

اتجاهات الجمهور المصري نحو أزمة التفجيرات الإرهابية المتتالية كما تعكسها برامج التوك

شو في الفضائيات المصرية - دراسة ميدانية

د/ محمود أحمد لطفي

"مدرس بقسم الإذاعة والتلفزيون بمعهد الجزيرة العالي للإعلام وعلوم الاتصال".

الملخص العربي

تحددت المشكلة البحثية في رصد وتحليل الأطر التي تتبناها برامج الرأي (التوك شو) في الفضائيات المصرية أثناء معالجتها للأزمات الداخلية، ودراسة العلاقة بين هذه الأطر التي تقدمها برامج الرأي، وإنعكاساتها على تشكيل اتجاهات الجمهور نحو أزمة التفجيرات الإرهابية المتتالية، كما تختبر الدراسة مجموعة من المتغيرات التي قد تؤثر في علاقة الإعلام بتكوين الاتجاهات لدى الجمهور وهي: حجم التعرض، مستوى الاعتماد، مدى المناقشة، النوع، المستوى التعليمي، المستوى الاجتماعي الاقتصادي. وهي دراسة وصفية اعتمدت على منهج المسح باستخدام أداة الاستبيان عينة قوامها ٤٠٠ مفردة على الجمهور المصري في القاهرة، وأسيوط، والاسكندرية) وتمثلت أهم النتائج فيما يلي:

1. ارتفاع نسبة اعتماد الجمهور المصري عينة الدراسة على برامج التوك شو في الفضائيات المصرية للحصول على المعلومات وأوقات الأزمات.
2. ارتفاع نسبة ثقة ومناقشة الجمهور بالمعلومات حول أزمة التفجيرات الإرهابية المتتالية التي يحصلون عليها من برامج التوك شو في الفضائيات المصرية.
3. تصدرت الدوافع المعرفية المنفعية قائمة دوافع وأسباب اعتماد المبحوثين على برامج التوك شو في الفضائيات المصرية للحصول على المعلومات حول أزمة التفجيرات الإرهابية المتتالية، ثم جاءت بعد ذلك الدوافع الطقوسية.
4. تصدرت التأثيرات المعرفية قائمة تأثيرات اعتماد الجمهور على برامج التوك شو في الفضائيات المصرية للحصول على المعلومات حول أزمة التفجيرات الإرهابية المتتالية، جاءت التأثيرات الوجدانية في الترتيب الثاني، وجاءت التأثيرات السلوكية في الترتيب الثالث والأخير.
5. نجاح برامج التوك شو في الفضائيات المصرية عينة الدراسة في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو الأسباب والحلول والقوى الفاعلة وسماتها في حول أزمة التفجيرات الإرهابية المتتالية، هذا يؤكد المستوى الثاني من الأطر وهو أنها تقدم بدورها إطاراً نظرياً حول كيفية تشكيل اتجاهات الجمهور نحو قضية أو أزمة بعينها.

English Abstract

Egyptian Public Attitudes towards terrorist acts and frequent bombings crises as reflected by Talk Show programs in Egyptian Satellite Channels – A Field Study

By: Dr. Mahmoud Ahmed Lotfy Elsayed

Lecturer In Department of Radio and Television, Elgazeera higher institute for Media and Communication Sciences.

The problem of the survey study Identified in monitoring and analyzing

frames adopted by opinion programs (talk shows) in the Egyptian satellite during the handling of terrorist acts and frequent bombings crises, and studying relationship between these frameworks offered by the opinion programs, and their impact on the formation of public attitudes. The study also tested a group of variables that may affect media role in forming trends among the public, such as: the size of the exposure, the level of dependence, the extent of the discussion, gender, level of education, socio-economic level. It is a descriptive study that based on survey method using questionnaire was applied on a sample of 400 single on the Egyptian public in Cairo, Assiut and Alexandria.

The main findings are as follows:

Increased reliance of the Egyptian public (the study sample) on public opinion programs in the Egyptian satellite channels to obtain information during crisis.

1. Increased confidence and discussions percentage of the Egyptian public using the information about terrorist acts and frequent bombings crises that they receive from public opinion programs or talk shows in the Egyptian satellite Channels.
2. The cognitive motives topped the list of motives and reasons for reliance of

3. participants' opinion in their adoption of programs in the Egyptian satellite channels to obtain information about the terrorist acts and frequent bombings crises, while that ritual motives came after.
4. The cognitive influences topped the list of effects for audience's reliance on the public opinion programs in the Egyptian satellite channels to obtain information about the terrorist acts and frequent bombings crises, while emotional influences came in the second rank, followed by behavioral effects.
5. The public programs in the study sample succeeded in shaping public attitudes towards causes and solutions, actors and their characteristics in its highlighted about terrorist acts and frequent bombings Crises, power outages, delaying of parliamentary elections, this confirms the second level of frames, which provide a theoretical frame about how to shape public attitudes toward a particular issue or crisis.

المقدمة:

نظراً لكثرة الأزمات وتنوعها وتعاقد حداثتها، سواء السياسية أو الاقتصادية، أو الثقافية، أو المجتمعية، تبرز أهمية الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام في مصاحبة الأزمات، سواء من حيث دورها في إحداثها أو المساهمة في تفاقمها أو حلها. وتتباين الرؤى حول أهمية وحدود الدور الذي تلعبه هذه الوسائل بين المحققين بها، والناقدين لها بشدة، بينما "الحقيقة" تقع بين هذا وذاك. أيضاً تتزايد الأزمات في المجتمعات المعاصرة التي تتجه نحو التعقيد في ظل وجود العديد من الأطراف وجماعات المصالح التي تتشابك مصالحها في أحيان كثيرة وتتضارب في أحيان أخرى، ومنذ أن ظهر الإنسان وهو في صراع غير متكافئ مع عناصر الوسط الطبيعي المحيط به من أزمات وكوارث سواء من صنع الإنسان أو من صنع الطبيعة، حيث قال الله تعالى (لقد خلقنا الإنسان في كبد)⁽¹⁾، أصبح الإعلام الآن يشكل من القوة ما لا يقل عن قوة السلاح لا سيما عندما سخر وسائله كافة لتغطية الأزمات بمختلف أنواعها وعلى الأخص السياسية والأمنية منها، فإما أن يكون دوره ذو تأثير إيجابي على الرأي العام في المجتمعات التي تعصف بها الأزمات مما يخفف من حدتها ويقلل من نتائجها الضارة، أو يكون ذو تأثير سلبي الأمر الذي يعقد الأزمة ويفاقمها وقد ينتج عنها في هذه الحالة أزمات جانبية أخرى يكون لها تأثيرها السلبي على كافة الأصعدة الحياتية⁽²⁾.

مشكلة الدراسة

تعد وسائل الإعلام أحد المصادر الأساسية التي يعتمد عليها الجمهور في الحصول على المعلومات حول مختلف القضايا والأزمات المحلية والدولية، وازدادت أهمية وسائل الإعلام في عصر العولمة وتطور تكنولوجيا الاتصال حيث توافر عنصر السرعة في تغطية الأنباء وتقديم الشرح والتفسير لها⁽³⁾، وتقوم بدور هام في تشكيل الرأي العام تجاه القضايا والأحداث المختلفة من خلال ما تنقله من معلومات وأخبار وحقائق عن الأحداث والقضايا المعاصرة⁽⁴⁾.

من هنا تتحدد المشكلة البحثية فيما توضحه العديد من الدراسات والأبحاث أن الأطر الإعلامية تؤثر من خلال تفعيل المعرفة المسبقة لدى الفرد في ذاكرته البعيدة، فهذه الأطر توجه الأفراد للكيفية التي يتم بها تقييم الاعتبارات المتضاربة التي تدخل في التفكير السياسي لكل فرد، وقد لا تعطي هذه الأطر معلومات جديدة حول قضية ما أو أزمة ما، ولكن بالرغم من ذلك فإن تأثيرها يظل باقياً في تشكيل إدراك الفرد واتجاهاته نحو الأحداث والأزمات، فقد احتلت برامج

الرأي (التوك شو) في السنوات الأخيرة مساحة من حياة المجتمع المصري واستحوذت على نسب مشاهدة عالية بما قد يُنتج عنه بناء اتجاهات أو تحويل اتجاهات نحو قضايا المجتمع ومنها الأزمات التي تشكل تهديداً للمجتمع، كذلك نظراً لاختلاف أنماط الملكية للقنوات الفضائية وبالتبعية اختلاف الأطر الإعلامية وأنماط الممارسة وقلة الدراسات التي تناولت برامج التوك شو ودورها في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو أزمة التفجيرات الإرهابية المتتالية ووجود نقص في المعرفة بدور هذه البرامج فإننا أمام مشكلة بحثية تستحق الدراسة.

أهمية الدراسة

- 1- حالة الموضوع: فإن هذه الدراسة تواكب التغيرات السياسية والأزمات التي تعيشها مصر في الفترة الحالية. أهمية دراسة كيفية معالجة برامج التوك شو في الفضائيات المصرية للأزمات الداخلية ومعرفة توظيف آليات الأطر المختلفة في تغطية الأزمة.
- 2- أهمية دراسة العلاقة بين الفضائيات المصرية وما تبثه من برامج التوك شو وجمهورها، ومن ثم التأثير الذي تحدثه هذه البرامج في جماهيرها وتشكيل اتجاهاتهم.
- 3- إرتباط الدراسة الحالية بنقطة تحول سياسي واجتماعي وفكري ملموس بعد ثورتي 25 يناير 2011م، 30 يونيو 2013م، وتناولها لفترة مهمة في تاريخ مصر تشهد تغيرات عديدة في ظل الظروف الحالية والمستقبلية وما تمر بها من أزمات.
- 4- تمر مصر بعد ثورتي 25 يناير 2011م، و30 يونيو 2013م بأزمات متجددة تحتاج لمزيد من الدراسات لبلورة كيفية التناول الإعلامي لهذه الأزمات.
- 5- ما تحظى به برامج الرأي (Talk Show) من نسبة مشاهدة عالية، بما يجعلها من أكثر القوالب الإعلامية تفضيلاً لدى الجمهور⁽⁵⁾.

أهداف الدراسة

يتمثل الهدف الرئيسي في التعرف على اتجاهات الجمهور المصري نحو أزمة التفجيرات الإرهابية المتتالية كما تعكسها برامج التوك شو في الفضائيات المصرية، وينبثق من هذا الهدف مجموعة أهداف فرعية تتمثل فيما يلي:

- 1- اختبار مجموعة من المتغيرات التي قد تؤثر في علاقة المضمون الإعلامي ببرامج التوك شو في الفضائيات المصرية عينة الدراسة بتكوين الاتجاهات لدى الجمهور نحو أزمة التفجيرات الإرهابية المتتالية.

2- معرفة حجم اهتمام الجمهور المصري ببرامج التوك شو في الفضائيات المصرية، ومدى اعتمادهم على هذه البرامج في الحصول على المعلومات حول أزمة التفجيرات الإرهابية المتتالية.

3- استنتاج تأثيرات اعتماد الجمهور على برامج التوك شو في الفضائيات المصرية كمصدر للمعلومات حول أزمة التفجيرات الإرهابية المتتالية.

الإطار النظري للدراسة

تعتمد هذه الدراسة على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام للتعرف على مدى اعتماد الجمهور على برامج التوك شو في الفضائيات المصرية، ورصد التأثيرات المترتبة على اعتماد المبحوثين على هذه البرامج كمصدر رئيسي لمعرفة ومتابعة أزمة التفجيرات الإرهابية المتتالية.

حيث ظهر مفهوم الاعتماد على وسائل الإعلام في السبعينيات الميلادية من القرن الماضي على يد ميلفين ديفلير وساندرا بول روكيتش وهما صاحبا كتاب "نظريات وسائل الإعلام" حيث افترضوا علاقة اندماج بين الجمهور ووسائل الإعلام والنظام الاجتماعي وهذه هي البداية الأولى للنظرية⁽⁶⁾. وتذكر النظرية أنه عندما يصبح الفرد أكثر اعتماداً على وسائل الإعلام لتحقيق احتياجاته كلما أصبح وسائل الإعلام أكثر أهمية بالنسبة لهذا الفرد⁽⁷⁾.

وتقوم الفكرة الجوهرية للنظرية على أساس أن المتغير الأساسي لفهم كيف، ومتى، ولماذا تؤثر الوسائل الإعلامية في معتقدات الجمهور وأحاسيسهم أو سلوكهم هو درجة اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات، والاعتماد وفقاً لهذا الإطار يُعرف كعلاقة يستطيع من خلالها الأفراد انجاز أهدافهم بناءً على مصادر معلومات النظام الإعلامي⁽⁸⁾. فإن نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام توضح أو تنتبأ باستخدامنا لوسائل الإعلام وتأثيرها على تلك المواقف⁽⁹⁾. والعلاقات القائمة على الحاجة المتبادلة بين وسائل الإعلام والنظم الاجتماعية يمكن تفسيرها في إطار مفهوم الاعتماد المتبادل Interdependence. فكل من وسائل الإعلام والمؤسسات الأخرى في المجتمع لا تستطيع إنجاز أعمالها وتحقيق أهدافها دون الاعتماد على بعضهم البعض الذي أصبح ملزماً في المجتمع الحديث⁽¹⁰⁾.

كما أكدت الدراسات أن هناك العديد من المتغيرات (أو الفترات التي لا بد فيها للأفراد أن يتخذوا قرار ما)، وكذلك قلة ثقة الأفراد في أنفسهم أو في معلوماتهم أو جماعاتهم المرجعية، وكذلك مصدر وخصائص الرسالة الإعلامية بالإضافة إلى المتغيرات الديموجرافية خاصة التعليم والمستوى الاقتصادي الاجتماعي⁽¹¹⁾. كذلك تنتبأ نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام بأن الفرد

يعتمد على المعلومات التي تقدمها وسائل الإعلام وتحقيق أهداف معينة ولكن الفرد لا يعتمد على وسائل الإعلام كلها بشكل متساوي وهناك عاملين يحددان كيف يكون اعتماد الفرد على وسائل الإعلام وهما⁽¹²⁾:

العامل الأول: أن الفرد يصبح أكثر اعتماداً على وسائل الإعلام التي تغطي مجموعة من احتياجاته في حين لا يعتمد على وسائل الإعلام التي تشبع احتياجات محدودة لديهم.

العامل الثاني: يتمثل في الاستقرار الاجتماعي والصراع فعندما يرتبط التغيير الاجتماعي أو الصراع مرتفع فإن المؤسسات والمعتقدات والممارسات تجبر على إعادة تقييم وإيجاد اختيارات جديدة متمثلة في استهلاك وسائل الإعلام.

