

مجلة دراسات الطفولة

طبية، نفسية، إعلامية

(فصلية - محكمة)

المجلة العلمية المتخصصة

لمعهد الدراسات العليا للطفولة

جامعة عين شمس

المجلد ١٩

الإصدار ٧٣

أكتوبر - ديسمبر ٢٠١٦

رقم الإيداع بدار الكتب المصرية ٢٠٠٧/١٢٨٤٣

رقم الإيداع الدولي ٠٦١٩ - ٢٠٩٠

Visit our web site:

www.ipcs.shams.edu.eg

رئيس المجلس

أ.د. / هيام كمال نظيف

نائب رئيس المجلس

أ.د. / هويدا حسنى الجبالى

رئيس هيئة التحرير

أ.د. / محمد صلاح الدين مصطفى

مدير التحرير

أ.د. / جمال شفيق أحمد

هيئة التحرير

أ.د. / سعدية محمد على بهادر

أ.د. / فايزة يوسف عبدالمجيد

أ.د. / ليلي أحمد كرم الدين

أ.د. / فؤادة محمد على هدية

أ.د. / راندا كمال عبدالرؤوف

أ.د. / منى مدحت رضا

د. / اشرف مصطفى شلبي

المراقب المالي:

أ. / هاله فتحى العسكرى

سكرتارية التحرير:

أ. / مدحت فتح الله اسعد

أ. / هدى حسن إبراهيم

هيئة المستشارين للبحوث الطبية

- أ.د./ أحمد محمود عكاشة
 أ.د./ ألفت فرج محمد على
 أ.د./ إمام محمد النجمي
 أ.د./ جمال حسنى السمرة
 أ.د./ جمال سامى على
 أ.د./ حامد محمد الخياط
 أ.د./ خالد حسين طمان
 أ.د./ ربيع الدسوقي البهنسى
 أ.د./ زينب بشرى عبدالحميد
 أ.د./ سمير محمد واصف
 أ.د./ شفيقه محمد ناصر
 أ.د./ علوية محمد عبدالباقي
 أ.د./ عمر السيد الشوربجي
 أ.د./ ماهي التحاوي
 أ.د./ محمد حافظ غانم
 أ.د./ مدحت حسن شحاته
 أ.د./ مرفت محمد الرافعى
 أ.د./ مصطفى محمد النشار
 أ.د./ منى سالم
 أ.د./ نيرة إسماعيل عطيه

هيئة المستشارين للبحوث الإعلامية

- أ.د./ إعتقاد خلف معبد
 أ.د./ حسن على محمد
 أ.د./ حسن عماد مكاوى
 أ.د./ سامى ربيع الشريف
 أ.د./ سامى عبدالعزيز
 أ.د./ عواطف عبدالرحمن
 أ.د./ فاتن عبدالرحمن الطنبارى
 أ.د./ كمال الدين حسين
 أ.د./ ليلى عبدالمجيد
 أ.د./ ماجي الحلواني
 أ.د./ محمود حسن اسماعيل

هيئة المستشارين للبحوث النفسية

- أ.د./ أحمد مصطفى العتيق
 أ.د./ أسماء عبدالعال الجبرى
 أ.د./ أسماء محمد السرسى
 أ.د./ أمينة محمد كاظم
 أ.د./ حاتم عبدالمنعم أحمد
 أ.د./ حمدى محمد ياسين
 أ.د./ رجاء عبدالرحمن الخطيب
 أ.د./ سعيده محمد أبوسوسو
 أ.د./ صفاء يوسف الأعرس
 أ.د./ قدرى محمود حفى
 أ.د./ محمد رزق البحرى
 أ.د./ محمود السيد أبوالنيل
 أ.د./ مديحة محمد العزبى
 أ.د./ مديحة منصور الدسوقى
 أ.د./ معتز سيد عبدالله
 أ.د./ نبيل السيد حسن
 أ.د./ وفاء محمد فتحى

مستشارين من خارج جمهورية مصر العربية

- أ.د./ إبراهيم حمد صالح النقيثان - أستاذ علم النفس جامعة الملك سعود - المملكة العربية السعودية
 أ.د./ سليمان بن محمد آل حسين آل جبير - أستاذ علم النفس جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية - المملكة العربية السعودية

قواعد النشر:

المجلة فصلية محكمة متخصصة وتهتم بنشر الدراسات والبحوث ذات المستوى المتقدم في مجالات الطفولة (الطبية والنفسية والاجتماعية والثقافية والإعلامية) وترحب بالدراسات والبحوث المقدمة من الباحثين المتخصصين وتقبل المواد المقدمة للنشر وفق القواعد العامة التالية:

١. أن يكون البحث مبتكراً وأصيلاً ولم يسبق نشره.

٢. لا يجوز تقديم الدراسة أو البحث إلى أي جهة أخرى إذا ما قدم إلى هذه المجلة.

٣. الأصول التي تقدم للمجلة لا ترد إلى أصحابها سواء نشرت أو لم تنشر.

٤. تخضع الدراسات والبحوث للتحكيم العلمي من قبل نخبة من الأساتذة في مصر

وخارجها وعلى هذا يقدم الباحث نسخة من البحث مصححة علمياً ولغوياً بعد

إجراء التعديلات المطلوبة من لجنة التحكيم على مسئولية الشخصية وفقاً لقواعد

النشر العلمي التالية:

✎ أن يتبع في كتابة البحث الأصول العلمية المتعارف عليها فيما يتعلق بالتوثيق.

✎ يقدم ملخصين باللغتين العربية والانجليزية موضحاً بهما هدف البحث وعينته

وإجراءاته وأهم النتائج على أن يكون كل ملخص منهما ٣٠٠ كلمة خلاف

العنوان.

✎ المراجع تكون في آخر البحث وتكون مرتبة أبجدياً ومرقمة ويشار لها في

مقن البحث بالاسم والسنة أو بالرقم.

✎ يجب تقديم عدد (١) نسخة من البحث تكون موقعه من المشرفين وعدد (١)

نسخة بدون أي اشاره لإسم المشرفين أو الباحثين.

✎ يتم تحديد عرض الرسوم البيانية والصور والأشكال ب١٧ سم.

✎ ضرورة تقديم CD يحتوى على نسخة من البحث (كاملاً) مكتوب باستخدام

تطبيقات MsOffice Word على ورق A4 والترقيم أسفل الصفحة مع ترك

هوامش بمقدار ٣ سم من كل جانب، على ان يكتب بخط Simplified

Arabic حجم ١٤ والعناوين الرئيسية حجم ١٨ والعناوين الجانبية ١٦

بمسافة (واحد ونصف) بين الأسطر.

تكاليف النشر بالمجلة:

✎ بالنسبة للباحثين المصريين من داخل المعهد:

١. (٢٠٠) جنيهاً رسوم تحكيم + (٢٠) جنية رسوم إدارية للبحث الواحد ولا يرد المبلغ في حالة سحب البحث.

٢. (١٠) جنية رسوم نشر للصفحة الواحد.

✎ بالنسبة للباحثين غير المصريين من داخل المعهد:

١. (١٥٠٠) جنيهاً رسوم تحكيم+ رسوم إدارية للبحث من (١- ٢٠) صفحة ولا يرد المبلغ في حالة سحب البحث.

٢. (٥٠) جنية للصفحة رسوم نشر للصفحة الواحد للصفحات من ٢١ حتى آخر البحث.

✎ بالنسبة للباحثين المصريين من خارج المعهد:

١. (٢٠٠) جنيهاً رسوم تحكيم + (٢٠) جنية رسوم إدارية للبحث الواحد ولا يرد المبلغ في حالة سحب البحث.

٢. (٤٠٠) جنية للبحث من ١- ٢٠ صفحة.

٣. (٢٠) جنية رسوم نشر للصفحة الواحد للصفحات من ٢١ حتى آخر البحث.

✎ بالنسبة للباحثين غير المصريين من خارج المعهد:

١. (٢٠٠٠) جنيهاً رسوم تحكيم+ رسوم إدارية للبحث من (١- ٢٠) صفحة ولا يرد المبلغ في حالة سحب البحث.

٢. (٥٠) جنية للصفحة رسوم نشر للصفحة الواحد للصفحات من ٢١ حتى آخر البحث.

✎ يعامل المصري الذى يعمل بجهه غير مصريه (ويذكر هذا ببحثه) كغير المصريين.

✎ بالنسبة للباحث المصري الذى يشارك معه فى البحث غير مصري يعامل كغير المصريين.

✎ الرسوم البيانية والصور والأشكال (٥) جنيهاً للشكل الواحد.

✎ المستلآت يتم الإتفاق عليها مع دفع مقابلها المالى (تصوير - غلاف).

إن جميع المقالات والتعليقات تعبر عن آراء كتابها ولا تعكس رأى أو سياسة المجلة إلا إذا نص على ذلك صراحة. كما أن الناشر لا يتحمل أية مسئولية قانونية نتيجة أية أخطاء مطبعية أو سوء استعمال أو فهم للمواد المنشورة فى المجلة.

المحتويات

صفحة	الباحث	عنوان البحث
ح	كلمة رئيس التحرير
١	د.سعاد محمد محمد المصرى	دور الأنشطة الإعلامية المدرسية فى التوعية بالقيم التربوية لدى الأطفال من ٩- ١٢ سنة: دراسة ميدانية
١١ ...	د.مها احمد عبدالعظيم عبدالوهاب	مقاطع الاحداث الارهابية المصورة على الانترنت ودورها فى تشكيل الصورة الذهنية للمنظمات الارهابية لدى عينة من الشباب الجامعى
٢١ ...	أ.د.سامية موسى إبراهيم د.عمرو محمد عبدالله نحلة ... أشرف إسماعيل سيد	التغطية التلفزيونية (لبرامج التوك شو) بالفضائيات المصرية للحملات الانتخابية البرلمانية وعلاقتها باتجاهات شباب الجامعات نحو المرشحين
٣١ ...	أ.د.إبراهيم إبراهيم أحمد أ.د.أحمد حسين محمد حسن د.سماح محمد الزمزمى هيكىل ... آية صلاح السيد أحمد	تقنيات الإخراج المستخدمة بالبرامج السياسية بالقنوات الفضائية المصرية والموجهة- دراسة تحليلية
٤٩ ...	أ.د.محمد معوض إبراهيم أ.د.غادة عبدالنواب اليماني د.عبدالحكم ابوخطب	استخدامات الأطفال مواقعهم الإلكترونية والإشباع المتحققة
٥٣	أ.د.ليلي أحمد كرم الدين د.نشأت مهدي السيد قاعود ... مى محمد محمد بحيرى	فاعلية برنامج إرشادي لخفض سلوك إيذاء الذات للأطفال الذاتويين
٦١ ...	أ.د.سامية موسى إبراهيم د.عمرو نحلة ... أمنية عزيز على الشيخ	استخدام المعاقين حركياً لصفحاتهم الرياضية على الفيسبوك
٦٩ ...	أ.د.فاتن عبدالرحمن الطنبارى أ.د.محمد شعبان وهدان ... آلاء هاشم عبدالحميد عبدالعزيز	الحملات الإعلامية للجان حماية الطفولة ودورها فى التوعية بحقوق الطفل المصري
٧٧ ...	أ.د.محمود حسن إسماعيل د.طه محمد بركات أ.د. سلام أحمد عبده ... محمد على محمد منصور	أطر معالجة الصحف المصرية لثورة ٢٥ يناير- دراسة تحليلية
٨٧ ...	أ.د.اعتماد خلف معبد د.إيناس حامد ... غادة عطية محمد	معالجة المواقع الإخبارية والصحف الإلكترونية للشائعات وعلاقتها بإدراك المراهقين للواقع السياسي والاجتماعي
٩٣ ...	أ.د.فؤادة محمد على هدية أ.د.أسماء محمد السرسى ... هدى محمد محمدى طلبية	المساندة الاجتماعية وعلاقتها بالكفاءة الوجدانية لدى عينة من المراهقين ذوى متلازمة داون
١٠١ ...	أ.د.محمود حسن اسماعيل أ.د.محمد رزق البحيري ... مها عبدالغنى منصور	مشاهدة أفلام العنف وعلاقتها ببعض المتغيرات النفسية والمعرفية لدى طلاب صعوبات التعلم
١١١ ...	أ.د.فؤاده محمد علي هدية د.محمد رزق البحيري ... شيرين ممدوح عبدالسلام	فاعلية برنامج ارشادي لتخفيف التمر لدى عينة من المراهقين الصم
١١٩ ...	أ.د.محمد شعبان وهدان د.عمرو محمد عبدالله نحلة ... محمد عبدالحميد فاضل	الخطاب الديني للدعاة الشباب وأثره على طلبة الجامعات

صفحة	الباحث	عنوان البحث
١٢٧ ...	أ.د. حسن محمود عطية د.روحية محمد عبدالباسط ولاء عوني زكى عوني ...	دور المسرح المصري المعاصر في تشكيل الصورة الذهنية للشخصيات السياسية- دراسة تحليلية
١٤١ ...	أ.د.محمود حسن إسماعيل د.أشرف مصطفى شلبي ... مروة أحمد محمد أحمد	التغطية التلفزيونية المصرية للمحاكمات القضائية وعلاقتها بالصورة الذهنية للقضاء لدى المراهقين
١٤٧ ...	أ.د.محمد رزق البحيري أ.د.محمد إبراهيم الدسوقي ... شيماء ناصر أحمد محمد سنه	تمتية فاعلية الذات لدى عينة من الأطفال المتأخرين عقليًا القابلين للتعلم
١٥٣ رحاب أمين مصطفى العزب	الفاعلية الذاتية لمعلمة رياض الاطفال فى رعاية أطفال الروضة الموهوبين ومعوقات رعايتهم من وجهة نظر معلمات رياض الأطفال
١٦٩ ...	أ.د.محمود حسن إسماعيل أ.د.شريف درويش اللبان ... حمدي أحمد علي حامد	علاقة تصميم المواقع الإخبارية الإلكترونية بتشكيل الواقع الافتراضي لدى المراهقين
١٧٥ ...	أ.د.عبدالله جاد محمود أ.د.أحمد حسين محمد حسن ... أسماء محمد محمود الشافعي	استخدام طلاب المرحلة الإعدادية لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بالاغتراب الأسري والمدرسي لديهم- دراسة ميدانية

كلمة رئيس التحرير

بقلم أ.د. محمد صلاح الدين مصطفى
أستاذ الطب الوقائي والوبائيات [المنهجية] والاحصاء التطبيقي
Salah Mostafa, MD [EGYPT], FACE [USA]
Fellow of American College of Epidemiology

السادة الزملاء الاعزاء:

شرفنتى ادارة معهد الدراسات العليا للطفولة برئاسة أ.د. هيام نظيف، أستاذ طب الاطفال وعميدة المعهد وأ.د. هويدا الجبالى وكيل المعهد لشئون للدراسات العليا والبحوث وأ.د. ايهاب عيد وكيل المعهد لشئون خدمة المجتمع وتنمية البيئة، ورؤساء قسم الدراسات النفسية للاطفال وقسم الإعلام وثقافة الاطفال وقسم الدراسات الطبية للاطفال، برئاسة تحرير مجلة المعهد العلمية المحكمة، وهو التشريف الثانى لى فى هذا المجال حيث شاركت فى انشاء مجلة جامعة المنيا الطبية المحكمة ايضا نائبا لرئيس التحرير، منذ ١٩٩٠ حتى ١٩٩٦ حتى انتقلت الى جامعة عين شمس وتقدمت بأقتراح انشاء مجلة المعهد وتمت الموافقة على انشائها.

