



# مجلة بحوث الشرق الأوسط

## مجلة علمية مُدكَّمة (مُعتمدة) شهرياً

العدد التاسع والتسعون  
(مايو 2024)

السنة الخمسون  
تأسست عام 1974

الترقيم الدولي: (2536-9504)  
الترقيم على الإنترنت: (2735-5233)



يصدرها  
مركز بحوث  
الشرق الأوسط



الأراء الواردة داخل المجلة تعبر عن وجهة نظر أصحابها وليست مسئولية مركز بحوث الشرق الأوسط والدراسات المستقبلية

رقم الإيداع بدار الكتب والوثائق القومية : ٢٤٣٣٠ / ٢٠١٦

الترقيم الدولي: (Issn :2536 - 9504)

الترقيم على الإنترنت: (Online Issn :2735 - 5233)



مجلة بحوث الشرق الأوسط

# مجلة علمية مُدكَّمة متخصصة في شؤون الشرق الأوسط

مجلة مُعتمَدة من بنك المعرفة المصري



موقع المجلة على بنك المعرفة المصري

[www.mercj.journals.ekb.eg](http://www.mercj.journals.ekb.eg)

- معتمدة من الكشاف العربي للاستشهادات المرجعية (ARCI). المتوافقة مع قاعدة بيانات كلاريفيت Clarivate الفرنسية.
- معتمدة من مؤسسة أرسيف (ARCif) للاستشهادات المرجعية للمجلات العلمية العربية ومعامل التأثير المتوافقة مع المعايير العالمية.
- تنشر الأعداد تبعاً على موقع دار المنظومة.



العدد التاسع والتسعون - مايو 2024

تصدر شهرياً

السنة الخمسون - تأسست عام 1974



مجلة بحوث الشرق الأوسط  
(مجلة مُعتمدة) دورية علمية مُكَّمة  
(اثنا عشر عددًا سنويًا)  
يصدرها مركز بحوث الشرق الأوسط  
والدراسات المستقبلية - جامعة عين شمس

رئيس مجلس الإدارة

أ.د. غادة فاروق

نائب رئيس الجامعة لشؤون خدمة المجتمع وتنمية البيئة

ورئيس مجلس إدارة المركز

رئيس التحرير د. حاتم العبد

مدير مركز بحوث الشرق الأوسط والدراسات المستقبلية

هيئة التحرير

أ.د. السيد عبدالخالق، وزير التعليم العالي الأسبق، مصر

أ.د. أحمد بهاء الدين خيرى، نائب وزير التعليم العالي الأسبق، مصر ؛

أ.د. محمد حسام لطفي، جامعة بني سويف، مصر ؛

أ.د. سعيد المصري، جامعة القاهرة، مصر ؛

أ.د. سوزان القليني، جامعة عين شمس، مصر ؛

أ.د. ماهر جميل أبوخوات، عميد كلية الحقوق، جامعة كفر الشيخ، مصر ؛

أ.د. أشرف مؤنس، جامعة عين شمس، مصر ؛

أ.د. حسام طنطاوي، عميد كلية الآثار، جامعة عين شمس، مصر ؛

أ.د. محمد إبراهيم الشافعي، وكيل كلية الحقوق، جامعة عين شمس، مصر ؛

أ.د. تامر عبدالمنعم راضي، جامعة عين شمس، مصر ؛

أ.د. هاجر قلديش، جامعة قرطاج، تونس ؛

Prof. Petr MUZNY، جامعة جنيف، سويسرا ؛

Prof. Gabrielle KAUFMANN-KOHLER، جامعة جنيف، سويسرا ؛

Prof. Farah SAFI، جامعة كليرمون أوفيرني، فرنسا؛

إشراف إداري  
أ/ سونيا عبد الحكيم  
أمين المركز

إشراف فني  
د/ أمل حسن  
رئيس وحدة التخطيط و المتابعة

سكرتارية التحرير

أ/ ناهد مبارز رئيس قسم النشر  
أ/ راندا نوار قسم النشر  
أ/ زينب أحمد قسم النشر  
أ/ شيماء بكر قسم النشر

المحرر الفني  
أ/ رشاد عاطف رئيس وحدة الدعم الفني

تنفيذ الغلاف والتجهيز والإخراج الفني للمجلة  
وحدة الدعم الفني

تدقيق ومراجعة لغوية  
د. تامر سعد الحيت

تصميم الغلاف أ/ أحمد محسن - مطبعة الجامعة

ترجمة (المراسلات الخاصة) بالمجلة (إلى): د. حاتم العبد، رئيس التحرير merc.director@asu.edu.eg

• وسائل التواصل: البريد الإلكتروني للمجلة: technical.sup.mercj2022@gmail.com

البريد الإلكتروني لوحدة النشر: merc.pub@asu.edu.eg

جامعة عين شمس - شارع الخليفة المأمون - العباسية - القاهرة، جمهورية مصر العربية، ص.ب: 11566

(وحدة النشر - وحدة الدعم الفني) موبايل / واتساب: 01555343797 (+2)

ترسل الأبحاث من خلال موقع المجلة على بنك المعرفة المصري: www.mercj.journals.ekb.eg

ولن يلتفت إلى الأبحاث المرسله عن طريق آخر



## الرؤية

السعي لتحقيق الريادة في النشر العلمي المتميز في المحتوى والمضمون والتأثير والمرجعية في مجالات منطقة الشرق الأوسط وأقطاره .

## الرسالة

نشر البحوث العلمية الأصيلة والرصينة والمبتكرة في مجالات الشرق الأوسط وأقطاره في مجالات اختصاص المجلة وفق المعايير والقواعد المهنية العالمية المعمول بها في المجالات المُحكَّمة دولياً.

## الأهداف

- نشر البحوث العلمية الأصيلة والرصينة والمبتكرة .
- إتاحة المجال أمام العلماء والباحثين في مجالات اختصاص المجلة في التاريخ والجغرافيا والسياسة والاقتصاد والاجتماع والقانون وعلم النفس واللغة العربية وآدابها واللغة الانجليزية وآدابها ، على المستوى المحلى والإقليمي والعالمي لنشر بحوثهم وإنتاجهم العلمي .
- نشر أبحاث كبار الأساتذة وأبحاث الترقية للسادة الأساتذة المساعدين والسادة المدرسين بمختلف الجامعات المصرية والعربية والأجنبية .
- تشجيع ونشر مختلف البحوث المتعلقة بالدراسات المستقبلية والشرق الأوسط وأقطاره .
- الإسهام في تنمية مجتمع المعرفة في مجالات اختصاص المجلة من خلال نشر البحوث العلمية الرصينة والتميزة .



## مجلة بحوث الشرق الأوسط

### - رئيس التحرير د. حاتم العبد

#### - الهيئة الاستشارية المصرية وفقاً لترتيب الهجائي:

- أ.د. إبراهيم عبد المنعم سلامة أبو العلا
- أ.د. أحمد الشربيني
- أ.د. أحمد رجب محمد علي رزق
- أ.د. السيد فليفل
- أ.د. إيمان محمد عبد المنعم عامر
- أ.د. أيمن فؤاد سيد
- أ.د. جمال شفيق أحمد عامر
- أ.د. حمدي عبد الرحمن
- أ.د. حنان كامل متولي
- أ.د. صالح حسن السلوت
- أ.د. عادل عبد الحافظ عثمان حمزة
- أ.د. عاصم الدسوقي
- أ.د. عبد الحميد شلبي
- أ.د. عفاف سيد صبره
- أ.د. عفيفي محمود إبراهيم
- أ.د. فتحي الشرقاوي
- أ.د. محمد الخزامي محمد عزيز
- أ.د. محمد السعيد أحمد
- ثواء / محمد عبد المقصود
- أ.د. محمد مؤنس عوض
- أ.د. مدحت محمد محمود أبو النصر
- أ.د. مصطفى محمد البغدادى
- أ.د. نبيل السيد الطوخي
- أ.د. نهى عثمان عبد اللطيف عزمي
- رئيس قسم التاريخ - كلية الآداب - جامعة الإسكندرية - مصر
- عميد كلية الآداب السابق - جامعة القاهرة - مصر
- عميد كلية الآثار - جامعة القاهرة - مصر
- عميد كلية الدراسات الأفريقية العليا الأسبق - جامعة القاهرة - مصر
- أستاذ التاريخ الحديث والمعاصر - كلية الآداب - جامعة القاهرة - مصر
- رئيس الجمعية المصرية للدراسات التاريخية - مصر
- كلية الدراسات العليا للطفولة - جامعة عين شمس - مصر
- عميد كلية الحقوق الأسبق - جامعة عين شمس - مصر
- (قائم بعمل) عميد كلية الآداب - جامعة عين شمس - مصر
- أستاذ التاريخ والحضارة - كلية اللغة العربية - فرع الزقازيق
- جامعة الأزهر - مصر
- عضو اللجنة العلمية الدائمة لترقية الأساتذة
- كلية الآداب - جامعة المنيا،
- ومقرر لجنة الترقيات بالمجلس الأعلى للجامعات - مصر
- عميد كلية الآداب الأسبق - جامعة حلوان - مصر
- كلية اللغة العربية بالمنصورة - جامعة الأزهر - مصر
- كلية الدراسات الإنسانية بنات بالقاهرة - جامعة الأزهر - مصر
- كلية الآداب - جامعة بنها - مصر
- نائب رئيس جامعة عين شمس الأسبق - مصر
- عميد كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية - جامعة الجلالة - مصر
- كلية التربية - جامعة عين شمس - مصر
- رئيس مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار بمجلس الوزراء - مصر
- كلية الآداب - جامعة عين شمس - مصر
- كلية الخدمة الاجتماعية - جامعة حلوان
- قطاع الخدمة الاجتماعية بالمجلس الأعلى للجامعات ورئيس لجنة ترقية الأساتذة
- كلية التربية - جامعة عين شمس - مصر
- رئيس قسم التاريخ - كلية الآداب - جامعة المنيا - مصر
- كلية السياحة والفنادق - جامعة مدينة السادات - مصر

- الهيئة الاستشارية العربية والدولية وفقاً للترتيب الهجائي:

- أ.د. إبراهيم خليل العلاف جامعة الموصل- العراق
- أ.د. إبراهيم محمد بن حمد المزيني كلية العلوم الاجتماعية - جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية- السعودية
- أ.د. أحمد الحسو جامعة مؤتة- الأردن
- أ.د. أحمد عمر الزيبي مركز الحسو للدراسات الكمية والتراثية - إنجلترا
- أ.د. عبد الله حميد العتابي جامعة الملك سعود- السعودية
- أ.د. عبد الله سعيد الغامدي الأمين العام لجمعية التاريخ والأثار التاريخية
- أ.د. فيصل عبد الله الكندري كلية التربية للبنات - جامعة بغداد - العراق
- أ.د. مجدي فارج جامعة أم القرى - السعودية
- أ.د. محمد بهجت قبيسي عضو مجلس كلية التاريخ، ومركز تحقيق التراث بمعهد المخطوطات
- أ.د. محمود صالح الكروي جامعة الكويت- الكويت
- أ.د. محمد بهجت قبيسي رئيس قسم الماجستير والدراسات العليا - جامعة تونس ١ - تونس
- أ.د. محمود صالح الكروي جامعة حلب- سوريا
- أ.د. محمود صالح الكروي كلية العلوم السياسية - جامعة بغداد- العراق

- *Prof. Dr. Albrecht Fuess* Center for near and Middle Eastem Studies, University of Marburg, Germany
- *Prof. Dr. Andrew J. Smyth* Southern Connecticut State University, USA
- *Prof. Dr. Graham Loud* University Of Leeds, UK
- *Prof. Dr. Jeanne Dubino* Appalachian State University, North Carolina, USA
- *Prof. Dr. Thomas Asbridge* Queen Mary University of London, UK
- *Prof. Ulrike Freitag* Institute of Islamic Studies, Belil Frie University, Germany

## شروط النشر بالمجلة

- تُعنى المجلة بنشر البحوث المهمة بمجالات العلوم الإنسانية والأدبية ؛
- يعتمد النشر على رأي اثنين من المحكمين المتخصصين ويتم التحكيم إلكترونياً ؛
- تقبل البحوث باللغة العربية أو بإحدى اللغات الأجنبية، وترسل إلى موقع المجلة على بنك المعرفة المصري ويرفق مع البحث ملف بيانات الباحث يحتوي على عنوان البحث باللغتين العربية والإنجليزية واسم الباحث والتايتل والانتماء المؤسسي باللغتين العربية والإنجليزية، ورقم واتساب، وإيميل الباحث الذي تم التسجيل به على موقع المجلة ؛
- يشار إلى أن الهوامش والمراجع في نهاية البحث وليست أسفل الصفحة ؛
- يكتب الباحث ملخص باللغة العربية واللغة الإنجليزية للبحث صفحة واحدة فقط لكل ملخص ؛
- بالنسبة للبحث باللغة العربية يكتب على برنامج "word" ونمط الخط باللغة العربية "Simplified Arabic" وحجم الخط 14 ولا يزيد عدد الأسطر في الصفحة الواحدة عن 25 سطر والهوامش والمراجع خط Simplified Arabic حجم الخط 12 ؛
- بالنسبة للبحث باللغة الإنجليزية يكتب على برنامج word ونمط الخط Times New Roman وحجم الخط 13 ولا يزيد عدد الأسطر عن 25 سطر في الصفحة الواحدة والهوامش والمراجع خط Times New Roman حجم الخط 11 ؛
- (Paper) مقياس الورق (B5) 17.6 × 25 سم، (Margins) الهوامش 2.3 سم يمينًا ويسارًا، 2 سم أعلى وأسفل الصفحة، ليصبح مقياس البحث فعلي (الكلام) 13×21 سم. (Layout) والنسق: (Header) الرأس 1.25 سم، (Footer) تذييل 2.5 سم ؛
- مواصفات الفقرة للبحث: بداية الفقرة First Line = 1.27 سم، قبل النص = 0.00، بعد النص = 0.00، تباعد قبل الفقرة = 6pt (تباع بعد الفقرة = 0pt)، تباعد الفقرات (مفرد single) ؛
- مواصفات الفقرة للهوامش والمراجع: يوضع الرقم بين قوسين هلاكي مثل: (1)، بداية الفقرة Hanging = 0.6 سم، قبل النص = 0.00، بعد النص = 0.00، تباعد قبل الفقرة = 0.00، تباعد بعد الفقرة = 0.00، تباعد الفقرات (مفرد single) ؛
- الجداول والأشكال: يتم وضع الجداول والأشكال إما في صفحات منفصلة أو وسط النص وفقًا لرؤية الباحث، على أن يكون عرض الجدول أو الشكل لا يزيد عن 13.5 سم بأي حال من الأحوال ؛
- يتم التحقق من صحة الإملاء على مسئولية الباحث لتفادي الأخطاء في المصطلحات الفنية ؛
- مدة التحكيم 15 يوم على الأكثر، مدة تعديل البحث بعد التحكيم 15 يوم على الأكثر ؛
- يخضع تسلسل نشر البحوث في أعداد المجلة حسب ما تراه هيئة التحرير من ضرورات علمية وفنية ؛
- المجلة غير ملزمة بإعادة البحوث إلى أصحابها سواء نشرت أم لم تنشر ؛
- تبرير البحوث عن آراء أصحابها وليس عن رأي رئيس التحرير وهيئة التحرير ؛
- رسوم التحكيم للمصريين 650 جنيه، ولغير المصريين 155 دولار ؛
- رسوم النشر للصفحة الواحدة للمصريين 25 جنيه، وغير المصريين 12 دولار ؛
- الباحث المصري يسدد الرسوم بالجنيه المصري (بالفيزا) بمقر المركز (المقيم بالقاهرة)، أو على حساب حكومي رقم : (9/450/80772/8) بنك مصر (المقيم خارج القاهرة) ؛
- الباحث غير المصري يسدد الرسوم بالدولار على حساب حكومي رقم : (EG71000100010000004082175917) (البنك العربي الأفريقي) ؛
- استلام إفادة قبول نشر البحث في خلال 15 يوم من تاريخ سداد رسوم النشر مع ضرورة رفع إيصالات السداد على موقع المجلة ؛
- المراسلات : توجه المراسلات الخاصة بالمجلة إلى: merc.director@asu.edu.eg
- السيد الدكتور/ مدير مركز بحوث الشرق الأوسط والدراسات المستقبلية، ورئيس تحرير المجلة جامعة عين شمس-العباسية- القاهرة - ج.م.ع (ص.ب 11566)
- للتواصل والاستفسار عن كل ما يخص الموقع : محمول / واتساب: 01555343797 (+2)
- (وحدة النشر merc.pub@asu.edu.eg) (وحدة الدعم الفني technical.support@asu.edu.eg)
- ترسل الأبحاث من خلال موقع المجلة على بنك المعرفة المصري: www.mercj.journals.ekb.eg
- ولن يلتفت إلى الأبحاث المرسله عن طريق آخر .

## محتويات العدد 99

- | الصفحة                         | عنوان البحث   |
|--------------------------------|---|
| <b>LEGAL STUDIES</b>           |   |
| الدراسات القانونية             |   |
| 34-3                           | 1. منازعة التنفيذ الدستورية.. معناها وخصائصها.....              |
|                                | محمد أحمد المهدي محمد المهدي                                    |
| 72-35                          | 2. القيمة القانونية للدليل الرقمي في الإثبات الجنائي .....      |
|                                | هبة علي زين عيدروس  |
| 126-73                         | 3. آثار التغيير للأوامر في العقود الإدارية.....                 |
|                                | أللى زىء راشء زابء الراشء                                       |
| <b>ARABIC LANGUAGE STUDIES</b> |   |
| دراسات اللغة العربية           |   |
| 164-129                        | 4. قضية تجديد الخطاب الءىنى فى كتاباء ءالء محمد ءالء .....      |
|                                | نءا رشاء  |
| 186-165                        | 5. الءناص فى الءطاب السرىءى عىء ءلى أبو الرىش (رواية «اللىل     |
|                                | الأبىض» نموذجًا).....   |
|                                | فوزىه زىء محمد الشىء أبو بكر                                    |
| <b>POLITICAL STUDIES</b>       |   |
| الدراساء السىاسىة              |   |
| 214-189                        | 6. مفهوء الصهىونىة الجءىءة فى الفكر الإسرائىلى المعاصر .....    |
|                                | مرام محروس مصطفى الوسىمى  |
| <b>SOCIAL STUDIES</b>          |   |
| دراساء اجءماعىة                |   |
| 250-217                        | 7. الءفاواء الطبقى للعمالة الوافءة فى ءولة الكوىء: «بعء مىءانى» |
|                                | فواز ءمءان روىشء ءمء العزمى                                     |
| 280-251                        | 8. إباء المكفوفىن .....   |
|                                | أءمء سىء أءمء   |

9. البرامج الاجتماعية في التلفزيون ودورها في زيادة الوعي لدى المرأة  
344-281 .....  
سلمى عبد الحميد عبد المقصود عوده

10. السياق الاجتماعي لجريمة القتل العمد دراسة سوسولوجية على  
426-347 عينة من نزلاء سجن وادي النطرون بالبحيرة.....  
أميرة عبدالعظيم فضل

دراسات المكتبات و المعلومات

## STUDIES OF LIBRARIES AND INFORMATION

11. المنظمات الدولية غير الحكومية «القطاع الثقافي».....  
450-429 .....  
ولاء محمد مصطفى مجاهد

## LINGUISTIC STUDIES

الدراسات اللغوية

12. 38-3 宗教的な感謝表現を中心に  
Analysis of thanking expressions in the Arabic  
language, Egyptian dialect «Religious Thanking  
expressions».....  
سلمى محمد عبدالجواد

## افتتاحية العدد 99

يسر مركز بحوث الشرق الأوسط والدراسات المستقبلية صدور العدد (99 - مايو 2024) من مجلة المركز «مجلة بحوث الشرق الأوسط». هذه المجلة العريقة التي مر على صدورها حوالي 50 عامًا في خدمة البحث العلمي، ويصدر هذا العدد وهو يحمل بين دافتيه عدة دراسات متخصصة: (دراسات قانونية، دراسات اللغة العربية، دراسات سياسية، الدراسات الاجتماعية، دراسات المكتبات والمعلومات ، دراسات لغوية) ويعد البحث العلمي **Scientific Research** حجر الزاوية والركيزة الأساسية في الارتقاء بالمجتمعات لكي تكون في مصاف الدول المتقدمة.

