

معالجة البرامج الحوارية التليفزيونية لبعض قضايا المجتمع المصري بين ضوابط العمل الإعلامي والممارسة الفعلية

نرمين سعيد حامد عثمان

باحثة دكتوراه- قسم الاجتماع - شعبة الإعلام

كلية البنات للآداب والعلوم والتربية، جامعة عين شمس، مصر

nerminsaied2@gmail.com

أ.د/ وائل إسماعيل عبد الباري

أستاذ الإعلام، قسم الاجتماع

كلية البنات للآداب والعلوم والتربية، جامعة عين

شمس، مصر

wailbarry@gmail.com

أ.د/ أمال عبد الحميد

أستاذ علم الاجتماع، قسم الاجتماع

كلية البنات للآداب والعلوم والتربية، جامعة عين

شمس، مصر

amal.bayomi@women.asu.edu.eg

المستخلص:

تهدف الدراسة إلى الكشف عن مدى التزام البرامج الحوارية التليفزيونية بضوابط العمل الإعلامي عند معالجتها لقضايا المجتمع المصري، بالاعتماد على نظرية المسؤولية الاجتماعية، وقانون تنظيم الصحافة والإعلام، وميثاق الشرف الإعلامي، ومدونة السلوك الإعلامي، والأكواد الإعلامية، من أجل الخروج بنموذج تفصيلي مقترح يفيد في قياس مدى الالتزام بالضوابط المهنية والأخلاقية للعمل الإعلامي. وتعد هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية، التي اعتمدت على منهج المسح الإعلامي باستخدام تحليل المضمون، وطبقت الدراسة على ثلاثة برامج حوارية هي: التاسعة، ويحدث في مصر، والحكاية، وتم تحليلها لمدة دورة تليفزيونية كاملة مدتها ثلاثة أشهر، مع التركيز على معالجة القضايا السياسية، والصحية، والاجتماعية، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج تلخصت في ارتفاع نسبة معالجة القضايا الصحية في برامج الدراسة، يليها القضايا الاجتماعية، ثم القضايا السياسية، كما تبين بشكل عام أن البرامج الحوارية تميل نحو الالتزام بضوابط العمل الإعلامي عند معالجتها لقضايا المجتمع المصري، وثبت وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين البرامج الحوارية وفقاً لمدى الالتزام بضوابط العمل الإعلامي، وثبت وجود علاقة ارتباطية طردية دالة إحصائياً بين الالتزام بضوابط العمل الإعلامي، وتعدد جهات النظر في معالجة القضايا.

الكلمات الدالة: المعالجة الإعلامية، البرامج الحوارية التليفزيونية، ضوابط العمل الإعلامي.

مقدمة

تعد مشاهدة البرامج الحوارية التلفزيونية جزءًا أساسيًا من الطقوس اليومية لكثير من المشاهدين في مصر، باعتبارها أهم الوسائل المستخدمة لإعلامهم بكل ما يستجد من أحداث في عالمهم الاجتماعي، وتتعدد تأثيرات البرامج الحوارية التلفزيونية من خلال إمداد المشاهد بالمعلومات والبيانات، وخلق اتجاهات وآراء وصور ذهنية عن موضوعات معينة، وتزداد خطورة تلك التأثيرات وأهميتها عندما تكون القضايا والموضوعات المرتبطة بها وثيقة الصلة بحياة المواطن وتثير اهتمامه، ولذلك فعلى البرامج الحوارية أن تعالج تلك القضايا بحرية في ضوء ضوابط العمل الإعلامي، للوصول إلى معالجات موضوعية، ومتوازنة، وعادلة.

ولا شك أن الضوابط المهنية والأخلاقية في معالجات البرامج الحوارية تعد حجر الأساس الذي يضبط عمل القائم بالاتصال، وأن عدم التزامه بها يؤدي به إلى الخروج عن أخلاقيات، وقيم المجتمع بشكل عام، وأخلاقيات الإعلام بشكل خاص، الأمر الذي يؤدي أيضًا إلى شيوع ممارسات مهنية غير أخلاقية، وبالفعل، ولسنوات عديدة، تعالت الأصوات المطالبة بضبط أداء كثير من مقدمي البرامج الحوارية في مصر نتيجة افتقارها لكثير من القيم والمعايير المهنية، ولهذا بدأت الدولة والمؤسسات التشريعية في السعي لوضع تشريعات إعلامية تعمل على حماية حرية الإعلاميين في اختيار ومعالجة الموضوعات من ناحية، والحفاظ على قيم وأخلاقيات المجتمع من ناحية أخرى.

وفي 20 ديسمبر 2017م. تم نشر كل من ميثاق الشرف الإعلامي، ومدونة السلوك المهني بالجريدة الرسمية في عددها رقم 287 ليصبح كل منهما ملزمًا للإعلاميين، وفي 27 أغسطس 2018 تم إصدار قانون رقم 180 لتنظيم الصحافة والإعلام، وتم إنشاء المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام على أن يلغى القانون رقم 96 لسنة 1996 بشأن تنظيم الصحافة والإعلام، والقانون رقم 92 لسنة 2016 بإصدار قانون التنظيم المؤسسي للصحافة والإعلام، كما أصدر المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام قرار رقم 16 لسنة 2019 بإصدار لائحة الجزاءات التي يجوز توقيعها على الجهات الخاضعة لأحكام قانون عام 2018، والذي تسري أحكامه على جميع الكيانات والمؤسسات والوسائل الصحفية والإعلامية والمواقع الإلكترونية، وذلك ضمن ما ورد في المادة الأولى منه، كذلك أكدت المادة 17 من نفس القانون على أن "يلتزم الصحفي أو الإعلامي في أدائه المهني بالمبادئ والقيم التي يتضمنها الدستور، كما يلتزم بأحكام القانون، وميثاق الشرف المهني" (الجريدة الرسمية، 2018).

وعليه بات التعرف على طبيعة الممارسات الإعلامية في البرامج الحوارية في ضوء وسائل الضبط الإعلامي أمرًا ضروريًا لتقييمها ومن ثم تقويمها.

أولاً: مشكلة الدراسة:

تحددت المشكلة البحثية لهذه الدراسة في الإجابة عن التساؤل الآتي: "ما واقع التزام البرامج الحوارية التلفزيونية بضوابط العمل الإعلامي في معالجتها لقضايا المجتمع المصري؟"، وينبثق من هذا التساؤل الرئيس عدة تساؤلات فرعية منها: ما الضوابط المهنية والأخلاقية التي وضعتها الموثيق والتشريعات الإعلامية لممارسة العمل الإعلامي؟، وما أثر هذه الضوابط على معالجات البرامج الحوارية التلفزيونية لقضايا المجتمع؟، كما أثرت تساؤلات تدور حول الكشف عن التجاوزات المهنية لمقدمي البرامج الحوارية في معالجاتهم الإعلامية لقضايا المجتمع، نظرًا لتخطي بعض هذه البرامج ضوابط المهنية، والمسئولية الاجتماعية نحو المشاهد والمجتمع، حتى ظهرت ممارسات سلبية على الشاشة تمثلت في تصفية خلافات شخصية، وعدم مراعاة صالح الوطن، واستخدام العنف اللفظي مثل: المشادات

الكلامية، واستخدام التعبيرات غير اللائقة؛ مما يمكن أن يؤدي إلى تأثيرات سلبية على أخلاقيات وقيم المجتمع، كما تنشأ تساؤلات أخرى عن تأثير نوع القناة حكومية أو خاصة التي ينتمي إليها مقدم البرنامج على واقع معالجاته للقضايا، وتثار تساؤلات حول تأثير نوع القضية التي يتم معالجتها في البرامج الحوارية على واقع التزام مقدم البرنامج بضوابط العمل الإعلامي.

ثانياً: أهمية الدراسة:

تحدد أهمية الدراسة في شقين كالآتي:

(1) الأهمية النظرية:

تتضح الأهمية النظرية للدراسة من تطبيقها لنظرية طالما حظيت بالاهتمام في كثير من الدراسات الإعلامية المهمة بالأخلاقيات المهنية وهي نظرية المسؤولية الاجتماعية، وذلك في محاولة للاستفادة من الطرح الفكري لها، لتقييم واقع المعالجة الإعلامية لقضايا المجتمع المصري في البرامج الحوارية وواقع التزامها بضوابط العمل الإعلامي، من خلال اختبار أو تعديل بعض مقولات هذه النظرية.

(2) الأهمية التطبيقية:

تحدد الأهمية التطبيقية للدراسة في محاولة للخروج ببعض النتائج التي تفيد القائمين بالاتصال، وصناع القرار، ووضعي التشريعات الإعلامية في تعديل الأداء الإعلامي، والسياسات الإعلامية القائمة، وفي تقييم حال التشريعات الإعلامية المصرية وغيرها من المواد القانونية الأخرى بما يكفي لضبط الممارسات الإعلامية للقائم بالاتصال.

ثالثاً: أهداف الدراسة:

تسعى الدراسة إلى الوصول إلى هدف رئيس يتمثل في الكشف عن واقع التزام البرامج الحوارية التلفزيونية بضوابط العمل الإعلامي عند معالجتها لقضايا المجتمع المصري، وفي ضوء هذا الهدف ثمة مجموعة من الأهداف الفرعية جاءت على النحو الآتي:

1. رصد ضوابط العمل الإعلامي كما وردت في قانون تنظيم الصحافة والإعلام لعام 2018، وميثاق الشرف الإعلامي المصري 2017، ومدونة السلوك المهني للأداء الإعلامي 2017، وكتيب المعايير الإعلامية وأكواد التغطية المتخصصة، بهدف تقييم واقع التزام مقدم البرامج الحوارية بها في ممارساته الإعلامية.
2. تحليل أساليب معالجة البرامج الحوارية عينة الدراسة لقضايا المجتمع المصري، من أجل تفسير خصائص هذه الأساليب وأهدافها.
3. الكشف عن أهم التجاوزات المهنية لمقدمي البرامج الحوارية في معالجتهم لقضايا المجتمع المصري.
4. الكشف عن أبعاد المسؤولية الاجتماعية (المعايير المهنية- القيم المهنية- الوظائف والأدوار الإعلامية) في معالجات البرامج الحوارية لقضايا المجتمع.

رابعاً: تساؤلات الدراسة وفروضها:

تهدف الدراسة إلى الإجابة عن تساؤل رئيس، وهو رصد واقع معالجة قضايا المجتمع المصري في البرامج الحوارية التلفزيونية في إطار ضوابط العمل الإعلامي، وللإجابة عن هذا التساؤل ثمة مجموعة تساؤلات فرعية يمكن صياغتها، كما تتحدد فروض الدراسة من خلال الأطر النظرية للدراسة والدراسات السابقة، وذلك على النحو الآتي:

(1) تساؤلات الدراسة:

- ما سمات شخصية مقدم البرنامج في إدارة الحوار؟
- ما طبيعة شخصيات الضيوف في برامج الدراسة؟
- ما طرق معالجة البرامج الحوارية لقضايا المجتمع؟
- ما درجة التزام مقدم البرنامج بضوابط العمل الإعلامي عند معالجته للقضايا؟

(2) فروض الدراسة:

في ضوء الإطار النظري للدراسة ومراجعة الدراسات السابقة عن موضوع الدراسة، تسعى الدراسة إلى اختبار الفروض الآتية:

- الفرض الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الالتزام بضوابط العمل الإعلامي وفقاً لنوع القناة التي يقدم من خلالها البرنامج الحوارية.
- الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين الالتزام بضوابط العمل الإعلامي، وتعدد وجهات النظر عند معالجة القضايا في البرنامج الحوارية.
- الفرض الثالث: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين برامج الدراسة وفقاً لمستوى الالتزام بضوابط العمل الإعلامي.

خامساً: الدراسات السابقة:

تم استعراض الدراسات السابقة وفق ما تسعى إليه الدراسة الراهنة من تحقيق أهداف، وفيما يخص أسلوب معالجة القضايا في البرامج الحوارية، توصلت نتائج دراسة ديفي (Devi, 2019) عن كيفية معالجة البرامج الحوارية لقضايا المجتمع إلى ارتفاع نسبة تمثيل القضايا الاجتماعية في برامج الدراسة، بينما تعارضت هذه النتيجة مع نتائج دراسات أخرى توصلت إلى ارتفاع نسبة تمثيل القضايا السياسية في برامج الدراسة، وفق ما جاء في دراسة كل من (عباس، 2020) ودراسة هيدنيج وآخرين (Hedding et al., 2019)، والذي يمكن إرجاعه إلى تفضيل الجمهور للمضمون السياسي في البرامج الحوارية، فوفق دراسة زاهر (Zaheer, 2016) وجدت أن معظم المجيبين من العينة يفضلون متابعة المناقشات السياسية في البرامج الحوارية التلفزيونية، بينما أثبتت دراسة (بلال، 2020) ارتفاع نسبة تمثيل القضايا صحية والموضوعات المرتبطة بها في برامج الدراسة.