لقد ساهمت فى كلا المجلتين فى نشر البحوث والنشاط العلمى لاعضاء هيئات التدريس فى كلا المؤسستين العلميتين والتواصل بين الاجيال كما ساهمت كل من المجلتين ايضا فى ترقية كثير من الشباب من اعضاء هيئة التدريس الى الدرجات العلمية الاعلى. نقطه هامة ايضا ان الكتابة تعتبر من أقدم الطرق لتوثيق الفكر الانسانى على مر العصور، حيث ان القدماء المصريون وثقوا افكارهم والاحداث الهامة على جدران المعابد والبرديات مما ساهم بلا شك فى نقل كثير من الاحداث التاريخية والطبية والمعارف والمهارات من هذا الزمن القديم الى عصرنا هذا وخاصة من خلال التعرف على اللغة المصرية القديمة بعد اكتشاف حجر رشيد.

لقد حرصت من خلال عملى فى كلتا المجلتين العلميتين المحكمتين على تعريف المجتمع العلمى الدولى من خلال المكتب الاقليمى للشرق الاوسط لهيئة الصحة العالمية حيث تمت اضافة ملخصات كليهما الى فهرسه الاقليمى: Index Medicus for the WHO Eastern Mediterranean Region, EMRO, with Abstracts وهو ما يعكس نشاط المعهد فى المجتمع العلمى المحلى والدولى، اقدم شكرى الجزيل لجميع اعضاء هيئة التدريس بالمعهد وخارجة سواء بتقديم ابحاثهم للمجلة للنشر أو الاساتذه الزملاء المحكمين من الذين ساهموا فى نجاح هذه المجلة واستمرارها حيث اقتربت من عشرين عام من الاصدار المنتظم والمستمر، ايضا لايمكن ان انسى مجهود سكرتارية المجلة الذين قاموا بالعبء الادارى لهذا التواصل عبر هذه السنوات وهم الساده هدى حسن ومدحت فتح الله وسامح قنديل وآملين فى التطوير والتحسين بدعمكم لمجلتكم والله الموفق والمستعان.

دور الأنشطة الإعلامية المدرسية في التوعية بالقيم التربوية لدى الأطفال من ٩-١٢ سنة: دراسة ميدانية

د. سعاد محمد محمد المصري
مدرس بكلية التربية التوعوية- جامعة كفر الشيخ

المخلص

مقدمة: تعد القيم التربوية إحدى ركائز العمل التربوي لما لها من أهمية في تشكيل جوانب نمو الطفل المختلفة. وتعتبر الأنشطة الإعلامية هي عملية تربوية اختيارية تكمل وتصاحب العملية التعليمية وتهدف تنمية الطلاب عقليا وجسديا، واجتماعيا وفنيا، وتتسم هذه الأنشطة عادة بالتنسيق ويقبل عليها الطفل بمحض اختياره واستجابة لاستعداده الشخصي، ويشعر في ممارستها بالإشباع والرضا.

الهدف: هدف البحث إلى التعرف على دور الأنشطة الإعلامية المدرسية في التوعية بالقيم التربوية لدى الأطفال. وانقسم البحث إلى الإطار النظري وشمل الدراسات السابقة، الاعتبارات الواجب مراعاتها في عناصر النشاط الاعلامي المدرسي، الأطفال والقيم التربوية، ثم الإطار الميداني ويشمل منهج وعينة البحث.

نوع البحث: تندرج هذه الدراسة تحت نوع البحوث الوصفية مستخدمة منهج المسح.

العينة: طبقت الدراسة على عينة عمدية قولمها ٣٠٠ مفردة من الأطفال من (٩-١٢) سنة من مدارس (الزهراء الابتدائية المشتركة بدسوق- مدرسة اللواء عبدالعال السيد الابتدائية المشتركة بقرية شباس الملح التابعة لمركز دسوق) بمحافظة كفر الشيخ.

الأموات: جمعت بيانات هذا البحث من خلال استمارة استبيان للتعرف على دور الأنشطة الإعلامية المدرسية في التوعية بالقيم التربوية لدى الأطفال وشملت ١٢ سؤالاً، وكذلك مقياس القيم التربوية والذي اشتمل على ٢٨ قيمة وكلاهما من إعداد الباحثة، ولقد طبق الاستبيان خلال شهر ابريل ٢٠١٦.

النتائج: تم التوصل لبعض النتائج من أهمها أن أغلبية أفراد العينة يؤكدون أن الأنشطة الإعلامية المدرسية (الصحافة والإذاعة المدرسية) تساعد في التوعية والتمسك بالكثير من القيم التربوية مثل الأمانة في المرتبة الأولى بنسبة ٧٧,٣%، تليها قيمة القدوة الصالحة وذلك بنسبة ٧٧%، ثم قيمة الطاعة جاءت بنسبة ٧١,٣%، ثم الإيمان بالله جاءت بنسبة ٧٠,٧%، فقيمة التعاون جاءت بنسبة ٦٨,٣%، ثم التفكير السليم جاءت بنسبة ٦٦,٧%.

A role of the media activities in school outreach and educational values among children of 9- 12 years: A Field Study

Introduction: The educational values one of the pillars of the educational work because of their importance in the formation of the various aspects of a child's. Information activities and is considered the optional educational process complement and accompany the educational process and aimed at students develop mentally and physically, socially and artistically, these activities are usually characterized by suspense and accept the child voluntarily and in response to his personal, and feel in the exercise saturation and satisfaction.

Aims: The research aims to: identify the role of the media in raising awareness of school activities and educational values in children. Split research into the theoretical framework included: previous studies, considerations to be taken into account in the elements of activity Media textbook, children's and educational values:, then field framework includes: curriculum and the research sample: fall this study under the descriptive research type used survey method.

Sample: The study has been applied to intentional sample strong single children 300 of (9- 12) years from schools (Zahra elementary common Bedrock- school Major General Abdel Aal Mr. elementary common village Shabas almalth of the Center for Desouk) governorate of Kafr El-Sheikh,

Tools: Data of this research were collected through a questionnaire to get to know the the role of the media activities in school outreach and educational values in children included 12 questions, as well as educational values and scale, which included 28 the value of both of the researcher. A questionnaire applied during the month of April 2016.

Results: It was reached for some of the most important results: The majority of respondents assert that the information activities of school (journalism school and radio) will help them in raising awareness and adherence to a lot of educational values such as honesty in first place with 77.3%, followed by the value of good example and it rates 77%, then the value of obedience came at 71.3%, then the faith God came by 70.7%, value of cooperation came at 68.3%, then the proper mindset came by 66.7%.

تحتل مكانة بارزة بين كافة أنواع الأنشطة الأخرى، حيث يتجه التلاميذ للمشاركة فيها وذلك لكونها المتفهم التربوي والحقيقي لهؤلاء الطلاب، وخاصة وأن جو ممارسة التلاميذ للأنشطة الإعلامية المدرسية يختلف عن جو اليوم الدراسي.

فعادة ما يبحث التلميذ عن بيئة يشعر فيها بتجديد نشاطه وإثارة قدراته فيتجه إلى المشاركة في الأنشطة الإعلامية من صحافة وإذاعة مدرسية. (أحمد محمد عثمان، ٢٠٠٦، ص ١)

كما أن الأنشطة الإعلامية المدرسية ينبغي الاهتمام بها فهي تخاطب عقل ووجدان وحواس الطفل، وعن طريقها تبت الأفكار والقيم الدينية والتربوية والأخلاقية والاجتماعية والتي تمثل ثقافة المجتمع وإطاره الحضاري بطريقة غير مباشرة، كما تعمل على إمداده بثروة لغوية كبيرة، وإشباع خياله الخصب. كما أن الاهتمام بالقيم التربوية من خلال الأنشطة الإعلامية المدرسية من أهم الموضوعات الجديرة بالدراسة، فالقيم التربوية تغذي الطفل بثرات وثقافة مجتمعه مما يجعله قادراً على أن يتكيف مع نفسه ومجتمعه، وبالتالي تم صياغة المشكلة البحثية في التساؤل التالي ما دور الأنشطة الإعلامية المدرسية في التوعية بالقيم التربوية لدى الأطفال من (٩-١٢) سنة؟

أهمية الدراسة:

١. تتناول الدراسة موضوع الأنشطة الإعلامية المدرسية من زاوية جديدة لم يسبق إليها من قبل الباحثين وهي دور الأنشطة الإعلامية المدرسية في التوعية بالقيم التربوية لدى الأطفال من (٩-١٢) سنة، وعلى حد علم الباحثة لم توجد أي دراسة عربية أو أجنبية أجريت حول هذا الموضوع.
٢. تعتبر القيم بصفة عامة هي ما تعطى الإنسان إحساساً بأنه إنسان، وأكرم من غيره من المخلوقات، وأما القيم التربوية فهي ما تجعله يشعر بأنه له قيمة، وقدرة على المساهمة في تنمية مجتمعه في شتى المجالات، كما أنها تجعله على علاقة صحيحة بكل من حوله وبالكون والحياة. (محمد رأفت الجارحي، ٢٠٠٧، ص ٨)
٣. كما تأتي أهمية الدراسة الحالية في كيفية النهوض بمستوى الأنشطة الإعلامية المدرسية بمدارسنا، وكذلك كيفية استغلالها في التوعية بالقيم التربوية لدى الأطفال.
٤. الوقوف على أوجه القصور التي تعاني منها الأنشطة الإعلامية المدرسية فيما تقدمه من قيم تربوية للطفل.
٥. كما أصبح موضوع أزمة القيم هو حديث الساعة بين أفراد المجتمع عربياً وعالمياً فرغم التقدم المادي والتكنولوجي الذي حققه الإنسان إلا أنه لم يحقق له التوازن النفسي المطلوب بل اهتزت القيم بداخله وتضاءلت وأصبح كل ما يمهيه هو المادة وتحقيق مصلحته الذاتية الفردية على حساب المصلحة العامة ومصلحة المجتمع حيث طغت القيم المادية النفعية على القيم الروحية التي تحافظ على الترابط والتواصل الاجتماعي. (ماجدة ابوالفتوح الحريري، ٢٠٠٧، ص ١٥)
٦. أهمية مرحلة الطفولة المتأخرة التي تتعرض لها الدراسة والتي يحدث فيها تغيرات ضرورية في اتجاهات وسلوك الطفل، ففي هذه المرحلة تتسع دائرة تعاملات الطفل واهتماماته، حيث يبدأ الطفل في ترك بيئته المنزلية إلى بيئته المدرسية، ومن المتوقع أن يكتسب الكثير من المعلومات والمهارات والقيم التي من الضروري أن يكتسبها في هذه المرحلة التي تتطور فيها شخصيته، ويكتمل نموه العقلي والجسمي والانفعالي. (سعيدة محمد بهادر، ١٩٨٦، ص ٢٧١)

أهداف الدراسة:

١. التعرف على دور الأنشطة الإعلامية المدرسية في التوعية بالقيم التربوية لدى الأطفال.
٢. التعرف على أهم القيم التربوية التي تركز عليها الأنشطة الإعلامية المدرسية.
٣. معرفة العلاقة بين ممارسة الأنشطة الإعلامية المدرسية والقيم التربوية.
٤. معرفة العلاقة بين ممارسة الصحافة المدرسية والقيم التربوية.
٥. معرفة العلاقة بين ممارسة الإذاعة المدرسية والقيم التربوية.

المقدمة:

تعتبر الطفولة من المراحل الأساسية في حياة الإنسان، باعتبارها مرحلة تكوين الناشئين وإعدادهم، فيها تتحدد المعالم الرئيسية للشخصية، وتتشكل العادات والاتجاهات والقيم، كما تنمو الميول والاستعدادات. (زينب أحمد ابوسقيرة، ٢٠٠٨، ص ٨).

ولا شك أن أطفال اليوم هم شباب الغد ورجال المستقبل الذي س يحملون على عاتقهم مسئولية بناء وتقدم المجتمع ولذلك فيجب علينا أن نوفر لهم كل مقومات التربية والتنشئة السليمة من كافة الجوانب النفسية والاجتماعية والجسمانية فهذا هو الاستثمار الأمثل لأي أمة تسعى وتخطط لمستقبل أفضل ومشرف لأبنائها.

وتعد القيم التربوية إحدى ركائز العمل التربوي لما لها من أهمية في تشكيل جوانب نمو الطفل المختلفة لأننا إذا اعتبرنا أن القيم أشياء أو جوانب سلوكية في حياة الفرد تحدد سلوكه وتجعله يسعى جاهداً من أجل تحقيقها فإن القيم التربوية هي القيم التي تستخدم في الحكم على البرامج والإجراءات والأساليب المستخدمة في تربية الطفل وترتبط القيم التربوية بأهداف تختلف بحسب مراحل العمر التي يمر بها الفرد وتتضمن القيمة التربوية جوانب التكامل والتوازن والتغيير والوعي والابتكار والقدرة بين الأطفال أعضاء المجتمع الجدد في مواجهة الحياة.

لذا فإن من أهم واجبات المربين العمل على دراسة القيم التربوية في المجتمع خاصة تلك القيم المؤثرة في الأطفال وذلك سعياً وراء إعداد الطفل لحياة سوية في المجتمع. فمن البديهي أن الطفل أكثر استعداداً لتشكيل قيمه وهو في أطوار نموه الأولى منذ الطفولة حيث تؤدي التنشئة الاجتماعية دوراً بارزاً في ذلك. (أحمد عبدالله الدكروري، ٢٠٠٨، صص ٢-٣).