ولذا تُعتبر الجامعات أن البحث العلمي من أهم أولوياتها لكي تقود مسيرة التطوير والتحديث عن طريق البحث العلمي في المجالات كافة.

ولذا تهدف مجلة بحوث الشرق الأوسط إلى نشر البحوث العلمية الرصينة والمبتكرة في مختلف مجالات الآداب والعلوم الإنسانية واللغات التي تخدم المعرفة الإنسانية. والمجلة تطبق معايير النشر العلمي المعتمدة من بنك المعرفة المصري وأكاديمية البحث العلمي، مما جعل الباحثين يتسابقون من كافة الجامعات المصرية ومن الجامعات العربية للنشر في المجلة.

وتحرص المجلة على انتقاء الأبحاث العلمية الجادة والرصينة والمبتكرة للنشر في المجلة كإضافة للمكتبة العلمية وتكون دائمًا في مقدمة المجالات العلمية المماثلة. ولذا نعد بالاستمرارية من أجل مزيد من الإبداع والتميز العلمي.

والله من وراء القصد

رئيس التحرير

د. حاتم العبد





البرامج الاجتماعية في التلفزيون

ودورها في زيادة الوعي لدى المرأة

**Social programs on television and their role in  
increasing women's awareness**

سلمى عبد الحميد عبد المقصود عوده

قسم علم الاجتماع - كلية الآداب - جامعة عين شمس

**Salma Abdelhamid Abdelmaksoud Ouda**

Faculty of Arts - Department of Sociology - Ain Shams University

[salmatolan7@gmail.com](mailto:salmatolan7@gmail.com)

إشراف

د. رانيا رمزي حليم إلياس

مدرّس علم الاجتماع بقسم علم الاجتماع

كلية الآداب / جامعة عين شمس

أ.د. منى السيد حافظ عبد الرحمن

أستاذ علم الاجتماع بقسم علم الاجتماع

ومديرة التعليم المفتوح (سابقًا)

كلية الآداب / جامعة عين شمس



[www.mercj.journals.ekb.eg](http://www.mercj.journals.ekb.eg)





## الملخص:

يهتم البحث بتناول البرامج الاجتماعية للقضايا الاجتماعية في التلفزيون وتأثيرها على المجتمع بزيادة وعيه بشكل عام، وعلى المرأة بشكل خاص، من خلال ما تقدمه البرامج التلفزيونية، حيث تعددت وتنوعت هذه الموضوعات وأخذت أشكالاً مختلفة مروراً بآزمنة التاريخ التي تشهد على أن المرأة تحملت مسؤولية الأسرة والحفاظ على الأبناء، ومن خلال هذا البحث سيتم إلقاء الضوء على نوعية هذه المشاكل وكيفية زيادة وعيها للتصدي لها من قبل البرامج التلفزيونية التي تتناول هذه القضايا، وتتخلص المشكلة البحثية في قياس دور بعض البرامج الاجتماعية في التلفزيون المصري في زيادة وعي المشاهدين وخاصة المرأة ومدى التزامها بالأسس الإعلامية، وخاصة البرامج الأسرية والاجتماعية، وأهمية البحث تتلخص في بحث دور البرامج الاجتماعية التلفزيونية في زيادة وعي المرأة من خلال التزام البرامج بالأسس الإعلامية.

إلى جانب الصدق والموضوعية في نقل المعلومات وتجنب كافة الأسباب التي تؤدي إلى التأثير السلبي على جمهور المشاهدين، مع الحفاظ على المسؤولية الاجتماعية لما تقدمه بعض البرامج المختارة من قنوات التلفزيون، وهدف البحث التزام البرامج بالمعايير المهنية والأسس المنهجية في العديد من النواحي الاجتماعية والأخلاقية والقانونية وأيضاً التكنولوجية والفنية فيما تقدمه من محتوى يسعى إلى زيادة الوعي للمشاهد، وتدور تساؤلات البحث حول ما دور البرامج الاجتماعية في التلفزيون في زيادة الوعي لدى المرأة؟

منهج البحث هو المنهج العلمي نوع البحث وصفي، وأدوات جمع البيانات تتحدد في عمل صحيفة مقياس تقيس التزام البرامج الاجتماعية بالأسس الإعلامية، ومدى تأثير البرامج الاجتماعية في وعي المشاهدين وخاصة المرأة.



## Abstract:

The research is concerned with social programs dealing with social issues on television and their impact on society by increasing its awareness in general, and on women in particular, through What TV programs offer, as these topics have multiplied and varied and took different forms through the times of history that testify that women have assumed responsibility for the family and the preservation of children, and through this research, light will be shed on the quality of these problems and how to increase their awareness to address them by TV programs that deal with These issues, and the research problem is summarized in measuring the role of some social programs on Egyptian television in increasing the awareness of viewers, especially women, and the extent of their commitment to media foundations, especially family and social programs, and the importance of the research is summed up in examining the role of television social programs in increasing women's awareness through commitment Programs based on media.

In addition to honesty and objectivity in transmitting information and avoiding all causes that lead to a negative impact on the audience of viewers, while maintaining social responsibility for what some selected programs offer from TV channels, and the research objective is the programs' commitment to professional standards and methodological foundations in many social, ethical, legal and also technological aspects. And the artistic content that it offers seeks to increase awareness of the viewer, and the research questions revolve around what is the role of social programs on television in raising awareness among women?

The research method is the scientific method, the type of research is descriptive, and the data collection tools it is determined in the work of a newspaper a scale that measures the commitment of social programs to the media foundations, and the impact of social programs on the awareness of viewers, especially women.



## المقدمة

يمثل التلفزيون الزائر المقيم في كل منزل، وعليه يجب أن يحمل لمزوره النافع من الأفكار والمفاهيم والرؤى، وعلى قدر ما يحمله التلفزيون من منفعة يأتي قدر الترحاب بوجوده واستحسان مشاهدته والتفاعل مع ما يقدمه، ويُعد هذا التفاعل انعكاسًا صادقًا لتمييز ما يطرحه التلفزيون من خلال شاشاته. وعلى جانب آخر إذا افتقد حرص المشاهد على متابعته فذلك يعني أن ما يقدمه افتقد قدرًا من التميز وذهب بعيدًا عن الموضوعات التي تهم المشاهدين وتعال إعجابهم، ويصبح لزامًا على القائمين على هذه الأعمال أن يهتموا بمراجعتها للوقوف على نواحي القصور التي تتطلب المعالجة.

وفي بحثنا هذا، يقام اهتمامنا حول تناول البرامج الاجتماعية للقضايا الاجتماعية وعلى المرأة بشكل خاص، من خلال ما تقدمه البرامج التلفزيونية تهدف إلى زيادة الوعي، حيث تعددت وتنوعت هذه الموضوعات وأخذت أشكالًا مختلفة مرورًا بأزمة التاريخ التي تشهد على أن المرأة تحملت مسؤولية صيانة الأسرة والحفاظ على الأبناء ودعمهم بالأفكار السوية التي تساعد على التنشئة الصحية، ومن خلال هذا البحث سيتم إلقاء الضوء على نوعية هذه المشاكل وكيفية زيادة وعيها للتصدي لها من قبل البرامج التلفزيونية التي تتناول هذه القضايا.

لذا أصبح لزامًا على العاملين بالتلفزيون أن يكونوا ملمين بالثقافة العامة والاتجاهات الفكرية للمجتمع، حتى يمكنهم ذلك من تقديم محتوى يزيد من وعي المشاهد بشكل عام والمرأة بشكل خاص في مختلف المجالات التي تهمها، ذلك باعتبار التلفزيون قيادة فكرية وثقافية ومسئول عن الارتقاء بقيمة الفرد في المجتمع وزيادة وعيه؛ وبالتالي الارتقاء بالمجتمع بأسره، لذا يجب على التلفزيون أن يكون مستقبلاً قبل كونه مرسلًا، والاستقبال الجيد لقضايا المجتمع ومشاكله يتطلب قدرًا كبيرًا من المعرفة والقدرة على



التفاعل والتعاطي من خلال كوادره الإعلامية، وبالتناول الإعلامي لقضايا المرأة من هذا المنطلق يجب أن يراعى قدرة المشاهدين على الاستقبال والتأثر، فأى رسالة إعلامية تهدف إلى التأثير في المشاهد، وقضايا المرأة تخص كل مشاهدي التلفزيون، وذلك باعتبار المرأة نصف المجتمع والمسئولة عن النصف الآخر تربية وتنشئة وتوعية وتثقيف، ولا نبالغ إن قلنا إن مفتاح نهضة المجتمع يأتي من خلال المرأة، فهي صانعة المناخ الأسري، وهي مدرسة أينما حلت.

### أولاً: المشكلة البحثية:

اختلفت اتجاهات وآراء المشاهدين على الالتفاف حول شاشة التلفزيون المصري والاهتمام بمتابعة برامجه، وخاصة البرامج الأسرية والاجتماعية، وتُعتبر بعض البرامج الاجتماعية في التلفزيون المصري نتاجاً للعديد من مجالات الحياة، حيث تعكس - في كثير من الأحيان - سلوكيات الغالبية العظمى من فئات المجتمع، كما أنها تعرض القيم المتغيرة؛ التي تعكس التغيير الاجتماعي والتبادل الثقافي والمعرفي... وما إلى ذلك.

ومن ثمَّ فالبرامج ليست أداة للترفيه فحسب، وإنما هي من أهم أدوات زيادة الوعي في كافة نواحي الحياة، ومن المتوقع والمأمول أن تؤدي البرامج الاجتماعية دوراً مؤثراً بمشاركة المشاهد باهتماماته وبأحاسيسه المختلفة، وأفكاره، وخاصة البرامج الاجتماعية التي تمس المجتمع بكل تفاصيله.

### ثانياً: أهمية البحث:

تتمثل أهمية البحث في التزام هذه البرامج بمعايير مهنية وأسس منهجية في العديد من النواحي الاجتماعية والأخلاقية والقانونية وأيضاً التكنولوجية والفنية، إلى جانب الصدق والموضوعية في نقل المعلومات وتجنب كافة الأسباب التي تؤدي إلى



التأثير السلبي على جمهور المشاهدين، هذا التأثير يكون واضحًا في مستوى وعي المشاهد وأيضًا على المعرفة وعلى السلوك وعلى اتجاهات المشاهد أو حتى على نسبة المشاهدة لهذه البرامج، ذلك مع الحفاظ على المسؤولية الاجتماعية لما تقدمه بعض البرامج المختارة من قنوات التلفزيون، وهي على النحو التالي: (برنامج (سيدتي) القناة الأولى المصرية، برنامج (زينة، طعم البيوت) القناة الثانية، برنامج (استنونا) قناة لايف المتخصصة، برنامج (هي) قناة العائلة المتخصصة، برنامج (أمرهم شورى) قناة الثقافية المتخصصة)

وقد تم اختيار تلك البرامج لبعض الاعتبارات والتي منها أنها تناقش العديد من القضايا المجتمعية التي يهتم بها قطاعات عريضة من المجتمع المصري بصفة عامة والمرأة بصفة خاصة.

#### ثالثًا: أهداف البحث:

- تحديد الأسس الإعلامية لبعض البرامج الاجتماعية في التلفزيون المصري.
- بحث البرامج الاجتماعية في التلفزيون المصري التي تهتم بمناقشة القضايا الاجتماعية.
- استنتاج دور البرامج الاجتماعية في التلفزيون المصري في رفع وعي المرأة.

#### رابعًا: تساؤلات البحث:

تحدد تساؤلات البحث الراهن في عدة تساؤلات وهي:

- ما هي الاسس الإعلامية لبعض البرامج الاجتماعية في التلفزيون المصري؟
- : ما هي نسبة مشاهدة البرامج الاجتماعية في التلفزيون المصري التي تهتم بمناقشة القضايا؟



- كيف تزيد البرامج الاجتماعية من وعي المشاهد عامة والمرأة خاصة؟

### خامسًا: مناهج البحث وأدواته:

وتتحدد على النحو التالي:

- منهج البحث؛ هو المنهج العلمي.

- نوع البحث؛ هو بحث وصفي.

أدوات جمع البيانات وتتحدد فيما يلي:

### عمل صحيفة مقياس تضم الأهداف والأسئلة الآتية:

- ما هي الأسس الإعلامية لبعض البرامج الاجتماعية في التلفزيون المصري؟

- ما انعكاساتها على زيادة وعي المشاهد عامة، وعلى المرأة خاصة؟

### سادسًا: مفاهيم البحث.

#### 1- مفهوم التلفزيون

التعريف لغويًا: يشير (راضي، وسام. 2013: 141) إلى أن التلفزيون يتكون من مقطعين: المقطع الأول Tele ومعناه عن بعد والمقطع الثاني vision ومعناه الرؤية أي هو الرؤية عن بعد. (1)

ويعرفه قاموس المورد Television بأنه التلفاز أو التلفزيون أو جهاز تلفزيوني مستقبل. (2) (البلبكي، منير ورمزي، 2008: 1210)

وتعرفه (عبد التواب، غادة. 2020: 35) علميًا: هو طريقة إرسال واستقبال الصورة والصوت من مكان لآخر بواسطة الموجات الكهرومغناطيسية والأقمار





### الصناعية. (3)

ظهرت كلمة تلفزيون للمرة الأولى في يونيو عام 1907 في مجلة American، وكلمة Television مكونة من مقطعين ومعناه عن بعد وومعناه الرؤية أي هو الرؤية عن بعد، وبعد انتشاره كوسيلة جديدة أصبح المصطلح يستخدم للدلالة على كل ما يقدم بالصورة والصوت من برامج وأخبار ومواد منقولة عبر الإشارات الهوائية ويتم نقلها بالوسائل المختلفة (الأطباق - الأنظمة الرقمية والشفرات أو الهوائيات antennas، وتتنوع ما يتم نقله للمشاهد. (4) (حسن، سميرة. 2011، 1479)

كما يعرف التلفزيون اصطلاحاً بأنه: مؤسسة اجتماعية مكونة من مجموعة المصالح الإدارية والتقنية التي تضمن بث البرامج الإعلامية المصورة بواسطة الكهرباء، وعن بُعد باستخدام التقنيات الحديثة. (5) (عامر، عادل. 2016: 281)

ويؤكد (Fisher, M. J. 2-19) أن التلفزيون (TV) له تأثير كبير على المجتمع، فهو في أوائل القرن العشرين وسيلة ممكنة للتعليم والتواصل بين الأشخاص، وأصبح بحلول منتصف القرن وسيلة بث نابضة بالحياة، باستخدام نموذج البث الإذاعي لجلب الأخبار والترفيه للناس في جميع أنحاء العالم، ويتم استقبال إشارات التلفزيون الآن بعدة طرق: "عبر الأثير" عن طريق موجات الراديو الأرضية (البث التلفزيوني التقليدي) ؛ على طول الكابلات المحورية (تلفزيون الكابل) ؛ تنعكس من الأقمار الصناعية الموجودة في الأرض الثابتة. (6)

ويُعد التلفزيون جزءاً لا يتجزأ من الثقافة، حيث أصبح يُعتمد عليه في العملية التعليمية والترفيهية، ومن خلاله يمكن للناس أن يطلعوا على أخبار العالم، وبإمكانهم معرفة أحوال الطقس والأخبار الرياضية، وغيرها من الأمور التي جعلت من التلفزيون جزءاً مهماً في كل منزل، حيث أصبح من الصعب أن يستغني الإنسان عنه، فهو يقدم العديد من البرامج الترفيهية للأعمار جميعها على اختلافها، وهو مصدر للأخبار



## والإعلان لا غنى عنه. (سليمان القلشي، 106:2015)(7)

**المفهوم الإجمالي:** ترى الباحثة أن التلفزيون نافذة نتعرف من خلالها على أحداث الماضي عبر أزماته المتعاقبة والحاضر؛ وما يموج به من أحداث مجتمعية وعالمية، نستشرف من خلاله المستقبل والمأمول تحقيقه من غايات، فالتلفزيون له دور كبير وفعال في زيادة الوعي لدي الجمهور وخاصة المرأة، حيث ساهم في زيادة الوعي والتثقيف في الكثير من القضايا الاجتماعية، كما سعى إلى توفير البرامج الاجتماعية التلفزيونية المؤثرة على الجمهور المشاهد، حيث لعبت هذه البرامج دور في إحداث التأثيرات المطلوب في زيادة الوعي من خلال هذه البرامج، وذلك على اعتبار أن وسيلة التلفزيون من أكثر الوسائل الإعلامية تأثير على المتلقي.

وقد كان التلفزيون ثورة ونقله حضارية في عالم تكنولوجيا الإعلام والتواصل، تفتح أمام المشاهد نافذة لرؤية الأحداث المجتمعية والعالمية وقت حدوثها اختصاراً للمسافات والأزمنة، وكذا التعرف على ثقافات الشعوب وكيفية تعاطيهم مع أمور الحياة المختلفة لذا أصبح التلفزيون بالغ الأثر في تكوين شخصية ووجدان المشاهدين، حيث يقوم بدور الصديق الذي لا يُمل حديثه لكونه يملك أوجه وأطروحات متعددة عبر قنواته المختلفة، فضلاً عن أحاديثه التي تستهدف الشرائح المجتمعية والسنية المختلفة، فيعيش معها المشاهد ذكريات الطفولة وأحلامها الجميلة، وهكذا أصبح مشاهد التلفزيون لا يعاني العزلة فهو مشارك للعالم وأحداثه بمشاهدتها والتفاعل معها.

