

أطر معالجة البرامج الحوارية للقضايا الاجتماعية
أطر معالجة البرامج الحوارية للقضايا الاجتماعية وعلاقتها بمستوى الوعي
بقضايا المجتمع لدى الجمهور المصري
"دراسة تطبيقية"

الباحثة/أميرة خميس محمد محمد رضوان
درجة الماجستير في الآداب / قسم الإعلام /شعبة الإذاعة والتلفزيون/ إنتاج المواد الإذاعية
تحت إشراف

أ.د/محمود عبد العاطي مسلم مبروك
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام- جامعة الأزهر مدرس الإذاعة والتلفزيون - جامعة المنصورة
مشرفاً رئيسياً
د/سحر مؤنس أحمد عيد
مشرفاً مشاركاً

ملخص الدراسة باللغة العربية:

هدفت هذه الدراسة إلى تحديد العلاقة بين تعرض الجمهور المصري للبرامج الحوارية الاجتماعية التلفزيونية وتأثير هذا التعرض على ادراكهم للقضايا الاجتماعية ومدى الوعي بهذه القضايا، ورصد ما يتم عرضه في البرامج الحوارية الاجتماعية لمعرفة تأثيرها على ادراكهم لهذه القضايا، وقياس مدى تركيز البرامج الحوارية الاجتماعية على وعي الجمهور المصري بالقضايا الاجتماعية من خلال تحليل مضمون كمي لعينة من هذه البرامج الحوارية الاجتماعية في الآونة الأخيرة، والوقوف على معدلات تعرض الجمهور المصري لها، وتشخيص آراء المبحوثين بشأن آراء المضامين السلبية والايجابية التي تتضمنها هذه البرامج.

واعتمدت الدراسة على نظريتي " تحليل الإطار الاعلامي" و "الاعتماد على وسائل الإعلام" إطار نظري لها، وتمثلت عينة الدراسة الميدانية في ٤٥٠ مفردة من الجمهور المصري، وتمثل عينة الدراسة التحليلية في ثلاثة من البرامج الحوارية الاجتماعية وهم " هي وبس" و "ماما دوت أوم" و "راجل وأنتين سنات" وانتمت هذه الدراسة الى الدراسات الوصفية، واعتمدت على منهج المسح الإعلامي بشقية التحليلي والميداني الشامل بالإعتماد على صحيفة تحليل المضمون واستمارة الاستقصاء لجمع البيانات.

الكلمات المفتاحية باللغة العربية:

البرامج التلفزيونية، الوعي الاجتماعي، القضايا الاجتماعية

**Talk Shows' General Treatment Frameworks of Social Issues
and Their Relation To The Egyptian Public Consciousness'
level of These Problems.**

" An Applied Study"

This study aimed to determine the relationship between the exposure of the Egyptian public to television social talk shows and the impact of this exposure on their perception of social issues and the extent of their awareness of these issues, and to monitor what is shown in social talk shows to know its impact on their perception of these issues, and to measure the extent to which social talk shows focus on public awareness. The Egyptian community is concerned with social issues through a quantitative content analysis of a sample of these social talk shows in recent times, and standing on the rates of exposure of the Egyptian public to them, and diagnosing the opinions of the respondents regarding the opinions of the negative and positive contents included in these programs.

The study relied on the theories of "analyzing the media framework" and "relying on the media" as a theoretical framework for it. The sample of the field study consisted of 450 individuals from the Egyptian public, and the sample of the analytical study consisted of three social talk shows, namely "She and Bess" and "Mama Dot". Ohm" and "Man and Two Women". This study belonged to descriptive studies, and relied on the media survey methodology, in the analytical and comprehensive field parts, depending on the content analysis sheet and the survey form for data collection.

الكلمات المفتاحية باللغة الإنجليزية:

TV programs, social awareness, social issues

مقدمة الدراسة :

سعت هذه الدراسة لتحديد العلاقة بين تعرض الجمهور المصري للبرامج الحوارية الاجتماعية التليفزيونية وما قد يثيره هذا التعرض على مدى وعيهم بالقضايا الاجتماعية، وذلك من خلال تحليل بعض البرامج الحوارية الاجتماعية التي يشاهدها الجمهور المصري من خلال دراسة تحليلية وعمل دراسة ميدانية على عينة من الجمهور المصري للتعرف على مدى وعيهم بالقضايا الاجتماعية .

مشكلة الدراسة:

تتبلور مشكلة الدراسة في تحديد العلاقة بين تعرض الجمهور المصري للبرامج الحوارية الاجتماعية وعلاقتها بمستوى الوعي بقضايا المجتمع، ونظراً لأهمية المحتوى الذي يتم عرضه بالبرامج الحوارية ما قد يتعرض له الجمهور المصري قد يؤثر على وعي الجمهور وغدراكم لما يحدث من قضايا المجتمع والتي تشكل النواة الأساسية لأي مجتمع، بات ملحاً اجراء هذه الدراسة البحثية،

ومن هنا تحدد مشكلة الدراسة في الإجابة على التساؤل التالي:

ما أطر معالجة البرامج الحوارية الاجتماعية بالفضائيات عينة الدراسة للقضايا الاجتماعية؟ وما مدى علاقتها بمستوى الوعي بقضايا المجتمع لدى الجمهور المصري؟

أهمية الدراسة:

١- التوصل لمعلومات تفصيلية عن المعالجات الإعلامية للقنوات الفضائية المصرية بخصوص قضايا المجتمع المصري.

٢- إلقاء الضوء على إيجابيات وسلبيات البرامج الحوارية الاجتماعية وأهميتها الإعلامية ودورها في تشكيل الوعي الاجتماعي للجمهور المصري.

٣- تقديم مقترحات لتطوير تناول البرامج الحوارية للقضايا الاجتماعية في البرامج الحوارية من خلال تحديد الآليات والأساليب التي تعتمد عليها هذه القنوات.

أهداف الدراسة:

- ١- التعرف على نوعيه القضايا الاجتماعية التي تتناولها البرامج الحوارية "عينة الدراسة"
- ٢- التعرف علي خصائص واتجاهات ضيوف حلقات البرامج الحوارية "عينة الدراسة"
- ازاء القضايا الاجتماعية التي يتم طرحها في البرامج
- ٣- رصد مدى طرح حلول للقضايا الاجتماعية التي تتناولها البرامج الحوارية

تساؤلات الدراسة:

أولاً: تساؤلات الدراسة التحليلية:

- ١- ما القضايا والموضوعات التي تطرحها البرامج الحوارية الاجتماعية "عينة الدراسة" وتقدمها للجمهور المصري "عينة الدراسة" من أجل اشباع احتياجاتهم الاجتماعية؟
- ٢- ما الاستمالات وأسلوب الحوار المستخدم في البرامج الحوارية الاجتماعية "عينة الدراسة"؟
- ٣- ما أطر القوالب الفنية التي تتبعها البرامج الحوارية الاجتماعية "عينة الدراسة" للتأثير على المتلقي في عرض وتوضيح الموضوعات خلال الحلقة؟

ثانياً: تساؤلات الدراسة الميدانية:

- ١- ما كثافة تعرض الجمهور المصري للبرامج الحوارية الاجتماعية "عينة الدراسة"؟
- ٢- ما درجة اعتماد الجمهور المصري على البرامج الحوارية في الحصول على المعلومات والأخبار حول القضايا الاجتماعية؟
- ٣- ما أسباب ودوافع اعتماد الجمهور المصري على البرامج الحوارية في الحصول على المعلومات حول القضايا الاجتماعية؟

فروض الدراسة:

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد الجمهور المصري على البرامج الحوارية الاجتماعية والتأثيرات (المعرفية- الوجدانية- السلوكية) الناتجة عنه.

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين اعتماد الجمهور

أطر معالجة البرامج الحوارية للقضايا الاجتماعية

المصري على البرامج الحوارية الاجتماعية ومستوي الوعي الاجتماعي لديه.

الفرض الثالث: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين اختلاف الباحثين في اتجاهاتهم نحو القضايا الاجتماعية باختلاف أطر المعالجة الاعلامية لهذه القضايا في البرامج الحوارية.

الفرض الرابع: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع وأسباب اعتماد الجمهور المصري على البرامج الحوارية الاجتماعية ومستوي الوعي الاجتماعي لديه.

الفرض الخامس: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين الاطار الذي تتناوله البرامج الحوارية للقضايا الاجتماعية وبين إدراك الجمهور لهذه القضايا.

الفرض السادس: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين تبني الباحثين للاطر الرئيسية باختلاف خصائصهم الديموجرافية (النوع - السن - مستوى الدخل الشهري - مستوى التعليم - الحالة الاجتماعية).

الدراسات السابقة

١- دراسة هالة الألفي فوزي (٢٠٢٣) أطر التحريض الإعلامي في مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها باتجاهات الشباب المصري نحو القضايا المجتمعية^(١): سعت هذه الدراسة التعرف على كثافة استخدام الشباب عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي بصفة عامة والمضامين التي بها تحريض إعلامي بصفة خاصة، إلى جانب رصد دوافع استخدامات الشباب للمضامين التي بها تحريض إعلامي، والوقوف على مدى ثقة الشباب في المحتوى، ومدى تأثير التعرض لمحتوى يتضمن تحريض إعلامي على اتجاهات الشباب نحو القضايا المجتمعية. واعتمدت الباحثة على نموذج (التلقي - القبول - العينة) كإطار نظري، وتم الاستعانة باستمارة الاستبيان كأداة للدراسة والتي تم تطبيقها على عينة مكونة من (٤٠٠) مفردة من الشباب المصري، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة: كل زيادة في درجة الأقتناع قدرها واحد صحيح تؤدي إلى حدوث تأثير في اتجاهات الشباب نحو قضايا المجتمع بمقدار (٠.٢٤٢)، وأن كل زيادة في درجة وضوح المحتوى الإعلامي قدرها واحد صحيح تؤدي إلى حدوث تأثير في اتجاهات الشباب نحو قضايا المجتمع بمقدار (٠.١٢٦)، وأن كل زيادة في درجة الحياد في عرض المحتوى الإعلامي قدرها واحد صحيح تؤدي إلى حدوث تأثير في اتجاهات الشباب نحو قضايا

الباحثة/أميرة خميس محمد محمد رضوان
المجتمع بمقدار (٢٠١٢٧)، وأن كل زيادة في درجة الأُنصاف والنزاهة في عرض المحتوى الإعلامي قدرها واحد صحيح تؤدي إلى حدوث تأثير في اتجاهات الشباب نحو قضايا المجتمع بمقدار (٢٠١٢٧). وأوصت الدراسة بتقديم برامج تسهم في شرح وتفسير قضايا المجتمع بشكل يتسم بالموضوعية وتوظيف الاستمالات العقلية لا العاطفية، والعمل على تنفيذ ودحض الحجج التي تستخدمها الجماعات الإرهابية والمسيسة للسيطرة على عقول الأفراد.

٢- دراسة محسن يوسف مهني (٢٠٢٢) معرفة أنماط تفاعل الشباب الجامعي مع أخبار مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها باتجاهاتهم نحو عدد من القضايا المصرية^(٢): هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أنماط تفاعل الشباب الجامعي مع أخبار مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها باتجاهاتهم نحو القضايا المصرية، كما تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي استخدمت المنهج المسحي، واستعانت الدراسة بالاستبانة لجمع البيانات من عينة شملت (٣٨٥) من الشباب الجامعي المصري.

(١) هالة الألفي فوزي محمد علي، أطر التحريض الإعلامي في مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها باتجاهات الشباب المصري نحو القضايا المجتمعية، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة المنصورة، كلية الآداب، قسم الإعلام، ٢٠٢٣)

(٢) محسن يوسف محمد مهني، أنماط تفاعل الشباب الجامعي مع أخبار مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها باتجاهاتهم نحو بعض القضايا المصرية، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة المنيا، كلية التربية النوعية، ٢٠٢٢) (مجلة البحوث في مجالات التربية النوعية، ع ٤١، ص ٨٩ - ١٣٦)

أطر معالجة البرامج الحوارية للقضايا الاجتماعية

ومن أهم النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة: يستخدم الشباب الجامعي مواقع التواصل الاجتماعي بكثافة مرتفعة، كما يتفاعلون معها بدرجة متوسطة، وذلك جميع المواقع والتطبيقات، وفي مقدمتها WhatsApp ، Facebook ، هذا ويتابعون أخبار تلك المواقع بغرض التعرف على مستجدات الأخبار، وفهم الواقع والقضايا المجتمعية المصرية، بالرغم من أن هؤلاء الشباب يتقنون في أخبار تلك المواقع بدرجة متوسطة، كما يتمتع الشباب بخبرة كبيرة في استخدام هذه المواقع، كما أشارت النتائج إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في درجة اتجاه الشباب الجامعي نحو القضايا المصرية التي تتناولها مواقع التواصل الاجتماعي وفقاً لأنماط استخدامهم لتلك المواقع، بالإضافة إلى عدم وجود فروق في كثافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وفقاً لبعض المتغيرات الديموجرافية (النوع، السن، المستوى الاجتماعي، المستوى التعليمي).