وفيما يخص الدراسات المهمة بالممارسات المهنية الخاصة بالحوار لوحظ في كثير من البرامج الحوارية ارتفاع نسبة مشاركات الضيوف من الرجال مقارنة بالنساء، وهذا ما أثبتته نتائج مجموعة من الدراسات عند تحليلها لمضامين هذه البرامج، مثل دراسة (عبد المنعم، وآخرون، 2015)، ودراسة سيرون وسبليندر (Ceron & Splendore, 2018) حيث توصلوا إلى أن عدد الضيوف من الذكور في البرامج الحوارية يفوق عدد الإناث، وتوصلت أيضاً دراسة دويست وآخرون (Dhoest et al., 2020) المعنية باستكشاف الكيفية التي يتم بها تمثيل الضيوف من النساء في البرامج الحوارية، إلى أنهن يشكلن

أقلية في هذا النوع البرامجي مقارنة بالرجال. كذلك أضافت دراسة (Iqbal et al., 2020) نتيجة تفيد بأنه رغم وجود النساء من الضيوف في البرامج إلا أن الفرص الممنوحة لهن لإبداء الآراء كانت ضعيفة مقارنة بالرجال.

وعن تخصصات الضيوف ومكانتهم، توصلت كثير من الدراسات مثل دراسة (الصوفي، 2016) إلى ملائمة تخصصات الضيوف مع الموضوعات المعروضة للنقاش في البرامج الحوارية، كما توصلت دراسة (عبد العزيز، 2020) إلى إجابة البرامج عينة الدراسة لاختيار الضيوف، فوفق رأى الخبراء في دراسة (نصر، 2012)، تعد مراعاة تخصصات الضيوف وملائمتها للقضية المعروضة من أهم المعايير الخاصة باختيار الضيوف.

وفي مقابل السابق سعت دراسة هيتسروني (Hetsroni, 2015) لاكتشاف الاختلافات في تخصصات ضيوف البرامج الحوارية من الجنسين، وتلخصت أهم النتائج في أن الضيوف من الرجال يتحدثون في تخصصات تتعلق بالأمن والسياسة والاقتصاد، في حين أن الضيوف من النساء انحصرت مناقشاتهم في تخصصات الصحة، ورعاية الأطفال.

ومن ناحية استراتيجيات إدارة مقدم البرنامج للحوار مع الضيوف، وهي ما يطلق عليها بإستراتيجيات تبادل الأدوار، سعت دراسة أودين وشارمين (Uddin & Sharmin, 2019) إلى التعرف على عملية تبادل الأدوار بين مقدم البرنامج والضيوف، وخلصت إلى أن مقدمو البرامج يديرون التفاعلات الحوارية عن طريق ما يسمى بالتدخلات المتقطعة مقابل ما يسمى بالتحويلات الناعمة أو الهادئة، حيث وجد أن مقدم البرنامج يقوم بالتعليق وقت الحوار دون السماح للضيف بإنهاء حديثه، وأن معظم الأسئلة والتعليقات جاءت مفتقرة إلى الصلة بسياق المناقشة، فالقطع المتكرر من مقدم البرنامج للضيف أدى إلى إخراج الأخير عن مساره الطبيعي ومنعه من الاستمرار في الموضوع المطروح للنقاش.

وتتفق دراسة جولينكو (Gulenko, 2020)، ودراسة موليديا (Maulidya, 2019)، مع السابق. فمن خلال تحليل الحوار بين المقدم والضيف في البرامج الحوارية وجد أن هناك مقاطعة متكررة للضيف لدرجة أنهم لم يستطيعوا إكمال حديثهم، ولهذا توصل أوكافور (Okafor, 2020) في دراسته عن تبادل الأدوار في البرامج الحوارية التلفزيونية التي تبثها هيئة التلفزيون النيجيري وتأثير ذلك على جودة الحوار، إلى أن بعض البرامج الحوارية ليست جيدة من ناحية تطبيق قاعدة تبادل الأدوار، وحوارها يتسم بأنه صاخب وغير منظم.

واستناداً إلى دراسة جولينكو (Gulenko, 2020) فالقائم بالاتصال الذي لا يلتزم بإستراتيجية تبادل الأدوار يؤدي به الحال إلى عدم وجود تمثيل متعادل لوجهات نظر الضيوف في البرامج الحوارية، ولا شك أن التمثيل غير المتعادل لوجهات نظر الضيوف يؤثر على مصداقية البرنامج، وهو ما أثبتته دراسة بود وآخرين (Bode et al., 2018) التي توصلت إلى أن مقدم البرنامج المهتم بمراعاة التوازن والموضوعية في إعطاء الفرصة لوجهتي النظر المتناقضتين بأن يعبروا عن اتجاهاتهم، ترتفع مصداقية برنامجه لدى المشاهد. وعليه يجب على مقدم البرنامج أن يتعامل بمهنية مع الضيف الذي يقوم بقطع الحوار الخاص بضيف آخر، مثل قوله دعونا نعطي بعضنا البعض فرصة للتحدث أو أعتقد إنك أوضحت وجهة نظرك وفق ما جاءت به الدراسة التحليلية في دراسة (Television & Ombati, 2020).

وعلى عكس نتائج الدراسات السابقة توصلت دراسة (Paramarta, 2021)، إلى أن قطع الحوار ليس بالضرورة انتهاكاً لأخلاقيات وضوابط الحوار حيث قد يكون القطع للاستيضاح أو للتصحيح مثلاً.

وفيما يخص الدراسات المهمة بالكشف عن طبيعة التزام القائم بالاتصال بضوابط العمل الإعلامي في معالجة المضمون المقدم، فقد توصلت دراسة راو، ومالك (Rao & Malik, 2019) المهمة بطبيعة الممارسات الأخلاقية، إلى عدم الاهتمام بتغطية قضايا المواطن، وعدم تحرى الدقة في نشر المعلومات حول القضايا، وهو ما يتفق مع دراسة كل من بيريس بلانيس وبيريز سانشيز (Peris-Blanes & Pérez-Sánchez, 2020) التي توصلت نتائجها إلى أن البرامج الحوارية تركز على القضايا المثيرة للجدل في مقابل القضايا ذات الصلة بالواقع، بهدف جذب انتباه الجمهور، وتحقيق نسب مشاهدة مرتفعة.

كما اتفقت نتائج دراسة ديفي (Devi, 2019)، ودراسة باكانوف وزملائه (Bakanov et al., 2019) مع السابق حيث كان التناول الإعلامي للقضايا بعيداً عن الواقع، والذي أرجعته نتائج دراسة مورنسين (Mortensen, 2018) إلى التناقض الواضح بين ما يقوله القائم بالاتصال عن القضية وواقعها الحقيقي، وهذا ما أكد عليه القائم بالاتصال في دراسة شادا وكوليسكا (Chadha & Koliska, 2016)، إذ أجمعت النتائج على أن قيم الدقة، والموضوعية، وتحقيق المصلحة العامة للجمهور لا يحرص عليهم القائم بالاتصال في عمله اليومي، وهذا ما أجمعت عليه النخبة في دراسة (وسام نصر، 2012) من أن هناك التزام ضعيف بقيم ومعايير العمل الإعلامي في تغطية القضايا الإعلامية.

وفي مقابل النتائج السابقة اتفقت نتائج دراسة (حسن، 2014)، ودراسة (عبد الدايم، 2018) على أن البرامج الحوارية تلتزم بأخلاقيات المهنة، وهو ما يتفق مع دراسة (خليفة، 2020) التي توصلت إلى أن البرامج الحوارية لديها درجة التزام مرتفعة بمسؤولياتها الاجتماعية، كما توصلت دراسة (عباس، 2020) إلى ارتفاع نسبة قيمة الموضوعية في طرح القضايا، والتي جاءت في المركز الأول ضمن القيم الأخلاقية الأخرى التي اهتمت بها الدراسة، وحتى تتحقق الموضوعية في البرامج الحوارية لابد من تقديم معلومات صادقة ودقيقة عن كل ما يحدث في المجتمع المصري، وذلك وفق ما خلصت إليه دراسة (عيد، 2015)، وفي سياق متصل توصلت دراسة (الصوفي، 2016) إلى أن درجة التزام البرامج الحوارية في القنوات الحكومية بالمسؤولية الاجتماعية أعلى منها في القنوات الخاصة، نتيجة التزامها بالصدق، والموضوعية، وعدم التحيز في التناول الإعلامي.

وعن الدراسات المهمة بقياس مستوى الالتزام بضوابط العمل الإعلامي في الحوار، تعددت الأدبيات التي أثبتت ذلك. فقد توصلت دراسة (عباس، 2020) إلى أن مقدم البرنامج التزم بجميع آداب الحوار بنسبة 100%، حيث كان هناك توازن في عرض الآراء المختلفة، وإعطاء الضيوف فرص عادلة للتعبير عن آرائهم، وهو ما يتفق مع نتائج دراسة ديفي (Devi, 2019) من توفر المساواة في الوقت لجميع المشاركين في الحوار حول القضايا المطروحة للنقاش.

ومن الأسباب المهمة المؤدية للنتائج السابقة ما توصلت إليه دراسة (عباس، 2020)، حيث إن خلق حالة من التفاعل بين المقدم والضيف، والتزام مقدم البرنامج بالهدوء وعدم الانفعال، واحترام حق الآخر في الرد يؤدي إلى التنوع في الآراء، والعدالة في الحوار.

وفي مقابل السابق رفض جمهور من الشباب (عينة الدراسة) النتائج السابقة، وذلك في دراسة (السيد، 2020) التي توصلت إلى أن الاختلاف في الآراء ووجهات النظر في البرامج الحوارية يعمل على

انتشار العنف اللفظي، وخصوصًا المتمثل في ارتفاع الصوت والمشاجرات، لكن ترفض دراسة باكانوف وزملائه (Bakanov et al., 2019) في دراستهم عن أخلاقيات الإعلام في البرامج التلفزيونية، الرأي السابق المتمثل في أن تنوع الآراء يؤدي إلى العنف اللفظي، حيث توصلت نتائج دراستهم إلى أن شيوع وجهة النظر الواحدة في البرامج التلفزيونية، وقمع وجهة النظر البديلة تعد دليلًا قاطعًا على عدم المهنية، والخروج عن أخلاقيات الإعلام.

ومن ناحية أخرى، أثبتت بعض الدراسات أن مقدم البرنامج الحوارية قد يركز على تصوير العنف بين الضيوف والمشادات الكلامية من أجل تحقيق مشاهدة مرتفعة والدعاية لبرنامجهم، مثل ما توصلت إليه دراسة كل من رازا وآخرون في دراستهم التحليلية النقدية للبرامج الحوارية على القنوات التلفزيون الباكستانية من أجل التعرف عما إذا كانت تمثل مرآة للمجتمع أم أنها تخذع المشاهد وتعمل على تزييف عقله (Raza et al., 2021).

كذلك أرجعت بعض الدراسات منها دراسة محمد وآخرون (Muhammad Din et al., 2021) العنف اللفظي والمشادات بين الضيوف إلى أن بعض البرامج تميل إلى استضافة ضيوف ليس لهم علاقة بالقضايا محل النقاش، ولكن تستضيفهم فقط لأنهم مجرد خصوم لضيوف آخرين؛ وذلك من أجل إثارة النقاش، ورفع حدته.

وفق السابق، وانطلاقًا من الدراسات التي تثبت خروج القائم بالاتصال عن المهنية والأخلاقيات سواء في المحتوى أو في الحوار، ظهرت دراسات تبحث في أسباب عدم الالتزام بضوابط العمل الإعلامي، مثل: الدراسة التي قام بها كل من نياركو وتوماسيلي (Nyarko & Teer-Tomaselli, 2018)، والتي توصلت نتائجها إلى أن المستوى التعليمي لممارس الإعلام من الأسباب التي تؤثر على المهنية، حيث وجدت نسبة مرتفعة من الإعلاميين تفتقر إلى التدريب المهني، وخصوصًا من يعمل منهم في وسائل الإعلام الخاصة، الأمر الذي أدى إلى تعدد الخروج عن الأخلاقيات المهنية على مستوى الشكل والمضمون بشكل كبير، وتأثر مصداقية وسائل الإعلام، وانتشر كذلك ما يسمى بإعادة التدوير في الإعلام، حيث تأخذ محطات البث محتوى الجرائد، وعليه تنتقل الممارسات غير الأخلاقية من الطباعة إلى موجات الأثير، وبذلك ينتقل المحتوى غير المهني أولاً من الطباعة، ثم إلى البث، وأخيرًا عبر الإنترنت، وأضافت الدراسة سببًا آخر أيضًا لعدم الالتزام المهني والأخلاقي، حيث أظهرت نتائجها أن الهيئة التنظيمية لم تكن مفعلة بما يكفي لتنظيم بيئة الإعلام لضمان التزامها بالمعايير الإعلامية نظرًا لافتقارها إلى الموارد اللازمة، وبالتالي كانت الأكواد المهنية غير مفعلة، وليس هناك آلية إنفاذ.