## 2- مفهوم البرامج:

مفهوم البرنامج لغويًا: يُعرف (مجمع اللغة العربية. 1994: 47) البرنامج في المعجم الوجيز لغةً: بأنه الخطة المرسومة لعمل ما. (8)

ويشير (زيد، عصام. 2020: 235) إلى أنه مجموعة من الأنشطة التي تعتمد



على بعضها البعض وموجهة لتحقيق غرض أو مجموعة من الأغراض عن طريق وضع خطة مهمة لتطوير أو تحسين شيء ما، ويعتبر البرنامج أيضًا استجابة منظمة ما لمشكلة اجتماعية. (9)

كما يعرفه (الصميدعي، محمود. 2014: 36) بأنه عبارة عن نقل كافة الأخبار والمواضيع كوسيلة تتوافر لها كل إمكانيات الوسائل الإعلامية، وتعتمد أساسًا على الصورة المرئية سواء كانت مباشرة أو مسجلة على أفلام وشرائط VTR، بتكوين وتشكيل يتخذ قالبًا واضحًا ليعالج جميع جوانبها وتتطور برامج التلفزيون باستمرار حيث نلاحظ أحيانًا جديدة وأشكال رمزية من آن لآخر، ولا تقف عند حد معين. (10)

### مفهوم البرامج الاجتماعية:

تعرف بأنها البرامج التي تتناول القضايا والمشكلات والأمور الاجتماعية التي تهتم المجتمع بصفة عامة لمناقشتها ووضع الحلول المناسبة لها، عن طريق عرض قضية أو مشكلة أو ظاهرة اجتماعية أو موضوع اجتماعي في صورة مرئية فنية، تقوم على الإفادة من إمكانيات الفن الإذاعي في إنماء الجانب الاجتماعي وتطويره والبحث عن أسباب المشكلات الاجتماعية لتفاديها أو المساهمة في التقليل منها. (11) (طاهري، لخضر، 2012، صفحة 99)

والبرامج الاجتماعية تتضمن حياة الناس اليومية والكثير من القضايا والمشكلات الاجتماعية التي تهتم شرائح واسعة من الجمهور وتشارك المشاهدين بأهم واجدد الأحداث الاجتماعية التي يعيشها المجتمع، وهي كثيرة ومتشعبة؛ فكم من قضايا اجتماعية تحتاج إلى معالجة توضح المفاهيم وتصحح المعتقدات الراسخة الخاطئة وتؤكد الصحيح منها. (12) (عبد الله محمود عدوي، 2016، صفحة 91)

كما تعرف بأنها البرامج التي تتناول في مضامينها ومحاورها عوامل التغيير



الإيجابي في البناء الاجتماعي وعوامل تماسك المجتمع، وتتناول الكثير من المشكلات الاجتماعية والنفسية التي يعيشها الفرد والأسرة في المجتمع مع مناقشة الأسباب التي قد تؤدي إلى حدوث التغير الاجتماعي في الحياة، مع مراعاة الفوارق الموجودة بين المجتمعات والخصوصية التي قد تواجه مجتمعًا دون غيره. (13) (بدور إبراهيم، 2019، صفحة 170)

### التعريف الإجرائي للبرامج الاجتماعية:

تري الباحثة: أن البرامج الاجتماعية الموجهة للمرأة هي البرامج التي تهدف إلى تهيئة بيئة اجتماعية مناسبة لإعداد امرأة لديها ما يكفي من الوعي اقتصادياً وسياسياً واجتماعياً، قادرة على القيام بأدوارها المختلفة داخل الأسرة والمجتمع، وتشارك بفاعليتها في بناء وتطور المجتمع من خلال توفير برامج متكاملة في القنوات المصرية الحكومية والخاصة، بما يضمن تنمية قدراتها، وتعزيز مشاركتها في مجالات الحياة كافة.

### معيار نجاح البرنامج التليفزيوني:

يشير (العبيدي، ناهض. 2014: 193) إلى أن المعيار الرئيس لقياس درجة نجاح البرنامج هو درجة تحقيقه للأهداف المحددة له في الشريحة المراد الاتصال بها (المستقبل)، بواسطة المعلومات التي تحتويها الرسالة، فكلما اقترب البرنامج من الوصول بأهدافه إلى مستواها الأعلى؛ فإن ذلك يعني أن البرنامج يقترب من مستويات النجاح العليا. (14)

أما المعايير الأخرى مثل استمرار البرنامج لدورات تلفزيونية كثيرة، أو متابعته من قبل أعداد كبيرة من المشاهدين، والتي تُعرف بواسطة الاستفتاءات أو الاتصال أو المشاركة في البرنامج، فإنها معايير قد تدل على النجاح ولكنها لا تحدد مستوى النجاح؛ لأن استمرار البرنامج عبر زمن طويل قد يعود إلى رغبات ومنافع شخصية، ليس للعلمية



دور فيها، وأن متابعة البرنامج من قبل أعداد كبيرة من المشاهدين قد يصاحبه جنوح البرنامج عن الأهداف المحددة له، بل أحياناً هناك برامج تحقق أهدافاً مخالفة للأهداف التي كانت مرجوة من عملية إنتاجها. (15) (محمود، فاروق ناجي. 2007: 24)

وترى الباحثة أنه في الآونة الأخيرة ومن خلال ما يُطرح من مواضيع يتضح أن برامج التلفزيون تحتاج إلى مزيد من الجهد في دعم مضمونها بالأفكار والرؤى والموضوعية والمصادقية لتحقيق الهدف في المشاركة الإيجابية لمن يتابعها، بالإضافة إلى أهمية مراجعة الأفكار المتعلقة بقضايا المرأة ومشاكلها، وعلى سبيل المثال نذكر مشكلة الطلاق وما يترتب عليها، والتي تتطلب الاستعانة بأساتذة في علم الاجتماع مثلاً لإبداء الرأي العلمي في معالجة هذه المشكلة، وأيضاً مشاكل الختان وزواج القاصرات وعمل المرأة.

### 3- مفهوم الدور:

يُعد مصطلح الدور (Role) من أكثر المصطلحات غموضاً، ولاسيما أنه يمكن أن يُفهم بأكثر من معنى واحد؛ ويرجع ذلك إلى التنوع الكبير في مجالات استخدامه، فالمصطلح لا يرتبط بمجال معين دون الآخر، وقد تطرق إليه الباحثون في مختلف التخصصات أثناء بحثهم وتحليلهم للظواهر التي تدخل ضمن تخصصاتهم سواء كانت سياسية أو اجتماعية أو اقتصادية أو طبيعية. (16) (العبيدي، مثنى. 2014: 4)

مفهوم الدور لغة: الدَّورُ الطَّبَقَةُ من الشيء المُدار بعضُه فوق بعضه، والدَّورُ مهمَّة ووظيفة، والدَّور الاجتماعي هو السلوك المتوقع من الفرد في الجماعة، أو النمط الثقافي المحدد لسلوك الفرد الذي يشغل مكانةً معيَّنة. (17) (عمرو، مذكور. 2008: 308) ويؤكد (فاروق، صبحي. 2009: 4) أن مفهوم الدور يتغير من الزاوية التي



يتم بحثه منها، فالدور من زاوية البناء الاجتماعي هو وضع اجتماعي ترتبط به مجموعة من الخصائص الشخصية، ومجموعة من أوجه النشاط التي لها قيمة على مستوى الفرد والمجتمع، ويفهم الدور من زاوية التفاعل الاجتماعي أيضًا على أنه مجموعة من الأفعال المكتسبة يقوم بها ويؤديها شخص في موقع تفاعل اجتماعي تحدده الدوافع الذي يسعى الفرد إلى إرضائها من خلال القيام بتلك الأفعال، أما الدور من الزاوية الثقافية يفهم على إنه مجموعة من الأنماط المعيارية المرتبطة بمركز معين، والدور مركز حركي ذو علاقة واضحة بالمعايير السلوكية محوره الاتجاهات والقيم والسلوك الذي يحدده المجتمع بواسطة شغل مركز معين. (18)

### مفهوم دور التليفزيون:

ويشير (عبد الفتاح، علي. 2019: 8) إلى وضوح الدور الكبير والخطير الذي يستطيع التليفزيون أن يسهم به في تطوير المجتمع بشتى فئاته وقطاعاته، وحل مشكلاته، ومن ذلك ما يلي (19):

- وصل المواطن بكل ما يعنيه في المجالات التي تتصل باهتماماته المختلفة.
- نقل الخبرات وتنمية المهارات في مختلف مجالات النشاط الإنساني.
- معاونة قطاعات الخدمات المختلفة في تأدية رسالتها (مثل قطاع الصحة، وقطاع التعليم، والإنتاج... إلخ).
- الإسهام في حل مشكلات المجتمع بإلقاء الضوء عليها، والتوعية بها، واقتراح أفضل الحلول لمعالجتها.
- رفع مستوى الثقافة وتطوير الفكر العام للمجتمع.
- تكوين الرأي العام المستنير إزاء قضايا المجتمع الداخلية والخارجية من خلال توفير المعلومات الصحيحة والكافية، وعرض مختلف الآراء الواعية الصادقة...



إلخ.

#### المفهوم الإجرائي لدور الإعلام:

فتري الباحثة: ان دور الإعلام يتمثل في ما يقدمه للمشاهد من عمل يتميز بالموضوعية والمصدقية وحرية التعبير بالإضافة الي مناقشة ما يهم المشاهدين ويزيد من وعيهم مما يساعد في اكتسابهم القيم الاجتماعية، والاطلاع على ثقافات الشعوب المختلفة، فرغم تنوع وسائل الإعلام يبقى التلفزيون لة الدور الأساسي ضمن وسائل الإعلام في التأثير في المجتمع.

#### 4- مفهوم الوعي:

يعرف الوعي لغويًا: بأنه هو المعرفة والإدراك والاحتواء، فوعي الشيء وعيًا أي جمعه، ووعي الحديث أي فهمه وقبله وتدبره وحفظه، ووعيت الأذن أي سمعت، ووعي فلان أي انتبه من نومه، ووعي الشيء أي أخذه كله، ووعي اليتيم أي حافظ عليه، والوعي هو الشعور الظاهر في مقابل فقدان الوعي ووعي أي حفظ وفهم، الوعي في اللغة أيضًا هو الفهم وسلامة الإدراك يعني حفظ الشيء وفهمه واستيعابه ثم العمل به وفلان أوعى من فلان أي أحفظ وأفهم منه. (20) (تركي، نجوى. 2016: 52)

ويعرف مفهوم الوعي في علم الاجتماع بأنه: هو إعادة إنتاج واستيعاب البشر للواقع الاجتماعي في شكل أفكار وتصورات ورؤى في مرحلة معينة من مراحل التطور التاريخي، فالوعي الاجتماعي هو الإحاطة بالواقع من قبل طبقة محددة أو فئة اجتماعية أو المجتمع بأسره، ويعرفه ماركس الوعي ضمن إطار علم الاجتماع بأنه: "مجموع الأفكار والنظريات والآراء والمشاعر الاجتماعية والعادات والتقاليد التي توجد لدى الناس، والتي تعكس واقعهم الموضوعي، كما أكد ماركس أيضًا على أن الوعي الاجتماعي يتصف بخاصية الاستقلالية النسبية في تطوره. (21) (الأتربي، شريف.



(22 :2020)

مفهوم الوعي في الإعلام: الإعلام من أهم الأدوات التي تساهم في تثبيت القيم النبيلة وتعديل السلوك المنحرف، فنتيجة الإعلام التوعوي يكون إما بالقضاء على الظواهر السلبية وحلها نهائياً أو التقليل منها، هو ما يجعله ضرورة حتمية في كافة المجالات؛ لأن عملية التنمية والإصلاح لا يمكنها أن تتحقق على أرض الواقع دون إعلام توعوي هادف. (22) (شكركر، عبد السلام، 2019: 179)

### المفهوم الإجرائي للوعي:

ترى الباحثة أن الوعي هو حالة عقلية من خلالها يدرك الشخص ما يدور حوله من أحداث ومواقف يبني علي أساسها اتجاهاته وفكره وآرائه في المجتمع، وبما أن وسائل الإعلام وخاصة التلفزيون تعد من أهم وأقوى عناصر المجتمع تأثيراً في الوعي والفهم في شتى المجالات فهو يمارس دوراً مهماً في تنوير وتبصير عقول الناس، ويهدف إلى غرس وتنمية القيم الاجتماعية السليمة في نفوس الأفراد، ووضع حلول لمشكلات المجتمع، والعمل على بث الوعي الإعلامي التوعوي، وتصحيح المفاهيم الخاطئة.

### سابعاً: الأسس الإعلامية للبرامج الاجتماعية:

لتقديم الوعي الكامل والهادف للمشاهد، يجب أن يكون هناك أسس منهجية تقوم عليها البرامج الاجتماعية وهي (أسس اجتماعية وثقافية - أسس أخلاقية - أسس قانونية - أسس تكنولوجية)

لذا تُعد الأسس المنهجية لبرامج التلفزيون المصري في العصر الراهن من أهم الموضوعات التي تستحق البحث ؛ نظراً للتأثيرات الواضحة التي تتركها البرامج التلفزيونية على الأفراد والجماعات من خلال نظرياتها المتنوعة، وأصبحت هذه التأثيرات





المتنوعة أكثر وضوحًا وأشد خطورة لما لها من قدرة على تغيير موقف واتجاهات وسلوكيات الأشخاص، حيث تتعدد مجالات البرامج التلفزيونية وتحظى باهتمام بالغ من المشاهد.

### أ) الأسس الإعلامية الاجتماعية والثقافية.

في مستهل الحديث عن الأسس الاجتماعية أو الأبعاد الاجتماعية يجب مراعاة هوية المجتمع، وما يحكمه من ثقافات وعادات وتقاليد مع كافة شرائحه الاجتماعية، وللإعلام الحق في انتقاد هذه العادات والتقاليد، وتنقية المجتمع من مساوئها أو ترشيدها وتصويبها نحو الارتقاء بالسلوكيات التي تخدم المعاملات الإنسانية، وهذا هو دور الإعلام المستتير الذي يعمل على دعم الأفكار والمفاهيم مشاركةً منه في تنمية المجتمع وتطوره.

إن وسائل الإعلام تعمل على جذب الجمهور وتوجيهه باتجاهات معينة مخطط لها، ويأتي هذا التوجيه بمقدار ثقافة الجمهور في المجتمع ودرايته بالقضايا والأفكار والمعلومات، أما الإعلان فتكمن أهميته في ارتباطه المباشر بالجانب التجاري وقوانين العرض والطلب والحد الأقصى من الربح، إلى الدرجة التي تؤدي إلى خلق نموذج ثقافي استهلاكي عالمي، والذي بدوره قد يؤدي إلى تهديد الثقافات القومية من خلال بزوغ أنماط سلوكية وثقافية جديدة في المجتمع. (23) (عبد الفتاح، علي. 2014: 240).

ويوضح ( Nasir, M. 2014: 18 ) أن للإعلام تأثير اجتماعي وثقافي قوي على المجتمع، كما يمكنه أن يلعب دورًا فعالاً في إحداث تغيير إيجابي في المجتمع؛ نظرًا لقدرته الكامنة على الوصول إلى عدد أكبر من المشاهدين، فهو يستخدم على نطاق واسع لإيصال رسالة لبناء الرأي العام والوعي، ففي صنع الرأي العام لعبت وسائل الإعلام دائمًا دورًا قويًا، والأهم من ذلك في تلك الأوقات التي لم تكن فيها وسائل الإعلام الإلكترونية في أي مكان، حيث إن الإعلام والمجتمع مرتبطان بشكل أساسي



## ببعضهما البعض. (24)

ويري (الكريطي، حيدر. 2020: 138) أنه حينما يستفيد الفرد مما يقدم له في تلك الوسائل فإنه يصبح مواطناً صالحاً يحترم كل من حوله؛ وبالتالي يصلح حال المجتمع عبر ربطه بما تناقشه من قضايا اقتصادية واجتماعية وسياسية، ومن ثمَّ يعمل على زيادة أحمّة والتفاف المجتمع بوطنه وقيادته، وعليه تُعتبر وسائل الإعلام صوتاً لمن لا صوت له وتُمثّل رأي الشعب، ويُعدّ التلفزيون منبراً لتسويق الأفكار والآراء، ورافداً مهماً من روافد حرية الرأي والتعبير يقوم بدوره في المجتمع من أجل تنمية الرأي العام وتدعيم ركائزه. (25)

ويشير (بلملوي، بدر الدين. 2020: 99) إلى أن وسائل الإعلام والاتصال تلعب دوراً كبيراً في المحافظة على أصالة المجتمع وثقافته وأخلاقياته، لذا وجب على هذه المؤسسات وعلى الإعلاميين المشتغلين بها، حتى يقوموا بعملهم على أتم وجه الالتزام بمجموعة من الآداب، الضوابط، المبادئ، وقواعد السلوك المهني والتي يُطلق عليها أخلاقيات العمل الإعلامي، وتضمن هذه الأخلاقيات حقوق الإعلاميين العاملين في وسائل الإعلام المختلفة وأهمها حق الوصول إلى المعلومات، كما تضمن حق الجمهور في الحصول على معلومة صحيحة وذات مصداقية، وتنظم كذلك هذه الأخلاقيات علاقة الإعلامي بمؤسسته ودوره في المجتمع الذي ينتمي إليه من خلال إلزامه بالمسؤولية الاجتماعية أثناء أدائه لعمله. (26)

واستناداً لما سبق ترى الباحثة أنه أصبح على القائمين على التلفزيون والبرامج التلفزيونية أن يدركوا مدى أهمية دور التلفزيون في التنوير والفهم والمعرفة والارتقاء بالأفكار، وأن يعملوا في دأب للارتقاء بأدائه، لمواكبة التكنولوجيا الحديثة في مجال الإعلام وتطوير الرسالة الإعلامية في إطار المفاهيم الصحيحة لقضايا المجتمع وثقافته، واستهدافاً للارتقاء بدوره في صياغة العقول والأفكار والاهتمام بالنشء، وتنمية مداركهم



وغرس روح الانتماء في نفوسهم، ودعم قدرتهم على القيام بأدوارهم في النهوض بالأوطان والمشاركة في تقدمها.