٣- دراسة نرمين سعيد حامد (٢٠٢١) معالجة البرامج الحوارية التليفزيونية لبعض قضايا المجتمع المصري بين ضوابط العمل الإعلامي والممارسة الفعلية^(١): تهدف الدراسة إلى الكشف عن مدى التزام البرامج الحوارية التليفزيونية بضوابط العمل الإعلامي عند معالجتها لقضايا المجتمع المصري، بالاعتماد على نظرية المسؤولية الاجتماعية، وقانون تنظيم الصحافة والإعلام، وميثاق الشرف الإعلامي، ومدونة السلوك الإعلامي، والأكواد الإعلامية، من أجل الخروج بنموذج تفصيلي مقترح يفيد في قياس مدى الالتزام بالضوابط المهنية والأخلاقية للعمل الإعلامي. وتعد هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية، التي اعتمدت على منهج المسح الإعلامي باستخدام تحليل المضمون، وطبقت الدراسة على ثلاثة برامج حوارية هي: التاسعة، ويحدث في مصر، والحكاية، وتم تحليلها لمدة دورة تليفزيونية كاملة مدتها ثلاثة أشهر، مع التركيز على معالجة القضايا السياسية، والصحية، والاجتماعية.

ومن أهم النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة: أن مجموعة من النتائج تلخصت في ارتفاع نسبة معالجة القضايا الصحية في برامج الدراسة، يليها القضايا الاجتماعية، ثم

القضايا السياسية، كما تبين بشكل عام أن البرامج الحوارية تميل نحو الالتزام بضوابط العمل الإعلامي عند معالجتها لقضايا المجتمع المصري، وثبت وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين البرامج الحوارية وفقا لمدى الالتزام بضوابط العمل الإعلامي، وثبت وجود علاقة ارتباطية طردية دالة إحصائيا بين الالتزام بضوابط العمل الإعلامي، وتعدد جهات النظر في معالجة القضايا.

٤- دراسة عماد الدين ربيع (٢٠٢٠) استخدامات القائم بالاتصال في البرامج الحوارية لمواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على معالجة القضايا المجتمعية^(١): وتهدف الدراسة إلى التعرف على استخدامات القائم بالاتصال في البرامج الحوارية التلفزيونية الفضائية لشبكات التواصل الاجتماعي، واستفادته منها في إشباع احتياجاته المعرفية والإعلامية، فضلاً عن تحديد أبرز الأساليب التقنية والإعلامية التي يلجأ لها القائم بالاتصال في التفاعل مع الجمهور المصري المتفاعل مع صفحاته الاعلامية لبرنامج على مواقع التواصل الاجتماعي، وتعتمد الدراسة على نظريتي مدخل الاستخدامات والتأثيرات و وضع الأجندة، تُعد الدراسة من الدراسات الوصفية، حيث استخدم الباحث منهج المسح بالعينة لجمهور الدراسة، والمتمثل هنا جمهور القائم بالاتصال بالبرامج الحوارية. ومن أهم النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة: أن نسبة (٨١.٧%) من عينة الدراسة من القائم بالاتصال تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي بشكل دائم في مقابل نسبة (١٢.٨%) تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي بشكل غير منتظم، وأخيراً جاء نسبة (٥.٥%) من عينة الدراسة تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي نادراً، وكانت أكثر مواقع التواصل الاجتماعي المؤثرة في التفاعل والأكثر تفضيلاً من وجهة نظر عينة الدراسة، هو موقع "فيسبوك" في المقدمة بوزن (٩٩.٥٠) درجة، ثم في الترتيب الثاني جاء موقع "يوتيوب"، بوزن مرجح (٩٠.٢٥) درجة.

^(١) نرmin سعيد حامد عثمان، معالجة البرامج الحوارية التلفزيونية لبعض قضايا المجتمع المصري بين ضوابط العمل الإعلامي والممارسة الفعلية، رسالة دكتوراة غير منشورة، (جامعة عين شمس، كلية البنات للآداب والعلوم والتربية، شعبة الإعلام، قسم الاجتماع، ٢٠٢١)

أطر معالجة البرامج الحوارية للقضايا الاجتماعية

وتكشف الدراسة عن ارتفاع دوافع تعرض القائم بالاتصال لمواقع التواصل الاجتماعي بوزن مرجح (٧٦.٠٣) درجة، حيث يعتبرونها مصدراً يتمتع بالمصداقية والتحديث المستمر لمتابعة أخبار وفعاليات وأنشطة المؤسسات المختلفة بالمجتمع وكذلك الظواهر المجتمعية، وجاء التركيز على سرعة نشر المعلومات من العناصر التي تجذب القائم بالاتصال لتناول الموضوعات على مواقع التواصل الاجتماعي.

٥-دراسة رشا عبد اللطيف (٢٠٢٠) أثر استخدام المواقع الإلكترونية علي المحتوى البرامجي والأداء المهني للقائمين بالاتصال في البرامج الحوارية التليفزيونية^(١): تهدف هذه الدراسة إلى معرفة كيفية تأثيراستخدام المواقع الإلكترونية على كل من الأداء المهني والمضمون البرامجي للقائمين بالاتصال في البرامج الحوارية التليفزيونية سواء بالقنوات الحكومية أم الخاصة بهدف التعرف على دوافع ومجالات استخدام واستفادة القائمين بالاتصال للمواقع الإلكترونية لإنجاز مهام عملهم الإعلامي، وقياس التأثيرات الناتجة على أدائهم المهني وما يقدمونه من مضامين، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، وقد اعتمدت الباحثة على منهج المسح. وقد اعتمدت الدراسة في إطارها النظري على نموذج البناء الاجتماعي للتكنولوجيا، ونموذج قبول التكنولوجيا، كما تم إجراء دراسة ميدانية على عينة عمدية من القائمين بالاتصال لعاملين في البرامج الحوارية التليفزيونية قوامها (٢٤٠) مفردة. ومن أهم النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة: أن ارتفاع استخدام القائمين بالاتصال للمواقع الإلكترونية في عملهم الإعلامي، كما أكدت النتائج أنه توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام القائمين بالاتصال للمواقع الإلكترونية في البرامج الحوارية التليفزيونية، وتطور المحتوى البرامجي، وأدائهم المهني.

(١) عماد الدين ربيع أحمد محمد، استخدامات القائم بالاتصال في البرامج الحوارية لمواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على معالجة القضايا المجتمعية، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، ٢٠٢٠)

(١) رشا عبد اللطيف محمد، "أثر استخدام المواقع الإلكترونية علي المحتوى البرامجي والأداء المهني للقائمين بالاتصال في البرامج الحوارية التليفزيونية" رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، ٢٠٢٠)

أ- نوع الدراسة:

تعتبر هذه الدراسة من البحوث الوصفية التي تهدف إلى جمع الحقائق والبيانات عن استكشاف العلاقة بين معالجة البرامج الحوارية للقضايا الاجتماعية وعلاقتها بمستوى الوعي بقضايا المجتمع لدى الجمهور المصري.

منهج الدراسة:

تستخدم هذه الدراسة المنهج المسحي الشامل بشقيه التحليلي والميداني كمنهج يتم الاعتماد عليه في الدراسات الوصفية، وذلك عن طريق تحليل مضمون بعض البرامج الحوارية الاجتماعية المصرية في الآونة الأخيرة، والتعرف على ما تحويه من مضامين (سلبية وإيجابية) تؤثر على مستوى وعي الجمهور المصري بالقضايا الاجتماعية التي تتناولها هذه البرامج، بالإضافة إلى المسح الميداني على عينة من الجمهور المصري المتابع للبرامج الحوارية محل الدراسة.

الإجراءات المنهجية للدراسة:

▪ مجتمع وعينة الدراسة:

▪ مجتمع الدراسة: تعتمد هذه الدراسة على:

١- مجتمع الدراسة التحليلية: ويشمل عينة من البرامج الحوارية الاجتماعية التي حازت

على أعلى نسبة مشاهدة من قبل الجمهور، وذلك من خلال الاعتماد على دراسة

استطلاعية على عينة من الجمهور المصري، والتي توصلت إلى أن البرامج الحوارية

الاجتماعية التي حازت على أعلى نسب مشاهدة من الجمهور المصري في خلال

سنوات الأخيرة هي: " ماما دوت أوم، هي وبس، راجل وانتين ستات".

٢- مجتمع الدراسة الميدانية: يتمثل في الجمهور المصري المشاهد للبرامج الحوارية

الاجتماعية المصرية محل الدراسة.

• عينة الدراسة:

١. الدراسة التحليلية: قامت الباحثة بإجراء الدراسة على عينة من البرامج الحوارية الاجتماعية المصرية هي: " ماما دوت أوم على قناة dmc، هي وبس على قناة cbc سفرة، راجل وانتين ستات" على قناة on TV. الدراسة الميدانية: تعتمد على عينة قوامها ٤٥٠ مفردة من الجمهور المصري المتابع للبرامج الحوارية الاجتماعية المصرية مقسمة: على محافظات (وجه بحري، القاهرة، وجه قبلي، إقليم القناة، المحافظات الحدودية).

ميررات اختبار العينة:

العينة التحليلية: تم تحديد البرامج الحوارية طبقاً للدراسة الاستطلاعية التي قامت بها الباحثة على عينة عشوائية قوامها (٤٥) مفردة من الجمهور المصري، وذلك لتحديد أكثر البرامج الحوارية الاجتماعية التي يفضلون متابعتها وكانت الأسئلة الموجهة للمبحوثين " ما أكثر البرامج التي تتابعها عبر القنوات الفضائية المصرية؟"، " ما أكثر القضايا التي تتابعها مؤخراً في القنوات الفضائية المصرية؟" و"ما أكثر الموضوعات الاجتماعية التي تهتم بمتابعتها من خلال البرامج الحوارية الاجتماعية؟"، واتضح من النتائج أن أكثر البرامج التي يتابعونها لعامي ٢٠٢٢- ٢٠٢٣ هي برامج "هي وبس"، "ماما دوت أوم"، "راجل وانتين ستات"، وأهم القضايا التي يتابعونها حالياً هي القضايا الاجتماعية.

العينة الميدانية: تم اختيار الجمهور العام وذلك لأن البرامج الحوارية موجهة للجمهور العام ككل.

دوات جمع البيانات:

أولاً: تحليل المضمون: تعتمد الدراسة على استمارة تحليل المضمون باعتبارها أداة رئيسية لجمع وتحليل المادة العلمية للوصول إلى الوصف الكمي والكيفي، وسيكون البرنامج هو وحدة التحليل.

ثانياً: الاستبيان: تعتمد الدراسة الميدانية على الاستبيان باعتباره أداة للحصول على بيانات تعبر عن استجابات المبحوثين، وذلك من خلال إعداد استمارة استبيان لمجتمع الدراسة تتضمن أسئلة تحقق أهداف الدراسة وتجب على تساؤلاتها وتتحقق من فروضها، وسيتم عرضها على الأساتذة المشرفين والمحكمين للاستفادة من أدائهم وخبراتهم.

إجراءات الثبات للدراسة الميدانية:

تم تطبيق الثبات على الاستمارة عن طريق إعادة تطبيقها على عينة عشوائية قوامها ١٠% من عينة الدراسة بعد مرور شهر من التطبيق الأول للاستمارة، وقد اعتمدت الباحثة في حساب ثبات النتائج على حساب نسبة التوافق بين إجابات المبحوثين في التطبيق الأول والثاني للتأكد من ثبات النتائج.

وبعد التأكد من صدق الإستمارة قيد الدراسة قامت الباحثة بإستخدام البيانات التي تم الحصول عليها من عينة الدراسة الإستطلاعية والبالغ عددها (٤٥) فرداً من مجتمع الدراسة وبخلاف العينة الأساسية، وقد حققت قيم مرتفعة في جميع أسئلة الإستبانة حيث تراوحتما بين (٠.٦٣٦ - ٠.٦٨٥) ، وبمقارنة جميع قيم ألفا كرونباخ المحسوبة نجد أنها أقل من قيمة ألفا كرونباخ الكلية والتي تبلغ (٠.٦٨٨) ، مما يدل على تمتع أسئلة استمارة أطر معالجة البرامج الحوارية للقضايا الاجتماعية وعلاقتها بمستوى الوعي بقضايا المجتمع لدى الجمهور المصري بدرجة عالية من الثبات. تعبر إجراءات الصدق عن مدي قدرة صحيفة الاستبيان على قياس ما تسعى إليه الدراسة وما وضعت لقياسه، وقد تم التأكد من صدق صحيفة الاستبيان الخاصة بهذه الدراسة

أطر معالجة البرامج الحوارية للقضايا الاجتماعية

وإجراءات اختبار الصدق للتأكد من صدقها من حيث المحتوى. تم تحديد أهداف الدراسة وتساؤلاتها ووضع الأسئلة التي تغطي أهداف وتساؤلات الدراسة ثم التحقق من الصدق الظاهري عن طريق عرضها على مجموعة من أساتذة الإعلام^(١) لإجراء الصدق الظاهري لهما والتأكد من شمولهما لجميع أبعاد المشكلة البحثية وتساؤلاتها وقياس مدى صدقهما وتم التعديل وفقا لما أبدوه من ملاحظات.