تأثيرات الاعتماد على وسائل الإعلام

لقد انعكس مفهوم التبادل على اتجاهات التأثير، ووفق نظرية الاعتماد لا يمكن رصد التأثير من الإعلام إلى الفرد وحده، أو من الإعلام إلى المجتمع وحده، لأن النظام الاجتماعي له تأثيراته على الأفراد والمجتمعات الفرعية والإعلام كمجتمع، ونقل المعلومات المكثف يتعامل مع الجمهور ببناءاته الاجتماعية، والتأثير المتوقع للإعلام في الجمهور سيكون تأثيراً مرتدداً لتغيير المجتمع ووسائل الإعلام نفسها⁽¹³⁾. ويمكن حصر آثار الاعتماد على وسائل الإعلام في الآثار التالية:

1- الآثار المعرفية والتي تتمثل في:

أ- تجاوز مشكلة الغموض: إذ تقدم وسائل الإعلام المعلومات غير مكتملة، ويعرف

الجمهور بوقوع الحدث لكنهم لا يعرفون ماذا يعني؟ ولا كيف يفسرونه؟ ويتم إزالة الغموض بما تقدمه وسائل الإعلام من معلومات⁽¹⁴⁾.

ب- تشكيل الاتجاهات: إذ أن وسائل الإعلام تسهم في تكوين اتجاهات الجمهور نحو القضايا والأحداث.

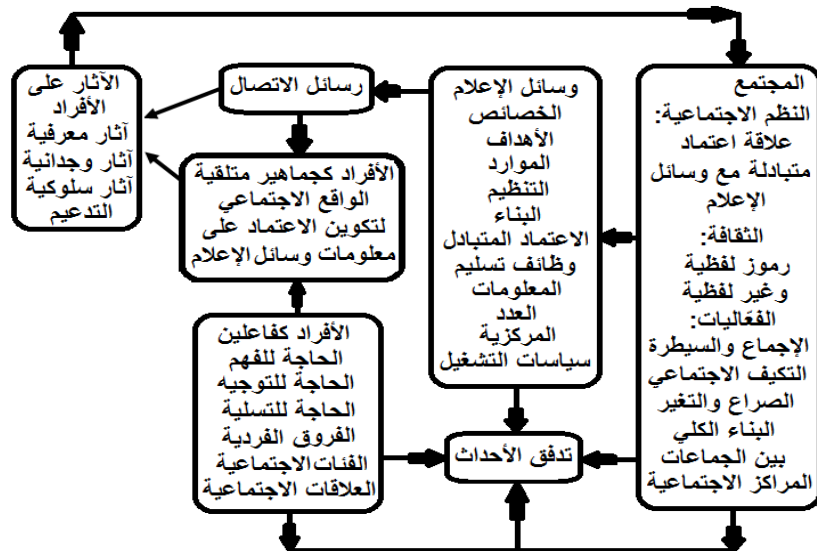
ج- ترتيب الأولويات: إذ أن وسائل الإعلام تلعب دوراً في ترتيب أجندة الجمهور نحو الموضوعات والقضايا المطروحة.

د- توضيح القيم: حيث تؤدي وسائل الإعلام دوراً مهماً في ترويج القيم المرغوب فيها والمطلوب الحفاظ عليها وكذلك تؤسس قاعدة معلومات للقيم غير المفضلة كالعبودية والظلم والشر⁽¹⁵⁾.

2- الآثار الوجدانية: وهي المرتبطة بالحب والكراهية النابعة من المشاعر والعواطف وتتمثل هذه الآثار في: الفتنور العاطفي: هناك من يرى أن كثرة التعرض لموضوعات العنف في وسائل الإعلام يقلل الرغبة في مساعدة الآخرين، والخوف والقلق: كون التعرض الكثيف للرسائل الجديدة والدراما التي تُصور في مدن ما ربما يؤدي إلى خوف الناس وقلقهم من الإقامة في هذه المدن. والدعم المعنوي والاعتراب: ففي المجتمعات التي تقوم وسائل الإعلام فيها بأدوار اتصالية رئيسية فإنها تؤثر في المستوى الأخلاقي والاعتراب لدى أفراد المجتمع.

3- الآثار السلوكية: وهي الناتج النهائي للتأثيرات المعرفية والوجدانية، ومن التأثيرات بين التأثيرات السلوكية العديدة لوسائل الإعلام ركزا ديفليير وروزكيتش على التنشيط وعدم التنشيط.. والتنشيط يعني قيام الفرد بعمل ما نتيجة التعرض للوسيلة الإعلامية.

النموذج المتكامل لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام



شكل يوضح النموذج المتكامل لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام

برامج التوك شو

يشير جوناثان بيجنيل Jonathan Bignell إلى برامج التوك شو على أنها مناقشات تليفزيونية للمناخ العام الذي يتم فيه مناقشة القضايا التي تهم المجتمع ككل وذلك باستخدام المحادثات والافتراضات المشتركة التي تكون ضرورية لمناقشة عقلانية⁽¹⁶⁾. ويضيف بيجنيل وأورليبار Bignell&Orlebar أن تلك المناقشة العقلانية تضع الحجج والبراهين ووجهات النظر أمام الجمهور العام على افتراض أن جمهور التليفزيون مهتم ومشارك في المناقشة بشكل فعلي

مع الاحتفاظ بشعور حي بالمشاركة⁽¹⁷⁾. واعتمدت تلك النوعية من البرامج على تقديم الفضاءات والسلبيات دون التمسك بحدود معينة⁽¹⁸⁾.

وتم وصف برامج التوك شو بأنها التبادل الإخباري للآراء بشكل فوري بين شخصين ويكون هذا التبادل مجسداً في حدث إعلامي عام يتم تصويره في قالب برنامج تليفزيوني، ويُعرض بالأساليب التكنولوجية في جهاز التليفزيون⁽¹⁹⁾. وتسمح هذه البرامج بمشاركة الجمهور العادي من النشطاء فهي برامج تعتمد على الآراء في موضوع محدد وليس آراء شخصية لفرد واحد⁽²⁰⁾. كما تتميز هذه البرامج بتدفق المعلومات خاصة في الأحداث الجارية، فهي لا تتوقف عند عرض ما يحدث فقط ولكن تعرض لنا ما يقوله الناس حول ما يحدث وتجعل من أعيننا وأذاننا مشاهدين للأحداث، خاصة إذا ما تم إعداده وتقديمه بشكل مناسب⁽²¹⁾.

الأزمات

كلمة أزمة Crisis أصلها كلمة يونانية Krisis تعني الحكمة أو الاختيار أو القرار⁽²²⁾. والأزمة كمصطلح قديم ترجع أصوله التاريخية إلى الطب الإغريقي. وفي القرن السادس عشر شاع استخدام هذا المصطلح في المعاجم الطبية، وتم اقتباسه في القرن السابع عشر للدلالة على ارتفاع درجة التوتر في العلاقات بين الدولة والكنيسة. وأخذت الأزمة معنى سياسي في القرن الثامن عشر⁽²³⁾. واستنتج هولستي Holsti (1978م) أن تعريف الأزمة أدى إلى مناقشات كثيرة جداً في الدراسات الأكاديمية ولا يوجد قبول جماعي لمعنى دقيق للمصطلح⁽²⁴⁾.

ويضيف بوان وماكونيل أهم الخصائص للأزمات فيما يلي⁽²⁵⁾:

- المفاجأة العنيفة والمعقدة عند حدوث الأزمة، لما تحمله من تهديد خطير للوضع القائم.
- السرعة في تتابع الأحداث ونتائجها، مما يولد ضغطاً كبيراً فيما يتصل بالوقت المتاح للتعامل مع الأزمة، وعواقب وخيمة تصل إلى حد التدمير.
- أهمية اتخاذ قرار سريع وحاسم ومبدع.
- التشابك بين الأسباب والنتائج وبين مختلف قوى الأزمة المؤيدة والمعارضة، مما يزيد من تعقيد الموقف الأزموي.
- حالة من عدم التأكيد نتيجة نقص المعلومات، وقلة المعرفة، ومن ثم ضعف القدرة على التنبؤ باتجاه حركة الأزمة، مما يولد تشويشاً وغموضاً عالياً وصعوبة بالغة في اتخاذ القرار واختيار البديل الأفضل.

- سيادة حالة من التوتر والقلق والتشكك والإرباك والخوف من فقدان السيطرة.
- نقطة تحول مصيرية تحمل جانبي التهديدات والفرص معاً.

الدراسات السابقة

1- دراسة أمجد شاهين، المعالجة الاتصالية للأزمات (2015م) (26)، استهدفت الدراسة التعرف على أساليب المعالجة الاتصالية للأزمات في الفترة من 11 فبراير 2011م حتى 12 أغسطس 2012م (فترة تولى المجلس الأعلى للقوات المسلحة إدارة شؤون البلاد)، وكانت النتائج كالتالي:

أ- ارتفاع نسبة غير الراضين عن المعالجة الصحفية للأزمات خلال فترة الدراسة
ب- أظهرت النتائج الخاصة بالنبذة وجود عوامل مؤثرة على طريقة تناول الصحف للأزمات أولها السياسة التحريرية.

2- دراسة شريف محمد نبيل، المعالجة الإعلامية لأحداث العنف وتأثيرها على الأزمات الاقتصادية بعد الثورة (2015م) (27)، سعت الدراسة إلى الكشف عن العلاقة بين المعالجة الإعلامية لأحداث العنف بشكل عام والأزمات الاقتصادية بشكل خاص وسيادة حالة الذعر والقلق العام لدى الجمهور مما يدفعه إلى القيام بسلوك اقتصادي غير رشيد الأمر، وتمثلت أهم النتائج في ارتفاع نسبة من يرى عدم الحيادية في تناول الأحداث الاقتصادية والاجتماعية الجارية أدى إلى رفع معدلات العنف لدى المجتمع المصري إلى حد ما بنسبة 52.5%.

3- دراسة هشام عبد الملك عبد الرحيم، دور برامج الرأي في القنوات الفضائية الخاصة العربية في ترتيب أولويات القضايا المصرية لدى مشاهديها (2015م) (28)، استهدفت الدراسة التعرف على دور برامج الرأي في ترتيب أولويات القضايا المصرية لدى الجمهور المصري، وهي دراسة وصفية، استخدمت منهج المسح الإعلامي وأدوات الاستبيان وتحليل المضمون وكانت النتائج كالتالي:

أ- القنوات الفضائية الخاصة من أكثر المصادر التي يعتمد عليها مفردات العينة في الحصول على المعلومات حول القضايا العامة في مصر بنسبة 75,2%.

ب- الحرية في تناول القضية جاءت في مقدمة أسباب اعتماد الجمهور العام على المصادر الإعلامية بنسبة 55,5%.

4- دراسة أحمد أحمد عثمان، دور البرامج الحوارية في التلفزيون المصري في بث قيم العدالة الاجتماعية لدى الشباب (2015م) (29)، استهدفت الدراسة رصد أبعاد مفهوم العدالة الاجتماعية

وكيفية تناوله في البرامج الحوارية بالتلفزيون من خلال تحديد الموضوعات التي تتناول المفهوم، ومدى التزام البرامج الحوارية فيما تقدمه من مضامين وفي معالجتها لقضايا المجتمع المختلفة وبما تبثه من قيم وعدالة اجتماعية، وكانت النتائج كالتالي:

أ- ارتفاع نسبة استخدام الحوار التلفزيوني كأحد القوالب الفنية في تقديم البرامج الحوارية وجاء اعتماد القنوات الحكومية على قالب الحوار بنسبة 51,8% والخاصة بنسبة 55,78%.

ب- تفوق الدوافع الوظيفية على الدوافع الطقوسية لتعرض الشباب للبرامج الحوارية المقدمة في الفضائيات.

5- دراسة طلال صدقي محمود ذكي، تأثير الضغوط الإعلانية على الأداء الإعلامي في البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية الحكومية والخاصة (2015م)⁽³⁰⁾، استهدفت الدراسة التعرف على دور وكالات الإعلان أو الإعلانات في تحديد مضامين البرامج الحوارية من حيث تناولها الإعلامي للقضايا والمشكلات التي تطرحها ورصد وتحليل تأثير الضغوط الإعلانية على الأداء الإعلامي في البرامج الحوارية. وكانت النتائج كالتالي:

أ- نصف عينة القائمين بالاتصال في القنوات الفضائية الحكومية والخاصة يحرمون من فرص الترقى أو الكسب بسبب الضغوط الإعلانية.

ب- أشارت النتائج الى ان معظم القائمين بالاتصال في القنوات الحكومية يرون ان ملكية القناة لها تأثير على حجم تدخل وكالات الإعلان في البرامج الحوارية بنسبة 54,5% م

6- دراسة وريا روستم محمد، العلاقة بين التعرض للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية الكردية والوعي السياسي لدى طلاب الجامعة في إقليم كردستان العراق (2015)⁽³¹⁾ استهدفت الدراسة التعرف على القوالب الفنية التي تناولتها البرامج الحوارية السياسية في الفضائيات الكردية وأساليب معالجة القضايا السياسية وطبيعة المضمون والأفكار السياسية. وكانت النتائج كالتالي:

أ- تتسم البرامج الحوارية بالتشابه والثبات من حيث الخصائص العامة خاصة فئات الشكل وتخضع لإعداد جيد وتعتمد على ضيوف يتمتعون بقدر عال من الكفاءة وتدار بأسلوب مهني جذاب.

ب- تفوق قالب المناظرة في البرامج الحوارية السياسية وجاء قالب الحوار في الحوار في الترتيب التالي.

أ- دراسة ربيع علي، النوع الاجتماعي واستراتيجيات التهذيب في برامج الرأي الأمريكية (2014م)⁽³²⁾، سعت هذه الدراسة إلى رصد وتحليل العلاقة بين النوع الاجتماعي

وطبيعة اللغة المستخدمة في البرامج الحوارية الأمريكية السياسية وغير السياسية في إطار صورة نمطية تشير إلى أن الإناث هن أكثر تهذيباً من نظراتهم للرجال في الحوار. ولم تؤكد نتائج الدراسة الفكرة المتعلقة بأن الإناث أكثر تهذيباً من الرجال في إطار اللغة المستخدمة في البرامج الحوارية.