## ب) الأسس الإعلامية الأخلاقية.

لكل مهنة أساسها الأخلاقي الخاص بها، والذي يحدد سلوك العاملين عليها ويضع خارطة طريق للعمل فيها وفقاً للقواعد والسلوك التي تُضبط في ميثاق شرف أو قانون المهنة الذي يكون الأساس في التعامل والمرجع الأساسي في عمل المهنة بالنسبة للعاملين، ووفقاً لهذه المعايير والأعراف تفتقد مهنة الإعلام في العالم لهذه المواثيق والقوانين المهنية التي يحاول المشرعون الإعلاميون التوصل إليها؛ وخاصة في ظل التطور الدائم لوسائل الإعلام والتواصل الاجتماعي في زمن الثورة التكنولوجية والمعلوماتية، والتي عكست نفسها على العمل الإعلامي بنمو وظهور الإعلام الإلكتروني في كافة المجتمعات والتي فرضتها مفاهيم العولمة.

وتمثل مسؤولية المؤسسات الإعلامية بشكل عام التوجه الأخلاقي لمجمل نشاطها (الالتزام بالمبادئ الإنسانية العامة؛ التقارير الصادقة؛ دقة المعلومات؛ احترام الآداب العامة والفردية؛ وتجنب أي شكل من أشكال التمييز؛ والحق في انتقاد الشخصيات العامة؛ والأحداث؛ وما شابه ذلك، من ناحية أخرى؛ يتم تحديد القواعد الداخلية ومبادئ البرامج التلفزيونية والعادات في إطار ممارسة المؤسسة الإعلامية، مع هذه القواعد؛ تحدد المؤسسة الإعلامية التزاماً ذاتياً أخلاقياً لسلوك ما، بطريقة مناسبة للوائح الرسمية الداخلية التي لها طابع أخلاقي أو للوائح غير الرسمية لتقافة المؤسسة نفسها، من ناحية أخرى؛ تخضع هذه المسؤولية للرقابة المؤسسية والرقابة الذاتية للمؤسسات الأخلاقية والهيئات الرقابية (جمعيات الإعلاميين ومجالس الإعلام والجمهور الناقد لوسائل الإعلام وما شابه)، بالإضافة إلى ذلك؛ يتم ترتيب شكل المسؤولية الأخلاقية من قبل معايير محددة للمهنة يتم وضعها مع قواعد أخلاقية خاصة تكتبها



كل مؤسسة معينة وكذلك مع الروح الراسخة للإعلام أي مهنة الإعلام. (Donev, 2017: 158)

إن أخلاقيات وسائل الإعلام هي الأخلاقيات التطبيقية التي تتعامل مع المبادئ الأخلاقية المحددة ومعايير وسائل الإعلام، بما في ذلك وسائل الإعلام المرئية والمسموعة والسينما والمسرح والفنون ووسائل الإعلام المطبوعة والإنترنت، ينصب التركيز على إعلام الجمهور وتثقيفه؛ وتسلية وإقناع الجمهور بالاعتقاد في جوهر الأخبار التي يتم بثها على التلفزيون، ومع ذلك؛ فإن التحديات التي تواجه البرنامج التلفزيوني أخلاقية، فالإعلاميون ليسوا مراقبين منفصلين بل مشاركين فعليين في المجتمعات، وهذا يعني أن السياسات تولد باستراتيجية إعلامية مدمجة في كل مرة يتم الإبلاغ عن الحقائق، فإنه يضيف إلى الفهم الجماعي الوعي بكيفية الإبلاغ عن حقائق مماثلة في المستقبل، ومن ثمَّ، فإن هذا الفهم يغير سلوك المشاهدين، وهذه هي حلقة التغذية الراجعة. (Nasir, M. 2014: 189). مرجع سابق.

ويؤكد (الدليمي، عبد الرازق. 2019: 8) أنه قد بدأ تدوين أخلاقيات العمل الإعلامي ومواثيق الشرف وقواعد السلوك المهنية للمرة الأولى في بداية العشرينات من هذا القرن، وهناك الآن أقل من ٥٠ دولة فقط من بين ٢٠٠ دولة في العالم لديها نظم متطورة في الاتصال الجماهيري ذات مواثيق لأخلاقيات المهنة تؤثر بشكل فعال على القائمين بالاتصال، أو تحمي التدفق الحر الإعلامي. (28)

كما يوضح (عبد الحميد، صلاح. 2013: 236) أن القيم الأخلاقية انعكاس للأسلوب الذي يفكر به الناس في سياق ثقافي معين وفي فترة زمنية محددة، فيلعب الإعلام دورًا مؤثرًا وإيجابيًا في تغيير سلوكيات مجتمعيه عديدة، توصل معها ممارسات وعادات حسنة، فالإعلام الإيجابي الواعي يمكنه عبر خطة مدروسة ومنظمة أن يجابه الكثير من العادات السلبية والموروثة، باعتبار الإعلام رسالة نبيلة ومسئولية أخلاقية،



ومن ثمَّ، فإنَّ الأمر يتطلب التوجه نحو الإصلاح، وطريق الإصلاح يبدأ من ذات كل فرد. (29)

فالمبادئ الأخلاقية وفق (النموذج الأنجلو الأمريكي) التي اتفق عليها ليست صالحة لكل المجتمعات، وفي ذلك تستوجب الضرورة من إنشاء علم (سوسيولوجيا أخلاقيات الإعلام) لكي يتطور علم أخلاقيات الإعلام؛ فإنه لا بد من السعي للتحرف من المفاهيم التي فرضتها الحضارة الغربية، ولا بد أن تتم بحث علم أخلاقيات الإعلام من آفاق ثقافية مختلفة فنحن نعيش في عالم متعدد الثقافات.

ويوضح (الدليمي، عبد الرازق. 2018) إلى أن من أهم المبادئ الأخلاقية في ممارسة مهنة الإعلام: (30)

- التنمية بأشكالها المختلفة في جميع المجالات.
- السلام الاجتماعي وحماية الاستقرار الاجتماعي.
- حق المواطن في المعرفة بالمفهوم الحديث.
- تعزيز حرية التعبير والإعلام والوصول إلى مصادر المعلومات الأساسية بحرية بهدف تعزيز الاستقرار والسلم الأهلي.
- عدم استخدام المنابر الإعلامية كوسائل للترويج أو للتشهير السياسي.
- حث الإعلاميين على مراقبة أدائهم بأنفسهم بعيداً عن الرقابة ودفعهم إلى الالتزام بمسؤولياتهم المهنية.
- توفير الشروط المناسبة التي تضمن للإعلاميين المزيد من الحرية والحصانة في ممارستهم المهنية.
- تنقية الممارسة الإعلامية من ثقافة العنف والتفتيت والتمييز.



• تعميم قواعد سلوكية في إدارة حق الاختلاف وتعميم أخلاقيات الحوار والتفاعل بين مكونات الحياة العامة الوطنية على قاعدة الاحترام المتبادل.

وترى الباحثة أن البرامج التلفزيونية من أهم الوسائل الإعلامية التي تلعب بكافة أشكالها دورًا كبيرًا في التأثير على القيم الأخلاقية للمجتمعات، كما سعت إلى رفع مستويات القيم الأخلاقية لدى معظم المجتمعات، بالإضافة إلى دورها الكبير في التأثير على الأفكار المتكونة لدى المشاهد وتصرفاته وأخلاقه، وعليه فإن البرامج التلفزيونية تسعى إلى تأثير اللاوعي في كافة أفراد المجتمع عن طريق إرسال مجموعة من الأفكار التي ترغب بطرحها، وبعدها تقوم بزراعتها في عقول المجتمعات، بحيث تكون هذه الأفكار مرتبطة بشكل وثيق في سلوكيات الحياة اليومية، بالإضافة إلى أنها تمتلك القدرة الكافية من استبدال كافة القيم الموجودة لدى المجتمع.

### (ج) الأسس القانونية:

الإعلام مهنة ورسالة تهتم بتحري الحقيقة والصدق والشفافية في نقل واقع الأحداث، وذلك في إطار من القواعد والأسس والقوانين التي تصون شرف المهنة وأمانة الكلمة، وعليه كان وضع ميثاق للشرف الإعلامي ضرورة حتمية لتنظيم هذا العمل في إطار ضوابط منظمة للأداء تُعلي من قيمة الكلمة وتحافظ على حقوق الغير، وهذا الميثاق والعهد يهدف إلى إثراء العمل الإعلامي ويُعلي من قدره وشأنه، ويزيده احترامًا ومصداقية.

ويشير (عبد البر، فاروق. 1998: 260) إلى أن الحكومات المختلفة تهتم بالجانب القانوني لوسائل الإعلام، لما يقدمه الإعلام من مادة إعلامية، وما تحمله من مضمون فكري أو علمي أو توجيهي أو حتى ترفيهي، وذلك من حيث التنظيم التشريعي للإعلام في دساتيرها أو قوانينها الداخلية الأخرى، ولم يغفل المجتمع الدولي أهمية



الإعلام ومنحه جزءًا ليس بضئيل من اهتماماته، وإيمانًا منه بأهمية وسائل الإعلام مؤكداً على ضرورة الحق في الإعلام والتعبير عن الرأي، مع التقيد ببعض التحفظات اللازمة لحماية حقوق الآخرين أو الأمن العام والآداب والأخلاق العامة، ولحرية الرأي والتعبير أهمية عظمى تتخطى كل تصوراتنا لفكرة الحرية، حيث إنها تمنح للفرد نطاقاً واسعاً في التعبير الحر عن فكره، إلا أن نطاق هذه الحرية مقيد بهذه الأسس والقوانين التي من أهمها عدم الإضرار بالغير. (31)

ويؤكد (دياب، وليد. 2019: 34) أن مواثيق الشرف الإعلامية أو مواثيق الأخلاقيات المهنية تُعد مكملة للحقوق والضمانات المكتوبة للإعلاميين، فهي تعكس وتحدد الضمانات والحقوق التي يتعين توفرها للمجتمع، أو للبيئة التي تمارس فيها العملية الإعلامية ذاتها، وهذه المواثيق تبلور المسؤوليات الأخلاقية أو الاجتماعية للإعلاميين حيال المجتمع الذي يعملون فيه، وتُبنى على أساس أن الإعلام - وإن كان حقاً للفرد أيضاً فهو حق للمجتمع، وتمثل مواثيق الشرف والأخلاقيات المهنية قواعد اختيارية والتزاماً ذاتياً للإعلاميين، وتُعد النقابات والتنظيمات مسؤولة عن تنفيذها ومراقبة مدى الالتزام بها باعتبار أن التنظيمات المهنية قد ضمنت لهم حقوقاً، وقد أوجبت عليهم التزامات ومسؤوليات حيال المجتمع. (32)

### ميثاق الشرف الإعلامي:

يشير (Sahoo, S. K., Dhir. S.B. 2019: 34) إلى أن كل مهنة تعمل وفقاً لقواعد سلوك معينة تطورت عبر سنوات من الممارسة بهدف تحسين معاييرها ومنع إساءة استخدامها وقبل كل شيء المساهمة في المجتمع والتنمية الاجتماعية، ويتطلب الإعلام بصفة عامة درجة عالية من ثقة الجمهور، ولكسب هذه الثقة والحفاظ عليها من الضروري أخلاقياً على كل إعلامي وكل وسيلة إعلامية مراعاة أعلى المعايير المهنية والأخلاقية، هذه المعايير أو المعروفة باسم مدونة الأخلاق المهنية ترشد مبادئ قواعد



السلوك للإعلامي في المواقف الصعبة، إنه بمثابة رفيق للإعلامي الممارس، ويوفر إرشادات أخلاقية يمكن من خلالها الحكم على الإعلاميين. ( 33 )

يشمل الميثاق جميع الإعلاميين في الإعلام المسموع والمرئي العام والخاص، ويقصد بالإعلامي ما نص عليه قانون نقابة الإعلاميين.

التزاماً بالدستور والقانون والمقومات الأساسية للمجتمع، وإيماناً بالحقوق الاتصالية التي أقرها الإعلام العالمي لحقوق الإنسان والمواثيق ذات الصلة، وحرصاً على احترام حرية الرأي والتعبير والحصول على المعلومات وتداولها، وحمايةً للمصالح الوطنية ودعمًا للسياسات الداخلية والخارجية للدولة، وإدراكاً لدور وسائل الإعلام في بناء وترسيخ ثقافة السلام وتعزيز التفاهم بين دول وشعوب العالم، نعلن نحن الإعلاميين التزامنا بمواد هذا الميثاق نصاً وروحاً، ونتعهد باحترام نصوصه في أدائنا المهني، وفي حالة الخروج عليه تتم المحاسبة طبقاً للإجراءات المحددة والمنصوص عليها في قانون نقابة الإعلاميين.

ومن أهم بنود ميثاق الشرف الإعلامي: (34)(الوقائع المصرية. 2017: 278)

- الالتزام بالدقة والأمانة والصدق وإسناد الأخبار والمعلومات إلى مصادرها الأصلية.
- الالتزام بالموضوعية في تناول، والتوازن في عرض وجهات النظر، وعدم تغليب المصالح الخاصة على الاعتبارات المهنية والوطنية.
- عدم تحريف ما يبث، وتجنب استغلال التقنيات والأساليب الفنية المختلفة في تضليل الجمهور.

(د) الأسس المنهجية في المجال التكنولوجي:





هناك علاقة مستمرة بين التكنولوجيا والإعلام، فقد كان للتقنيات الحديثة المستخدمة في الإعلام بالغ الأثر في إحداث تطور ونقله في طرق وأساليب الأداء الإعلامي؛ بالإضافة إلى إسهام التكنولوجيا الحديثة في التواصل مع مصادر الأخبار والمعلومات والتعرف على ثقافات الشعوب المختلفة.

وعلى جانب آخر، فقد وضعت التكنولوجيا تحديات كبيرة أمام الإعلام؛ وذلك لما أفرزته من تطور في عالم الاتصالات والتواصل الاجتماعي في عالم الإنترنت وما يحتويه من تقنيات، هذا التطور الذي ألزم التلفزيون بضرورة تطوير أدائه والارتقاء بمستوى ما يقدمه من أعمال؛ حتى لا يفقد الكثير من متابعيه ومشاهديه.

إن استخدام التقنيات التلفزيونية الحديثة يزيد من درجة المشاهدة في التلفزيون حيث جاء بدرجة مرتفعة على الأداة ككل، وعلى جميع المحاور؛ وخاصة محور البرامج، حيث احتل المرتبة الأولى، في حين بينت الأبحاث أن التلفزيون المصري لا يزال يستخدم التقنيات القديمة، فمن المؤكد وجود علاقة إيجابية بين التقنيات التلفزيونية الحديثة وبين زيادة الإقبال على مشاهدة البرامج. (35) (محمود العزة، مالك. 2020)

إن تكنولوجيا الإعلام الحديثة تشير إلى جميع أنواع التقنيات والأجهزة المستخدمة في نقل وتشغيل وتخزين المعلومات في شكل إلكتروني، وتشمل كل من استديوهات وكاميرات وإضاءة وأجهزة صوت وحواسيب ووسائل الاتصال وشبكات الربط، وغيرها من معدات تستخدم بشكل كبير في الاتصالات والإعلام. (36) (يحيوي، إبراهيم. 2019: 28) مرجع سابق.

وانطلاقاً مما سبق يُمكن القول بأن الأسس التكنولوجية والفنية تعتمد على خطوط وآليات من أهمها استخدام كل ما هو حديث من إمكانيات وأجهزة ومعدات لمواكبة التطور التكنولوجي السريع، مع ضرورة تطور الأفكار والقدرات الإبداعية لفرق العمل الذي تقع على عاتقه مسئولية صياغة الرسالة الإعلامية. فضلاً على الإمكانيات



الخاصة بالأسستوديوهات مثل الإضاءة والصوت والديكورات.... الخ.

ثامناً: الأبحاث السابقة.

تنقسم إلى محورين تبعاً لمتغيرات البحث وهما:

المحور الأول: أبحاث اهتمت ببحث البرامج الاجتماعية في التلفزيون التي تهتم بمناقشة المواضيع الاجتماعية وتناولها.

1- بحث بعنوان: (القيم الاجتماعية في البرامج التلفزيونية للأطفال بحث تحليلية على عينة من الأطفال بقطاع غزة). (منار توفيق أبو ظريفة، 2013)(37)

هدف البحث إلى التعرف على ما تحويه برامج الأطفال من إيجابيات وسلبيات، ومعرفة أنواع البرامج التي يُقبل عليها الأطفال، ومعرفة الفئة العمرية والطبقية للأطفال المشاهدين، ومعرفة مدى تأثير البرامج على سلوك الأطفال وإيحاءاتهم، اعتمدت البحث على المنهج الوصفي التحليلي، وتوصلت إلى أن هناك تقصيرات في بعض البرامج المقدمة للأطفال وأيضاً هناك فروق بين الذكور والإناث في استيعاب وتنفيذ محتويات البرامج من نصائح وسلوك مفيدة.

2- بحث بعنوان: (اتجاهات الأسرة الجزائرية نحو مشاهدة البرامج الاجتماعية في قناة الشروق، بحث مسحية على عينة من أسر بلدية حاسي بن عبد الله). (صندالي عبد اللطيف، 2017)(38)

هدفت البحث إلى التعرف على مدى تفاعل الأسر الجزائرية مع البرامج الاجتماعية في قناة الشروق، واستمدت هذه البحث أهميتها من تفاعل الأسر الجزائرية مع البرامج التلفزيونية والتي تُعد إحدى أهم العناصر الاتصالية، فبحث اتجاهات الأسر تساعد القائمين على البرامج الاجتماعية التعرف على حاجات الأسر ورغباتها ومقترحاتها، من خلال التفاعل الذي يقدمه القائمين على سير القناة من خلال الاتصال



المباشر أو بعث الرسائل القصيرة أو التواصل عبر الموقع الإلكتروني للقناة وهذا لتعزيز الإيجابيات وتقادي السلبيات، وتحدد تساؤل البحث في (ما دوافع الأسر الجزائرية لمشاهدة البرامج الاجتماعية لقناة الشروق، وماهي الإشباع التي تحققها منها؟)، كما استخدمت أداة المقياس غالبًا في الأبحاث المسحية المتعلقة بدراسات الجمهور، لذا اعتمدت البحث على المقياس كونها تعد أفضل أدوات البحث لدراسات الجمهور المسحية التي تهدف إلى مسح عينة من مجتمع البحث الكبير، كما توصلت إلى أن الاهتمام بتعميم البحث على كافة شرائح المجتمع لمعرفة تأثير القنوات الفضائية على اتجاهات الأسر الجزائرية.

