الإعلامية المقدمة فى التليفزيون سواء من خلال البرامج أو الدراما بما

يساعد على وضع السياسات الإعلامية للبرامج الخاصة لهم بلغت عينة الدراسة العمدية 180 مفردة من المعاقين تتراوح أعمارهم (14- سنة 60). وتوصلت النتائج إلى وجود علاقة ارتباطية دالة بين اتجاهات ذوي الإحتياجات الخاصة نحو كل من البرامج التي تعالج قضاياهم ومفهوم الذات لديهم، عدم تأثير متغير السن لأفراد العينة على اتجاهاتهم سواء نحو البرامج أو الدراما التلفزيونية التي تتعرض لقضاياهم.

10- دراسة (صلاح الدين، خالد 2003)⁽¹⁰⁾ تهدف الدراسة إلى التعرف علي معدل تعرض كل من الجمهور العام والإعلاميين للقنوات الفضائية الخاصة، ودوافع تعرض الإعلاميين لقنوات التلفزيون الخاصة، مقترحات الجمهور العام والإعلاميين لتطوير الأداء الإعلامي. بلغت عينة الدراسة 300 مفردة من الجمهور العام ، 150 من الإعلاميين، توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها :هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين كل من الجمهور العام والإعلاميين من حيث تقييمهم لمضامين القنوات الخاصة ، هناك إختلافات بين المبحوثين من الجمهور وفقا لفئاتهم العمرية وذلك في تقييمهم لمكونات الأداء الإعلامي للقنوات الخاصة والمتعلقة بالحفاظ على الهويتين العربية والإسلامية .

ثانيا : دراسات تتعلق بتطبيقات نظرية المسؤولية الإجتماعية في مجال التلفزيون .

المحور الثاني : دراسات تتعلق بتطبيقات نظرية المسؤولية الإجتماعية في مجال التلفزيون

1- دراسة (رافي، 2012) تهدف هذه الدراسة إلى الكشف عن العلاقة بين الجوانب التجارية لوسائل الإعلام، والجوانب الأخلاقية فيما يقدم من مضامين إعلامية خاصة وان التلفزيون جزء من المجتمع وجزء من النشاط الإجتماعي الذي يوفر المعلومات والمعارف ويهدف باستمرار إلى التطور الإيجابي للمجتمع ومن هنا يقترح الباحث عددا من المعايير لتنفيذ هذه الضمانات، لابد أن ينظم العمل داخل المؤسسات الإعلامية من خلال قوانين تضعها هذه المؤسسات، لابد أن تتجنب وسائل الإعلام المحتوى المثير للجريمة، العنف، أو إيذاء الأقليات ، أن تعكس التنوع في المجتمع من خلال تقديم آراء متعددة.

2- دراسة (عبد اللطيف عبد الحليم، سارة ، 2011) تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على المتغيرات الاساسية ذات التأثير المباشر في درجة التزام القنوات الحكومية والخاصة بأبعاد المسؤولية الإجتماعية الخاصة بها ، قياس مدى وجود علاقة بين نمط ملكية القناة ومستوى التزام البرامج المقدمة بالمسؤولية الإجتماعية، وبلغت عينة الدراسة الميدانية 100 مفردة من مجتمع النخبة المصرية في المجالات التالية (السياسية، الأكاديمية، الإعلامية، القضائية)

المعايير الأخلاقية للبرامج الحوارية التليفزيونية في معالجة القضايا المجتمعية :
وأشارت نتائج الدراسة إلى عدم وجود علاقة دالة بين نمط ملكية القناة ومستوى الإلتزام بأبعاد المسؤولية الإجتماعية للبرامج نحو الأفراد .

3- دراسة (زولنير وميت ،2010) تهدف الدراسة الحالية إلى معرفة مدى التزام القائمين بالإتصال في كل من فرنسا والمكسيك بمبادئ المسؤولية الإجتماعية. وأهتم الباحثان في دراستهما بأخلاقيات ممارسة المهنة لدى القائمين على إنتاج المضامين الإعلامية ، وأشارت النتائج إلى أن 60% من عينة الدراسة في فرنسا وافقوا على أن المؤسسات الإعلامية لاتقدم انتباه كاف لمستوى أداء هذه المؤسسات لضمان التزامها بالمسؤولية الإجتماعية ، بينما أجاب 9% فقط من أفراد العينة أن بعض المضامين الإعلامية المقدمة على شاشة التلفزيون تراعي المسؤولية الإجتماعية والأعراف الإجتماعية .

4- دراسة (فوريه وبينتر،2010) تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على دور ووظائف وسائل الإعلام في المجتمع وخاصة التليفزيون من خلال تحليل مضمون برامج التليفزيون ومعرفة تأثيره على المشاهدين. اشارت نتائج الدراسة إلى أن الجريمة والخوف هما الشعور السائد بين أفراد العينة نتيجة تكرار تعرضهم للبرامج المرتبطة بهذا المحتوى ، ووجهوا اتهاماتهم للتليفزيون لأنه ينشر هذا النوع من المضامين الإعلامية مما يجعلهم يكتسبون سلوكيات عدوانية ، وخرجت الدراسة بعدد من التوصيات تتعلق بضرورة أن يراعي التليفزيون أسس ومبادئ المسؤولية الإجتماعية من خلال تجنب تكرار ظهور عناصر محددة من فئات المجتمع في التليفزيون مثل المشاهير والصفوة ، تقديم المعلومات التي يتمكن الجمهور من تفسيرها وفهمها بشكل يومي.

5- دراسة (الغزاوي، آمال ، 2009م) تسعى هذه الدراسة إلى التعرف على حدود وأبعاد المسؤولية الاجتماعية للبرامج الحوارية اليومية في إطار نظرية المسؤولية الإجتماعية لوسائل الإعلام وخاصة التليفزيونية. تم اختيار عينة عمدية من الثلاث برامج الحوارية اليومية عينة الدراسة المذاعة خلال شهر كامل (مارس 2008) حيث بلغ إجمالي عدد الحلقات المذاعة 66 حلقة بواقع 22 حلقة لكل برنامج وإجمالي زمن 153 ساعة تقريباً. أظهرت النتائج أن 68.3% من فقرات البرامج الحوارية عينة الدراسة بها انتقادات للأداء الحكومي مقابل 31.7% من الفقرات ليس بها انتقادات ، جاء أسلوب "نقل الآراء ووجهات النظر من الصفوة للجمهور" بنسبة 33.3% في مقدمة الأساليب المستخدمة في البرامج الحوارية .

6- دراسة (ميدلتون ، ميليزاند ، 2009) أتاحت نظرية المسؤولية الإجتماعية الفرصة لصياغة قوانين وسائل الإعلام المؤثرة وتحسين دور وسائل الإعلام في المجتمع ، فالمسؤولية

الإجتماعية هي المرادف لمفهوم أخلاقيات وسائل الإعلام ، ويثير هذا الموضوع عدة تساؤلات أهمها : ما هو الصحيح وما هو الخطأ فيما يقدم من مضامين اعلامية ، هل ما يقدم للجمهور جيد أم سيء ، مقبول أم لا ؟ وهنا أشار الباحث إلى عدة اعتبارات أهمها لابد أن تساعد وسائل الإعلام الجمهور على معرفة المعلومات والأخبار الصحيحة وتحليلها، الإهتمام بالرأي العام ورجع صدى الجمهور تجاه ما يشاهد من برامج، ألا تنظر وسائل الإعلام لنفسها على أنها مؤسسات تهدف إلى الربح المادي فقط ، بل أنها أيضا مصدر للتعليم والإستارة والترفيه .

7- دراسة (عثمان، أحمد ، 2008) يهدف هذا البحث إلى أهمية الدور الذي تؤديه برامج المشاركة بالراديو كمنابر أو ساحات يستطيع المستمع من خلالها أن يمارس حرية الرأي والتعبير فيما يتم طرحه من موضوعات للنقاش، وتم تحليل مضمون برامج المشاركة الجماهيرية وبلغ عددها 23 برنامجاً غالبيتها برامج أسبوعية، وبلغ إجمالي عدد حلقات البرامج التي تم تحليل مضمونها 537 حلقة. وخلص البحث في نتائجه إلى وجود علاقة ارتباطية إيجابية ضعيفة بين مستوى الالتزام في برامج المشاركة بالراديو بأبعاد المسؤولية الإجتماعية ، ومستوى ممارسة حرية التعبير بجانب الإيجاب لهذه الحرية ، وبجانبى الإيجاب والسلب لها في هذه البرامج .

8- دراسة (جلال،أشرف ، 2008) تهدف الدراسة إلى التعرف علي طبيعة وحدود العلاقة بين الحرية والمسؤولية المهنية للشبكات الاخبارية الكبرى فيما يتعلق بتغطيتها للأحداث والقضايا العربية وتم اختيار عشوائية متعددة المراحل شملت 356 مفردة ، وجدت النتائج أن هناك فروق معنوية بين القنوات محل التحليل (البي بي سي واليورونيوز والسى إن إن والجزيرة الانجليزية) كمتغير مستقل والمتغيرات التابعة التالية : نوع المحتوى، نوع القضية، المصدر الأساسي، التوازن، الأدلة المستخدمة، هدف المحتوى، اتجاه المضمون، المادة المصورة ، كما وجد أن هناك ارتفاع كبير فى مستوى التعرض والمعرفة بقضايا الدراسة .

9- دراسة (سمير، أميرة ،2008) تهدف الدراسة إلى التعرف على طبيعة التأثيرات السياسية للإعتماد على القنوات الفضائية المصرية والعربية الخاصة سواء سلبية أو ايجابية وذلك فى إطار المسؤولية الإجتماعية لهذه القنوات، تم تطبيق الدراسة على 401 مفردة . وتوصلت النتائج إلى أنه لا يوجد فروق لها دلالة إحصائية فى متوسط درجات الثقة السياسية بين المعتمدين على القنوات الفضائية المصرية والعربية الخاصة وكل من المعتمدين على الجرائد الحزبية والمستقلة، والمعتمدين على الانترنت، فى حين وجدت فروق لها دلالة إحصائية فى متوسط درجات الثقة

المعايير الأخلاقية للبرامج الحوارية التليفزيونية في معالجة القضايا المجتمعية :
السياسية بين المعتمدين على القنوات الفضائية المصرية والعربية الخاصة وكل من المعتمدين على
القنوات المصرية الحكومية، والمعتمدين على الجرائد القومية، وذلك لصالح مجموعة القنوات
الفضائية المصرية والعربية الخاصة.

10- دراسة (الكحكي ، عزة ، 2008) تستهدف الدراسة تحديد العلاقة بين الحرية والمسؤولية
في ضوء العوامل والمتغيرات المختلفة للقائم بالاتصال (السن، النوع ، سنوات الخبرة ، الدورات
التدريبية ، الاتجاه نحو ميثاق الشرف المهني) أما عن عينة الدراسة فقد تم سحب 102 مفردة
من القائمين بالاتصال بقناة الجزيرة . وتوصلت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية إيجابية
دالة بين اتجاه القائم بالاتصال بالجزيرة نحو ميثاق الشرف المهني ودرجة إحساسه بالمسؤولية
الأخلاقية عند مستوى (0.05) كما جاء الارتباط إيجابياً بين الاتجاه وإدراك الحرية الإعلامية
(عند مستوى 0.001) .

11- دراسة(رمضان، علياء، 2008) تسعى الدراسة إلى التعرف على حرية البث
الفضائي الإعلامي ومسؤولية الإعلام العربي الليبي في الحفاظ على الهوية الثقافية من
وجهة نظر الشباب الجامعي الليبي. تم سحب عينة عشوائية قوامها 220 مفردة من الشباب
الجامعي من جامعتين ليبيتين هما: جامعة 7 أكتوبر بمدينة مصراته وجامعة الفاتح بمدينة
طرابلس ، وتم توزيع العينة بالتساوي حيث اشتملت كل جامعة على 110 مفردة .وأوضحت
نتائج هذه الدراسة عن أن البث الفضائي الحر يقدم ثقافات وعادات وسلوكيات غريبة قد
تؤثر على الهوية الثقافية.