وتمثل عملية غرس القيم ومعايير الخطأ والصواب وأنماط السلوك السوي في نفوس الأطفال أهم محاور وأعمدة التنشئة الاجتماعية والنفسية السليمة، والتي يجب أن نربي أطفالنا على احترامها والتمسك بها. فالقيم تمثل محدداً رئيسياً في تكوين شخصية الفرد ونسقه المعرفي والسلوكي فهي بمثابة إطار مرجعي يحكم تصرفات الإنسان في حياته العامة والخاصة، كما أنها تمنح الفرد القدرة على التكيف والتوافق بآيجابية وتحقيق الرضى عن النفس من خلال تجاوبه وتمسكه بمبادئ وعقائد المجتمع الذي ينتمي إليه. (ماجدة ابوالفتوح الحريري، ٢٠٠٧، ص ٣)

إن ممارسة الإعلام المدرسي يزيد ثقافة الإبداع، فالتلاميذ المشاركون هم تلاميذ إيجابيون قادرين على اتخاذ القرار وإبداء الرأي والتحليل والتفسير وامتلاك مهارات السلوك الاجتماعي ونمو الثقة بالنفس وتقبل أفكار الآخرين وإنتاج أفكار جديدة. (إيمان جابر الدماطي، ١٩٩٩، ص ٢٥) وتعتبر الأنشطة الإعلامية هي عملية تربوية اختيارية تكمل وتصاحب العملية التعليمية وتستهدف تنمية الطلاب عقلياً وجسدياً، واجتماعياً وفضياً، وتتسم هذه الأنشطة عادة بالتنشيق ويقبل عليها الطفل بمحض اختياره واستجابة لاستعداده الشخصي، ويشعر في ممارستها بالإشباع والرضا. (إجلال السباعي، ١٩٨٥، ص ٣٢١)

فالأنشطة الإعلامية تؤثر على كل من الفرد والجماعة وتساهم في تكوين الرأي العام وتعديله، فينبغي على تلك الأنشطة أن تعتمد على المبادئ والقيم التربوية، حيث أن المادة الإعلامية التي تقدم للأطفال لا ينبغي أن يدخل فيها العامل الذاتي أو تحقيق المصالح الشخصية. (رانيا عبدالعظيم حسين، ٢٠١٤، ص ٥١)

وبالتالي فالأنشطة الإعلامية من أبرز العوامل المؤثرة في القيم التربوية للأطفال، فإذا ما أهملت الأنشطة الإعلامية المدرسية هذه القيم ولم تحرص على إكسابها للطفل أدى ذلك إلى خلق جيل بأكمله فيما بعد فيه من الخطورة ما يهدد بضياح المجتمع نفسه كما أن من الواجب على هذه الأنشطة أيضاً أن تكون مستمدة من مضمين ما تقدمه من ثقافة وقيم ومثل المجتمع المصري لا تلك الثقافات الوافدة التي لا تتفق مع قيمنا حتى لا يؤدي ذلك إلى تضارب القيم لدى الطفل.

مشكلة الدراسة:

تولد الإحساس بالمشكلة عندما لاحظت الباحثة أن الأنشطة الإعلامية المدرسية

٦. ما أهم القيم التربوية التي تعكسها الأنشطة الإعلامية المدرسية.
٧. هل يختلف حجم الاهتمام بالقيم التربوية في كل من الصحافة والإذاعة المدرسية.
٨. ما أهم المقترحات والتوصيات التي تعمل على زيادة فاعلية الأنشطة الإعلامية المدرسية.

فروض الدراسة:

١. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المستويات الاجتماعية الاقتصادية المختلفة للتلاميذ ومشاركتهم في الأنشطة الإعلامية المدرسية.
٢. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين التلاميذ من الجنسين (ذكور - إناث) ومشاركتهم في الأنشطة الإعلامية المدرسية.
٣. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين التلاميذ في (الريف والحضر) ودرجة وعيهم لبعض القيم التربوية من خلال الأنشطة الإعلامية المدرسية.

منهج وعينة الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية حيث تستهدف دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة ظاهرة معينة، وهي في الدراسة الحالية دور الأنشطة الإعلامية المدرسية في توعية الأطفال من (٩-١٢) سنة بالقيم التربوية، واستخدمت الباحثة المنهج المسح الاعلامى على عينة من تلاميذ المرحلة الابتدائية وذلك من خلال استمارة الاستبيان الخاصة بالمشاركة في الأنشطة الإعلامية المدرسية ومقياس القيم التربوية ولقد طبقت الدراسة على عينة عمدية ممن يشاركون في الأنشطة الإعلامية المدرسية قوامها ٣٠٠ مفردة من الأطفال من (٩-١٢) سنة من مدارس (الزهراء الابتدائية المشتركة بدسوق - مدرسة اللواء عبدالعال السيد الابتدائية المشتركة بقرية شباس الملح التابعة لمركز دسوق) بمحافظة بفر الشيخ.

خصائص عينة الدراسة:

جدول (١) يوضح وصف عينة الدراسة

المتغيرات	إجمالي	
	ك	%
النوع	ذكور	١٥٠
	إناث	١٥٠
	جملة	٣٠٠
محل الإقامة	ريف	١١٥
	حضر	١٨٥
	جملة	٣٠٠
مستوى اجتماعي اقتصادي	منخفض	٨١
	متوسط	٩٩
	مرتفع	١٢٠
	جملة	٣٠٠

١. من حيث النوع: نسبة ٥٠% من أفراد العينة ذكور ونسبة ٥٠% منهم إناث.
٢. من حيث الإقامة: نسبة ٣٨,٣% من أفراد العينة مقيمين بالريف، ونسبة ٦١,٧% منهم مقيمين بالحضر.
٣. من حيث المستوى الاجتماعي الاقتصادي: نسبة ٣٣% من أفراد العينة بالمستوى الاجتماعي الاقتصادي المنخفض، ونسبة ٤٠% منهم بالمستوى الاجتماعي الاقتصادي المتوسط، ونسبة ٢٧% منهم بالمستوى الاجتماعي الاقتصادي المرتفع.

أدوات الدراسة:

جمعت بيانات هذا البحث من خلال استمارة استبيان بالمقابلة أعدت لهذا الغرض، وشملت ١٢ سوالا للأطفال من (٩-١٢) سنة تغطي أهداف البحث بشكل كامل، ومقياس للقيم التربوية، ولقد طبق هذا البحث في الفترة الزمنية خلال شهر ابريل ٢٠١٦.

حدود الدراسة:

١. الحدود الموضوعية: وقد تمثلت في الأنشطة الإعلامية المدرسية متمثلة في (الصحافة المدرسية، الإذاعة المدرسية، القيم التربوية، تلاميذ المرحلة الابتدائية

٦. التعرف على واقع ممارسة الأنشطة الإعلامية المدرسية في مدارس الريف والحضر لدى تلاميذ المرحلة الابتدائية.

مصطلحات الدراسة:

١. الأنشطة الإعلامية المدرسية: هي كافة أوجه الأنشطة الاتصالية التي تستهدف تزويد الجمهور بكافة الحقائق والأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة عن القضايا والموضوعات والمشكلات ومجريات الأمور بطريقة موضوعية وبدون تحريف، بما يؤدي إلى خلق أكبر درجة ممكنة من المعرفة والوعي والإدراك والإحاطة الشاملة لدى فئات من جمهور المتلقين للمادة الإعلامية، وبما يسهم في تنوير الرأي العام وتكوين الرأي الصائب لدى الجمهور في الوقائع والموضوعات والمشكلات المثارة والمطروحة. (منى سعيد الحديدي، شريف درويش اللبان، ٢٠٠٩، ص٢٧-٢٨)

٢. الصحافة المدرسية: هي نشاط اعلامى مدرسى يمارسه الطلاب داخل مدارسهم، مستخدمين في ذلك كافة الفنون الصحفية والفنية، والأدبية المختلفة لتحرير الصحيفة المدرسية، ويساعدهم في ذلك مشرف الإعلام التربوى داخل المدرسة، مقدما القيم والمضمون والمحتوى الذى يتناسب مع البيئة المدرسية، واحتياجات وميول واهتمامات ودوافع الطلاب.

٣. الإذاعة المدرسية: هي نشاط اعلامى تربوى يمارس داخل المدرسة أثناء فترة الفسحة أو طابور الصباح، ويقوم به مجموعة من الطلاب، معتمدين على الإمكانيات الفنية من ميكرفون أو مكبرات الصوت (السماعة)، ويشرف عليهم أخصائى الإعلام التربوى داخل المدرسة ليقوم بالتوجيه والإرشاد والنصح والتصحيح لهؤلاء الطلاب، هادفا لتحفيز الطلاب على المشاركة وتوعيتهم بالقيم التربوية وإزالة الرهبة لديهم، وتنمية الأساليب الإبداعية المختلفة لتطوير الإذاعة المدرسية. (أحمد محمد عثمان، ٢٠٠٦، ص٦)

٤. القيم التربوية: هي المثل الأخلاقية العليا التي تؤدى بالتعلم إلى السلوكيات الإيجابية في المواقف المختلفة، التي يتفاعل فيها مع المجتمع في ضوء معيار معين ارتضته الجماعة لتتشنه أبنائها وهو الدين والعرف وفسفة المجتمع، وتصبح هذه القيم تربوية كلما أدت إلى مزيد من النمو السوى لسلوك المتعلم وكلما اكتسب بفضل تدعيمها في ذاته مزيدا من القدرة على التمييز بين الصواب والخطأ وبين الخير والشر وبين القبيح والجميل، فمن المسلم به أن القيم التربوية هذه هي تلك التي حثت عليها الأديان فهي ايجابية دائما. (أحمد عبدالله الكوروى، ٢٠٠٨، ص١٥)

٥. مرحلة الطفولة المتأخرة: تمتد هذه المرحلة من (٩-١٢) سنة وهي مرحلة الانتقال بين مرحلتى الطفولة والمراهقة، فهي مرحلة تتكون فيها بذور شخصية الطفل ويتحدد إطارها العام وتتقبل الاتجاهات الجديدة وتتطبع لديه الخبرات الذى يمر بها وتظل ثابتة إلى حد كبير طوال مراحل حياته المقبلة. (عبدالرحمن عيسى، ١٩٨٧، ص١٣)

وهي مرحلة تطرد فيها عملية التنشئة الاجتماعية فيعرف الطفل المزيد من المعايير والقيم والاتجاهات والضمير ومعانى الخطأ والصواب ويهتم بالتقييم الاخلاقي للسلوك. (حامد زهران، ١٩٩٠، ص٢٧٦).

تساؤلات الدراسة:

١. تسعى الدراسة الحالية للإجابة على التساؤلات الآتية:
٢. ما مدى مشاركة التلاميذ في الأنشطة الإعلامية المدرسية.
٣. ما مدى مشاركة التلاميذ في الصحافة المدرسية.
٤. ما مدى مشاركة التلاميذ في الإذاعة المدرسية.
٥. أسباب مشاركة التلاميذ في الأنشطة الإعلامية المدرسية (الصحافة، الإذاعة المدرسية).
٦. أشكال مشاركة التلاميذ في الأنشطة الإعلامية المدرسية (الصحافة، الإذاعة المدرسية).

الصحف المدرسية ولقد اعتمد الباحث في دراسته على منهج المسح وعلى الاستبيان كاداه لجمع البيانات والمعلومات وطبق على الأخصائين بواقع ١١٠ مفردة. وقد توصلت الدراسة للعديد من النتائج من أهمها أن نسبة ٨٢,٢% من الطلاب أكدوا أن مشاركتهم في نشاط الصحافة المدرسية كانت مفيدة، بينما أكد ١١,٨% من الطلاب أن مشاركتهم لها كانت غير مفيدة. (محمود عبدالغنى، ١٩٩٨، ص ٢٣٩)

٦. دراسة حسن محمد على خليل (١٩٩٩) هدفت الدراسة إلى التعرف على دور اخصائى الإعلام التربوى فى الارتقاء بالأنشطة الإعلامية فى المدارس المصرية ومردود ذلك على شخصية الطلاب وإعدادهم إيجابيا وعلى العملية التعليمية والتربوية بشكل عام وكذلك التعرف على مدى استفادة الطلاب من أخصائى الإعلام التربوى ومدى مشاركتهم أو عدم مشاركتهم فى الأنشطة الإعلامية وتكونت عينة الدراسة من ٣٥٠ مفردة من مشرفين وطلاب ومديرى المدارس الإعدادية والثانوية، واعتمد الباحث على أداة الاستبيان لجمع المعلومات والبيانات الخاصة بالدراسة، وقد توصلت الدراسة للعديد من النتائج من أهمها أن نسبة استفادة الطلاب المشاركين فى النشاط الاعلامى تتراوح ما بين ٣٠% - ٨٠%، كما أن من أسباب عدم مشاركة الطلاب فى الأنشطة الإعلامية المدرسية هى عدم وجود الوقت الكافى للاشتراك فى النشاط الاعلامى. (حسن محمد على خليل، ١٩٩٩)

٧. دراسة أحمد محمد مسعود (٢٠٠٤) هدفت الدراسة إلى التعرف على علاقة طلاب المرحلة الإعدادية بإقليم شمال الصعيد الممارسين للنشاط الاعلامى المدرسى بوسائل الإعلام، واستخدمت الدراسة منهج المسح الاعلامى، واستمارة الاستبيان، المنهج المقارن كأدوات لجمع البيانات والمعلومات الخاصة بالعينة موضوع الدراسة وقد تكونت عينة الدراسة من ١٩٧ مفردة من الطلاب، ٣٧ مفردة من مشرفى الإذاعة والصحافة المدرسية من الذكور والإناث، وقد توصلت الدراسة للعديد من النتائج من أهمها أن الصحافة المدرسية جاءت فى مقدمة أنواع النشاط الاعلامى المدرسى التى يشارك فيها طلاب المرحلة الإعدادية بإجمالى ٤٢ مفردة من الذكور (بنسبة ٤٤,٧%)، و٤٣ مفردة للإناث (بنسبة ٤١,٧%)، يليها الإذاعة المدرسية. (أحمد محمد مسعود، ٢٠٠٤)

٨. دراسة هشام سعد زغول (٢٠٠٤) هدفت الدراسة إلى الوصول إلى إبراز أهم القيم المتضمنة فى النصوص المسرحية المقدمة للمسرح المدرسى لتلاميذ المرحلة الإعدادية من (١٣- ١٥) سنة، ولقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح بالعينة، بتحليل عينة عشوائية قوامها ٥٠ نصا مسرحيا، وقد توصلت الدراسة للعديد من النتائج من أهمها حصول القيم الإيجابية على تكرار وصل إلى ١٦٣٦ قيمة، وقد جاءت القيم الاجتماعية فى المقدمة بنسبة ٤٥,٦٥%. (هشام سعد زغول، ٢٠٠٤)

٩. دراسة أحمد حسين محمد (٢٠٠٥) هدفت الدراسة إلى التعرف على مشكلات القائم بالاتصال فى الأنشطة الإعلامية المدرسية وعلاقتها بالرضا الوظيفى والاستفادة الطلابية ولقد أجريت الدراسة على عينة قوامها ٣٠٠ مفردة من اخصائى الصحافة والإذاعة المدرسية والمسرح المدرسى، ٤٠٠ مفردة من طلاب الصف الثالث الإعدادى، وقد توصلت الدراسة للعديد من النتائج من أهمها وجود علاقة ارتباطية عكسية بين مشكلات القائم بالاتصال فى الأنشطة الإعلامية المدرسية والرضا الوظيفى لدى كل من اخصائى الصحافة والإذاعة المدرسية والمسرح المدرسى. (أحمد حسين محمد، ٢٠٠٥)

الاعتبارات الواجب مراعاتها فى عناصر النشاط الاعلامى المدرسى:

١. المرسل (أخصائى النشاط الاعلامى المدرسى):
 - أ. يجب أن يكون ملما برسائله متمكنا من المعارف المتعلقة بها.
 - ب. يجب أن يكون عارفا لكيفية تصميم هذه الرسالة بطريقة تجذب انتباه المستقبل (الطفل) وتساعد على إدراكها.