3- بحث بعنوان: (البرامج الحوارية في التلفزيون المصري وعلاقتها بالحرية والمسؤولية الاجتماعية: بحث تحليلية). المقالة 15، المجلد 19، العدد التاسع عشر الجزء الأول - الرقم المسلسل للعدد 1، يوليو 2018، الصفحة 1-29، قسم الاجتماع - شعبة الاعلام - كلية البنات - جامعة عين شمس. (ميادة عبدالعال عبد العال، 2018)(39)

هدفت البحث إلى التعرف على حدود وأبعاد المسؤولية الاجتماعية للبرامج الحوارية في إطار نظرية المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام وخاصة التلفزيون، ومدى تقديمها لمعالجة إعلامية موضوعية في عرضها للحقائق والمعلومات والآراء المختلفة، كما هدفت إلى معرفة أن الأبحاث التحليلية للبرامج الاجتماعية أوضحت أن وسائل الإعلام تقدم صورة متحيزة ضد هذه البرامج التي يحتاج المجتمع إلى تكوين صور ذهنية صحيحة حيالها، لتسهم في عملية التنمية المتكاملة، وتزداد الخطورة عندما نجد الإقبال على متابعة المواد الدرامية كالأفلام العربية أو الأجنبية والمبدجة والتمثيلات الإذاعية والتلفزيونية وخاصة بعد انتشار القنوات الفضائية، وتحدد تساؤل البحث في (ما هي نوعية الموضوعات والقضايا التي تتناولها هذه البرامج، والجوانب المهنية



والأخلاقية التي تعكسها تلك البرامج؟)، وقد تم استطلاع رأي (25) من الخبراء والأكاديميين، أمكن من خلالها تحديد الأسس والمعايير التي يجب أن تحكم المقدم والمعد والضيوف في البرامج الحوارية، وذلك عن طريق المقابلة الشخصية بالخبراء والأكاديميين أصحاب الخبرة والصلة من كليات التربية والإعلام ومن المهنيين بالقطاعين الإعلامي والتعليمي، وقد أظهرت البحث أن البرامج الحوارية في التلفزيون المصري وعلاقتها بالحرية والمسئولية الاجتماعية اهتمت بمعرفة مدى التزام البرامج الحوارية بمبادئ الحرية والمسئولية الاجتماعية، ومدى رضا المبحوثين عن أداء القائم بالاتصال، وأسباب متابعة البرامج الحوارية، ومعرفة تأثير المتغيرات الديموغرافية المتعلقة بذلك.

#### 4- بحث بعنوان: (استخدام وسائل الإعلام والقيم الإنسانية).

(40) (2014 Besley John C,)

يكشف هذا البحث عن العلاقات بين قيم الأفراد والتعرض لوسائل الإعلام من (صحف وتلفزيون ورايو وانترنت) وذلك بهدف متابعة الأخبار والتسلية، وذلك من خلال استخدام أداة المقابلة الشخصية، وذلك في إطار منهج المسح، بالتطبيق على نحو (12) دولة أوروبية، وتشمل النمسا وبلجيكا وسويسرا وألمانيا والدنمارك ولوكسمبورج، والمملكة المتحدة وفنلندا وإيرلندا وهولندا والنرويج والسويد)، وتوصل البحث إلى وجود علاقة بين التعرض لوسائل الإعلام وخاصة التلفزيون، من أجل التسلية وتوجهات القيم لدى الأفراد محور البحث.

#### 5- بعنوان: (اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو البرامج الاجتماعية في قناة الشروق

(TV) (مريم حفصي، 2019) (41)

هدف البحث إلى معرفة اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو برنامج خط أحمر في قناة الشروق TV، ومعرفة عادات ودوافع مشاهدة برنامج خط أحمر في قناة الشروق



TV، واستمد البحث أهميتها كونها تتناول أهم المواضيع الإعلامية على قناة الشروق من خلال برنامج خط أحمر الذي يبث المضامين والقيم التي يحاول نشرها، وذلك أن القيم جزء لا يتجزأ من الإطار الحضاري والثقافي في المجتمع؛ لأن القيم ماهي إلا انعكاس للأسلوب الذي يفكر به الأشخاص في ثقافة معينة في فترة معينة، حيث يلعب برنامج خط أحمر دورًا كبيرًا في تغيير السلوكيات والمواقف والأوضاع بشكل عام، وطريقة معالجته للقضايا والمشاكل التي تحدث في المجتمع، وعرضها للمشاهد بالصوت والصورة ومحاولة إيجاد الحلول المناسبة، كما تحدد تساؤل البحث في (هل استطاع برنامج خط أحمر معالجة القضايا والموضوعات المتناولة، وماهي وجهة نظر هؤلاء حسب أسلوب العرض؟)، ومعرفة برنامج خط أحمر هل استطاع معالجة القضايا والموضوعات المتناولة ووجهة نظر هؤلاء حول أسلوب العرض، ولبحث موضوع اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو البرامج الاجتماعية المقدمة في برنامج خط أحمر على قناة الشروق TV اعتمد البحث على المنهج الوصفي الذي يُعد الأنسب لمثل هذه الأبحاث، والهدف من استخدامه هو وصف الظاهرة محل البحث ومحاولة تسليط الضوء عليها وتوضيحها بشكل دقيق، وتوصل البحث إلى أن التركيز على القيم في إطارها الديني والاخلاقي من خلال برامج متخصصة، والاهتمام بوضع الأسرة بصفة عامة والشباب بصفة خاصة.

## 6- بحث بعنوان: (قضايا المرأة العربية في البرامج التلفزيونية: بحث تحليلية لبرنامج كلام نواعم على قناة MBC1). (لامية جرمان، 2017)(42)

هدف البحث إلى معرفة كيفية تناول قناة MBC1 قضايا المرأة العربية من خلال برنامج "كلام نواعم"، انطلاقاً من إنه يُعنى بمعظم المواضيع التي لها علاقة بها، بهدف تعريف الجمهور بأهم المشاكل التي يمكن أن تقف في وجه المرأة العربية ونجاحها، وتبرز أهمية البحث في ضوء تحديد أولويات وآليات التناول ومضامين



المعالجات، ومن ثمّ المساهمة في تحسين حالات التعامل مع المرأة كإنسان كامل الحقوق يمتلك إرادة اتخاذ القرار والمشاركة المتساوية في البناء المجتمعي، مع الأخذ بعين الاعتبار وبكل جدية القضايا المتعلقة بها، وتحدد تساؤل البحث في : ما هو الحجم الزمني المخصص لقضايا المرأة العربية في برنامج كلام نواعم على قناة MBC1؟، وقد استخدم البحث كلاً من الملاحظة بغير المشاركة وتحليل المضمون؛ كأداتين لجمع البيانات؛ لأنهما الأنسب لموضوع البحث، وتوصلت إلى أن المرأة أثبتت مكانتها وقدرتها على تحقيق التنمية الاجتماعية من خلال إنجازاتها المختلفة في ميادين متعددة، فهي تشكل محاور أساسية متعددة ظهرت من خلال الموضوع الخاص بهذا البحث.

## 7- بحث بعنوان: (واقع استخدام المرأة السعودية للبرامج الاجتماعية في القنوات الفضائية العربية) (بدور إبراهيم الرميزان، ٢٠١٩) (43)

هدف البحث إلى نشر المفاهيم الاجتماعية الجديدة كالحماية الاجتماعية والرعاية الاجتماعية، والتعريف بمفهوم العنف الأسري ومتطلبات التعامل معه، وتعزيز المكانة المجتمعية للمرأة السعودية، والاهتمام بالكفاءات، حيث برزت أهمية البحث من خلال تركيزها على البرامج الاجتماعية؛ والتي تلعب دوراً كبيراً في تغيير السلوكيات والمواقف والأوضاع الأسرية بشكل عام، وطريقة مناقشتها للقضايا والمشاكل التي تحدث في المجتمع وعرضها للمشاهد بالصورة والصوت ومحاولة إيجاد الحلول المناسبة، ويحدد تساؤل البحث في: ما نوعية البرامج الاجتماعية التي تشاهدها المرأة السعودية في القنوات الفضائية العربية؟، واعتمد هذا البحث على منهج المسح الإعلامي ومنهج تحليل المضمون، ويعد هذا البحث من البحوث الوصفية التي تستهدف تصوير وتحليل ووصف وتقرير خصائص ظاهرة معينة أو موقف معين أو مجموعة معينة؛ بهدف الحصول على معلومات كافية ودقيقة عنها، وتوصل البحث إلى ضرورة الاهتمام بالقضايا ومتابعتها والعمل على إيجاد حلول لها وليس الاكتفاء بعرضها فقط، حيث يجب على



مقدمي البرامج مراعاة التوازن بين الحرية المسئولة والحرية المطلقة في تناول الموضوعات، ويجب مراعاة الضوابط الأخلاقية أثناء تناول الموضوعات والفصل بين الرأي والالتزام بالحيادية عند تقديم البرامج.

**المحور الثاني: أبحاث تدور حول دور البرامج التلفزيونية...في رفع الوعي في مختلف القضايا الاجتماعية.**

**1- بحث بعنوان: (دور التلفزيون في عملية الإنماء الثقافي للمجتمع بحث تحليلية على عينة من سكان ولاية الخرطوم). بحث (حيدر علي يوسف البديري، 2005)(44)**

هدف البحث إلى الإجابة على عدة تساؤلات حول دور تلفزيون ولاية الخرطوم تجاه الثقافة العامة للولاية، حيث يستهدف الإعلام الثقافي جميع أوجه النشاط الثقافي، كما يستهدف جميع فئات الجماهير، ويعمل على إمداد زمني يمثل الماضي والحاضر والمستقبل، الأمر الذي يجعله ملماً بالقيم والمبادئ، واستخدم الباحث الملاحظة بإجراء مقابلات مع المسؤولين في تلفزيون السودان. وتوصل البحث إلى أن الإعلام السوداني وخاصة في الريف يقوم بدور مؤثر في التوعية العامة وخاصة في مجال التعليم والتنمية.

**2- بحث بعنوان: (البرامج الحوارية في التلفزيون المصري وعلاقتها بالوعي الاجتماعي لدي المراهقين). (علي محمد عبدالرحمن، 2011)(45)**

هدف البحث إلى التعرف على الأهمية التي تمنحها البرامج الحوارية لكل قضية من القضايا الاجتماعية التي تخص المراهقين، وتحدد موضوع البحث في وجود قدر كافٍ من الوعي الاجتماعي والذي يساعد علي تناول القضايا الاجتماعية، وإدراك كامل لهذه القضايا وجوانبها ومدى تأثيرها على المراهقين، كما تحدد تساؤل البحث فيما هي العلاقة بين تعرض المراهقين للبرامج الحوارية بالتلفزيون المصري والوعي



الاجتماعي لديهم تجاه قضاياهم الاجتماعية؟،

وتم استخدام استمارة مقياس علي عينة من طلاب المدارس الثانوي، واستمارة تحليل مضمون بعض البرامج، وتوصل البحث إلى اختلاف رغبات الجمهور المستهدف حسب مواعيد عرض البرامج.

### 3- بحث بعنوان: (دور البرامج الإعلامية في تشكيل الوعي الاجتماعي) (مليفة عرعور، 2014)(46)

هدف البحث إلى الحديث عن دور البرامج الإعلامية في تشكيل الوعي الاجتماعي، حيث يعاني المجتمع المعاصر الكثير من المشكلات التي تهدد وجوده واستقراره، وإحدى تلك المشكلات ظاهرة الإرهاب، وبالتالي، فهي واحدة من أكبر التحديات الراهنة التي تواجه العالم برمته والدول العربية، كونها ظاهرة تفتك بالأفراد والجماعات والمجتمعات والمؤسسات، فهي لا تستثني أحد نظرًا لكونها تؤثر على الأوضاع السياسية والاقتصادية والاجتماعية، ويؤدي إلى زعزعة الاستقرار الأمني وتأخر المسارات التنموية، واعتمد البحث على المنهج التحليلي، وذلك من خلال استخدام أداة تحليل المضمون لبعض القنوات الإعلامية، وتوصل البحث إلى أن حماية المجتمع ومؤسساته تنبثق من الدور التوعوي التي تقوم به وسائل الإعلام.

### 4- بحث بعنوان (دور التلفزيون في عملية التنشئة الاجتماعية للطفل من وجهة نظر أولياء الأمور) (سفيان مصطفى قسيبا، معز علي السريت، 2019)(47)

هدف البحث إلى معرفة دور التلفزيون في التنشئة الاجتماعية للطفل من وجهة نظر أولياء الأمور، إذ يلعب التلفزيون دورًا مهم في نقل المعلومات ونقل السلوكيات التربوية، وبتزايد اهتمام المربين الاجتماعيين بدور التلفزيون في التنشئة الاجتماعية، إذ يعتبر التلفزيون، وقد قام الباحثان بإلقاء الضوء على دور التلفزيون





داخل الأسرة؛ لأنه أصبح أساساً من أساسيات أي بيت، وتحددت مشكلة البحث في الإجابة عن سؤال: ما دور التلفزيون في عملية التنشئة الاجتماعية للطفل من وجهة نظر أولياء الأمور؟ بواقع عينة من أولياء الأمور داخل مدينة مصراتة الذين وزعت عليهم الاستمارة عدد 200 (داخل نطاق المدينة، واعتمد الباحثان في دراسته على منهج بحث الحالة الذي يستخدم للتركيز على ظاهرة معينة أو موضوع مع

في كافة جوانبه بهدف التعمق في كل الجزئيات المرتبطة بالتلفزيون وتأثيره على الأطفال ووقع اختيار الباحث على منهج بحث الحالة لغرض التعمق في موضوع البحث؛ لأنه لا يكتفي فيه بالوصف فقط. وخرج هذا البحث بجملة من النتائج أبرزها 1- لا يزال أولياء الأمور يشككون في دور التلفزيون في التربية- 2- يرى أولياء الأمور أن التلفزيون يقتصر على الترفيه أكثر من التربية. 3- أن أولياء الأمور يعرفون قوة التلفزيون على التأثير وخصوصاً في القيم.

##### 5- بحث بعنوان: (دور البرامج الحوارية في تعزيز حرية الرأي والتعبير) (هبه عيسى خطاطبه، 2020)(48)

هدف البحث إلى التعرف على مدى تأثير التعرض للبرامج الحوارية النهارية بالتلفزيون، ودوره في غرس الاتجاهات السلبية للعلاقات الشخصية، فيما بين الطلاب الأمريكيين والطلاب الدوليين، وذلك من خلال استخدام أداة المقياس بالتطبيق على عينة مكونة من (320) مفردة من الطلاب الأمريكيين، وتوصلت البحث إلى أن الطلاب الدوليين من خلال تعرضهم للبرامج الحوارية النهارية بالتلفزيون أكثر تأثراً بغرس الاتجاهات السلبية من الطلاب الأمريكيين. والمشاكل التي تحددهم من خلال تخصيص وسائل الإعلام لجميع أنواعها التوعوية من هذه الظاهرة.



## 6- بحث بعنوان: ( دور البرامج الصباحية في القنوات اللبنانية في معالجة القضايا الاجتماعية) (رزان ناجي سري الدين، 2021)(49)

أهمية هذه البحث تحاول التعرف إلى دور البرامج الصباحية الاجتماعية المختلفة التي تواجه المجتمع اللبناني، حيث سعت إلى تحقيق عدة أهداف، منها: رصد نوعية القضايا والموضوعات والتحقق من مدى التزامها بالجوانب المهنية والأخلاقية والكشف عن أساليب الإقناع المستخدمة

واعتمد البحث على النظرية البنائية الوظيفية، وسعت إلى الإجابة عن تساؤلات فرعية، هي: ما نوعية القضايا والموضوعات المجتمعية المعالجة في البرامج الصباحية عينة البحث؟، والهدف من معالجتها؟، ما مدى التزام البرامج الصباحية بالمعايير المهنية والأخلاقية؟، وطبيعة القيم الفردية والجماعية التي تتضمنها؟، وما هي أساليب الإقناع والقوالب الفنية المستخدمة في البرامج الصباحية؟، وما إذا كان هناك اختلاف بين البرامج عينة البحث في كيفية تناولها للقضايا المجتمعية؟ كذلك، اتبع البحث المنهج الوصفي باستخدام أداة تحليل المضمون لثلاثة برامج صباحية يومية في ثلاث قنوات لبنانية

## 7- بحث بعنوان: (دور تلفزيون أبو ظبي في التثقيف الصحي للمرأة الإماراتية: بحث ميدانية) (عنانة، عزام علي. ٢٠١٨)(50)

هدف البحث إلى معرفة مدى متابعة المرأة الإماراتية عينة البحث للبرامج الصحية في تلفزيون أبو ظبي، وحاول هذا البحث أن تسد النقص البحثي المتعلق بموضوع المرأة الإماراتية والتثقيف الصحي الإعلامي، مما يمكن اعتباره أساساً لدراسات لاحقة قد يقوم بها الباحث أو يقوم بها باحثون آخرون، ومعرفة الموضوعات الصحية التي تفضل المرأة الإماراتية مشاهدتها في تلفزيون أبو ظبي، وتحدد تساؤل البحث في: ما مدى مشاهدة المرأة الإماراتية للبرامج الصحية في تلفزيون أبو ظبي؟، واستخدم هذا



البحث منهج المسح الإعلامي، والذي يُعنى بمسح عينة من جمهور المرأة الإماراتية لتعرف الدور الذي يقوم به تلفزيون أبو ظبي في التنقيف الصحي للمرأة الإماراتية، وتوصل البحث إلى أن هناك إقبالاً من المرأة الإماراتية على مشاهدة تلفزيون أبو ظبي بمعدل أقل من ساعة وبمعدل ثلاث إلى أربع ساعات، بنسب متقاربة جداً حيث أُرجعت النسبة الأكبر من عينة البحث سبب مشاهدتها لتلفزيون أبو ظبي إلى أنه (يقدم برامج متنوعة في مجالات مختلفة).

### التعقيب على الأبحاث السابقة:

من خلال البحث في الأبحاث السابقة، يتضح أن كل باحث تناول قضية من القضايا المهمة حول دور الإعلام في المجتمع، وقد تنوعت أساليب التناول والطرح، وكذا الهدف من كل بحث، وباستعراض شكل ومضمون هذه الأبحاث نجد أنها تتوحد في هدفها؛ والذي يتمثل في التأكيد على أهمية التلفزيون والإعلام في تنمية المجتمع، ومع اختلاف الموضوعات التي تناولتها الأبحاث نجد أنها جميعاً دارت حول دور التلفزيون في عملية الإنماء الثقافي، وأيضاً دراسات أخرى لدور البرامج، فهناك الكثير من الأبحاث تدور حول برامج المرأة، وهذا يتفق مع بحثنا هذا، ولكننا نلقي الضوء على دور هذه البرامج في زيادة الوعي لدى المرأة.