في ضوء ما سبق اهتمت الدراسات بالمعالجة الإعلامية، ورصد أكثر الأخطاء التي تنتج من خلال الممارسات المهنية للإعلاميين، وعليه استفادت الدراسة الراهنة من ذلك على المستويين المعرفي والمنهجي، كما استفادت الدراسة مما قدمته الدراسات السابقة من أطر مفاهيمية ونظرية ساهمت في تحديد وصياغة التساؤلات والفروض، واتضح ندرة النتائج المتعلقة بقياس مستوى التزام القائم بالاتصال في البرامج الحوارية بضوابط العمل الإعلامي في القضايا الاجتماعية، والسياسية، والصحية تحديدًا، فعالية الدراسات أوضحت درجة الالتزام بشكل عام وليس وفقًا لقضايا محددة، كذلك تتضح ندرة الدراسات التي استكشفت مستوى الالتزام بضوابط العمل الإعلامي في الممارسات الإعلامية استنادًا إلى القوانين والتشريعات، ومصادر الضبط الأخرى، وخصوصًا بعد صدور قانونها حديثًا.

سادسًا: الإطار النظري للدراسة:

على الرغم من تأكيد النظرية الليبرالية على قدر كبير من الحرية، واتباع الحد الأدنى من الضبط الإعلامي، إلا أنه في حالة حدوث تأثيرات من قبل وسائل الإعلام على حقوق الآخرين، مثل عدم احترام خصوصياتهم، فلا بد من ضبط الممارسات الإعلامية، الأمر الذي يؤدي بعد ذلك إلى تدخل الحكومة في هذه الحرية. ونظرًا لإساءة استخدام الحرية دعت هذه النظرية إلى مزيد من الضبط والتدخل الحكومي تجاه الممارسات الإعلامية الخاطئة (Diedong, 2017, p.23).

وفي أواخر القرن التاسع عشر حددت الصحافة الصنفاء مفهومي الدقة والموضوعية في الإعلام، ونتيجة لذلك، طالب الجمهور بأن تكون ممارسات وسائل الإعلام وفقًا للمعايير المهنية. وردًا على هذه التهديدات، ولتجنب سوء التنظيم والممارسة، بدأ ممارسو الإعلام الاهتمام بشكل متنامي بالصالح العام ووضع معايير أخلاقية (Schauster et al., 2016, p.1411)، وهنا بدت الحاجة إلى وجود نظرية للعمل بها كدليل مهني وأخلاقي لما يجب القيام به في ممارسات الإعلام وتكون قادرة على ربط الحرية بالمسؤولية فكانت نظرية المسؤولية الاجتماعية هي إحدى أهم النظريات التي يمكنها تحقيق ذلك.

ظهرت نظرية المسؤولية الاجتماعية في الولايات المتحدة الأمريكية على يد روبرت هوتشينز Robert Hutchins رئيس جامعة شيكاغو (Landry & Letellier, 2016, no.p)، إذ طلب هنري لوس (ناشر مجلات Time and Life) من روبرت هوتشينز خلال الحرب العالمية الثانية تعيين لجنة للتعرف على الدور الذي يجب أن تؤديه وسائل الإعلام في المجتمعات الديمقراطية الحديثة، وكاستجابة للانتقادات الموجهة من قبل الجمهور والحكومة نحو ملكية وسائل الإعلام. وبالفعل تشكلت لجنة بقيادته وسميت "الجنة هوتشينز Hutchins commission" وهي لجنة رسمية مسؤولة عن حرية الصحافة (Rosenberry & Vicker, 2017, p.3).

وبعد مشاورات استمرت لمدة أربع سنوات وتحديداً في عام 1947 أصدرت اللجنة تقريراً بعنوان "صحافة حرة ومسؤولة"، وتوصلت إلى استنتاج مفاده أن الصحافة تمارس دوراً مهماً في تنمية واستقرار المجتمع الحديث، وهي مسؤولة عن تقديم المعلومات للجمهور في إطار من الصحة والمصادقية (Rodríguez-Martínez et al., 2017, p.58; Rosenberry & Vicker, 2017, p.3).

وفي الفترة من 1940 إلى بداية عام 1950 توصلت اللجنة إلى ثلاث نتائج رئيسية كالاتي:

- 1- انخفاض نسبة مشاركة الأفراد في التعبير عن أفكارهم وآرائهم من خلال الإعلام.
- 2- لم تتجح التكتلات Conglomerates الإعلامية الكبرى في التعبير عن احتياجات المجتمع، والوفاء بها نظراً لسعيها الدائم لخدمة مصالحها الشخصية، وعدم مراعاة الصالح العام.
- 3- هناك ممارسات سلبية من قبل بعض الفئات بالمجتمع مثل رجال الأعمال والسياسة، حيث استخدموا الإعلام وخصوصاً الصحافة لإرضاء رغباتهم وتحقيق اهتماماتهم (Vaca-Baqueiro, 2017, p.10)، مما تطلب الأمر صدور قوانين وتشريعات قادرة على ضبط العمل الإعلامي.

وأكدت اللجنة على أن للصحافة وظائف مهمة يجب أن تؤديها في المجتمع، فخلال عملية صناعة الأخبار يجب مراعاة مصالح الأفراد والمجتمع، فالديمقراطية لا يمكن أن تزدهر بدون شعب مستنير وقادر على المشاركة وفي حاجة للحصول على المعلومات. ولكن في هذا الصدد يقول ميريت Merritt أن الصحافة يجب أن تؤدي دوراً أبعد من توفير المعلومات والخلفيات والتحليلات، فوفقاً لرأى جليسنستيد Gyldensted فإن الصحافة يجب عليها الالتزام بالدقة في تصوير ما يحدث في العالم، كما يجب عليها

الالتزام بالتوازن عند تغطيتها لقضايا المجتمع، فيجب ألا تركز هذه التغطية على قضايا الصراع والكوارث فقط، بل يجب أن تركز أيضا على قضايا التقدم والتنمية (McIntyre et al., 2018, p.2). من السابق يتضح أن الصحافة -وكل وسائل الإعلام- يجب أن تلتزم بمعيار الدقة والتوازن عند معالجتها لقضايا المجتمع مراعاة للأخلاق المهنية، فلا يجب التركيز على القضايا السلبية وإهمال القضايا الإيجابية حيث إن الجمهور يتشكل لديه صور عن العالم المحيط بناء على ما تلقاه من الصحافة أو من هذه الوسائل.

ووفقاً لنتائج ولتوصيات لجنة هوثشينز بخصوص وظائف الصحافة، قررت اللجنة أن الالتزام بالمسئولية الاجتماعية لا يفرض على الصحافة فقط، بل يفرض على كل وسائل الإعلام (Rosenberry & Vicker, 2017, p.3) ، ولذلك أشاد كثير من الباحثين مثل كريستيان ونوردنيسترينج Christians Nordenstreng & بأهمية دور لجنة هوثشينز في انتشار نظرية المسئولية الاجتماعية فيما بعد على مستوى العالم بهدف تقييم وتنظيم الأداء الإعلامي لكل وسائل الإعلام (Babcock, 2014, p.76). والمقصود بالمسئولية الاجتماعية وفق مارسيل دينيس Marcel Danesi هو تحري الدقة في عرض المضامين الإعلامية بحيث تتسم بالأخلاقية والمهنية والبعد عن التحيز حتى يستطيع الجمهور أن يتشكل لديه وعياً حقيقياً تجاه واقعه الاجتماعي (Danesi, 2014, p.273).

وتفترض النظرية أن المسئولية الاجتماعية لوسائل الإعلام يمكن تحقيقها من خلال ما يسمى بالمراقبة الذاتية Self-Regulation لتجنب أي أداء غير أخلاقي قد يصدر من قبل ملاك الإعلام وممارسيه، ونظراً لأن نظرية المسئولية الاجتماعية لم تحدد تفاصيل كيف يمكن للإعلام الحر تحقيق المسئولية الاجتماعية ظهر مصطلح مساءلة الإعلام Media Accountability الذي يعد مفهوماً أوسع من مفهوم المراقبة الذاتية.

وتعنى -مساءلة الإعلام- الالتزام القانوني Legal Obligation للقائم بالاتصال لمنع أي ممارسات سلبية، ولإنتاج ممارسات تخضع للالتزامات الأخلاقية وبالتالي تحقق الفائدة المرجوة للجمهور، وعندما يفشل القائم بالاتصال في الالتزام بالمسئولية الاجتماعية فلا بد من مساءلته القانونية بتطبيق العقاب وفقاً للمواثيق والتشريعات الإعلامية (Baran & Davis, 2014, p.3-4; Biagi, 2014, p.336).

وضع ماكويل McQuail مجموعة من الأسس والمبادئ الرئيسية لنظرية المسئولية الاجتماعية تمثلت في الآتي:

1. إن وسائل الإعلام يجب أن تقبل القيام بالتزامات Obligations معينة تجاه المجتمع.
2. تنفذ هذه الالتزامات من خلال الالتزام بالمعايير المهنية والأخلاقية الخاصة بنقل المعلومات مثل الصدق Truthful، والدقة Accurate، والموضوعية Objective، والتوازن Balance.
3. يتطلب القيام بهذه الالتزامات التنظيم الذاتي Self-Regulation لوسائل الإعلام في إطار من القوانين والمواثيق الأخلاقية Codes of ethics المنظمة للأداء الإعلامي حتى تصبح قادرة على تنفيذ مسئولياتها.
4. إن وسائل الإعلام فيما تعرضه من محتوى يجب ألا يروج إلى الجريمة، أو العنف، أو الاضطراب المجتمعي، أو الإساءة للأقليات، حتى لا تتعرض للمساءلة القانونية، والمجتمعية أيضاً.

5. إن وسائل الإعلام يجب أن تعكس التعددية في المجتمع، وتدعو إلى تنوع، واحترام الآراء مع الالتزام بحق الرد إذا اقتضى الأمر.

6. نظراً لأن للمجتمع وللجمهور الحق في توقع مستويات عالية من الأداء المهني والأخلاقي لوسائل الإعلام، فإن التدخل القانوني لضبط الأداء الإعلامي يعد مبرراً منطقيًا لتحقيق الصالح العام.

7. إن "مساءلة الإعلام" Media Accountability يجب أن تكون لصالح المجتمع والعاملين به والمؤسسة الإعلامية نفسها (Baran & Davis, 2014, p. 73-74; Salawu & Owolabi, 2017, p.181).

وتعتمد نظرية المسؤولية الاجتماعية على ثلاثة أبعاد رئيسية كالآتي:

• البعد الأول: يهتم بالوظائف التي يجب أن تقوم بها وسائل الإعلام مثل الوظيفة السياسية، والاقتصادية والتعليمية والترفيهية وغير ذلك.

• البعد الثاني: يهتم بمعايير الأداء الإعلامي التي نصت عليها التشريعات والمواثيق الأخلاقية، وهي معايير يجب أن تسعى المؤسسات الإعلامية لتطبيقها.

• البعد الثالث: يهتم بالسلوكيات والواجبات والقرارات الأخلاقية التي ينبغي مراعاتها من قبل القائم بالاتصال لتحقيق مبادئ المسؤولية الاجتماعية، وهي تضم القيم المهنية التي يجب مراعاتها مثل الصدق والموضوعية والتوازن (Albarran, 2016, p.49; Alfahad, 2016, p.106; Schauster et al., 2016, p.1411; Ward, 2015, p.94).

انطلاقاً من السابق يتضح تركيز النظرية على أخلاقيات العمل الإعلامي باعتبارها مجموعة من المعايير والقيم الخاصة بتقييم الأداء المهني والأخلاقي للعاملين في وسائل الإعلام، وأن هذه المعايير، والقيم مستمدة من المضامين المختلفة للمواثيق، والتشريعات، والمدونات الإعلامية، ويتضح كذلك تركيز النظرية على أهمية دور وسائل الإعلام في تحقيق المسؤولية تجاه الفرد والمجتمع، وهو ما يفيد الدراسة الراهنة في التعرف على واقع التزام البرامج الحوارية بضوابط العمل الإعلامي في معالجتها لقضايا المجتمع المصري، ومستوى تحقيقها للمسؤولية الاجتماعية، الأمر الذي يجعل من نظرية المسؤولية الاجتماعية إطاراً نظرياً ملائماً للدراسة الراهنة.

سابعاً: مفاهيم الدراسة:

(1) البرامج الحوارية: Talk show programs

اتساقاً مع أهداف الدراسة تعرف البرامج الحوارية إجرائياً بأنها البرامج التي تهتم بالشأن المصري، وتقوم بعرض قضاياها المختلفة من خلال قنوات فضائية حكومية وخاصة، وتتضمن أشكالاً مختلفة مثل المقابلات، والمناقشات، وتستضيف الخبراء، والمتخصصين بهدف التعرف على آرائهم، وتحليلاتهم بشأن هذه القضايا.

(2) المعالجة الإعلامية: Media Treatment/Coverage

وفق أهداف الدراسة تعرف المعالجة الإعلامية بأنها مجموعة السمات المميزة للتناول الإعلامي لقضايا معينة من حيث الشكل والمضمون، من أجل الوصول إلى توصيف دقيق لهذا التناول.