(١) أسماء المحكمون لاستمارة الاستبيان واستمارة تحليل المضمون طبقا للترتيب المهني ثم الأبجدي:

- ١- أ.د/ علي السيد عوجة: أستاذ العلاقات العامة، العميد الأسبق لكلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- ٢- أ.د/ رزق سعد عبد المعطي: أستاذ العلاقات العامة والإعلان، كلية الألسن والإعلام، جامعة مصر الدولية.
- ٣- أ.د/ محمد أحمد اسماعيل: أستاذ النقد السينمائي والتلفزيوني بأكاديمية الفنون.
- ٤- أ.م.د/ شيرين سلامة السعيد: أستاذ مساعد بقسم الصحافة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- ٥- أ.م.د/ فاطمة شعبان أبو الحسن: أستاذ مساعد بقسم الإذاعة والتلفزيون، المعهد الدولي للإعلام بالشروق.
- ٦- د/ ابراهيم علي بسيوني: مدرس بقسم الصحافة، كلية الإعلام، جامعة الأزهر.
- ٧- د/ سامح السيد شراقي: مدرس بقسم الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام، جامعة الأزهر.
- ٨- د/ محمود ذكي: مدرس الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام، جامعة سيناء – فرع القنطرة شرق.
- ٩- د/ محمود أحمد لطفي: مدرس الإذاعة والتلفزيون، قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة الوادي الجديد.
- ١٠- د/ هشام البرجي: مدرس بقسم الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام، الجامعة الحديثة للتكنولوجيا التطبيقية.

الباحثة/أميرة خميس محمد محمد رضوان
الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة:

بعد جمع البيانات الميدانية الخاصة بالدراسة قامت الباحثة باستخدام برنامج SPSS الإحصائي وهو برنامج يستخدم في تحليل بحوث العلوم الاجتماعية والإعلام بما يتناسب مع طبيعة المتغيرات التي تسعى الدراسات الإعلامية لمعرفة العلاقات بينها ومن خلاله استخدمت بعض المعالجات الإحصائية التي تتلاءم مع طبيعة البيانات المطلوبة مثل:

١- التكرارات (ك)، والنسبة المئوية (%)

٢- حساب معامل مربع كاي

٣- المتوسط الحسابي

٤- الانحراف المعياري

٥- معامل ألفا كرونباغ

٦- حساب معامل الارتباط البسيط " بيرسون " Pearson Correlation لدراسة شدة

واتجاه العلاقة الارتباطية بين كل متغيرين من متغيرات البحث.

٧- حساب قيمة "ت" للمقارنة بين مجموعتين مستقلتين.

٨- تحليل التباين أحادي الإتجاه للمقارنة بين أكثر من مجموعتين.

التعريفات الإجرائية للدراسة:

١- **المعالجة الإعلامية:** يشير التعريف الإجرائي الذي تعتمد عليه الباحثة في الدراسة على

المستوى التحليلي إلى: مزيج من العناصر التي يتشكل من خلالها هيكل هذه المعالجة

وتتمثل تلك العناصر في الأطر الإعلامية، وإتجاهات المعالجة، والمصادر.

٢- **القضايا الاجتماعية:** هي المحتويات الفكرية أو الرؤى تجاه مختلف القضايا الاجتماعية

التي تحوي داخلها جوانب الخلاف والتضاد، والتباين في وجهات النظر.

٣- **الأطر الإعلامية:** يُعرف بأنه زاوية التناول الإعلامي في إطار يعود إلى ذهن القائم

بالإتصال، حيث يقوم منتج الخطاب بتأطيره بما يتناسب مع أفكاره واتجاهاته، وذلك

بالتركيز على جوانب دون جوانب أخرى

وإبراز عناصر وتهميش لأخرى لتحقيق أهداف أيديولوجية.

اعتمدت هذه الدراسة على نظريتي " الأطر الاعلامية" و "الاعتماد على وسائل الإعلام" فروض نظرية الأطر الإعلامية:

يشار إلى الفرض الرئيسي للنظرية كالاتي: "وسائل الإعلام بمضامينها المتنوعة تعمل على تشكيل اتجاهات الجمهور نحو الأحداث، لا سيما ما يمكن أن نطلق عليه الأطر الإعلامية الموظفة في ذلك الإتجاه، ومنها تساهم في تشكيل اتجاهاته وقراراته في المواقف والأحداث، إذ أنه يتم تخزينها ومن ثم الرجوع إليها عن طريق إتخاذ القرارات^(١).

متطلبات بناء الوعي الاجتماعي

يشير "هربرت سيمون" إلى أنه على قدر ما يخلق نشر المعلومات القليلة الانتباه، فإن زيادة المعلومات الضخمة تؤدي إلى الإرتباك في فهم بعض القضايا وكيفيه التعامل معها، ويساعد المجتمع الرقمي على نشر الديمقراطية بين الرأي العام، ويساعد الفضاء الإلكتروني على اتاحه الشفافيه على نحو يؤثر في عملية التغير في صنع السياسات.^(٢) وبالتالي؛ يتحدد الوعي إجرائياً بدراسة معارف الأفراد واتجاهاتهم وقيمهم وممارساتهم وسلوكهم في المواقف المختلفة ذات الصلة بحاضرهم ومستقبلهم، في التعليم والعمل والزواج والمشاركة السياسية.. الخ.

أى دراسة ذلك النمط من إدراك الواقع الاجتماعي بجوانبه المختلفة، أو التصور الفكرى والصورة الذهنية التي يحملها المبحوث لهذه الجوانب من الواقع كما تبدو في استجابته عبر المواقف المتخيلة التي تطرح على المبحوثين من خلال أداة البحث.^(٣)

(1) Mira Sotirovicn " Effects of Media use on Audience framing and support for Welfare". **Mass Communication and Society** ".(Vol. 3, 2000), P.275
(٢) عادل عبد الصادق، "الفضاء الإلكتروني والتحول في سياسات أجهزة الاستخبارات الدولية"، (دراسات استراتيجيه، مركز الأهرام للدراسات السياسية والاستراتيجية، القاهرة، ٢٠١٣، العدد ٢٤٧) ص ٦.
(٣) عبير أمين، "تزييف وعى الشباب بين العولمة والدعاة الجدد"، (الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، ٢٠٠٦) ص ٣٣.

الباحثة/أميرة خميس محمد محمد رضوان
ومن هنا؛ يمكننا تعريف الوعي الإجتماعى بأنه الصورة الذهنية للفرد عن واقعه
الإجتماعى، والمتمثلة فى مجموعة الأفكار والمشاعر والسلوكيات التى تعبر عن إدراكه لهذا
الواقع، والتى غالباً ما تكون مستمدة من هذا الواقع، ثم تعود لتؤثر فى فهم الفرد لهذا الواقع،
وتُشكل استجابته تجاهه.

نتائج الدراسة التحليلية:

جدول رقم (١)

المعلومات الأساسية للبرامج الحوارية لمعالجة القضايا الاجتماعية قيد الدراسة

الترتيب	الإجمالي		راجل واتنين ساتات		ماما دوت أوم		هي وبس		إسم البرنامج
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٢	%٠	٠	%٠	٠	%٠	٠	%٠	٠	مدة ساعة
١	%١٠٠	٧٠	%١٠٠	٣٠	%١٠٠	١١	%١٠٠	٢٩	ساعة ونصف
-	%١٠٠	٧٠	%١٠٠	٣٠	%١٠٠	١١	%١٠٠	٢٩	الإجمالي
٣	%٠	٠	%٠	٠	%٠	٠	%٠	٠	فترة صباحي
٢	%١٠٠	٣٠	%١٠٠	٣٠	%٠	٠	%٠	٠	عرض منتصف النهار
١	%١٠٠	٤٠	%٠	٠	%١٠٠	١١	%١٠٠	٢٩	برنامج مسائي
-	%١٠٠	٧٠	%١٠٠	٣٠	%١٠٠	١١	%١٠٠	٢٩	الإجمالي

يتضح من جدول (١) والخاص بالتكرارات والنسبة المئوية فيما يتعلق بالمعلومات الأساسية للبرامج
الحوارية لمعالجة القضايا الاجتماعية قيد الدراسة:

١- فيما يتعلق بمدة البرنامج:

جاءت المدة (ساعة ونصف) فى المرتبة الأولى فى جميع البرامج الحوارية (هي وبس)، (ماما دوت
أوم)، (راجل واتنين ساتات) قيد الدراسة بنسبة مئوية تبلغ (١٠٠%)، بينما جاءت المدة (ساعة) فى
المرتبة الثانية والأخيرة لجميع البرامج بنسبة مئوية تبلغ (٠%).

٢- فيما يتعلق بفترة عرض البرنامج:

جاءت (الفترة المسائية) فى المرتبة الأولى فى كل من برنامجي (هي وبس)، (ماما دوت أوم)، بنسبة
مئوية تبلغ (١٠٠%)، بينما جاءت الفترة (منتصف النهار) فى المرتبة الأولى فى برنامج (راجل

أطر معالجة البرامج الحوارية للقضايا الاجتماعية

واتنين ستات) بنسبة مئوية تبلغ (١٠٠%).
وبالتالي جاءت (الفترة المسائية) في المرتبة الأولى لإجمالي إستجابات عينة الدراسة بنسبة مئوية تبلغ (٥٧.١%)، تليها (فترة منتصف النهار) بنسبة مئوية تبلغ (٤٢.٩%)، بينما جاءت (الفترة الصباحية) في المرتبة الثالثة والأخيرة بنسبة مئوية تبلغ (٠%).

جدول (٢)

التكرارات والنسبة المئوية حول مدى ذكر خلفية معلوماتية عن القضية المطروحة في البرنامج

الترتيب	الإجمالي		راجل واتنين ستات		ماما دوت أوم		هي وبس		إسم البرنامج
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
١	٥٦.٩%	٩١	٥٠%	٢٦	٧٣.٥%	٢٥	٥٤.١%	٤٠	خلفية معلوماتية خلفية كاملة
٢	٢٨.١%	٤٥	٣٦.٥%	١٩	٢٠.٦%	٧	٢٥.٧%	١٩	خلفية سطحية
٣	١٥%	٢٤	١٣.٥%	٧	٥.٩%	٢	٢٠.٢%	١٥	لم تذكر خلفية
-	١٠٠%	١٦٠	١٠٠%	٥٣	١٠٠%	٥٥	١٠٠%	٧٤	الإجمالي

يتضح من جدول (٢) والخاص بالتكرارات والنسبة المئوية لآراء عينة الدراسة حول مدى ذكر خلفية معلوماتية عن القضية المطروحة في البرنامج، أن (خلفية كاملة) جاءت في المرتبة الأولى بنسبة مئوية تبلغ (٥٦.٩%)، وجاء في المرتبة الثانية (خلفية سطحية) بنسبة مئوية تبلغ (٢٨.١%)، بينما جاء في المرتبة الثالثة والأخيرة (لم تذكر خلفية) بنسبة مئوية تبلغ (١٥%).

جدول (٣)

التكرارات والنسبة المئوية حول نوع القضية المطروحة في البرنامج

الترتيب	الإجمالي		راجل واتنين ستات		ماما دوت أوم		هي ويس		إسم البرنامج القضية المطروحة
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٥	%٠.٦	١	%١.٩	١	%٠	٠	%٠	٠	سياسية
٣	%٩.٨	١٧	%١١.١	٦	%٢.٩	١	%١١.٩	١٠	اقتصادية
١	%٥٥.٥	٩٦	%٥٧.٤	٣١	%٨٢.٩	٢٩	%٤٢.٩	٣٦	اجتماعية
٤	%٨.١	١٤	%٣.٦	٢	%٠	٠	%١٤.٣	١٢	تعليمية
٢	%٢٤.٨	٤٣	%٢٤.١	١٣	%١٤.٢	٥	%٢٩.٨	٢٥	صحية
م ٥	%٠.٦	١	%١.٩	١	%٠	٠	%٠	٠	أمنية
م ٥	%٠.٦	١	%٠	٠	%٠	٠	%١.٢	١	بيئية
٨	%٠	٠	%٠	٠	%٠	٠	%٠	٠	أخرى تذكر
-	%١٠٠	١٧٣	%١٠٠	٥٤	%١٠٠	٣٥	%١٠٠	٨٤	الإجمالي

يتضح من جدول (٣) والخاص بالتكرارات والنسبة المئوية لأراء عينة الدراسة حول نوع القضية المطروحة في البرنامج، أن القضية (الاجتماعية) جاءت في المرتبة الأولى بنسبة مئوية تبلغ (٥٥.٥%)، وجاء في المرتبة الثانية القضية (الصحية) بنسبة مئوية تبلغ (٢٤.٨%)، وجاء في المرتبة الثالثة القضية (الاقتصادية) بنسبة مئوية تبلغ (٩.٨%)، بينما جاء في المراتب الأخيرة كل من القضايا (السياسية)، (الأمنية)، (البيئية)، (قضايا أخرى) بنسبة مئوية كانت على التوالي (٠.٦%)، (٠%).

