

المسؤولية الاجتماعية لمقدمي البرامج الحوارية في الفضائيات المصرية

أ.د. فائق عبدالرحمن الطنباري
 أستاذ الإعلام بمعهد الدراسات العليا للطفولة جامعة عين شمس
 أ.د. عبدالعزيز السيد عبدالعزيز
 أستاذ ورئيس قسم الصحافة بكلية الإعلام جامعة جنوب الوادي
 هادي إبراهيم محمد حلموش

المخلص

المشكلة: يمكن بلورة مشكلة البحث في التساؤل التالي ما مدى التزام مقدمي البرامج الحوارية في الفضائيات المصرية بالمسؤولية الاجتماعية.

الأهمية: التعرف على البرامج الحوارية في الفضائيات المصرية ودورها في تدعيم المسؤولية الاجتماعية، والتعرف على العلاقة بين مقدمي البرامج الحوارية في الفضائيات المصرية والمسؤولية الاجتماعية.

الهدف: التعرف على نوعية الموضوعات والقضايا التي تتناولها البرامج الحوارية في القنوات الفضائية المصرية، والتعرف على الجوانب المهنية والأخلاقية التي تعكسها تلك البرامج الحوارية في الفضائيات المصرية.

النوع والمنهج: تعتبر الدراسة من الدراسات الوصفية التي تستخدم منهج المسح بالعينة لتحليل مضمون أربعة برامج حوارية على القنوات الفضائية، في إطار مسح وسائل الإعلام التي تستخدم للوصول إلى نتائج شاملة.

العينة: تم تطبيقها على عينة تحليلية عمدية من البرامج الحوارية في القنوات الفضائية المصرية (علي مسؤوليتي تقديم أحمد موسي، كل يوم تقديم عمرو أنيب، صفحة جديدة تقديم أحمد سمير، من ماسبيرو تقديم عاطف كامل). وذلك من خلال دورة برمجية لمدة ٣ شهور من كل برنامج بالأسبوع الصناعي في الفترة من شهر ١/ ١٠/ ٢٠١٦ إلى ٣٠/ ١٢/ ٢٠١٦.

الأدوات: تتمثل في أداة صحيفة تحليل المضمون: على عينة عمدية من البرامج الحوارية (عينة الدراسة) في الفضائيات المصرية.

النتائج: أظهرت النتائج أن المضامين المثارة التي التزم مقدميها بالمسؤولية الاجتماعية محل الدراسة حيث جاء في المقدمة (الاجتماعية) بنسبة ٧٣,٨%، ثم في المرتبة الثانية (الحوادث والجريمة) بنسبة ٦٠%، ثم في المرتبة الثالثة (السياسية) بنسبة ٤٤,٤%، وأن المضامين المثارة التي لم يلتزم مقدميها بالمسؤولية الاجتماعية محل الدراسة حيث جاء في المقدمة (السياسية) بنسبة ٢٧,٢%، ثم في المرتبة الثانية (الاجتماعية) بنسبة ١٩,١%، ثم في المرتبة الثالثة (الاقتصادية) بنسبة ١١,٧%، وأن اتجاه المعالجة الإعلامية محل الدراسة حيث جاء في المقدمة (التجهيل على مستوى المصدر) بنسبة ٥,٧%، ثم في المرتبة الثانية (التجهيل بنشر الشائعات) بنسبة ١,١%، ثم في المرتبة الثالثة (التجهيل على مستوى الفاعل) بنسبة ٠,٨%.

Social Responsibility of talk shows Interviewers in the Egyptian Satellite Channels

Problem: The research problem can be crystallized in the following question: what is the extent of the commitment of the talk show providers in the Egyptian satellite channels to social responsibility.

Objective: Identify the talk shows in Egyptian satellite channels and their role in strengthening social responsibility, and Feeding on the relationship between the providers of talk shows and social responsibility.

Importance: To identify the quality of topics and issues covered by the talk shows on satellite channels, and The definition of the professional and ethical aspects reflected by these talk shows in the Egyptian satellite channels.

Type and Methodology: It is a descriptive study that uses the sample survey method to analyze the content of four dialog programs on satellite channels.

Sample: The intentional programs of dialogue in the Egyptian satellite channels (on my responsibility by Ahmed Moussa, each day by Amr adeb, a new page, of maspero) through a three- month program of each program in the industrial week in a period from 1/ 10/ 2010 to 30/ 12/ 2016.

Tools: It is in the Journal of Contents Analysis: a sample of the talk shows- sample study- in the Egyptian satellite channels.

Results: The social responsibility introduction by 73.8%, followed by accidents and crime by 60%, and then by 44.4%, The social responsibility, where the political introduction by 27.2%, followed by social affairs 19.1%, and economy 11.7%, and The introduction to ignorance at the source level by 5.7%, and ignorance spread rumors by 1.1%, and ignorance on the level of actor by 0.8%.

Key Word: Social Responsibility, Talk Shows, Satellite Tv, Credibility.