(3) بعض قضايا المجتمع المصري: Some of Egyptian issues

انطلاقاً من أهداف الدراسة ونتيجة الاستطلاع الخاص بنسب أعلى ثلاث قضايا متتابعة من خلال البرامج الحوارية، يُقصد ببعض قضايا المجتمع المصري إجرائياً القضايا السياسية، والاجتماعية، والصحية التي يتم معالجتها في البرامج الحوارية التلفزيونية، على أن تعرف هذه القضايا إجرائياً كالتالي:

■ القضايا الاجتماعية: Social Issues

هي موضوعات ترتبط بمجالات الحياة الاجتماعية في المجتمع المصري، وتؤثر على أفرادها سواء بشكل إيجابي أو بصورة سلبية، مثل: التتمر، والبطالة، والفساد، والتضامن المجتمعي أثناء مواجهة الأزمات.

■ القضايا الصحية: Health Issues

هي كل الموضوعات التي تعنى بالشئون الصحية، والطبية، والوقائية، مثل: صحة المواطن المصري، ودور الدولة في رفع مستوى جودة المؤسسات الصحية، وتعزيز المشاركة المجتمعية لمواجهة المشكلات والأزمات الطبية.

■ القضايا السياسية: Political Issues

هي الموضوعات التي تهتم بالشئون السياسية الداخلية للمجتمع المصري، مثل: إنشاء مجلس الشيوخ، وتمثيل المرأة في الحياة النيابية، أو التي تهتم بالشئون السياسية الخارجية ذات التأثير أيضاً على مصر مثل: سد النهضة، والتدخل التركي في ليبيا.

(4) ضوابط العمل الإعلامي: Media Work Controls

وفق أهداف الدراسة والإطار النظري لها تعرف ضوابط العمل الإعلامي إجرائياً بأنها مجموعة المعايير، والقيم المهنية والأخلاقية، والوظائف أو الأدوار التي وضعت من خلال القوانين، والمواثيق، والمدونات الإعلامية، ومجالس الضبط الإعلامي، بحيث نستدل من مستوى الالتزام بها على نسبة تحقق المسؤولية الاجتماعية في البرامج الحوارية عند معالجتها لقضايا المجتمع المصري.

ثامناً: الإجراءات المنهجية:

(1) نوع الدراسة ومنهجها:

انطلاقاً من سعي الدراسة نحو الوصول لهدف رئيس يتلخص في محاولة التعرف على واقع التزام البرامج الحوارية بضوابط العمل الإعلامي في معالجتها لقضايا المجتمع، لذلك فهي تنتمي إلى البحوث الوصفية Descriptive Researches، التي تعتمد على منهج المسح الإعلامي Survey Method الذي عن طريقه يمكن تحليل وتفسير كثير من الظواهر والسلوكيات (Feldman & Zaller, 2015, p.153)، وعليه تعتمد الدراسة على المسح التحليلي من أجل مسح مضمون عينة من البرامج الحوارية التلفزيونية.

(3) مجتمع وعينة الدراسة:

- مجتمع الدراسة: تعد البرامج الحوارية التلفزيونية مجتمع الدراسة التحليلية، حيث ارتفاع نسبة مشاهدتها من قبل أفراد المجتمع المصري.
- عينة الدراسة: نظراً لصعوبة إجراء مسح شامل لجميع البرامج الحوارية التلفزيونية، تم اختيار - عينة عمدية من البرامج الحوارية، وفقاً لدراسة استطلاعية تم تطبيقها على عينة عشوائية قوامها 40 مفردة من مشاهدي البرامج الحوارية، بواسطة استبانة إلكترونية تم تصميمها بهدف استكشاف أعلى ثلاثة برامج حوارية مشاهدة، وأكثر أنواع القضايا التي يفضلون مشاهدتها من خلال البرامج الحوارية.

- حجم العينة: اعتمدت الباحثة على ما أجمعت عليه غالبية الدراسات السابقة في حجم العينة التحليلية، حيث تم اختيار ثلاث برامج حوارية من أجل التحليل لمدة دورة تلفزيونية مدتها ثلاثة شهور. ووفق النتائج الاستطلاعية الخاصة بالبرامج الحوارية الأعلى مشاهدة، جاء "برنامج الحكاية" في المرتبة الأولى من حيث المشاهدة بنسبة 72.5%، كما جاء "برنامج التاسعة" في المرتبة الثانية بنسبة 42.5%، وجاء برنامج "يحدث في مصر" في المرتبة الثالثة بنسبة 40%، وتم إجراء التحليل بأسلوب المسح الشامل لكل حلقات البرامج الحوارية عينة الدراسة في الفترة الزمنية المحددة، وكان إجمالي الحلقات التي تم تحليلها 159 حلقة من أصل 175 حلقة، بإجمالي زمن وصل إلى 284 ساعة، و32 دقيقة مع التركيز على الفقرات والحلقات التي تتضمن معالجة للقضايا الصحية، والسياسية، والاجتماعية، واستبعاد القضايا الأخرى.

جدول رقم (1): يوضح توزيع عينة الدراسة وإجمالي زمن الحلقات

الزمن الكلي للحلقات المحللة		عدد الحلقات	اسم البرنامج
ساعة	دقيقة		
177	27	85	التاسعة مساء
72	51	43	الحكاية
34	14	31	يحدث في مصر
284	32	159	الإجمالي

- البعد المكاني للعينة: تم اختيار البرامج الحوارية التي تبث من خلال قنوات داخل الأراضي المصرية، وذلك لخضوعها للقوانين والتشريعات الإعلامية المصرية.

- البعد الزمني للعينة: تم تحليل البرامج الحوارية عينة الدراسة خلال ثلاثة أشهر ابتداء من 2020/4/1 حتى 2020/6/30. وتم اختيار هذه الدورة التلفزيونية نظراً لبدء عرض برنامج التاسعة -ضمن البرامج التي يفضلها المشاهد- على شاشة التلفزيون المصري في 2020/2/22، ولهذا تم ترك الدورة التلفزيونية السابقة لها من 2020/1/1 وحتى 2020/3/31.

(1) طريقة وأداة جمع البيانات:

اعتمدت الدراسة على طريقة الملاحظة Observation حيث استخدمتها الباحثة أثناء تحليل مضمون البرامج الحوارية التلفزيونية عينة الدراسة. كما اعتمدت الدراسة على أداة صحيفة تحليل المضمون، وذلك بهدف جمع بيانات حول محتوى البرامج الحوارية التلفزيونية عينة الدراسة، ويتوقف نجاح تحليل المضمون على تحديد وحدات وفئات التحليل بدقة، ويمكن توضيحها في النقاط التالية:

أولاً: التعريفات الإجرائية لوحدات تحليل المضمون:

تعتمد الدراسة على وحدات التحليل الآتية:

- وحدة الموضوع: (Theme) هي الوحدة التي تستخدم للتعرف على أنواع الموضوعات التي يتم تقديمها في البرامج الحوارية، وكذلك طريقة عرضها ومعالجتها.
- وحدة الشخصية: (Character) هي الوحدة التي تستخدم للتعرف على الخصائص الديموغرافية للشخصيات الموجودة بالبرنامج الحوارية، سواء المذيع أو الضيف، بالإضافة إلى التعرف على أسلوب المذيع والضيف، وأفكارهما عند تناول القضايا.

- وحدة المفردة: (Item) هي الوحدة التي يستخدمها القائم بالاتصال في نقل الدلالات والأفكار للمستقبل، وتعتمد الباحثة فيها على الوحدات الآتية:
 - وحدة البرنامج: وتهدف إلى التعرف على البرنامج من حيث اسمه، ومقدمه، وعدد حلقاته، وإجمالي مساحته الزمنية، وهوية القناة التي يعرض من خلالها.
 - وحدة الحلقة: هي الوحدة التي يدور بداخلها كل أغراض التحليل التي تريدها الباحثة.
- وحدة القياس، أو الزمن: (Space & Time) وتستخدمها الباحثة من أجل تحديد المساحة الزمنية التي يستغرقها البرنامج أثناء العرض، وإجمالي المدة الزمنية لبرامج الدراسة، وتم استخدام (الدقيقة) لحساب هذه الوحدة.

ثانياً: التعريفات الإجرائية لفئات تحليل المضمون:

- تنقسم الفئات التحليلية إلى فئة الموضوع: (ماذا قيل؟)، وفئة الشكل: (كيف قيل؟)
 - فئة الموضوع (ماذا قيل؟): وتضم فئة نوع القضية المطروحة للنقاش، وأهميتها، وفئة محور ارتكاز القضايا، وفئة أسلوب معالجة البرامج للقضايا الفئة الخاصة بالاستمالات المستخدمة في معالجة القضايا، والفئة الخاصة بالالتزام بضوابط العمل الإعلامي فئة تخصصات الضيوف، وفئة أسباب مشاركتهم، وفئة اتجاهاتهم نحو القضايا، والفئة الخاصة بتجاوزاتهم في فقرات معالجة القضايا.
 - فئة الشكل (كيف قيل؟): وتضم هذه الفئة الفئات الفرعية الآتية: فئة نوع القناة التي يبث من خلالها البرنامج الحوارية، والقالب الفني السائد في البرنامج، ونوع شخصية مقدم البرنامج، فئة نوع شخصية الضيف، وفئة أشكال مشاركة الضيوف، وفئة مصادر المعلومات حول القضايا، فئة مستوى مشاركة الجمهور في فقرات معالجة القضايا وأسلوب المشاركة.

(5) صدق وثبات الأداة:

أ- اختبار صدق الأداة:

الصدق Validity هو الصلاحية التي تتحقق بناء على أحكام وتقديرات الخبراء على مستوى نجاح الاختبار أو المقياس في تحقيق الغرض الذي وضع من أجله (Nelson & Gilbert, 2020, p.55) لذا تم اختبار صدق الصحيفة على مرحلتين الأولى أثناء مراحل تصميمها، حيث قامت الباحثة بوضع بنود يمكن من خلالها قياس موضوع الدراسة بدقة، في ضوء أهداف وتساؤلات الدراسة التحليلية، والتأكد من تمثيل هذه البنود لموضوع الدراسة بالرجوع إلى التراث العلمي من مراجع متخصصة، ودراسات علمية سابقة، والاطلاع على الأدوات التي اعتمدت عليها هذه الدراسات والاستفادة منها، أما المرحلة الثانية فتتركز على عرض صحيفة تحليل المضمون على مجموعة من المحكمين (*) المتخصصين في مجال الدراسة (الإذاعة والتلفزيون، والأخلاقيات والتشريعات الإعلامية) من

(*) الأساتذة المحكمون لصحيفة تحليل المضمون:

1. أ.د. وسام محمد نصر، أستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
2. أ.د. ثريا أحمد البدوي، أستاذ بقسم العلاقات العامة والإعلان، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
3. أ.د. غادة عبد التواب عبد العزيز اليماني، أستاذ ورئيس قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة طنطا.
4. أ.د. سحر محمد وهبي، أستاذ الإعلام المتفرغ، قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة سوهاج.
5. أ.م. دفاطمة شعبان أبو الحسن، أستاذ مساعد بقسم الإذاعة والتلفزيون، أكاديمية الشروق.
6. Prof. Michael Morgan, Professor at Department of Communication, University of Massachusetts/Amherst, U.S.A.
7. Prof. Clifford Glenn Christians, Professor at Institute of Communications research, University of Illinois at Urbana-Champaign.

الجامعات داخل مصر وخارجها، لمعرفة آرائهم في مستوى صدق الصحيفة في قياس موضوع الدراسة، وأجمعوا على أن الاستمارة تقيس ما وضعت لقياسه مع إجراء بعض التعديلات التي قامت بها الباحثة.
ب- اختبار ثبات الأداة:

تم اختبار ثبات صحيفة تحليل المضمون باستخدام معادلة كوبر، إذ تم تحليل 10% من عينة الدراسة وفق ما أجمعت عليه غالبية الدراسات السابقة، ثم إعادة نفس الاختبار بعد ثلاثين يومًا من التحليل الأول، وكانت نسبة الاتفاق باستخدام معادلة كوبر 88%، وهي قيمة ثبات مرتفعة تدل على صلاحية الأداة للقياس.

(6) الأساليب الإحصائية المستخدمة:

- حساب التكرارات والنسب المئوية.
- اختبار "ت" T.Test: من أجل قياس الفروق بين المتوسطات بين مجموعتين.
- تحليل التباين أحادي الاتجاه One-Way ANOVA لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لأكثر من مجموعتين في أحد متغيرات الفئة أو النسبة.
- استخدام اختبار شيفيه Scheffe عندما يثبت تحليل التباين ذو البعد الواحد وجود فروق ذات دلالة إحصائية، وتستخدم هذه الاختبارات للتعرف على اتجاه الفروق بالنسبة لقيم (ف) الناتجة عن تحليل التباين أحادي الاتجاه.
- معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation Coefficient) لمعرفة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين، وتكون العلاقة قوية إذا كانت تساوي أو أكبر من 0,5، ومتوسطة إذا كانت بين 0,3 إلى أقل من 0,5، وضعيفة إذا كانت أقل من 0,3.