12- دراسة (آل علي، فوزية ، 2008) تسعى الدراسة إلى التعرف على وضع البرامج
الحوارية والقائم بالاتصال. اتبعت الدراسة في العينة أسلوب الحصر الشامل والذي يطبق على القائمين
بالاتصال في البرامج الحوارية في تلفزيون دبي والشارقة وبلغ عددهم (60) مفردة، وتوصلت نتائج
الدراسة إلى بلغت نسبة الذين يرون إن تأثير البرامج الحوارية على القيم الأسرة الإماراتية على
المستوى الإجمالي بأنها تؤثر سلبياً (80%) ويليها تساهم في دعم القيم الأسرة بشكل ايجابي
بنسبة (61.6%) ولا تؤثر بشكل يذكر (46.6%) ، على المستوى الإجمالي وجد إن أبعاد
المسؤولية الاجتماعية للبرامج الحورية هو تركيز البرامج على المشكلات، حيث بلغت نسبتها
(78.3%) وتلتها تقديم الحلول مع عرض المشكلات بنسبة (66.6%) .

13- دراسة (البطريق ، نسمة، 2008) لعل الربط بين المسؤولية الاجتماعية للإعلام
وظروف المجتمع الإقتصادية والاجتماعية والثقافية؛ فوسائل الإعلام الجماهيري في العصر
الحديث يجب دراستها من خلال وضع تلك العملية في سياق اجتماعي واقتصادي وثقافي

محدد، حتى يمكن الوقوف على أهم أدواره ومسؤولياته في هذا الإطار، ولقد جعلت تلك المدرسة للأدب والفن وظيفة للحياة القومية الإجتماعية والإنسانية. وذلك لأن نتائج تلك الأدوات قادرة على صياغة نسق جديد من القيم يتفق مع المبادئ الحديثة للحياة وبصفة خاصة تعزز ثقافة الفرد والجماعة وتؤكد تراثه وحقوقه الإجتماعية خاصة في العصر الحديث، عصر العولمة.

14- دراسة (عبد الغفار، عادل، 2003) ترصد الدراسة حدود المسؤولية الإجتماعية والأخلاقية والمهنية للقنوات الخاصة بالتطبيق على قناة دريم 2، وهو امر يسهم في تقييم أداء هذه القنوات سلبا أو ايجابيا، توصلت النتائج إلى وجود اختلافات ذات دلالة احصائية في أبعاد المسؤولية الإجتماعية ببرامج الرأي وفقا لنوعية الموضوعات والقضايا التي تعالجها برامج الرأي، كما يوجد اختلاف واضح في توازن الإهتمام بأبعاد المسؤولية الإجتماعية المختلفة حيث تركز برامج الرأي على أبعاد المسؤولية الإجتماعية نحو المجتمع في حين يضعف اهتمامها بأبعاد المسؤولية الإجتماعية نحو الأفراد والدولة والعالم.

18- دراسة (نابولي، فيليب، 2001) تهدف الدراسة الحالية إلى توضيح المسؤولية الإجتماعية للإعلانات التليفزيونية، برامج الشؤون العامة، كذلك تقييم هذه، بينما كان عدد الإعلانات المذاعة 142 إعلان، وتحليل محتوى هذه البرامج وجد أن إعلانات التليفزيون تتجاهل التزامها الأخلاقي بتزويد المواطن بالمعارف والمعلومات عن القضايا السياسية والإجتماعية الراهنة ويؤكد الباحث جاي بلاك (Black, Jay, 2008,p.5) في هذا الصدد على الدور الملموس للمؤسسات الإعلامية والذي لا يقتصر فقط على صناعة المعلومات وتقديمها للجماهير، بل أيضا مساندة الجهود السياسية والإقتصادية.. حيث أن دور وسائل الإعلام يمتد لبذل مزيدا من الجهد لتوفير الصورة الكاملة عن الإلتزام الأخلاقي من جانب الإعلام لخدمة المجتمع والمساهمات الإيجابية في العملية الديمقراطية.

19- دراسة (ليب، كلوديا، 2001) تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على أسباب توجه وسائل الإعلام نحو تقديم المضمون الترفيهي، وتتحدد المسؤولية الإجتماعية لنظريات الإعلام في دراسة ثلاث عناصر لبرامج التسلية وهي: (بناء الأفكار والمعلومات، الإستمالات، التفاعل النشط مع المضمون) وتوصلت الباحثة إلى نتائج هي: ضرورة توخي الحذر عند تقديم البرامج الترفيهية لأنها أكثر قدرة على جذب انتباه المشاهدين، فلا يجوز تكرار تقديم الجوانب السلبية في المجتمع، أن يتحمل القائمين على صناعة هذه البرامج المسؤولية أمام المشاهدين بشكل خاص والمجتمع بشكل عام، وعدم الخلط بينها وبين البرامج الجادة.

المعايير الأخلاقية للبرامج الحوارية التلفزيونية في معالجة القضايا المجتمعية :

التعليق على الدراسات السابقة:- تم إستعراض الدراسات السابقة من خلال محورين ، وقد تم الإستفادة بدرجة كبيرة من الإطلاع على هذه الدراسات في التعرف على معايير وضوابط تقديم المضامين التلفزيونية معرفة قضايا ومشكلات المجتمع كما عرضتها هذه الدراسات، كذلك تم التعرف على النقاط التي لم يتم التطرق إليها حتى يمكن دراستها، وقد ساهمت هذه الدراسات في صياغة التساؤلات وتحديد الإطار النظري الملائم للدراسة .

- لاحظت الباحثة أن غالبية الدراسات العربية في هذا المحور تناولت مدى اعتماد الجمهور على البرامج الحوارية في تشكيل معارف ومعلومات الجمهور وكذلك ترتيب أولوياته إزاء القضايا المعاصرة ، كما أهتمت بعض البحوث بدراسة المسؤولية الإجتماعية لبعض المضامين التلفزيونية (الإعلان، الأخبار، برامج الرأي، شريط المحادثة ، تأثير نمط الملكية على المعايير الأخلاقية) تجاه المجتمع .

- ومما يؤخذ على هذه الدراسات أن أغلبها ركز على استطلاع رأي الجمهور تجاه محتوى هذه البرامج وتأثير هذا المحتوى على إدراك المشاهدين لواقع مجتمعاتهم العربية.

- أغفلت الدراسات السابقة مدى التزام المضامين الإعلامية بمواثيق الشرف المهنية والإعلامية من خلال مقارنة مضمون ما يقدم بالبرامج التلفزيونية وما جاء بمواثيق الشرف العربية والدولية المعاصرة.

الإطار النظري للدراسة: ينطلق الإطار النظري لهذه الدراسة من أصول نظرية المسؤولية الإجتماعية ودوافع ظهورها وبدايات نشأتها الأولى في المجتمع الدولي العالمي وكذلك تطبيقاتها في مجال التلفزيون. "ظهرت هذه النظرية في الولايات المتحدة الأمريكية بعد الحرب العالمية الثانية عندما نشرت لجنة هوتشينز تقريراً عام 1947م ، حددت فيه أهدافاً للصحافة تتضمن الحاجة لتقديم الحقيقة الكاملة لكل جوانب القضية. وقد استهدفت النظرية وضع ضوابط أخلاقية للصحافة والتوفيق بين حرية الصحافة والمسؤولية الإجتماعية في المجتمعات الليبرالية."

(Biagi, Shirly, 2001), p.368.

وأشار تقرير اللجنة إلى ما يلي:

- 1- " أن حرية وسائل الإعلام في خطر، ويرجع ذلك إلى الممارسات غير المسؤولة لبعض مديري وسائل الإعلام.
- 2- فشل نظرية "سوق الأفكار الحرة" في أن تقي بما وعدت به من تحقيق الفوائد المتوقعة، من خلال التعبير عن عامة الناس.

- 3- فشل وسائل الإعلام في إمداد الجمهور بالحقائق المتكاملة من الأحداث اليومية. ينبغي أن تقدم وسائل الإعلام صورة ممثلة للمجتمع، وتعكس قيم المجتمع وأهدافه، وتتجنب الصور النمطية." (مكاوي ، حسن عماد ، 2006 ، ص 142)
- "ومن هنا تشكلت أسس هذه النظرية لتفعيل ممارسة العملية الإعلامية بحرية قائمة على المسؤولية الاجتماعية، حيث يحظر على وسائل الإعلام نشر أو عرض ما يساعد على الجريمة أو العنف أو ماله تأثير سلبي على الأقليات في أي مجتمع، كما يحظر على وسائل الإعلام التدخل في حياة الأفراد الخاصة؛ ويلخص دينيس ماكويل المبادئ الأساسية ، لنظرية المسؤولية الاجتماعية، في الجوانب التالية:
- أ- إن وسائل الإعلام يجب أن تقبل، وأن تنفذ التزامات معينة، تجاه المجتمع.
- ب- يمكن تنفيذ هذه الإلتزامات، من خلال الإلتزام بالمعايير المهنية لنقل المعلومات مثل الحقيقة والدقة والموضوعية والتوازن.
- ج - لتنفيذ هذه الإلتزامات يجب أن تنظم الصحافة نفسها بشكل ذاتي.
- د - إن التدخل العام يمكن أن يكون مبررا لحماية المصلحة العامة."
- (Mcquail, Denis, 2010, p. 170)

خامساً: تساؤلات الدراسة :

- تسعى هذه الدراسة من خلال استمارة تحليل المضمون إلى الإجابة على العديد من التساؤلات من أهمها:
- 1- ما زمن حلقات البرامج الحوارية عينة الدراسة التحليلية .
 - 2- ما زمن القضايا داخل حلقات البرامج الحوارية عينة الدراسة التحليلية.
 - 3- ما مدى وجود ضيوف في الفقرات التي تناولت القضايا المجتمعية في البرامج الحوارية عينة الدراسة التحليلية.
 - 4- ما نوع الضيوف في الفقرات التي تناولت القضايا المجتمعية في البرامج الحوارية عينة الدراسة التحليلية.
 - 5- ما مهن (تخصص) الضيوف المشاركين في الفقرات التي تناولت القضايا المجتمعية. في البرامج الحوارية عينة الدراسة التحليلية.
 - 6- ما جنسية الضيوف المشاركين في الفقرات التي تناولت القضايا المجتمعية في البرامج الحوارية عينة الدراسة التحليلية.

المعايير الأخلاقية للبرامج الحوارية التليفزيونية في معالجة القضايا المجتمعية :

- 8- ما الصفة الرسمية لضيوف البرامج الحوارية عينة الدراسة في الفقرات التي تناولت القضايا المجتمعية.
- 10- ما نوع القضايا والموضوعات التي تناولتها البرامج الحوارية عينة الدراسة التحليلية.
- 12- ما أساليب معالجة القضايا والموضوعات داخل البرامج الحوارية عينة الدراسة التحليلية.
- 13- ما أساليب تشكيل الرأي العام نحو القضايا المجتمعية في البرامج الحوارية عينة الدراسة التحليلية.
- 14- ما اللغة التي استخدمت في تناول القضايا المجتمعية في البرامج الحوارية عينة الدراسة التحليلية.
- 15- ما الإستعمالات التي استخدمت في تناول القضايا المجتمعية في البرامج الحوارية عينة الدراسة التحليلية.
- 16- ما أساليب إقناع الجمهور القضايا المجتمعية في البرامج الحوارية عينة الدراسة التحليلية.
- 17- ما مدى مشاركته الجمهور في البرامج الحوارية عينة الدراسة التحليلية.
- 18- ما نوع مشاركات الجمهور في البرامج الحوارية عينة الدراسة التحليلية.
- 19- ما القوالب الفنية التي استخدمتها البرامج الحوارية عينة الدراسة في تناول القضايا المجتمعية.
- 20- ما مصادر المعلومات عن القضايا المجتمعية داخل البرامج الحوارية عينة الدراسة التحليلية.

سادساً: التعريفات الإجرائية للدراسة :

- القضايا المجتمعية : المقصود بها مجموعة الإنطباعات والسمات والأفكار التي تجسدها البرامج الحوارية اليومية عن أزمات ومشاكل المجتمع .
- المسؤولية الاجتماعية للبرامج: يقصد بها مجموعة القيم المهنية والأخلاقية الواجب مراعاتها في تقديم البرامج التليفزيونية والتي تتعلق بالمصداقية والموضوعية والحيادية في عرض القضايا للمجتمع.
- البرامج الحوارية اليومية :

Daily talk shows هي برامج تتخذ قوالب فنية مختلفة منها المقابلات والندوات والمناقشات وتذاع على الهواء مباشرة وتستهدف إلقاء الضوء على الموضوعات والقضايا

د/ ماريان إيليا زكي تادرس

المهمة للمجتمع وتتنوع تلك القضايا ما بين (سياسية، اقتصادية، اجتماعية، بيئية، صحية، دينية....) بإستضافة المسؤولين والمتخصصين والجمهور وتتيح للجمهور فرص المشاركة إما بالحضور داخل الإستديو أو بالاتصالات الهاتفية أو البريد العادي أو البريد الإلكتروني لطرح آرائهم وقضاياهم.