### ثامناً: المنطلقات النظرية للبحث تتحدد على النحو التالي:

#### 1- نظرية المسؤولية الاجتماعية في الإعلام:

للتعرف على نظرية المسؤولية الاجتماعية ونشأتها يجدر بنا القول في البداية أن نتعرف على الفرق بين العلم والإعلام، وذلك كمدخل للتعرف على النظرية ونشأتها، فالعلم هو حصيلة اكتشافات العلماء المتخصصين للتعامل مع الظواهر الطبيعية والمشاكل الكونية والمشاكل الحياتية، والعلم علوم ونظريات تتطور عبر التاريخ وفقاً للحاجات والمتطلبات الحديثة، ويمتلك العلم تأثيره في أمور الحياة المختلفة، ونظريات العلم وافتراضاته يبحث عنها المهتمين بها ومتابعيها



## مفهوم المسؤولية الاجتماعية:

يشير (خير الله، هشام. 2010: 138) إلى أن نظرية المسؤولية الاجتماعية تُعد تعديلاً أو تكييفاً لمبادئ الحرية الإعلامية وتوجيهها لخدمة المجتمع، في إطار أخلاقيات الممارسة المهنية التي تجسد في النهاية أسلوباً للعمل والأداء يخدم حرية الفرد والمجتمع معاً، حيث تقوم على التوازن بين الحرية والمسؤولية من خلال إضافة مبدئين جديدين إلى مبادئ النظام الإعلامي الليبرالي، يتمثلان في ضرورة وجود التزام ذاتي من جانب الإعلاميين بمجموعة من المواثيق الأخلاقية، والتي تستهدف تحقيق التوازن بين حرية الإعلام ومصلحة المجتمع، ويضاف إلى ذلك الواجب الاجتماعي للإعلام الذي يتمثل في تقديم الأحداث الجارية وتقديم تفسير لها في إطار له معنى ودلالة، ولقد ظهرت في السنوات الأخيرة بعض التنظيمات الخاصة التي استهدفت تشجيع وسائل الإعلام على ممارسة دورها الاجتماعي بقدر من المسؤولية وبعيداً عن القوة والاحتكار، ومن هذه المنظمات المجتمع الأمريكي لمحري الصحف ASNE ومجتمع الصحفيين المحترفين SPI والاتحاد القومي للإذاعيين NAB واتحاد مديري أخبار الراديو والتلفزيون RTNAD. (51)

أكدت النظريات الخاصة بالعلاقة بين الفرد ووسائل الإعلام على أن تحديد هذه العلاقة ونتائجها يتحكم فيها الفرد إلى حد كبير، من خلال تأثير العوامل الاجتماعية والنفسية في تحديد دوافع الاستخدام وإدراك المعاني. (52) (بن روان، بلقاسم. 2007: 27)

ويوضح (محمد، محمد سيد. 1986: 216) أن أصحاب هذه النظرية يرون أن الحرية حق وواجب ومسؤولية في نفس الوقت، وأن على وسائل الإعلام في ظل هذه النظرية أن تخدم النظام السياسي القائم عن طريق الإعلام وعن طريق المناقشة الحرة المفتوحة في كافة المسائل التي تهم المجتمع، وعلى وسائل الإعلام تقع مسؤولية تنوير الجماهير بالحقائق والأرقام حتى تستطيع هذه الجماهير إصدار أحكام متزنة وصحيحة



على الأحداث العامة، وعليها أيضًا أن تراقب أعمال الحكومة والشركات والهيئات العامة صيانة لمصالح الأفراد والجماعات، وهذه هي المسؤولية التي تقع على وسائل الإعلام في ظل هذه النظرية إلى جانب الإعلان والترفيه. ( 53 )

## 2- نظرية الاستخدامات والإشباع:

نظرية الاستخدامات والإشباعات Uses and Gratification Theory أو كما تسمى (مدخل الاستخدام والإشباع) من نظريات التأثير غير المباشر التي تركز على استخدامات الجمهور لوسائل الإعلام، وتركز النظرية على العلاقة التفاعلية بين وسائل الإعلام والمجتمع.

يأخذ منظور الاستخدامات والإشباعات وجهة نظر المستخدم لوسائل الإعلام ويبحث في كيفية استخدام الناس لوسائل الإعلام والإشباعات التي يحققونها من استخدامهم لتلك الوسائل والإشباعات يبحث الاتصال الجماهيري بحث وظيفية منظمة. (Wimmer, R. D., & Dominick, J. R. 2013: 31) (54)

ويشير (Popova, A. L., Kanavtcev, M. 2021. pp. 374–380). إلى أن الباحثين اتجهوا إلى بحث ما يفعله الناس بوسائل الإعلام بدلًا من الاهتمام بما تفعله وسائل الإعلام بالجمهور، ولا يمكن من خلال أحد هذين الاتجاهين فهم مكانة وسائل الإعلام في حياة الناس، فهذه النظرية تسعى إلى تأكيد أن وسائل الإعلام ليست هي التي تحدد للجمهور الرسائل الإعلامية التي يجب أن يتلقاها، بل إن الجمهور نفسه يقرر ويحدد وسائل الإعلام التي يتعرض لها، فالجمهور يقرر طبيعة المضمون الذي يتعرض له داخل هذه الوسيلة. ( 55 )

## التعقيب على النظريات من خلال البحث:

بعد اطلاع الباحثة على تفسيرات العديد من الاتجاهات النظرية لكل من دور الإعلام في زيادة وعي المجتمع؛ انطلقت الدراسة الحالية -نظريًا من التوجه التفسيري



المتعدد. إذ وجدت أنها لا تتفق أو تختلف مع أي من الاتجاهات بشكل كلي، بل اختلفت واتفقت الباحثة مع مسلمات كل اتجاه حسب توجهها الأيديولوجي.

وقد رأت الباحثة؛ أن وسائل الإعلام -حسب نظرية المسؤولية الاجتماعية- متحررة من كل عناصر الإكراه، على الرغم أنها ليست متحررة من كل الضغوط، كما أنها حرة في تحقيق الأهداف المنوطة بها وهي حاجات المجتمع والعمل دائماً على زيادة وعيه. كما اتفقت الباحثة مع تناول نظرية المسؤولية الاجتماعية للقيم أو بشكل خاص للحد من الحرية المطلقة دون وعي أو مسؤولية، بضرورة وضع رقابة علي ما يقدمه وسائل الإعلام دون الحد من حرية الرأي والتعبير، واتفقت-أيضاً- مع اتجاه الدولة في التأكيد على دور لإعلام في زيادة الوعي.

كما اتفقت الباحثة مع نظرية المسؤولية الاجتماعية والتي تحذر من التدايعات الخطيرة لنظرية حرية الإعلام والتي كانت بلا حدود تلزمها بالحفاظ على القيم وهوية الدول وثقافتهم مما يؤدي إلى فقدان القيم الأخلاقية والاجتماعية والثقافية، أما عن نظرية المسؤولية الاجتماعية، فتتفق الباحثة معها في تأكيدها على ضرورة التزام بالأسس الإعلامية والتي تسعى إلى تقديم محتوى إعلامي صادق وواعي يزيد من وعي المشاهدين.

وعلى الجانب الآخر رأت الباحثة؛ أن نظرية الاستخدامات والإشباع التي تسعى إلى تأكيد أن وسائل الإعلام ليست هي التي تحدد للجمهور الرسائل الإعلامية التي يجب أن يتلقاها، بل إن الجمهور نفسه يقرر ويحدد ما يريد مشاهدته حسب اتجاهاته وأفكاره وما يحقق إشباعاته، كما اتفقت الباحثة مع اتجاه الفينومينولوجيا في نظرتها للفرد بأنه كائن واعٍ يتشكل سلوكه في إطار وعيه، وهو الذي يحدد ويقر ما يقوم باستخدامه ليحقق إشباعاته.

ومن هنا، فإن التوجه النظري للباحثة يعد اتجاهًا تكامليًا مكونًا من مجموعة مسلمات نظرية؛ اتفقت معها الباحثة من أكثر من اتجاه نظري مفسرة في ذلك لموضوع



بحثها الراهن، الأمر الذي يؤكد التسليم بأنه لا يوجد اتجاه نظري شامل لتفسير دور البرامج الاجتماعية بشكل خاص أو عن دور الإعلام في زيادة الوعي بشكل عام.

### التحليل الإحصائي للبحث

قامت الباحثة بتصميم استمارة لقياس وجهة نظر المبحوثين في بعض البرامج من قنوات التلفزيون المصري، ونسبة المشاهدة بشكل عام ودور هذه البرامج في زيادة وعي المشاهد، وقياس مدى مراعاة التلفزيون المصري للأسس الإعلامية من وجهة نظر المبحوثين؛ وذلك من خلال مجموعة من الأسئلة المغلقة المعتمدة على الأسس الفرعية الأربعة التي توصلت إليها الباحثة في صدر هذا البحث على مقياس ليكرت الخماسي، ثم قامت الباحثة بعمل الاختبارات الإحصائية اللازمة، والتأكد من مدى ثبات وصدق هذه الأسئلة، والمقاييس المقترحة وكانت النتائج كما يلي :-

#### أولاً : مواصفات العينة:

استخدمت الباحثة الأسلوب التقليدي في جمع بيانات للمقياس، حيث قامت بطباعة عدد 100 استمارة استطلاع رأي وقامت بتوزيعها بصورة عشوائية على المعارف والأصدقاء وزملاء العمل في الحضر والريف تم استرجاع عدد 56 استمارة منها، وتم استبعاد عدد ثمانية استمارات لعدم وجود بيانات كافية واستخدمت تكنولوجيا المعلومات في إنشاء نموذج للاستمارة على جوجل، وكانت كافة البيانات اللازمة، وتم تجميع عدد 354 استمارة ليكون إجمالي عدد الاستمارات 402 استمارة مكتملة البيانات وجاهزة للتحليل.

#### 1. التحليل الوصفي لعينة المبحوثين:

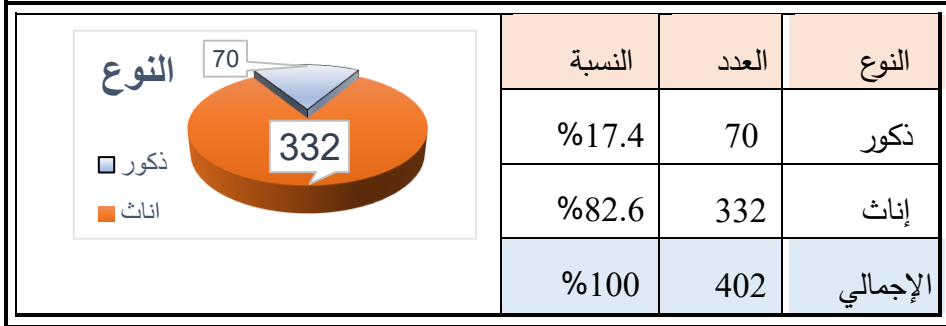
استخدمت الباحثة البيانات الشخصية للمبحوثين في مقدمة استمارة استطلاع الرأي للتعرف على نسب المشاهدة حسب السمات الديموجرافية المختلفة للمبحوثين



ورأيهم في البرامج المحددة حسب النظريات الأساسية المستخدمة في هذه الدراسة مثل الدوافع والإشباعات والأسس الإعلامية المختلفة، وكان توزيع المبحوثين كما يلي:-

### 1.1. توزيع المبحوثين حسب النوع

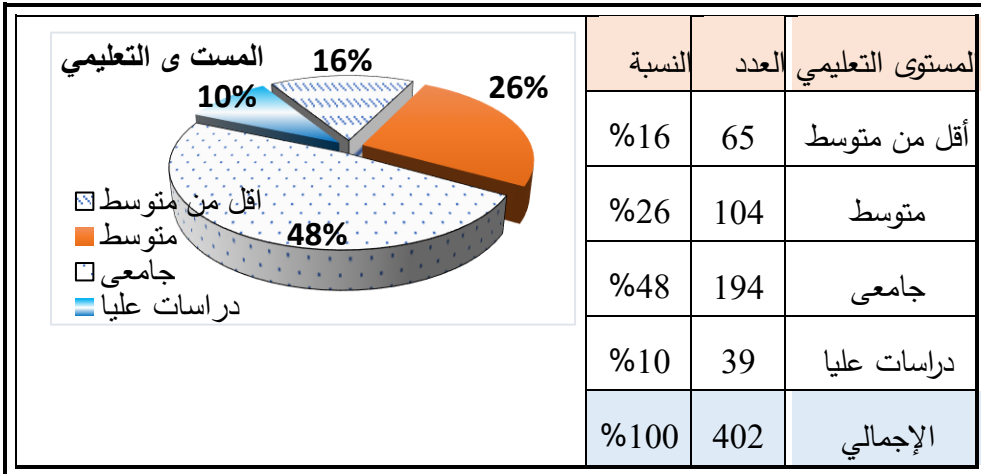
شكل رقم (1) توزيع المبحوثين حسب النوع



يوضح الشكل السابق ارتفاع نسبة المشاركين من الإناث عن الذكور

### 1.2. توزيع المبحوثين حسب المستوى التعليمي

شكل رقم (2) توزيع المبحوثين حسب المستوى التعليمي



يوضح الشكل السابق ارتفاع نسبة المشاركين من المؤهلات المتوسطة

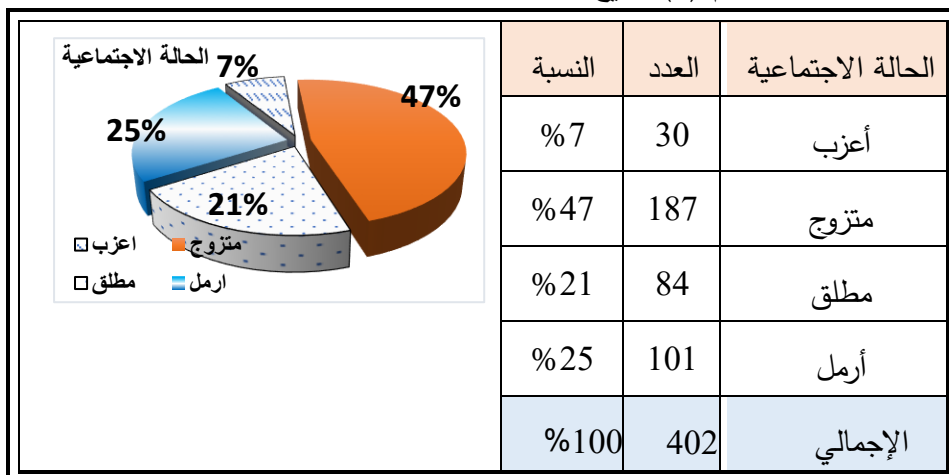




والجامعية عن المشاركين من المستوى التعليمي الأقل من المتوسط أو الدراسات العليا.

### 1.3. توزيع المبحوثين حسب الحالة الاجتماعية

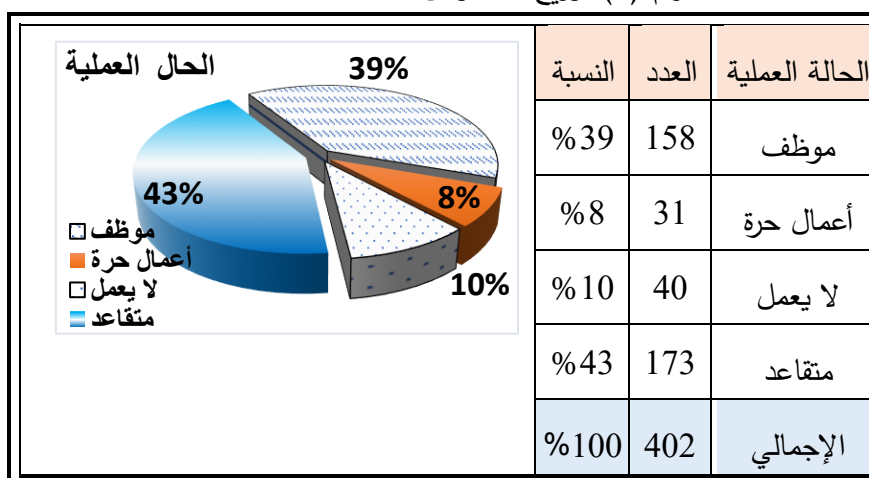
شكل رقم (3) توزيع المبحوثين حسب الحالة الاجتماعية



يوضح الشكل السابق ارتفاع نسبة المشاركين من المتزوجين من فئة الأعزب

### 1.4. توزيع المبحوثين حسب الحالة العملية

شكل رقم (4) توزيع المبحوثين حسب الحالة العملية

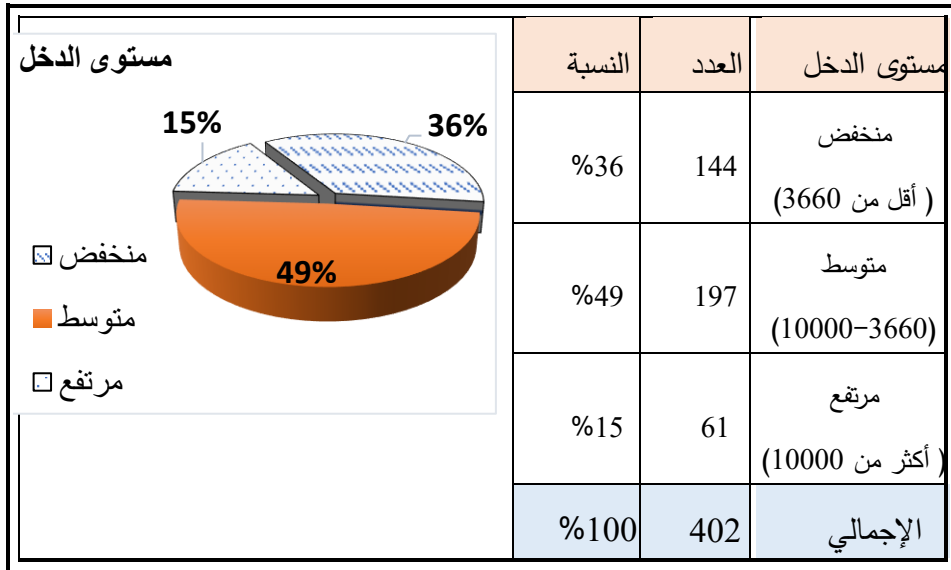




يوضح الشكل السابق ارتفاع نسبة المشاركين من المتقاعدين وأقلها نسبة مشاركة من فئة الذين لا يعملون.

### 1.5. توزيع المبحوثين حسب مستوى الدخل

شكل رقم (5) توزيع المبحوثين حسب مستوى الدخل

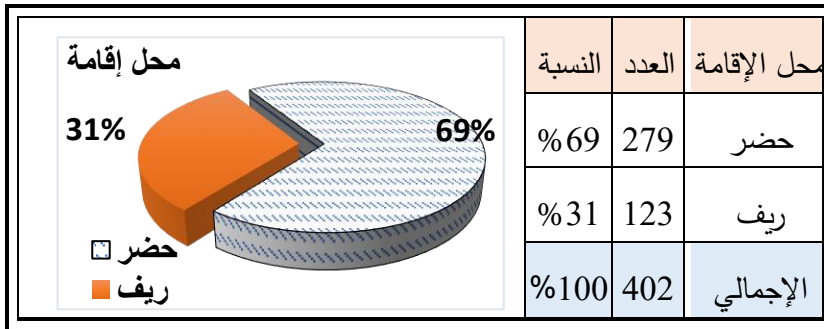


يوضح الشكل السابق ارتفاع نسبة المشاركين من ذوي الدخل المتوسط وأقل نسبة مشاركة من ذوي الدخل المرتفع.