7- دراسة شيماء ذو الفقار، العلاقة بين التعرض للبرامج الحوارية في التلفزيون والهوية الثقافية لدى الشباب المصري (2014م)⁽³³⁾، استهدفت الدراسة التعرف على تأثير البرامج الحوارية وبرامج التوك شو المقدمة من خلال القنوات التلفزيونية الخاصة والحكومية على الهوية المصرية للشباب المصري، وتمثلت أهم النتائج فيما يلي:

أ- ارتفاع معدلات مشاهدة البرامج الحوارية والتوك شو لدى الشباب المصري.

ب- اتجاه الشباب المصري نحو البرامج الحوارية والتوك شو كانت اتجاهات سلبية، وتأثيرها سلبي على الهوية.

8- دراسة سهام محمد عبد الخالق، الخطاب الإعلامي للقوى السياسية في البرامج الحوارية بالفضائيات: دراسة تحليلية بالتطبيق على الانتخابات البرلمانية 2011م (2014م)⁽³⁴⁾، استهدفت الدراسة تحليل الخطاب الإعلامي للضيوف المشاركين في البرامج الحوارية بالفضائيات الخاصة والحكومية من التيارات الإسلامية والتي تشمل جماعة الإخوان المسلمين والسلفيين والجماعة الإسلامية، وتمثلت أهم النتائج فيما يلي:

أ- أتاحت البرامج الحوارية سواء في الفضائيات الخاصة أو الحكومية محل الدراسة المجال لضيوف من التيارات الإسلامية في الظهور على شاشتها خلال فترة الانتخابات البرلمانية.

ب- تناول الخطاب في البرامج الحوارية عينة الدراسة أربعة أطروحات: البرنامج الانتخابي للتيارات الإسلامية، الصراعات السياسية التي خاضتها هذه التيارات خلال فترة الانتخابات، أسباب تفوق التيارات الإسلامية في الانتخابات، التطرف الديني للتيارات الإسلامية.

9- دراسة بسنت محمد عطية، المعالجة الإخبارية للأزمات الاقتصادية المصرية في القنوات الموجهة بالعربية واتجاهات الجمهور حيالها (2014م)⁽³⁵⁾، استهدفت الدراسة معرفة درجة اعتماد الجمهور المصري على القنوات الموجهة باللغة العربية خلال الأزمات الاقتصادية المصرية، والتعرف على الدور الذي تقوم به نشرات الأخبار والبرامج بالقنوات الموجهة باللغة العربية في

تكوين اتجاهات الجمهور المصري نحو الأزمات الاقتصادية المصرية وتمثلت أهم النتائج فيما يلي:

- أ- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين اعتماد الجمهور المصري على القنوات الموجهة بالعربية في الحصول على معلومات حول الأزمات الاقتصادية والآثار الناتجة عن اعتمادهم.
- ب- يوجد ارتباط بين شدة دوافع التعرض للقنوات التليفزيونية الموجهة بالعربية وتبني أطر المعالجة الإخبارية لهذه الأزمات كما تقدمها تلك القنوات.

10- دراسة بسنت مراد فهمي، معالجة أزمة الدستور المصري بقناة دويتش فيلة الألمانية الموجهة باللغة العربية DW تحليل كمي وكيفي (2013م)⁽³⁶⁾، سعت الدراسة إلى تحليل الخطاب الإخباري بقناة دويتش فيلة الألمانية الموجهة باللغة العربية بالتطبيق على أزمة الدستور المصري 2012م، وتمثلت أهم النتائج فيما يلي:

- أ- تم إفرا د عدد كبير من الحلقات بقناة دويتش فيلة لمعالجة أزمة الدستور المصري، فتم إفرا د سبعة حلقات، كما تم تحقيق التوازن بين الضيوف في كل حلقة.
- ب- بالنسبة لاستمالات الإقناع المستخدمة عالجت قناة دويتش فيلة أزمة الدستور المصري معتمدة على الاستمالات العقلية.

11- دراسة حسناء سعد منصور، تقييم مصداقية البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية في تناولها لموضوع الدستور المصري 2012م (2013م)⁽³⁷⁾، استهدفت الدراسة رصد وتحليل مصداقية البرامج الحوارية الفضائية لدى مشاهديها من المغتربين المصريين في المملكة العربية السعودية، وانعكاس ذلك على تشكيل اتجاهاتهم نحو ما تطرحه هذه البرامج من قضايا وأفكار بشكل عام، وتمثلت أهم النتائج فيما يلي:

- أ- احتلت الفضائيات العربية المرتبة الأولى في مدى الاعتماد عليها لمتابعة الأحداث الجارية، واعتمد المبحوثون على البرامج الحوارية بدرجة متوسطة لمعرفة موضوع الدستور.
- ب- أظهر تقييم العينة لمدى التزام البرامج الحوارية بمعايير المهنية والمصداقية، عن تغليب البرامج للجانب المهني (الحرفي) والتقني على المصداقية.

12- دراسة زليتش وآخرون، التغطية الإخبارية للصراعات الدولية في وسائل الإعلام الألمانية المطبوعة والمذاعة (2011م)⁽³⁸⁾، هدفت الدراسة إلى اختبار كيف يتم استخدام اتصالات الأزمات في الصراعات الدولية وذلك من خلال تحليل ما إذا كانت وسائل الإعلام

الألمانية المسموعة والمطبوعة تغطي الصراعات الدولية بتطبيق استراتيجيات اتصالات الأزمات، وتمثلت أهم النتائج كما يلي:

- أ- الصراعات الدولية تتلقى تغطية إخبارية مختلفة لكل صراع على حدة.
ب- كانت من أهم العوامل التي تراعى في الأخبار التي تقدم عن الصراعات الدولية هي الصلة للجمهور والخطر أو الضرر الواقع على الجمهور من تلك الصراعات.

13- دراسة معهد جريل للأبحاث Grail Research الأزمة المالية العالمية

(2009م)⁽³⁹⁾، أجريت هذه الدراسة حول التغطية الإعلامية لأخبار الأزمة الاقتصادية في كبريات وسائل الإعلام الأمريكية والأوروبية، وذلك من خلال تحليل مضمون إصدارات كل هذه الوسائل والبيانات الإعلامية للمؤسسات والشركات والمعاهد المتخصصة في الفترة من 2007م وحتى نهاية 2008م، وتمثلت أهم النتائج فيما يلي:

- أ- لم تراعى وسائل الإعلام الدقة الواجبة في نشر البيانات المالية والموقف المالي للشركات وترتب عليه تضخم القيمة الوهمية لهذه الشركات.

ب- نتيجة اعتماد الشركات على مراكزها المالية وإعلاناتها المقدمة عبر صحف ومجلات قوية تحظى بسمعة عالمية، حدث نوع من التضليل الإعلامي أسهم في حدوث الأزمة وتداعياتها المختلفة.

14- دراسة سيون وكارلا، كيفية تأطير الأزمات في الأخبار (2009م)(40)، هدفت الدراسة

إلى تحليل الأطر الخبرية للأزمات خلال عام 2006م وذلك للتعرف على الإطار الخبري الذي تعتمد عليه وسائل الإعلام من بين خمسة أطر أساسية وهي: المسؤولية، الاهتمام الإنساني، الإطار الاقتصادي، الإطار الأخلاقي، الصراع، وتمثلت أهم النتائج فيما يلي:

- أ- وسائل الإعلام تعتمد على إطار المسؤولية بشكل أساسي في تغطية الأزمات بنسبة 95.1% وذلك على المستويين الفردي والتنظيمي.

ب- جاء استخدام الإطار الاقتصادي في المرتبة الثانية بنسبة 74.9% وفي المرتبة الثالثة جاء إطار الاهتمامات الإنسانية بنسبة 64.4%.

15- دراسة أكسجن لي، تغطية أزمة الحادي عشر من سبتمبر (2007م)(41)، هدفت الدراسة

إلى التعرف على الكيفية التي غطت بها خمس شبكات تليفزيونية أمريكية لأحداث الحادي عشر من سبتمبر، والكيفية التي غطت بها هذه الشبكات أطراً خبرية مختلفة لمعالجة هذه الأزمة، وتمثلت أهم النتائج فيما يلي:

أ- أبرز عنصر الأزمة وتطوراتها عبر الوقت ووظيفة وسائل الإعلام في تقديمها كمصدر أساسي للمعلومات عن الأزمة، وذلك بشكل واضح في مرحلة الإرشاد والتوجيه للجمهور، ومرحلة تكوين الآراء حول الحدث المثار.

ب- كان إطار الاهتمامات الإنسانية هو الإطار السائد - وبقوة- خلال المرحلة الأولى من الأزمة، وظهر كإطار قوي خلال المراحل الأخيرة كذلك، من خلال التغطية للحدث المثار.

16- دراسة بيتر جي موسج Peter G. Mwesige الوظيفة الديمقراطية لبرامج الرأي

السياسية في الراديو: حالة الإذاعة الأوغندية (2009م)⁽⁴²⁾، استهدفت الدراسة تحديد دور برامج

الرأي في الإذاعة الأوغندية باعتبارها وسيلة مهمة من وسائل التعبير عن الرأي واثاحة الفرصة

للمواطنين للتعبير عن آراءهم فيما يحدث من قضايا سياسية، وتمثلت أهم النتائج فيما يلي:

أ- شكلت برامج الرأي المجال السياسي العام من خلال حصول المواطنين على الأخبار والمعلومات عن الأحداث السياسية التي تحدث في مجتمعهم وإبداء آراءهم حول الموضوعات المختلفة.

ب- تسعى الأحزاب ومنظمات المجتمع المدني إلى التواصل مع الجمهور من خلال هذه البرامج.

17- دراسة ريفيتا، تأثير المضامين العنيفة الواردة في البرامج الحوارية والفيديو كليب على

المراهقين (2007م)⁽⁴³⁾، هدفت الدراسة إلى رصد تأثير المواد الإعلامية التي تتضمن مواد

عنف في البرامج الحوارية والفيديو كليب على المراهقين، وقد تمثلت أهم النتائج كما يلي:

أ- تقبل المراهقين للمضامين العنيفة المقدمة بالبرامج الحوارية والفيديو كليب.

ب- استعداد المراهقين لمشاهدة المضامين العنيفة المقدمة بالبرامج الحوارية والفيديو كليب أكثر من مرة.

18- دراسة كارول وآخرون Carroll & Others، عندما تتحدث أوبرا: استعراض التداخلات

السياسية في برامج الرأي اليومية (2007م)⁽⁴⁴⁾، استهدفت الدراسة رصد وتحليل التداخلات

السياسية التي تتم في برامج الرأي اليومية وتأثيرها في تشكيل الرأي العام الأمريكي، وتمثلت أهم

النتائج فيما يلي:

أ- يؤثر مشاهدة برامج الرأي السياسية في مستوى ونوعية معلومات الجمهور السياسية.

ب- عرض برامج الرأي ورد فعل الجمهور تجاه حقيقتها الظاهرة لعبت دوراً وسيطاً بين الأيديولوجية

السياسية ودعم الحكومة في القضايا التي تهم الأسرة.

ج- تؤدي برامج الرأي دوراً في تشكيل الرأي العام نحو مختلف القضايا المهمة.

19- دراسة ماك كرو شانون Mc Crow- Shanon- K، برامج الرأي التليفزيونية المسائية والبرامج السياسية الكوميديّة: دراسة على عينة من صغار الناخبين وتجاربهم السياسية (2006م)⁽⁴⁵⁾، استهدفت الدراسة رصد وتحليل العلاقة بين عرض برامج الرأي والبرامج السياسية الساخرة وبين المعرفة السياسية العامة، والمعرفة الشخصية عن المرشحين والمشاركة السياسية والمناقشات السياسية، وتمثلت أهم النتائج فيما يلي:

أ- عرض برامج الرأي والبرامج السياسية الساخرة ليلاً أعطت نتائج إيجابية وتوافق مهم في المعرفة الشخصية والعامة عن المرشحين.

ب- لم تساهم برامج الرأي والبرامج السياسية الساخرة المتأخرة ليلاً بصورة فاعلة في المشاركة المدنية أو المشاركة السياسية.

التعليق على الدراسات السابقة

1- تكاد تجمع هذه الدراسات على استخدام منهج المسح الإعلامي كمنهج للدراسة، وقليل من الدراسات اعتمدت أسلوب المنهج المقارن ومنهج دراسة الحالة.

2- ركزت معظم الدراسات التي تناولت الأزمات على دراسة الدور الإعلامي في إدارة الأزمات بصورة غير متكاملة، حيث ارتكزت بعض الدراسات على جانب التخطيط الإعلامي، وارتكزت بعضها على جانب الاتصال، دون الوضع في الاعتبار مدى التكامل بين تلك الأدوار التي تؤثر وتتأثر ببعضها بصورة مباشرة.

3- تستخدم وسائل الإعلام لتشكيل اتجاهات الجمهور وقت الأزمات ووسائل معينة أهمها الدعاية، وكذلك أسلوب إثارة الرعب والفوضى، وإيقاظ المشاعر والإنفعالات البشرية، وإثارة الدوافع البشرية التي تدفع الفرد القيام بسلوك معين وتصرفات معينة.

الاستفادة من الدراسات السابقة

1- البدء من حيث انتهى الآخرون من الباحثين الذين يهتمون بدراسة اتجاهات الجمهور نحو الأزمات التي تقدمها الفضائيات.

2- الوصول إلي المراجع المختلفة التي تبحث حول هذا الموضوع.

3- تحديد مشكلة البحث وإضافة أبعاد جديدة إليه مما يساعد على وضوح المشكلة أمام الباحث.

4- الاستفادة من نتائج الدراسات السابقة في تحديد الإطار المنهجي واختيار المنهج المناسب.

5- أفادت الدراسات السابقة الباحث في صياغة تساؤلات وفروض هذه الدراسة.

6- التعرف على المقاييس التي اعتمدت عليها الدراسات السابقة في قياس المتغيرات للتعرف على أصلح وأنسب الأساليب لقياس متغيرات الدراسة الحالية مثل متغير الاتجاه نحو أزمة التفجيرات الإرهابية المتتالية ومتغير آثار الاعتماد على برامج التوك شو في الفضائيات المصرية.