من (٩- ١٢) سنة (ريف- حضر)، (ذكور- إناث).

٢. الحدود الجغرافية: وهى خاصة بالمجتمع الذى سوف يجرى فيه البحث، حيث أجريت الدراسة على بعض مدارس محافظة كفر الشيخ (بمركز دسوق وقرية شباس الملح) وخاصة المدارس الابتدائية الحكومية.

٣. الحدود البشرية: حيث أجريت الدراسة الحالية على عينة عمدية من تلاميذ المرحلة الابتدائية من (٩- ١٢) سنة وبلغ عددهم ٣٠٠ تلميذا وتلميذة من محافظة كفر الشيخ.

٤. الحدود الزمنية: طبق الاستبيان خلال شهر ابريل ٢٠١٦.

ويحتوى البحث على جانبين أساسيين هما:

الجانب النظرى

الدراسات السابقة:

١. دراسة كمال عزيز (١٩٨٨) هدفت الدراسة إلى التعرف على واقع الأنشطة المدرسية فى مدارسنا الابتدائية المصرية، وما يأمل أن تكون عليه هذه الأنشطة المدرسية فى مدارسنا، وتكونت عينة الدراسة من ٩٠ معلما، وقد استخدم الباحث أسلوب المقابلة الشخصية مع أفراد العينة لجمع المعلومات، وقد توصلت الدراسة للعديد من النتائج من أهمها أن الأنشطة المدرسية المقدمة للأطفال مجتمع البحث قليلة جدا إذا ما قورنت بما ينبغى أن يقدم لهم، كما أن الأنشطة المدرسية المقدمة للأطفال مجتمع البحث لها دور إيجابى كبير فى إثراء العملية التعليمية. (كمال عزيز، ١٩٨٨)

٢. دراسة أحمد عبدالله الدكتورى (١٩٩٠) هدفت الدراسة إلى التعرف على القيم التربوية التى تحتويها برامج الأطفال فى الإذاعة والتلفزيون، وتقييم مدى مناسبة هذه القيم للمرحلة العمرية محل الدراسة ومساحتها الزمنية، وقد أجريت الدراسة على عينة عشوائية من برامج الأطفال بالراديو والتلفزيون من خلال إذاعة البرنامج العام بالإذاعة والقناة الأولى بالتلفزيون، واستخدمت الدراسة منهج المسح الاعلامى، واستمارة تحليل المضمون كأداة لجمع البيانات والمعلومات وقد توصلت الدراسة للعديد من النتائج من أهمها أن اجمالى تكرارى القيم التربوية الصريحة والضمنية فى برامج الأطفال المعنية بالدراسة وصل ١٩٢٨ وأعلى تكرار حظيت به القيم الآتية: (العلم- النجاح- الجمال- الانتماء- الإيمان- المحافظة على الصحة). (أحمد عبدالله الدكتورى، ١٩٩٠)

٣. دراسة عبدالعظيم عبدالسلام (١٩٩٥) هدفت الدراسة إلى التعرف على واقع الصحافة المدرسية فى المرحلة الإعدادية وكذلك التعرف على المعوقات التى تحول دون قيام الصحافة المدرسية بدورها وكيفية التغلب على هذه المعوقات لرفع كفاءة الصحافة المدرسية. وقد تكونت عينة الدراسة من ١٥٠ مفردة من موجهى واخصائى الصحافة المدرسية فى محافظتى الشرقية والإسماعيلية، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التى اعتمدت على أداة الاستبيان لجمع المعلومات والبيانات الخاصة بالدراسة وقد توصلت الدراسة للعديد من النتائج من أهمها أن الصحافة المدرسية فى المرحلة الإعدادية تعاني من فجوة واسعة بين ما ينبغى أن يكون وما هو كائن بالفعل. (عبدالعظيم عبدالسلام، ١٩٩٥).

٤. دراسة أسامة عبدالرحيم على (١٩٩٧) هدفت الدراسة إلى الوصول إلى صيغة وصفية تحليلية لما تنشره مجلته علاء الدين المصرية، وباسم السعودية وذلك من خلال المضمون الموجه للطفل وعلاقة هذا المضمون بالواقع الثقافى الحالى للمجتمعين، كذلك الكشف عن القيم التى تقدمها المجلتان للأطفال، ولقد استخدم الباحث منهج المسح وأداة تحليل المضمون، واعتمد على عينة قوامها ٥١ عددا لكل من المجلتين، وقد توصلت الدراسة للعديد من النتائج من أهمها ظهرت قيمة السلام فى مجلة علاء الدين ولم تظهر فى مجلة باسم. (أسامة عبدالرحيم على، ١٩٩٧)

٥. دراسة محمود عبدالغنى (١٩٩٨) هدفت الدراسة إلى التعرف على مشكلات الصحافة المدرسية وكذلك التعرف على مدى مشاركة التلاميذ فى إصدار

الاجتماعية، الثقافية... وغير ذلك) ولذا فإن الاهتمام بتكوين جيل قادر على استيعاب هذه المتغيرات والتحديات أمر بالغ الأهمية. (زياد فايد، ٢٠٠١، ص ٨).

وتعد القيم ضرورة دينية وأخلاقية واجتماعية لأنها تمس العلاقات الإنسانية بصورة مباشرة وفي كل جوانبها وزواياها لذلك يمكن القول أن القيم هامة وضرورية في بعديها الفردى والجماعى وذلك لأن الفرد فى حاجة ماسة فى تعامله مع الأشخاص والمواقف والأشياء إلى نسق للمعايير والقيم تعمل بمثابة موجبات لسلوكه وطاقته ودوافعه ونشاطه، أما على المستوى الجماعى فإن أى تنظيم اجتماعى فى حاجة إلى نسق للقيم يشابه تلك الأنساق القيمية الموجودة لدى الأفراد، يضمنه أهدافه ومثله العليا التى تقوم عليها حياته ونشاطاته وعلاقاته فإذا ما تضاربت هذه القيم بعضها مع البعض الأخر، سرعان ما يحدث الصراع القيمي الذى يدفع بالنظام الاجتماعى القائم إلى التفكك والانهار. (صابر سليمان عسران، ٢٠٠٤، ص ٢٦٧).

لذلك فإن القيم التربوية السائدة فى أى مجتمع تستخدم كإطار مرجعى سائد لأفراده بحيث تصبح معايير الجماعة ممثلة بالنسبة لأفراده وفى ضوءها يدرك الفرد علاقاته بالآخرين والخروج عنها يعتبر شذوذاً عن الجماعة التى ينتمى إليها. (محمد الهادى عفيفى، ١٩٧٧، ص ٢٩١)

ومهما كان هناك من تقدم علمى وتكنولوجى بعيداً عن الإطار القيمي للفرد والمجتمع بصفة عامة لا يؤدي إلى التقدم الانسانى بل على العكس من ذلك أن الماديات إذا سيطرت على أى مجتمع اغفل قيمه يمكن لهذا المجتمع أن يقع ضحية لهذه الماديات، فمن الخطأ الاعتقاد بأن التكنولوجيا وحدها سوف تحل المشكلات الاجتماعية بل على العكس قد تكون عملية انتحار محتملة ذلك لأن مشكلاتنا تحتاج إلى نظرة كلية وأخلاق مستقبلية ولذلك نقاس درجة تقدم الإنسان ورفيقه بما لديه من قيم تؤدى إلى الخير العام. (كيشافاه كرفيشا مورفي، ١٩٨٠، ص ٤)

الجانب التطبيقي

٢ إعداد أدوات البحث ويشمل على على تصميم استمارة الاستبيان للتعرف على دور الأنشطة الإعلامية المدرسية فى التوعية بالقيم التربوية لدى الأطفال من (٩-١٢) سنة وقد مر إعداد استمارة الاستبيان بالمراحل الآتية:

١. تحديد البيانات: وذلك من خلال تحديد نوعية البيانات والمعلومات المطلوب جمعها من الميدان بعد التحديد الدقيق للمشكلة البحثية وتحديد هذه البيانات والمعلومات التى من خلالها تستطيع الباحثة التعرف على دور الأنشطة الإعلامية المدرسية فى التوعية بالقيم التربوية لدى الأطفال (٩-١٢) سنة.
٢. تحديد الأسئلة: ولقد تم تحديد الأسئلة فى استمارة الاستبيان، ثم تم عرضها على بعض الأساتذة المحكمين فى الدراسات الإعلامية، وتم إجراء بعض التعديلات عليها بحيث تغطى أهداف البحث ككل.

٣. إعداد صحيفة الاستبيان فى صورتها الأولية: وذلك من خلال الاختيار القبلى للصحيفة فلقد تم إعداد بعض صحائف الاستبيان لاستخدامها وتجربتها على عينة مماثلة للعينة الأصلية للتعرف على مدى وضوح الأسئلة قبل التطبيق النهائى للاستبيان، وأفادت الدراسة الأولية فى التعرف على مدى ملائمة الأسئلة.

٤. الإعداد النهائى لصحيفة الاستبيان: بعد ذلك تم الإعداد النهائى لصحيفة الاستبيان فى صورتها النهائية وتم التطبيق على الأطفال من (٩-١٢) سنة عينة الدراسة من بعض المدارس الابتدائية بمحافظة كفر الشيخ، وتم إجراء الاستبيان وبعد التطبيق تم مراجعة الصحائف قبل عمل الإحصاء اللازم لها وبعد ذلك تم استخراج النتائج النهائية وقامت الباحثة بتفسيرها.

٢ إجراءات الصدق والثبات لأدوات الدراسة الميدانية:

١. الصدق: صدق المحكمين وذلك للتأكد من صدق الاستبيان، فلقد قامت الباحثة بعرض الاستبيان على بعض الأساتذة المحكمين فى مجال الإعلام وذلك لمراجعة أسئلة الاستبيان حتى يتحقق الصدق الظاهرى، وبناء عليه فقد تم حذف وإضافة بعض الأسئلة والبدائل، وتوضيح بعض النقاط المبهمة وغير

ج. يجب أن يهتم بالتغذية المرتدة لأنها تبين مدى استجابة المستقبل لرسالته ودلالة على نجاح أو فشل عملية الاتصال

د. عليه أن يعدل بناء رسالته على أساس التغذية المرتدة. (رانيا عبدالعظيم حسين، ٢٠١٤، ص ٥٨-٥٩)

٢. الرسالة الإعلامية (محتوى الأنشطة الإعلامية): عند إعداد أى رسالة إعلامية تقدم من خلال الأنشطة الإعلامية المدرسية، يجب مراعاة الشروط الآتية:

- أ. مدى حاجة المستقبل إلى موضوع الرسالة.
- ب. صياغتها بشكل يحتوى على مثيرات لضمان تشوق المستقبل لمتابعها.
- ج. اختيار المكان المناسب لاستقبال الرسالة.

د. أن تكون لغة الرسالة التى صيغت بها مناسبة لمستوى المستقبل بحيث يفهمها بسهولة. (عبدالحافظ سلامة، ١٩٩٦، ص ٧١-٧٢)

٣. الوسيلة (الأنشطة الإعلامية): إن اختيار الوسيلة (أى نشاط اعلامى) يؤثر على فهم الرسالة وإدراك مضمونها، وبالتالي على نجاح الاتصال، والوسيلة الجيدة هى التى تنقل محتوى الرسالة بدقة ووضوح، فكل رسالة إعلامية لها وسيلة اتصال (النشاط الاعلامى التى تقدم من خلاله) وذلك على أساس عدد من الاعتبارات تحدد على أساس الهدف من عملية الاتصال، ومحتوى ورموز وأساليب الرسالة التى تحقق الهدف، كما تتوقف على خصائص المستقبل وقدراته، وعلى الإمكانيات المادية المتاحة للمرسل (أخصائى النشاط الاعلامى المدرسى) عند اختياره الوسيلة.

٤. المستقبل (جمهور الأطفال): كلما ارتفع مستوى معرفة المرسل (أخصائى النشاط الاعلامى المدرسى) بخصوص المستقبل وخبراته السابقة كلما كانت عملية الاتصال أكثر نجاحاً، ويتوقف استقبال الرسائل الإعلامية المختلفة التى تقدم من خلال الأنشطة الإعلامية للجمهور المدرسى على عدد من المعايير منها مهارات الاستماع والقراءة عند المستقبل، وهما هامتان فى نجاح عملية الاتصال، لأنهما تعينانه على استقبال الرسالة وترجمتها إلى معانيها وفهمها بدقة. (عبدالحافظ سلامة، ١٩٩٦، ص ٥٩-٧٤)

٥. التغذية الرجعية: التغذية الرجعية هى الوسيلة التى يتعرف بها المرسل على التأثير المقصود وغير المقصود للرسالة التى يقدمها للمستقبل من خلال الأنشطة الإعلامية المختلفة، وقد تكون هذه التغذية ايجابية أو سلبية، فالإيجابية تؤكد أنه تم تحقيق الكفاءة والتأثير المطلوب، أما السلبية فإنها توفر المعلومات عن عناصر النظام الاتصالى التى لم تعمل بكفاءة، وانحراف تأثير الاتصال عما يقصده المرسل، والتغذية الرجعية السالبة أكثر أهمية لأنها توفر المعلومات اللازمة التى على أساسها يمكن تحقيق سيطرة وتكييف الاتصال.