أطر معالجة البرامج الحوارية للقضايا الاجتماعية

جدول (٤)

التكرارات والنسبة المئوية حول القوالب الفنية المستخدمة في البرنامج

الترتيب	الإجمالي		راجل واتنين ستات		ماما دوت أوم		هي ويس		إسم البرنامج القوالب المستخدمة
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٤	%٤.١	٦	%٠	٠	%٨.٨	٣	%٣.٤	٣	حديث مباشر
١	%٧٥.٣	١١٠	%٥٢	١٣	%٩١.٢	٣١	%٧٥.٩	٦٦	مقابلة (حوار، رأي، معلومة، أبعاد شخصية)
٢	%١٥.٨	٢٣	%١.٩	١٢	%٠	٠	%١٢.٦	١١	مناقشة
٣	%٤.٨	٧	%٠	٠	%٠	٠	%٨.١	٧	مناظرة
٥	%٠	٠	%٠	٠	%٠	٠	%٠	٠	أخرى تذكر
-	%١٠٠	١٤٦	%١٠٠	٢٥	%١٠٠	٣٤	%١٠٠	٨٧	الإجمالي

يتضح من جدول (٤) والخاص بالتكرارات والنسبة المئوية لآراء عينة الدراسة حول القوالب الفنية المستخدمة في البرنامج، جاء القالب الفني (مقابلة " حوار، رأي، معلومة، أبعاد شخصية") في المرتبة الأولى بنسبة مئوية تبلغ (٧٥.٣%)، وجاء في المرتبة الثانية (المناقشة) بنسبة مئوية تبلغ (١٥.٨%)، وجاء في المرتبة الثالثة (مناظرة) بنسبة مئوية تبلغ (٤.٨%)، بينما جاء في المرتبتين الأخيرتين كل من (حديث مباشر)، (قوالب أخرى) بنسبة مئوية كانت على التوالي (٤.١%)، (٠%).

جدول (٥)

التكرارات والنسبة المئوية حول نوع الإطار المستخدم في عرض القضية

الترتيب	الإجمالي		راجل واثنتين ستات		ماما دوت أوم		هي وبس		إسم البرنامج نوع الإطار المستخدم
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٤	٧.٧%	١٢	١٤.٦%	٧	٨.٨%	٣	٢.٧%	٢	الصراع
١	٤٤.٢%	٦٩	٢٧.١%	١٣	٧٠.٦%	٢٤	٤٣.٢%	٣٢	المسئولية الإجتماعية
٣	٨.٣%	١٣	١٢.٤%	٦	٠%	٠	٩.٥%	٧	النتائج الإقتصادية
٢	٣٥.٣%	٥٥	٣٩.٦%	١٩	٢٠.٦%	٧	٣٩.٢%	٢٩	الإهتمامات الإنسانية
٥	٤.٥%	٧	٦.٣%	٣	٠%	٠	٥.٤%	٤	مبادئ أخلاقية
٦	٠%	٠	٠%	٠	٠%	٠	٠%	٠	أخرى تذكر
-	١٠٠%	١٥٦	١٠٠%	٤٨	١٠٠%	٣٤	١٠٠%	٧٤	الإجمالي

يتضح من جدول (٥) والخاص بالتكرارات والنسبة المئوية لآراء عينة الدراسة حول نوع الإطار المستخدم في عرض القضية، أن إطار (المسئولية الإجتماعية) جاء في المرتبة الأولى بنسبة مئوية تبلغ (٤٤.٢%)، وجاء في المرتبة الثانية (الإهتمامات الإنسانية) بنسبة مئوية تبلغ (٣٥.٣%)، وجاء في المرتبة الثالثة (النتائج الإقتصادية) بنسبة مئوية تبلغ (٨.٣%)، بينما جاء في المراتب الثلاث الأخيرة كل من الأطر (الصراع)، (مبادئ أخلاقية)، (أطر أخرى) بنسبة مئوية كانت على التوالي (٧.٧%)، (٤.٥%)، (٠%).

أطر معالجة البرامج الحوارية للقضايا الاجتماعية

جدول (٦)

التكرارات والنسبة المئوية حول مدى تواجد ضيوف في البرنامج لمناقشة القضايا المحلية

الترتيب	الإجمالي		راجل واتنين ستات		ماما دوت أم		هي وبس		إسم البرنامج	مدى تواجد ضيوف
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
١	%١٠٠	١٧١	%١٠٠	١٥	%١٠٠	٢٩	%١٠٠	١٢٧	يوجد	وجود
٢	%٠	٠	%٠	٠	%٠	٠	%٠	٠	لا يوجد	ضيوف
-	%١٠٠	١٣٥	%١٠٠	١٥	%١٠٠	٢٩	%١٠٠	١٢٧		الإجمالي
٢	%٣٩.٩	٦٣	%٨٠	١٢	%٧٥.٩	٢٢	%٢٥.٤	٢٩	ذكر	نوع الضيوف
١	%٥١.٩	٨٢	%٢٠	٣	%٢٤.١	٧	%٦٣.٢	٧٢	أنثى	
٣	%٨.٢	١٣	%٠	٠	%٠	٠	%١١.٤	١٣	ذكر وأنثى	
-	%١٠٠	١٥٨	%١٠٠	١٥	%١٠٠	٢٩	%١٠٠	١١٤		الإجمالي

يتضح من جدول (٦) والخاص بالتكرارات والنسبة المئوية حول مدى تواجد ضيوف في

البرنامج لمناقشة القضايا المحلية ما يلي:

١- فيما يتعلق بمدى وجود ضيوف:

جاء في المرتبة الأولى (يوجد ضيوف) بنسبة مئوية تبلغ (١٠٠%)، بينما جاء في المرتبة الثانية والأخيرة (لا يوجد ضيوف) بنسبة مئوية تبلغ (٠%).

٢- فيما يتعلق بنوع الضيوف:

جاءت (الإناث) في المرتبة الأولى بنسبة مئوية تبلغ (٥١.٩%)، وجاء في المرتبة الثانية (الذكور) بنسبة مئوية تبلغ (٣٩.٩%)، بينما جاء في المرتبة الثالثة والأخيرة كل من (الذكور والإناث معاً) بنسبة مئوية تبلغ (٨.٢%).

جدول (٧)

التكرارات والنسبة المئوية حول المجال المهني للضيوف المشاركين في البرنامج

الترتيب	الإجمالي		راجل واتنين ستات		ماما دوت أوم		هي وبس		إسم البرنامج المجال المهني
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
١٠	%٤.٧	٨	%٠	٠	%٣.٤	١	%٥.٥	٧	أخصائية تربية
٣	%١٠.٥	١٨	%٦.٨	١	%٣.٤	١	%١٢.٦	١٦	أخصائية تغذية
١٣	%٢.٣	٤	%٠	٠	%٠	٠	%٣.١	٤	عضو برلماني
٥	%٩.٣	١٦	%٠	٠	%٠	٠	%١٢.٦	١٦	صانع محتوى
١	%١٣.٥	٢٣	%٣٣.٣	٥	%٣٧.٩	١١	%٥.٥	٧	طبيب
م ١	%١٣.٥	٢٣	%١٣.٣	٢	%٠	٠	%١٦.٧	٢١	راند أعمال
٨	%٥.٣	٩	%١٣.٣	٢	%٠	٠	%٥.٥	٧	رجل قانون
١٢	%٣.٥	٦	%٦.٧	١	%٠	٠	%٣.٩	٥	كاتب
م ٨	%٥.٣	٩	%١٣.٣	٢	%٠	٠	%٥.٥	٧	أخصائي صحة نفسية
م ٥	%٩.٣	١٦	%٠	٠	%٠	٠	%١٢.٦	١٦	خبير علاقات أسرية
م ١٠	%٤.٧	٨	%١٣.٣	٢	%٣.٤	١	%٣.٩	٥	أكاديمي
٧	%٧.٦	١٣	%٠	٠	%٢٤.٣	٧	%٤.٧	٦	رجل دين
م ٣	%١٠.٥	١٨	%٠	٠	%٢٧.٦	٨	%٧.٩	١٠	جمهور عام
-	%١٠٠	١٧١	%١٠٠	١٥	%١٠٠	٢٩	%١٠٠	١٢٧	الإجمالي

يتضح من جدول (٧) والخاص بالتكرارات والنسبة المئوية لآراء عينة الدراسة حول المجال المهني للضيوف المشاركين في البرنامج، حيث جاء في المرتبة الأولى كل من (طبيب)، (راند أعمال) بنسبة مئوية تبلغ (١٣.٥%)، وجاء في المرتبة الثالثة كل من (أخصائية تغذية)، (جمهور عام) بنسبة مئوية تبلغ (١٠.٥%)، بينما جاء في المراتب الأخيرة كل من (أخصائية تربية)، (أكاديمي)، (كاتب)، (عضو برلماني) بنسبة مئوية كانت على التوالي (٤.٧%)، (٣.٥%)، (٢.٣%).

أطر معالجة البرامج الحوارية للقضايا الاجتماعية

جدول (٨)

التكرارات والنسبة المئوية حول مدى التوازن في عرض جوانب القضية في البرنامج

الترتيب	الإجمالي		راجل واتنين ستات		ماما دوت أوم		هي وبس		إسم البرنامج التوازن في عرض جوانب القضية
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٤	١٣.٤%	١٨	١١.٤%	٥	٦.٧%	٢	١٨.٣%	١١	تعرض جانب واحد
١	٣٠.٦%	٤١	٢٥%	١١	٣٦.٧%	١١	٣١.٧%	١٩	تعرض جانبين
٢	٢٨.٤%	٣٨	١٥.٩%	٧	٤٣.٣%	١٣	٣٠%	١٨	تعرض جوانب متعددة
٣	٢٧.٦%	٣٧	٤٧.٧%	٢١	١٣.٣%	٤	٢٠%	١٢	إعطاء فكرة مجردة عن القضية
-	١٠٠%	١٣٤	١٠٠%	٤٤	١٠٠%	٣٠	١٠٠%	٦٠	الإجمالي

يتضح من جدول (٨) والخاص بالتكرارات والنسبة المئوية حول مدى التوازن في عرض جوانب القضية في البرنامج ، حيث جاء في المرتبة الأولى (تعرض جانبين) بنسبة مئوية تبلغ (٣٠.٦%)، وفي المرتبة الثانية (تعرض جوانب متعددة) بنسبة مئوية تبلغ (٢٨.٤%)، وجاء في المرتبة الثالثة (إعطاء فكرة مجردة عن القضية) بنسبة مئوية تبلغ (٢٧.٦%)، بينما جاء في المرتبة الرابعة والأخيرة (تعرض جانب واحد) بنسبة مئوية تبلغ (١٣.٤%).

جدول (٩)

التكرارات والنسبة المئوية حول أسباب طرح القضية الاجتماعية المحلية التي تناولها

البرنامج

الترتيب	الإجمالي		راجل واثنين ستات		ماما دوت أوم		هي ويس		إسم البرنامج أسباب طرح القضية الاجتماعية
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٤	١٠.٢%	١٦	٥%	٢	١٩.٤%	٧	٨.٦%	٧	الفقر
٧	٢.٥%	٤	٥%	٢	٠%	٠	٢.٥%	٢	الهجرة غير شرعية
٢	٢٧.٤%	٤٣	٢٥%	١٠	٣٨.٩%	١٤	٢٣.٥%	١٩	ارتفاع نسبة الطلاق
٤ م	١٠.٢%	١٦	١٠%	٤	٢.٨%	١	١٣.٦%	١١	ارتفاع نسبة البطالة
٦	٣.٨%	٦	٥%	٢	٨.٣%	٣	١.٢%	١	ارتفاع الزيادة السكانية
٣	١٦.٦%	٢٦	٢٧.٥%	١١	١١.١%	٤	١٣.٦%	١١	ضعف العدالة الاجتماعية
١	٢٩.٣%	٤٦	٢٢.٥%	٩	١٩.٤%	٧	٣٧%	٣٠	سلوكيات سلبية في المجتمع
-	١٠٠%	١٥٧	١٠٠%	٤٠	١٠٠%	٣٦	١٠٠%	٨١	الإجمالي

يتضح من جدول (٩) والخاص بالتكرارات والنسبة المئوية لآراء عينة الدراسة حول أسباب طرح القضية الاجتماعية المحلية التي تناولها البرنامج، حيث جاء في المرتبة الأولى السبب (السلوكيات السلبية في المجتمع) بنسبة مئوية تبلغ (٢٩.٣%)، وفي المرتبة الثانية (ارتفاع نسبة الطلاق) بنسبة مئوية تبلغ (٢٧.٤%)، وجاء في المرتبة الثالثة (ضعف العدالة الاجتماعية) بنسبة مئوية تبلغ (١٦.٦%)، بينما جاء في المراتب الأخيرة كل من (الفقر)، (ارتفاع نسبة البطالة)، (ارتفاع الزيادة السكانية)، (الهجرة غير شرعية) بنسبة مئوية كانت على التوالي (١٠.٢%)، (٣.٨%)، (٢.٥%).

أطر معالجة البرامج الحوارية للقضايا الاجتماعية

نتائج الدراسة الميدانية:

جدول (١٠)

توزيع أفراد عينة الدراسة فيما يتعلق بمدى مشاهدتهم للفضائيات العربية والمصرية

(ن = ٤٥٠)

م	العبارة	(ك)	(%)	الترتيب	قيمة كا ^٢	مستوى الدلالة
١	دائماً	١٩٤	٤٣.١%	١	٧٣.٩٧٣**	:
٢	أحياناً	١٩٢	٤٢.٧%	٢		
٣	نادراً	٦٤	١٤.٢%	٣		
	الإجمالي	٤٥٠	١٠٠%	-		

يتضح من جدول (١٠) أنه بحساب قيمة (كا^٢) لدى أفراد عينة الدراسة حول مدى مشاهدتهم للفضائيات العربية والمصرية نجد أنها بلغت (٧٣.٩٧٣) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى (٠.٠١)، وكانت في اتجاه (دائماً)، والتي حازت على المرتبة الأولى بنسبة مئوية تبلغ (٤٣.١%)، وجاء في المرتبة الثانية (أحياناً) بنسبة مئوية تبلغ (٤٢.٧%)، بينما جاء في المرتبة الثالثة والأخيرة (نادراً) بنسبة مئوية تبلغ (١٤.٢%).