## 1.6. توزيع المبحوثين حسب محل الإقامة

شكل رقم (5) توزيع المبحوثين حسب محل الإقامة



يوضح الشكل السابق ارتفاع نسبة المشاركين من الحضر عن الريف.

## 2. قياس مدى ثبات وصدق المقياس:

للتأكد من مدى ثبات أي استقرار المقياس وهو قدرته على إظهار نفس النتائج إذا ما تم إعادة الاختبار أكثر من مرة على نفس العينة ونفس الظروف، وذلك خلال فترات زمنية معينة، وأيضًا للتأكد من مدى صدق هذا المقياس أي مدى قدرته على قياس ما صمم لأجله فعلا وهو الجذر التربيعي لمعامل الثبات، لذلك تم إجراء اختبار الفا كرونباخ (Cronbach's Alpha) باستخدام البرنامج الإحصائي SPSS(V.28) وكانت نتائج الاختبار كما بالجدول التالي:

## قياس مدى ثبات وصدق المقياس:

للتأكد من مدى ثبات أي استقرار المقياس، وهو قدرته على إظهار نفس النتائج إذا ما تم إعادة الاختبار أكثر من مرة على نفس العينة ونفس الظروف وذلك خلال فترات زمنية معينة، وأيضًا للتأكد من مدى صدق هذا المقياس أي مدى قدرته على قياس ما صمم لأجله فعلا وهو الجذر التربيعي لمعامل الثبات، لذلك تم إجراء اختبار الفا كرونباخ (Cronbach's Alpha) باستخدام البرنامج الإحصائي SPSS(V.28)



وكانت نتائج الاختبار كما بالجدول التالي :

جدول رقم (1) اختبار ثبات المقياس

عدد الأسئلة	معامل Cronbach's Alpha
51	0.823

ويوضح الجدول السابق أن عدد أسئلة المقياس 51 سؤالاً ومعامل ألفا كرونباخ 0.823 ولما كانت قيمة المعامل بين 0.8، 0.9 فإن درجة ثبات المقياس جيدة أي أنه إذا ما تكرر هذا المقياس عدة مرات، فإنه سيعطى نفس النتائج لنفس العينة ونفس الظروف خلال فترة زمنية معينة، كما تم حساب درجة صدق المقياس وكانت 0.907 وهي درجة عالية من الصدق أي إنه يقين ما خصص لقياسه وبنفس الطريقة تم إجراء نفس الاختبار على جميع المحاور والمقاييس، وكانت النتائج كما بالجدول التالي:

جدول رقم (2) درجة ثبات وصدق أسئلة المحاور والمقاييس

المحور أو المقياس	عدد المتغيرات	درجة الثبات	درجة الصدق
المحور الأول: عادات مشاهدة قنوات التلفزيون المصري	15	0.932	0.966
المحور الثاني: تقييم أسباب مشاهدة البرامج الاجتماعية	20	0.939	0.969
المحور الثالث: تقييم العاملين في البرامج	16	0.881	0.939
الأسس المنهجية في المجال الاجتماعي والثقافي	9	0.898	0.948
الأسس المنهجية في المجال الأخلاقي	3	0.958	0.979
الأسس المنهجية في المجال القانوني	6	0.922	0.960
الأسس المنهجية في المجال التكنولوجي والفني	6	0.768	0.876
نظرية الاستخدامات والإشباع	8	0.841	0.917
نظرية المسؤولية الاجتماعية	6	0.820	0.905



يوضح الجدول السابق أن معامل ألفا كرونباخ لكل محاور المقياس تتراوح بين (0.717، 0.958) وهي معاملات مرتفعة، كما أن درجة الصدق لكافة المحاور والمقاييس تراوحت بين (0.847، 0.979)، وهي معاملات مرفعة، وهذا يدل على أن أداة الدراسة ذات ثبات كبير ودرجة مصداقية عالية مما يجعلنا على ثقة تامة بصحة المقياس وصلاحيته لتحليل وتفسير نتائج الدراسة واختبار فرضياتها.



## مناقشة نتائج المقياس:

### - تحديد الأسس الإعلامية لبعض البرامج الاجتماعية في التلفزيون المصري.

بعد قياس مدى ثبات وصدق المقاييس السابقة قامت الباحثة بتحليل نتائج

المقياس حسب كل مقياس وكانت هذه المقاييس كما بالجدول التالي :-

جدول رقم (3) التحليل الإحصائي لعناصر المقاييس المقترحة والأهمية النسبية لكل منها

الترتيب	الأهمية النسبية	الانحراف المعياري	التباين	المتوسط	رقم السؤال (المتغير)*	المقياس
1	%97.1	0.35	0.02	4.86	1	الإشباعات والاستخدامات
2	%71.5	1.19	0.06	3.57	2	
3	%63.1	0.53	0.03	3.16	3	
4	%41.7	1.02	0.05	2.09	4	
5	%39.75	0.90	0.05	1.99	5	
6	%37.8	0.93	0.05	1.89	6	
7	%35.5	0.93	0.05	1.78	7	
8	%33.6	0.87	0.04	1.68	8	
1	%44.13	0.99	0.05	2.21	9	المسئولية الاجتماعية
2	%43.58	0.85	0.04	2.18	10	
3	%41.74	0.77	0.04	2.09	11	
4	%39.95	0.78	0.04	2.00	12	
5	%38.01	1.02	0.05	1.90	13	
6	%37.01	0.87	0.04	1.85	14	
1	%60.00	1.02	0.05	3	15	الأسس الاجتماعية والثقافية
2	%47.60	1.03	0.05	2.38	16	
3	%42.60	0.99	0.05	2.13	17	



4	%42.00	1.13	0.06	2.1	18	
5	%41.60	0.98	0.05	2.08	19	
6	%40.00	1.01	0.05	2	20	
7	%39.80	0.96	0.05	1.99	21	
8	%35.60	0.9	0.04	1.78	22	
1	%54.00	0.87	0.04	2.7	23	
2	%44.20	0.99	0.05	2.21	24	
3	%40.60	0.9	0.04	2.03	25	
4	%34.60	0.86	0.04	1.73	26	
5	%54.00	0.87	0.04	2.7	27	
1	%91.60	0.64	0.03	4.58	28	الأسس القانونية
2	%65.80	0.7	0.03	3.29	29	
3	%52.40	0.76	0.04	2.62	30	
1	%64.40	0.93	0.05	3.22	31	الأسس الفنية والتكنولوجية
2	%64.40	0.81	0.04	3.22	32	
3	%62.00	1.02	0.05	3.1	33	
4	%56.60	0.7	0.03	2.83	34	
5	%45.40	0.77	0.04	2.27	35	
6	%39.60	0.73	0.04	1.98	36	

\* الأسئلة مرقمة كما يلي:-

1. أفضل متابعه منصات التواصل الاجتماعي عن هذه البرامج.
2. أرى أن هذه البرامج تفتقد للجانب الترفيهي.
3. أفضل متابعة البرامج الاجتماعية في القنوات الفضائية عن هذه البرامج في التلفزيون المصري.
4. أشعر بضياح وقتي عند مشاهدة هذه البرامج.



5. أتابع هذه البرنامج باستمرار لعدم وجود كثرة في الإعلانات.
6. لا تضيف هذه البرامج معلومات جديدة للمشاهد.
7. تحقق هذه البرامج التغطية المباشرة للأحداث الجارية.
8. لا تفيد هذه البرامج في العلاقات الأسرية وتنشئة الأبناء.
9. يحاول العاملين في هذه البرامج ربط محتوى البرنامج بالواقع.
10. يتمتع مقدمي هذه البرامج بخبرة ودراية كافية بما يعرضون.
11. يتمتع مقدمي هذه البرامج بمظهر مناسب على الشاشة.
12. تتناول هذه البرامج موضوعات متنوعة ومُتميزة.
13. يدير مقدمو هذه البرامج الحوار بشكل جيد وممتع.
14. اختيار الإعداد للضيوف في هذه البرامج مناسب للموضوعات المختارة.
15. لا تتناول هذه البرامج الموضوعات الاجتماعية كما ينبغي.
16. تنمي هذه البرامج الوعي الأسس الاجتماعية والثقافية في كثير من أمور الحياة.
17. تتميز هذه البرامج بنقلها لواقع الحياة في مصر.
18. تحقق هذه البرامج توعية فكرية وتنمية ثقافية لدى المشاهدين.
19. أثرت هذه البرامج في رأيي نحو الموضوعات الاجتماعية الموجودة في المجتمع.
20. تتيح هذه البرامج فرص للتعرف على ثقافات مجتمعات مختلفة.





21. تضيف هذه البرامج لديًا المزيد من معلومات المتنوعة.
  22. تهتم هذه البرامج بتوضيح دور المرأة في المجتمع.
  23. يتناسب محتوى هذه البرامج مع جميع أفراد الأسرة.
  24. أرى أن هذه البرامج تتميز بالمصداقية والموضوعية فيما تقدمه.
  25. تسهم هذه البرامج في دعم العلاقات الأسرية وتنشئة الأبناء.
  26. مضمون هذه البرامج يحترم عقول المشاهدين.
  27. يتناسب محتوى هذه البرامج مع جميع أفراد الأسرة.
  28. لا تمتلك هذه البرامج حرية في التعبير عن الآراء العامة.
  29. هذه البرامج لا تنطرق إلى المشكلات والقضايا الاجتماعية.
  30. تفتقر هذه البرامج لتحديث أسلوب طرح وتناول الموضوعات.
  31. تؤثر بعض المشاكل التقنية والفنية على جودة الصوت والصورة.
  32. اختيار مواعيد عرض البرامج مناسب.
  33. ألاحظ عدم وجود تطوير في شكل هذه البرامج منذ سنوات طويلة.
  34. تسلسل الفقرات في هذه البرامج يتم بشكل منطقي.
  35. شكل ديكورات هذه البرامج غير متطور وغير عصري.
  36. تفتقر هذه البرامج للدعاية والإعلان عنها.
- بحث البرامج الاجتماعية في التلفزيون المصري التي تهتم بمناقشة القضايا الاجتماعية.
- استنتاج دور البرامج الاجتماعية في التلفزيون المصري في رفع وعي المرأة.



## أولاً: آليات رفع الوعي: من خلال تحليل نتائج المقياس بالجدول التالي:

جدول رقم (4) التحليل الإحصائي لأسئلة آليات رفع الوعي والأهمية النسبية لكل منها

المتغير	المتوسط	التباين	الانحراف المعياري	الخطأ القياسي	الأهمية النسبية
تتناول هذه البرامج موضوعات متنوعة ومُتميزة.	2.00	0.04	0.78	0.61	%39.95
تضيف هذه البرامج لديًا المزيد من معلومات المتنوعة.	1.99	0.05	0.96	0.92	%39.8
أتابع هذه البرنامج باستمرار لعدم وجود كثره في الإعلانات.	1.99	0.05	0.90	0.82	%39.75
يدير مقدمي هذه البرامج الحوار بشكل جيد وممتع.	1.90	0.05	1.02	1.03	%38.01
اختيار الإعداد للضيوف في هذه البرامج مناسب للموضوعات المختارة.	1.85	0.04	0.87	0.76	%37.01
اختيار مواعيد عرض البرامج مناسب.	1.78	0.04	0.81	0.65	%35.67
تحقق هذه البرامج التغطية المباشرة للأحداث الجارية.	1.78	0.05	0.93	0.87	%35.5

ويتضح من الجدول السابق عدم القيام بآليات جيدة تمكن هذه البرامج من

تحقيق أهدافها، حيث يرى أكثر من 60% من المشاهدين عدم تحقق هذه الآليات



ثانيًا: مجالات رفع الوعي: من خلال تحليل نتائج المقياس بالجدول التالي:-

جدول رقم (5) التحليل الإحصائي لأسئلة مجالات رفع الوعي والأهمية النسبية لكل منها

المتغير	المتوسط	التباين	الانحراف المعياري	الخطأ القياسي	الأهمية النسبية
تتمي هذه البرامج الوعي في كثير من أمور الحياة.	2.38	0.05	1.03	1.05	47.6%
تحقق هذه البرامج توعية فكرية وتنمية ثقافية لدى المشاهدين.	2.10	0.06	1.13	1.27	41.94%
أثرت هذه البرامج في رأيي نحو الموضوعات الاجتماعية الموجودة في المجتمع.	2.08	0.05	0.98	0.95	41.6%
تسهم هذه البرامج في دعم العلاقات الأسرية وتنشئة الأبناء	2.03	0.04	0.90	0.80	40.7%
تتيح هذه البرامج فرص للتعرف على ثقافات مجتمعات مختلفة.	2.00	0.05	1.01	1.03	40.0%
تضيف هذه البرامج لديا المزيد من معلومات المتنوعة.	1.99	0.05	0.96	0.92	39.8%
تهتم هذه البرامج بتوضيح دور المرأة في المجتمع.	1.78	0.04	0.90	0.81	35.5%

ويتضح من الجدول السابق عدم تحقق دور البرامج الاجتماعية من رفع الوعي، حيث يرى أكثر من نصف المشاهدين ذلك.



## ثالثاً: أسباب عدم قيام البرامج الاجتماعية برفع الوعي: من خلال تحليل نتائج المقياس بالجدول التالي:-

جدول رقم (4) التحليل الإحصائي لأسئلة أسباب عدم رفع الوعي والأهمية النسبية

المتغير	المتوسط	التباين	الانحراف المعياري	الخطأ القياسي	الأهمية النسبية
لا تمتلك هذه البرامج حرية في التعبير عن الآراء العامة.	4.58	0.03	0.64	0.40	%91.6
أرى أن هذه البرامج تفتقد للجانب الترفيهي.	3.57	0.06	1.19	1.43	%71.5
هذه البرامج لا تتطرق إلى المشكلات والقضايا <b>ال</b> <b>ؤ</b> <b>ر</b> اجتماعية	3.29	0.03	0.70	0.49	%65.82
تؤثر بعض المشاكل التقنية والفنية على جودة الصوت والصورة.	3.22	0.05	0.93	0.87	%64.5
ألاحظ عدم وجود تطوير في شكل هذه البرامج منذ سنوات طويلة.	3.10	0.05	1.02	1.03	%62.0
تفتقر هذه البرامج لتحديث أسلوب طرح وتناول الموضوعات.	2.62	0.04	0.76	0.58	%52.49



تتكرر الموضوعات المختارة في هذه البرامج دون تجديد..	2.52	0.04	0.90	0.80	50.50%
شكل ديكورات هذه البرامج غير متطور وغير عصري.	2.27	0.04	0.77	0.59	45.47%
أشعر بضياح وقتي عند مشاهدة هذه البرامج.	2.09	0.05	1.02	1.05	41.7%
لا تتناول هذه البرامج الموضوعات الاجتماعية كما ينبغي.	2.00	0.05	1.02	1.04	40.1%
تفتقر هذه البرامج للدعاية والإعلان عنها.	1.98	0.04	0.73	0.53	39.65%
لا تضيف هذه البرامج معلومات جديدة للمشاهد	1.89	0.05	0.93	0.86	37.8%
لا تقيّد هذه البرامج في العلاقات الأسرية وتنشئة الأبناء.	1.68	0.04	0.87	0.76	33.6%

ويتضح من الجدول السابق ومن وجهة نظر أغلب المبحوثين أن أسباب عدم قيام البرامج الاجتماعية بدورها في رفع الوعي وعدم وجود حرية للتعبير عن الرأي العام وافتقادها للجانب الترفيهي وعدم تعرضها للمشكلات والقضايا الاجتماعية والمشكلات التقنية الخاصة بجودة الصوت والصورة وعدم تطوير الشكل والمضمون.



رابعاً: انعكاسات دور البرامج الاجتماعية في رفع وعي المرأة بصفة خاصة: من خلال اختبار مدى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في أسئلة مدى رفع البرامج الاجتماعية للوعي؛ وذلك من خلال الجدول التالي لتحليل التباين:-

المتغير	مصدر الاختلاف	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة F	مستوى الدلالة
تنمي هذه البرامج الوعي في كثير من أمور الحياة.	بين المجموعات	11.019	1	11.019	10.704	0.001
	داخل المجموعات	411.75	400	1.029		
	الإجمالي	422.769	401			
تحقق هذه البرامج توعية فكرية وتنمية ثقافية لدى المشاهدين.	بين المجموعات	22.618	1	22.618	18.516	001.>
	داخل المجموعات	488.599	400	1.221		
	الإجمالي	511.216	401			
أثرت هذه البرامج في رأيي نحو الموضوعات الاجتماعية الموجودة في المجتمع.	بين المجموعات	33.973	1	33.973	39.014	001.>
	داخل المجموعات	348.318	400	0.871		
	الإجمالي	382.291	401			



001.>	16.593	12.806	1	12.806	بين المجموعات	تسهم هذه البرامج في دعم العلاقات الأسرية وتنشئة الأبناء
		0.772	400	308.707	داخل المجموعات	
			401	321.512	الإجمالي	
0.015	5.954	6.057	1	6.057	بين المجموعات	تتيح هذه البرامج فرص للتعرف على ثقافات مجتمعات مختلفة.
		1.017	400	406.941	داخل المجموعات	
			401	412.998	الإجمالي	
0.089	2.898	2.654	1	2.654	بين المجموعات	تضيف هذه البرامج لدينا المزيد من معلومات متنوعة.
		0.916	400	366.284	داخل المجموعات	
			401	368.938	الإجمالي	
001.>	16.301	12.681	1	12.681	بين المجموعات	تهتم هذه البرامج بتوضيح دور المرأة في المجتمع.
		0.778	400	311.17	داخل المجموعات	
			401	323.851	الإجمالي	



ومن هذا الجدول يتضح وجود اختلاف بين الذكور والإناث في كافة الأسئلة الخاصة بالوعي فيما عدا السؤال الخاص بأن البرامج تضيف لدى المزيد من المعلومات ومن الجدول التالي تتضح هذه الفروق:

إناث			ذكور			النوع
التباين	الانحراف المعياري	المتوسط	التباين	الانحراف المعياري	المتوسط	
0.897	0.947	2.23	1.192	1.092	2.56	تتمي هذه البرامج الوعي في كثير من أمور الحياة.
1.077	1.038	1.88	1.398	1.182	2.36	تحقق هذه البرامج توعية فكرية وتنمية ثقافية لدى المشاهدين.
0.749	0.865	1.82	1.020	1.010	2.40	أثرت هذه البرامج في رأيي نحو الموضوعات الاجتماعية الموجودة في المجتمع.
0.711	0.843	1.87	0.846	0.920	2.23	تسهم هذه البرامج في دعم العلاقات الأسرية وتنشئة الأبناء
0.934	0.966	1.89	1.120	1.058	2.14	تتيح هذه البرامج فرص للتعرف على ثقافات مجتمعات مختلفة.
0.870	0.933	1.91	0.972	0.986	2.08	تضيف هذه البرامج لديا المزيد من معلومات متنوعة.
0.620	0.787	1.62	0.971	0.986	1.97	تهتم هذه البرامج بتوضيح دور المرأة في المجتمع.