٢. التعرف على ردود الأفعال التي تصدر من مقدمى البرامج الحوارية في حالة الخروج عن دائرة الحوار المحدد أو المتفق عليه.
٣. التعرف على الجوانب المهنية والأخلاقية التي تعكسها تلك البرامج الحوارية في الفضائيات المصرية.
٤. التعرف على نوعية الموضوعات والقضايا التي تتناولها البرامج الحوارية اليومية على القنوات الفضائية.
٥. التعرف على حدود أبعاد المسؤولية الاجتماعية للبرامج الحوارية في إطار نظرية المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام وخاصة التلفزيونية.

الدراسات السابقة:

دراسة (هبة شاهين ٢٠١٥) بعنوان المسؤولية الاجتماعية والأمنية لوسائل الإعلام في تناول قضايا الإرهاب. دراسة تطبيقية على الجمهور والصفوة الإعلامية والأمنية هدفت الدراسة الى التعرف على رصد المسؤولية الاجتماعية والأمنية لوسائل الإعلام المصرية في تناول قضايا الإرهاب. وتعتمد على منهج المسح بشقيه التحليلي والميداني باستخدام أداة الاستبيان على ٢٠٠ مبحوث، بالإضافة إلى عينة قوامها ١٠ مفردات من خبراء الإعلام، تتبنى الدراسة مدخلين نظريين الأول نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، والثاني نظرية المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام. وأظهرت النتائج وجود بين متوسط درجات اعتماد المبحوثين على الفضائيات المصرية لدى المبحوثين من ذوي مستويات المصدقية للفضائيات المصرية كمصادر للأخبار المتعلقة بالأحداث الإرهابية.

دراسة (آمال حسن الغزوى ٢٠٠٩) بعنوان المسؤولية الاجتماعية للبرامج الحوارية التلفزيونية اليومية في تناول الأداء الحكومي. هدفت الدراسة الى التعرف على التعرف على المسؤولية الاجتماعية للبرامج الحوارية التلفزيونية اليومية في تناول الأداء الحكومي. تنتمي الدراسة الى البحوث الوصفية بأسلوب المسح بالعينة لثلاث برامج حوارية "البيت بيتك، العاشرة مساءً، القاهرة اليوم"، واعتمدت الدراسة على نظرية المسؤولية الاجتماعية. وأظهرت النتائج أن ٦٨,٣% من فقرات البرامج الحوارية عينة الدراسة بها انتقادات للأداء الحكومي مقابل ٣١,٧% من الفقرات ليس بها انتقادات.

دراسة (نسمة أحمد البطريق ٢٠٠٧) بعنوان المسؤولية الاجتماعية للإعلام تجاه قضايا العائد على التعليم. هدفت الدراسة الى التعرف على المسؤولية الاجتماعية للإعلام تجاه قضايا العائد على التعليم. واستخدمت المنهج الوصفي التحليلي، وعينة الدراسة أداة تحليل المضمون لمسلسل حضرة المتهم أي، واعتمدت الباحثة في هذه الدراسة على نظرية المسؤولية الاجتماعية. وأظهرت النتائج أن القيم الاجتماعية الإيجابية هي أكثر القيم ظهوراً في شخصية "عبد الحميد دراز" بنسبة ٤٧,٢٤%، وقد انعدم في شخصيته أى قيم سياسية واقتصادية سلبية.

دراسة (راجية إبراهيم عوض ٢٠١٥) بعنوان دور البرامج الحوارية في الفضائيات المصرية الخاصة في ترتيب أولويات قضايا المواطنة لدى الشباب المصري. استهدفت الدراسة التعرف على دور البرامج في ترتيب أولويات قضايا المواطنة لدى الشباب الجامعي المصري. واعتمدت على نظرية ترتيب الأولويات، وطبقت الدراسة التحليلية على برامج (الحياة اليوم، ٩٠ دقيقة، هنا العاصمة)، والميدانية على عينة من الشباب الجامعي ٤٥٠ مفردة. وأظهرت النتائج جاء قالب الحوار في المرتبة الأولى في البرامج واحتل "صفة مسؤول حكومي" الرتبة الأولى في الضيوف يليه "صفة أكاديمي".

دراسة (زينب الحسينى رجب بلال ٢٠١٤) بعنوان الأساليب الاتقاعية في البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية في معالجة أحداث المرحلة الانتقالية. هدفت الدراسة الى التعرف على دور الأساليب الاتقاعية في البرامج في معالجة أحداث المرحلة الانتقالية، استخدمت الباحثة المنهج الوصفي وعينة الدراسة الميدانية بلغت ٥٠٠ مفردة، وتم استخدام صحيفة تحليل المضمون، وصحيفة الاستقصاء كأداة

يعتبر التلفزيون أحد أهم وسائل الإعلام وأكثرها انتشاراً بين الناس لما يتميز به من توافر عاملى الجذب والإثارة، كما أنه يتسم بالتنوع والتعدد فى المواد والموضوعات التي يعرضها على شاشته الصغيرة، والتي يتم تناولها بمختلف الأشكال والقوالب كبرامج المنوعات أو الأعمال الدرامية أو المسابقات أو البرامج الإعلامية من تحقيقات وبرامج خاصة ونشرات الأخبار، فالتلفزيون أصبح نافذة مفتوحة لجميع البشر على العالم على اختلاف مستوياتهم وثقافتهم ولغاتهم (محمد معوض إبراهيم، ٢٠٠٨).