- القنوات الأردنية الحكومية :

هي تلك القنوات التي تتبع حكومة المملكة الأردنية الهاشمية ويخضع تمويلها إلى ميزانية الدولة مثل: التلفزيون الأردني Jordan التي انطلقت للبث بتاريخ 27 أبريل عام 1968 منبرا للصوت الحر المعبر عن رسالة الأردن القومية، القناة الفضائية الأردنية عام 1993م.

- القنوات الأردنية الخاصة :

هي قنوات يدخل في تمويلها القطاع الخاص الأردني (أفراد، مؤسسات ، استثمارات خاصة) مثل قناة نورمينا ، قناة رؤيا ، قناة A 1 Jordan ، قناة جوسات

سابعاً: نوع الدراسة :

تتنمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية التي تستهدف تصوير وتحليل وتقويم خصائص الظاهرة موضوع الدراسة بهدف الحصول على معلومات عن أسبابها وحجم انتشارها في المجتمع ، حيث تستهدف تلك الدراسة معرفة كيفية إبراز البرامج الحوارية للقضايا المجتمعية في إطار نظرية المسؤولية الاجتماعية.

ثامناً: منهج الدراسة :

تعتمد هذه الدراسة على منهج المسح بإسلوب المسح بالعينة لإثنين من البرامج الحوارية التي تذاغ على القنوات الحكومية والخاصة وذلك في إطار مسح التلفزيون الأردني والذي يعتبر أحد الأساليب الوصفية التي تستخدم للوصول إلى نتائج شاملة.

ثامناً: الإجراءات المنهجية :

مجتمع وعينة الدراسة :

أ- مجتمع الدراسة : يتكون مجتمع الدراسة من البرامج الحوارية اليومية التي تذاغ على القنوات الأردنية، حيث اشتمل مجتمع الدراسة على اثنين من البرامج الحوارية هما برنامج "يحدث اليوم" وهو برنامج يومي يذاغ على التلفزيون الأردني (قناة حكومية)، وبرنامج "نبض

المعايير الأخلاقية للبرامج الحوارية التلفزيونية في معالجة القضايا المجتمعية :
البلد" وهو برنامج يومي يذاع على قناة رؤيا (قناة خاصة) لإظهار المسؤولية الاجتماعية لتلك القنوات في تناول القضايا المجتمعية ، وتأثير نمط الملكية على هذا التناول.

ب- عينة الدراسة : تم اختيار عينة عمدية من الثلاث برامج الحوارية عينة الدراسة المذاعة خلال شهر كامل (الفترة من 3/15 وحتى 4/16/2017) والمذاعة في الفترتين الصباحية و المسائية ، حيث بلغ إجمالي عدد الحلقات المذاعة 54 حلقة بواقع 25 حلقة لبرنامج (يحدث اليوم) و 29 حلقة لبرنامج (نبض البلد) ، حيث تذاع حلقات البرامج الحوارية اليومية - عينة الدراسة- على مدار الأسبوع ما عدا يومي الجمعة والسبت لبرنامج يحدث اليوم ، وما عدا يوم الجمعة فقط لبرنامج نبض البلد .

كما بلغ إجمالي زمن القضايا المجتمعية داخل البرامج التي تم تحليلها 53 ساعة تقريباً وهو ما توضحه الجداول التالية، حيث كانت جميع فقرات وحوارات البرامج تناقش القضايا المجتمعية اليومية دون وجود فقرات فنية أو ترفيهية.

ج- أداة جمع البيانات :

اعتمدت الباحثة على صحيفة تحليل المضمون حيث تضمنت الجوانب المختلفة التي تسعى الدراسة للتعرف عليها وفقاً لأهداف وفروض الدراسة واستخدمت الفقرة كوحدة للتحليل.. ولتوفر صدق البيانات تم عرض الإستمارة على مجموعة من المحكمين ، وفي ضوء ملاحظاتهم تم التعديل في صياغة بعض العناصر وإضافة البعض الآخر وبالتالي تحقق الصدق الظاهري للبيانات.. وللتأكد من ثبات البيانات استخدمت الباحثة أسلوب إعادة الاختيار test Re-test على عينة قوامها 10% من إجمالي عينة التحليل والبالغ عددها 5 حلقات .

وحدات التحليل:

استخدمت الباحثة عدد من وحدات التحليل لدراسة مضمون البرامج الحوارية عينة الدراسة وهي
1- وحدة الشخصيات للتعرف على (نوع مقدم البرنامج، عدد الضيوف المشاركين في البرنامج، نوع الضيوف، تخصص الضيوف، جنسية الضيوف، الصفة الرسمية للضيوف، أساليب تشكيل الرأي العام من جانب الضيوف، اللغة المستخدمة من جانب الضيوف، نوع الإستمالات التي يستخدمها الضيوف، أساليب الإقناع التي يستخدمها ضيوف البرنامج، مصادر الحصول على المعلومات، اتجاهات الضيوف في البرامج الحوارية).

2- وحدة القضايا والموضوعات للتعرف على (أسلوب تناول القضايا ، أنواع القضايا)

3- وحدة الفقرات للتعرف على (مدى مشاركة الجمهور في البرامج الحوارية، أساليب مشاركة الجمهور في البرامج الحوارية، أشكال تحرير فقرات البرنامج)
نتائج الدراسة :

1- زمن حلقات البرامج عينة الدراسة:

يتضح من بيانات الدراسة أن إجمالي زمن حلقات البرامج التي تم تحليلها بالساعات هو 48 ساعة و40 دقيقة .

2- نوع مقدم البرنامج في البرامج الحوارية عينة الدراسة :

جاء جميع مقدمي حلقات برنامج " يحدث اليوم" وبرنامج " نبض البلد" من الذكور ، حيث بلغت نسبة المقدمين الذكور في برنامج " نبض البلد" 100% من إجمالي الشخصيات المقدمة للبرنامج ، كذلك الحال بالنسبة لبرنامج "يحدث اليوم" .
وتتشابه هذه النتيجة مع دراسة " الغزوي، آمال، 2009م" التي وجدت أن هناك تفوقا للذكور على الإناث في تقديم البرامج الحوارية اليومية حيث جاء الذكور في المرتبة الأولى بنسبة 57.8%.

3- مدى وجود الضيوف في البرامج الحوارية عينة الدراسة :

جاءت جميع حلقات برنامج " يحدث اليوم" و" نبض البلد " بهم ضيوف ، حيث كانت نسبة الضيوف في برنامج " يحدث اليوم " 60.52% من إجمالي عدد الضيوف في البرنامجين ، وربما يرجع ذلك إلى استضافة أكثر من ضيف خلال الفقرة الواحدة بالبرنامج ، وهذا يعني حرص مقدمين البرامج على استضافة الضيوف من الخبراء والمتخصصين لإبداء آرائهم نحو القضايا المجتمعية المثارة ومقترحاتهم لإيجاد الحلول لهذه القضايا مما يحقق التوازن في تناول القضايا من خلال عرض الرأي والرأي الآخر، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة " الغزوي، آمال، 2009م " التي وجدت أن البرامج الحوارية عينة الدراسة قد تميزت بنسبة حضور عالية من جانب ضيوف هذه البرامج بلغت 91.4% .

4- نوع الضيوف المشاركين في البرنامج عينة الدراسة:

جاء غالبية الضيوف من الذكور حيث بلغت نسبتهم في برنامج " نبض البلد" 95.5% ، ثم جاءت نسبة الضيوف الإناث أكثر ارتفاعا في برنامج " يحدث اليوم" 6.5% ، وبشكل عام نجد أن هناك اتجاها للتركيز على استضافة الضيوف الذكور أكثر من الإناث في البرامج الحوارية عينة الدراسة وقد يرجع ذلك إلى اعتماد برنامج " نبض البلد" على المضمون

المعايير الأخلاقية للبرامج الحوارية التليفزيونية في معالجة القضايا المجتمعية :

السياسي وحاجته لإستضافة المحللين والخبراء السياسيين والإقتصادييين ، بينما اعتمد برنامج " يحدث اليوم" على المسؤولين الحكوميين ومعظمهم من الرجال. وتتفق الدراسة الحالية مع دراسة " الغزوي، آمال، 2009م " التي وجدت تفوق الذكور (من الضيوف) .

5- الفروق بين البرامج عينة الدراسة في تخصص الضيوف في البرامج الحوارية:

جاءت فئة ظهور "مسؤول بالحكومة " في مقدمة تخصصات الضيوف بنسبة 30.7% من اجمالي البرامج عينة الدراسة ، يليها فئة " شخص عادي" بنسبة 17.98% ، ثم فئة صحفي بنسبة 12.28%، أما بالنسبة لبرنامج " نبض البلد " جاءت فئة " مواطن عادي " في المركز الأول بنسبة 23.3% وهذا نتيجة عرض التقارير الميدانية واستطلاع رأي الشارع في مختلف القضايا قبل بدء البرنامج ، بينما أهتم برنامج " يحدث اليوم" بإستضافة " مسئول بالحكومة" بنسبة 42.7% ويرجع ذلك إلى طبيعة البرنامج الذي يتناول مناقشة الازمات المجتمعية مع المسؤولين بهدف إيجاد حلول لها . كما أهتم برنامج " يحدث اليوم بالإستعانة بالصحفيين كمصدر للخبر بنسبة 18.12% ، كما احتلت فئة " الطبيب" نسبة كبيرة من فئات الضيوف بلغت 17.39% نتيجة لتركيز فقرات البرنامج على القضايا الصحية وأهمها انفلونزا الخنازير .

أهتم برنامج " نبض البلد" بالمحلل السياسي" بنسبة 16.6% نتيجة لتركيز محتوى البرنامج على القضايا السياسية العربية في الفترة الراهنة، كذلك جاءت فئة "عضو برلماني" بنفس النسبة السابقة نتيجة تركيز البرنامج على المشاكل التي يتعرض لها مجلس النواب . وتقرب هذه النتائج مع دراسة (الغزوي، آمال، 2009م) التي توصلت إلى إحتلال المسؤولين بالحكومة مقدمة تخصصات الضيوف بالبرامج عينة الدراسة التحليلية بنسبة 22.4% ثم الصحفي بنسبة 18.9% فالمواطن العادي بنسبة 10.6% فالطبيب بنسبة 10% ثم الوزير الحالي بنسبة 9.1%.

6- الفروق بين البرامج عينة الدراسة في جنسية ضيوف البرامج الحوارية :

جاءت الغالبية العظمى من ضيوف البرامج الحوارية عينة الدراسة من الأردنيين حيث بلغت نسبتهم 99.12% بواقع 100% لبرنامج " يحدث اليوم " و 97.7% لبرنامج " نبض البلد " ويرجع ذلك إلى طبيعة مضمون هذه البرامج الذي يتناول القضايا المحلية وبالتالي تراجع نسبة الضيوف العرب إلى 0.87% حيث لم يتم استضافتهم إلا عند الحديث عن الإرهاب في الوطن العربي وأزمته ليبيا واليمن .

7- الفروق بين البرامج الحوارية وفقاً للصفة الرسمية للضيوف:

تشير البيانات إلى أن فئة الصفة الرسمية للضيف "حكومي حالي" جاءت في الترتيب الأول بنسبة 57.45% من إجمالي البرامج الحوارية عينة الدراسة ويرجع ارتفاع هذه النسبة بشكل عام إلى شغل معظم الضيوف أكثر من مهنة فمثلاً هناك طبيب "مسؤول حكومي" بحكم منصبه مدير مستشفى أو "استاذ جامعي" ويشغل منصب بإحدى الجامعات أو "محلل سياسي" بمركز للدراسات السياسية والاستراتيجية، في الترتيب الثاني جاءت فئة "ضيف عادي" بنسبة 26.31% ويرجع ذلك نتيجة اهتمام البرامج الحوارية بإستضافة المواطنين أصحاب القضايا والمشكلات للتعبير عن آرائهم وشرح طبيعة أزماتهم.

وبصفة عامة هناك فروق بسيطة بين برنامج نبض البلد وبرنامج يحدث اليوم بالنسبة لعدد الضيوف ، ولكن الجدير بالذكر أن ترتيب الصفة الرسمية للضيف في كل منهما متقارب جدا حيث شغل وظيفة "مسئول حكومي" الترتيب الاول في كلا البرنامجين (60.14% ، 53.3%) على التوالي ، يأتي بعدها (مواطن عادي بنسبة 44.9% ، 37.7% في كلا البرنامجين) ثم فئة (صحفي) واخيرا مسئول حكومي سابق.