الأطفال والقيم التربوية:

إن تربية النشء مهمة جسيمة تشترك فيها كل من الأسرة والمدرسة وأجهزة الخدمات داخل الدولة. أما الأطفال فإنهم يجتاحون إلى تركيز ودقة شديدين فى البرامج التربوية الموجهة إليهم فنحن نستهدف خلق جيل جديد قائم على أساس سليم. (محمد ضياء الدين عوض، ١٩٦٦، ص ١٠٧)

فمرحلة الطفولة تتميز بأنها المرحلة العمرية التى يمكن ممارسة السيطرة والضبظ والتوجيه التربوى من خلالها، وعلى ذلك فالقيم التربوية لها دور كبير فى حياة الطفل فهناك الكثير من المشكلات السلوكية التى يعانى منها الأطفال قد يكون سببها اضطرابات فى القيم. (سعد أحمد مرسى، ١٩٧٧)

وتنتقل القيم من جيل لأخر من خلال وسائط ومؤسسات التنشئة الاجتماعية الموجودة فى المجتمع والنتمثل فى الأسرة والمدرسة وجماعة الرفاق ودور العبادة ووسائل الاتصال الجماهيرية. ومن ثم فقد أصبح هناك شعوراً عاماً موداه، أن أى مجتمع فى حاجة إلى إطار من القيم لى يحتفظ بوحدته وتماسكه خاصة فى هذا الوقت الذى تعرضت فيه الأنظمة القيمية للتفتت، فى ظل المتغيرات والتحديات العالمية الجديدة، التى حدثت فى شتى مجالات الحياة (الاقتصادية، السياسية،

يوضح الجدول (٤) أن نسبة ٥٨,٣% من أفراد العينة يشاركون في إصدار الصحف المدرسية بمدربتهم بصفة منتظمة، ونسبة ٤١,٧% منهم يشاركون في إصدار الصحف المدرسية بمدربتهم إلى حد ما، كذلك يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مدى مشاركة التلاميذ في إصدار الصحف المدرسية بمدربتهم بصفة منتظمة، كانت قيمة $\chi^2 = ١٥٨,٤٨٠$ وهي دالة عند مستوى دلالة ٠,٠٠١.

أهم الصحف المدرسية التي يشارك فيها أفراد العينة:

جدول (٥) يوضح أهم الصحف المدرسية التي يشارك فيها أفراد العينة

دح	٢كا	الترتيب	الاستجابة ن=٣٠٠		أهم الصحف المدرسية التي يشارك فيها أفراد العينة
			ك	%	
١,٠١	٩,٧٢٠	١	١٢٣	٤١	الصحف الحائطية
٠,٠٠١	٣٣,٣٣٣	٣	١٠٠	٣٣,٣	الصحف المطبوعة
٠,٠٠١	١٨٥,٦٥٣	٥	٣٢	١٠,٧	الصحف المصورة
٠,٠٠١	٧٣,٠١٣	٤	٧٦	٢٥,٣	الصحف الطائرة
٠,٠٠١	٣٢,٠١٣	٢	١٠١	٣٣,٧	صحف ربع ساعة
٠,٠٠١	٢٠٨,٣٣٣	٦	٢٥	٨,٣	صحف كاريكاتير

يشير الجدول (٥) أن نسبة ٤١% من أفراد العينة يشاركون في إصدار الصحف الحائطية، ونسبة ٣٣,٧% منهم يشاركون في إصدار صحف ربع ساعة، ونسبة ٣٣,٣% منهم يشاركون في إصدار الصحف المطبوعة، ونسبة ٢٥,٣% منهم يشاركون في إصدار الصحف الطائرة. ويتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية في أهم الصحف المدرسية التي يشارك فيها أفراد العينة، حيث كانت قيم χ^2 دالة عند مستوى دلالة ٠,٠٠١.

عدد الصحف المدرسية التي شارك فيها التلاميذ هذا العام:

جدول (٦) يوضح عدد الصحف المدرسية التي شارك فيها التلاميذ هذا العام

دح	٢كا	الترتيب	الاستجابة ن=٣٠٠		عدد الصحف المدرسية التي شارك فيها التلاميذ هذا العام
			ك	%	
٠,٠٠١	٢٧,٠٠٠	٢	١٩٥	٦٥	صحيفة واحدة
٠,٠٠١	٣٤,٦٨٠	١	٢٠١	٦٧	صحيفتان
٠,٠٠١	٤٦,٤١٣	٣	٩١	٣٠,٣	ثلاث صحف
٠,٠٠١	١٤٤,٢١٣	٤	٤٦	١٥,٣	أربع صحف

يتضح من الجدول (٦) أن نسبة ٦٧% من أفراد العينة يشاركون في عمل صحيفتين مدرستين خلال العام، ونسبة ٦٥% منهم يشاركون في عمل صحيفة مدرسية واحدة، ونسبة ٣٠,٣% منهم يشاركون في عمل ثلاث صحف، ونسبة ١٥,٣% منهم يشاركون في عمل أربع صحف. كما يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية في عدد الصحف المدرسية التي شارك فيها التلاميذ هذا العام، حيث كانت قيم χ^2 دالة عند مستوى دلالة ٠,٠٠١.

أشكال المشاركة التي يقوم بها أفراد العينة في جماعة الصحافة المدرسية:

جدول (٧) يوضح أشكال المشاركة التي يقوم بها أفراد العينة في جماعة الصحافة المدرسية

دح	٢كا	الاستجابة ن=٣٠٠		أشكال المشاركة التي يقوم بها أفراد العينة في جماعة الصحافة المدرسية
		ك	%	
٠,٠٠١	١٧,٢٨٠	١١٤	٣٨	تصميم الصحيفة
٠,٠٠١	٢٢٥,٣٣٣	٢٨٠	٩٣,٣	تحرير الموضوعات الصحفية
٠,٠٠١	٧٧,٠١٣	٧٤	٢٤,٧	القيام بالرسومات المناسبة التي تتطلبها الصحيفة
٠,٠٠١	١٢,٠٠٠	١٢٠	٤٠	جمع المادة العلمية
٠,٠٠١	١١٢,٨٥٣	٥٨	١٩,٣	التقاط الصور الفوتوغرافية الخاصة بالموضوعات الصحفية

أشارت نتائج الجدول (٧) أن نسبة ٩٣,٣% من أفراد العينة يشاركون في جماعة الصحافة المدرسية بتحرير الموضوعات الصحفية، ونسبة ٤٠% منهم يشاركون في جمع المادة العلمية، ونسبة ٣٨% منهم يشاركون بتصميم الصحيفة، ونسبة ٢٤,٧% منهم يشاركون من خلال القيام بالرسومات المناسبة التي تتطلبها الصحيفة. ويتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية في أشكال المشاركة التي يقوم بها أفراد العينة في جماعة الصحافة المدرسية، حيث كانت قيم χ^2 دالة عند مستوى دلالة ٠,٠٠١.

الواضحة، وغلق بعض الأسئلة المفتوحة وإلغاء بعض الأسئلة المكررة، وإضافة بعض البدائل الاختيارية، وإعادة صياغة بعض الأسئلة لتلائم قدرة المبحوث على فهمها بدقة. بعدها تم إجراء التعديلات اللازمة، ولقد أجرت الباحثة تطبيقاً مبدئياً للاستمارة على عينة من تلاميذ بعض المدارس الابتدائية بمحافظة كفر الشيخ قوامها ٥٠ مفردة (مناصفة بين الذكور والإناث) وذلك للتعرف على مدى وضوح أسئلة الاستمارة، ولقد أسفرت نتائج الدراسة على وضوح الأسئلة.

٢. الثبات: تم قياس الثبات في أداة الدراسة وهي الاستبيان من خلال إعادة تطبيق الاستبيان، حيث تم تطبيقه على عينة من تلاميذ بعض المدارس الابتدائية بمحافظة كفر الشيخ قوامها ٥٠ مفردة من الذكور والإناث، وبعد مرور أسبوع تم إعادة الاستبيان مرة أخرى على نفس العينة، ووجدت الباحثة أن النتيجة واحدة في كلا الاختبارين بنسبة تتجاوز ٩٦% وبذلك أصبحت الأداة صالحة للتطبيق.

نتائج الدراسة

النتائج العامة:

١. مدى مشاركة التلاميذ في نشاط جماعة الصحافة المدرسية:

جدول (٢) يوضح مدى مشاركة التلاميذ في نشاط جماعة الصحافة المدرسية

دح	٢كا	الاستجابة		مدى مشاركة التلاميذ في نشاط جماعة الصحافة المدرسية
		ك	%	
٠,٠٠١	٢٨,٢١٤	١٩٩	٦٦,٣	نعم
		١٠١	٣٣,٧	أحياناً
		٣٠٠	١٠٠	الجملة

يتضح من الجدول (٢) أن نسبة ٦٦,٣% من أفراد العينة يشاركون في نشاط جماعة الصحافة المدرسية بصفة دائمة، ونسبة ٣٣,٧% منهم يشاركون فيها أحياناً. كذلك يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مشاركة التلاميذ في نشاط جماعة الصحافة المدرسية، حيث كانت قيمة $\chi^2 = ٢٨,٢١٤$ وهي دالة عند مستوى دلالة ٠,٠٠١، مما يعني ارتفاع نسبة عدد التلاميذ المشاركين في نشاط جماعة الصحافة المدرسية بصفة دائمة.

٢. أسباب مشاركة التلاميذ في نشاط جماعة الصحافة المدرسية:

جدول (٣) يوضح أسباب مشاركة التلاميذ في نشاط جماعة الصحافة المدرسية

دح	٢كا	الاستجابة ن=٣٠٠		أسباب مشاركة التلاميذ في نشاط جماعة الصحافة المدرسية
		ك	%	
٠,٠٠١	٢٧٢,٦٥٣	٢٩٣	٩٧,٧	إثبات ذاتي بين زملائي
٠,٠٠١	٥٩,٨٥٣	٨٣	٢٧,٧	التعرف على زملاء جدد
٠,٠٠١	٢٧,٠٠٠	١٩٥	٦٥	إثراء معارف ومعلوماتي
٠,٠٠١	١٦١,٣٣٣	٤٠	١٣,٣	للتعرف على الأخبار المحيطة بي
٠,٠٠١	٧٩,٠٥٣	٧٣	٢٤,٣	لأنني أحب ممارسة مهنة الصحافة
٠,٠٠١	١٥٨,٤١٣	٤١	١٣,٧	لإمدادي بمعلومات عن العالم الخارجي

يوضح الجدول (٣) أن نسبة ٩٧,٧% من أفراد العينة يشاركون في نشاط جماعة الصحافة المدرسية لإثبات ذاتهم بين زملائهم، ونسبة ٦٥% منهم يشاركون فيها لإثراء معارفهم ومعلوماتهم، ونسبة ٢٧,٧% منهم يشاركون فيها للتعرف على زملاء جدد، ونسبة ٢٤,٣% منهم يشاركون فيها لأنهم يحبون ممارسة مهنة الصحافة. كما يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية في أسباب مشاركة التلاميذ في نشاط جماعة الصحافة المدرسية، حيث كانت قيم χ^2 دالة عند مستوى دلالة ٠,٠٠١.

٣. مدى مشاركة التلاميذ في إصدار الصحف المدرسية بمدربتهم:

جدول (٤) يوضح مدى مشاركة التلاميذ في إصدار الصحف المدرسية بمدربتهم

دح	٢كا	الاستجابة ن=٣٠٠		مدى مشاركة التلاميذ في إصدار الصحف المدرسية بمدربتهم
		ك	%	
٠,٠٠١	١٥٨,٤٨٠	١٧٥	٥٨,٣	دائماً
		١٢٥	٤١,٧	أحياناً
		٣٠٠	١٠٠	الجملة

٢٢ مواعيد صدور الصحف المدرسية بالمدرسة لدى أفراد العينة:

جدول (٨) مواعيد صدور الصحف المدرسية بالمدرسة لدى أفراد العينة

دح	كا	الاستجابة ن= ٣٠٠		مواعيد صدور الصحف المدرسية بالمدرسة لدى أفراد العينة
		ك	%	
٠,٠٠١	١٣٠,٦٨٠	١٧	٥١	مرة كل أسبوع
٠,٠٠١	٢١٨,٤٥٣	٣١,٣	٩٤	مرة كل أسبوعين
٠,٠٠١	١٦٧,٢٥٣	٨٧,٣	٢٦٢	مرة كل شهر
٠,٠٠٥	٦,٤٥٣	٥٧,٣	١٧٢	مرة كل فصل دراسي
٠,٠٠١	٥٨,٠٨٠	٢٨	٨٤	تصدر بشكل غير منتظم

يتضح من الجدول (٨) أن نسبة ٨٧,٣% من أفراد العينة تصدر الصحف المدرسية بمدرستهم مرة كل شهر، ونسبة ٥٧,٣% تصدر الصحف المدرسية بمدرستهم مرة كل فصل دراسي، ونسبة ٣١,٣% منهم تصدر الصحف المدرسية بمدرستهم مرة كل أسبوعين، ونسبة ٢٨% منهم تصدر الصحف المدرسية بمدرستهم بشكل غير منتظم. كما يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مواعيد صدور الصحف المدرسية بالمدرسة لدى أفراد العينة، حيث كانت قيم كا^٢ دالة عند مستوى دلالة ٠,٠٠١، فيما عدا صدورها مرة كل فصل دراسي لم يكن هناك فروق فقد كانت قيمة كا^٢ غير دالة عند مستوى ٠,٠٠٥.

٢٣ مدى مشاركة أفراد العينة في نشاط جماعة الإذاعة المدرسية:

جدول (٩) يوضح مدى مشاركة أفراد العينة في نشاط جماعة الإذاعة المدرسية

دح	كا	الاستجابة ن= ٣٠٠		مدى مشاركة أفراد العينة في نشاط جماعة الإذاعة المدرسية
		ك	%	
٠,٠٠١	٤١٤,٣٢٠	٧٣	٢١٩	دائما
		٢٧	٨١	أحيانا
		١٠٠	٣٠٠	الجملة

يتضح من الجدول (٩) أن نسبة ٧٣% من أفراد العينة يشاركون في نشاط جماعة الإذاعة المدرسية بصفة دائمة، ونسبة ٢٧% منهم يشاركون فيها أحيانا، كذلك يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مدى مشاركة أفراد العينة في نشاط جماعة الإذاعة المدرسية، حيث كانت قيمة كا^٢ = ٤١٤,٣٢٠ وهي دالة عند مستوى دلالة ٠,٠٠١. مما يعني ارتفاع نسبة عدد التلاميذ المشاركين في نشاط جماعة الإذاعة المدرسية بصفة دائمة.