وتعد البرامج الحوارية التلفزيونية أحد أهم ما يعرض على التلفزيون أيضاً مقدم هذه البرامج يجعل من نفسه مركزاً موجّهاً لمسار الحوار قد لا يعنيه إيصال الحقيقة أو تنوير المشاهد الا بالقدر الذي يخدم اهداف وغايات اصحاب القناة الفضائية التي يعمل فيها. ولكن هناك جانب آخر مهم وهو جانب يتعلق مباشرة بشخص مقدم البرامج وكيفية تفاعل المشاهد مع شخص مقدم البرامج وصورته كإنسان مؤثر وفاعل (نايف الشبول ٢٠١٠).

فى كثير من الأحيان يتبع نهجا بعيدا عن الموضوعية ويلجأ الى اتباع وسائل واساليب مضللة وغير مشروعة او غير مبررة لا تتفق مع مقتضيات وقواعد السلوك المهني او ما يسمى Professionalism من خلال الدور الذي يؤديه في المجال الاعلامي وهو دور له انعكاساته المباشرة وغير المباشرة على الأوضاع السياسية خصوصا وعلى الأوضاع الاجتماعية والاقتصادية والتربوية عموما.

وتعكس هذه البرامج مدى أهمية المسؤولية الاجتماعية التي ينبغي التعرف عليها لمقدمى البرامج حيث ظهرت نظرية المسؤولية بسبب الاستخدام الخاطى لمفهوم الحرية حيث أفرطت نظرية الحرية Freedom Theory فى إعلاء حرية الفرد على حساب مصلحة المجتمع وبالغت فيمنح الفرد الحق فى التنصل والتحرر من أى مسؤولية اجتماعية أو قيمة أخلاقية فى ظل هذه النظرية، بينما ترى نظرية المسؤولية الاجتماعية أن للفرد حقاً وللمجتمع أيضاً حقوقاً بوصفهم أفراد لهم حقوقهم وينخرطون فى مؤسسات اجتماعية تسعى لخدمة الصالح العامل تحقيق التوازن بين حرية التعبير ومصصلحة المجتمع وهذا سر قوتها كعنصر أساسى لتمكين روابط العلاقات الانسانية. (Seider, Scott, 2008)

مشكلة الدراسة وتساؤلاتها:

شهد الشارع المصرى ونيرة من الاحداث السياسية والأزمات الداخلية وتساعد حدة الخلاف والانقسام بين القوى السياسية والآراء نحو مختلف القضايا، حيث أصبحت القنوات الفضائية، على اختلاف ملكيتها وتوجهاتها، ساحة ومنبراً رئيسياً لمناقشة هذه الخلافات والصراعات من خلال برامجها المختلفة خاصة البرامج الحوارية، ونجد أيضاً الخلاف بين البرامج ومقدميها وبعضهم انعكس على الممارسة الإعلامية وأخلاقيات العمل الإعلامي، وعلى هذا تتلخص مشكلة الدراسة فى ما مدى التزام مقدمى البرامج الحوارية فى الفضائيات المصرية بالمسؤولية الاجتماعية.

أهمية الدراسة:

١. التعرف على البرامج الحوارية فى الفضائيات المصرية ودورها فى تدعيم المسؤولية الاجتماعية.
٢. الوقوف على بعض الجوانب والنقاط المهمة والمؤثرة فى البرامج الحوارية وعلاقتها بالمسؤولية الاجتماعية.
٣. التعرف على العلاقة بين مقدمى البرامج الحوارية والمسؤولية الاجتماعية.
٤. معرفة مدى موضوعية وحيدة البرامج الحوارية التى تعرض فى الفضائيات المصرية.
٥. تستمد هذه الدراسة أهميتها من ندرة الدراسات التى تناولت المسؤولية الاجتماعية لمقدمى البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية.