جدول (١١)

توزيع أفراد عينة الدراسة فيما يتعلق بنوعية البرامج التي يفضلون مشاهدتها

في الفضائيات العربية والمصرية (ن = ٤٥٠)

م	العبارة	(ك)	(%)	الترتيب	قيمة كا ^٢	مستوى الدلالة
١	البرامج الإخبارية	١٥٩	١١.٦%	٦	١٧٨.٩٧٥**	:
٢	البرامج الدينية	٢١٥	١٥.٧%	٢		
٣	البرامج الحوارية الاجتماعية	٢٥٠	١٨.٢%	١		
٤	برامج تخص المرأة والطفل	٢٠٠	١٤.٦%	٣		
٥	البرامج الثقافية	١٨٥	١٣.٥%	٥		
٦	البرامج الرياضية	١٩٦	١٤.٣%	٤		
٧	برامج التوك شو	١٣٤	٩.٨%	٧		
٨	أخرى	٣٢	٢.٣%	٨		
	الإجمالي	١٣٧١	١٠٠%	-		

يتضح من جدول (١١) أنه بحساب قيمة (٢كا) لدى أفراد عينة الدراسة فيما يتعلق بنوعية البرامج التي يفضلون مشاهدتها في الفضائيات العربية والمصرية نجد أنها بلغت (١٧٨.٩٧٥) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى (٠.٠١)، وكانت في إتجاه (البرامج الحوارية الإجتماعية)، والتي حازت على المرتبة الأولى بنسبة مئوية تبلغ (١٨.٢%)، وجاء في المرتبة الثانية (البرامج الدينية) بنسبة مئوية تبلغ (١٥.٧%)، وفي المرتبة الثالثة (برامج تخص المرأة والطفل) بنسبة مئوية تبلغ (١٤.٦%)، بينما حازت على المراتب الثلاثة الأخيرة كل من (البرامج الإخبارية)، (برامج التوك شو)، (برامج أخرى) بنسبة مئوية كانت على التوالي (١١.٦%)، (٩.٨%)، (٢.٣%).

جدول (١٢)

توزيع أفراد عينة الدراسة فيما يتعلق بمدى قيامهم بالتواصل مع أي من البرامج الحوارية الاجتماعية التي يتابعونها (ن = ٤٥٠)

م	العبارة	(ك)	(%)	الترتيب	قيمة كا٢	مستوى الدلالة
١	نعم	٩٢	٢٠.٤%	٢	٢٣٦.١٥٧**	:
٢	لا	٣٥٨	٧٩.٦%	١		
	الإجمالي	٤٥٠	١٠٠%	-		

يتضح من جدول (١٢) أنه بحساب قيمة (٢كا) لدى أفراد عينة الدراسة فيما يتعلق بمدى قيامهم بالتواصل مع أي من البرامج الحوارية الاجتماعية التي يتابعونها نجد أنها بلغت (١٥٧.٢٣٦) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى (٠.٠١)، وكانت في إتجاه (لا)، والتي حازت على المرتبة الأولى بنسبة مئوية تبلغ (٧٩.٦%)، بينما جاء في المرتبة الثانية والأخيرة (نعم) بنسبة مئوية تبلغ (٢٠.٤%).

أطر معالجة البرامج الحوارية للقضايا الاجتماعية

جدول (١٣)

توزيع أفراد عينة الدراسة فيما يتعلق بأرائهم حول مدى مساهمة البرامج الحوارية

الاجتماعية في تكوين الوعي الاجتماعي لديهم (ن = ٤٥٠)

م	العبرة	(ك)	(%)	الترتيب	قيمة كا ^٢	مستوى الدلالة
١	دائماً	١٣٤	٢٩.٧%	٢	١٤.٧٠١١١*	:
٢	أحياناً	٢٥٠	٥٥.٦%	١		
٣	نادراً	٦٦	١٤.٧%	٣		
	الإجمالي	٤٥٠	١٠٠%	-		

يتضح من جدول (١٣) أنه بحساب قيمة (كا^٢) لدى أفراد عينة الدراسة فيما يتعلق بأرائهم حول مدى مساهمة البرامج الحوارية الاجتماعية في تكوين الوعي الاجتماعي لديهم نجد أنها بلغت (١١٥.٤١٣) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى (٠.٠١)، وكانت في اتجاه (أحياناً)، والتي حازت على المرتبة الأولى بنسبة مئوية تبلغ (٥٥.٦%)، وجاء في المرتبة الثانية (دائماً) بنسبة مئوية تبلغ (٢٩.٧%)، بينما جاء في المرتبة الثالثة والأخيرة (نادراً) بنسبة مئوية تبلغ (١٤.٧%).

جدول (١٤)

توزيع أفراد عينة الدراسة فيما يتعلق بتصورهم حول مدى مساهمة البرامج الحوارية

الاجتماعية في تكوين الوعي الاجتماعي لدى المجتمع المصري (ن = ٤٥٠)

م	العبرة	(ك)	(%)	الترتيب	قيمة كا ^٢	مستوى الدلالة
١	درجة كبيرة	٦٥	١٤.٤%	٣	٢٧.٤٠١١١*	:
٢	درجة متوسطة	٢٦٢	٥٨.٢%	١		
٣	درجة ضعيفة	١٢٣	٢٧.٤%	٢		
	الإجمالي	٤٥٠	١٠٠%	-		

يتضح من جدول (١٤) أنه بحساب قيمة (كا^٢) لدى أفراد عينة الدراسة فيما يتعلق بتصورهم حول مدى مساهمة البرامج الحوارية الاجتماعية في تكوين الوعي الاجتماعي لدى المجتمع

المصري نجد أنها بلغت (١٣٦.٦٥٣) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى (٠.٠١)، وكانت في إتجاه (بدرجة متوسطة)، والتي حازت على المرتبة الأولى بنسبة مئوية تبلغ (٥٨.٢%)، وجاء في المرتبة الثانية (بدرجة ضعيفة) بنسبة مئوية تبلغ (٢٧.٤%)، بينما جاء في المرتبة الثالثة والأخيرة (بدرجة كبيرة) بنسبة مئوية تبلغ (١٤.٤%).

جدول (١٥)

توزيع مجتمع الدراسة حول درجة متابعتهم لمجموعة من البرامج الحوارية

(ن = ٤٥٠)

التليفزيونية المتنوعة

م	البرامج الحوارية	موافق		محايد		معارض		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب
		%	ك	%	ك	%	ك			
١	ماما دوت أوم	٤٨.٩%	٢٢٠	٢١.١%	٩٥	٣.٠%	١٣٥	٢.١٨٩	٠.٨٦٩	١
٢	راجل واتنين ستات	٣٥.١%	١٥٨	٣١.٦%	١٤٢	٣٣.٣%	١٥٠	٢.٠١٨	٠.٨٢٨	٣
٣	هي وبس	٤٢%	١٨٩	٣٠.٤%	١٣٧	٢٧.٦%	١٢٤	٢.١٤٤	٠.٨٢٢	٢
٤	الستات مايعرفوش يكذبوا	٦.٩%	٣١	٤٦.٤%	٢٠٩	٤٦.٧%	٢١٠	١.٦٠٢	٠.٦١٥	٥
٥	السفيرة عزيزة	١٠.٧%	٤٨	٤٦.٢%	٢٠٨	٤٣.١%	١٩٤	١.٦٧٦	٠.٦٥٨	٤

يتضح من جدول (١٥) والخاص بإستجابات عينة الدراسة فيما يتعلق بدرجة متابعتهم لمجموعة من البرامج الحوارية التليفزيونية المتنوعة، وكانت جميعها في إتجاه (موافق)، بإستثناء برنامج (الستات مايعرفوش يكذبوا) وكانت إستجاباتهم في إتجاه (معارض)، وبرنامج (السفيرة عزيزة) وكانت إستجاباتهم في إتجاه (محايد)، وقد حاز برنامج (ماما دوت أوم) على المرتبة الأولى بمتوسط حساب يبلغ (٢.١٨٩)، وجاء في المرتبة الثانية برنامج (هي وبس) بمتوسط حساب يبلغ (٢.١٤٤)، وفي المرتبة الثالثة برنامج (راجل واتنين ستات) بمتوسط حساب يبلغ (٢.٠١٨)، بينما حاز كلاً من البرنامجين (السفيرة عزيزة)، (الستات مايعرفوش يكذبوا) على المرتبتين الأخيرتين بمتوسطات حسابية كانت على التوالي (١.٦٧٦)، (١.٦٠٢).

أطر معالجة البرامج الحوارية للقضايا الاجتماعية

جدول (١٦)

توزيع أفراد عينة الدراسة فيما يتعلق بالموضوعات التي يهتمون بمتابعتها من خلال البرامج الحوارية الاجتماعية التليفزيونية المتنوعة (ن = ٤٥٠)

م	العبرة	(ك)	(%)	الترتيب	قيمة كا ^٢	مستوى الدلالة
١	الموضوعات الاقتصادية	١٧٨	١٨.٢%	٣	٩٣.٧٦٣ ***	٠.٠١
٢	الموضوعات الفنية	٢٠٥	٢١%	٢		
٣	الموضوعات الاجتماعية	٣٠٧	٣١.٤%	١		
٤	الموضوعات السياسية	١٣٧	١٤%	٥		
٥	الموضوعات التي تخص المرأة والطفل	١٥٠	١٥.٤%	٤		
-	الإجمالي	٩٧٧	١٠٠%	-		

يتضح من جدول (١٦) أنه بحساب قيمة (كا^٢) لدى أفراد عينة الدراسة فيما يتعلق بالموضوعات التي يهتمون بمتابعتها من خلال البرامج الحوارية الاجتماعية التليفزيونية نجد أنها بلغت (٩٣.٧٦٣) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى (٠.٠١)، وكانت في إتجاه (الموضوعات الاجتماعية)، والتي حازت على المرتبة الأولى بنسبة مئوية تبلغ (٣١.٤%)، وجاء في المرتبة الثانية (الموضوعات الفنية) بنسبة مئوية تبلغ (٢١%)، وفي المرتبة الثالثة (الموضوعات الاقتصادية) بنسبة مئوية تبلغ (١٨.٢%)، بينما حازت على المرتبتين الأخيرتين كل من (الموضوعات التي تخص المرأة والطفل)، (الموضوعات السياسية) بنسبة مئوية كانت على التوالي (١٥.٤%)، (١٤%).

جدول (١٧)

توزيع مجتمع الدراسة حول أهم القضايا الاجتماعية التي يهتمون بمتابعتها

من خلال البرامج الحوارية الاجتماعية (ن = ٤٥٠)

م	القضايا الاجتماعية	موافق		محايد		معارض		المتوسط الحسابي	الإحتراف المعياري	الترتيب
		ك	%	ك	%	ك	%			
١	الهجرة	١٩١	٤٢.٤%	١٥٥	٣٤.٤%	١٠٤	٢٣.١%	٢.١٩٣	٠.٧٨٧	٦
٢	الطلاق	١١٤	٢٥.٣%	٢٤٨	٥٥.١%	٨٨	١٩.٦%	٢.٠٥٨	٠.٦٦٨	١٢
٣	تأخر سن الزواج	١٥٣	٣٤%	١٨٤	٤٠.٩%	١١٣	٢٥.١%	٢.٠٨٩	٠.٧٦٥	١٠
٤	تعويم الجنيه	١٩٩	٤٤.٢%	٢٠٤	٤٥.٣%	٤٧	١٠.٤%	٢.٣٣٨	٠.٦٥٨	٢
٥	ارتفاع الزيادة السكانية	١٩٧	٤٣.٨%	١٦٥	٣٦.٧%	٨٨	١٩.٥%	٢.٢٤٢	٠.٧٥٩	٥
٦	البطالة	١٥٣	٣٤%	٢١٨	٤٨.٤%	٧٩	١٧.٦%	٢.١٦٤	٠.٧٠٠	٧
٧	غلاء الأسعار	٢٦٧	٥٩.٣%	١٣٤	٢٩.٨%	٤٩	١٠.٩%	٢.٤٨٤	٠.٦٨٥	١
٨	التحرش	١٤٠	٣١.١%	٢٣٣	٥١.٨%	٧٧	١٧.١%	٢.١٤٠	٠.٦٨١	٩
٩	التسرب من التعليم	١٧١	٣٨%	١٧٢	٣٨.٢%	١٠٧	٢٣.٨%	٢.١٤٢	٠.٧٧٤	٨
١٠	الزواج المبكر	١٣٥	٣٠%	٢١٣	٤٧.٣%	١٠٢	٢٢.٧%	٢.٠٧٣	٠.٧٢٣	١١
١١	العنف الأسري	٢٠١	٤٤.٧%	١٧١	٣٨%	٧٨	١٧.٣%	٢.٢٧٣	٠.٧٣٩	٤
١٢	مشاكل الصحة	١٨٤	٤٠.٩%	٢٠٩	٤٦.٤%	٥٧	١٢.٧%	٢.٢٨٢	٠.٦٧٦	٣

يتضح من جدول (١٧) والخاص بإستجابات عينة الدراسة فيما يتعلق بأهم القضايا الاجتماعية التي يهتمون بمتابعتها من خلال البرامج الحوارية الاجتماعية، وكانت جميعها في إتجاه (محايد)، بإستثناء كل من القضايا (الهجرة)، (ارتفاع الزيادة السكانية)، (غلاء الأسعار)، (العنف الأسري) وكانت إستجاباتهم في إتجاه (موافق)، وقد حازت قضية (غلاء الأسعار) على المرتبة الأولى بمتوسط حساب يبلغ (٢.٤٨٤)، وجاء في المرتبة الثانية قضية (تعويم الجنيه) بمتوسط حسابي يبلغ (٢.٣٣٨)، وفي المرتبة الثالثة قضايا (المشاكل الصحية) بمتوسط حساب يبلغ (٢.٢٨٢)، بينما حازت كلاً من قضايا (تأخر سن الزواج)، (الزواج المبكر)، (الطلاق) على المراتب الثلاثة الأخيرة بمتوسطات حسابية كانت على التوالي (٢.٠٨٩)، (٢.٠٧٣)، (٢.٠٥٨).