٢٤ أسباب مشاركة التلاميذ في نشاط جماعة الإذاعة المدرسية:

جدول (١٠) يوضح أسباب مشاركة التلاميذ في نشاط جماعة الإذاعة المدرسية

دح	كا	الاستجابة ن= ٣٠٠		أسباب مشاركة التلاميذ في نشاط جماعة الإذاعة المدرسية
		ك	%	
٠,٠٠١	٢٠٨,٣٣٣	٨,٣	٢٥	لأنني أحب أن أكون منيعا
٠,٠٠١	١٣٨,٧٢٠	٨٤	٢٥٢	لإضافة معلومات جديدة لديهم
٠,٠٠١	١٦,٣٣٣	٣٨,٣	١١٥	لمشاركة زملائي في هذه الجماعة
٠,٠٠١	١٤٩,٨١٣	١٤,٧	٤٤	للتعرف على زملاء جدد
٠,٠٠١	١٩,٤٠٨	٤٥,٣	١٣٦	حب الظهور في الطابور
٠,٠٠١	٢٢٨,٨١٣	٦,٣	١٩	لتنسيتها أحيانا أجزاء من المنهج الدراسي
٠,٠٠١	٢٠,٣٥٢	٧٣,٣	٢٢٠	لإثبات ذاتي بين زملائي

أشارت نتائج الجدول (١٠) أن نسبة ٨٤% من أفراد العينة يشاركون في نشاط جماعة الإذاعة المدرسية لإضافة معلومات جديدة لديهم، ونسبة ٧٣,٣% منهم يشاركون فيها لإثبات ذاتهم بين زملائهم، ونسبة ٤٥,٣% منهم يشاركون في نشاط جماعة الإذاعة المدرسية لحب الظهور في الطابور، ونسبة ٣٨,٣% منهم يشاركون فيها لمشاركة زملائهم في جماعة الإذاعة المدرسية. كما يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية في أسباب مشاركة التلاميذ في نشاط جماعة الإذاعة المدرسية، حيث كانت قيم كا^٢ دالة عند مستوى دلالة ٠,٠٠١.

٢٥ مدى مشاركة أفراد العينة في إعداد البرامج الإذاعية المدرسية:

جدول (١١) يوضح مدى مشاركة أفراد العينة في إعداد البرامج الإذاعية المدرسية

دح	كا	الاستجابة ن= ٣٠٠		مدى مشاركة أفراد العينة في إعداد البرامج الإذاعية المدرسية
		ك	%	
٠,٠٠١	٢٨,٢١٣	٦٧	٢٠١	دائما
		٣٣	٩٩	أحيانا
		١٠٠	٣٠٠	الجملة

يتضح من الجدول (١١) أن نسبة ٦٧% من أفراد العينة يشاركون في إعداد البرامج الإذاعية المدرسية بصفة منتظمة، ونسبة ٣٣% منهم يشاركون فيها أحيانا، كذلك يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مدى مشاركة أفراد العينة في إعداد البرامج الإذاعية المدرسية، حيث كانت قيمة كا^٢ = ٢٨,٢١٣ وهي دالة عند مستوى دلالة ٠,٠٠١، مما يعني ارتفاع نسبة عدد من يشاركون في إعداد البرامج الإذاعية المدرسية بصفة منتظمة.

٢٦ عدد البرامج الإذاعية المدرسية التي شارك فيها أفراد العينة:

جدول (١٢) يوضح عدد البرامج الإذاعية المدرسية التي شارك فيها أفراد العينة

دح	كا	الاستجابة ن= ٣٠٠		عدد البرامج الإذاعية المدرسية التي شارك فيها أفراد العينة
		ك	%	
٠,٠٠١	١٥٥,٥٢٠	١٤	٤٢	برنامج واحد
٠,٠٠١	١٤٩,٨١٣	١٤,٧	٤٤	ثلاثة برامج إذاعية
٠,٠٠١	٣٠,٧٢٠	٣٤	١٠٢	أربع برامج إذاعية
٠,٠٠١	٩,٠١٣	٤١,٣	١٢٤	خمسة برامج إذاعية
٠,٠٠١	٤٤,٨٥٣	٣٠,٧	٩٢	أكثر من خمسة برامج إذاعية

أشارت نتائج الجدول (١٢) أن نسبة ٤١,٣% من أفراد العينة شاركوا بخمسة برامج من برامج الإذاعة المدرسية، ونسبة ٣٤% منهم شاركوا بأربع برامج، ونسبة ٣٠,٧% منهم شاركوا بأكثر من خمسة برامج إذاعية. كما يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية في عدد البرامج الإذاعية المدرسية التي شارك فيها أفراد العينة، حيث كانت قيم كا^٢ دالة عند مستوى دلالة ٠,٠٠١.

٢٧ أشكال المشاركة التي يقوم بها أفراد العينة في جماعة الإذاعة المدرسية:

جدول (١٣) يوضح أشكال المشاركة التي يقوم بها أفراد العينة في جماعة الإذاعة المدرسية

دح	كا	الاستجابة ن= ٣٠٠		أشكال المشاركة التي يقوم بها أفراد العينة في جماعة الإذاعة المدرسية
		ك	%	
٠,٠٠١	٨٦,٢٦٨	٣٠	٩٠	المشاركة في جمع المادة العلمية للبرنامج
٠,٠٠١	٥٦,٣٣٣	٧١,٧	٢١٥	تقديم البرنامج الإذاعي
٠,٠٠١	٦٣,٤٨٠	٢٧	٨١	تلوة القرآن الكريم
٠,٠٠١	١٠٨,٠٠٠	٢٠	٦٠	تقديم الحديث الشريف
٠,٠٠١	١٧٦,٣٣٣	١١,٧	٣٥	الربط بين الفقرات وبعضها
٠,٠٠١	١٨٨,٨١٣	١٠,٣	٣١	تقديم حكمة اليوم

يتضح من الجدول (١٣) أن نسبة ٧١,٧% من أفراد العينة يشاركون في جماعة الإذاعة المدرسية من خلال تقديم البرنامج الإذاعي، ونسبة ٣٠% يشاركون فيها من خلال المشاركة في جمع المادة العلمية للبرنامج، ونسبة ٢٧% منهم يشاركون في جماعة الإذاعة المدرسية بتلاوة القرآن الكريم، ونسبة ٢٠% منهم يشاركون بتقديم الحديث الشريف. كذلك يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية في أشكال المشاركة التي يقوم بها أفراد العينة في جماعة الإذاعة المدرسية حيث كانت قيمة كا^٢ = ١٦٩,٥٢٠ وهي دالة عند مستوى دلالة ٠,٠٠١.

٢٨ مدى موافقة أفراد العينة على أن الأنشطة الإعلامية المدرسية (الصحافة والإذاعة المدرسية) تساعده في التوعية والتمسك بالقيم التربوية (بمعنى مدى تصرف أفراد العينة في حياته اليومية حسب هذه القيم بعد مشاركته في الأنشطة الإعلامية المدرسية المتمثلة في الصحافة والإذاعة المدرسية):

جدول (١٥) يوضح تحليل التباين لدلالة الفروق بين المستويات الاجتماعية الاقتصادية المختلفة للتلاميذ ومشاركته في الأنشطة الإعلامية المدرسية

الدالة	ف	متوسط	د. ح	مجموع الدرجات	البيان	الفروق تبعاً إلى
٠,٠٠١	٧,٢٦٧	١٥٩,٥١٠	٢	٣٢٣,٠٢٢	بين مجموعات	مشاركة التلاميذ في الأنشطة الإعلامية المدرسية
		٢١,٢٢٤	٢٩٧	٦٦٠,٩٧٨	داخل	
			٢٩٩	٦٩٢٥,٠٠	مجموع	

يتضح من الجدول (١٥) وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المستويات الاجتماعية الاقتصادية المختلفة للتلاميذ ومشاركته في الأنشطة الإعلامية المدرسية، حيث كانت قيمة (ف) دالة عند مستوى ٠,٠٠١.

جدول (١٦) يوضح اختبار LSD المتوسطات والانحرافات المعيارية للمستويات الاجتماعية الاقتصادية للمتوسطات المختلفة للتلاميذ ومشاركته في الأنشطة الإعلامية المدرسية

مستوى مرتفع	مستوى متوسط	مستوى منخفض	الانحراف المعياري	المتوسط	ن	المجموعات
			٥,٥٥	١٦٨,٩	٨١	مستوى منخفض
			٣,٨٢	١٧٠,٢	٩٩	مستوى متوسط
٢,٣٠٥*	١,٠٤٣٨		٤,٠٧	١٧١,٣	١٢٠	مستوى مرتفع
			٤,٨٣	١٧٠,١	٣٠٠	جملة

يوضح الجدول (١٦) وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة ذوى المستوى الاجتماعى الاقتصادى المرتفع وذوى المستوى المنخفض للتلاميذ ومشاركته في الأنشطة الإعلامية المدرسية لصالح ذوى المستوى المرتفع عند مستوى ٠,٠٥ مما سبق يتضح تحقق الفرض الأول.

الفرض الثانى: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين التلاميذ من الجنسين (ذكور- إناث) ومشاركته في الأنشطة الإعلامية المدرسية:

جدول (١٧) يوضح قيمة (ت) لدلالة الفروق بين متوسطى درجات الذكور والإناث ومشاركته في الأنشطة الإعلامية المدرسية

الدالة	ت	إناث (ن=١٥٠)		ذكور (ن=١٥٠)		المتغير
		ع	م	ع	م	
٢٩٨ ح.د						مشاركة التلاميذ في الأنشطة الإعلامية المدرسية
٠,٦٦٧	٠,٤٣١	٥,٢١	١٦٩,٩	٤,٣٩	١٧٠,٢	

يتضح من الجدول (١٧) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطى درجات الذكور والإناث ومشاركته في الأنشطة الإعلامية المدرسية، حيث كانت قيم (ت) غير دالة عند مستوى ٠,٠٥ مما سبق يتضح عدم تحقق الفرض الثانى.

الفرض الثالث: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين التلاميذ في (الريف والحضر) ودرجة وعيهم لبعض القيم التربوية من خلال الأنشطة الإعلامية المدرسية:

جدول (١٨) يوضح قيمة (ت) لدلالة الفروق بين متوسطى درجات المقيمين بالريف والمقيمين بالحضر في درجة وعيهم لبعض القيم التربوية من خلال الأنشطة الإعلامية المدرسية

الدالة	ت	حضر (ن=١٩٠)		ريف (ن=١١٠)		المتغير
		ع	م	ع	م	
٢٩٨ ح.د						القيم التربوية كما تعكسها الأنشطة الإعلامية المدرسية
٠,٠٠١	٨,٠٣٢ -	٢,٨٤	١٧١,٦	٦,١٨	١٦٧,٤	

يشير الجدول (١٨) وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطى درجات المقيمين بالريف والمقيمين بالحضر في درجة وعيهم لبعض القيم التربوية كما تعكسها الأنشطة الإعلامية المدرسية لصالح المقيمين بالحضر، حيث كانت قيم (ت) دالة عند مستوى ٠,٠٠١ مما سبق يتضح تحقق الفرض الثالث.

المعالجة الإحصائية للبيانات:

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة، تم ترميز البيانات وإدخالها إلى الحاسب الآلى، ثم معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS Statistical Package for the Social Science

جدول (١٤) يبين إجابات أفراد العينة على مقياس القيم التربوية

القيم	الاستجابية ن=٣٠٠					
	موافق		محايد		معارض	
ك	%	ك	%	ك	%	
١. العلم	١٤٤	٤٨	٨٨	٢٩,٣	٦٨	٢٢,٧
٢. المحافظة على المال العام	١١٢	٣٧,٣	١٣٣	٤٤,٣	٥٥	١٨,٣
٣. الإيمان بالله	٢١٢	٧٠,٧	٤٠	١٣,٣	٤٨	١٦
٤. الجمال	٧٧	٢٥,٧	٦٢	٢٠,٧	١٦١	٥٣,٧
٥. القدرة الصالحة	٢٣١	٧٧	٥٠	١٦,٧	١٩	٦,٣
٦. التعاون	٢٠٥	٦٨,٣	٧٧	٢٥,٧	١٨	٦
٧. الأمل	٩٩	٣٣	١١٣	٣٧,٧	٨٨	٢٩,٣
٨. النجاح	١٣٢	٤٤	٩٧	٣٢,٣	٧١	٢٣,٧
٩. الاستقلال	١١٠	٣٦,٧	٧٩	٢٦,٣	١١١	٣٧
١٠. الولاء والانتماء	١٦٠	٥٣,٣	١١٩	٣٩,٧	٢١	٧
١١. بر الوالدين	١٢٥	٤١,٧	٩٩	٣٣	٧٦	٢٥,٣
١٢. احترام الآخر	٨٨	٢٩,٣	٢٠١	٦٧	١١	٣,٧
١٣. الاخيار	٩٧	٣٢,٣	٥٥	١٨,٣	١٤٨	٤٩,٣
١٤. الوفاء	١١٤	٣٨	١٢٠	٤٠	٦٦	٢٢
١٥. المحافظة على الصحة	١٢٢	٤٠,٧	٩٦	٣٢	٨٢	٢٧,٣
١٦. السعادة	٩٥	٣١,٧	٣٩	١٣	١٦٦	٥٥,٣
١٧. الأمانة	٢٣٢	٧٧,٣	٥٥	١٨,٣	١٣	٤,٣
١٨. الصداقة	٩١	٣٠,٣	١٧٦	٥٨,٧	٣٣	١١
١٩. الحب	١١١	٣٧	٨٧	٢٩	١٠٢	٣٤
٢٠. الصبر	١٦١	٥٣,٧	٩٨	٣٢,٧	٤١	١٣,٧
٢١. الطاعة	٢١٤	٧١,٣	١٩	٦,٣	٦٧	٢٢,٣
٢٢. الكرم	١٢٤	٤١,٣	٩٥	٣١,٣	١٥	٤,٣
٢٣. الطمأنينة	٩١	٣٠,٣	٩٤	٣١,٣	١١٥	٣٨,٣
٢٤. القناعة	١٢٧	٤٢,٣	٨٤	٢٨	٨٩	٢٩,٧
٢٥. التواضع	١١٩	٣٩,٧	١١٧	٣٩	٦٤	٢١,٣
٢٦. التسامح	١٥٥	٥١,٧	٩٦	٣٢	٤٩	١٦,٣
٢٧. تقدير الواجب	١٠٢	٣٤	١٢٤	٤١,٣	٧٤	٢٤,٧
٢٨. التفكير السليم	٢٠٠	٦٦,٧	٨٨	٢٩,٣	١٢	٤