أهداف الدراسة:

١. التعرف على المسؤولية الاجتماعية لمقدمى البرامج الحوارية فى الفضائيات

الاجتماعية. وينبثق من هذا التساؤل الرئيسي عدة تساؤلات فرعية يمكن تحديدها فيما يلي:

١. ما الأطر التي تناولها البرامج الحوارية في الفضائيات المصرية من خلالها الموضوعات (محل الدراسة)؟
٢. ما هي أساليب الإقناع المقدمة في البرامج الحوارية على الفضائيات المصرية (محل الدراسة)؟
٣. ما هي المضامين المثارة التي التزام مقدميها بالمسؤولية الاجتماعية في البرامج الحوارية في الفضائيات المصرية (محل الدراسة)؟
٤. ما هي المضامين المثارة التي لم يلتزم مقدميها بالمسؤولية الاجتماعية في البرامج الحوارية في الفضائيات المصرية (محل الدراسة)؟
٥. ما هي اتجاه المعالجة الإعلامية للبرامج الحوارية في الفضائيات المصرية؟

فروض الدراسة:

١. توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين المسؤولية الاجتماعية والبرامج الحوارية التي تعرض في الفضائيات المصرية.
٢. توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين نوعية المتغيرات الديموجرافية والبرامج الحوارية في الفضائيات المصرية.
٣. توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين المسؤولية الاجتماعية ومقدمي البرامج الحوارية في الفضائيات المصرية.
٤. توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين المستوى الاجتماعي والاقتصادي والتعليمي لمقدمي البرامج الحوارية في الفضائيات المصرية والمسؤولية الاجتماعية.

نوع ومنهج الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية التي تسعى إلى التعرف المسئولية الاجتماعية لمقدمي البرامج الحوارية في الفضائيات المصرية، وتستخدم الدراسة منهج البحث بالعينة لتحليل مضمون أربعة برامج حوارية تنازع على القنوات الفضائية.

مجتمع وعينة الدراسة:

يتمثل مجتمع وعينة الدراسة التحليلية في عينة عمدية من حلقات البرامج الحوارية في الفضائيات المصرية وهي: برامج "من ماسبيرو" تقديم أحمد كامل وخالد سعد وداليا ناصر وعواطف ابوالسعود وأمنية مكرم على القناة الأولى، "صفحة جديدة" تقديم أحمد سمير وهند القاضي ولينا شاكر وتامر الشيخ على قناة النيل لايف، أيضاً برامج "كل يوم" تقديم عمرو أديب على قناة ON E، "على مسؤوليتي" تقديم أحمد موسى على قناة صدى البلد. حيث تم تحليل البرامج الحوارية محل الدراسة باستخدام دورة برمجية لمدة ثلاثة شهور متتالية في الفترة من ١/ ١٠/ ٢٠١٦ إلى ٣٠/ ١٢/ ٢٠١٦.

حدود الدراسة:

١. الحدود الموضوعية: وتمثل في دراسة المسؤولية الاجتماعية لمقدمي البرامج الحوارية في الفضائيات المصرية.
٢. الحدود الزمنية: الفترة التي استغرقتها الباحثة في الدراسة من بداية شهر يناير ٢٠١٥ حتى نهاية شهر اغسطس ٢٠١٧.

أدوات الدراسة:

صحيفة تحليل مضمون للبرامج الحوارية: استخدمت الباحثة أداة التحليل لدراسة المشاهد التي تعرض من خلال عينة الدراسة لمعرفة المسؤولية الاجتماعية لمقدمي البرامج الحوارية في الفضائيات المصرية موضوع الدراسة.

فئات الشكل والمضمون:

١. المسؤولية الاجتماعية للبرامج يقصد بها مجموعة القيم المهنية الواجب مراعاتها في العمل الإعلامي وخاصة التلفزيوني والتي تتصل بمعايير الأداء الأخلاقية المكتوب وغير مكتوب والتي ينبغي أن توجه أسلوب العمل الإعلامي.
٢. المضامين التي ألتزم مقدميها بالمسؤولية الاجتماعية محل الدراسة: (اجتماعية-

من أدوات جمع البيانات. وأظهرت النتائج التوصل إلى الأساليب الانعكاسية التي تم استخدامها بالبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية خلال أحداث المرحلة الانتقالية.

الإطار النظري:

النظرية المستخدمة في هذه الدراسة هي نظرية المسؤولية الاجتماعية.

١. أولاً تعريف المسؤولية الاجتماعية: عرفها الغالبى والعامري بأنها تعريف متباينة ومختلفة بسبب اكتساب الموضوع أهمية متزايدة يوماً بعد يوم، وأن هذا الأمر يعبر عن كون المسؤولية الاجتماعية في حقيقتها تركيب معقد وليس مفهوماً مبسطاً قابلاً للقياس بمعايير موحدة عالمياً أو إقليمياً، ويعود السبب في ذلك إلى دخول متغيرات حضارية وثقافية ودينية وأمور أخرى.