وتتفق هذه النتائج مع دراسة "الغزاوي، آمال، 2009م" التي وجدت أن هناك زيادة في نسبة الضيوف الذين ينتمون لوظائف حكومية والتي بلغت 55.3%، يليهم الضيوف من المواطنين العاديين ذوي الصلة بالقضايا والموضوعات التي تتناولها البرامج بنسبة بلغت 27.2%.

8- الفروق بين البرامج عينة الدراسة في أسلوب تناولها للقضايا :

هناك نسبة 97.24% من القضايا والموضوعات في البرامج الحوارية عينة الدراسة عرضت بأسلوب مباشر وهذا يدل على صراحة هذه البرامج الحوارية في تناول القضايا والمشكلات الإجتماعية ، كما وجدت هناك فروق بسيطة بين برنامج " يحدث اليوم" وبرنامج " نبض البلد" في تناول غير المباشر للقضايا من جانب برنامج " نبض البلد" بواقع 2.75% . وتتفق هذه النتائج مع دراسة "الغزاوي، آمال، 2009م" التي تشير إلى أن تناول البرامج للموضوعات جاء بطريقة مباشرة في المرتبة الأولى بنسبة 91%، في حين جاء تناول بصورة غير مباشرة في المرتبة الثانية وبفارق كبير بنسبة 9%.

9- الفروق بين البرامج عينة الدراسة في أساليب تشكيل الرأي العام :

جاء الأسلوب الأكثر تكرارا في تشكيل الرأي العام هو "نقل الآراء ووجهات النظر من الصفة إلى الجمهور" بنسبة 47.8% لبرنامجي يحدث اليوم ، نبض البلد وهذا يؤكد سبب

المعايير الأخلاقية للبرامج الحوارية التليفزيونية في معالجة القضايا المجتمعية :

ظهور الضيف الحكومي في معظم حلقات البرامج الحوارية ، جاءت فئة " نقل الآراء ووجهات النظر من الجمهور إلى الصفوة" في الترتيب الثاني بنسبة 23.19% لبرنامج يحدث اليوم وبنسبة 21.1% لبرنامج نبض البلد. وذلك من خلال مشاركة الجمهور عبر الهاتف كما في برنامج يحدث اليوم للإستماع لشكواهم ، أو من خلال التقارير الميدانية كما في برنامج نبض البلد لإستطلاع رأي الجمهور قبل مناقشة موضوع الحلقة.

وتتشابه هذه النتيجة مع دراسة "الغزاوي، آمال، 2009" التي توصلت إلى أن نقل الآراء ووجهات النظر من الصفوة إلى الجمهور جاءت في مقدمة أساليب تشكيل الرأي العام في البرامج الحوارية عينة الدراسة بنسبة 33.3% ثم أسلوب "نقل الآراء ووجهات النظر من الجمهور إلى الصفوة" بنسبة 22.7%، وأخيراً أسلوب "طرح القضية والآراء ووجهات النظر المختلفة بشأنها" بنسبة 18%.

10- الفروق بين البرامج عينة الدراسة في نوع القضايا المطروحة:

إن إجمالي عدد القضايا في برنامج " يحدث اليوم " بلغ 79 قضية في مقابل 30 قضية في برنامج نبض البلد، ويرجع تزايد عدد القضايا المطروحة في برنامج يحدث اليوم إلى أكثر من الضعف نتيجة لإحتواء البرنامج على مجموعة فقرات كل فقرة تتضمن طرح خبر أو قضية على مدار 55 دقيقة كاملة، بينما يعرض برنامج "نبض البلد" قضية واحدة تقريبا طوال الحلقة بإستثناء حلقة واحدة عرض فيها قضيتي الوضع الأمني الراهن في اليمن وليبيا .

جاءت القضايا السياسية في مقدمة اهتمامات برنامج "نبض البلد" بنسبة 50% من القضايا المطروحة، بينما جاءت نفس القضايا بنسبة 1.26% في برنامج "يحدث اليوم" حيث اهتم البرنامج بالتركيز على القضايا الصحية التي جاءت في المركز الاول بنسبة 32.91% ، يليها القضايا الاقتصادية بنسبة 29.11% ثم القضايا البيئية بنسبة 17.72% . ويرجع هذا الإختلاف في المضمون المقدم في كل من البرنامجين إلى إهتمام برنامج "يحدث اليوم " بالقضايا والأزمات المحلية الداخلية التي تعكس شكاوى المواطنين ومشاكلهم ، بينما اهتم برنامج " نبض البلد" بالقضايا السياسية في العالم العربي أكثر من إهتمامه بالقضايا الأخرى.

وتختلف هذه النتائج مع دراسة " الغزاوي، آمال ، 2009" التي وجدت أن القضايا

الاقتصادية جاءت في المرتبة الأولى للقضايا المطروحة في البرامج محل الدراسة بنسبة

31% ، تليها القضايا الإجتماعية بنسبة 27.5% ، ثم القضايا السياسية بنسبة 21.5%.

11- الفروق بين البرامج عينة الدراسة في القضايا والموضوعات التي عالجتها البرامج

الحوارية:

د/ ماريان إيليا زكي تادرس

بتحليل البيانات وجد أن برنامج " يحدث اليوم " كان أكثر اهتماما بعرض القضايا الصحية وكانت القضية الرئيسية " ضعف الخدمات الصحية بالمستشفيات" بنسبة 20.25% حيث ناقش البرنامج عدة مشكلات أهمها نقص مطاعيم الأطفال، نقص أدوية الأمراض المزمنة ، عدم وجود مركز صحي لخدمة المرضى ، وغيرها، يليها " تكرار الإصابة بإنفلونزا الخنازير" بنسبة 12.65% ، يليها قضية" غلاء الأسعار ونقص الأجور" بنسبة 8.86% ثم قضية " تكس الفصول ببعض المدارس" بنسبة 7.59% ، مشكلات نقص المياه وتلوث مياه الشرب بنسبة 6.32%.

وبملاحظة بيانات برنامج " نبض البلد " نجد أن قضية" ازمة السوق الحرة بين الأردن وسوريا" احتلت الترتيب الأول بنسبة 16.6% ، يليها قضية " العقوبات النيابية" بنسبة 13.3% وأهمها تجاوزات بعض النواب ورفع الحصانة عنهم ، تكرار غياب الأعضاء بالبرلمان وعدم اكتمال النصاب في بعض الجلسات. ثم " موقف ايران من المنطقة العربية" ، " ازمة الإرهاب في ليبيا واليمن " ، " حوادث الطرق وتشحيط السيارات وكاميرات مراقبة السير " بنسبة 10% واخيرا جاءت بعض القضايا بنسبة 3.33% نتيجة لعرضها من خلال حلقة واحدة مثل قضايا " أداء الحكومة نحو التعامل مع المعاقين"، قرار الإغلاق المبكر للمرافق السياحية"، وضع جماعة الإخوان المسلمين"، " تصنيع المفاعل النووي" ، " تكرار الإصابة بإنفلونزا الخنازير" ، " أزمة منتجي الألبان " وغيرها .

12- الفروق بين البرامج عينة الدراسة في اللغة المستخدمة في البرامج الحوارية:

جاء غالبية الضيوف في برنامج " نبض البلد" يتحدثون اللغة العربية الفصحى بنسبة 50% من اجمالي الضيوف في البرنامج عينة الدراسة ، وربما يرجع ذلك على طبيعة الموضوعات السياسية التي يعرضها البرنامج والتي ناقشت قضايا جادة مع محللين سياسيين ومسؤولين حكوميين لذا كان من الضروري الحديث باللغة الفصحى ، وفي الترتيب الثاني جاءت فئة عامية المثقفين بنسبة 24.44% وهم الضيوف الذين اهتموا بالحديث عن القضايا الإقتصادية والإجتماعية، ثم فئة عامية المتنورين بنسبة 20% وتشمل هذه الفئة الجمهور الذين تم استطلاع آرائهم بشأن مختلف القضايا المجتمعية. وبمقارنة هذه النتائج ببرنامج "يحدث اليوم" نجد أن هناك فروقا ملحوظة في النسب المئوية ، فجاءت فئة عامية المتنورين في الترتيب الأول بنسبة 39.85% ، وهم المواطنين اصحاب القضايا والمشكلات الذين يشاركون بالبرنامج ، يليهم فئة عامية المثقفين ونسبتهم 30.43% وهم الصحفيين الذين يعرضون قضايا المواطنين ، ثم

المعايير الأخلاقية للبرامج الحوارية التلفزيونية في معالجة القضايا المجتمعية :
فئة فصحي العصر بنسبة 23.18% وهم المسؤولين الحكوميين والمتخصصين لمناقشة
الازمات المجتمعية معهم .

وتتشابه هذه النتائج فيما يتعلق ببرنامج " نبض البلد " مع دراسة " الغزوي، آمال 2009" التي
وجدت أن لغة فصحي العصر كانت الغالبة على البرامج الحوارية محل الدراسة، حيث جاءت
في المرتبة الأولى بنسبة 38.4%، تلتها "عامية المثقفين" بنسبة 24.1%، ثم "عامية المتنورين"
بنسبة 19.7%، ولم تستخدم "مصطلحات أجنبية" إلا بنسبة ضئيلة بلغت 0.7%

13-الفروق بين البرامج عينة الدراسة في نوع الاستمالات المستخدمة في البرامج الحوارية :

اهتمت البرامج الحوارية عينة الدراسة بالجانب العقلاني في طرح القضايا والموضوعات
حيث جاء استخدام ضيوف البرامج الحوارية " للإستمالات العقلانية " بنسبة 74.12% ،
وبواقع 78.8% لبرنامج نبض البلد ، 71.01% لبرنامج " يحدث اليوم " ويرجع ذلك إلى
طبيعة القضايا الجادة والموضوعات السياسية والإقتصادية المطروحة والتي تتطلب مخاطبة
العقل والمنطق لمناقشتها وإيجاد حلول لها . وفي الترتيب الثاني جاءت " الإستمالات العاطفية
" بنسبة 18.8% في برنامج " يحدث اليوم " وبنسبة 14.4% في برنامج نبض البلد ، وجاءت
هذه الإستمالات في إطار عرض مشكلات المواطنين سواء بالنسبة لأزمة منتجي الألبان أو
أزمة العاملين في منطقة السوق الحرة بين الاردن وسوريا أو أزمة بعض المرضى في عدم
توافر العلاج لهم ، وغيرها من المشكلات التي تثير عواطف الجمهور ، وأخيرا جاءت استمالات
التخويف بنسبة 10.14% في برنامج " يحدث اليوم" وبنسبة 6.6% في برنامج " نبض البلد"

وتتشابه هذه النتائج مع دراسة " الغزوي، آمال، 2009" التي وجدت أن الاستمالات العقلانية
جاءت في مقدمة أنواع الاستمالات المستخدمة في البرامج الحوارية محل الدراسة بنسبة
84.9%، تلتها الاستمالات العاطفية بنسبة 20.1%، وأخيراً استمالات التخويف بنسبة
0.5%.

13-الفروق بين البرامج عينة الدراسة في أساليب الإقناع المستخدمة:

جاء استخدام أسلوب " الأدلة والبراهين " من أكثر الأساليب شيوعا في البرامج الحوارية
بنسبة 19.73% من اجمالي الأساليب المستخدمة وبواقع 19.56% في برنامج يحدث اليوم
، 20% في برنامج نبض البلد ، يليه أسلوب " التركيز على النواحي العاطفية" بنسبة 17.39%

د/ ماريان إيليا زكي تادرس

في برنامج " يحدث اليوم" ثم " سرد الوقائع" بنسبة 13.04% . وينسب قريية جاءت أساليب " سرد الأمثلة الواقعية، الحقائق والأرقام ، الترهيب. وربما يرجع ذلك إلى اعتماد مضمون البرنامج على الأخبار المحلية التي تكشف عن أزمات بعض المواطنين في المجتمع لذا تطلب استخدام أسلوب تقديم الأدلة والبراهين ، الوقائع .

وبمقارنة هذه النتائج ببرنامج " نبض البلد" نجد تركيز البرنامج على عرض " وقائع معينة " بنسبة 14.47% ثم عرض " الحقائق والأرقام بنسبة 12.28% ثم "التسلسل المنطقي للأحداث" بنسبة 10.08% ولعل هذه الإحصائيات تتوافق مع مضمون البرنامج السياسي والذي اهتم بمناقشة الأحداث الجارية على الساحة المحلية والدولية .