تساؤلات الدراسة

- 1- ما مدى متابعة عينة الدراسة لبرامج التوك شو في الفضائيات المصرية؟
- 2- ما مدى اعتماد عينة الدراسة على برامج التوك شو في الفضائيات المصرية للحصول على المعلومات حول أزمة التفجيرات الإرهابية المتتالية؟
- 3- ما مدى ثقة عينة الدراسة في المعلومات حول أزمة التفجيرات الإرهابية المتتالية التي يحصلون عليها من برامج التوك شو في الفضائيات المصرية؟
- 4- ما مدى مناقشة عينة الدراسة حول المعلومات عن أزمة التفجيرات الإرهابية المتتالية التي يحصلون عليها من برامج التوك شو في الفضائيات المصرية؟
- 5- ما دوافع مشاهدة ومتابعة عينة الدراسة لأزمة التفجيرات الإرهابية المتتالية من خلال برامج التوك شو في الفضائيات المصرية؟
- 6- ما النتائج المترتبة على اعتماد الجمهور على برامج التوك شو في الفضائيات المصرية عينة الدراسة؟ وما التأثيرات (معرفية ووجدانية) المترتبة على هذا الاعتماد؟
- 7- ما اتجاهات عينة الدراسة نحو أطر أسباب أزمة التفجيرات الإرهابية المتتالية التي تبنتها برامج التوك شو في الفضائيات المصرية؟
- 8- ما اتجاهات عينة الدراسة نحو القوى الفاعلة في أزمة التفجيرات الإرهابية المتتالية التي تبنتها برامج التوك شو في الفضائيات المصرية؟
- 9- ما اتجاهات عينة الدراسة نحو أطر حلول أزمة التفجيرات الإرهابية المتتالية التي تبنتها برامج التوك شو في الفضائيات المصرية؟

التعريفات الإجرائية للدراسة

1- **الأزمات:** هي المشاكل أو الأحداث التي يدركها الفرد أو المجتمع على أنها تحدث تغييراً سلبياً في مسيرة الحياة اليومية وتزعزع أو تهدد الاستقرار والوضع العام، فهي عوائق غير متوقع حدوثها من الصعب السيطرة عليها فهي تعوق إشباع الحاجات الأساسية ويؤدي ذلك إلى حدوث أضرار وخسائر جسيمة.

2- نوع ومنهج الدراسة

تتنمي هذه الدراسة من حيث المنهج والقياس إلى الدراسات والبحوث الوصفية، وتعتمد على منهج المسح بشقيه الوصفي والتحليلي وذلك من خلال مسحاً للجمهور على عينة من الجمهور المصري بهدف معرفة مستوى اعتماده على برامج التوك شو في الفضائيات المصرية اثناء أزمة التفجيرات الإرهابية المتتالية، واتجاهاته نحو أطر معالجة هذه البرامج لتلك الأزمة.

أدوات الدراسة

1- استمارة الإستبيان: وذلك لقياس اتجاهات الجمهور .

مجتمع الدراسة

تطبيق الدراسة الميدانية على عينة من الجمهور المصري في ثلاث محافظات هم: القاهرة الكبرى باعتبارها العاصمة، الاسكندرية ممثلة لمحافظات الوجه البحري، أسيوط ممثلة لمحافظات الصعيد.

عينة الدراسة

تحدد عينة الدراسة الميدانية في عينة عشوائية قوامها 400 مبعوثاً من الجمهور المصري في القاهرة الكبرى باعتبارها العاصمة، وتحتوي مختلف فئات المجتمع المصري، الاسكندرية عن محافظات الوجه البحري، أسيوط عن محافظات الصعيد.

جدول رقم (1) يوضح توصيف عينة الدراسة الميدانية

المتغيرات الديموجرافية	ك	%
النوع	ذكور	184
	إناث	216
السن	من 18 إلى أقل من 21 عاماً	56
	من 21 إلى أقل من 30 عاماً	153
	من 30 إلى أقل من 40 عاماً	97
	40 عاماً فأكثر	94
المستوى التعليمي	متوسط	60
	جامعي	288

13	52	ماجستير أو دكتوراه	
10.8	43	أقل من 1000 جنيه	الدخل الشهري
42.7	171	من 1000 إلى أقل من 3000	
37	148	من 3000 إلى أقل من 5000	
9.5	38	5000 فأكثر	
30.7	123	تمليك	نوع السكن
69.3	277	ايجار	
48.7	195	القاهرة	المحافظة
30	120	اسكندرية	
21.3	85	أسيوط	
100	400	المجموع الكلي للعينة	

إجراءات الصدق والثبات

(أ) الصدق

تم حساب أفراد عينة المحافظات الثلاثة وفقاً لنسبة تمثيلهم في المجتمع المصري، وذلك عن طريق حساب إجمالي عدد سكان المحافظات الثلاث (مجتمع الدراسة) وفقاً للإحصائية الصادرة عن الجهاز المركزي للتعبئة والإحصاء، ثم حساب النسبة الممثلة لكل محافظة بقسمة تعداد المحافظة الواحدة على إجمالي تعداد الثلاث محافظات لاستخراج نسبتها المئوية، ثم سحب تلك النسبة من العينة التي تمثل 400 مفردة على النحو التالي: العينة \times النسبة المئوية الممثلة للمحافظة = عدد تمثيلها في العينة.

وقام الباحث أيضاً بعرض استمارة الاستبيان على مجموعة من أساتذة الإعلام والمتخصصين في مجال مناهج البحث والمعاملات الإحصائية، وذلك للحكم على مدى صلاحيتهم للتطبيق وقياس متغيرات وأهداف الدراسة واختبار الفروض*⁴⁶، ومن ثم تم إحداث التعديلات المقترحة من الأساتذة والمتخصصين، وعرضها على مشرفي الدراسة حيث تمت الموافقة عليها.

(ب) الثبات: للتأكد من توافر شروط الثبات في استمارة الاستبيان قام الباحث بإعادة تطبيق الاستمارة Re test عبر فترة زمنية من إجاباتهم عليها، وذلك على عينة تمثل 10% من عينة الدراسة قوامها 40 مفردة من الذكور والإناث، وذلك بعد مرور خمسة عشر يوماً من تطبيق الاختبار القبلي للاستمارة.

تمت المراجعة المكتبية للاستمارات بمجرد الانتهاء من عملية جمع البيانات، وترميز الاستمارات لتصبح جاهزة لإدخالها في الحاسب الآلي، وتحليلها إحصائياً باستخدام البرنامج المستخدم في تحليل بيانات البحوث الاجتماعية الإحصائية (SPSS)، وقد استعان الباحث بعدد من المعاملات والمقاييس الإحصائية المناسبة لتحليل بيانات الدراسة واختبار صحة الفروض، وهي كالتالي:

- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
 - المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.
 - اختبار كا² (Chi Square Test) لدراسة الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من المتغيرات الاسمية (Nominal).
 - اختبار (T- Test) لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعتين من المبحوثين في أحد متغيرات الفئة أو النسبة (Interval Or Ratio).
 - اختبار ف (F- Test).
 - اختبار Z.
 - الوزن المرجح الذي يحسب بضرب التكرارات بوزن معين يقرره الباحث بناءً على عدد المراتب في السؤال، ثم تجمع النقاط التي يحصل عليها كل بند للحصول على مجموع الأوزان المرجحة وتحسب النسب المئوية لبند السؤال كلها .
 - معامل الارتباط بيرسون (Pearson Correlation Coefficient) لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين من مستوى المسافة أو النسبة.
 - تحليل التباين ذو البعد الواحد (Oneway Analysis of Variance) المعروف اختصاراً باسم ANOVA لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لأكثر من مجموعتين من المبحوثين في أحد المتغيرات من نوع المسافة أو النسبة (Interval Or Ratio) .
- وقد تم قبول نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة (95%) فأكثر، أي عند مستوى معنوية (0.05) فأقل.

نتائج الدراسة

جدول رقم (2) درجة متابعة الجمهور لبرامج التوك شو في الفضائيات المصرية

درجة متابعة برامج التوك شو في الفضائيات المصرية	ك	%
دائماً	113	28,2
أحياناً	220	55
نادراً	67	16,8
الإجمالي	400	100

يوضح الجدول السابق درجة متابعة الجمهور لبرامج التوك شو في الفضائيات المصرية، حيث ارتفعت نسبة من يتابعها أحياناً فجاءت في المرتبة الأولى بنسبة 55% بواقع 220 مفردة، نستنتج مما سبق ارتفاع نسبة متابعة الجمهور لبرامج التوك شو، ويمكن إرجاع سبب ذلك لأن هذه البرامج أصبحت جزءاً أساسياً من طقوس الحياة اليومية لكثير من المشاهدين وأحد الآليات التي تستخدم لإعلام الجمهور بكل ما هو جديد عن الصراعات السياسية والحزبية على الساحة المصرية وكذلك تفاصيل حياتهم اليومية، من خلال ما تقدمه من تقارير وحوارات ولقاءات للإحاطة بما يدور من مجريات الأحداث. وفي تشكيل وعي الجمهور بالقضايا التي تهم الرأي العام من خلال هذه البرامج خاصة اليومية منها ذات الصلة الوثيقة بالأحداث الجارية التي تمس حياة الأفراد وتكون موضع للجدل والخلاف في كثير من قضايا وموضوعات حياتهم اليومية، حيث تزايد الوقت الذي يخصصه الفرد للتعامل مع مخرجات وسائل الإعلام أو بعضها حتى صارت في عصرنا الحالي جزءاً من حياة المواطن اليومية⁽⁴⁷⁾. وأغلب هذه البرامج تتناول القضايا الاجتماعية التي تمس الجمهور وشئونه اليومية، ومن أكثر القضايا إلحاحاً على الساحة الإعلامية⁽⁴⁸⁾. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة هشام عبد الملك عبد الرحيم (2015م) التي أظهرت النتائج ان 39,3% من مفردات العينة يتابعون الفضائيات الخاصة العربية بصفة دائمة مقابل 60,7% يتابعون أحياناً⁽⁴⁹⁾، ودراسة أحمد عثمان (2015م) التي أثبتت أن 52,5% يتعرضون للبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية⁽⁵⁰⁾، ودراسة وريا روستم (2015م) التي أثبتت أن أكثر من نصف المبحوثين يشاهدون البرامج الحوارية أحياناً بنسبة 60,3%، و 20,52% نادراً، ودائماً 19,20%⁽⁵¹⁾، ودراسة شيماء ذو الفقار (2014م) التي أكدت ارتفاع حجم التعرض للبرامج الحوارية في الفضائيات المصرية فوصلت إلى 59.8% ما بين متوسط بنسبة 48.1%

ومرتفع بنسبة 11.7%⁽⁵²⁾، ودراسة حسناء سعد منصور (2013م) التي أكدت زيادة معدلات مشاهدة الجمهور للبرامج الحوارية والتوك شو أوقات الأزمات والأحداث الطارئة⁽⁵³⁾.

ثانياً: كثافة متابعة الجمهور المصري لبرامج التوك شو في الفضائيات المصرية:

جدول رقم (3) عدد ساعات متابعة الجمهور لبرامج التوك شو في الفضائيات المصرية

عدد ساعات المشاهدة اليومية	ك	%
أقل من ساعة	135	33,7
من ساعة إلى أقل من ثلاث ساعات	152	38
من ثلاث ساعات إلى أقل من خمس ساعات	103	25,8
أكثر من خمس ساعات	10	2,5
الإجمالي	400	100

يتضح من بيانات الجدول السابق ارتفاع نسبة المبحوثين الذين يشاهدون برامج الرأي في الفضائيات المصرية عادة من ساعة إلى أقل من ثلاث ساعات في المرتبة الأولى فوصلت نسبتهم 38 % بواقع 152 مبحوث، في حين جاء في المرتبة الثانية الذين يتابعون هذه البرامج أقل من ساعة بنسبة 33.7 % بواقع 135 مبحوث، وجاء في المرتبة الثالثة من يتابعها من ثلاث ساعات إلى من خمس ساعات بنسبة 25.8% بواقع 103 مبحوث، بينما جاء في المرتبة الأخيرة من يتابعها أكثر من خمس ساعات فوصلت نسبتهم 2.5% بواقع 10 مبحوثين.

نستنتج مما سبق أن كثافة متابعة ومشاهدة الجمهور لبرامج التوك شو في الفضائيات المصرية تتسم بالكثافة المرتفعة وقد يرجع ذلك إلى عدة أسباب من أهمها نوعية الموضوعات التي تُطرح في تلك البرامج وتلبي احتياجات الجمهور المختلفة. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة أميرة صابر محمود 2013م⁽⁵⁴⁾.

ثالثاً: أسماء برامج التوك شو في الفضائيات المصرية التي يتابعها الجمهور المصري:

جدول رقم (4) أسماء برامج التوك شو في الفضائيات المصرية التي يتابعها الجمهور

المتوسط المرجح	الانحراف المعياري	لم أتابعه ولا أشاهده		قليل من حلقاته		معظم حلقاته		درجة المتابعة	اسم البرنامج
		%	ك	%	ك	%	ك		
0.69	0.616	39	156	52,8	211	8,3	33	البيت بيتك بقناة 10	برامج
1.16	0.692	17,2	69	49,8	199	33	132	العاشرة مساءً بقناة دريم	بقنوات

0.84	0.716	35	140	46,2	185	18,8	75	90 دقيقة بقناة المحور	فضائية خاصة
0.65	0.816	57,3	229	21	84	21,8	87	جملة مفيدة بقناة MBC مصر	
1.30	0.740	16,8	67	36,2	145	47	188	الحياة اليوم بقناة الحياة	
0.82	0.783	41	164	35,8	143	23,2	93	هنا العاصمة بقناة CBC	
1.07	0.877	35,2	141	22,8	91	42	168	على مسئوليتي بقناة صدى البلد	
0.53	0.667	56,8	227	33,5	134	9,8	39	من القاهرة بقناة النيل للأخبار (مصر الإخبارية)	برامج بقنوات
0.70	0.740	47	188	36,2	145	16,8	67	صفحة جديدة بقناة النيل لايف	فضائية حكومية

يوضح الجدول السابق أسماء برامج التوك شو في الفضائيات المصرية التي يشاهدها الجمهور عينة الدراسة، جاء في المرتبة الأولى: برنامج الحياة اليوم على قناة الحياة على مستوى الفضائيات المصرية الخاصة بمتوسط مرجح 1.30، حيث جاءت نسبة من يشاهد معظم حلقاته 47% بواقع 188 مبحوث، ونسبة من يشاهد قليل من حلقاته 36.2% بواقع 145 مبحوث، في حين وصلت نسبة من لا يتابعه ولم يشاهده 16.8% بواقع 67 مبحوث. وجاء في المرتبة الأولى برنامج صفحة جديدة على قناة النيل لايف على مستوى الفضائيات المصرية الحكومية بمتوسط مرجح 0.70، حيث جاءت نسبة من يشاهد معظم حلقاته 16.8% بواقع 67 مبحوث، ونسبة من يشاهد قليل من حلقاته 36.2% بواقع 145 مبحوث، في حين وصلت نسبة من لا يتابعه ولم يشاهده 47% بواقع 188 مبحوث.