٢. ثانياً عناصر نظرية المسؤولية الاجتماعية: يرى (حامد زهران ٢٠٠٢) أن المسؤولية الاجتماعية تتكون من ثلاثة عناصر يكمل كل منهما الآخر، ويدعمه ويقويه، ولا يغنى واحد دون الآخر، هذه العناصر هي:

- أ. الاهتمام: وهو يتضمن الارتباط العاطفي بالجماعة، وحرص الفرد على سلامتها وتماسكها واستمرارها وتحقيق أهدافها.
- ب. الفهم: مسؤولية الفهم تتضمن فهم الفرد للجماعة وللمغزى الاجتماعي لسلوكه.
- ج. المشاركة: ويقصد بها مشاركة الفرد مع الآخرين في عمل ما يمليه الاهتمام وما يتطلبه الفهم من أعمال تساعد الجماعة في تحقيق أهدافها، حين يكون مؤهلاً اجتماعياً لذلك، أى إنها تقوم على الاهتمام والفهم، وهي أيضاً تتم من خلال ما تقتضيه رعاية الجماعة وهدايتها وإتقان أمورها، والمشاركة تظهر قدرة الفرد وتبرز مكانته.

٣. ثالثاً أبعاد المسؤولية الاجتماعية: ويوضح (فؤاد حسين الحمدي ٢٠٠٣) أهمية المسؤولية بشكل أكبر، من خلال التعرف على أبعاد المسؤولية الاجتماعية والمتمثلة فيما يلي:

- أ. المسؤولية الإنسانية: أى أن تكون المنظمة صالحة، وأن تعمل على الإسهام وتطوير المجتمع، وأن تعمل على تحسين نوعية الحياة.
- ب. المسؤولية الأخلاقية: بمعنى أن تكون المنظمة مبنية على أسس أخلاقية، وأن تلتزم بالأعمال الصحيحة، وأن تمتنع عن إيذاء الآخرين.
- ج. المسؤولية القانونية: أى أن المنظمة يجب أن تلتزم بإطاعة القوانين، وأن تكسب ثقة الآخرين من خلال التزامها بتنفيذ الأعمال الشرعية وعدم القيام بالأعمال المخلة بالقانون.
- د. المسؤولية الاقتصادية: ويقصد بها أن تكون المنظمة نافعة ومجدية اقتصادياً، وأن تحاول جاهدة توفير الأمان للآخرين.

مصطلحات الدراسة:

١. المسؤولية الاجتماعية للبرامج Social Responsibility For Programs: تعرفها (أمال حسن الغزواوى، ٢٠٠٩) يقصد بها مجموعة القيم المهنية الواجب مراعاتها في العمل الإعلامي وخاصة التلفزيوني والتي تتصل بمعايير الأداء الأخلاقية المكتوب وغير مكتوب والتي ينبغي أن توجه أسلوب العمل الإعلامي.

٢. البرامج الحوارية Talk shows: يعرفها (مدوح عبداللطيف، ٢٠٠٩) أنها ما تبثه القنوات الفضائية من برامج على شاشات التلفزيون وتهدف إلقاء الضوء على الموضوعات والقضايا المهمة للمجتمع وتتنوع تلك القضايا ما بين (سياسية، اقتصادية، اجتماعية، نقابية، مهنية، دينية، ...).

٣. الفضائيات Satellite TV: هي وسيلة اتصال فضائية تقوم بعملية البث التلفزيوني مباشرة عبر الفضاء، حيث يقوم جهاز الاستقبال في التلفزيون باستقبال البث عن طريق طوق هوائي مباشرة من القمر الاصطناعي دون الحاجة إلى محطة إرسال أرضية.

تساؤلات الدراسة:

ما مدى التزام مقدمي البرامج الحوارية في الفضائيات المصرية بالمسؤولية

الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية Statistical Package for the Social Science (SPSS)، وتم اللجوء إلى المعاملات والاختبارات الإحصائية التالية في تحليل بيانات الدراسة:

٢ التكرارات البسيطة والنسب المئوية.

٣ اختبار كاي^٢ Chi Square Test لدراسة الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من المتغيرات الاسمية Nominal.

سياسية- أمنية- اقتصادية- دينية- عسكرية- رياضية- ثقافية).
٢ مستويات تجهيل المعلومات في الممارسة الإعلامية محل الدراسة: (التجهيل على مستوى المصدر- التجهيل بنشر الشائعات- التجهيل على مستوى الفاعل).

أساليب المعالجة الإحصائية:

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة التحليلية، تم ترميز البيانات وإدخالها إلى الحاسب الآلي، ثم معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج

نتائج الدراسة:

٢ ما الأطر التي تناولها البرامج الحوارية في الفضائيات المصرية من خلالها الموضوعات (محل الدراسة)؟