تاسعًا: نتائج الدراسة:

(1) النتائج الخاصة بتساؤلات الدراسة:

ويمكن عرضها وفق أربعة محاور كما يلي:

أ- المحور الأول: حول سمات شخصية مقدم البرنامج الحوارية:

- سعى هذا المحور إلى الإجابة عن مجموعة من التساؤلات يمكن تلخيص نتائجها كالاتي:
- تبين من نتائج الدراسة أن غالبية مقدمي البرامج الحوارية عينة الدراسة من الذكور في مقابل مقدمة برنامج واحدة من الإناث.
 - كما تبين أن اللغة السائدة لدى مقدمي البرامج الحوارية كانت الفصحى والعامية معًا.
 - تبين أيضًا أن السمة الغالبة لمقدمي البرامج الحوارية في فقرات معالجة القضايا هي الهدوء حيث بلغت نسبتها 82%، في مقابل الانفعال الذي بلغت نسبته 18%.
 - وفيما يخص تدخل مقدم البرنامج في توجيه النقاش، أوضحت النتائج أن مقدمو البرامج الحوارية يتدخلون في النقاش بنسبة 73.8%، في مقابل 26.2% يديرون النقاش فقط، أما عن نوع التدخل، فقد تبين أن التدخل الإيجابي لمقدمي البرامج الحوارية في النقاش كان في مقدمة أنواع التدخل بنسبة بلغت 61.2%، يليه إدارة النقاش فقط بنسبة 27.9%، ثم التدخل السلبي بنسبة 10.9%.
- ب- المحور الثاني: الخاص بتساؤلات حول طبيعة شخصيات الضيوف في البرامج الحوارية:

- أشارت النتائج الخاصة بنسبة الاستعانة بالضيوف في البرامج الحوارية إلى ارتفاع نسبة مشاركة الضيوف في فقرات معالجة القضايا في البرامج الحوارية لتصل إلى 80.9%، في مقابل 19.2% من الفقرات تخلو من استضافة الضيوف.

- وعن نوع شخصيات الضيوف، تبين ارتفاع نسبة الضيوف الذكور في كل برامج الدراسة عن الإناث، حيث بلغت 83.7% للذكور، في مقابل 16.3% للإناث، وهو ما يتفق مع نتائج مجموعة من الدراسات السابقة منها، (محمد، 2015)، ودراستي (Ceron & Splendore, 2018; Dhoest et al., 2020)

- وفيما يخص أشكال مشاركة الضيوف، تبين أن الهاتف جاء في مقدمة الأشكال التي يتم من خلالها التواصل مع الضيف بنسبة 71.4%، يليه الاتصال المباشر بنسبة 20.8%، ثم الاتصال عبر تطبيقات الإنترنت بنسبة 7.5%، وهو ما يتفق مع نتائج دراسة (عبد الدايم، 2020).

- وعن النتائج الخاصة بأسباب مشاركة الضيوف في فقرات معالجة القضايا، تبين أن "سبب للاستفسار عن شيء حول القضية" جاء في المرتبة الأولى بنسبة 50%، يليه "عرض وجهة نظر حول القضية" بنسبة 33.9%، ثم "عرض تجربة المشارك الخاصة" بنسبة 15.8%.

- أما عن النتائج الخاصة بمكانة الضيوف، تبين ارتفاع نسبة وظيفة مسؤول حكومي للضيف، حيث جاءت في المركز الأول بنسبة 24%، يليه طبيب بنسبة 16.7%، ثم خبير أو متخصص بنسبة 13.5%، ثم عضو مجلس نواب في المركز الرابع بنسبة 10.6%، وجاء صحفيون وإعلاميون في المرتبة الأخيرة بنسبة 0.5%، وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة عبد الدايم، (2020).

- وفيما يخص اتجاه الضيوف نحو القضايا المعالجة تبين أن الاتجاه المعارض للضيف نحو القضايا جاء في المرتبة الأولى بنسبة 35.6%، يليه الاتجاه المؤيد بنسبة 35.6%، ثم الاتجاه المحايد بنسبة 9.4%، وأخيراً اتجاه غير واضح بنسبة 9.2%، وهو ما يتعارض مع نتائج دراسة (حسن، 2014).

- وعن طبيعة تجاوزات الضيوف في الحوار، تبين ارتفاع نسبة تجاوز السب والقذف لتصل إلى 29.1%، ثم مقاطعة ضيف آخر بنسبة 25.5%، ثم الحديث بسخرية 21.8%، ثم الصوت العالي بنسبة 20%، وقد فسرت دراسة (السيد، 2020) النتيجة السابقة وأرجعتها إلى أن الاختلاف في الآراء ووجهات النظر في البرنامج يؤدي إلى ارتفاع نسبة العنف اللفظي.

ج- المحور الثالث: خاص بتساؤلات حول طرق معالجة البرامج الحوارية لقضايا المجتمع:

- كشفت نتائج الدراسة فيما يخص نوعية القضايا المعالجة ارتفاع نسبة القضايا الصحية، حيث جاءت في المرتبة الأولى بنسبة 49.8% من إجمالي فقرات القضايا المعالجة، يليها القضايا الاجتماعية في المرتبة الثانية بنسبة 29.5%، ثم القضايا السياسية في المرتبة الثالثة بنسبة 20.8%، وهو ما يتفق مع نتائج دراسة (بلال، 2020)، ويتعارض مع دراسة (عباس، 2020)، ودراستي (Hedding et al., 2019; Zaheer, 2016)

- وعن القوى الفاعلة التي تناولتها برامج الدراسة أثناء معالجتها للقضايا، جاءت "الضحية" كقوة فاعلة في المرتبة الأولى بنسبة 18%، ثم "الدولة" بنسبة 16.9%، ثم "الخبر" بنسبة 15.3%، ثم "المواطن" بنسبة 13.7%، ثم "المؤسسة" بنسبة 8.9%، ثم "الشخصية" بنسبة 8.2%، ثم "القضية" بنسبة 7.3%، وهو ما يتعارض مع نتائج دراسة (عبد الدايم، 2020).

- كما أوضحت النتائج الخاصة بمصادر المعلومات التي اعتمدت عليها برامج الدراسة خلال معالجة القضايا إلى ارتفاع مصدر "الضيف" عند تناول القضايا بالمعالجة، حيث جاء في المرتبة الأولى بنسبة بلغت 27.6%، يليه "المصادر الحكومية" بنسبة 21.6%، ثم "مواقع التواصل الاجتماعي" بنسبة 17.1%، ثم "لا يوجد مصادر معلومات" بنسبة 15.3%، ثم "مواقع إخبارية" بنسبة 12.6%.
- تبين من النتائج الخاصة بأساليب الإبراز المستخدمة في معالجة القضايا، ارتفاع نسبة الاستعانة بالفيديوهات كأسلوب في الإبراز لتصل إلى 27.6%، يليها الصور بنسبة 22.7%، ثم عدم الاستعانة بأساليب الإبراز بلغت نسبتها 20.9%، ثم الاستعانة بأكثر من وسيلة بنسبة 13.3%، ثم الإحصاءات بنسبة 8.1%، يليها الاستعانة بالتقارير الخارجية بنسبة 3.3%، ثم الرسوم التوضيحية والجرافيك بنسبة 2.2% ثم الرسوم البيانية بنسبة 1.3%، ثم الخرائط بنسبة 0.3%، وهو ما يتعارض من دراسة (نصر، 2012) التي توصلت إلى أن التقارير وخصوصًا المصور منها من أهم عناصر الإبراز المستخدمة، ويتعارض أيضًا مع دراسة (Devi, 2019)، والتي توصلت إلى تصدر استخدام الإحصاءات في البرامج الحوارية في المرتبة الأولى.
- وفيما يخص النتائج الخاصة بأساليب المعالجة المستخدمة في البرامج الحوارية، تبين أن الاتجاه الغالب لدى برامج الدراسة في أسلوب معالجة قضايا المجتمع هو أسلوب "عرض القضية، وأسبابها، ونتائجها، والحلول" حيث جاء في المرتبة الأولى بنسبة 39.9%، يليه "عرض القضية، وأسبابها، ونتائجها" بنسبة 18.5%، ثم "استخدام أكثر من أسلوب" بنسبة 14.2%، يليه "حث المواطن على أهمية دوره تجاه القضية" بنسبة 7.8%، ثم "حث مؤسسات الدولة على القيام بدورها تجاه القضية" بنسبة 6.7%، ثم "عرض القضية فقط" بنسبة 5.9%، ثم "حث المسئول بالدولة على القيام بدوره تجاه القضية" بنسبة 4.2%، ثم "عرض القضية وأسبابها" بنسبة 2.5%، وهو ما يتفق مع نتائج دراسة (عبد الدايم، 2020).
- وعن النتائج الخاصة بالاستمالات المستخدمة خلال معالجة القضايا في برامج الدراسة، تبين ارتفاع نسبة الاستعانة بالاستمالات العاطفية مقارنةً بنظيرتها المنطقية، كما تبين أن الاستعانة باستمالة التوجيه جاءت في المرتبة الأولى بنسبة 35.3%، يليها استمالة إثارة مشاعر ومخاوف الجمهور بنسبة 21%، ثم استمالة المسؤولية الاجتماعية بنسبة 17.2%، ثم استمالة استخدام الدين بنسبة 14.9%، وجاءت بقية الاستمالات العاطفية بنسب ضعيفة، أما عن النتائج الخاصة بالاستمالات المنطقية، جاءت استمالة الاستشهاد بالأرقام والإحصاءات في المرتبة الأولى بنسبة 45.8%، يليها استمالة الاستشهاد بالقانون بنسبة 29.7%، ثم استمالة الاستشهاد بالتاريخ بنسبة 13.4%، ثم الاستشهاد بأحداث واقعية بنسبة 10.7%، وجاءت بقية الاستمالات بنسب ضعيفة، وهو ما يتعارض مع نتائج دراسات (عبد الدايم، 2020)، و(خليفة، 2020)، و(حسن، 2014)، حيث توصلت نتائج هذه الدراسات إلى تصدر الاستمالات المنطقية المرتبة الأولى من حيث استخدامها في فقرات معالجة قضايا المجتمع.
- د- المحور الرابع: خاص بتساؤلات حول الالتزام بضوابط العمل الإعلامي في البرامج الحوارية عينة الدراسة (المسؤولية الاجتماعية): هدف هذا المحور إلى عرض النتائج الخاصة بواقع الالتزام بضوابط العمل الإعلامي في البرامج الحوارية في ضوء الإطار النظري للدراسة، حيث تم تقسيم الضوابط إلى معايير، وقيم، ووظائف كما يأتي:

■ بشكل عام أوضحت النتائج الخاصة بهذا المحور أن البرامج الحوارية التزمت بضوابط العمل الإعلامي بدرجة مرتفعة عند معالجة القضايا الصحية، حيث جاءت في المرتبة الأولى بنسبة 60.1%، يليها القضايا السياسية في المرتبة الثانية بنسبة 55%، ثم القضايا الاجتماعية في المرتبة الثالثة بنسبة 49.5%، وتبين أن درجة الالتزام المتوسطة للبرامج الحوارية بضوابط العمل الإعلامي جاءت في المرتبة الأولى بالنسبة للقضايا الصحية أيضاً بنسبة بلغت 34.4%، يليها القضايا الاجتماعية في المرتبة الثانية بنسبة بلغت 35.7%، ثم القضايا السياسية في المرتبة الثالثة بنسبة 44%. وفيما يخص ضعف درجة التزام البرامج الحوارية بضوابط العمل الإعلامي، فقد جاء في المرتبة الأولى بالنسبة للقضايا الاجتماعية بنسبة بلغت 9.3%، يليها القضايا السياسية في المرتبة الثانية بنسبة 6.6%، ثم القضايا الصحية في المرتبة الثالثة بنسبة 5.5%، وهوما يتفق مع نتائج دراسة (حسن، 2014)، ودراسة (عبد الدايم، 2018)، ودراسة (خليفة، 2020)، بينما تتعارض نتائج الدراسة الراهنة مع نتائج دراسات مجموعة من الدراسات السابقة منها ما يلي:

(Chadha & Koliska, 2016; Devi, 2019; Mortensen, 2018; Peris-Blanes & Pérez-Sánchez, 2020; Rao & Malik, 2019).