وتقترب النتيجة السابقة من دراسة " الغزاوي، آمال 2009" التي وجدت أن أسلوب "سرد وقائع معينة" جاء في الترتيب الأول كأحد الأساليب المنطقية المستخدمة في الإقناع في البرامج محل الدراسة بنسبة 30.6%، يليه أسلوب "تقديم أدلة وبراهين" بنسبة 25.2%، ثم "أمثلة واقعية مما يحدث في الحياة اليومية" بنسبة 13.2%، ثم "التركيز على النواحي العاطفية" بنسبة 11.6% .

14- الفروق بين البرامج عينة الدراسة في مدى مشاركة الجمهور في البرامج الحوارية:

هناك ارتفاعا في نسبة مشاركة الجمهور في برنامج يحدث اليوم مقارنة ببرنامج "نبض البلد " حيث بلغت نسبة المشاركة 52.8% من إجمالي فقرات البرنامج في برنامج " يحدث اليوم" وربما يرجع ذلك إلى كثرة فقرات استقبال المكالمات من الجمهور للإستماع إلى شكواهم مقارنة ببرنامج "نبض البلد " الذي يهتم بعرض تقرير ميداني في بداية الحلقة يتضمن لقاءات مع الجمهور خارج الاستديو للتعرف على آرائهم بشأن الأحداث اليومية الجارية، ولذا كانت النسبة الأكبر هي نسبة لا يشارك في برنامج " نبض البلد" بواقع 52.87% من إجمالي فقرات البرنامج البالغ عددها 87 فقرة.

وتتشابه هذه النتيجة فيما يتعلق ببرنامج " نبض البلد " مع دراسة " الغزاوي، آمال 2009" التي توصلت إلى ارتفاع نسبة مشاركة الجمهور في البرامج الحوارية عينة الدراسة بنسبة 60%، في حين جاءت نسبة عدم مشاركة الجمهور في البرامج الحوارية عينة الدراسة في المرتبة الثانية بنسبة 40%، وجاء برنامج العاشرة مساءً في مقدمة البرامج التي تسمح بنسبة عالية من مشاركة الجمهور في فقراتها بنسبة 70.6% من إجمالي فقرات البرنامج.

المعايير الأخلاقية للبرامج الحوارية التليفزيونية في معالجة القضايا المجتمعية :

15- الفروق بين البرامج عينة الدراسة في أساليب مشاركة الجمهور في البرامج الحوارية:

تشير البيانات إلى أن " الخطابات البريدية " جاءت في مقدمة أساليب مشاركة الجمهور بنسبة 48.4% من إجمالي فقرات مشاركة الجمهور في برنامج " يحدث اليوم" وذلك لإعتماد مضمون البرنامج على طرح مشكلات المواطنين ومواجهة المسئولين بها، يليها " الإتصالات الهاتفية " بنسبة 39.3% من إجمالي فقرات مشاركة الجمهور في البرنامج عينة الدراسة للإستماع إلى شكاوي المواطنين على الهواء مباشرة .

أما برنامج "نبض البلد" فجاء فيه أسلوب" اللقاءات خارج الاستديو" بنسبة 82.92% من إجمالي فقرات مشاركة الجمهور في البرنامج وذلك لإعتماد البرنامج على استطلاع رأي الجمهور في القضايا المحلية والدولية، يليها الإتصالات الهاتفية بنسبة 17.07% من إجمالي فقرات مشاركة الجمهور، وبشكل عام جاءت " اللقاءات خارج الاستديو" في الترتيب الأول بالنسبة لإجمالي أساليب مشاركة الجمهور في البرامج الحوارية وبنسبة 31.7% ، يليها الإتصالات الهاتفية بنسبة 30.8%.

وتختلف هذه النتيجة مع دراسة " الغزوي، آمال 2009" التي وجدت أن "الاتصالات الهاتفية" جاءت في المرتبة الأولى لأساليب مشاركة الجمهور في البرامج محل الدراسة بنسبة 45.5%، يليها "لقاءات خارج الأستديو" بنسبة 38.1%، ثم "لقاءات داخل الأستديو" بنسبة 18.2%.

16- الفروق بين البرامج عينة الدراسة في أشكال تحرير فقرات البرامج الحوارية :

هناك ارتفاعا في نسبة الحوار في البرامج الحوارية عينة الدراسة بشكل عام حيث جاء في الترتيب الأول بنسبة 74.52% من إجمالي فقرات البرامج الحوارية عينة الدراسة وبالغلة 212 فقرة ، وبلغت نسبة الحوار مع الضيوف في برنامج "يحدث اليوم" 84% من إجمالي فقرات البرنامج ، بينما في برنامج "نبض البلد" 60.91% من إجمالي فقرات البرنامج عينة الدراسة.

أما بالنسبة لفئة "التقرير الإخباري" فقد لوحظ فروق واضحة بين البرنامجين عينة الدراسة حيث وصلت النسبة إلى 28.73% في برنامج نبض البلد لإعتماد البرنامج عليه كفقرة أساسية في البرنامج ، بينما لم تلاحظ أي نسبة لهذه الفئة لبرنامج "يحدث اليوم" .

في المقابل جاءت فئة " خبر " بنسبة 14.4% في برنامج " يحدث اليوم" وهي نسبة مرتفعة مقارنة ببرنامج " نبض البلد" الذي بلغت نسبة " الخبر" فيه 5.74% ، وذلك لإعتماد برنامج " يحدث اليوم" بشكل رئيسي على الخبر كمادة أساسية يتم النقاش حولها.

وتتشابه هذه النتيجة مع دراسة " الغزاوي، آمال 2009" التي توصلت إلى أن الحوار جاء في المرتبة الأولى لأشكال التحرير في البرامج محل الدراسة بنسبة 43.8%، يليها "التقرير الإخباري للمراسلين" بنسبة 29.8%، ثم الحديث المباشر بنسبة 15.5% ، ثم الخبر بنسبة 11.4%.

18- الفروق بين البرامج عينة الدراسة في مصادر الحصول على المعلومات:

جاءت فئة الإعتقاد على " ضيوف البرنامج" كمصدر للمعلومات في الترتيب الأول في مصادر الحصول على المعلومات بنسبة 48.24% ، حيث بلغت نسبة هذه الفئة في برنامج " يحدث اليوم" 44.92% من إجمالي مصادر المعلومات ، وبلغت نسبتها 53.3% في برنامج " نبض البلد " وهذا يدل على اعتماد البرامج الحوارية عينة الدراسة بصورة رئيسية على ضيوف البرنامج ، جاءت فئة الجمهور المتخصص (الصحفيين) في الترتيب الثاني في برنامج " يحدث اليوم " بنسبة 20.28% ، يليه الجمهور العام بنسبة 18.84% ، بينما تراجع الإعتقاد على الصحف والمجلات في ترتيب متأخر .

وبمقارنة النتائج السابقة ببرنامج " نبض البلد" نلاحظ تقدم فئة " الجمهور العام" في الترتيب الثاني بنسبة 37.7% ، ويرجع ذلك إلى اعتماد البرنامج على التقارير الخارجية مع الجمهور العام لإستطلاع رأيه نحو قضايا مجتمعه ، يليها فئة " المذيعون داخل الاستديو" بنسبة 5.55%

وتتشابه هذه النتيجة مع دراسة " الغزاوي، آمال 2009" التي وجدت أن فئة " ضيوف البرنامج" جاءت في المرتبة الأولى لمصادر الحصول على المعلومات بالبرامج محل الدراسة بنسبة (40.8%)، يلي ذلك المذيعون داخل الأستوديو بنسبة 18.8%، ثم الجمهور العام بنسبة 12.9%.

19- الفروق بين البرامج عينة الدراسة في اتجاهات الضيوف :

جاءت الغالبية العظمى من اتجاهات الضيوف "مختلفة" بنسبة 49.56% في البرامج الحوارية عينة الدراسة ، جاءت فئة " الإختلاف" في اتجاهات الضيوف بنسبة 49.27% في برنامج " يحدث اليوم" وبنسبة 50% في برنامج " نبض البلد " وهي نسبة مرتفعة تدل على اهتمام هذه البرامج بالتنوع في عرض مختلف وجهات النظر بشأن القضايا الراهنة.

المعايير الأخلاقية للبرامج الحوارية التليفزيونية في معالجة القضايا المجتمعية :

جاءت فئة اتجاهات الضيوف " متقاربة " بنسبة 26.08% في الترتيب الثاني في برنامج يحدث اليوم" نتيجة لتقارب وجهات النظر بين الصحفيين الذين يعبرون عن واقع المجتمع من خلال اخبارهم بالصحف، والمواطنين الذين يعرضون مشاكلهم، يليها فئة " متفاوتة" بنسبة 21.73% ، جاء هذا التفاوت نتيجة عدم تقارب وجهات النظر خاصة بين المسؤولين الحكوميين والجمهور .

أما بالنسبة لبرنامج " نبض البلد" فجاءت فئة " متفاوتة" في الترتيب الثاني بنسبة 24.4% ، يليها فئة " متقاربة " بنسبة 14.4% ، بينما جاءت الإتجاهات " واحدة" بنسبة 11.1% عندما تم طرح بعض القضايا العربية مثل قضية الحرب على الإرهاب، مؤتمر القمة العربية ، الحرب على الحوثيين، سيطرة جماعة داعش الإرهابية على مخيم اليرموك.

ملخص لأهم نتائج الدراسة :

- جميع مقدمي حلقات برنامج " يحدث اليوم" وبرنامج " نبض البلد" من الذكور ، حيث بلغت نسبة المقدمين الذكور في برنامج " نبض البلد" 100% من إجمالي الشخصيات المقدمة للبرنامج ، كذلك الحال بالنسبة لبرنامج "يحدث اليوم" .

- جميع حلقات برنامج " يحدث اليوم" و" نبض البلد " بهم ضيوف ، حيث كانت نسبة الضيوف في برنامج " يحدث اليوم " 60.52% من اجمالي عدد الضيوف في البرنامجين ، وربما يرجع ذلك إلى استضافة أكثر من ضيف خلال الفقرة الواحدة بالبرنامج ، وهذا يعني حرص مقدمي البرامج على استضافة الضيوف من الخبراء والمتخصصين لإبداء آرائهم نحو القضايا المجتمعية المثارة ومقترحاتهم لإيجاد الحلول لهذه القضايا مما يحقق التوازن في تناول القضايا من خلال عرض الرأي والرأي الآخر.

- غالبية الضيوف من الذكور حيث بلغت نسبتهم في برنامج " نبض البلد" 95.5% ، ثم جاءت نسبة الضيوف الإناث أكثر ارتفاعا في برنامج " يحدث اليوم" 6.5% ، وبشكل عام نجد أن هناك اتجاها للتركيز على استضافة الضيوف الذكور أكثر من الإناث في البرامج الحوارية عينة الدراسة وقد يرجع ذلك إلى اعتماد برنامج " نبض البلد" على المضمون السياسي وحاجته لإستضافة المحللين والخبراء السياسيين والإقتصاديين، بينما اعتمد برنامج " يحدث اليوم" على المسؤولين الحكوميين ومعظمهم من الرجال.

- ظهور "مسؤول الحكومة" في مقدمة تخصصات الضيوف بنسبة 30.7% من اجمالي البرامج عينة الدراسة ، يليها فئة " شخص عادي" بنسبة 17.98% ، ثم فئة صحفي بنسبة 12.28%

أما بالنسبة لبرنامج " نبض البلد " جاءت فئة " مواطن عادي " في المركز الاول بنسبة 23.3% وهذا نتيجة عرض التقارير الميدانية واستطلاع رأي الشارع في مختلف القضايا قبل بدء البرنامج ، بينما أهتم برنامج " يحدث اليوم" بإستضافة " مسئول بالحكومة" بنسبة 42.7% ويرجع ذلك إلى طبيعة البرنامج الذي يتناول مناقشة الازمات المجتمعية مع المسؤولين بهدف إيجاد حلول لها . كما أهتم برنامج " يحدث اليوم بالإستعانة بالصحفيين كمصدر للخبر بنسبة 18.12% .

- أهتم برنامج "نبض البلد" بإستضافة " المحلل السياسي" بنسبة 16.6% نتيجة لتركيز محتوى البرنامج على القضايا السياسية العربية في الفترة الراهنة ، كذلك جاءت فئة " عضو برلماني" بنفس النسبة السابقة نتيجة تركيز البرنامج على المشاكل التي يتعرض لها مجلس النواب .