جدول (١) الأطر التي تناول البرنامج من خلالها الموضوعات محل الدراسة

الأطر	البرنامج		على مسئوليتي		كل يوم		من ماسبيرو		الاجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
سياسية	١٠٠	٨٥,٥	٧٢	٧١,٣	٢٦	٢٧,٧	٣١	٥٦,٤	٢٢٩	٦٢,٤
اقتصادية	٢١	١٨	٣٧	٣٦,٦	١٦	١٧	٢٦	٤٧,٣	١٠٠	٢٧,٢
ثقافية	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٩,١	٥	١,٤
عسكرية	٢٤	٢٠,٥	-	-	١	١,٦	-	-	٢٥	٦,٨
اجتماعية	١١١	٩٤,٩	٩٠	٨٩,١	٩٣	٩٨,٩	٤٨	٨٧,٣	٣٤٢	٩٣,٢
امنية	٥٤	٤٦,٢	٣٧	٣٦,٦	١٤	١٤,٩	١٧	٣٠,٩	١٢٢	٣٣,٢
دينية	٠	٠	٩	٨,٩	٥٨	٦١,٧	٣	٥,٥	٧٠	١٩,١
رياضية	٧	٦	٠	٠	٠	٠	١	١,٨	٨	٢,٢
أخرى	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
المجموع	١١٧	١٠٠	١٠١	١٠٠	٩٤	١٠٠	٥٥	١٠٠	٣٦٧	١٠٠

في المرتبة الرابعة (اقتصادية) بنسبة ٢٧,٢%، ثم في المرتبة الخامسة (دينية) بنسبة ١٩,١%، ثم في المرتبة السادسة (عسكرية) بنسبة ٦,٨%، ثم في المرتبة السابعة (رياضية) بنسبة ٢,٢%، ثم في المرتبة الثامنة (ثقافية) بنسبة ١,٤%.

يوضح الجدول السابق الأطر التي تناولها الموضوعات محل الدراسة وذلك على النحو التالي: حيث جاء في المقدمة (اجتماعية) بنسبة ٩٣,٢%، ثم في المرتبة الثانية (سياسية) بنسبة ٦٢,٤%، ثم في المرتبة الثالثة (امنية) بنسبة ٣٣,٢%، ثم

٢ ما هي اتجاه المعالجة الإعلامية للبرامج الحوارية في الفضائيات المصرية؟

جدول (٢) اتجاه المعالجة الإعلامية محل الدراسة

اتجاه المعالجة	البرنامج		على مسئوليتي		كل يوم		من ماسبيرو		الاجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
إيجابي	٣٦	٣٠,٨	٢٥	٢٤,٨	٢٦	٢٧,٧	٠	٠	٨٧	٢٣,٧
سلبى	٣٤	٢٩,١	٠	٠	٠	٠	٧	١٢,٧	٤٤	١٢
محايد	٤٠	٣٤,٢	٥٢	٥١,٥	٣١	٣٣	٣٤	٦١,٨	١٥٧	٤٢,٨
غير واضح	٤	٣,٤	٢٤	٢٣,٨	٣٧	٣٩,٤	٨	١٤,٥	٧٣	١٩,٩
المجموع	١١٧	١٠٠	١٠١	١٠٠	٩٤	١٠٠	٥٥	١٠٠	٣٦٧	١٠٠

قيمة كا = ١٢٢,٨٠١ درجة الحرية = ٩ مستوى المعنوية = ٠,٠٠١ مستوى الدلالة = دالة

(إيجابي) بنسبة ٢٣,٧%، ثم في المرتبة الثالثة (غير واضح) بنسبة ١٩,٩%، ثم في المرتبة الرابعة (سلبى) بنسبة ١٢%.

يوضح الجدول السابق اتجاه المعالجة الإعلامية المقدمة محل الدراسة وذلك على النحو التالي: حيث جاء في المقدمة (محايد) بنسبة ٤٢,٨%، ثم في المرتبة الثانية

٢ ما هي الأساليب الإقناع المقدمة في البرامج الحوارية على الفضائيات المصرية (محل الدراسة)؟

جدول (٣) أساليب الإقناع المقدمة محل الدراسة

الاتجاه	أساليب الإقناع	البرنامج		على مسئوليتي		كل يوم		من ماسبيرو		الاجمالي	
		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
الترغيب	٨٩	٧٦,١	٧٠	٦٩,٣	٩٠	٩٥,٧	٤٥	٨١,٨	٢٩٤	٨٠,١	
الترهيب	٢٥	٢١,٤	٢٩	٢٨,٧	١٧	١٨,١	-	-	٧١	١٩,٣	
ضرب أمثلة	١٠٨	٩٢,٣	٩١	٩٠,١	٧٢	٧٦,٦	٤٨	٨٧,٣	٣١٩	٨٦,٩	
الاستشهاد بأبيات قرآنية	١٥	١٢,٨	١٠	٩,٩	١٣	١٣,٨	-	-	٣٨	١٠,٤	
الاستشهاد بأحداث نبوية	٠	٠	٢	٢	٥٠	٥٣,٢	٣	٥,٥	٥٥	١٥	
الحجة والبرهان	١٠٦	٩٠,٦	٧٩	٧٨,٢	٨٥	٩٠,٤	٤٤	٨٠	٣١٤	٨٥,٦	
المجموع	١١٧	١٠٠	١٠١	١٠٠	٩٤	١٠٠	٥٥	١٠٠	٣٦٧	١٠٠	

٨٠,١%، ثم في المرتبة الرابعة (الترهيب) بنسبة ١٩,٣%، ثم في المرتبة الخامسة (الاستشهاد بأحداث نبوية) بنسبة ١٥%، ثم في المرتبة السادسة (الاستشهاد بأبيات قرآنية) بنسبة ١٠,٤%.