- ومن ناحية البيانات التفصيلية للنتائج تبين أن "برنامج يحدث في مصر" كان أكثر التزاما بضوابط العمل الإعلامي في معالجته للقضايا الصحية، حيث جاء في المرتبة الأولى بنسبة 76.7%، يليه برنامج "التاسعة" في المرتبة الثانية بنسبة 58.2%، بينما جاء برنامج "الحكاية" في المرتبة الثالثة بنسبة 56.1%. وعن أكثر البرامج التي تلتزم بضوابط العمل الإعلامي بدرجة ضعيفة جاء برنامج "الحكاية" في المرتبة الأولى بنسبة 10.6%، في مقابل برنامج "التاسعة" الذي بلغت نسبته 4.1%، بينما لم يسجل برنامج "يحدث في مصر" أي نسبة فيما يخص التصنيف الضعيف الخاص بالالتزام بضوابط العمل الإعلامي.
- وفيما يخص القضايا السياسية تبين أن برنامج "يحدث في مصر" كان أكثر التزاما بضوابط العمل الإعلامي في معالجتها حيث جاء في المرتبة الأولى بنسبة 82.1%، يليه برنامج "الحكاية" في المرتبة الثانية بنسبة 36.4%، بينما جاء برنامج التاسعة في المرتبة الثالثة بنسبة 30%. وعن أكثر البرامج التي تلتزم بضوابط العمل الإعلامي بصورة ضعيفة جاء برنامج التاسعة في المرتبة الأولى بنسبة 16.7%، في مقابل برنامج "الحكاية" الذي بلغت نسبته 3%، بينما لم يسجل برنامج "يحدث في مصر" أي نسبة فيما يخص التصنيف الضعيف الخاص بالالتزام بضوابط العمل الإعلامي.
- وعن القضايا الاجتماعية تبين أن برنامج "يحدث في مصر" كان أكثر التزاما بضوابط العمل الإعلامي في معالجتها حيث جاء في المرتبة الأولى بنسبة 81.3%، يليه برنامج التاسعة في المرتبة الثانية بنسبة 54.4%، بينما جاء برنامج "الحكاية" في المرتبة الثالثة بنسبة 44.1%. وعن أكثر البرامج التي تلتزم بضوابط العمل الإعلامي بصورة ضعيفة جاء برنامج "الحكاية" في المرتبة الأولى بنسبة 14.7%، في مقابل برنامج التاسعة الذي بلغت نسبته 8.9%، بينما لم يسجل برنامج "يحدث في مصر" أي نسبة فيما يخص التصنيف الضعيف الخاص بالالتزام بضوابط العمل الإعلامي.

وفيما يلي النتائج التفصيلية الخاصة بضوابط العمل الإعلامي في معالجة القضايا الصحية، السياسية، والاجتماعية، وفق القيم المهنية والأخلاقية، والمعايير، والوظائف:

أولاً: النتائج وفق القيم المهنية والأخلاقية:

(1) القضايا الصحية:

■ القيم التي كانت البرامج الحوارية أكثر التزامًا بها في معالجة القضايا الصحية هي على التوالي: "الدقة في اختيار الضيوف من حيث التخصص والكفاءة" بنسبة بلغت 95.8%، و"عدم تغليب المصالح الخاصة على الاعتبارات الوطنية" بنسبة 95.2%، و"إسناد الأخبار والمعلومات إلى مصادرها الأصلية" بنسبة بلغت 82.6%، و"عدم بناء الإعلامي تقاريره على معلومات منقولة من وسيلة إعلامية أخرى أو من مواقع التواصل الاجتماعي" بنسبة 82.3%، و"الحرص على إدراج آراء المرأة وتعليقاتها في القضايا كأقرانها من الرجال" بنسبة 80%، بينما جاءت القيم التي لم تلتزم بها كثيرًا البرامج الحوارية هي على التوالي: "الحرص على إدراج آراء المرأة وتعليقاتها في القضايا كأقرانها من الرجال" بنسبة 80%، "عدم التعدي على حرمة الحياة الخاصة للمواطن ومراعاة خصوصيته" بنسبة 66.7%، و"عدم الخلط بين الإعلام والإعلان" بنسبة 64.7%، و"التوازن في عرض وجهات النظر المختلفة حول القضايا المطروحة" بنسبة 63.5%.

(2) القضايا السياسية:

■ القيم التي كانت البرامج الحوارية أكثر التزامًا بها في معالجة القضايا السياسية هي على التوالي: "الدقة في اختيار الضيوف من حيث التخصص والكفاءة" بنسبة بلغت 96.7%، و"عدم تغليب المصالح الخاصة على الاعتبارات الوطنية" بنسبة 91.5%، و"عدم الخلط بين الإعلام والإعلان" بنسبة 90%، و"إسناد الأخبار والمعلومات إلى مصادرها الأصلية" بنسبة بلغت 85.7%، و"عدم بناء الإعلامي تقاريره على معلومات منقولة من وسيلة إعلامية أخرى أو من مواقع التواصل الاجتماعي" بنسبة 85.4%، بينما جاءت القيم التي كانت البرامج الحوارية لا تلتزم بها كثيرًا هي على التوالي: "التوازن في عرض وجهات النظر المختلفة حول القضايا المطروحة" بنسبة 74.2%، و"التوازن في عرض الجوانب المختلفة للموضوع الواحد" بنسبة 67%.

(3) القضايا الاجتماعية:

■ القيم التي كانت البرامج الحوارية أكثر التزامًا بها هي على التوالي "الدقة في اختيار الضيوف من حيث التخصص والكفاءة" بنسبة بلغت 95%، و"عدم تغليب المصالح الخاصة على الاعتبارات الوطنية" بنسبة 84.4%، و"عدم بناء الإعلامي تقاريره على معلومات منقولة عن وسيلة إعلامية أخرى أو من مواقع التواصل الاجتماعي" بنسبة 75%، و"التحقق مما ينشر على وسائل التواصل الاجتماعي من معلومات قبل بثها" بنسبة 74.7%، و"إسناد الأخبار والمعلومات إلى مصادرها الأصلية" بنسبة بلغت 72.1%، بينما جاءت القيم التي كانت البرامج الحوارية لا تلتزم بها كثيرًا هي على التوالي: "الحرص على إدراج آراء المرأة وتعليقاتها في القضايا كأقرانها من الرجال" بنسبة 78.2%، و"التوازن في عرض وجهات النظر المختلفة حول القضايا المطروحة" بنسبة 71.9%، و"التوازن في عرض الجوانب المختلفة للموضوع الواحد"

بنسبة 58,2%، و"عدم التعدي على حرمة الحياة الخاصة للمواطن ومراعاة خصوصيته" بنسبة 50%.

ثانياً: النتائج وفق المعايير المهنية والأخلاقية:

(1) القضايا الصحية:

تبين أن المعايير التي كانت البرامج الحوارية أكثر التزاماً بها فيما يخص القضايا الصحية هي على التوالي: "عدم استضافة نماذج غير لائقة تتنافى في ثقافتها مع ثقافة المجتمع المصري" بنسبة 98.4%، و"عدم استخدام صور تتعارض مع آداب وقيم المجتمع" بنسبة 98.1%، و"عدم استخدام ألفاظ وعبارات تتنافى مع الآداب العامة والقيم المجتمعية" بنسبة 97.2%، و"عدم استخدام لغة السب والقذف" 94%، و"عدم استخدام الصور والتقنيات في تضليل الجمهور" بنسبة 91.4%، بينما جاءت المعايير التي كانت البرامج الحوارية لا تلتزم بها كثيراً هي على التوالي: "عدم استخدام ألفاظ وعبارات تتنافى مع الآداب العامة والقيم المجتمعية" بنسبة 71.4%، و"الدفاع عن مصلحة الوطن بالحجة والبينة دون إسفاف أو تهجم على الطرف الآخر"، و"حظر أي مادة تخالف آداب وقيم المجتمع" بنسبة 66.7%.

(2) القضايا السياسية:

أما عن القضايا السياسية تبين أن المعايير التي كانت البرامج الحوارية أكثر التزاماً بها هي على التوالي: "عدم استضافة نماذج غير لائقة تتنافى في ثقافتها مع ثقافة المجتمع المصري" بنسبة 98.3%، و"عدم استخدام الصور والتقنيات في تضليل الجمهور" بنسبة 96.7%، و"احترام الرأي الآخر" بنسبة 95%، و"عدم استخدام ألفاظ وعبارات تتنافى مع الآداب العامة والقيم المجتمعية" بنسبة 89.8%، و"عدم استخدام لغة السب والقذف" 84.6%، بينما جاءت المعايير التي كانت البرامج الحوارية لا تلتزم بها كثيراً هي على التوالي: "حظر أي مادة تخالف آداب وقيم المجتمع"، و"عدم بث خطوط سير العمليات، أو التمركزات، أو الخطط الأمنية، أو العسكرية" بنسبة 66.7%، و"عدم نشر محتوى يضر بالمعتقدات الدينية" بنسبة 60%، و"عدم بث أي مادة تحض على العنف، أو التمييز" بنسبة 54.5%.

(3) القضايا الاجتماعية:

أما عن القضايا الاجتماعية تبين أن المعايير التي كانت البرامج الحوارية أكثر التزاماً بها هي على التوالي: "عدم استضافة نماذج غير لائقة تتنافى في ثقافتها مع ثقافة المجتمع المصري" بنسبة 98%، و"عدم استخدام صور تتعارض مع آداب وقيم المجتمع" بنسبة 94.4%، و"عدم استخدام ألفاظ وعبارات تتنافى مع الآداب العامة والقيم المجتمعية"، و"عدم استخدام لغة السب والقذف" بنسبة 93.7%، و"التقيد بالبيانات الرسمية فيما يتعلق بأعداد المصابين والشهداء" بنسبة 90.9%، و"عدم انتهاج أسلوب الإيماءات المسيئة" بنسبة 90.5%، بينما جاءت المعايير التي كانت البرامج الحوارية لا تلتزم بها كثيراً هي على التوالي: "عدم بث أفكار تروج للدجل والخرافات وتغييب العقل" بنسبة 66.7%، و"عدم بث أي مادة تحض على العنف أو التمييز بنسبة 42.9%، و"الدفاع عن مصلحة الوطن بالحجة والبينة دون إسفاف أو تهجم على الطرف الآخر"، و"حظر بث أي مادة تخالف آداب وقيم المجتمع" بنسبة 40%.

ثالثاً: النتائج وفق الوظائف التي يؤديها مقدم البرنامج:

(1) القضايا الصحية:

■ أشارت النتائج التفصيلية الخاصة بالوظائف التي يؤديها مقدم البرنامج عند معالجة القضايا الصحية، إلى أن الوظائف التي كانت البرامج الحوارية أكثر التزاماً بها "إعلام المواطن بكافة المعلومات المتعلقة بالقضايا" بنسبة 89.9%، و "تقديم تحليل متعمق بشأن القضايا" بنسبة 68.3%، و "إعلام المواطن بما تفعله الحكومة تجاه القضايا المجتمعية" بنسبة 51.4%، بينما جاءت وظيفة "الحرص على مشاركة الجمهور عند معالجة القضايا" بنسبة مرتفعة من حيث عدم الالتزام بها لتبلغ 97.7%.

(2) القضايا السياسية:

■ أما عن معالجة القضايا السياسية، فقد تبين أن الوظائف التي كانت البرامج الحوارية أكثر التزاماً بها هي "إعلام المواطن بما تفعله الحكومة تجاه القضايا المجتمعية" بنسبة 76.9%، "إعلام المواطن بكافة المعلومات المتعلقة بالقضايا" بنسبة 73.6%، ومن ناحية عدم الالتزام بالوظائف تبين أن وظيفة "الحرص على مشاركة الجمهور عند معالجة القضايا" جاءت بنسبة مرتفعة من حيث عدم الالتزام بها لتبلغ 97.7%، و "توضيح القصور الحكومي بشأن القضايا" بنسبة 23.3%.

(3) القضايا الاجتماعية:

■ وفيما يخص معالجة القضايا الاجتماعية، فقد تبين أن الوظائف التي كانت البرامج الحوارية أكثر التزاماً بها "إعلام المواطن بكافة المعلومات المتعلقة بالقضايا" بنسبة 86.3%، و "تقديم تحليل متعمق بشأن القضايا" بنسبة 58.4%، و "إعلام المواطن بما تفعله الحكومة تجاه القضايا المجتمعية" بنسبة 57.1%، بينما جاءت وظيفة "الحرص على مشاركة الجمهور عند معالجة القضايا" بنسبة مرتفعة من حيث عدم الالتزام بها لتبلغ 97.5%.

(2) نتائج فروض الدراسة:

■ الفرض الأول:

اتضح ثبوت صحة الفرض الأول جزئياً، حيث أوضحت نتائج اختبار "ت" T-Test وجود فروق دالة إحصائية وفقاً لنوع القناة لصالح القناة الحكومية التي يقدم من خلالها البرنامج في الالتزام بضوابط العمل الإعلامي فيما يخص الوظائف التي يؤديها مقدم البرنامج، حيث بلغت قيمة "ت" (2.275)، وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.05).

بينما لا توجد فروق دالة إحصائية وفقاً لنوع القناة فيما يخص القيم والمعايير المهنية والأخلاقية، حيث أشارت النتائج إلى تقارب متوسطات القيم المهنية والأخلاقية بين القنوات الحكومية (61.07)، والقنوات الخاصة (64.61)، وكذلك تقارب متوسطات المعايير المهنية والأخلاقية بين القنوات الحكومية (85.77)، والقنوات الخاصة (88).

■ الفرض الثاني:

تم قبول صحة الفرض الثاني، حيث أشارت النتائج باستخدام معامل بيرسون للارتباط Pearson Correlation وجود علاقة ارتباطية إيجابية ضعيفة بين الالتزام بضوابط العمل الإعلامي وتعدد وجهات النظر في البرامج الحوارية، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون للارتباط (0.275)، وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.01).