أشارت نتائج الجدول (١٤) أن أغلبية أفراد العينة يؤكدون أن الأنشطة الإعلامية المدرسية (الصحافة والإذاعة المدرسية) تساعدهم في التوعية والتمسك بالكثير من القيم التربوية، فجدد نسب الموافقة على ذلك تمثلت في القيم الآتية: جاءت قيمة الأمانة في المرتبة الأولى من ضمن القيم التربوية التي ساعدت الأنشطة الإعلامية المدرسية في توعيتها للأطفال وذلك بنسبة ٧٧,٣%، تليها قيمة القدرة الصالحة وذلك بنسبة ٧٧%، ثم قيمة الطاعة جاءت بنسبة ٧١,٣%، ثم الإيمان بالله جاءت بنسبة ٧٠,٧%، فقيمة التعاون جاءت بنسبة ٦٨,٣%، ثم التفكير السليم جاءت بنسبة ٦٦,٧%، ثم قيمة الصبر جاءت بنسبة ٥٣,٧%، ثم الولاء والانتماء جاءت بنسبة ٥٣,٣%، ثم قيمة التسامح جاءت بنسبة ٥١,٧%، وقيمة العلم جاءت بنسبة ٤٨%، ثم قيمة النجاح جاءت بنسبة ٤٤%، ثم قيمة القناعة جاءت بنسبة ٤٢,٣%، ثم قيمة بر الوالدين جاءت بنسبة ٤١,٧%، ثم قيمة الكرم جاءت بنسبة ٤١,٣%، ثم قيمة المحافظة على الصحة جاءت بنسبة ٤٠,٧%، ونستنتج مما سبق أن الأنشطة الإعلامية المدرسية لا تؤثر سلباً على القيم التربوية لدى الأطفال من (٩-١٢) سنة بل تعزز الكثير منها كما سبق ما عدا بعض القيم المحدودة والتي أجاب عليها أفراد العينة بعدم الموافقة وأن الأنشطة الإعلامية المدرسية لا تعززها ومنها قيمة السعادة جاءت بنسبة ٥٥,٣%، وقيمة الجمال جاءت بنسبة ٥٣,٧%، وقيمة الاخيار جاءت بنسبة ٤٩,٣%، وقيمة الكرم جاءت بنسبة ٤٣,٧%، ثم الطمأنينة جاءت بنسبة ٣٨,٣%.

الفروض:

الفرض الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المستويات الاجتماعية الاقتصادية المختلفة للتلاميذ ومشاركته في الأنشطة الإعلامية المدرسية:

وتم اللجوء إلى المعاملات والاختبارات الإحصائية التالية في تحليل بيانات الدراسة:

١. التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
٢. المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.
٣. معامل ارتباط بيرسون للعلاقة الخطية بين متغيرين.
٤. اختبار كاي^٢ Chi Square Test لدراسة الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من المتغيرات الاسمية Nominal.
٥. اختبار t-test لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعتين من المبحوثين في أحد متغيرات الفئة أو النسبة Interval Or Ratio.
٦. تحليل التباين ذي البعد الواحد One Analysis of Variance المعروف باختصارا باسم ANOVA لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لأكثر من مجموعتين من المبحوثين في احد متغيرات الفئة أو النسبة Interval or Ratio.
٧. الاختبارات البعدية Post Hoc Tests اختبار LSD لدلالة الفروق الثنائية لمعرفة مصدر التباين وإجراء المقارنات الثنائية بين المجموعات التي يثبت ANOVA وجود فروق دالة إحصائيا بينها.

توصيات الدراسة:

- في ضوء الدراسة الحالية تقترح الباحثة مجموعة من التوصيات موجهة للمعلمين من القائمين على الأنشطة الإعلامية المدرسية ومنها:
١. عمل مسابقات صحفية وإذاعية مدرسية لتعويدهم على المنافسة الشريفة وتنمية قدراتهم المختلفة.
 ٢. ضرورة قيام المشرف على الأنشطة الإعلامية المدرسية بالتعرف على الأسباب المختلفة التي دفعت التلاميذ للبعد عن المشاركة في هذه الأنشطة، مع توضيح أهميتها بالنسبة لهم.
 ٣. العمل على زيادة الوعي بالأنشطة الإعلامية المدرسية لدى مشرفي الإعلام التربوي بالمدارس للنهوض بها.
 ٤. العمل على زيادة الوعي بالأنشطة الإعلامية المدرسية لدى تلاميذ المدارس، والفائدة التي تعود عليهم من المشاركة فيها.
 ٥. تخصيص وقت اضافي في الجدول الدراسي للأنشطة الإعلامية المدرسية حتى يتاح للمشرف على هذه الأنشطة القيام بها.
 ٦. تشجيع جميع التلاميذ على ممارسة الأنشطة الإعلامية المدرسية لما لها من دور هام في توعيتهم بالقيم والسلوكيات المختلفة.
 ٧. تعزيز دور المدرسة في غرس القيم والسلوكيات الإيجابية ضمن المواد الدراسية التي تقدمها.
 ٨. العمل على استثمار الشخصيات المحيية في غرس القيم التربوية بالمدارس، والحفاظ على تماسك المجتمع ومواجهة الظواهر السلبية المستجدة عليه.
 ٩. توفير الإمكانيات المادية والتقنية الفنية اللازمة للأنشطة الإعلامية المدرسية.
 ١٠. نشر الثقافة الدينية في المناهج التعليمية للمرحلة الابتدائية لتوضيح أبعاد ومخاطر مشاهدة المواد التي تضر بالمجتمع وقيام المؤسسات التربوية والإعلامية بدورها في بناء جيل واع قادر على تحمل مسؤولياته.
 ١١. تخصيص جوائز تشجيعية لأفضل الأنشطة الإعلامية المدرسية إعدادا وتنفيذا وتقديمها وإخراجها مما يؤدي إلى تحفيز التلاميذ.
 ١٢. تنمية الكوادر القائمة على الأنشطة الإعلامية المدرسية من خلال الدورات التدريبية المختلفة للنهوض بها.

بحوث مقترحة:

١. العلاقة بين ممارسة التلاميذ للأنشطة الإعلامية المدرسية وتنمية الوعي بالقيم الدينية لديهم.
٢. أثر الأنشطة الإعلامية المدرسية على القيم والسلوكيات لدى تلاميذ المرحلة الإعدادية.

- المراجع:**
١. إجلال السباعي. "التعليم: المسح الاجتماعي الشامل للمجتمع المصري ١٩٥٢-١٩٨٠"، المجلد التاسع، (القاهرة: المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية، ١٩٨٥).
 ٢. حامد زهران. "علم نفس النمو: الطفولة والمراهقة"، الطبعة الخامسة، (القاهرة: عالم الكتب، ١٩٩٠).
 ٣. زياد فايد. "الطفل بين الواقع والمأمول"، (القاهرة: الهيئة المصرية للكتاب، ٢٠٠١).
 ٤. سعد أحمد مرسى. "التربية والتقدم"، الطبعة الثالثة، (القاهرة: عالم الكتب، ١٩٧٧).
 ٥. سعاد محمد بهادر. "في علم نفس النمو"، الطبعة الثانية، (الكويت: دار البحوث العلمية، ١٩٨٦).
 ٦. عبدالحافظ سلامة. "وسائل الاتصال والتكنولوجيا في التعليم"، الطبعة الأولى، (عمان: دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، ١٩٩٦).
 ٧. عبدالرحمن عيسوي. "سيكولوجية النمو: دراسة في نمو الطفل والمراهقة"، (القاهرة: دار النهضة العربية، ١٩٨٧).
 ٨. كيشافه كرفيشا مورفي. "الإنسان والتكنولوجيا والشمولية الطبيعية"، ترجمة: سمير غبور وتوفيق الحسني عبده، مركز مطبوعات اليونسكو، العدد الأربعون، ١٩٨٠.
 ٩. محمد الهادي عفيفي. "في أصول التربية"، الطبعة الرابعة، (القاهرة: الانجلو المصرية، ١٩٧٧).
 ١٠. محمد ضياء الدين عوض. "التلفزيون والتنمية الاجتماعية"، (القاهرة: الدار القومية للطباعة والنشر، ١٩٦٦).
 ١١. منى سعيد الحديدى، شريف درويش اللبان. "فنون الاتصال والإعلام المتخصص"، (الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠٩).
 ١٢. أحمد حسين محمد. مشكلات القائم بالاتصال في الأنشطة الإعلامية المدرسية وعلاقتها بالرضا الوظيفي والاستفادة الطلابية، دراسة مسحية على محافظة الدقهلية، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الأطفال، ٢٠٠٥).
 ١٣. أحمد عبدالله الدكتوروى. القيم التربوية الموجهة للطفل المصري من خلال الراديو والتلفزيون: دراسة مقارنة، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الطفل، ٢٠٠٨).
 ١٤. أحمد محمد عثمان. ممارسة الأنشطة الإعلامية المدرسية وعلاقتها بالقدرات الإبداعية لدى تلاميذ المرحلة الإعدادية، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الأطفال، ٢٠٠٦).
 ١٥. احمد محمد مسعود. علاقة طلاب المرحلة الإعدادية الممارسين للنشاط الاعلامي المدرسي بوسائل الإعلام، دراسة تطبيقية على إقليم شمال الصعيد، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الأطفال، ٢٠٠٤).
 ١٦. أسامة عبدالرحيم على. تأثير الواقع الثقافي على بناء القيم التربوية في صحافة الأطفال: دراسة تحليلية مقارنة لعينة من مجلات الأطفال في مصر والسعودية، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة الأزهر: كلية اللغة العربية، قسم الصحافة والإعلام، ١٩٩٧).
 ١٧. إيمان جابر الدماطي. ممارسة الأنشطة المدرسية الحرة وعلاقتها بالتحصيل الدراسي في المرحلة الابتدائية، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الأطفال، ١٩٩٩).
 ١٨. حسن محمد على خليل. دور اخصائي الإعلام التربوي في الارتقاء بالأنشطة الإعلامية في المدارس المصرية، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة عين

- شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الأطفال، (١٩٩٩).
١٩. رانيا عبدالعظيم حسين. دور الأنشطة الإعلامية بجمعية الرعاية المتكاملة في التوعية بقيم المواطنة لدى الأطفال المصريين من ٩-١٢ سنة، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الأطفال، ٢٠١٤).
٢٠. زينب أحمد ابوسقيرة. القيم المتضمنة في مسرحيات الأطفال: دراسة تحليلية للأعمال المسرحية المنشورة لبعض كتاب الطفل في مصر، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الأطفال، ٢٠٠٨).
٢١. صابر سليمان عسران. القيم التي تعكسها أفلام ومسلسلات الكارتون الرسوم المتحركة في قناة Spacetoون وعلاقتها بالهوية العربية الإسلامية، المؤتمر العلمى السنوى العاشر، (كلية الإعلام: جامعة القاهرة، ٢٠٠٤).
٢٢. عبدالعظيم عبدالسلام. الصحافة المدرسية في المرحلة الإعدادية بين النظرية والتطبيق، المؤتمر العلمى السنوى الثالث- التعليم وتحديات القرن ٢١، (القاهرة: كلية التربية، جامعة حلوان، ٢٧-٢٩ إبريل ١٩٩٥).
٢٣. كمال عزيز. الأنشطة المدرسية بين الواقع والمأمول في مدارسنا الابتدائية المصرية، المؤتمر السنوى للطفل المصرى- تنشئته ورعايته، المجلد الثانى، ٩-٢٢ مارس، ١٩٨٨.
٢٤. ماجدة ابوالفتوح الحريرى. القيم المتضمنة في برامج الأطفال فى قناة النيل للأسرة والطفل، دراسة تحليلية رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الأطفال، ٢٠٠٧).
٢٥. محمد رأفت الجارحى. تنمية بعض القيم التربوية لتلاميذ الحلقة الأولى من التعليم الاساسى فى مصر فى ضوء خبرة اليابان، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة الزقازيق: كلية التربية، قسم التربية المقارنة والإدارة التعليمية، ٢٠٠٧).
٢٦. محمود عبدالغنى. مشكلات الصحف المدرسية من وجهة نظر أخصائى الصحافة المدرسية، دراسة ميدانية على الأخصائيين فى محافظة سوهاج، مجلة كلية الآداب، جامعة جنوب الوادى، الجزء الأول، العدد ٢١، ١٩٩٨.
٢٧. هشام سعد زغول. القيم المتضمنة فى النصوص المسرحية المقدمة للمسرح المدرسى: دراسة تحليلية، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الطفل، ٢٠٠٤).

**مقاطع الاحداث الارهابية المصورة على الانترنت ودورها
في تشكيل الصورة الذهنية للمنظمات الارهابية لدى عينة من الشباب الجامعي**

مها احمد عبدالعظيم عبدالوهاب
مدرس بقسم الاعلام وثقافة الاطفال، معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس

الملخص

المقدمة: تتناول الدراسة الحالية قضية ملحة على الصعيدين الاعلامي والاجتماعي الا وهي قضية المنظمات الارهابية وما تستخدمه من مقاطع فيديو على الانترنت، تبث من خلالها جرائمها المختلفة والتي تقزع من مشاهدتها النفوس السوية وتترك بلا شك انطباعات محددة في نفوس مشاهديها من الاطفال والشباب على وجه الخصوص، خاصة مع التقدم التكنولوجي الذي اعترى مواقع التواصل الاجتماعي وغيرها، ومن ثم تسعى الدراسة الحالية على دراسة الصورة الذهنية التي تتركها مشاهدة مقاطع الفيديو التي تبثها المنظمات الارهابية وعلاقتها باتجاهات الشباب نحوها

المشكلة: يمكننا صياغة مشكلة الدراسة في التساؤل التالي ما دور مشاهدة مقاطع الاحداث الارهابية في تشكيل الصورة الذهنية للمنظمات الارهابية لدى الشباب الجامعي؟

الهدف: استهدفت الدراسة معرفة التأثيرات المختلفة والمكونة للصورة الذهنية والتي تتركها متابعة الشباب لمقاطع فيديو الاحداث الارهابية وعلاقة هذه التأثيرات بالصورة الذهنية المتكونة لديهم نحو المنظمات الارهابية.

مجتمع وعينة الدراسة: يشكل الشباب الجامعي مجتمع هذه الدراسة، فيما تشكلت عينة البحثية من ٤٠٠ مفردة من طلاب جامعتي القاهرة وعين شمس، ممن يقعون في المرحلة العمرية من ١٧ الى اقل من ٢٣ سنة.