يوضح الجدول السابق أساليب الإقناع المقدمة محل الدراسة وذلك على النحو التالي: حيث جاء في المقدمة (ضرب أمثلة) بنسبة ٨٦,٩%، ثم في المرتبة الثانية (الحجة والبرهان) بنسبة ٨٥,٦%، ثم في المرتبة الثالثة (الترغيب) بنسبة

٢ ما هي المضامين المثارة التي التزام مقدميها بالمسئولية الاجتماعية في البرامج الحوارية في الفضائيات المصرية (محل الدراسة)؟
جدول (٤) المضامين المثارة التي التزام مقدميها بالمسئولية الاجتماعية محل الدراسة

المضامين	البرنامج	على مسئوليتي		كل يوم		صفحة جديدة		من ماسبيرو		الاجمالي	
		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
السياسية	٧٢	٦١,٥	٣٧,٦	٣٨	١٩	٢٠,٢	٣٤	٦١,٨	١٦٣	٤٤,٤	**٨,٤١٠
الاقتصادية	٢١	١٧,٩	٢٦,٧	٢٧	٥	٥,٣	٢١	٣٨,٢	٧٤	٢٠,٢	**٢٧,٠٢٤
الاجتماعية	٧٨	٦٦,٧	٧٠,٣	٧١	٨١	٨٦,٢	٤١	٧٤,٥	٢٧١	٧٣,٨	**١١,١٨٦
الثقافية	٠	٠	١٠,٩	١١	٠	٠	٠	١٤,٥	١٩	٥,٢	**٣٨,٠٧٠
الدينية	٧	٦	٤	٤	٠	٠	٠	٠	١١	٣	*٨,٥١٣
الرياضية	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	١٨,٢	١٠	٢,٧	-
الحوادث والجريمة	٠	٠	٨,٩	٩	٠	٠	٠	١٤,٥	١٧	٦	**٢٦,٦٧٠
الصحية	٥	٤,٣	٧,٩	٨	١٥	١٦	٢٣	٤١,٨	٥١	١٣,٩	**٤٨,٢٢٩
التكنولوجية	٧	٦	٣٠,٧	٣١	٢٠	٢١,٣	٤	٧,٣	٦٢	١٦,٩	**٢٨,٥٢٢
الاثار	١٠	٨,٥	٠	٠	٠	٠	٠	١٨,٢	٢٠	٥,٤	**٣٠,٧٢٢
البيئية	٠	٠	١,٩	٢	٠	٠	٠	٠	٢	٠,٥	٥,٢٦٩
الفنية	١	٠,٨	٥,٩	٦	-	-	-	-	٧	١,٩	١٥,٩١٨
التعليمية	٠	٠	١٧,٨	١٨	٢	٢,١	٢	-	٢٠	٥,٤	**٣٣,٠٠٠
أخرى	٦٩	٥٩	٢٧,٧	٢٨	٢١	٢٢,٣	٢٢	٤٠	١٤٠	٣٨,١	**٩,٩٠٥
المجموع	١١٧	١٠٠	١٠٠	١٠١	٩٤	١٠٠	٥٥	١٠٠	٣٦٧	١٠٠	

يوضح الجدول السابق المضامين المقدمة التي التزام مقدميها بالمسئولية الاجتماعية محل الدراسة وذلك على النحو التالي: حيث جاء في المقدمة (الاجتماعية) بنسبة ٧٢,٨%، ثم في المرتبة الثانية (الحوادث والجريمة) بنسبة ٦٠%، ثم في المرتبة الثالثة (السياسية) بنسبة ٤٤,٤%، ثم في المرتبة الرابعة (أخرى) بنسبة ٣٨,١%، ثم في المرتبة الخامسة (الاقتصادية) بنسبة ٢٠,٢%

٢ ما هي المضامين المثارة التي لم يلتزم مقدميها بالمسئولية الاجتماعية في البرامج الحوارية في الفضائيات المصرية (محل الدراسة)؟
جدول (٥) المضامين المثارة التي لم يلتزم مقدميها بالمسئولية الاجتماعية محل الدراسة