جدول رقم (5) درجة اعتماد الجمهور على برامج التوك شو في الفضائيات المصرية في

الحصول على المعلومات حول أزمة التفجيرات الإرهابية المتتالية

درجة الاعتماد	ك	%
أعتمد بدرجة كبيرة	141	35.2
أعتمد بدرجة متوسطة	163	40.8
أعتمد بدرجة ضعيفة	96	24
الإجمالي	400	100

يوضح الجدول السابق درجة اعتماد الجمهور عينة الدراسة على برامج التوك شو في الفضائيات المصرية في الحصول على المعلومات حول أزمة التفجيرات الإرهابية المتتالية، حيث جاء في المرتبة الأولى من يعتمد بدرجة متوسطة بنسبة 40.8% بواقع 163 مبحوث، وهذا يؤكد ارتفاع نسبة اعتماد الجمهور المصري عينة الدراسة على هذه البرامج كمصدر معلوماتي. ويمكن إرجاع ذلك إلى أن هذه البرامج تعمل أساساً على إتاحة حرية التعبير وإبراز الرأي حول قضية معينة ويتم نقل ذلك إما على الهواء مباشرة أو من خلال برنامج مسجل إلى الجماهير لتقديم المعلومات لهم عن هذه المشكلة أو القضية والتي تكون محل اهتمام عدد كبير منهم من خلال طرح آراء الضيوف المختلفة حول الموضوع محل النقاش⁽⁵⁵⁾. وأنها تشتمل على موضوعات تخص مشاكل الحياة اليومية من حوادث واضطرابات واعتصامات ومحاكمات، وقضايا سياسية مهمة ومصيرية (مثل الانتخابات والحريات والإصلاح السياسي والاقتصادي)، وموضوعات فنية وثقافية ورياضية وبعض الظواهر الاجتماعية المتنوعة، وبعض القضايا الدولية الطارئة⁽⁵⁶⁾

جدول رقم (6) درجة ثقة الجمهور في برامج التوك شو في الفضائيات المصرية

درجة الثقة	ك	%
أثق بدرجة كبيرة	72	18
أثق بدرجة متوسطة	252	63
أثق بدرجة ضعيفة	76	19
الإجمالي	400	100

يوضح الجدول السابق ارتفاع درجة ثقة الجمهور المصري عينة الدراسة في برامج التوك شو في الفضائيات المصرية، حيث جاء في المرتبة الأولى من يثق بدرجة بدرجة متوسطة بنسبة 63% بواقع 252 مبحوث، ويمكن إرجاع ذلك إلى أن هذه البرامج تعمل على ازدياد وبناء ثقة المتلقي وقناعاته نظراً لاحتياسه بالمشاركة وإنه يحصل على المعلومات والأخبار من مصدرها مباشرة دون وجود وسطاء لنقل الخبر، خاصة إذا كانت هناك تصريحات للمسؤولين وردت على ألسنتهم أثناء المناقشة⁽⁵⁷⁾. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة أحمد عثمان (2015م) التي غالبية أفراد العينة يثقون إلى حد ما في المعلومات المقدمة خلال البرامج الحوارية بنسبة 84,5% ويتقون بدرجة كبيرة بنسبة 47,5% ولا يتقون على الإطلاق بنسبة 10,5%⁽⁵⁸⁾.

جدول رقم (7) مدى مناقشة الجمهور لأزمة التفجيرات الإرهابية المتتالية التي يحصلون عليها من برامج التوك شو في الفضائيات المصرية

مدى المناقشة	ك	%
دائماً	151	37.8
أحياناً	233	58.3
لا	16	4
الإجمالي	400	100

يوضح الجدول السابق مدى مناقشة الجمهور لأزمة التفجيرات الإرهابية المتتالية التي يحصلون عليها من برامج التوك شو في الفضائيات المصرية، فجاءت في المرتبة الأولى من يتناقش أحياناً بنسبة 58.3% بواقع 233 مبحوث، ويمكن إرجاع أسباب ارتفاع هذه النسبة إلى أن برامج التوك شو تتميز باتخاذها بعداً جماهيرياً في النقاش وقد ساهم في ذلك التطور التكنولوجي في البث التلفزيوني وإمكانية إشراك شخصيات من مواقع متعددة مع تعدد وسائل مشاركة الجمهور الفورية من خلال الاتصال التليفوني أو الفاكس أو التصويت عبر الإنترنت⁽⁵⁹⁾. وما توفره هذه البرامج من قدر كبير كماً وكيفاً من المعلومات التي تعد مجالاً للحوار الفعّال بين الجمهور، وتسهل من عملية الحوار الديمقراطي لكونها تفرض مساحات فضائية واسعة لمناقشة موضوعات سياسية وقضايا مختلفة. فتسهم هذه البرامج في إثراء النقاش الاجتماعي والسياسي والاقتصادي والديني حول مختلف القضايا التي تهتم بالموضوع محل النقاش، وتشكل الحوارات مرجعاً يمكن الوثوق به في بعض القضايا التي تمس شرائح واسعة من المجتمع وتعمل بذلك على الخروج من عزلته إلى الانفتاح على المجتمع والاهتمام بقضاياها⁽⁶⁰⁾.

نستنتج مما سبق ارتفاع معدلات مناقشة المبحوثين للأزمات المصرية الداخلية التي يحصلون جدول رقم (8) دوافع اعتماد الجمهور وأهداف اعتمادهم على برامج التوك شو في الفضائيات

المصرية للحصول على المعلومات حول أزمة التفجيرات الإرهابية المتتالية

المتوسط الحسابي	معارض		محايد		موافق		درجة الموافقة	دوافع الاعتماد والمشاركة
	%	ك	%	ك	%	ك		
2.6	6.5	26	22.8	91	70.7	283	لمعرفة جوانب وأبعاد أزمة التفجيرات الإرهابية المتتالية	
2.5	7.5	30	32.3	129	60.2	241	لسهولة الحصول على المعلومات حول أزمة التفجيرات الإرهابية المتتالية	

2	26.3	105	40.5	162	33.2	133	الموضوعية والحرية في تناول أزمة التفجيرات الإرهابية المتتالية
2.4	14.8	59	36	144	49.2	197	لأنها تقدم الأزمة بشكل آني وتغطية فورية
2.3	15.8	63	45.5	182	38.7	155	تقدم رؤية إعلامية وبرامجية ووجهات نظر مختلفة
1.9	37.5	150	40	160	22.5	90	لالتزامها بالمعايير المهنية في معالجة الأزمة
2.1	21.8	87	46.7	187	31.5	126	لتقديم الموضوعات من منظور ثقافي مختلف
1.9	30.2	121	50.8	203	19	76	الإمكانيات التقنية المتميزة والإبهار في الإخراج
2	28	112	41.3	165	30.7	123	لأنها أكثر حرفية في مناقشة الأزمة
2.2	23.3	93	38.5	154	38.2	153	إشباع غريزة حب الاستطلاع
2	31.3	125	40.5	162	28.2	113	قضاء وقت الفراغ
2	32	128	41	163	27	108	التخلص من روتين الحياة بمعايشة أحداث خطيرة ومشوقة
2.2	17.5	70	46.8	187	35.7	143	بحكم العادة

يوضح الجدول السابق دوافع تعرض المبحوثين وأهداف اعتمادهم على برامج التوك شو في الفضائيات المصرية للحصول على المعلومات حول أزمة التفجيرات الإرهابية المتتالية، حيث تمثلت أهداف الفهم والدوافع المعرفية المنفعية في العبارات التالية (معرفة جوانب وأبعاد أزمة التفجيرات الإرهابية المتتالية، سهولة الحصول على المعلومات حول الأزمة، تقدم رؤية إعلامية وبرامجية ووجهات نظر مختلفة، تقدم الموضوعات من منظور ثقافي مختلف، أكثر حرفية في مناقشة الأزمة)، في حين تمثلت أهداف التوجيه في العبارات التالية (تقدم الأزمة بشكل آني وتغطية فورية، الموضوعية والحرية في تناول الأزمة، الإمكانيات التقنية المتميزة والإبهار في الإخراج، إلتزام هذه البرامج بالمعايير المهنية في معالجة الأزمة)، بينما تمثلت أهداف التسلية والدوافع الطقوسية في العبارات التالية (بحكم العادة، إشباع غريزة حب الاستطلاع، قضاء وقت الفراغ، التخلص من روتين الحياة بمعايشة أحداث خطيرة ومشوقة).

تصدر الدوافع المعرفية المنفعية قائمة دوافع وأسباب اعتماد المبحوثين على برامج التوك شو في الفضائيات المصرية للحصول على المعلومات حول أزمة التفجيرات الإرهابية المتتالية، ويمكن إرجاع سبب ذلك لطبيعة الأزمات المراد الحصول على معلومات عنها وهي أغلبها أزمات سياسية مهمة لا تحتمل الهزل أو التسلية، ويكون أهداف البحث الرئيسية عن المعلومات حولها

أهداف معرفية ونفعية بالدرجة الأولى، وتتفق هذه النتيجة مع طبيعة القضية ومع نوعية الجمهور، ثم جاءت بعد ذلك الدوافع الطقوسية. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة ليفي التي توصلت إلى أن القادة يركزون على الدوافع المعرفية أكثر من الدوافع الطقوسية⁽⁶¹⁾، ومع دراسة عادل عبد الغفار التي توصلت إلى أن الدوافع المعرفية المتمثلة في الحصول على المعلومات والأخبار ومراقبة البيئة المحلية والدولية تمثل أهم دوافع التعرض للراديو والتلفزيون الدوليين⁽⁶²⁾، ومع دراسة حسن منصور التي توصلت إلى أن الدوافع النفعية قد جاءت في الترتيب الأول في تعرض النخبة اليمنية للأخبار التلفزيونية⁽⁶³⁾.

جدول رقم (9) تأثيرات اعتماد الجمهور على برامج التوك شو في الفضائيات المصرية للحصول على المعلومات حول أزمة التفجيرات الإرهابية المتتالية

المتوسط الحسابي	معارض		محايد		موافق		درجة الموافقة تأثيرات الاعتماد والمشاركة
	%	ك	%	ك	%	ك	
2.5	7.8	31	34.5	138	57.7	231	زادت معلوماتي حول الأزمة
2.4	14.3	57	43.7	175	42	168	ساهمت في تكوين وجهة نظر ورأي حول الأزمة
2.3	16	64	42.3	169	41.7	167	أثارت تعاطفي تجاه الأزمة وأطرافها
2.2	17.5	70	46	184	36.5	146	أثارت غضبي وزادت شعوري بالإحباط
2.1	16.3	65	56	224	27.7	111	زادت من تفاعلي تجاه الأزمة
2	27.5	110	44.7	179	27.8	111	ساعدتني على تقديم حلول من شأنها المساعدة في الخروج من الأزمات

يوضح الجدول السابق تأثيرات اعتماد المبحوثين على برامج التوك شو في الفضائيات المصرية للحصول على المعلومات حول أزمة التفجيرات الإرهابية المتتالية، تصدر التأثيرات المعرفية قائمة تأثيرات اعتماد الجمهور على برامج الرأي في الفضائيات المصرية للحصول على المعلومات حول الأزمات الداخلية، متمثلة في (زادت معلوماتي حول الأزمات المصرية الداخلية، ساهمت في تكوين وجهة نظر ورأي حول الأزمات) مرتبة على التوالي، كما تشير بذلك المتوسطات الحسابية المرجحة. جاءت التأثيرات الوجدانية في الترتيب الثاني متمثلة في (أثارت تعاطفي تجاه الأزمات وأطرافها، أثارت غضبي وزادت شعوري بالإحباط) مرتبة على التوالي، كما تشير بذلك المتوسطات الحسابية المرجحة. جاءت التأثيرات السلوكية في الترتيب الثالث والأخير

بعد التأثيرات المعرفية والوجدانية- متمثلة في (زادت من تفاعلي تجاه الأزمات، ساعدتني على تقديم حلول من شأنها المساعدة في الخروج من الأزمات) مرتبة على التوالي، كما تشير بذلك المتوسطات الحسابية المرجحة.

وهذا يتفق مع فرض نظرية الاعتماد الذي يؤكد وجود علاقة اعتماد متبادلة بين الجمهور ووسائل الإعلام والمجتمع، وهذه العلاقة هي التي تحدد مباشرة الكثير من التأثيرات التي تحدثها وسائل الإعلام في المجتمع والجمهور.