ويمكن توضيح هذه النتيجة في إطار النتائج التفصيلية لضوابط العمل الإعلامي (القيم، والمعايير، والوظائف)، التي أشارت إلى وجود علاقة ارتباطية إيجابية ضعيفة بين الالتزام بالقيم المهنية والأخلاقية وتعدد جهات النظر في البرامج الحوارية، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون للارتباط (0.213)، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (0.01). كما ثبت وجود علاقة ارتباطية إيجابية متوسطة الشدة بين الالتزام بالوظائف التي يؤديها القائم بالاتصال وتعدد جهات النظر في البرامج الحوارية، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون للارتباط (0.365)، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (0.01). بينما لا توجد علاقة ارتباطية بين الالتزام بالمعايير المهنية والأخلاقية وتعدد جهات النظر في البرامج الحوارية، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون للارتباط (0.089)، وهي قيمة غير دالة إحصائياً.

■ **الفرض الثالث:**

تم قبول صحة الفرض الثالث للدراسة، حيث أشارت النتائج باستخدام معامل التباين أحادي الاتجاه One-Way ANOVA لقياس مدى وجود فروق نوعية بين أكثر من مجموعتين، أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مستوى الالتزام بضوابط العمل الإعلامي وفقاً للبرامج الحوارية، حيث بلغت قيمة ف (12.223)، عند درجات حرية (438)، وعند مستوى معنوية (0.01).

وتم إجراء اختبار بعدي شيفيه Scheffe لاختبار مصدر الفروق بين البرامج الحوارية في ضوابط العمل الإعلامي، وأشارت النتائج إلى وجود فروق معنوية ذات دلالة إحصائية في ضوابط العمل الإعلامي بين برنامج يحدث في مصر وبرنامج التاسعة لصالح برنامج يحدث في مصر، حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي (16.09)، بمستوى معنوية (0.001)، وكذلك بين برنامج يحدث في مصر وبرنامج الحكاية لصالح برنامج يحدث في مصر، حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي (19.53)، بمستوى معنوية (0.001). وأشارت النتائج السابقة إلى التزام برنامج يحدث في مصر بضوابط العمل الإعلامي بمعدلات أعلى من برنامج التاسعة والحكاية.

عاشراً: مناقشة نتائج الدراسة:

هدف البحث الحالي إلى رصد واقع التزام البرامج الحوارية التليفزيونية بضوابط العمل الإعلامي في معالجة قضايا المجتمع الصحية والسياسية والاجتماعية، وذلك بالتطبيق على برنامج يحدث في مصر، وبرنامج التاسعة، وبرنامج الحكاية.

وقد تبين من النتائج تباين القضايا والموضوعات المرتبطة بها في برامج الدراسة خلال فترة التحليل، حيث لوحظ ارتفاع مناقشة الموضوعات المرتبطة بفيروس كورونا المستجد في كل برامج الدراسة وما يرتبط بها من موضوعات تتعلق بأعداد الإصابات والوفيات، وبتفعيل الإجراءات الاحترازية، بالإضافة إلى موضوعات تتعلق بدور المنظومة الصحية في إدارة ملف فيروس كورونا، وكيفية التعايش معه. كما لوحظ أيضاً ارتفاع نسبة مناقشة هذه الموضوعات في برنامج "التاسعة"، بينما سجلت البرامج الأخرى انخفاضاً في ذلك. وعلى الجانب الآخر كثف برنامج "الحكاية" من تناوله للقضايا السياسية بينما سجلت البرامج الأخرى انخفاضاً في ذلك، حيث لوحظ ارتفاع مناقشة موضوعات تتعلق بقضية الإرهاب السياسي مثل الفكر الإيديولوجي للإرهابيين والعمليات التي يقومون بها، بينما لوحظ قلة الاهتمام بقضية سد النهضة، وما يرتبط بها من موضوعات مثل المفاوضات المصرية والسودانية في هذا الشأن، وإحالة الملف لمجلس الأمن. وعلى جانب القضايا الاجتماعية لوحظ ارتفاع مناقشة الموضوعات

المرتبطة بها في برنامج "التاسعة" مثل الموضوعات المرتبطة بثقافة اللامبالاة، والتنمر، والفساد، وغير ذلك، بينما سجلت البرامج الأخرى انخفاضًا في ذلك.

كما تبين من النتائج حرص برامج الدراسة على الاستعانة بأساليب الإبراز المختلفة لعرض الموضوعات، وإن كانت نسبة الاستعانة مرتفعة في القضايا الصحية مقارنة بالقضايا الاجتماعية والسياسية. وقد يرجع ارتفاع نسبة الاستعانة بالفيديوهات والصور في معالجة القضايا الصحية إلى طبيعة الموضوعات المقدمة خصوصًا المتعلقة منها بفيروس كورونا، وما يرتبط بها من فيديوهات وصور عن الإجراءات الاحترازية للدولة، وعن متابعة المسؤولين للأوضاع الصحية، فضلًا عن فيديوهات توضح استعدادات المستشفيات لاستقبال المصابين وغير ذلك.

كما تبين ارتفاع نسبة الاستعانة بالفيديوهات في القضايا السياسية، والذي قد يرجع إلى توجه برامج الدراسة نحو عرض فيديوهات وصور تتعلق بالموضوعات المرتبطة بالإرهاب مثل التفجيرات والاعتقالات، كذلك كان هناك عرض لفيديوهات وصور تتعلق بالموضوعات المرتبطة بالقضية الليبية مثل فيديوهات عن التدخل التركي في ليبيا ومبادرة إعلان القاهرة، وذلك في مقابل قضية سد النهضة التي أوضحت نتائجها ارتفاع نسبة عدم الاستعانة بأساليب الجذب حيث تم الاعتماد على الصور في المقام الأول ولكن بنسبة منخفضة، والذي يمكن إرجاعه إلى قلة المعلومات حول القضية، وعدم إلقاء الضوء الكافي عليها من قبل الإعلام.

وعن النتائج الخاصة بالقوى الفاعلة، تبين ارتفاع نسبة "الصحية" كقوة فاعلة عند معالجة القضايا الصحية، والتي تتناسب مع طبيعة الموضوعات المرتبطة بفيروس كورونا، كذلك ارتفعت نسبتها في القضايا الاجتماعية نتيجة الموضوعات المرتبطة بالتنمر والفساد. كما ارتفعت نسبة "الدولة" كقوة فاعلة في القضايا السياسية، والذي قد يرجع إلى أن الدولة هي تلك القوة البارزة التي يجب أن يكون لها دور في مثل هذا النوع من القضايا.

كذلك توصلت نتائج الدراسة التحليلية إلى حرص البرامج الحوارية على التنوع في الاستعانة بالاستمالات المنطقية والعاطفية لدعم الآراء والأفكار وللتأثير في المشاهدين وإقناعهم. كما تبين ارتفاع الاستعانة باستمالة التوجيه في القضايا الصحية، والذي يرجع بدوره إلى طبيعة الموضوعات المرتبطة بتلك القضايا وخصوصًا ما يرتبط منها بمواجهة فيروس كورونا، والتي تتطلب مزيدًا من رسائل التوجيه والتوعية للجمهور، ولكن على الجانب الآخر جاءت استمالة إثارة مشاعر ومخاوف الجمهور بنسبة مرتفعة وفي المرتبة التالية لاستمالة التوجيه، مما يؤخذ على هذه البرامج حرصها على ترهيب وتخويف الجمهور.

ومن ناحية الاستمالات المنطقية تبين ارتفاع الاستعانة بالأرقام والإحصاءات وخصوصًا في القضايا الصحية، والتي تتطلب عرض نسبة الإصابات والوفيات الخاصة بفيروس كورونا لإعلام المشاهد بما يستجد من بيانات، كما تبين ارتفاع نسبة الاستشهاد بالتاريخ في القضايا السياسية والذي يرجع لطبيعة تلك الموضوعات المرتبطة بهذه القضايا، والتي تتطلب شرح وتحليل التاريخ من أجل التنبؤ بما سيحدث في تلك القضايا، ومن ناحية القضايا الاجتماعية لوحظ ارتفاع الاستشهاد بالقانون نظرًا لارتباطها بموضوعات تتعلق بالتنمر، والفساد، وثقافة اللامبالاة.

كما تبين ارتفاع نسبة الاستعانة بالضيوف في برامج الدراسة عند مناقشة قضايا المجتمع، وخصوصًا لدى برنامج "التاسعة" الذي كان يحرص -في الغالب- على استضافة أكثر من ضيف لمناقشة القضية من جوانبها المختلفة، أضف أيضًا أن هذا البرنامج كان حريصًا على استضافة ضيوف يحملون

توجهات فكرية متناقضة، وعلى الرغم من أن استضافة الضيوف ذوي الاتجاهات المتناقضة يدل على حرص مقدم البرنامج على الموضوعية إلا أنه لوحظ في بعض الفقرات الخاصة بالبرنامج أنه يحرص على التنافر بين آراء الضيوف لزيادة حدة الخلاف والشجار في الحوار.

وعن أشكال مشاركة الضيوف تبيين ارتفاع استخدام الهاتف في التواصل، والذي قد يرجع إلى طبيعة الفترة التي تم فيها التحليل والتي تطلبت مزيداً من التباعد الاجتماعي تجنباً لعدوى فيروس كورونا. كذلك أوضحت النتائج ميل برامج الدراسة نحو التدخل في النقاش مع الضيوف، حيث ظهر التدخل السلبي بنسبة 12.2% وكان مقدم برنامج "التاسعة" هو الأكثر تدخلاً بطريقة سلبية، كذلك كان هناك عدم التزام بأخلاقيات الحوار سواء من جانب الضيف أو مقدم البرنامج، وتمثلت هذه التجاوزات في محاولة فرض رأى مقدم البرنامج على الضيف، وإعطاء فرصة للضيف للإساءة لآخر، والحديث بشكل غير لائق مع الضيف، كما تمثلت تجاوزات الضيوف في السب والقذف والصوت المرتفع والحديث بسخرية.

وختاماً خلصت نتائج الدراسة إلى اتجاه البرامج الحوارية عينة الدراسة نحو الالتزام بضوابط العمل الإعلامي في معالجة قضايا المجتمع، والذي قد يرجع إلى طبيعة البرامج التي تم تحليلها، وإلى تعدد الإجراءات العقابية التي بدأ يتخذها المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام تجاه أي خروج عن أخلاقيات المهنة.

التوصيات:

- 1- تفعيل مشاركة الجمهور في البرامج الحوارية حتى يكون عنصرًا فاعلاً في التعامل مع القضايا المهمة في مجتمعه، فالتعرف على ردود أفعاله خصوصاً تجاه الأزمات وتعديل الخطط بما يلائم مصلحته العامة، يبني جداراً من الثقة بينه وبين الحكومة.
- 2- ضرورة إلقاء مزيد من الاهتمام بقضية سد النهضة في البرامج الحوارية بالقنوات التلفزيونية المصرية، فالخطاب الإعلامي في حاجة إلى إعلام المواطن بكل ما يستجد على أرض الواقع من مفاوضات وقرارات، حتى لا تستقطب المشاهد قنوات تبث من خارج الوطن، نتيجة ما توفره من معلومات قد تكون مجهلة ومضللة.
- 3- الاهتمام باستضافة ضيوف من الإناث، بصورة متوازنة مثل الذكور في البرامج الحوارية، وذلك للاستفادة من خبراتهن في الشؤون الصحية والسياسية والاجتماعية، ولدعم خطة الدولة في الاتجاه نحو تمكين المرأة المصرية وفقاً لرؤية 2030.
- 4- إلقاء مزيد من الضوء على حوكمة المؤسسات الصحية والاستثمارات الخاصة بالقطاع الصحي، بجانب الاهتمام بعرض تفاصيل فيروس كورونا والأدوية المعالجة، حتى يتشكل لدى المواطن رؤية واضحة عن التطوير في القطاع الصحي ومستوى قدرته على مواجهة الوباء.
- 5- على البرامج الحوارية الالتزام بإسناد المعلومات إلى مصادر ذات مصداقية، ومراعاة التوازن في عرض الجوانب المختلفة للموضوع الواحد، وعدم الخلط بين الإعلام والإعلان، وعدم التعدي على حرمة الحياة الخاصة للمواطن، ومراعاة كفالة حق الرد والتصحيح وفق آداب الحوار.
- 6- تفعيل مزيد من مواد قانون تنظيم الصحافة والإعلام وميثاق الشرف الإعلامي، حتى يتحقق الضبط الإعلامي بشكل أفضل.