- الغالبية العظمى من ضيوف البرامج الحوارية عينة الدراسة من الأردنيين حيث بلغت نسبتهم 99.12% بواقع 100% لبرنامج " يحدث اليوم" و 97.7% لبرنامج " نبض البلد" ويرجع ذلك إلى طبيعة مضمون هذه البرامج الذي يتناول القضايا المحلية وبالتالي تراجعت نسبة الضيوف العرب إلى 0.87% حيث لم يتم استضافتهم إلا عند الحديث عن الإرهاب في الوطن العربي وأزمته ليبيا واليمن.

- نسبة 97.24% من القضايا والموضوعات في البرامج الحوارية عينة الدراسة عرضت بأسلوب مباشر وهذا يدل على صراحة هذه البرامج الحوارية في تناول القضايا والمشكلات الإجتماعية ، كما وجدت هناك فروق بسيطة بين برنامج " يحدث اليوم" وبرنامج " نبض البلد " في التناول غير المباشر للقضايا من جانب برنامج " نبض البلد" بواقع 2.75% .

- جاء الأسلوب الأكثر تكرارا في تشكيل الرأي العام " نقل الآراء ووجهات النظر من الصفوة إلى الجمهور" بنسبة 47.8% لبرنامجي يحدث اليوم ، نبض البلد وهذا يؤكد سبب ظهور الضيف الحكومي في معظم حلقات البرامج الحوارية ، جاءت فئة " نقل الآراء ووجهات النظر من الجمهور إلى الصفوة" في الترتيب الثاني بنسبة 23.19% لبرنامج يحدث اليوم وبنسبة

المعايير الأخلاقية للبرامج الحوارية التليفزيونية في معالجة القضايا المجتمعية :

21.1% لبرنامج نبض البلد. وذلك من خلال مشاركة الجمهور عبر الهاتف كما في برنامج يحدث اليوم للإستماع لشكواهم ،أو من خلال التقارير الميدانية كما في برنامج نبض البلد لإستطلاع رأي الجمهور قبل مناقشة موضوع الحلقة.

- إن إجمالي عدد القضايا في برنامج " يحدث اليوم " بلغ 79 قضية في مقابل 30 قضية في برنامج نبض البلد ، ويرجع تزايد عدد القضايا المطروحة في برنامج يحدث اليوم إلى أكثر من الضعف نتيجة لإحتواء البرنامج على مجموعة فقرات كل فقرة تتضمن طرح خبر أو قضية على مدار 55 دقيقة كاملة ، بينما يعرض برنامج " نبض البلد" قضية واحدة تقريبا طوال الحلقة بإستثناء حلقة واحدة عرض فيها قضيتي الوضع الأمني الراهن في اليمن وليبيا.

- جاءت القضايا السياسية في مقدمة اهتمامات برنامج "نبض البلد" بنسبة 50% من القضايا المطروحة ، بينما جاءت نفس القضايا بنسبة 1.26% في برنامج "يحدث اليوم" حيث اهتم البرنامج بالتركيز على القضايا الصحية التي جاءت في المركز الاول بنسبة 32.91% ، يليها القضايا الاقتصادية بنسبة 29.11% ثم القضايا البيئية بنسبة 17.72%

- ويرجع هذا الإختلاف في المضمون المقدم في كل من البرنامجين إلى إهتمام برنامج "يحدث اليوم" بالقضايا والأزمات المحلية الداخلية التي تعكس شكاوى المواطنين ومشاكلهم ، بينما اهتم برنامج " نبض البلد" بالقضايا السياسية في العالم العربي أكثر من إهتمامه بالقضايا المحلية.

- جاء برنامج " يحدث اليوم " أكثر إهتماما بعرض القضايا الصحية وكانت القضية الرئيسية " ضعف الخدمات الصحية بالمستشفيات" بنسبة 20.25% حيث ناقش البرنامج عدة مشكلات أهمها نقص مطاعيم الأطفال، نقص أدوية الأمراض المزمنة ، عدم وجود مركز صحي لخدمة المرضى ، وغيرها، يليها " تكرار الإصابة بإنفلونزا الخنازير" بنسبة 12.65% ، يليها قضية" غلاء الأسعار ونقص الأجور" بنسبة 8.86% ثم قضية " تكس الفصول ببعض المدارس" بنسبة 7.59% ، مشكلات نقص المياه وتلوث مياه الشرب بنسبة 6.32%.

وبتحليل مضمون برنامج " نبض البلد " نجد أن قضية" أزمة السوق الحرة بين الأردن وسوريا" احتلت الترتيب الأول بنسبة 16.6% ، يليها قضية "العقوبات النيابية" بنسبة 13.3% وأهمها تجاوزات بعض النواب ورفع الحصانة عنهم ، تكرار غياب الأعضاء بالبرلمان وعدم اكتمال

د/ ماريان إيليا زكي تادرس

النصاب في بعض الجلسات. ثم " موقف ايران من المنطقة العربية"، " أزمة الإرهاب في ليبيا واليمن " ، " حوادث الطرق وتشحيط السيارات وكاميرات مراقبة السير" بنسبة 10% واخيرا جاءت بعض القضايا بنسبة 3.33% نتيجة لعرضها من خلال حلقة واحدة مثل قضايا " أداء الحكومة نحو التعامل مع المعاقين"، قرار الإغلاق المبكر للمرافق السياحية"، وضع جماعة الإخوان المسلمين"، " تصنيع المفاعل النووي" ، " تكرار الإصابة بإنفلونزا الخنازير" ، " أزمة منتجي الألبان " وغيرها .

- إن غالبية الضيوف في برنامج " نبض البلد" كانوا يتحدثون اللغة الفصحى بنسبة 50% من اجمالي الضيوف في البرنامج عينة الدراسة ، وربما يرجع ذلك على طبيعة الموضوعات السياسية التي يعرضها البرنامج والتي ناقشت قضايا جادة مع محللين سياسيين ومسؤولين حكوميين لذا كان من الضروري الحديث باللغة الفصحى ، وفي الترتيب الثاني جاءت فئة عامية المثقفين بنسبة 24.44% وهم الضيوف الذين اهتموا بالحديث عن القضايا الإقتصادية والإجتماعية ، ثم فئة عامية المتنورين بنسبة 20% وتشمل هذه الفئة الجمهور الذين تم استطلاع آرائهم بشأن مختلف القضايا المجتمعية.

وبمقارنة هذه النتائج ببرنامج " يحدث اليوم" نجد أن هناك فروقا ملحوظة في النسب المئوية ، فجاءت فئة عامية المتنورين في الترتيب الأول بنسبة 39.85% ، وهم المواطنين اصحاب القضايا والمشكلات الذين يشاركون بالبرنامج ، يليهم فئة عامية المثقفين ونسبتهم 30.43% وهم الصحفيين الذين يعرضون قضايا المواطنين ، ثم فئة فصحى العصر بنسبة 23.18% وهم المسؤولين الحكوميين والمتخصصين لمناقشة الازمات المجتمعية معهم .

- اهتمام البرامج الحوارية بشكل عام بالجانب العقلاني في طرح القضايا والموضوعات حيث جاء استخدام ضيوف البرامج الحوارية " للإستمالات العقلانية " بنسبة 74.12%، وبواقع 78.8% لبرنامج نبض البلد ، 71.01% لبرنامج " يحدث اليوم" ويرجع ذلك إلى طبيعة القضايا الجادة والموضوعات السياسية والإقتصادية المطروحة والتي تتطلب مخاطبة العقل والمنطق لمناقشتها وإيجاد حلول لها . وفي الترتيب الثاني جاءت " الإستمالات العاطفية " بنسبة 18.8% في برنامج " يحدث اليوم " وبنسبة 14.4% في برنامج نبض البلد ، وجاءت هذه الإستمالات في إطار عرض مشكلات المواطنين سواء بالنسبة لأزمة منتجي الألبان أو أزمة العاملين في منطقة السوق الحرة بين الاردن وسوريا أو أزمة بعض المرضى في عدم

المعايير الأخلاقية للبرامج الحوارية التليفزيونية في معالجة القضايا المجتمعية :

توافر العلاج لهم , وغيرها من المشكلات التي تثير عواطف الجمهور ، واخيرا جاءت استمالات التخويف بنسبة 10.14% في برنامج " يحدث اليوم" وبنسبة 6.6% في برنامج " نبض البلد"

- جاء استخدام أسلوب " الأدلة والبراهين " من أكثر الأساليب شيوعا في البرامج الحوارية حيث جاء بنسبة 19.73% من إجمالي الأساليب المستخدمة وواقع 19.56% في برنامج يحدث اليوم ، 20% في برنامج نبض البلد ، يليه أسلوب " التركيز على النواحي العاطفية" بنسبة 17.39% في برنامج " يحدث اليوم" ثم " سرد الوقائع" بنسبة 13.04% . وبنسب قريبة جاءت أساليب " سرد الأمثلة الواقعية، الحقائق والأرقام ، الترهيب. وربما يرجع ذلك إلى اعتماد مضمون البرنامج على الأخبار المحلية التي تكشف عن أزمات بعض المواطنين في المجتمع لذا تطلب استخدام أسلوب تقديم الأدلة والبراهين ، الوقائع .

وبمقارنة هذه النتائج ببرنامج " نبض البلد" نجد تركيز البرنامج على عرض " وقائع معينة " بنسبة 14.47% ثم عرض " الحقائق والارقام بنسبة 12.28% ثم " التسلسل المنطقي للأحداث" بنسبة 10.08% ولعل هذه الإحصائيات تتوافق مع مضمون البرنامج السياسي والذي اهتم بمناقشة الأحداث الجارية على الساحة المحلية والدولية .

- إن هناك ارتفاعا في نسبة مشاركة الجمهور في برنامج يحدث اليوم مقارنة ببرنامج "نبض البلد " حيث بلغت نسبة المشاركة 52.8% من إجمالي فقرات البرنامج في برنامج " يحدث اليوم" وربما يرجع ذلك إلى كثرة فقرات استقبال المكالمات من الجمهور للإستماع إلى شكاوهم مقارنة ببرنامج "نبض البلد " الذي يهتم بعرض تقرير ميداني في بداية الحلقة يتضمن لقاءات مع الجمهور خارج الاستديو للتعرف على آرائهم بشأن الأحداث اليومية الجارية، ولذا كانت النسبة الأكبر هي نسبة لا يشارك في برنامج " نبض البلد" بواقع 52.87% من إجمالي فقرات البرنامج البالغ عددها 87 فقرة.

- جاءت "الخطابات البريدية" في مقدمة أساليب مشاركة الجمهور بنسبة 48.4% من إجمالي فقرات مشاركة الجمهور في برنامج " يحدث اليوم" وذلك لإعتماد مضمون البرنامج على طرح مشكلات المواطنين ومواجهة المسؤولين بها، يليها "الإتصالات الهاتفية" بنسبة 39.3% من إجمالي فقرات مشاركة الجمهور في البرنامج عينة الدراسة للإستماع إلى شكاوي المواطنين على الهواء مباشرة .

د/ ماريان إيليا زكي تادرس

أما برنامج "نبض البلد" فجاء فيه أسلوب" اللقاءات خارج الاستديو" بنسبة 82.92% من إجمالي فقرات مشاركة الجمهور في البرنامج وذلك لإعتماد البرنامج على استطلاع رأي الجمهور في القضايا المحلية والدولية، يليها الإتصالات الهاتفية بنسبة 17.07% من إجمالي فقرات مشاركة الجمهور .

- وجد أن هناك ارتفاعا في نسبة الحوار في البرامج الحوارية عينة الدراسة بشكل عام حيث جاء في الترتيب الأول بنسبة 74.52% من إجمالي فقرات البرامج الحوارية عينة الدراسة وبالبلغة 212 فقرة ، وبلغت نسبة الحوار مع الضيوف في برنامج "يحدث اليوم" 84% من إجمالي فقرات البرنامج ، بينما في برنامج "نبض البلد" 60.91% من إجمالي فقرات البرنامج عينة الدراسة.

- جاء الإعتماد على "ضيوف البرنامج" كمصدر للمعلومات في الترتيب الأول في مصادر الحصول على المعلومات بنسبة 48.24% ، حيث بلغت نسبة هذه الفئة في برنامج " يحدث اليوم" 44.92% من إجمالي مصادر المعلومات ، وبلغت نسبتها 53.3% في برنامج " نبض البلد " وهذا يدل على اعتماد البرامج الحوارية عينة الدراسة بصورة رئيسية على ضيوف البرنامج.