جدول رقم (10) اتجاهات الجمهور نحو أسباب أزمة التفجيرات الإرهابية المتتالية

الاتجاه	المتوسط الحسابي	معارض		محايد		موافق		درجة الموافقة الأسباب المطروحة
		%	ك	%	ك	%	ك	
موافق	2.4	20.3	81	23.5	94	56.3	225	مخططات جماعة الإخوان تستهدف تنفيذ عمليات عدائية ضد أجهزة ومؤسسات الدولة
موافق	2.3	23	92	22.8	91	54.2	217	أعمال إرهابية لتكبيد قوات الجيش والشرطة خسائر جسيمة
محايد	2.2	22.3	89	32.7	131	45	180	سعي الجماعات التكفيرية إلى تحويل مصر من دولة إلى ولاية وإقامة نظام الأمامية
محايد	2.2	24.8	99	28.5	114	46.7	187	تنسيق بين الإخوان وتنظيم القاعدة لتنفيذ عدة عمليات إرهابية على الحدود المصرية لإثارة البلبله والفوضى في البلاد
محايد	2.2	23.5	94	29.3	117	47.2	189	هناك مخطط لاستهداف السياحة وإثارة الفوضى في البلاد
موافق	2.3	20.8	83	26.5	106	52.7	211	إثارة الفوضى والبلبله في البلاد كنوع من الثأر نتيجة الثورة ضد حكم الإخوان

يوضح الجدول السابق اتجاهات الجمهور نحو أسباب أزمة التفجيرات الإرهابية المتتالية،

فجاءت كالتالي:

- جاء الاتجاه موافق على سبب مخططات جماعة الإخوان تستهدف تنفيذ عمليات عدائية ضد أجهزة ومؤسسات الدولة بمتوسط حسابي 2.4، فارتفعت نسبة الموافقين لهذا السبب ووصلت إلى 56.3% بواقع 225 مبحوث، وجاءت نسبة المحايدين 23.5% بواقع 94 مبحوث، في حين جاءت نسبة المعارضين 20.3% بواقع 81 مبحوث.
- جاء الاتجاه موافق على سبب أعمال إرهابية لتكبيد قوات الجيش والشرطة خسائر جسيمة بمتوسط حسابي 2.3، فارتفعت نسبة الموافقين لهذا السبب ووصلت إلى 54.2% بواقع 217 مبحوث، وجاءت نسبة المعارضين 23% بواقع 91 مبحوث، في حين جاءت نسبة المحايدين 22.8% بواقع 91 مبحوث.
- جاء الاتجاه موافق على سبب إثارة الفوضى والبلبلة في البلاد كنوع من الثأر نتيجة الثورة ضد حكم الإخوان بمتوسط حسابي 2.3، فارتفعت نسبة الموافقين لهذا السبب ووصلت إلى 52.7% بواقع 211 مبحوث، وجاءت نسبة المحايدين 26.5% بواقع 106 مبحوث، في حين جاءت نسبة المعارضين 20.8% بواقع 83 مبحوث.
- جاء الاتجاه محايد على سبب سعي الجماعات التكفيرية إلى تحويل مصر من دولة إلى ولاية وإقامة نظام الأممية بمتوسط حسابي 2.2، فارتفعت نسبة الموافقين لهذا السبب ووصلت إلى 45% بواقع 180 مبحوث، وجاءت نسبة المحايدين 32.7% بواقع 131 مبحوث، في حين جاءت نسبة المعارضين 22.3% بواقع 89 مبحوث.
- جاء الاتجاه موافق على سبب هناك مخطط لاستهداف السياحة وإثارة الفوضى في البلاد بمتوسط حسابي 2.2، فارتفعت نسبة الموافقين لهذا السبب ووصلت إلى 47.2% بواقع 189 مبحوث، وجاءت نسبة المحايدين 29.3% بواقع 117 مبحوث، في حين جاءت نسبة المعارضين 23.5% بواقع 94 مبحوث.
- جاء الاتجاه موافق على سبب تنسيق بين الإخوان وتنظيم القاعدة لتنفيذ عدة عمليات إرهابية على الحدود المصرية بمتوسط حسابي 2.2، فارتفعت نسبة الموافقين لهذا السبب ووصلت إلى 46.7% بواقع 187 مبحوث، وجاءت نسبة المحايدين 28.5% بواقع 114 مبحوث، في حين جاءت نسبة المعارضين 24.8% بواقع 99 مبحوث.

جدول رقم (11) اتجاهات الجمهور نحو القوى الفاعلة في أزمة التفجيرات الإرهابية المتتالية

الاتجاه	المتوسط	سلبي	إيجابي	السمات
---------	---------	------	--------	--------

القوى الفاعلة	ك	%	ك	%	الحسابي
رئيس الجمهورية	354	88.5	46	11.5	1.9 إيجابي
القوات المسلحة	351	87.7	49	12.3	1.9 إيجابي
قوات الشرطة	287	71.7	113	28.3	1.7 إيجابي
القبائل السيناوية	234	58.5	166	41.5	1.4 إيجابي
الرئيس المعزول محمد مرسي	49	12.3	351	87.7	1.1 سلبي
جماعة الإخوان	50	12.5	350	87.5	1.1 سلبي
الجماعات التكفيرية	24	6	376	94	1.1 سلبي
تركيا	52	13	348	87	1.1 سلبي
قطر	55	13.8	345	86.2	1.1 سلبي

يوضح الجدول السابق اتجاهات الجمهور نحو القوى الفاعلة في أزمة التفجيرات الإرهابية المتتالية، فجاءت كالتالي:

- جاء الاتجاه إيجابي نحو رئيس الجمهورية بمتوسط حسابي 1.9، فارتفعت نسبة من يرونه قوى فاعلة إيجابية ووصلت إلى 88.5% بواقع 354 مبحوث، في حين انخفضت نسبة من يرونه قوى فاعلة سلبية إلى 11.5% بواقع 46 مبحوث.
- جاء الاتجاه إيجابي نحو القوات المسلحة بمتوسط حسابي 1.9، فارتفعت نسبة من يرونها قوى فاعلة إيجابية ووصلت إلى 87.7% بواقع 351 مبحوث، في حين انخفضت نسبة من يرونها قوى فاعلة سلبية إلى 12.3% بواقع 49 مبحوث.
- جاء الاتجاه إيجابي نحو قوات الشرطة بمتوسط حسابي 1.7، فارتفعت نسبة من يرونها قوى فاعلة إيجابية ووصلت إلى 71.7% بواقع 287 مبحوث، في حين انخفضت نسبة من يرونها قوى فاعلة سلبية إلى 28.3% بواقع 113 مبحوث.
- جاء الاتجاه إيجابي نحو القبائل السيناوية بمتوسط حسابي 1.4، فجاءت نسبة من يرونها قوى فاعلة إيجابية 58.5% بواقع 234 مبحوث، في حين جاءت نسبة من يرونها قوى فاعلة سلبية 41.5% بواقع 166 مبحوث.
- جاء الاتجاه سلبي نحو الرئيس المعزول محمد مرسي بمتوسط حسابي 1.1، فارتفعت نسبة من يرونه قوى فاعلة سلبية ووصلت إلى 87.7% بواقع 351 مبحوث، في حين انخفضت نسبة من يرونه قوى فاعلة إيجابية إلى 12.3% بواقع 49 مبحوث.

- جاء الاتجاه سلبي نحو جماعة الإخوان بمتوسط حسابي 1.1، فارتفعت نسبة من يرونها قوى فاعلة سلبية ووصلت إلى 78.5% بواقع 350 مبحوث، في حين انخفضت نسبة من يرونها قوى فاعلة إيجابية إلى 12.5% بواقع 50 مبحوث.
- جاء الاتجاه سلبي نحو الجماعات التكفيرية بمتوسط حسابي 1.1، فارتفعت نسبة من يرونها قوى فاعلة سلبية ووصلت إلى 94% بواقع 376 مبحوث، في حين انخفضت نسبة من يرونها قوى فاعلة إيجابية إلى 6% بواقع 24 مبحوث.
- جاء الاتجاه سلبي نحو تركيا بمتوسط حسابي 1.1، فارتفعت نسبة من يرونها قوى فاعلة سلبية ووصلت إلى 87% بواقع 348 مبحوث، في حين انخفضت نسبة من يرونها قوى فاعلة إيجابية إلى 13% بواقع 52 مبحوث.
- جاء الاتجاه سلبي نحو قطر بمتوسط حسابي 1.1، فارتفعت نسبة من يرونها قوى فاعلة سلبية ووصلت إلى 86.2% بواقع 345 مبحوث، في حين انخفضت نسبة من يرونها قوى فاعلة إيجابية إلى 13.8% بواقع 55 مبحوث.

جدول رقم (12) اتجاهات الجمهور نحو حلول أزمة الأعمال الإرهابية والتفجيرات المتتالية

الاتجاه	المتوسط الحسابي	معارض		محايد		موافق		درجة الموافقة الحلول المطروحة
		%	ك	%	ك	%	ك	
موافق	2.7	6.3	25	17.2	69	76.5	306	إجراءات للمضي قدماً في مسارين متوازيين الأول أمني والثاني تنموي لمواجهة الإرهاب في سيناء
موافق	2.5	11.5	46	26	104	62.5	250	مقاومة الإرهاب بالمقاومة المعنوية بشرح المبادئ الهدامة والمغلوبة وهي وظيفة رجال الدين والأزهر
موافق	2.6	12.3	49	19.7	79	68	272	القضاء على الأنفاق وهدمها لأنها طرق وسبل لإدخال الأسلحة والذخيرة لتدمير الأراضي المصرية
موافق	2.6	8.5	34	21.8	87	69.7	279	تنسيق وتعاون القبائل السيناوية مع القوات المسلحة والشرطة لمواجهة الجماعات والعناصر التكفيرية

موافق	2.5	14	56	18.3	73	67.7	271	توجيه ضربات أمنية استباقية وتوجيه حملات أمنية مبكرة تستهدف البؤر الإرهابية لإجهاض مخططات الإخوان والجماعات التكفيرية
موافق	2.5	14.8	59	18.7	75	66.5	266	إصدار قانون رقم 8 لسنة 2015م "قانون الكيانات الإرهابية والإرهابيين"

يوضح الجدول السابق اتجاهات الجمهور نحو حلول أزمة التفجيرات الإرهابية المتتالية،

فجاءت كالتالي:

- جاء الاتجاه موافق على حل إجراءات للمضي قدماً في مسارين متوازيين الأول أمني والثاني تنموي لمواجهة الإرهاب في سيناء بمتوسط حسابي 2.7، فارتفعت نسبة الموافقين لهذا الحل ووصلت إلى 76.5% بواقع 306 مبحوث، وجاءت نسبة المحايدين 17.2% بواقع 69 مبحوث، في حين انخفضت نسبة المعارضين وجاءت 6.3% بواقع 25 مبحوث.
- جاء الاتجاه موافق على حل تنسيق وتعاون القبائل السيناوية مع القوات المسلحة والشرطة لمواجهة الجماعات والعناصر التكفيرية بمتوسط حسابي 2.6، فارتفعت نسبة الموافقين لهذا الحل ووصلت إلى 69.7% بواقع 279 مبحوث، وجاءت نسبة المحايدين 21.8% بواقع 87 مبحوث، في حين انخفضت نسبة المعارضين وجاءت 8.5% بواقع 34 مبحوث.
- جاء الاتجاه موافق على حل القضاء على الأنفاق وهدمها لأنها طرق وسبل لإدخال الأسلحة والذخيرة لتدمير الأراضي المصرية بمتوسط حسابي 2.6، فارتفعت نسبة الموافقين لهذا الحل ووصلت إلى 68% بواقع 272 مبحوث، وجاءت نسبة المحايدين 19.7% بواقع 79 مبحوث، في حين انخفضت نسبة المعارضين وجاءت 12.3% بواقع 49 مبحوث.
- جاء الاتجاه موافق على حل مقاومة الإرهاب بالمقاومة المعنوية بشرح المبادئ الهدامة والمغلوطة وهي وظيفة رجال الدين والأزهر بمتوسط حسابي 2.5، فارتفعت نسبة الموافقين لهذا الحل ووصلت إلى 62.5% بواقع 250 مبحوث، وجاءت نسبة المحايدين 26% بواقع 104 مبحوث، في حين انخفضت نسبة المعارضين وجاءت 11.5% بواقع 46 مبحوث.
- جاء الاتجاه موافق على حل توجيه ضربات أمنية استباقية وتوجيه حملات أمنية مبكرة تستهدف البؤر الإرهابية لإجهاض مخططات الإخوان والجماعات التكفيرية بمتوسط حسابي

2.5، فارتفعت نسبة الموافقين لهذا الحل ووصلت إلى 67.7% بواقع 271 مبحوث، وجاءت نسبة المحايدين 18.3% بواقع 73 مبحوث، في حين انخفضت نسبة المعارضين وجاءت 14% بواقع 56 مبحوث.

- جاء الاتجاه موافق على حل إصدار قانون رقم 8 لسنة 2015م "قانون الكيانات الإرهابية والإرهابيين" بمتوسط حسابي 2.5، فارتفعت نسبة الموافقين لهذا الحل ووصلت إلى 66.5% بواقع 266 مبحوث، وجاءت نسبة المحايدين 18.7% بواقع 75 مبحوث، في حين انخفضت نسبة المعارضين وجاءت 14.8% بواقع 59 مبحوث.

اختبار فروض الدراسة

الفرض الأول: توجد علاقة إرتباطية ذات دلالة إحصائية بين المتغيرات الديموغرافية للجمهور عينة الدراسة (النوع - السن - المستوى التعليمي - المستوى الاجتماعي الاقتصادي) وبين معدل تعرضهم ومتابعتهم لبرامج التوك شو.

جدول رقم (13) يوضح العلاقة بين المتغيرات الديموغرافية للجمهور ومعدل تعرضهم لبرامج التوك شو

معدل تعرض ومتابعة المبحوثين لبرامج التوك شو في الفضائيات المصرية		المتغيرات الديموغرافية
معامل الارتباط	الدلالة	
0.129**	دالة	النوع
0.049	غير دالة	السن
0.107*	دالة	مستوى التعليم
0.154**	دالة	المستوى الاجتماعي الاقتصادي

لاختبار صحة هذا الفرض تم الاستعانة بمعامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation Coefficient) لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين من مستوى المسافة أو النسبة. يوضح الجدول السابق مدى وجود علاقة إرتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل تعرض ومتابعة الجمهور عينة الدراسة لبرامج التوك شو في الفضائيات المصرية والمتغيرات الديموغرافية، فجاءت كالتالي:

- بالنسبة لنوع المبحوثين: توجد علاقة إرتباطية ذات دلالة إحصائياً بين معدل تعرض ومتابعة الجمهور عينة الدراسة لبرامج التوك شو في الفضائيات المصرية وبين نوع المبحوثين حيث جاءت قيمة معامل الارتباط بيرسون = 0.129، وهي دالة.
- بالنسبة لسن المبحوثين: لا توجد علاقة إرتباطية ذات دلالة إحصائياً بين معدل تعرض ومتابعة الجمهور عينة الدراسة لبرامج التوك شو في الفضائيات المصرية وبين سن المبحوثين حيث جاءت قيمة معامل الارتباط بيرسون = 0.049، وهي غير دالة.
- بالنسبة للمستوى التعليمي للمبحوثين: توجد علاقة إرتباطية ذات دلالة إحصائياً بين معدل تعرض ومتابعة الجمهور عينة الدراسة لبرامج التوك شو في الفضائيات المصرية وبين المستوى التعليمي للمبحوثين حيث جاءت قيمة معامل الارتباط بيرسون = 0.107، وهي دالة.
- بالنسبة للمستوى الاجتماعي الاقتصادي للمبحوثين: توجد علاقة إرتباطية ذات دلالة إحصائياً بين معدل تعرض ومتابعة الجمهور عينة الدراسة لبرامج التوك شو في الفضائيات المصرية وبين المستوى الاجتماعي الاقتصادي للمبحوثين حيث جاءت قيمة معامل الارتباط بيرسون = 0.154، وهي دالة.

مما سبق يمكننا قبول صحة الفرض.

الفرض الثاني: توجد علاقة إرتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد الجمهور عينة الدراسة على برامج التوك شو في الفضائيات المصرية وبين درجة ثقتهم فيها.