المضامين	البرنامج	على مسئوليتي		كل يوم		صفحة جديدة		من ماسبيرو		الاجمالي	
		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
السياسية	٣١	٢٦,٥	٢٧,٨	٢٨	٣٢	٣٤	٩	١٦,٤	١٠٠	٢٧,٢	*١١,٨٦١
الاقتصادية	٧	٦	١١,٩	١٢	١٦	١٧	٨	١٤,٥	٤٣	١١,٧	*٣٠,٤٧٤
الاجتماعية	٢٥	٢١,٤	١٦,٨	١٧	٨	٨,٥	٢٠	٣٦,٤	٧٠	١٩,١	*٩,٤٥٦
الثقافية	١	٠,٩	٤	٤	-	-	-	-	٥	١,٤	١٣,٣٧١
الدينية	٠	٠	٤,٩	٥	-	-	-	-	٥	١,٤	١٨,٠٠٠
الرياضية	١	٠	-	-	١	١,١	-	-	٢	٠,٥	٦,٩٦٤
الحوادث والجريمة	٠	٠	-	-	١٠	١٠,٦	-	-	١٠	٢,٧	٢٣,٠٠٠
الصحية	١	٠,٩	-	-	٣	٣,٢	-	-	٤	١,٩	*١١,٨٣٩
التكنولوجية	١	٠,٩	١٤,٩	١٥	١	١	٣	٥,٥	٢٠	٥,٤	٢٩,١١١
الاثار	٢	١,٧	-	-	٦	١٥,٤	-	-	٨	٢,٢	١٣,٦٥٠
البيئية	١	٠,٩	-	-	٦	١٥,٤	-	-	٦	١,٦	**١٩,٠٠٠
الفنية	٢	١,٧	-	-	١	٢,٦	-	-	١٤	٣,٨	**٢٠,٥٥٧
التعليمية	٠	٠	-	-	٥	١٢,٨	-	-	٧	١,٩	**٢٠,٠٠٠
أخرى	١٥	١٢,٨	٦,٩	٧	-	-	٢	٣,٦	٢٤	٦,٥	**٢٢,٢٥٢
المجموع	١١٧	١٠٠	١٠٠	١٠١	٩٤	١٠٠	٥٥	١٠٠	٣٦٧	١٠٠	

يوضح الجدول السابق المضامين المقدمة التي يلتزم مقدميها بالمسئولية الاجتماعية محل الدراسة وذلك على النحو التالي: حيث جاء في المقدمة (السياسية) بنسبة ٢٧,٢%، ثم في المرتبة الثانية (الاجتماعية) بنسبة ١٩,١%، ثم في المرتبة الثالثة (الاقتصادية) بنسبة ١١,٧%، ثم في المرتبة الرابعة (أخرى) بنسبة ٦,٥%، ثم في المرتبة الخامسة (التكنولوجية) بنسبة ٥,٤%.

المراجع:

١. آمال حسن الغزاوي، المسئولية الاجتماعية للبرامج الحوارية التليفزيونية في تناول الأداء الحكومي- دراسة تحليلية، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد التاسع- العدد الثالث- يناير- يوليو، ٢٠٠٩.
٢. حامد عبدالسلام زهران، علم النفس الاجتماعي، عالم الكتب، الطبعة الرابعة، القاهرة، ٢٠٠٢.
٣. راجية إبراهيم عوض، دور البرامج الحوارية في الفضائيات المصرية الخاصة في ترتيب أولويات قضايا المواطنة لدى الشباب المصري، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠١٥.
٤. زينب الحسيني رجب بلال ربحان، الاساليب الاتقاعية في البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية في معالجة أحداث المرحلة الانتقالية، رسالة ماجستير، كلية التربية النوعية، جامعة المنصورة، ٢٠١٤.
٥. طاهر محسن الغالي، صالح مهدي العامري، المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال والمجتمع، دار وائل للنشر، ط٢، عمان، ٢٠٠٨.
٦. فؤاد محمد حسين الحمدي، الأبعاد التسويقية للمسئولية الاجتماعية للمنظمات وانعكاسها على رضا المستهلك، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة المستنصرية، بغداد، ٢٠٠٣.
٧. محمد معوض إبراهيم، المدخل إلى فنون العمل التليفزيوني، القاهرة، دار الكتاب الحديث، ٢٠٠٨.
٨. ممدوح عبدالله محمد عبداللطيف، الصورة الإعلامية للحكومة المصرية كما تعكسها البرامج الحوارية في القنوات الفضائية وعلاقتها بالصورة الذهنية للحكومة لدى شباب الجامعات، رسالة الماجستير، معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس، ٢٠٠٩.

٩. نايف الشبول، أثر الدراما الفضائية في ظاهرة العنف عند الأطفال، قسم الدراما، جامعة اليرموك، المجلة الأردنية للفنون مجلد ٣، عدد ١، ٢٠١٠.
١٠. نسمة أحمد يونس البطريق، المسؤولية الاجتماعية للإعلام تجاه قضايا العائد على التعليم، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٠٧.
١١. هبه شاهين، المسؤولية الاجتماعية والأمنية لوسائل الإعلام في تناول قضايا الإرهاب- دراسة تطبيقية على الجمهور والصفوة الإعلامية والأمنية، كلية الآداب، جامعة عين شمس، ٢٠١٥.
12. Seider Scott, Bad Things Could Happen, How Fear Impedes Social Responsibility in Privileged Adolescents, **Journal of Adolescent Research**, v23 n6, 2008.