- أن الغالبية العظمى من اتجاهات الضيوف كانت " مختلفة " بنسبة 49.56% في البرامج الحوارية عينة الدراسة ، جاءت فئة " الإختلاف" في اتجاهات الضيوف بنسبة 49.27% في برنامج "يحدث اليوم" وبنسبة 50% في برنامج " نبض البلد " وهي نسبة مرتفعة تدل على اهتمام هذه البرامج بالتنوع في عرض مختلف وجهات النظر بشأن القضايا الراهنة. جاءت فئة اتجاهات الضيوف " متقاربة " بنسبة 26.08% في الترتيب الثاني في برنامج يحدث اليوم" نتيجة لتقارب وجهات النظر بين الصحفيين الذين يعبرون عن واقع المجتمع من خلال اخبارهم بالصحف، والمواطنين الذين يعرضون مشاكلهم، يليها فئة " متفاوتة" بنسبة 21.73% ، جاء هذا التفاوت نتيجة عدم تقارب وجهات النظر خاصة بين المسؤولين الحكوميين والجمهور .

أما بالنسبة لبرنامج " نبض البلد" فجاءت اتجاهات الضيوف " متفاوتة " في الترتيب الثاني بنسبة 24.4% ، يليها فئة "متقاربة " بنسبة 14.4% ، بينما جاءت الإتجاهات "واحدة" بنسبة

المعايير الأخلاقية للبرامج الحوارية التليفزيونية في معالجة القضايا المجتمعية :
11.1% عندما تم طرح بعض القضايا العربية مثل قضية الحرب على الإرهاب، مؤتمر القمة العربية ، الحرب على الحوثيين، سيطرة جماعة داعش الإرهابية على مخيم اليرموك.

توصيات الدراسة :

- ضرورة الإهتمام بمناقشة القضايا المجتمعية بأسلوب أكثر عمقا من خلال برامج حوارية يومية.
- إتاحة الفرصة للمرأة للمشاركة في تقديم البرامج الحوارية.
- ضرورة توافر برنامج حوارى يومي في نهاية ساعات اليوم ليناقد أحداث اليوم من مختلف الجوانب ويتعمق في تقديم المواد الإخبارية مع الإهتمام بالتعليق عليها ومناقشتها.
- الإهتمام بإشباع احتياجات المواطن الأردني من المعلومات اليومية حتى لا تستقطبه القنوات الفضائية الخارجية.
- تحقيق التوازن والدقة والموضوعية في طرح وجهات النظر والآراء لضيوف البرامج الحوارية
- مراعاة التزام الضيوف بأداب الحوار ، حتى لا تتحول البرامج الحوارية إلى ساحة للشجار والسب والقذف.

ملاحق الدراسة

جدول رقم (1)

زمن حلقات البرامج عينة الدراسة التحليلية

زمن الحلقات	عدد الحلقات	البرنامج
دقيقة		
1325	25	يحدث اليوم
1595	29	نبض البلد
2920	54	المجموع

جدول رقم (2)

نوع مقدم البرنامج

المجموع		نبض البلد		يحدث اليوم		البرنامج
%	ك	%	ك	%	ك	نوع مقدم البرنامج
100	54	100	29	100	25	ذكر
	0		0		0	أنثى
	0		0		0	والإثنان معا
	54		29		25	المجموع

جدول رقم (3)

الفروق بين البرامج الحوارية في مدى وجود الضيوف

المجموع		نبض البلد		يحدث اليوم		البرنامج
%	ك	%	ك	%	ك	وجود الضيوف
100	228	100	90	100	138	يوجد
	0		0		0	لا يوجد
						-
	228		90		138	المجموع

المعايير الأخلاقية للبرامج الحوارية التليفزيونية في معالجة القضايا المجتمعية :

جدول رقم (4)

الفروق بين البرامج الحوارية وفقاً لنوع الضيوف المشاركة في البرامج

البرنامج نوع الضيوف	يحدث اليوم		نبض البلد		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
ذكر	129	93.5	86	95.5	215	94.29
أنثى	9	6.5	4	4.4	13	5.70
المجموع	138		90		228	

جدول رقم (5)

الفروق بين البرامج الحوارية في تخصص الضيوف في البرامج الحوارية

البرنامج تخصص الضيوف	يحدث اليوم		نبض البلد		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
مسؤول بالحكومة	59	42.7	11	12.2	70	30.7
صحفي	25	18.12	3	3.3	28	12.28
شخص عادي	20	14.49	21	23.3	41	17.98
طبيب	24	17.39	2	2.22	26	11.40
وزير حالي	2	1.45	2	2.22	4	1.75
محلل سياسي	0	0	15	16.6	15	6.57
مسؤول سابق الحكومة	1	0.72	4	4.44	5	2.19
استاذ جامعي	1	0.72	4	4.44	5	2.19
عضو برلماني	0	0	15	16.6	15	6.57
محامي	0	0	2	2.22	2	0.87
خبير اقتصادي	0	0	7	7.77	7	3.07
اديب وكاتب	0	0	2	2.22	2	0.87
رجل دين	1	0.72	0	0	1	0.43
رجل شرطة	2	1.45	0	0	2	0.87
مهندس	2	1.45	0	0	2	0.87
معلم	1	0.72	0	0	1	0.43
رجل اعمال	0	0	2	2.22	2	0.87
المجموع	138	100	90	100	228	100

جدول رقم (6)

الفروق بين البرامج الحوارية في جنسية ضيوف البرامج

البرنامج نوع الضيوف	يحدث اليوم		نبض البلد		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
اردني	138	100	88	97.7	226	99.12
عربي	0	0	2	2.2	2	0.87
اجنبي	0	0	0	0	0	0

المجموع	138	90	228
---------	-----	----	-----

جدول رقم (7)

الفروق بين البرامج الحوارية وفقاً للصفة الرسمية للضيوف

البرنامج	يحدث اليوم		نبض البلد		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
الصفة الرسمية للضيف						
حكومي حالي	83	60.14	48	53.3	131	57.45
ضيف عادي	26	44.92	34	37.7	60	26.31
حكومي سابق	1	0.72	4	4.4	5	2.19
صحفي	28	20.28	4	4.4	32	14.03
المجموع	138	100	90	100	228	100

جدول رقم (8)

الفروق بين البرامج الحوارية في اسلوب التناول للقضايا والموضوعات بالبرامج

البرنامج	يحدث اليوم		نبض البلد		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
اسلوب التناول						
مباشر	79	100	27	90	106	97.24
غير مباشر	0	0	3	10	3	2.75
المجموع	79		30		109	

جدول رقم (9)

الفروق بين البرامج الحوارية في أساليب تشكيل الرأي العام المستخدمة في البرامج

البرنامج	يحدث اليوم		نبض البلد		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
أساليب تشكيل الرأي العام						
نقل الآراء ووجهات النظر من الصفوة إلى الجمهور	67	48.55	42	46.6	109	47.8
إثارة القضية دون تقديم حلول لها	16	11.59	17	18.8	33	14.47
نقل الآراء ووجهات النظر من الجمهور إلى الصفوة	33	23.19	19	21.1	52	22.80
طرح القضية والآراء ووجهات النظر المختلفة بشأنها	24	17.39	12	13.3	36	15.78
المجموع	138		90		228	

جدول رقم (10)

الفروق بين البرامج الحوارية في نوع القضايا المطروحة

البرنامج	يحدث اليوم		نبض البلد		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
أنواع القضايا						
قضايا سياسية	1	1.26	15	50	16	14.67

المعايير الأخلاقية للبرامج الحوارية التليفزيونية في معالجة القضايا المجتمعية :

30.27	33	33.3	10	29.11	23	قضايا اقتصادية
3.66	4	3.33	1	3.79	3	قضايا اجتماعية
12.84	14	0	0	17.72	14	قضايا بينية
1.83	2	0	0	2.53	2	قضايا دينية
1.83	2	0	0	2.53	2	قضايا زراعية
4.58	5	10	3	2.53	2	حوادث
24.7	27	3.33	1	32.91	26	قضايا صحية
5.51	6	0	0	7.59	6	قضايا تعليمية
100	109	100	30	100	79	المجموع

جدول رقم (11)

الفروق بين البرامج الحوارية في القضايا والموضوعات التي عالجتها البرامج الحوارية

المجموع		نبض البلد		يحدث اليوم		البرنامج
%	ك	%	ك	%	ك	القضايا والموضوعات
4.58	5	13.3	4	1.26	1	العقوبات النيابية
2.75	3	10	3	0	0	موقف ايران من المنطقة العربية
6.42	7	0	0	8.86	7	غلاء الأسعار ونقص الأجور
2.75	3	10	3	0	0	أزمة الإرهاب في ليبيا واليمن
0.91	1	3.33	1	0	0	الوضع في مخيم اليرموك
0.91	1	3.33	1	0	0	وضع الخطوط الملكية الاردنية اقتصاديا
4.58	5	16.6	5	0	0	أزمة السوق الحرة بين الأردن وسوريا
0.91	1	3.33	1	0	0	الانتخابات الفلسطينية
0.91	1	3.33	1	0	0	قانون اللامركزية
3.66	4	0	0	5.06	4	بيع الطحين المدعوم
10.09	11	3.33	1	12.65	10	تكرار الإصابة بانفلونزا الخنازير
2.75	3	0	0	3.79	3	اعطال الكهرباء
4.58	5	3.33	1	5.06	4	أزمة منتجي الألبان
14.67	16	0	0	20.25	16	ضعف الخدمات الصحية بالمستشفيات
3.66	4	6.66	2	2.53	2	الرقابة المرورية
1.83	2	0	0	2.53	2	مطبات الشوارع
0.91	1	0	0	1.26	1	استغلال شركات التوظيف للمواطنين
4.58	5	0	0	6.32	5	نقص المياه
5.51	6	0	0	7.59	6	تكديس فصول بعض المدارس
4.58	5	0	0	6.32	5	تضرر بعض المساكن من الأمطار
2.75	3	0	0	3.79	3	ارتفاع اسعار الكهرباء
4.58	5	0	0	6.32	5	تلوث مياه الشرب
0.91	1	0	0	1.26	1	أزمة المواصلات
0.91	1	0	0	1.26	1	توقف تصدير الخضروات

د/ ماريان إيليا زكي تادرس

0.91	1	3.33	1	0	0	تصنيع المفاعل النووي
5.51	6	10	3	3.79	3	حوادث الطرق
0.91	1	3.33	1	0	0	اداء الحكومة نحو التعامل مع المعاقين
0.91	1	3.33	1	0	0	وضع جماعة الإخوان المسلمين
0.91	1	3.33	1	0	0	قرار الإغلاق المبكر للمرافق السياحية
100	109	100	30	100	79	المجموع

جدول رقم (12)

الفروق بين البرامج الحوارية في اللغة المستخدمة في البرامج الحوارية

المجموع		نبض البلد		يحدث اليوم		البرنامج
%	ك	%	ك	%	ك	اللغة المستخدمة
33.7	77	50	45	23.18	32	فصحى العصر
28.07	64	24.44	22	30.43	42	عامية المثقفين
32.01	73	20	18	39.85	55	عامية المتورين
6.14	14	5.55	5	6.52	9	مصطلحات اجنبية
228		90		138		المجموع

جدول رقم (13)

الفروق بين البرامج الحوارية في نوع الاستمالات المستخدمة في البرامج

المجموع		نبض البلد		يحدث اليوم		البرنامج
%	ك	%	ك	%	ك	نوع الاستمالات
74.12	169	78.8	71	71.01	98	استمالات عقلانية
17.11	39	14.4	13	18.8	26	استمالات عاطفية
8.77	20	6.6	6	10.14	14	التخويف
100	228	100	90	100	138	المجموع

جدول رقم (14)

الفروق بين البرامج الحوارية في أساليب الإقناع المستخدمة

المجموع		نبض البلد		يحدث اليوم		البرنامج	أساليب الإقناع
%	ك	%	ك	%	ك	أساليب الإقناع	
19.73	45	20	18	19.56	27	أدلة وبراهين	أساليب منطقية
14.47	33	16.6	15	13.04	18	وقائع معينة	
10.08	23	12.2	11	8.69	12	تسلسل منطقي للأحداث	
9.64	22	8.8	8	10.14	14	أمثلة واقعية	
7.89	18	6.6	6	8.69	12	سلبيات	

المعايير الأخلاقية للبرامج الحوارية التلفزيونية في معالجة القضايا المجتمعية :

12.28	28	14.4	13	10.86	15	حقائق وأرقام	أساليب عاطفية
1.31	3	1.11	1	1.44	2	التحيز	
0.87	2	2.22	2	0	0	التعميم	
8.77	20	6.6	6	10.14	14	الترهيب	
14.91	34	11.1	10	17.39	24	التركيز على النواحي العاطفية	
100	228	100	90	100	138	المجموع	