جدول رقم (14) يوضح العلاقة بين اعتماد الجمهور على برامج التوك شو وثقتهم فيها

درجة اعتماد الجمهور عينة الدراسة على برامج التوك شو في الفضائيات المصرية		المتغير
الدلالة	معامل الارتباط	
دالة	0.543**	درجة الثقة في البرامج

يوضح الجدول السابق وجود علاقة إرتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد الجمهور عينة الدراسة على برامج التوك شو في الفضائيات المصرية وبين درجة ثقتهم فيها، حيث جاءت قيمة معامل الارتباط سبيرمان = 0.543، وهي دالة.

مما سبق يمكننا قبول صحة الفرض.

الفرض الثالث: توجد علاقة إرتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد الجمهور عينة الدراسة على برامج التوك شو في الفضائيات المصرية وبين تأثيرات هذا الاعتماد.

جدول رقم (15) يوضح العلاقة بين اعتماد الجمهور على برامج التوك شو وتأثيرات الاعتماد

درجة اعتماد الجمهور عينة الدراسة على برامج التوك شو في الفضائيات المصرية		المتغير
الدالة	معامل الارتباط	
دالة 0.001	**0.328	تأثيرات الاعتماد

يوضح الجدول السابق وجود علاقة إرتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد الجمهور عينة الدراسة على التوك شو في الفضائيات المصرية وبين تأثيرات هذا الاعتماد، حيث جاءت قيمة معامل الارتباط سبيرمان = 0.328، وهي دالة.

الفرض الرابع: توجد علاقة إرتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد الجمهور عينة الدراسة على برامج التوك شو كمصدر معلوماتي حول أزمة التفجيرات الإرهابية المتتالية وبين اتجاهاتهم نحو تلك الأزمة (أسبابها، القوى الفاعلة، الحل).

أ. العلاقة بين درجة اعتماد الجمهور عينة الدراسة على برامج التوك شو وقت الأزمات وبين اتجاهاتهم نحو أسباب أزمة التفجيرات الإرهابية المتتالية:

جدول رقم (16) يوضح العلاقة بين اعتماد الجمهور على برامج التوك شو واتجاهاتهم نحو أسباب أزمة التفجيرات الإرهابية المتتالية

درجة اعتماد الجمهور عينة الدراسة على برامج التوك شو في الفضائيات المصرية		الاتجاهات نحو
الدالة	معامل الارتباط	
دالة 0.001	*0.166	أسباب أزمة التفجيرات الإرهابية المتتالية

يوضح الجدول السابق أنه توجد علاقة إرتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد الجمهور عينة الدراسة على برامج التوك شو كمصدر معلوماتي حول أزمة التفجيرات الإرهابية المتتالية وبين اتجاهاتهم نحو أسباب الأزمة، حيث جاءت قيمة معامل الارتباط سبيرمان = 0.166، وهي دالة.

جدول رقم (17) يوضح العلاقة بين اعتماد الجمهور على برامج التوك شو واتجاهاتهم نحو القوى الفاعلة في أزمة التفجيرات الإرهابية المتتالية

درجة اعتماد الجمهور عينة الدراسة على برامج التوك شو في الفضائيات المصرية	الاتجاهات نحو
--	---------------

الدلالة	معامل الارتباط	
دالة 0.001	**0.150	القوى الفاعلة في أزمة الأعمال الإرهابية والتفجيرات المتتالية

يوضح الجدول السابق أنه توجد علاقة إرتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد الجمهور عينة الدراسة على برامج التوك شو وبين اتجاهاتهم نحو القوى الفاعلة في أزمة التفجيرات الإرهابية المتتالية، حيث جاءت قيمة معامل الارتباط سبيرمان = 0.150، وهي دالة. جدول رقم (18) يوضح العلاقة بين اعتماد الجمهور على برامج التوك شو واتجاهاتهم نحو حلول أزمة التفجيرات الإرهابية المتتالية

درجة الاعتماد		الاتجاهات نحو
الدلالة	معامل الارتباط	
دالة 00.01	**0.129	حلول أزمة الأعمال الإرهابية والتفجيرات المتتالية

• يوضح الجدول السابق أنه توجد علاقة إرتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد الجمهور عينة الدراسة على برامج التوك شو وبين اتجاهاتهم نحو حلول أزمة التفجيرات الإرهابية المتتالية، حيث جاءت قيمة معامل الارتباط سبيرمان = 0.129، وهي دالة.

النتائج العامة للدراسة

- ارتفاع نسبة متابعة الجمهور لبرامج التوك شو، وكذلك فإن كثافة متابعة ومشاهدة الجمهور لبرامج التوك شو في الفضائيات المصرية تتسم بالكثافة المرتفعة وقد يرجع ذلك إلى عدة أسباب من أهمها نوعية الموضوعات التي تُطرح في تلك البرامج وتلبي احتياجات الجمهور المختلفة، وهذه البرامج أصبحت جزءاً أساسياً من طقوس الحياة اليومية لكثير من المشاهدين وأحد الآليات التي تستخدم لإعلام الجمهور بكل ما هو جديد عن الصراعات السياسية والحزبية على الساحة المصرية وكذلك تفاصيل حياتهم اليومية، من خلال ما تقدمه من تقارير وحوارات ولقاءات للإحاطة بما يدور من مجريات الأحداث.
- وهذا يؤكد ارتفاع نسبة اعتماد الجمهور المصري عينة الدراسة على هذه البرامج كمصدر معلوماتي. ويمكن إرجاع ذلك إلى أن هذه البرامج تعمل أساساً على إتاحة حرية التعبير وإبراز الرأي حول قضية معينة ويتم نقل ذلك إما على الهواء مباشرة أو من خلال برنامج مسجل إلى

الجماهير لتقديم المعلومات لهم عن هذه المشكلة أو القضية والتي تكون محل اهتمام عدد كبير منهم من خلال طرح آراء الضيوف المختلفة حول الموضوع محل النقاش.

- ارتفاع درجة ثقة الجمهور المصري عينة الدراسة في برامج التوك شو في الفضائيات المصرية، حيث جاء في المرتبة الأولى من يثق بدرجة بدرجة متوسطة بنسبة 63% بواقع 252 مبحوث، ويمكن إرجاع ذلك إلى أن هذه البرامج تعمل على ازدياد وبناء ثقة المتلقي وقناعاته نظراً لإحساسه بالمشاركة وأنه يحصل على المعلومات والأخبار من مصدرها مباشرة دون وجود وسطاء لنقل الخبر، خاصة إذا كانت هناك تصريحات للمسؤولين وردت على ألسنتهم أثناء المناقشة.

- تصدر التأثيرات المعرفية قائمة تأثيرات اعتماد الجمهور على برامج الرأي في الفضائيات المصرية للحصول على المعلومات حول الأزمات الداخلية، متمثلة في (زادت معلوماتي حول الأزمات المصرية الداخلية، ساهمت في تكوين وجهة نظر ورأي حول الأزمات) مرتبة على التوالي، كما تشير بذلك المتوسطات الحسابية المرجحة. جاءت التأثيرات الوجدانية في الترتيب الثاني متمثلة في (أثارت تعاطفي تجاه الأزمات وأطرافها، أثارت غضبي وزادت شعوري بالإحباط) مرتبة على التوالي، كما تشير بذلك المتوسطات الحسابية المرجحة. جاءت التأثيرات السلوكية في الترتيب الثالث والأخير -بعد التأثيرات المعرفية والوجدانية- متمثلة في (زادت من تفاعلي تجاه الأزمات، ساعدتني على تقديم حلول من شأنها المساعدة في الخروج من الأزمات) مرتبة على التوالي، كما تشير بذلك المتوسطات الحسابية المرجحة.

- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل تعرض ومتابعة الجمهور عينة الدراسة لبرامج التوك شو في الفضائيات المصرية وبين نوع المبحوثين حيث جاءت قيمة معامل الارتباط بيرسون = 0.129، وهي دالة.

- لا توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل تعرض ومتابعة الجمهور عينة الدراسة لبرامج التوك شو في الفضائيات المصرية وبين سن المبحوثين حيث جاءت قيمة معامل الارتباط بيرسون = 0.049، وهي غير دالة.

- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل تعرض ومتابعة الجمهور عينة الدراسة لبرامج التوك شو في الفضائيات المصرية وبين المستوى التعليمي للمبحوثين حيث جاءت قيمة معامل الارتباط بيرسون = 0.107، وهي دالة.

- توجد علاقة إرتباطية ذات دلالة إحصائياً بين معدل تعرض ومتابعة الجمهور عينة الدراسة لبرامج التوك شو في الفضائيات المصرية وبين المستوى الاجتماعي الاقتصادي للمبحوثين حيث جاءت قيمة معامل الارتباط بيرسون = 0.154، وهي دالة.
- توجد علاقة إرتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد الجمهور عينة الدراسة على برامج التوك شو في الفضائيات المصرية وبين درجة ثقتهم فيها، حيث جاءت قيمة معامل الارتباط سبيرمان = 0.543، وهي دالة.
- توجد علاقة إرتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد الجمهور عينة الدراسة على التوك شو في الفضائيات المصرية وبين تأثيرات هذا الاعتماد، حيث جاءت قيمة معامل الارتباط سبيرمان = 0.328، وهي دالة.
- توجد علاقة إرتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد الجمهور عينة الدراسة على برامج التوك شو كمصدر معلوماتي حول أزمة التفجيرات الإرهابية المتتالية وبين اتجاهاتهم نحو أسباب الأزمة، حيث جاءت قيمة معامل الارتباط سبيرمان = 0.166، وهي دالة.
- توجد علاقة إرتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد الجمهور عينة الدراسة على برامج التوك شو وبين اتجاهاتهم نحو القوى الفاعلة في أزمة التفجيرات الإرهابية المتتالية، حيث جاءت قيمة معامل الارتباط سبيرمان = 0.150، وهي دالة.
- توجد علاقة إرتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد الجمهور عينة الدراسة على برامج التوك شو وبين اتجاهاتهم نحو حلول أزمة التفجيرات الإرهابية المتتالية، حيث جاءت قيمة معامل الارتباط سبيرمان = 0.129، وهي دالة.

توصيات ومقترحات الدراسة

أولاً: بالنسبة لتعامل وسائل الإعلام وتغطيتها للأزمات، فإن وسائل الإعلام تدخل أثناء الأزمات في علاقات تكاملية مع وسائل إعلام أخرى حيناً، كما تدخل في علاقات تنافسية في أحيان أخرى، ويصبح دورها هو "نقل الحقيقة" كما هي دون تحريف أو تزييف مع مراعاة القيم الخيرية والمسئولية الاجتماعية والأخلاقية (هذا يحدث في الدول الديمقراطية التي تكفل وتوفير مساحة حرية واسعة للإعلام وأجهزته ولا تمارس أية ضغوط عليه) .. لكن في مجتمعات العالم الثالث فالإعلام وأجهزته يدخلون في علاقة تبعية لنظام الحكم فيكون أداة ووسيلة لترسيخ أفكار معينة تهدف مصالح خاصة، فنجد التهوين من قضايا مهمة تارة، والتهويل في قضايا بسيطة بغرض

إلهاء الناس عن قضايا بعينها تارة أخرى، وهو ما يسمى بالتطفيف الإعلامي والذي يشير إلى تجزئية معيبة في نقل الحقائق، وإنتقائية مشبوهة للقضايا والموضوعات والمواقف والنتائج حسب المصلحة. أو إعلام المبالغة والتهويل.

ثانياً: بالنسبة لتعامل وسائل الإعلام مع القضايا الحساسة والشائكة من أهم عوامل نجاح التغطية الإعلامية الابتعاد على المصطلحات الرنانة المبهمة والتي تجعل تناولها إعلامياً يشوبها بعض الملاحظات لخدمة مصالح معينة.

ثالثاً: البعد عن التهوين والتهويل في تناول القضية، ومراعاة التوازن في نقل الإيجابيات والسلبيات ونشر كافة وجهات النظر والرؤى المختلفة حتى نتجنب الحجر الإعلامي والتعتيم على الآراء المخالفة.

رابعاً: بالنسبة لمعالجة الأزمات المصرية الداخلية وتناولها إعلامياً يجب أن يُحكم بمعايير ومواثيق الشرف الإعلامية نظراً لحساسية هذه الأزمات.

خامساً: ضرورة إجراء دراسات تستهدف معرفة كيفية بناء أجندة برامج الرأي في الفضائيات المصرية، وعلى أي أساس يتم بناءها.

سادساً: دراسة ومحاولة تطبيق النموذج المقترح الخاص بأبعاد الرسائل والمضامين الإعلامية الناجحة والتي تتنوع وتتعد وقت الأزمات، فتتضمن البعد المعلوماتي، البعد الوطني، البعد اللغوي، البعد العاطفي، البعد الفني، البعد الديني، البعد الاجتماعي، البعد الاقتصادي.

سابعاً: شهد النظام الإعلامي في مصر انفتاحاً نسبياً في السنوات الأخيرة، لكن هذا الانفتاح لم يغير مضمون وسائل الاتصال الأكثر جماهيرية -الراديو والتلفزيون- بحكم تبعيتها المباشرة للسلطة، التي تعتبر النظام الإعلامي نظاماً فرعياً لها، وظيفته الأساسية إنتاج مضامين الدعاية السياسية المطلوبة، ولو باستخدام نفس الأساليب الدعائية التي انتهت في أوروبا منذ ثلاثينيات القرن الماضي.

ثامناً: كذلك الأداء الإعلامي يقلل المساحة المتروكة لوسائل الإعلام لتنشيط المشاركة السياسية للأفراد وقد فشلت هذه الوسائل في تصحيح صورة البيئة السياسية في مصر وتشجيع الأفراد على المشاركة، بسبب الافتقار إلى الدقة والسرعة في تناول الأحداث وتواضع مستوى المعالجات الإخبارية والإعلامية للقضايا السياسية المحلية والتزامها بالنهج الرسمي للسلطة، مما أفقدها القدرة على جذب الجمهور وأفقدها قدرًا كبيراً من مصداقيتها، أيضاً حول برامج الرأي في الفضائيات

المصرية ومدى اهتمامها ومعالجتها لقضايا الجماهير -المستهلك السياسي- ثبت تجاهل وغياب شبه كامل للآراء الخلافية ولقادة أحزاب المعارضة من خريطة ضيوف البرامج، إلا فيما ندر مما يحرم الجمهور من الاطلاع على العروض السياسية المختلفة في السوق.