المراجع:

1. حسن، فاطمة شعبان محمد. (2014). مدى التزام البرامج الحوارية بالمعايير المهنية أثناء الفترات الانتقالية: دراسة مقارنة بين قناة الجزيرة القطرية وقناة الحرة الأمريكية. *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام: جامعة القاهرة - كلية الإعلام - مركز بحوث الرأي العام، مج13، ع2، 287-330.*
2. خليفة، حسين خليفة حسن، وأحمد، محمد شكري. (2020). المسؤولية الاجتماعية للبرامج الحوارية في التلفزيون البحريني في تناول أداء السلطة التشريعية. *مجلة البحوث الإعلامية: جامعة الأزهر - كلية الإعلام بالقاهرة، ع54، ج6، 4035-4090.*
3. بلال، زينب الحسيني رجب. (2020). المعالجة الإخبارية بالفضائيات المصرية لجائحة فيروس كورونا: دراسة تحليلية. *مجلة البحوث الإعلامية: جامعة الأزهر - كلية الإعلام بالقاهرة، ع55، ج4، 2447-2486.*
4. السيد، إيمان إبراهيم. (2020). العنف الإعلامي كما تعكسه البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية وعلاقته بالميل للعنف عند الشباب: دراسة ميدانية. *مجلة البحوث والدراسات الإعلامية: المعهد الدولي العالي للإعلام بالشروق، ع11، 289-365.*
5. الصوفي، سحر محمد. (2016). معايير الأداء المهني لمقدمي البرامج الحوارية في القنوات الفضائية المصرية الخاصة. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة.
6. الجريدة الرسمية. (2018). قانون رقم 180 لسنة 2018 بإصدار قانون تنظيم الصحافة والاعلام والمجلس الأعلى لتنظيم الاعلام. *الهيئة العامة لشؤون المطابع الأميرية، ع34 مكرر هـ، 2-42.*
7. عباس، رضوى صبري. (2020). المعايير الأخلاقية والمهنية في البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية الناطقة باللغة العربية وعلاقتها باتجاهات المراهقين المصريين نحوها. *مجلة دراسات الطفولة: جامعة عين شمس - كلية الدراسات العليا للطفولة، مج23، ع86، 73-76.*
8. عبد الدايم، ريهام مرزوق إبراهيم. (2018). تقييم النخبة الإعلامية لأداء مقدمي البرامج الحوارية في الإذاعات المصرية: دراسة ميدانية. *مجلة البحوث الإعلامية: جامعة الأزهر - كلية الإعلام بالقاهرة، ع50، 765-804.*
9. عبد الدايم، ريهام مرزوق إبراهيم. (2020). معالجة البرامج الحوارية بالفضائيات المصرية الحكومية والخاصة لأزمة فيروس كورونا: دراسة تحليلية. *مجلة البحوث الإعلامية: جامعة الأزهر - كلية الإعلام بالقاهرة، ع54، ج4، 22292-2352.*
10. عيد، وجدي حلمي. (2015). دور البرامج الحوارية المقدمة بالقنوات الفضائية المصرية في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور المصري نحو القضايا المصرية ما بعد ثورة 25 يناير: دراسة ميدانية. *المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون: جامعة القاهرة - كلية الاعلام - قسم الإذاعة والتلفزيون، ع3، 15-95.*
11. عبد العزيز، أيمن عبد الغفار. (2020). اتجاهات طلبة كليات الإعلام نحو الأداء المهني للبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية في إطار المشاهدة الناقدة. *مجلة دراسات الطفولة: جامعة عين شمس - كلية الدراسات العليا للطفولة، مج23، ع86، 57-64.*

12. نصر، وسام. (2012). رؤية مستقبلية لتطوير برامج الحوار الجماهيرية المقدمة بالقنوات التلفزيونية المصرية الحكومية والخاصة بعد ثورة 25 يناير. *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام: جامعة القاهرة - كلية الإعلام - مركز بحوث الرأي العام، مج11، ع3، 1 - 106.*
13. محمد، ياسمين إسماعيل. (2015). معالجة البرامج الحوارية التلفزيونية بالفضائيات المصرية الخاصة للقضايا المجتمعية. *المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون: جامعة القاهرة - كلية الإعلام - قسم الإذاعة والتلفزيون، ع3، 237-266.*

References:

14. Albarran, A. B. (2016). *Management of electronic and digital media*. Cengage Learning.
15. Alfahad, A. (2016). Professionalism vs. popularity: The shift in ethics of interviewing in arab media. *Global Media Journal, Canadian Edition*, 9(2), 99–113.
16. Babcock, W. (2014). *Media accountability: who will watch the watchdog in the Twitter age?* Routledge.
17. Bakanov, R. P., Egorova, L. G., Mayorov, V. S., Tumanov, D. V., & Tyabina, D. V. (2019). Violations of journalistic ethics in television programs as a subject of the modern Russian television criticism. *International Journal of Engineering and Advanced Technology*, 9(1), 7486–7489. <https://doi.org/10.35940/ijeat.A3123.109119>
18. Baran, S., & Davis, D. (2014). *Mass Communication Theory: Foundations, Ferment, and Future*. Nelson Education.
19. Biagi, S. (2014). *Media/impact: An introduction to mass media*. Cengage Learning.
20. Bode, L., Vraga, E. K., Alvarez, G., Johnson, C. N., Konieczna, M., & Mirer, M. (2018). What Viewers Want: Assessing the Impact of Host Bias on Viewer Engagement with Political Talk Shows. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 62(4), 597–613. <https://doi.org/10.1080/08838151.2018.1519567>
21. Ceron, A., & Splendore, S. (2018). From contents to comments: Social TV and perceived pluralism in political talk shows. *New Media and Society*, 20(2), 659–675. <https://doi.org/10.1177/1461444816668187>
22. Chadha, K., & Koliska, M. (2016). Playing by a different set of rules: Journalistic values in India's regional television newsrooms. *Journalism Practice*, 10(5), 608–625. <https://doi.org/10.1080/17512786.2015.1032324>
23. Danesi, M. (2014). *Dictionary of media and communications*. Routledge.

24. Devi, S. (2019). A Content Analysis of the Television Talk Show 'We The People.' *Journal of Global Communication*, 12(1), 6–11.
25. Dhoest, A., Panis, K., & Paulussen, S. (2020). Women at the Table: Female Guests and Experts in Current Affairs Television. *Journalism Practice*, 0(0), 1–18. <https://doi.org/10.1080/17512786.2020.1807392>
26. Diedong, A. L. (2017). *Responsible journalism and quest for professional standards in Ghana*. Woeli Publishing Services.
27. Feldman, S., & Zaller, J. (2015). Ideological Responses to the Welfare State. *The Political Research Experience: Readings and Analysis: Readings and Analysis*, 161.
28. Gulenko, P. (2020). Political discussion as a propaganda spectacle: propaganda talk shows on contemporary Russian television. *Media, Culture and Society*, 1989. <https://doi.org/10.1177/0163443720974230>
29. Hedding, K. J., Miller, K. C., Abdenour, J., & Blankenship, J. C. (2019). The Sinclair Effect: Comparing Ownership Influences on Bias in Local TV News Content. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 63(3), 474–493. <https://doi.org/10.1080/08838151.2019.1653103>
30. Hetsroni, A. (2015). The gender of TV expertise: A combined quantitative/qualitative analysis of Israeli TV talk shows. *Medijska Istraživanja: Znanstveno-Stručni Časopis Za Novinarstvo i Medije*, 21(2), 33–57.
31. Iqbal, N., Azhar, K. A., & Shah, Z. A. (2020). Discourse and Power Relations: A Critical Discourse Analysis of a Pakistani Talk Show. *Journal of Pragmatics Research*, 2(1), 26–40.
32. Landry, N., & Letellier, A.-S. (2016). *L'éducation aux médias à l'ère numérique: entre fondations et renouvellement*. Les Presses de l'Université de Montréal.
33. Maulidya, L. A. (2019). *AN ANALYSIS OF RESPONSES AND CONVERSATIONAL*.
34. McIntyre, K., Dahmen, N. S., & Abdenour, J. (2018). The contextualist function: US newspaper journalists value social responsibility. *Journalism*, 19(12), 1657–1675. <https://doi.org/10.1177/1464884916683553>
35. Mortensen, M. (2018). The Self-Censorship Dilemma: Media coverage of terrorists in the post-factual era. *Journalism Studies*, 19(13), 1957–1968. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2018.1492880>

36. Muhammad Din, A., Shahid, A., & Abrar, M. (2021). Use Of Constructive Approach In Talk Shows: A Case Of Post Corona Raised Social, Economic And Religious Issues In Pakistan. *Journal of Media Studies*, 36(1).
37. Nelson, L. K., & Gilbert, J. L. (2020). *Research in communication sciences and disorders: Methods for systematic inquiry*.
38. Nyarko, J., & Teer-Tomaselli, R. E. (2018). Print Media Standardisation and Professionalism: Determinants of independence of Ghanaian media. *Journalism Practice*, 12(1), 76–93.
<https://doi.org/10.1080/17512786.2017.1279023>
39. Okafor, ijeoma C. (2020). *Turn Taking in Tuesday Live and Conversations Talk Shows of the*. 6(1), 1–11.
40. Paramarta, I. M. S. (2021). *CONVERSATIONAL ANALYSIS : TURN TAKING ON INDONESIA LAWYER CLUB TALK*. 28(1), 47–57.
41. Peris-Blanes, À., & Pérez-Sánchez, J. (2020). Polarization and spectacle in the spanish political talk show “la sexta noche” during the 2019 European elections. *Tripodos*, 49, 71–87.
<https://doi.org/10.51698/tripodos.2020.49p71-87>
42. Rao, S., & Malik, K. K. (2019). Conversing Ethics in India’s News Media: A capabilities approach to journalism ethics education and training. *Journalism Practice*, 13(4), 509–523.
<https://doi.org/10.1080/17512786.2018.1491321>
43. Raza, N., Shami, S., & Ashfaq, A. (2021). A Critical Analysis of Current Affair Talk Shows on Pakistan Television News Channels: A Mirror or Bamboozle of the Society? *Journal of Indian Studies*, 7(1), 7–26.
44. Rodríguez-Martínez, R., Mauri-De los Ríos, M., & Fedele, M. (2017). Criticism in journalism as an accountability instrument: The opinion of Spanish journalists. *Communication & Society*, 30(1), 57.
45. Rosenberry, J., & Vicker, L. A. (2017). *Applied mass communication theory: A guide for media practitioners*. Routledge.
46. Salawu, A., & Owolabi, T. O. S. (2017). Exploring Journalism Practice and Perception in Developing Countries. *Exploring Journalism Practice and Perception in Developing Countries*, 1–339.
<https://doi.org/10.4018/978-1-5225-3376-4>
47. Schauster, E. E., Ferrucci, P., & Neill, M. S. (2016). Native Advertising Is the New Journalism: How Deception Affects Social Responsibility.

-
- American Behavioral Scientist*, 60(12), 1408–1424.
<https://doi.org/10.1177/0002764216660135>
48. Television, C., & Ombati, J. M. (2020). *Editon Consortium Journal of Media & Communication Studies (ECJMCS) The Power of Language Use in the Mass Media : A Case of Opinion Editon Consortium Journal of Media & Communication Studies (ECJMCS)*. 2, 84–90.
49. Uddin, M. N., & Sharmin, M. (2019). The Role of Gender in TV Talk Show Discourse in Bangladesh: A Conversational Analysis of Hosts' Interaction Management. *International Journal of English Linguistics*, 9(6), 22. <https://doi.org/10.5539/ijel.v9n6p22>
50. Vaca-Baqueiro, M. T. (2017). *Four theories of the press: 60 years and counting*. Routledge.
51. Ward, S. J. A. (2015). *Radical media ethics: a global approach*. John Wiley & Sons.
52. Zaheer, L. (2016). Effects of Watching Political Talk Shows on Political Efficacy and Political Participation. *Journal of Political Studies*, 23(2), 357.

“Tv Talk Shows” Treatment for Some of The Egyptian Society Issues Between Media Work Controls and Actual Practice)

Nermin Saied Hamed Othman

(PHD)Degree – Sociology Department- Division of Media

Faculty of Women for Arts, Science & Education

Ain Shams University - Egypt

nerminsaied2@gmail.com

Prof./ Amal Abdel Hamid

Professor of Sociology, Department of
Sociology Faculty of Women for Arts,
Science & Education

Ain Shams University - Egypt

wailbarry@gmail.com

Prof./ Wael Ismail Abdel Bari

Professor of Mass Communication,
Department of Sociology Faculty of Women
for Arts, Science & Education

Ain Shams University - Egypt

amal.bayomi@women.asu.edu.eg

Abstract

The study aims at clarifying Tv shows extent of compliance with media work controls in the process of dealing with the Egyptian social programs, relying on collective responsibility theory, the law of regulating the press and media, media code of honour, media code of conduct and media codes, in order to come up with a typical detailed model useful for measuring the degree of abiding with professional as well as moral regulations of media works. Being a descriptive study, this research relies on media surveys methodology using content analysis as its tool. The study has been applied on three talk shows, namely At-tāsi’ah, Yaḥduthfi Miṣr, and al-Ḥikāyah, which have been analysed for a period of three months representing a whole Tv cycle, focusing on handling political, health and social issues. The study reached some conclusions which could be summarized in the following: Health issues were on top of the treated issues in the selected programs of the study, followed by social then political ones. Moreover, in general, talk shows tend to comply with media work controls, with some statistically proven differences between these programs in what concerns the degree of commitment to media work controls, and it was proven that there are statistically significant differences between talk shows according to the extent of commitment to the controls of media work, and it was proven that there is a direct, statistically significant correlation between commitment to the controls of media work, and the multiplicity of viewpoints in dealing with issues.

Keywords: Media Treatment ,Talk Shows, Media Work Controls.