يتضح من الجدول السابق زيادة متوسط إجابات المبحوثات عن المبحوثين مما يدل على قدرة هذه البرامج على رفع مستوى الوعي لدى الإناث بصورة أكبر من الذكور.





## مناقشة نتائج البحث في ضوء أهدافه والنظريات المفسرة والأبحاث السابقة

(1) مناقشة نتائج البحث في ضوء أهدافه وتساؤلاته، وذلك على النحو التالي:

- الهدف الأول: تحديد الأسس الإعلامية لبعض البرامج الاجتماعية في التلفزيون المصري.

- التساؤل الأول: ما هي الأسس الإعلامية لبعض البرامج الاجتماعية في التلفزيون المصري؟

وقد تم تحديدها خلال البحث في أربعة أسس إعلامية يجب على البرامج الالتزام بها وهي (الأسس الاجتماعية والثقافية، والأسس الأخلاقية، والأسس القانونية، والأسس التكنولوجية والفنية)

- الهدف الثاني: بحث البرامج الاجتماعية في التلفزيون المصري التي تهتم بمناقشة القضايا الاجتماعية.

- التساؤل الثاني: ما هي نسبة مشاهدة البرامج الاجتماعية في التلفزيون المصري التي تهتم بمناقشة القضايا؟

من خلال نتائج استمارة المقياس تبين أن نسبة مشاهدة برامج التلفزيون المصري ضعيفة جدًا؛ وذلك لعدم التزامها ببعض الأسس الإعلامية وأهمها الأسس التكنولوجية والفنية والتي تؤثر بشكل مباشر على جودة الصوت والصورة، يأتي بعد ذلك عدم التزامها أيضًا ببعض الأسس الاجتماعية، وذلك يتضح في تكرار المواضيع وعدم التجديد في محتوى البرامج، أما بالنسبة للأسس القانونية، فقد فرضت بعض القيود على العاملين على البرامج، حيث إن التلفزيون المصري غير مسموح له الحديث في كثير من المواضيع، وذلك عكس ما يريده المشاهد، مما أدى إلى بعد المشاهد عن شاشات التلفزيون المصري بنسبة كبيرة.



- الهدف الثالث: استنتاج دور البرامج الاجتماعية في التلفزيون المصري في رفع وعي المرأة.

- التساؤل الثالث: كيف تزيد البرامج الاجتماعية من وعي المشاهد عامة والمرأة خاصة؟ تبين ذلك في تناول البرامج الاجتماعية في التلفزيون المصري بعض المواضيع الاجتماعية التي تسهم في زيادة وعي المشاهدين وخاصة المرأة، بالإضافة إلى أن اختيار الإعداد للضيوف في هذه البرامج مناسب للموضوعات المختارة.

### مناقشة نتائج البحث في ضوء النظريات المفسرة له:

لقد تناول البحث الحالي نظريتين وهما (نظرية المسؤولية الاجتماعية، ونظرية الاستخدامات والإشباع) وسوف نعرض نتائج البحث الحالي من خلالهما:  
 أولاً: نظرية المسؤولية الاجتماعية والتي تُعد تعديلاً أو تكييفاً لمبادئ الحرية الإعلامية وتوجيهها لخدمة المجتمع، في إطار أخلاقيات الممارسة المهنية، والذي يتفق مع بحثنا هذا في التزام البرامج الاجتماعية ببعض الأسس الإعلامية والتي تتفق مع اتجاه نظرية المسؤولية الاجتماعية، أهمها المناقشة الحرة المفتوحة في كافة المسائل التي تهم المجتمع، في إطار الحفاظ على الأسس الإعلامية حتى تستطيع هذه البرامج من تحقيق هدفها التوعوي.

ثانياً: نظرية الاستخدامات والإشباع التي تسعى إلى تأكيد أن وسائل الإعلام ليست هي التي تحدد للجمهور الرسائل الإعلامية التي يجب أن يتلقاها، بل إن الجمهور نفسه يقرر ويحدد ما يريد مشاهدته حسب اتجاهاته وأفكاره وما يحقق إشباعه، وذلك يتفق مع البحث الحالي في ضرورة تطوير وتحديث شكل ومضمون البرامج بما يتفق مع رغبات المشاهد ويحقق إشباعه.

### (2) مناقشة نتائج البحث في ضوء الأبحاث السابقة:



قسمت الباحثة الدراسات السابقة التي لها علاقة بموضوع بحثها إلى محورين وهما على النحو التالي:

**المحور الأول:** ( أبحاث اهتمت ببحث البرامج الاجتماعية في التلفزيون التي تهتم بمناقشة المواضيع الاجتماعية وتناولها)

مثل بحث كل من منار توفيق أبو ظريفة، وميادة عبدالعال، ولامية جرمان، وبدور إبراهيم الرميزان، اتفقوا في نتائجهم على أن البرامج الاجتماعية في التلفزيون اهتمت بمعرفة مدى التزام البرامج بمبادئ الحرية والمسؤولية الاجتماعية والمصادقية ومدى رضا المبحوثين عن أداء القائم بالاتصال، ومراعاة الضوابط الأخلاقية أثناء تناول الموضوعات.

وهذا يتفق مع ما توصل إليه البحث الحالي، وهو مدى رضا المبحوثين عن برامج التلفزيون المصري والتي تنعكس علي نسبة المشاهدة، والتي تبين أن نسبة مشاهدة برامج التلفزيون المصري ضعيفة جداً؛ وذلك لعدم التزامها ببعض الأسس الإعلامية والتي تؤثر بشكل مباشر على شكل ومضمون البرامج.

**المحور الثاني:** (أبحاث تدور حول دور البرامج التلفزيونية...في رفع الوعي في مختلف القضايا الاجتماعية)

مثل بحث كل من علي محمد عبدالرحمن، ومليكة عرعر اتفقا في نتائجهما إلى أن حماية المجتمع ومؤسساته تنبثق من الدور التوعوي التي تقوم به وسائل الإعلام وخاصة التلفزيون، وهذا يتف مع نتائج البحث الحالي، وهي تبين ذلك في تناول البرامج الاجتماعية في التلفزيون المصري بعض المواضيع الاجتماعية التي تسهم في زيادة وعي المشاهدين في كثير من المواضيع الاجتماعية.



### - استخلاصات البحث:

تبين من خلال البحث الحالي أن أسباب انخفاض نسبة مشاهدة برامج التلفزيون المصري والتي ينتج عنها عدم قدرة قيام البرامج الاجتماعية بالوصول إلى هدفها ودورها في رفع الوعي للمشاهدين، وهو عدم وجود حرية للتعبير عن الرأي العام وافتقارها للجانب الترفيهي وعدم تعرضها للمشكلات والقضايا الاجتماعية بالشكل الكافي الذي يرضي المشاهد وذلك بتكرار المواضيع وعدم التجديد بالإضافة إلى المشكلات التقنية الخاصة بجودة الصوت والصورة، وذلك ينتج عنه عدم تطوير الشكل والمضمون.

### - توصيات البحث:

من خلال النتائج السابقة توصلت الباحثة إلى ما يلي:-

- 1- إعطاء مساحة من الحرية لهذه البرامج في التعبير عن الآراء العامة وتناول كافة المواضيع في إطار المسؤولية الاجتماعية.
- 2- الاهتمام بشكل البرامج عن طريق الاهتمام بجودة الصوت والصورة باستخدام التكنولوجيا الحديثة مع مراعاة الجوانب الفنية مثل اختيار الديكور وموسيقي البرنامج.
- 3- تحديث مضمون البرامج من خلال أسلوب طرح وتناول الموضوعات والقضايا والمشكلات الاجتماعية وعدم التكرار والإطالة.

### ختام:

نأمل من المسؤولين في التلفزيون المصري الاهتمام الأكثر ببرامجه من حيث الشكل والمضمون ومواكبة العصر ليعود التلفزيون المصري إلى سابق عهده نافذة على كل ما يدور حولنا، يناقش وي طرح ويحلل المواضيع والأحداث بموضوعية ومصداقة ويظل هدفة هو زيادة الوعي.



## المصادر والمراجع

### الكتب العربية:

1. راضي، وسام. (2013). الإعلام الإذاعي التلفزيوني الدولي. دمشق: دار ومكتبة عدنان.
2. عبد التواب، غادة. (2020). الإعلام التقليدي والإعلام البديل. دبي: الريادة للنشر والطباعة.
3. عامر، عادل. (2016). المرأة عبء اجتماعي. القاهرة: دار حروف للنشر.
4. القلشي، سليمان. (2015). كلام زي الجد. مصر: الدلتا للصحافة والنشر.
5. مجمع اللغة العربية، (1994). المعجم الوجيز. ج م ع: وزارة التربية والتعليم.
6. زيد، عصام فتحي. (2020). الخدمة الاجتماعية ورعاية الشباب. الأردن: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.
7. الصميدعي، محمود جاسم. (2014). التسويق الإعلامي: المبادئ والاستراتيجيات. الأردن: دار المناهج للنشر.
8. العبيدي، ناهض ياسر. (2014). البيئة والتلفزيون: كيف نبني برنامجًا تلفزيونيًا بيئيًا؟. الأردن: دار المناهج للنشر والتوزيع.
9. محمود، فاروق ناجي. (2007). البرنامج التلفزيوني كتابته ومقومات نجاحه. بغداد: دار النفائس للنشر والتوزيع، ط1.
10. العبيدي، مثنى فائق. (2014). دور إسرائيل في الإستراتيجية الأمريكية مرحلة ما بعد الحرب الباردة. ط1. العراق: مجمع الوليد الطباعي.
11. عبد الفتاح، علي. (2014). الإعلام والمجتمع. الأردن: دار اليازوري العالمية للنشر.
12. الكريطي، حيدر شلال. (2020). وسائل الإعلام وبناء المجتمع الديمقراطي: دراسة في دور التلفزيون. الأردن: دار أمجد للنشر.
13. الدليمي، عبد الرزاق. (2019). أخلاقيات الإعلام وتشريعاته في القرن الحادي والعشرين. الأردن: دار اليازوري للنشر.
14. عبد الحميد، صلاح. (2013). الإعلام وثقافة الصورة. طيبة للنشر والتوزيع، القاهرة.
15. الدليمي، عبد الرزاق. (2018). دراسات وبحوث في الإعلام. الأردن: دار اليازوري للنشر.
16. عبد البر، فاروق. (1998). دور مجلس الدولة المصرية في حماية حريات الموظف العام. القاهرة: مطبوعات النشر الذهبي للطباعة.



17. دياب، وليد. (2019). أخلاقيات ممارسات العلاقات العامة. الأردن: دار اليازوري للنشر.
18. ( عمرو، مذكور. (2008). الدلالة المعجم العربي المعاصر. مصر: دار البصائر.
19. عبد الفتاح، علي. (2019). الإعلام الدبلوماسي والسياسي. الأردن: دار اليازوري العالمية للنشر..
20. تركي، نجوى عبد الهادي. (2016). الإعلام وإدارة الأزمات الاحتلال الإسرائيلي للأراضي الفلسطينية. القاهرة: مكتبة جزيرة الورد.
21. الأترجي، شريف. (2020). التعليم الإلكتروني ومهارات القرن 21: أدوات واستراتيجيات التعلم الحديثة. القاهرة: العربي للنشر.
22. شكر، عبد السلام. (2019). الإعلام التوعوي: المفاهيم والمجالات. الأردن: مركز الكتاب الأكاديمي.
23. الوقائع المصرية. (2017). ميثاق الشرف الإعلامي. جمهورية مصر العربية.
24. يحيوي، إبراهيم. (2019). تأثير تكنولوجيا الإعلام والاتصال على العملية التعليمية في الجزائر. الأردن: دار اليازوري للنشر.
25. خير الله، هشام. (2010). محاضرات في نظريات الإعلام. مصر: جامعة المنوفية. كلية التربية النوعية. قسم العلوم الاجتماعية والإعلام.
26. بن روان، بلقاسم. (2007)، وسائل الإعلام والمجتمع - دراسة في الأبعاد الاجتماعية والمؤسسية. الجزائر: دار الخلدونية.
27. محمد، محمد سيد. (1986). المسؤولية الإعلامية في الإسلام. الجزائر: المؤسسة الوطنية للكتاب.

#### الكتب الإنجليزية:

1. Fisher, M. J. (2019). television: Additional Information. Available at.
2. Nasir, M. (2014). Digital Media Ethics and the Role of Media A case study of Pakistan. Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business, 5(12). 188-198 .
3. Donev, D. (2017). Determining Media Ethics in Traditional Media: Terminological Issues. Synthesis philosophica, 32(1), 155-165.
4. Sahoo, S. K., Dhir. S.B. (2019). Media Ethics. Diploma in Journalism and Mass Communication. India, Sambalpur: Odisha State Open University.



5. Wimmer, R. D., & Dominick, J. R. (2013). Mass media research. Cengage learning.
6. Popova, A. L., Kanavtcev, M. V., Lukyanchikov, E. Y., & Averianova, V. F. (2022, February). The Role of Social Media in Implementing the Concept of "Soft Power". In International Scientific and Practical Conference Strategy of Development of Regional Ecosystems "Education-Science-Industry"(ISPCR 2021) (pp. 374-380). Atlantis Press.

#### - الرسائل العلمية:

- 1- البعلبكي، منير رمزي. (2008). المورد الحديث. بيروت: دار العلم للملايين.
- 2- حسن، سميرة أحمد. 2011. تطوير برامج التعليم العالي النوعي في مصر والوطن العربي في ضوء متطلبات عصر المعرفة. مصر: المؤتمر العلمي السنوي العربي السادس والدولي الثالث، كلية التربية النوعية المنصورة، كلية التربية النوعية، مج 3.
- 3- طاهري، لخضر. (2012). واقع الإذاعة المحلية ومعالجتها للمشكلات الاجتماعية إذاعة الحلقة المحلية. الجزائر، بسكرة: كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد خضير.
- 4- عبد الله محمود عدوي. (2016). الجماليات في الإعلام التلفزيوني. المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات.
- 5- فاروق، صبحي. (2009). الدور الإقليمي لمصر في الإستراتيجية الأمريكية بعد أحداث أيلول 2001. العراق: كلية العلوم السياسية جامعة النهدين.
- 6- بلمولاي، بدر الدين. (2020). الأخلاقيات الإعلامية وكيفية تعزيزها. الجزائر: جامعة قاصدي مرباح.
- 7- محمود العزة، مالك رحاب. (2020) استخدام التقنيات التلفزيونية الحديثة وتأثيرها على زيادة متابعة المشاهدين للبرامج. الأردن: جامعة الشرق الأوسط.
- 8- منار توفيق أبو ظريفة،، القليني، فاطمة يوسف، 2013. القيم الاجتماعية في البرامج التلفزيونية للأطفال دراسة تحليلية على عينة من الأطفال بقطاع غزة، كلية البنات، جامعة عين شمس، مصر.
- 9- صندالي عبد اللطيف، 2017، اتجاهات الأسرة الجزائرية نحو مشاهدة البرامج الاجتماعية في قناة الشروق، دراسة مسحية على عينة من أسر بلدية حاسي بن عبد الله، جامعة قاصدي مرباح -كلية العلوم قسم علوم العالم والاتصال.



- 10- ميادة عبدالعال عبد العال، 2018، البرامج الحوارية في التلفزيون المصري وعلاقتها بالحرية والمسئولية الاجتماعية: دراسة تحليلية، المقالة 15، المجلد 19، العدد التاسع عشر الجزء الأول - الرقم المسلسل للعدد 1، يوليو 2018، الصفحة 1-29، قسم الاجتماع - شعبة الإعلام - كلية البنات - جامعة عين شمس.
- 11- Besley Johnc. (2014) "Media use and human values" Journalism & mass communication Quarterly.
- 12- مريم حفصي، 2019، اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو البرامج الاجتماعية في قناة الشروق TV، جامعة محمد بوضياف بالمسيلة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية.
- 13- جرمان، لامية. 2017. قضايا المرأة العربية في البرامج التلفزيونية- دراسة تحليلية لبرنامج كلام نواعم على قناة العربية في البرامج التلفزيونية. الجزائر، أم البواقي: جامعة العربي بن مهيدي. كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية. مذكرة ماجستير.
- 14- بدور إبراهيم الرميزان، ٢٠١٩، واقع استخدام المرأة السعودية للبرامج الاجتماعية في القنوات الفضائية العربية، مجلة الأطروحة للعلوم الإنسانية، دار الأطروحة للنشر العلمي، س4، ع3، العراق.
- 15- حيدر علي يوسف البدري، 2005، دور التلفزيون في عملية الإنماء الثقافي للمجتمع دراسة تحليلية على عينة من سكان ولاية الخرطوم.، السودان، جامعة أم درمان الإسلامية.
- 16- علي محمد عبد الرحمن محمد، 2010"البرامج الحوارية بالتلفزيون المصري وعلاقتها بالوعي الاجتماعي لدي المراهقين"(جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة.
- 17- مليكة عرعور، 2014، دور البرامج الإعلامية في تشكيل الوعي الاجتماعي، مجلة البحوث والدراسات الإعلامية، جامعة بسكرة - الجزائر .
- 18- سفيان مصطفى قسيبا، معز علي السريت، 2019، دور التلفزيون في عملية التنشئة الاجتماعية للطفل من وجهة نظر أولياء الأمور، كلية الفنون والإعلام جامعة مصراتة.
- 19- هبه عيسى خطاطبه، 2020، دور البرامج الحوارية في تعزيز حرية الرأي والتعبير، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، الأردن.
- 20- رزان ناجي سري الدين، 2021، دور البرامج الصباحية في القنوات اللبنانية في معالجة القضايا الاجتماعية، التلفزيون -- الجوانب الاجتماعية - لبنان.
- 21- عنانزة، عزم علي. (2018). دور تلفزيون أبو ظبي في التنقيف الصحي للمرأة الإماراتية: دراسة ميدانية. الأردن: جامعة اليرموك. كلية الإعلام. حوليات كليات الآداب. 39(509). 9-114







# Middle East Research Journal

Refereed Scientific Journal  
(Accredited) Monthly



Issued by  
Middle East  
Research Center

Vol. 99  
May 2024

Fifty Year  
Founded in 1974



Issn: 2536 - 9504  
Online Issn: 2735 - 5233