تاسعاً: تزداد صعوبة إيجاد مكان للأصوات الناقدة في وسائل الإعلام التقليدية. وتستمر شبكات التواصل الاجتماعي في توفير منبر للآراء المهمشة. حيث تعتبر أحد المنابر القليلة التي تُمكن النشطاء الساعين إلى التوصل إلى حلول وسط من التعبير عن آرائهم.

عاشراً: بهذا يكون الإعلام حراً على السطح، لكن جهات التمويل المباشر وغير المباشر تشترط سلفاً على وسيلة الإعلام والعاملين فيها خدمة مصالح وتوجهات معينة. وقد تخدم النظام السياسي بطرق مختلفة، بشكل مباشر وغير مباشر، وتساعد برامج هذه الوسائل الحكومات في تكوين رأي عام حول قضية من القضايا، وتسعى من خلال ما تقدمه من معلومات إلى توحيد الناس خلف الحكومة.

حادي عشر: التوصية بإجراء دراسات تستهدف كيفية بناء أجندة برامج التوك شو في الفضائيات المصرية، ورصد العوامل المؤثرة فيها.

ختاماً: من هنا نثمة حاجة إلى إصلاح وسائل الإعلام الحكومية أكثر من أي وقت مضى.

1- القرآن الكريم: سورة البلد، الآية رقم 4.

2- إبراهيم فواز الجبالي: الإعلام في الأزمات، رسالة دكتوراه غير منشورة (سوريا: جامعة سنت كليمينتوس العالمية، كلية الإعلام، 2009م) ص 1.

3- هدى باقر نعمت خوري : دور وسائل الإعلام في ترتيب أولويات القضايا العامة لدى الجمهور في دولة الإمارات العربية المتحدة، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم العلاقات العامة والإعلان، 2001م) ص 45.

4- ثريا أحمد البدوي مُجد حامد حسن: دور الاتصال في تكوين الصورة الذهنية لدى الشعب المصري عن الأوروبيين، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2005م) ص 6.

5- Laura Arpan. Does Humor Attenuate Hostility? A Comparison of Hostile Media Perceptions of News and Late-Night Comedy. (**Conference Papers International Communication Association**, 2009) P. 36.

6- Ball Rokeach, S. J, The Origins of Individual Media System Dependency: A Sociological from Work (**Communication Research**, Vol. 4, 1985) P. 486.

7- Infante, D. A. Rancer, A. S. & Womack, D. F. **Building Communication Theory 3rd Edition** (Prospects Heights, Wave Land Press, Inc, 1997) P. 388.

- ⁸- Pablo Halpern: Media Dependency and Political Perception in an Authoritarian Political System (**Journal of Communication**, Vol. 14, No. 3, 1994) P. 60.
- ⁹- Baran, Stanley J. **Introduction to Mass Communication: Media Literacy and Culture. Updated Fifth Edition** (Boston: McGraw- Hill, 2010).
- ¹⁰- Defleur M. L. & Ballrokeach, **Theories of Mass Communication 4th Edition** (NY: London: Longman, 1982) Pp. 236- 238.
- ¹¹- Gordon, Joye. Media Dependency Theory & A Tale of Two Hurricanes: Crisis Communication in Southeast Louisiana for Hurricanes Ktrina & Gustav (**Conference of National Communication Association**. Chicago, 2009) P. 3.
- ¹²- Littlejohn, Stephen W. & Foss, Karen A. **Theories of Human Communication 9th Edition** (Australia: Thomson Wadsworth, 2008) Pp. 302- 203.
- ¹³- رضا عكاشة، تأثيرات وسائل الإعلام من الاتصال الذاتي إلى الوسائط الرقمية المتعددة (القاهرة: المكتبة العالمية للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2006م) ص 209.
- ¹⁴- أسامة عبد الرحيم علي، تعرض قراء الصحف للكاريكاتير وعلاقته باستجاباتهم المعرفية والوجدانية (المجلة المصرية لبحوث الرأي العام: العدد الرابع، المجلد الثامن، أكتوبر/ ديسمبر 2007م) ص ص 324 - 325.
- ¹⁵- عربي المصري، الأخبار السلبية في التلفزيون وعلاقتها بمستوى القلق السياسي للشباب اللبناني، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، 2000م) ص 191.
- ¹⁶- Jonathan Bignell, **Television and Genre**, In an introduction to television studies (London: Routledge Publisher, 2004) P. 123.
- ¹⁷- Jonathan Bignell and Jeremy Orlebar, **The Television Handbook** (London: Routledge Publisher, 2005) P. 68.
- ¹⁸- Jane M. Shattuck, **The Talking Care: TV Talkshow and Women** (New York: Route Ledge, 1997) Pp. 14- 15.
- ¹⁹- Dolf. Zellman & Peter. Vonderer, **Media Entertainment: The Psychology of its appeal** (London: Lawrence Erlbaum Associates, 2000) Pp. 113- 134.
- ²⁰- Nico. Capentier, Managing Audience Participation The Construction of Participation In An Audience Discussion Program European (**Journal of Communication**, Vol. 16, No. 2, 2001) P. 210.
- ²¹- Philip Bell, **The Media Interview Confession Contest, Conversion, Without Edition Number** (India: New Delhi, An Mol Public Cations) Pp. 1-3.
- ²²- Paraskevas, A. Crisis Management or Crisis Response System (**Management Decision**, Vol. 44, No. 7, 2006) P. 893.
- ²³- Maria Beatriz Padilla Villarreal: Médiatisation et identification comme facteurs intervenant dans l'irruption de la crise sociale. Une analyse biculturelle de contenu de la presse écrite et modélisation. (**Thèse pour obtenir le grade de docteur de l'Université**, Université Jean-Moulin, Lyon 3, juin 2005).

- ²⁴ -Tony Jaques, *Issue And Crisis management: Quiks and in the definitional landscape*, (**Public Relation Review**, Vol. 32, 2009) P. 4.
- 25- Boin , Arjen & McConnell , Allan, *Preparing for Critical Infrastructure Breakdowns :The Limits of Crisis Management &the Need for Resilience*. (**Journal of Contingencies & Crisis Management**, Vol. 15, No. 1, 2007) Pp. 50- 59.
- ²⁶ - أجمد السيد مُجد شاهين، *المعالجة الاتصالية للأزمات، رسالة دكتوراه غير منشورة* (جامعة القاهرة: كلية الاعلام، قسم العلاقات العامة والإعلان، 2015م).
- ²⁷ - شريف مُجد نبيل مصطفى، *المعالجة الإعلامية لأحداث العنف وتأثيرها على الأزمات الاقتصادية بعد الثورة، رسالة ماجستير غير منشورة* (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم العلاقات العامة والإعلان، 2015م).
- ²⁸ هشام عبد الملك عبد الرحيم ، *دور برامج الرأي في القنوات الفضائية الخاصة العربية في ترتيب أولويات القضايا المصرية لدى مشاهديها، رسالة دكتوراه غير منشورة* (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، 2015م).
- ²⁹ أحمد أحمد عثمان، *دور البرامج الحوارية في التلفزيون المصري في بث قيم العدالة الاجتماعية لدى الشباب، رسالة دكتوراه غير منشورة،* (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، 2015م).
- ³⁰ طلال صدقي محمود ذكي، *تأثير الضغوط الإعلامية على الأداء الإعلامي في البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية الحكومية الخاصة، رسالة ماجستير غير منشورة* (جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، قسم الإذاعة والتلفزيون، 2015م).
- ³¹ وريا روستم مُجد ، *العلاقة بين التعرض للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية الكردية والوعي السياسي لدى طلاب الجامعة في اقليم كردستان العراق ، رسالة ماجستير غير منشورة* (جامعة القاهرة ، كلية الاعلام ، قسم الاذاعة والتلفزيون ، 2015م).
- ³² - Rabie Ali. *Gender and Politeness Strategies in American Media Talk Shows*. **Un Published Master** (Department of English, Faculty of Arts, Fayoum University, 2014).
- ³³ - شيماء ذو الفقار زغيب، *العلاقة بين التعرض للبرامج الحوارية في التلفزيون والهوية الثقافية لدى الشباب المصري* (*المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، العدد الثامن والأربعون، يوليو- سبتمبر 2014م) ص ص 73- 140.
- ³⁴ - سهام مُجد عبد الخالق، *الخطاب الإعلامي للقوى السياسية في البرامج الحوارية بالفضائيات: دراسة تحليلية بالتطبيق على الانتخابات البرلمانية 2011م* (*المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، العدد الثامن والأربعون، يوليو- سبتمبر 2014م) ص ص 489- 578.
- ³⁵ - بسنت مُجد عطية مُجد، *المالحة الإخبارية للأزمات الاقتصادية المصرية في القنوات الموجهة بالعربية واتجاهات الجمهور حيالها، رسالة دكتوراه غير منشورة* (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، 2014م).
- ³⁶ - بسنت مراد فهمي، *معالجة أزمة الدستور المصري بقناة دويتش فيلة الألمانية الموجهة باللغة العربية DW تحليل كمي وكيفي* (*المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، العدد 44، يوليو - سبتمبر 2013م) ص ص 587-632.
- ³⁷ - حسناء سعد منصور، *تقييم مصداقية البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية في تناولها لموضوع الدستور المصري 2012م* (دراسة على عينة من المصريين المغتربين بالمملكة العربية السعودية) (*بحث منشور في المؤتمر العلمي الدولي التاسع عشر لكلية الإعلام جامعة القاهرة: الإعلام وثقافة الديمقراطية*، 23- 25 أبريل 2013م) ص ص 431- 474.
- 38- Arne F. Zillich, Roland Gobbel, Karin Stengel, Michaela Marier and Georg Ruhrmann. *Proactive Crisis Communication? News Coverage of Internatinal Conflicts in Grman Print and Broadcasting media*, 2011, 4: 251. Media, War & conflict <http://mwe.sagepub.com/content/4/3/251>.
- 39 -Grail Research: *Global Financial Crisis (Media Coverage of The Timeline Cause Implications, Impacted Recommended Path Forward, Unpublished Study*, April 2009).

- ⁴⁰ - SeonKyoungAn& Karla K. Gower. How do the news Media Frame Crisis? A Content Analysis of Crisis News Coverage.(**Public Relation Review**.V. 35, 2009) Pp. 102-112.
- ⁴¹ - Xigen Li. 2007, Stages of Crisis and Media Frames and Functions: US. Television Coverage of the 11-9 Incident During the First 24 Hours (**Journal of Broadcasting and Electronic Media**. Vol. 51, No. 4) Pp. 670-687.
- ⁴² - Mwesige. Peter G. The democratic Functions and dysfunctions of political talk radio: the case of Uganda (**Journal of African Media Studies**, Vol. 1, No. 2, 2009).
- ⁴³ - Revita. S. Impact of Violence Television Shows and Music Video Clip on Adolescent (**International Journal of Adolescent and Youth**, Vol. 13, No. 1-2, 2007) Pp. 99- 112.
- ⁴⁴ - Glynn- Carroll& Others. When Opera intervenes, Political Correlates of daytime talk show viewing (**Journal of Broadcasting and electronic media**, Vol. 51, Jun. 2007).
- ⁴⁵ - Mc Craw- Shanon- K. Late-night television talk shows and political comedy program: A Study of young Voter political experiences. **PHD** (USA: The university of Oklahom. 2006).

***1- تم عرض استمارتي تحليل المضمون والاستبيان على الأساتذة الآتية أسمائهم:**

- الأستاذ الدكتور بركات عبد العزيز أستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون ووكيل كلية الإعلام للدراسات العليا والبحوث سابقاً- جامعة القاهرة.
- الأستاذ الدكتور مُجَّد المرسي أستاذ ورئيس قسم الإذاعة والتلفزيون السابق بكلية الإعلام جامعة القاهرة.
- الأستاذ الدكتور خالد صلاح الدين أستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام جامعة القاهرة.
- الأستاذ الدكتور عبد القادر حمزة أستاذ بقسم الإحصاء بكلية العلوم جامعة عين شمس.
- الأستاذ الدكتور عبد العزيز السيد عبد العزيز أستاذ والعميد السابق لكلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال جامعة جنوب الوادي.
- الأستاذ الدكتور إكرام بدر الدين أستاذ بقسم العلوم السياسية بكلية الاقتصاد والعلوم السياسية جامعة القاهرة.
- ⁴⁷ - منى سعيد الحديدي، سلوى إمام، الإعلام والمجتمع، مرجع سابق، ص 13.
- ⁴⁸ - ولاء فايز فايز مُجَّد، معالجة قضايا العشوائيات في البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية، مرجع سابق، ص 88.
- ⁴⁹ - هشام عبد الملك عبد الرحيم، 2015م، مرجع سابق، ص 709.
- ⁵⁰ - أحمد أحمد عثمان، 2015م، مرجع سابق، ص 128.
- ⁵¹ - وريا روستم مُجَّد، 2015م، مرجع سابق، ص 137.
- ⁵² - شيماء ذو الفقار زغيب، 2014م، مرجع سابق، ص 106.
- ⁵³ - حسناء سعد منصور، 2013م، مرجع سابق، ص 453.
- ⁵⁴ - أميرة صابر محمود، 2013م، مرجع سابق، ص 254.
- ⁵⁵ - السيد مُجَّد أبو شعيشع حسن، دور برامج المشاركة الجماهيرية بالفضائيات في دعم حرية التعبير، مرجع سابق، ص 99، 100.
- ⁵⁶ - تامر مُجَّد صلاح الدين سكر، معالجة البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية للقضايا السياسية ما بعد 25 يناير 2011م - دراسة تحليلية، مرجع سابق، ص 174، 175، 176.
- ⁵⁷ - عاطف عدلي العبد، الاعلام والمجتمع (القاهرة: دار الفكر العربي، 2006م) ص ص 26-28.
- ⁵⁸ - أحمد أحمد عثمان، 2015م، مرجع سابق، ص 134.

⁵⁹ - مجيب أحمد حازم الشميري، 2011م، مرجع سابق، ص 218.

⁶⁰ - طارق بن ناصر الشدوخي، مرجع سابق، ص 16.

⁶¹ -Levy, Mark R.: Opinion Leadership and Television News Uses (**The Public Opinion Quarterly**, Vol. 42, N. 3, 1978).

⁶² - عادل عبد الغفار خليل، استخدامات الصفوة المصرية للراديو والتلفزيون المحلي والدولي، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، 1995م).

⁶³ - حسن محمد حسن منصور، دور التلفزيون والصحافة اليمنية في ترتيب أولويات النخبة، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة الأزهر: كلية اللغة العربية، قسم الإعلام، 2002م).