أطر معالجة البرامج الحوارية للقضايا الاجتماعية

جدول (١٨)

توزيع مجتمع الدراسة حول التأثيرات المعرفية من مشاهدة البرامج الحوارية

الاجتماعية التليفزيونية ودورها في بناء الوعي الاجتماعي

(ن = ٤٥٠)

م	التأثيرات المعرفية	موافق		محايد		معارض		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب
		ك	%	ك	%	ك	%			
١	أدركت قيمة الوعي الاجتماعي	٢٤٥	٥٤.٤%	١٧٥	٣٨.٩%	٣٠	٦.٧%	٢.٤٧٨	٠.٦١٩	١
٢	تعرفت من خلالها على أحدث القضايا الاجتماعية على الساحة الاعلامية	٢٠١	٤٤.٧%	٢٢٨	٥٠.٧%	٢١	٤.٧%	٢.٤٠٠	٠.٥٧٨	٢
٣	زادت من اصراري على اكتساب معلومات جديدة عن مختلف القضايا	٢٠٣	٤٥.١%	١٨٧	٤١.٦%	٦٠	١٣.٣%	٢.٣١٨	٠.٦٩٦	٥
٤	الإطلاع على وجهات النظر المتباينة تجاه القضايا الاجتماعية	١٩٤	٤٣.١%	٢٢٨	٥٠.٧%	٢٨	٦.٢%	٢.٣٦٩	٠.٥٩٨	٣
٥	نمت من المستوى الثقافي والاجتماعي الخاص بي	١٩٩	٤٤.٢%	١٩٧	٤٣.٨%	٥٤	١٢%	٢.٣٢٢	٠.٦٧٨	٤
٦	غيرت طريقة تفكيري تجاه قضايا اجتماعية عديدة	١٤٢	٣١.٦%	٢٤٥	٥٤.٤%	٦٣	١٤%	٢.١٧٦	٠.٦٥٢	٧
٧	كونت لدي اتجاهات معينة تجاه القضايا الاجتماعية الهامة التي تشغل الرأي العام	١٩٧	٤٣.٨%	١٨٦	٤١.٣%	٦٧	١٤.٩%	٢.٢٨٩	٠.٧١٠	٦
٨	أشبع تلك البرامج حاجتي للمعرفة والمعلومات	١٣٣	٢٩.٦%	٢٥٣	٥٦.٢%	٦٤	١٤.٢%	٢.١٥٣	٠.٦٤٤	٨

يتضح من جدول (١٨) والخاص بإستجابات عينة الدراسة فيما يتعلق بالتأثيرات المعرفية من مشاهدة البرامج الحوارية الاجتماعية التليفزيونية ودورها في بناء الوعي الاجتماعي، وكانت جميعها في إتجاه (موافق)، بإستثناء كل من التأثيرات (الإطلاع على وجهات النظر المتباينة

الباحثة/أميرة خميس محمد محمد رضوان
تجاه القضايا الاجتماعية)، (غيرت طريقة تفكيري تجاه قضايا اجتماعية عديدة)، (أشبع تلك البرامج حاجتي للمعرفة والمعلومات) وكانت إستجاباتهم فيهما في إتجاه (محايد)، وقد حاز التأثير (أدركت قيمة الوعي الاجتماعي) على المرتبة الأولى بمتوسط حسابي يبلغ (٢.٤٧٨)، وجاء في المرتبة الثانية (تعرفت من خلالها على أحدث القضايا الاجتماعية على الساحة الاعلامية) بمتوسط حسابي يبلغ (٢.٤٠٠)، وفي المرتبة الثالثة (الإطلاع على وجهات النظر المتباينة تجاه القضايا الاجتماعية) بمتوسط حسابي يبلغ (٢.٣٦٩)، بينما حازت كل من التأثيرات (كونت لدي اتجاهات معينة تجاه القضايا الاجتماعية الهامة التي تشغل الرأي العام)، (غيرت طريقة تفكيري تجاه قضايا اجتماعية عديدة)، (أشبع تلك البرامج حاجتي للمعرفة والمعلومات) على المراتب الثلاثة الأخيرة بمتوسطات حسابية كانت على التوالي (٢.٢٨٩)، (٢.١٧٦)، (٢.١٥٣).

جدول (١٩)

توزيع مجتمع الدراسة حول التأثيرات الوجدانية من مشاهدة البرامج الحوارية

الاجتماعية التليفزيونية ودورها في بناء الوعي الاجتماعي (ن = ٤٥٠)

م	التأثيرات الوجدانية	موافق		محايد		معارض		المتوسط الحسابي	الإحراف المعياري	الترتيب
		ك	%	ك	%	ك	%			
١	الشعور بالإيجابية والفاعلية من خلال المساهمة في الحوارات حول الأحداث	٢١٣	٤٧.٣%	١٧٧	٣٩.٣%	٦٠	١٣.٤%	٢.٣٤٠	٠.٧٠٢	١
٢	جعلتني أدمج مع حلقات ومواضيع البرامج	١٥٤	٣٤.٢%	٢٤٨	٥٥.١%	٤٨	١٠.٧%	٢.٢٣٦	٠.٦٢٨	٢
٣	تقلل من شعوري بالقلق والتوتر	١٤٩	٣٣.١%	١٩٠	٤٢.٢%	١١١	٢٤.٧%	٢.٠٨٤	٠.٧٥٦	٦
٤	زادت رغبتني في متابعة برامج اجتماعية أخرى	١٣٣	٢٩.٦%	٢٤٦	٥٤.٧%	٧١	١٥.٧%	٢.١٣٨	٠.٦٦٠	٥
٥	شعرت بالمصادقية والموضوعية في طرح ومعالجة القضايا الاجتماعية	١٦٥	٣٦.٧%	١٩٦	٤٣.٦%	٨٩	١٩.٧%	٢.١٦٩	٠.٧٣٣	٤
٦	الشعور بالسلبية والغضب تجاه ما يحدث في المجتمع	١٥١	٣٣.٦%	٢٤٨	٥٥.١%	٥١	١١.٣%	٢.٢٢٢	٠.٦٣٣	٣

أطر معالجة البرامج الحوارية للقضايا الاجتماعية

يتضح من جدول (١٩) والخاص بإستجابات عينة الدراسة فيما يتعلق بالتأثيرات الوجدانية من مشاهدة البرامج الحوارية الاجتماعية التليفزيونية ودورها في بناء الوعي الاجتماعي، وكانت جميعها في إتجاه (محايد)، بإستثناء (الشعور بالإيجابية والفاعلية من خلال المساهمة في الحوارات حول الأحداث) وكانت إستجاباتهم فيها في إتجاه (موافق)، وقد حاز التأثير (الشعور بالإيجابية والفاعلية من خلال المساهمة في الحوارات حول الأحداث) على المرتبة الأولى بمتوسط حسابي يبلغ (٢.٣٤٠)، وجاء في المرتبة الثانية (جعلتني أدمج مع حلقات ومواضيع البرامج) بمتوسط حسابي يبلغ (٢.٢٣٦)، وفي المرتبة الثالثة (الشعور بالسلبية والغضب تجاه ما يحدث في المجتمع) بمتوسط حسابي يبلغ (٢.٢٢٢)، بينما حازت كل من التأثيرات (شعرت بالمصادفة والموضوعية في طرح ومعالجة القضايا الاجتماعية)، (زادت رغبتني في متابعة برامج اجتماعية أخرى)، (تقلل من شعوري بالقلق والتوتر) على المراتب الثلاثة الأخيرة بمتوسطات حسابية كانت على التوالي (٢.١٦٩)، (٢.١٣٨)، (٢.٠٨٤).

جدول (٢٠)

توزيع مجتمع الدراسة حول التأثيرات السلوكية من مشاهدة البرامج الحوارية الاجتماعية التليفزيونية ودورها في بناء الوعي الاجتماعي (ن = ٤٥٠)

م	التأثيرات السلوكية	موافق		محايد		معارض		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب
		ك	%	ك	%	ك	%			
١	شجعت أصدقائي لمشاهدة تلك البرامج	١٧٤	٣٨.٧%	١٨٧	٤١.٦%	٨٩	١٩.٨%	٢.١٨٩	٠.٧٤٢	٤
٢	جعلتني أتقبل الآراء الأخرى تجاه قضايا اجتماعية معينة	١٧٢	٣٨.٢%	٢٥١	٥٥.٨%	٢٧	٦%	٢.٣٢٢	٠.٥٨٢	١
٣	جعلتني أنتظر موعد الحلقة	١٤٧	٣٢.٧%	١٩٦	٤٣.٦%	١٠٧	٢٣.٧%	٢.٠٨٩	٠.٧٤٧	٦
٤	حثتني على المشاركة في النقاش حول ما يحدث في المجتمع من قضايا	١٥٢	٣٣.٨%	٢٣٥	٥٢.٢%	٦٣	١٤%	٢.١٩٨	٠.٦٦٣	٥
٥	مساعدة أصدقائي في الوعي من خلال معرفة وفهم الأحداث والقضايا الاجتماعية الجارية	١٨٣	٤٠.٧%	٢٠٦	٤٥.٨%	٦١	١٣.٥%	٢.٢٧١	٠.٦٨٥	٢
٦	شجعتني في البحث عن حلول للقضايا الاجتماعية التي يتم طرحها بالبرامج	١٦١	٣٥.٨%	٢٤٢	٥٣.٨%	٤٧	١٠.٤%	٢.٢٥٣	٠.٦٣٢	٣

الباحثة/أميرة خميس محمد محمد رضوان

يتضح من جدول (٢٠) والخاص بإستجابات عينة الدراسة فيما يتعلق بالتأثيرات السلوكية من مشاهدة البرامج الحوارية الاجتماعية التليفزيونية ودورها في بناء الوعي الاجتماعي، وكانت جميعها في إتجاه (محايد)، وقد حاز التأثير (جعلتني أتقبل الآراء الأخرى تجاه قضايا اجتماعية معينة) على المرتبة الأولى بمتوسط حسابي يبلغ (٢.٣٢٢)، وجاء في المرتبة الثانية (مساعدة أصدقائي في الوعي من خلال معرفة وفهم الأحداث والقضايا الاجتماعية الجارية) بمتوسط حسابي يبلغ (٢.٢٧١)، وفي المرتبة الثالثة (شجعتني في البحث عن حلول للقضايا الاجتماعية التي يتم طرحها بالبرامج) بمتوسط حسابي يبلغ (٢.٢٥٣)، بينما حازت كل من التأثيرات (شجعت أصدقائي لمشاهدة تلك البرامج)، (حثتني على المشاركة في النقاش حول ما يحدث في المجتمع من قضايا)، (جعلتني أنتظر موعد الحلقة) على المراتب الثلاثة الأخيرة بمتوسطات حسابية كانت على التوالي (٢.١٨٩)، (٢.١٩٨)، (٢.٠٨٩).

جدول (٢١)

توزيع مجتمع الدراسة حول مدى التزام البرامج الحوارية التليفزيونية

بالمعايير المهنية عند تناولها الأحداث والقضايا الاجتماعية (ن = ٤٥٠)

م	معايير المهنة	موافق		محايد		معارض		المتوسط الحسابي	الإحراف المعياري	الترتيب
		ك	%	ك	%	ك	%			
١	عدم التشهير بأصحاب القضايا والمشاكل الاجتماعية	١٩٥	%٤٣.٣	٢٠٠	%٤٤.٤	٥٥	%١٢.٣	٢.٣١١	٠.٦٧٨	١
٢	سلامة اللغة، الإلتزام بميثاق الشرف الإعلامي	١٤٦	%٣٢.٤	٢٣٩	%٥٣.١	٦٥	%١٤.٤	٢.١٨٠	٠.٦٦١	٦
٣	شمولية واكتمال التغطية الاعلامية للأحداث والقضايا الجارية	١٦٨	%٣٧.٣	٢٠٧	%٤٦	٧٥	%١٦.٧	٢.٢٠٧	٠.٧٠٦	٤
٤	التوازن والمحايدة في عرض الرأي والرأي الآخر	١٣٧	%٣٠.٤	٢٣٣	%٥١.٨	٨٠	%١٧.٨	٢.١٢٧	٠.٦٨٤	٨
٥	معالجة القضايا بما يتناسب مع قيمتها وأهميتها	١٩٢	%٤٢.٧	٢٠٢	%٤٤.٩	٥٦	%١٢.٤	٢.٣٠٢	٠.٦٧٩	٢
٦	عدم التحيز والالتزام بمعايير الكفاءة المهنية	١٤٢	%٣١.٦	٢٢٦	%٥٠.٢	٨٢	%١٨.٢	٢.١٣٣	٠.٦٩٤	٧
٧	الدقة في طرح وجهات النظر والآراء على ضيوف البرنامج	١٦١	%٣٥.٨	٢١٣	%٤٧.٣	٧٦	%١٦.٩	٢.١٨٩	٠.٧٠١	٥
٨	البعد عن الصور التي تسيء إلى القيم الاجتماعية أو التي تخدش الحياء	١٥٢	%٣٣.٨	٢٤٨	%٥٥.١	٥٠	%١١.١	٢.٢٢٧	٠.٦٣١	٣

أطر معالجة البرامج الحوارية للقضايا الاجتماعية

يتضح من جدول (٢١) والخاص بإستجابات عينة الدراسة فيما يتعلق بمدى التزام البرامج الحوارية التليفزيونية بالمعايير المهنية عند تناولها الأحداث والقضايا الاجتماعية، وكانت جميعها في إتجاه (محايد)، وقد حاز المعيار المهني (عدم التشهير بأصحاب القضايا والمشاكل الاجتماعية) على المرتبة الأولى بمتوسط حساب يبيبلغ (٢.٣١١)، وجاء في المرتبة الثانية المعيار المهني (معالجة القضايا بما يتناسب مع قيمتها وأهميتها) بمتوسط حسابي يبلغ (٢.٣٠٢)، وفي المرتبة الثالثة (البعد عن الصور التي تسيء إلى القيم الاجتماعية او التي تخدش الحياء) بمتوسط حسابي يبلغ (٢.٢٢٧)، بينما حازت كل من المعايير المهنية التالية (سلامة اللغة، الإلتزام بميثاق الشرف الإعلامي)، (عدم التحيز والالتزام بمعايير الكفاءة المهنية)، (التوازن والمحايدة في عرض الرأي والرأي الآخر) على المراتب الثلاثة الأخيرة بمتوسطات حسابية كانت على التوالي (٢.١٨٠)، (٢.١٣٣)، (٢.١٢٧).