جدول رقم (15)

الفروق بين البرامج الحوارية في مدى مشاركة الجمهور في البرامج الحوارية

المجموع		نبض البلد		يحدث اليوم		البرنامج
%	ك	%	ك	%	ك	
50.47	107	47.12	41	52.8	66	مدى المشاركة
49.52	105	52.87	46	47.2	59	يشترك
						لا يشترك
212		ق=87		ق=125		المجموع

جدول رقم (16)

الفروق بين البرامج الحوارية في أساليب مشاركة الجمهور في البرامج

المجموع		نبض البلد		يحدث اليوم		البرنامج
%	ك	%	ك	%	ك	
30.8	33	17.07	7	39.3	26	أساليب مشاركة الجمهور
31.7	34	82.92	34	0	0	اتصالات هاتفية
0	0	0	0	0	0	لقاءات خارج الاستوديو
0	0	0	0	0	0	لقاءات داخل الاستوديو
0	0	0	0	0	0	SMS
29.9	32	0	0	48.4	32	خطابات بريدية
7.47	8	0	0	12.1	8	Mail .E
100	ق=107	100	ق=41	100	ق=66	المجموع

جدول رقم (17)

الفروق بين البرامج الحوارية في أشكال تحرير فقرات البرامج

المجموع		نبض البلد		يحدث اليوم		البرنامج
%	ك	%	ك	%	ك	
74.52	158	60.91	53	84	105	أشكال التحرير
11.79	25	28.73	25	0	0	حوار
2.83	6	4.59	4	1.6	2	تقرير إخباري
						حديث مباشر

10.84	23	5.74	5	14.4	18	خبر
100	212=ق	100	87=ق	100	125=ق	المجموع

جدول رقم (18)

الفروق بين البرامج الحوارية في مصادر الحصول على المعلومات

المجموع		نبض البلد		يحدث اليوم		البرنامج
%	ك	%	ك	%	ك	المصادر
48.24	110	53.3	48	44.92	62	ضيوف البرنامج
3.94	9	5.55	5	2.89	4	المذيعون داخل الاستوديو
26.31	60	37.7	34	18.84	26	الجمهور العام
2.19	5	2.22	2	2.17	3	مراسل البرنامج
12.71	29	1.11	1	20.28	28	الجمهور المتخصص (الصحفيين)
0	0	0	0	0	0	غير محدد المصدر
4.38	10	0	0	7.24	10	وسائل الإعلام المقروءة الرسمية (صحف - مجلات)
2.19	5	0	0	3.62	5	وسائل الإعلام المقروءة المستقلة (صحف - مجلات)
100	228	100	90	100	138	المجموع

جدول رقم (19)

الفروق بين البرامج الحوارية في اتجاهات الضيوف

المجموع		نبض البلد		يحدث اليوم		البرنامج
%	ك	%	ك	%	ك	اتجاهات الضيوف
6.14	14	11.1	10	2.89	4	واحدة
21.49	49	14.4	13	26.08	36	متقاربة
49.56	113	50	45	49.27	68	مختلفة
22.8	52	24.4	22	21.73	30	متفاوتة
100	228	100	90	100	138	المجموع

مصادر ومراجع الدراسة

أولاً: المراجع العربي

- 1- البطريق ، نسمة ،(2008م)، المسؤولية الإجتماعية للإعلام فى عصر العولمة ، ورقة بحثية مقدمة إلى المؤتمر العلمي السنوي الرابع عشر لكلية الإعلام : الإعلام بين الحرية والمسؤولية ، (القاهرة : كلية الإعلام ، جامعة القاهرة) ج 1 ، ص ص 29- 41.
- 2- آل علي، فوزية عبد الله ،(2008م)، دور القائم بالاتصال في تبني البرامج الحوارية التليفزيونية لمسئوليتها تجاه المجتمع في دولة الإمارات: دراسة ميدانية بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي السنوي الرابع عشر لكلية الإعلام : الإعلام بين الحرية والمسؤولية (القاهرة : كلية الإعلام) ج 4 ، ص ص 1601 - 1635
- 3- الغزاوي، آمال حسن، (2009م)، المسؤولية الإجتماعية للبرامج الحوارية التليفزيونية اليومية في تناول الأداء الحكومي: دراسة تحليلية (القاهرة: كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، مجلة بحوث الرأي العام) ، المجلد التاسع ، العدد الثالث.
- 4- الكحكي ، عزة مصطفى،(2008م)، حدود الحرية والمسؤولية كما يراها القائم بالاتصال بقناة الجزيرة الإخبارية، بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي السنوي الرابع عشر لكلية الإعلام : الإعلام بين الحرية والمسؤولية (القاهرة : كلية الإعلام) ج3، ص ص 563- 614
- 5- الكحكي ، عزة ، (2003م) ، " اتجاهات ذوي الاحتياجات الخاصة نحو معالجة قضاياهم بالبرامج والدراما التي قدمها التلفزيون المصري وعلاقتها بمفهوم الذات لديهم " في " المؤتمر العلمي السنوي التاسع لكلية الإعلام : أخلاقيات الإعلام بين النظرية والتطبيق،(جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، قسم الإذاعة والتلفزيون)، الجزء الأول، ص ص 287- 350
- 6- النمر، أميرة ،(2008م) ،"شريط المحادثة على القنوات الفضائية العربية بين الضوابط الأخلاقية والمسؤولية المهنية"، في " المؤتمر العلمي السنوي الرابع عشر " بعنوان : الإعلام بين الحرية والمسؤولية في

د/ ماريان إيليا زكي تادرس

الفترة من 3-5 يوليو 2008م، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون) الجزء الثاني ص ص 277-326.

7- انور، حازم، (2008م)، "أخلاقيات الإعلام فى الفضائيات العربية الخاصة كما يراها الجمهور المصري، فى"المؤتمر العلمي السنوي الرابع عشر" بعنوان: الإعلام بين الحرية والمسؤولية (جامعة القاهرة: كلية الإعلام) ج2، ص ص183-276.

8- حسن، أشرف، (2008م)، "حدود الحرية والمسؤولية المهنية فى أداء الشبكات الإخبارية الفضائية العالمية وأثرها على اتجاه جمهور الأجنبي نحو القضايا العربية دراسة تطبيقية مقارنة"، بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي السنوي الرابع عشر لكلية الإعلام: الإعلام بين الحرية والمسؤولية (القاهرة: كلية الإعلام) ج2، ص ص43-113.

9- رمضان، علاء، (2008م)، "حرية البث الفضائي الإعلامي ومسؤولية الإعلام العربي الليبي فى

الحفاظ على الهوية الثقافية، بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي السنوي الرابع عشر لكلية الإعلام: الإعلام بين الحرية والمسؤولية (القاهرة: كلية الإعلام) ج3، ص ص817-857

10- طه، أميرة، (2008م)، "التأثيرات السياسية للقنوات الفضائية المصرية والعربية الخاصة فى إطار المسؤولية الإجتماعية"، بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي السنوي الرابع عشر لكلية الإعلام: الإعلام بين الحرية والمسؤولية (القاهرة: كلية الإعلام) ج2، ص ص133-181.

11- عبد الحليم، سارة عبد اللطيف، (2011م)، "المسؤولية الإجتماعية لقنوات التلفزيون المصرية

الحكومية والخاصة كما تراها النخبة: دراسة تحليلية ميدانية"، رسالة ماجستير، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام: قسم الإذاعة والتلفزيون).

12- عبد الغفار، عادل (2003م)، "ابعاد المسؤولية الإجتماعية للقنوات الفضائية المصرية الخاصة"، دراسة تطبيقية على برامج الرأي المقدمة بقناة دريم 2، بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي السنوي التاسع لكلية الإعلام: أخلاقيات الإعلام بين النظرية والتطبيق، (القاهرة: كلية الإعلام، جامعة القاهرة) ج3، ص ص747-823.

13- عبد اللطيف، رشا، (2011م) "معايير التربية الإعلامية وكيفية تطبيقها فى مصر على المضامين التلفزيونية من منظور الخبراء"، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام).

14- عثمان، أحمد، (2008م)، "حرية التعبير فى برامج المشاركة بالراديو فى إطار المسؤولية الإجتماعية للإعلام الإذاعي، بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي السنوي الرابع عشر لكلية الإعلام: الإعلام بين الحرية والمسؤولية (القاهرة: كلية الإعلام) ج3 ص ص657-733.

15- عسران، صابر، (2003م)، "الضوابط الأخلاقية والقانونية اللازمة لعمل القنوات الخاصة العربية رؤية مستقبلية"، فى "المؤتمر العلمي السنوي التاسع" بعنوان: أخلاقيات الإعلام بين النظرية والتطبيق (جامعة القاهرة: كلية الإعلام) ج2، ص ص235-187.

16- مكاي، حسن عماد، "أخلاقيات العمل الإعلامي: دراسة مقارنة"، (2006)، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ط4، ص 142

ثانيا: المراجع الاجنبيه :

- 1- Andrews, Urkovia, (2013), **House Rules: Using the Television, Series "House" to Teach Research Ethics**, in, Communication Teacher Vol. 27, No. 3, July 2013, pp. 152-155.
- 2- Arshad, Sidra, Ashraf, Badar Nadeem, **Journalism Ethics: Evidence from Media Industry of Pakistan**. In, Global Media Journal: Pakistan Edition, 20702469, 12/31/2014, Vol. 7, Issue 2, p25-36.
- 3- Ayish, Muhammad, **Television Reality Shows in The Arab World , The case for a "globalized" media ethics**, in Journalism Studies, Vol. 12, No 6, 2011, pp. 768-779.
- 4- B.K. Ravi, (, 2012), **Media and Social responsibility: A critical Perspective with special Reference to TV**, In Academic Research International, Vol. 2, No .1, January .p p. 2-21
- 5- Biagi, Shirly, (2001), "**Media Impact an Introduction to Mass Media**", (Wadsworth: Thomson Learning) 5th edition, p.368.
- 6- Black, Jay, (2008), **An Information Agenda for Media Ethics**, (Petersburg: University of south Florida), p .5
- 7-Blasco and Zolner , Maribel and Mette, June ,(2010) , **Corporate social Responsibility in Mexico and France , Exploring the role of Normative Institutions**, In Business & society , vol. 49, No. 2, pp 216- 251.
- 8- Fourie, Pieter , (2010), **New Paradigms , New Theory and four Priorities for south African Mass Communication and Media Research, Critical arts** In south North cultural and Media studies , Vol. 24, No.2, , pp 173-191.
- 9- Lieb, Claudia, (2001), **Entertainment: an Examination of Functional Theories of Mass Communication** "In Poetics, No. 29, pp 225- 245.
- 10- M. Napoli, Philip, (2001), **Social Responsibility and Commercial Broadcast TV: An Assessment of public Affairs programming**, In Journal of Mass Media, Vol. 3, No. 17, pp 226- 233.
- 11- Mcquail, Denis,(2010), "**Mass Communication Theory**", (London: sage publication) 6th edition , p. 170
- 12- Middleton, Melisand, 2009, **Social Responsibility in the Media**, (Oxford University PCMLP: Center for International Media Ethics EIME), March, pp 1-13.
- 13- Ravi, Krishnan, (2013), **Ethics and Indian Television Content Portrayals: A Critical Study**, in *Global Media Journal -- Canadian Edition* Volume 6, Issue 2, pp. 53-64.

Abstract:

Research Title: Ethical standards of talk show programs in addressing community issues: a comparative study between the government and private channels in Jordan.

By Marian Tadrous, Teacher at Radio&TV department in faculty of Mass Media, Sinai University

Introduction: Talk shows daily become an essential part of the ritual of daily life for many of the viewers. As one of the contents which are used to inform the public about the news, reports and all what is happening from events in the community. There are professional and ethical challenges faced those who product the talk shows programs, as a result imposed by modern technology and multiple channels which should provide the information to the viewer instead of his search for alternative channels. The professional performance affects the content Talk show programs. So the current study aimed to know the ethical standards of the daily talk shows programs in the addressing of community issues, the study based on content analyses of talk shows

د/ ماريان إبليا زكي تادرس

programs presented in the public and private channels. The results indicated that the political issues in the forefront of the concerns of the programs by 50% of the issues presented, and the talk shows focused on the rationality of the issues and topics by 74.12%, the study recommended the need to balance and objectivity in the presentation of views and opinions of guests.

Key words: *talk shows, social responsibility, ethical standards, and community issues.*