النتائج التفصيلية لاختبارات فروض الدراسة

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد الجمهور المصري على البرامج الحوارية الاجتماعية والتأثيرات (المعرفية- الوجدانية- السلوكية) الناتجة عنه.

جدول (٢٢)

حساب معامل الارتباط بين درجة اعتماد الجمهور المصري على البرامج الحوارية الاجتماعية والتأثيرات (المعرفية- الوجدانية- السلوكية) الناتجة عنه

المتغيرات	المتوسطات	الإعتماد على البرامج الحوارية	تأثيرات معرفية	تأثيرات وجدانية	تأثيرات سلوكية
الإعتماد على البرامج الحوارية	٩.٦٢٩				
تأثيرات معرفية	١٨.٥٠٤	*.٣٥٥			
تأثيرات وجدانية	١٣.١٨٩	*.٥٨٨	*.٦٢٩		
تأثيرات سلوكية	١٣.٣٢٢	*.٤٧٦	*.٦٦٤	*.٧٣٤	

يتضح من جدول (٢٢) ما يلي:

١- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى (٠.٠٥) بين متوسطي درجات

الباحثة/أميرة خميس محمد محمد رضوان

إستجابات المبحوثين فيما يتعلق بالإعتماد على البرامج الحوارية وكل من التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة عنها.

٢- توجد علاقة إرتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى (٠.٠٥) بين متوسطي درجات إستجابات المبحوثين في التأثيرات المعرفية الناتجة عن إعتمادهم على البرامج الحوارية وكل من التأثيرات الوجدانية والسلوكية الناتجة عنها.

٣- توجد علاقة إرتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى (٠.٠٥) بين متوسطي درجات إستجابات المبحوثين في التأثيرات الوجدانية الناتجة عن إعتمادهم على البرامج الحوارية والتأثيرات السلوكية الناتجة عنها. وبذلك ثبت صحة الفرض القائل بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين درجة اعتماد الجمهور المصري على البرامج الحوارية الاجتماعية والتأثيرات (المعرفية- الوجدانية- السلوكية) الناتجة عنه.

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين اعتماد الجمهور المصري على البرامج الحوارية الاجتماعية ومستوي الوعي الاجتماعي لديه.

جدول (٢٣)

حساب معامل الإرتباط بين درجة إعتماد الجمهور المصري على البرامج الحوارية الاجتماعية ومستوي الوعي الاجتماعي لديه

مستوى الدلالة	معامل الإرتباط	مستوى الوعي الاجتماعي		درجة إعتماد الجمهور المصري على البرامج الحوارية الاجتماعية	
		٢ع	٢م	١ع	١م
٠.٠٥	*٠.٤٨٨	٠.٦٥٠	٢.١٥١	٢.٧١٧	٩.٦٢٩

يتضح من جدول (٢٣) أنه توجد علاقة إرتباطية دالة إحصائياً عند مستوى (٠.٠٥) بين درجة إعتماد الجمهور المصري على البرامج الحوارية الاجتماعية ومستوى الوعي الاجتماعي لديهم. وبذلك ثبت صحة الفرض القائل بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين اعتماد الجمهور المصري على البرامج الحوارية الاجتماعية ومستوي الوعي الاجتماعي لديه.

أطر معالجة البرامج الحوارية للقضايا الاجتماعية

الفرض الثالث: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين اختلاف المبحوثين في اتجاهاتهم نحو القضايا الاجتماعية باختلاف أطر المعالجة الاعلامية لهذة القضايا في البرامج الحوارية.

جدول (٢٤)

حساب دلالة الفروق بين إختلاف إتجاهات المبحوثين نحو القضايا الإجتماعية وفقاً لمتغير السن

المتغير	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة " ف " المحسوبة	مستوى الدلالة
السن	بين المجموعات	٩١٢.٠٥١	٢	٤٥٦.٠٢٦	*١٩.٤٧٦	٠.٠٥
	داخل المجموعات	١٠.٤٦٦.٢٦٩	٤٤٧	٢٣.٤١٤		
	الإجمالي	١١٣٧٨.٣٢٠	٤٤٩	-		

يتضح من جدول (٢٤) أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (٠.٠٥) بين متوسطات درجات إستجابات المبحوثين عينة الدراسة فيما يتعلق بإتجاهاتهم نحو القضايا الإجتماعية وفقاً لمتغير السن، ونظراً لوجود فروق جوهرية قامت الباحثة بحساب أقل فرق معنوي (L.S.D) وذلك للمقارنة بين المتوسطات، وكما يتضح في جدول (٢٥).

جدول (٢٥)

حساب أقل فرق معنوي (L.S.D) للمقارنة بين المتوسطات فيما يتعلق بإتجاهات

المبحوثين نحو القضايا الاجتماعية وفقاً لمتغير السن

السن	المتوسطات	العدد	من ٢٠ - أقل من ٣٥ سنة	من ٣٥ - أقل من ٥٠ سنة	من ٥٠ سنة فيما أكثر
من ٢٠ - أقل من ٣٥ سنة	٢٥.٢١٥	٢٥١			
من ٣٥ - أقل من ٥٠ سنة	٢٨.٠٠٠	١٥٥	*٢.٧٨٥		
من ٥٠ سنة فيما أكثر	٢٨.٣٤١	٤٤	*٣.١٢٦	٠.٣٤١	

يتضح من جدول (٢٥) ما يلي:

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (٠.٠٥) بين متوسطات درجات إستجابات المبحوثين للفئة العمرية (من ٢٠ - أقل من ٣٥ سنة) وكل من المبحوثين ذوي الفئتين العمريتين (من ٣٥ - أقل من ٥٠ سنة)، (من ٥٠ سنة فيما أكثر) فيما يتعلق بإتجاهاتهم نحو القضايا

الباحثة/أميرة خميس محمد محمد رضوان
الاجتماعية، وذلك لصالح المبحوثين ذوي الفئتين العمريتين (من ٣٥ - أقل من ٥٠ سنة)، (من ٥٠ سنة فيما أكثر).

٢- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات إستجابات المبحوثين للفئة العمرية (من ٣٥ - أقل من ٥٠ سنة)، والمبحوثين ذوي الفئة العمرية (من ٥٠ سنة فيما أكثر) فيما يتعلق بإتجاهاتهم نحو القضايا الإجتماعية.

الفرض الرابع: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع وأسباب اعتماد الجمهور المصري على البرامج الحوارية الاجتماعية ومستوى الوعي الاجتماعي لديه.

جدول (٢٦)

حساب معامل الارتباط بين دوافع وأسباب اعتماد الجمهور المصري على البرامج الحوارية الاجتماعية ومستوى الوعي الاجتماعي لديهم

مستوى الدلالة	معامل الارتباط	مستوى الوعي الاجتماعي		دوافع وأسباب اعتماد الجمهور المصري على البرامج الحوارية الاجتماعية	
		٢٤	٢٢	١٤	١٢
٠.٠٥	*٠.٤٣٨	٠.٦٥٠	٢.١٥١	٤.٠٤٦	٢٦.٨٩٦

يتضح من جدول (٢٦) أنه توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً عند مستوى (٠.٠٥) بين دوافع وأسباب اعتماد الجمهور المصري على البرامج الحوارية الاجتماعية ومستوى الوعي الاجتماعي لديهم.

وبذلك ثبت صحة الفرض الفائق بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع وأسباب اعتماد الجمهور المصري على البرامج الحوارية الاجتماعية ومستوى الوعي الاجتماعي لديه.
الفرض الخامس: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين الاطار الذي تتناوله البرامج الحوارية للقضايا الاجتماعية وبين إدراك الجمهور لهذه القضايا.

أطر معالجة البرامج الحوارية للقضايا الاجتماعية

جدول (٢٧)

حساب معامل الارتباط بين الإطار الذي تتناوله البرامج الحوارية

للقضايا الاجتماعية وبين إدراك الجمهور لهذه القضايا

مستوى الدلالة	معامل الارتباط	إدراك الجمهور للقضايا الاجتماعية		الإطار الذي تتناوله البرامج الحوارية للقضايا الاجتماعية	
		٢ع	٢م	١ع	١م
٠.٠٥	*٠.٢٤٩	٥.٠٣٤	٢٦.٤٨٠	٠.٨٤٠	٣.٩٣٦

يتضح من جدول (٢٧) أنه توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً عند مستوى (٠.٠٥) بين الإطار الذي تتناوله البرامج الحوارية للقضايا الاجتماعية وبين إدراك الجمهور لهذه القضايا. وبذلك ثبت صحة الفرض القائل بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين الإطار الذي تتناوله البرامج الحوارية للقضايا الاجتماعية وبين إدراك الجمهور لهذه القضايا. الفرض السادس: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين تبني المبحوثين للأطر الرئيسية باختلاف خصائصهم الديموجرافية (النوع - السن - المستوى الاقتصادي - المستوى التعليمي). * هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين تبني المبحوثين للأطر الرئيسية وفقاً للنوع.

جدول (٢٨)

حساب دلالة الفروق فيما يتعلق بتبني المبحوثين للأطر الرئيسية

وفقاً لمتغير النوع (ذكور - إناث)

مستوى الدلالة	قيمة (ت)	إناث ن = ٢١٤		ذكور ن = ٢٣٦		المتغير
		٢ع	٢م	١ع	١م	
٠.٠٥	*٥.٩١٧	٠.٨٤٦	٤.١٧٣	٠.٧٧٦	٣.٧٢٠	تبني المبحوثين للأطر الرئيسية وفقاً لمتغير النوع

يتضح من جدول (٢٨) أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (٠.٠٥) بين متوسطي درجات إستجابات المبحوثين وفقاً لمتغير النوع (ذكور - إناث) فيما يتعلق بتبني الأطر الرئيسية للبرامج الحوارية للقضايا الاجتماعية، وذلك لصالح المبحوثات الإناث. * هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين تبني المبحوثين للأطر الرئيسية وفقاً للسن.

جدول (٢٩)

حساب دلالة الفروق فيما يتعلق بتبني المبحوثين للأطر الرئيسية وفقاً لمتغير السن

المتغير	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة " ف " المحسوبة	مستوى الدلالة
السن	بين المجموعات	٥٩.٦٦٨	٢	٢٩.٨٣٤	*٥١.٧٩٦	٠.٠٥
	داخل المجموعات	٢٥٧.٤٦٤	٤٤٧	٠.٥٧٦		
	الإجمالي	٣١٧.١٣١	٤٤٩	-		

يتضح من جدول (٢٩) أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (٠.٠٥) بين متوسطات درجات إستجابات المبحوثين عينة الدراسة فيما يتعلق بتبني الأطر الرئيسية للبرامج الحوارية للقضايا الاجتماعية وفقاً لمتغير (السن)، ونظراً لوجود فروق جوهرية قامت الباحثة بحساب أقل فرق معنوي (L.S.D) وذلك للمقارنة بين المتوسطات ، وكما يتضح في جدول (٣٠).

جدول (٣٠)

حساب أقل فرق معنوي (L.S.D) للمقارنة بين المتوسطات فيما يتعلق بتبني

المبحوثين للأطر الرئيسية وفقاً لمتغير السن

الفئات العمرية	المتوسطات	العدد	من ٢٠ - أقل من ٣٥ سنة	من ٣٥ - أقل من ٥٠ سنة	من ٥٠ سنة فيما أكثر
من ٢٠ - أقل من ٣٥ سنة	٤.٢٥٩	٢٥١			
من ٣٥ - أقل من ٥٠ سنة	٣.٥٤٨	١٥٥	*٠.٧١١		
من ٥٠ سنة فيما أكثر	٣.٤٥٥	٤٤	*٠.٨٠٤	٠.٠٩٤	

يتضح من الجدول (٣٠) ما يلي:

١- توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (٠.٠٥) بين متوسطات درجات إستجابات المبحوثين للفئة العمرية (من ٢٠ - أقل من ٣٥ سنة)، وكل من المبحوثين ذوي الفئتين العمريتين (من ٣٥ - أقل من ٥٠ سنة)، (من ٥٠ سنة فيما أكثر) فيما يتعلق بتبني الأطر الرئيسية للبرامج الحوارية للقضايا الاجتماعية، وذلك لصالح المبحوثين ذوي الفئة العمرية (من ٢٠ - أقل من ٣٥ سنة).

٢- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات إستجابات المبحوثين للفئة العمرية (من ٣٥ - أقل من ٥٠ سنة) والمبحوثين ذوي الفئة العمرية (من ٥٠ سنة فيما أكثر) فيما يتعلق

أطر معالجة البرامج الحوارية للقضايا الاجتماعية

بتبني الأطر الرئيسية للبرامج الحوارية للقضايا الاجتماعية.

* هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين تبني المبحوثين للأطر الرئيسية وفقاً لمتوسط الدخل الشهري.

جدول (٣١)

دلالة الفروق فيما يتعلق بتبني المبحوثين للأطر الرئيسية وفقاً لمتغير متوسط الدخل الشهري

المتغير	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة " ف " المحسوبة	مستوى الدلالة
متوسط الدخل الشهري	بين المجموعات	١.٤٧١	٢	٠.٧٣٦	١.٠٤٢	غير داله
	داخل المجموعات	٣١٥.٦٦٠	٤٤٧	٠.٧٠٦		
	الإجمالي	٣١٧.١٣١	٤٤٩	-		

يتضح من جدول (٣١) أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات إستجابات المبحوثين عينة الدراسة فيما يتعلق بتبني الأطر الرئيسية للبرامج الحوارية للقضايا الاجتماعية وفقاً لمتغير (متوسط الدخل الشهري)

* هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين تبني المبحوثين للأطر الرئيسية وفقاً للحالة الاجتماعية.

جدول (٣٢)

حساب دلالة الفروق فيما يتعلق بتبني المبحوثين للأطر الرئيسية وفقاً لمتغير الحالة الاجتماعية

المتغير	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة " ف " المحسوبة	مستوى الدلالة
الحالة الاجتماعية	بين المجموعات	١٦.٨٧٦	٣	٥.٦٢٥	*٨.٣٥٦	٠.٠٥
	داخل المجموعات	٣٠٠.٢٥٥	٤٤٦	٠.٦٧٣		
	الإجمالي	٣١٧.١٣١	٤٤٩	-		

يتضح من جدول (٣٢) أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (٠.٠٥) بين متوسطات درجات إستجابات المبحوثين عينة الدراسة فيما يتعلق بتبني الأطر الرئيسية للبرامج الحوارية للقضايا الاجتماعية وفقاً لمتغير (الحالة الاجتماعية)، ونظراً لوجود فروق جوهرية قامت الباحثة بحساب أقل فرق معنوي (L.S.D) وذلك للمقارنة بين المتوسطات، وكما يتضح في جدول (٣٣)

جدول (٣٣)

حساب أقل فرق معنوي (L.S.D) للمقارنة بين المتوسطات فيما يتعلق بتبني

المبحوثين للأطر الرئيسية وفقاً لمتغير الحالة الاجتماعية

الحالة الاجتماعية	المتوسطات	العدد	متزوج	أعزب	أرمل	مطلق
متزوج	٤.٠٣٩	١٥٦				
أعزب	٣.٩٨٧	٢٣٥	٠.٠٥١			
أرمل	٣.٣٥٩	٣٩	*٠.٦٧٩	*٠.٦٢٨		
مطلق	٣.٦٥٠	٢٠	*٠.٣٨٨	٠.٣٣٧	٠.٢٩١	

يتضح من جدول (٣٣) ما يلي:

١- توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (٠.٠٥) بين متوسطات درجات إستجابات المبحوثين ذوي الحالة الاجتماعية (متزوج) وكل من المبحوثين ذوي الحالة الاجتماعية (أرمل)، (مطلق) فيما يتعلق بتبني الأطر الرئيسية للبرامج الحوارية للقضايا الاجتماعية، وذلك لصالح المبحوثين ذوي الحالة الاجتماعية (متزوج)، بينما لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات إستجابات المبحوثين ذوي الحالة الاجتماعية (متزوج) وذوي الحالة الاجتماعية (أعزب).

٢- توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (٠.٠٥) بين متوسطي درجات إستجابات المبحوثين ذوي الحالة الاجتماعية (أعزب) والمبحوثين ذوي الحالة الاجتماعية (أرمل) فيما يتعلق بتبني الأطر الرئيسية للبرامج الحوارية للقضايا الاجتماعية، وذلك لصالح المبحوثين ذوي الحالة الاجتماعية (أعزب)، بينما لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات إستجابات المبحوثين ذوي الحالة الاجتماعية (أعزب) وذوي الحالة الاجتماعية (مطلق).

٣- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات إستجابات المبحوثين ذوي الحالة الاجتماعية (أرمل) والمبحوثين ذوي الحالة الاجتماعية (مطلق) فيما يتعلق بتبني الأطر الرئيسية للبرامج الحوارية للقضايا الاجتماعية.

أطر معالجة البرامج الحوارية للقضايا الاجتماعية

* هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين تبني المبحوثين للأطر الرئيسية وفقاً لمستوى التعليم.

جدول (٣٤)

حساب دلالة الفروق فيما يتعلق بتبني المبحوثين للأطر الرئيسية وفقاً لمتغير مستوى

التعليم

المتغير	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة " ف " المحسوبة	مستوى الدلالة
مستوى التعليم	بين المجموعات	٢١.٣٦٧	٣	٧.١٢٢	*١٠.٧٤٠	٠.٠٥
	داخل المجموعات	٢٩٥.٧٦٤	٤٤٦	٠.٦٦٣		
	الإجمالي	٣١٧.١٣١	٤٤٩	-		

يتضح من جدول (٣٤) أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (٠.٠٥) بين متوسطات درجات إستجابات المبحوثين عينة الدراسة فيما يتعلق بتبني الأطر الرئيسية للبرامج الحوارية للقضايا الاجتماعية وفقاً لمتغير (مستوى التعليم)، ونظراً لوجود فروق جوهرية قامت الباحثة بحساب أقل فرق معنوي (L.S.D) وذلك للمقارنة بين المتوسطات، وكما يتضح في جدول (٣٥).

جدول (٣٥)

حساب أقل فرق معنوي (L.S.D) للمقارنة بين المتوسطات فيما يتعلق

بتبني

المبحوثين للأطر الرئيسية وفقاً لمتغير مستوى التعليم

مستوى التعليم	المتوسطات	العدد	مؤهل متوسط	مؤهل فوق المتوسط	مؤهل جامعي	مؤهل فوق جامعي
مؤهل متوسط	٣.٧٠٩	٥٥				
مؤهل فوق المتوسط	٣.٥٥٠	٨٠	٠.١٥٩			
مؤهل جامعي	٤.٠٤٤	٢٢٨	*٠.٣٣٥	*٠.٤٩٤		
مؤهل فوق جامعي	٤.١٤٩	٨٧	*٠.٤٤٠	*٠.٥٩٩	٠.١٠٦	

- ١- توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (٠.٠٥) بين متوسطات درجات إستجابات المبحوثين ذوي المؤهل (المتوسط) وكل من المبحوثين ذوي المؤهل (جامعي)، (فوق الجامعي) فيما يتعلق بتبني الأطر الرئيسية للبرامج الحوارية للقضايا الاجتماعية، وذلك لصالح المبحوثين ذوي المؤهل (جامعي)، (فوق الجامعي)، بينما لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات إستجابات المبحوثين ذوي المؤهل (المتوسط) وذوي المؤهل (فوق المتوسط).
- ٢- توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (٠.٠٥) بين متوسطات درجات إستجابات المبحوثين ذوي المؤهل (فوق المتوسط) والمبحوثين ذوي المؤهل (جامعي)، (فوق الجامعي) فيما يتعلق بتبني الأطر الرئيسية للبرامج الحوارية للقضايا الاجتماعية ، وذلك لصالح المبحوثين ذوي المؤهل (جامعي)، (فوق الجامعي).
- ٣- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات إستجابات المبحوثين ذوي المؤهل (جامعي) والمبحوثين ذوي المؤهل (فوق الجامعي) فيما يتعلق بتبني الأطر الرئيسية للبرامج الحوارية للقضايا الاجتماعية.

وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، أبرزها:

- ١- تزداد أهمية البرامج الحوارية الاجتماعية التليفزيونية يوماً بعد يوم كأداة من أدوات التأثير في المجتمع، لما تتمتع به من مقومات لجذب الانتباه والتأثير الفعال النابع من تجسيدها لواقع الحياة وقضايا المجتمع بكافة أشكالها ومستوياتها.
- ٢- إن البرامج الحوارية الاجتماعية التليفزيونية تعتمد على طرح القضايا الاجتماعية بشكل أساسي لأهميتها الكبرى بالنسبة للجمهور المصري.
- ٣- أصبحت البرامج الحوارية الاجتماعية من الأدوات الأساسية التي تؤدي دورها في معرفة مستوى وعي الجمهور المصري بالقضايا الاجتماعية التي يتم طرحها.
- ٤- أوضحت نتائج الدراسة التحليلية ارتفاع مشاهدة الجمهور المصري للبرامج الحوارية الاجتماعية، وأنها تتمتع بمصداقية وطرح قضايا اجتماعية من أرض الواقع وهذا ما زاد من اهتمام الجمهور المصري بمتابعتها.
- ٥- أكدت النتائج ارتفاع مشاهدة الجمهور المصري لبرامج " ماما دوت أوم " و " هي وبس "

أطر معالجة البرامج الحوارية للقضايا الاجتماعية

و " راجل و اتنين ستات" وانخفاض مشاهدة برامج " الستات مايعرفوش يكذبوا" و " السفيرة عزيزة".

تأثير البرامج الحوارية الاجتماعية على زيادة وعي الجمهور المصري للقضايا الاجتماعية لما تقدمه من مضامين تعمل على احاطة الجمهور المصري بكل ما يحدث في المجتمع والتي بالضرورة تستحوذ على اهتمامهم.

٦- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين اعتماد الجمهور المصري على البرامج الحوارية الاجتماعية ومستوي الوعي الاجتماعي لديه.

٧- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين اختلاف المبحوثين في اتجاهاتهم نحو القضايا الاجتماعية باختلاف أطر المعالجة الاعلامية لهذه القضايا في البرامج الحوارية.

٨- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع وأسباب اعتماد الجمهور المصري على البرامج الحوارية الاجتماعية ومستوي الوعي الاجتماعي لديه.

٩- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد الجمهور المصري على البرامج الحوارية الاجتماعية والتأثيرات (المعرفية- الوجدانية- السلوكية) الناتجة عنه.

١٠- تأثير اختلاف النوع، العمر، المستوى الاقتصادي، المستوى الاجتماعي، المستوى التعليمي لدى الجمهور المصري ومستوى الوعي بقضايا المجتمع لدى الجمهور المصري.

مراجع الدراسة:

الرسائل العلمية:

- ١- جيلان شرف، "اعتماد الشباب على وسائل الاتصال في تشكيل اتجاهاتهم نحو القضايا المجتمعية"، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة عين شمس، كلية الاعلام، قسم الاذاعة والتلفزيون، ٢٠١٨)
- ٢- رشا عبد اللطيف محمد، "أثر استخدام المواقع الالكترونية علي المحتوي البرامجي والأداء المهني للقائمين بالاتصال في البرامج الحوارية التلفزيونية" رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة القاهرة، كلية الاعلام، قسم الاذاعة والتلفزيون، ٢٠٢٠)
- ٣- الزهراء أحمد محمد اسماعيل، انعكاسات أطر معالجة البرامج المصرية الاستقصائية للقضايا المقدمة بها على مستوى وعى الجمهور، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة سوهاج، كلية الآداب، قسم الإعلام، ٢٠١٩)
- ٤- شيماء عبدالله أحمد، "مدي التزام البرامج الحوارية في القنوات الفضائية المصرية الخاصة بالمعايير المهنية والأخلاقية" رسالة ماجستير منشورة، (جامعة المنيا، كلية التربية النوعية، قسم اعلام، ٢٠١٩)
- ٥- عماد الدين ربيع أحمد محمد، استخدامات القائم بالاتصال في البرامج الحوارية لمواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على معالجة القضايا المجتمعية، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، ٢٠٢٠)

المراجع الأجنبية:

- 1- Mira Sotirovic " Effects of Media use on Audience framing and support for Welfare". **Mass Communication and Society** ".(Vol. 3, 2000), P.275

الدورات والمؤتمرات العربية:

- ١- عادل عبد الصادق، "الفضاء الالكتروني والتحول في سياسات أجهزة الاستخبارات الدولية"، (دراسات استراتيجيه، مركز الأهرام للدراسات السياسية والاستراتيجية، القاهرة، ٢٠١٣، العدد ٢٤٧)

الكتب العربية:

- ١- عبير أمين، "تزييف وعى الشباب بين العولمة والدعاة الجدد"، (الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، ٢٠٠٦)