الاداة: صحيفة استبيان تشمل مجموعة من الاسئلة التي تغطي محاور الدراسة كما تشمل على مقياس للاتجاهات والتأثيرات النفسية من تصميم الباحثة، ومقياس للصورة الذهنية للمنظمات الارهابية.

المعالجات الاحصائية: تمت معالجة بيانات الدراسة وتحليلها احصائيا باستخدام برنامج SPSS. وقد تم استخدام التكرارات البسيطة والنسب، واختبار (ف) لتحليل التباين، واختبار (ت).

النتائج: ارتفع نسبة الشباب الذين يتعرضون بشكل دائم ٨١,٨% لصحافة الفيديو، وأسفرت النتائج عن وجود علاقة بين الصورة الذهنية وبين اتجاهات الشباب نحو المنظمات الارهابية.

A Pictured Terrorist attacks clips on the Internet and its role in forming an Image of terrorist organizations among a sample of university youth

Introduction: There are many effects of terrorism on youth social, political, economic and psychological. so this study try to explore that what is the effect of watching Terrorist attacks clips on the Internet and its role in forming an imag of terrorist organizations among university youth.

Objectives of the study: This study aims to know the different effects of an Image which is forming with watching Terrorist attacks clips on the Internet and its role in forming an image of terrorist organizations among university youth.

Problem: We can doing this research problem in the following question: What is the effects of an Image which is forming with watching Terrorist attacks clips on the Internet and its role in forming an image of terrorist organizations among university youth?

Community: Community university students in age from (17- 23) years.

Sample: The study was content from 400 youth, from Cairo and Ain Shams) universities; with A normal sample way.

Tools: The design and application of a questionnaire meet the axes of questions to collect data field study,a lso we use an Image scale, psychology effects scale.

Statistical Methods: The statistics; in this study we used (T) test, one way Anova, frequence cross table with the SPSS program.

Findings: The Most Important One incresing of the percentage (always exposure) youth to 81% for with watching Terrorist attacks clips, there are a relationship between the tow main factories of this study. Watching terrorist attacks clips on the Internet and university youth' image of terrorist organizations.

الوقت هم عماد المجتمع وقوام تربيته ولا شك من وجود ضرورة في اجراء الدراسات على هذا القطاع المهم.

٥. انتماء هذه الدراسة الى اتجاه الدراسات التي تناقش جدلية العلاقة بين الاعلام والارهاب فهي علاقة ذات ابعاد خطيرة تستحق تسليط الضوء البحثي عليها.

هدف الدراسة:

تستهدف الدراسة معرفة التأثيرات المختلفة والمكونة للصورة الذهنية والتي تتركها متابعة الشباب لمقاطع فيديو الاحداث الارهابية وعلاقة هذه التأثيرات بالصورة الذهنية المتكونة لديهم نحو المنظمات الارهابية.

الدراسات السابقة:

من خلال مسح التراث البحثي لموضوع الدراسة أمكن للباحثة تحديد محاور الدراسات السابقة هي دراسات تناولت العلاقة بين متابعة الجمهور (شباب وغيرهم) لوسائل الاعلام المختلفة واتجاهاتهم نحو الارهاب)، ودراسات تناولت المنظمات الارهابية والاساليب الدعائية من خلال المواد الصورة المرتبطة بها، ودراسات تناولت الصورة الذهنية ودور وسائل الاعلام الحديثة في تكوينها.

٦ الدراسات التي تناولت العلاقة بين متابعة الجمهور (شباب وغيرهم) لوسائل الاعلام المختلفة واتجاهاتهم نحو الارهاب:

تعتبر دراسة (غادة عبدالرحمن السيد، ٢٠٠١)^(٣) من الدراسات التي تناولت موضوع الشباب وعلاقته بوسائل الاعلام في قضية الارهاب في محاولتها للتعرف على مضمون الاحداث الارهابية في وسائل الاعلام وعلاقته بادرارك الشباب لمفهوم الارهاب وذلك من خلال الامام بالابعد الاقتصادية والسياسية والاجتماعية لمفهوم الارهاب واسفرت نتائجها عن وجود علاقة بين المتغيرين وفي نفس السياق تأتي دراسة (حنان جنيد، ٢٠٠٢)^(٤) حول دور الاعلام في تكوين تصورات واتجاهات النخبة المصرية حول مفهوم الارهاب والتي اكدت على الدور الرئيسي والكبير للتلفزيون مقارنة بباقي الوسائل في تكوين الاتجاهات نحو الارهاب.

أما (اماني عمر، ٢٠٠٣)^(٥) فتناولت موضوع الشباب وعلاقته بوسائل الاعلام في قضية الارهاب فقد اهتمت بمعرفة مدى اهتمام الشباب بقضية الارهاب وتناولت دور وسائل الاعلام في ذلك واستتجت الدراسة الصورة السلبية التي تعكسها وسائل الاعلام عن العرب والمسلمين عند تناولها لقضية الارهاب.

كما سعت دراسة (خالد صلاح الدين، ٢٠٠٣)^(٦) الى التعرف على الدور الذي تلعبه وسائل الاعلام في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو الارهاب والتي اظهرت من خلال نتائجها وجود علاقة ايجابية ذات دلالة بين كثافة التعرض للمضمون الاخباري لوسائل الاعلام واتجاهات المبحوثين نحو الارهاب واطهرت دراسة (سها فاضل، ٢٠٠٤)^(٧) من خلال سعيها للتعرف على العلاقة بين التعرض للصحف المصرية ووعي الشباب الجامعي بقضية الارهاب الدولي، اظهرت الدور المهم للصحف وقدرتها الفائقة في تشكيل معارف الشباب نحو الارهاب الدولي.

واشارت دراسة (حسن احمد فاروق، ٢٠٠٥)^(٨) الى ضرورة توخي الحذر عند تناول مضامين تتعلق بالارهاب في وسائل الاعلام ذلك للتأثير الطاعى لوسائل الاعلام على عقلية الشباب.

وعلى الصعيد العربي فقد اكدت دراسة (خالد الزاحم، ٢٠٠٦)^(٩) حول دور التلفزيون السعودي في معالجة ظاهرة الارهاب. دراسة مسحية على عينة من اعضاء هيئة التدريس وطلاب جامعة الملك سعود بالرياض فقد اكدت من خلال نتائجها تفوق التلفزيون على غيره من الوسائل الاعلامية الاخرى في تقديم طرح هادف للجمهور حول الارهاب من خلال برامجه المختلفة.

ومع تطور التقنيات الاعلامية وظهور الصحف الالكترونية نجد انعكاساً لذلك على صعيد الدراسات والبحوث فقد سعت دراسة (سهير عبدالطيم، ٢٠٠٦)^(١٠) الى التعرف على دور كل من الصحف المطبوعة والالكترونية في تشكيل

نتيجة للتطورات التكنولوجية المتلاحقة انتشرت مؤخراً ظاهرة جديدة عبر المواقع الالكترونية وهي ظاهرة انتشار مقاطع الفيديو التي تنسبها المنظمات الارهابية لنفسها كنوع من اعلان مسؤوليتها عن الحادث الارهابي، وفي تحد صارخ لقوانين الانسانية نجدنا ايضا توثق لجرانمها اثناء تنفيذها، وفي اطار فكرة السبق الاعلامي تسعى وسائل الاعلام التقليدية والحديثة نحو سرعة بث هذه المقاطع دونما تحفظ او رادع انساني، فلا نجد اليوم موقعاً لصحيفة الكترونية او محطة تلفزيونية أو اذاعية يستغنى عن مثل هذه المقاطع التي تصفى ميزة مواكبة الاحداث لحظة وقوعها وتحقيق اعلى نسبة من المشاهدة بما تحتويه هذه المقاطع من اثار، ومن ثم ضمنت هذه المنظمات الانتشار بجرانمها على نطاق واسع مستغلة بذلك التفاعلية والحيوية في نقل الاحداث من خلال الاعلام الجديد وتقنياته العالية في سرعة البث والنقل، غير انها لم تهتم لما قد تشكله هذه المقاطع من عبئاً نفسياً كبيراً على مشاهديها، فلقد اصبح الامر مقصوداً من جانبها.

وتشير الدراسات (ابراهيم توفيق، ١٩٩٨)^(١) الى ان المنظمات الارهابية لديها متخصصون على مستوى عال في مجال انظمة المعلومات وقد استطاعت هذه المنظمات ان تتحدى العالم باعلان وبث ما تتركبه من جرائم عبر شبكة الانترنت.

وفي الوقت الذي تقوم فيه المنظمات الارهابية ببث فيديوهات لها اثناء تنفيذ عملياتها الارهابية وفي سعي منها لاثبات ذاتها على نطاق واسع، نجد أن بشاعة المناظر والمشاهد تحدث تأثيراً نفسياً سيئاً لمن يشاهده، والذي بدوره قد يترك انطباعات ويعكس صورة ذهنية محددة عن هذه المنظمات، مما يؤدي بدوره الى تشكيل اتجاهات قد تكون مضادة او مؤيدة لهذه الجماعات والمنظمات.

ومما لا شك فيه أن هذه المقاطع تساهم بقوة في تكوين صورة ذهنية بالغة الاهمية نحو الارهاب ومنظماتها من خلال ما يتم نشره من الجرائم والمذابح التي تتركبها المنظمات الارهابية والتي من شأنها ان تترك اثراً نفسياً قد يؤثر على اتجاه الافراد نحو هذه المنظمات سلباً او ايجاباً وخاصة حديثي السن من الاطفال والشباب، كما اننا بحاجة ماسة لدراسة التأثيرات المختلفة التي تتركها هذه المقاطع على مجتمعاتنا العربية، وعلى افراد هذه المجتمعات بشكل عام، وفئة الشباب خاصة، حيث انها من أكثر الفئات الاجتماعية استهدافاً واستقطاباً من قبل هذه المنظمات، (وصفى ثابت، ٢٠١٦)^(٢) وحضهم على ارتكاب الجرائم، خاصة مع ظهور جرائم قتل للوالدين بدم بارد والتي ارجعتها بعض وسائل الاعلام الى التأثير بفكر داعش الدموي.

مشكلة الدراسة:

اصبح الاهتمام بدراسة الاستراتيجيات الاعلامية للمنظمات الارهابية ضرورة ملحة ومطلباً مهماً حتى نتكمن من وضع الحلول المناسبة لمجابهة هذه المنظمات وافكارها الهدامة التي تتبناها والتي تطلقها من خلال الفيديوهات كتنفيذ عمليات الاعدام حرقاً لبعض الاشخاص واطلاق عبارات التوحيد اثناء التنفيذ مما يعكس صورة دموية وفكرة عقائدية مغلوطة وتتسم بالعنف والبعد عن سماحة الدين، وعلى ذلك يمكن ان تبلور مشكلة الدراسة الحالية في التساؤل التالي ما دور مشاهدة مقاطع الاحداث الارهابية المصورة على الانترنت في تشكيل الصورة الذهنية للمنظمات الارهابية لدى الشباب الجامعي؟

اهمية الدراسة:

١. تعد هذه الدراسة من اوائل الدراسات التي تناولت الصورة الذهنية المتكونة من خلال مشاهدة مقاطع الفيديو المرتبطة بالاحداث الارهابية فهي من المجالات البحثية الاعلامية الجديدة.
٢. اعتبار قضية الارهاب والتنظيمات الارهابية من القضايا البحثية الملحة والمطلوبة على الصعيد الدولي والمحلي.
٣. تعتبر هذه الدراسة من الدراسات البيئية التي تجمع بين تخصصات علم النفس والاعلام والاجتماع.
٤. الشباب دائما هم المستهدفون بالاستقطاب من قبل التنظيمات الارهابية وفي نفس

٧٥,٣%.

كما توصلت دراسة (غادة البياني، ٢٠١٥) (٢٢) الى ان صحافة الفيديو قد أوجدت اختلافاً مهماً في اثره الوعى المعرفى بالأحداث السياسية لدى الشباب الجامعي لكونها تخلق جمهوراً نشطاً فاعلاً.

٣ دراسات تناولت المنظمات الارهابية والاساليب الدعائية من خلال المواد المصورة المرتبطة بها:

تناولت دراسة (هبة حميدات، ٢٠١٥) (٢٣) وعنوانها معالجة الافلام الوثائقية لتنظيم الدولة الاسلامية. دراسة تحليلية لافلام شركة فايس، وقد قدمت هذه الدراسة نتيجة هامة في دراستنا الحالية وهي انها حصرت مشاهد العنف في الاعمال المقدمة عن التنظيمات الارهابية بالذات تنظيم الدولة الاسلامية (داعش) فقد بلغت مشاهد التهديد والذبح وقطع الرؤوس نسبة ١٢% من المشاهد، وبلغت مشاهد القتل وصورهم ٣٧,٥%.

وحول كم الاعمال التي تنتجها التنظيمات المسلحة فقد اشارت دراسة (علوان، ٢٠٠٨) (٢٤) وموضوعها الارهاب في الفضائيات الى ان التنظيمات المسلحة تنتج ما يقارب ١٤٠ فيلماً وبرنامجاً وهو ما يشكل ٩٣% مما يقدم تأكيدا على انتشار هذه الاعمال بكثرة على نطاق الفضائيات.

اشارت دراسة (سعد خضير، ٢٠١٤) (٢٥) الى ابرز الاساليب الدعائية للمنظمات الارهابية والذي يؤكد على انها تمارس غسل الدماغ. وهو احد اساليب التعامل النفسى لتحطيم الشخصية الفردية الى درجة التلاعب بها لتصبح اداة يسهل التحكم بها والسيطرة عليها لتتقبل الافكار الخاصة بالمنظمة.

كما جاءت هذه الدراسة بنتيجة هامة هي ان هذه المنظمات تعتمد على فئة الشباب بنسبة ٨٧% كما تستخدم النساء في تنفيذ عملياتها الارهابية بنسبة ٤,٩١%.

كما اشارت نتائجها ايضا اكثر الوسائل الاعلامية استخداما من قبل المنظمات الارهابية وجاءت الانترنت في المرتبة الاولى ثم الفيسبوك واليوتيوب مما يعنى تراجع وسائل الاعلام التقليدية امام الوسائل الحديثة من حيث استخدام المنظمات الارهابية لها.

٣ دراسات تناولت الصورة الذهنية ودور وسائل الاعلام الحديثة في تكوينها:

اكدت دراسة (هناء فاروق، ٢٠٠٥) (٢٦) التي اجرتها لمعرفة الصورة الذهنية لدى الراى العام المصرى عن منظمتى الامم المتحدة وجامعة الدول العربية على ان الصورة الذهنية المتكونة في اذهان الراى العام المصرى عن الجامعة العربية هي صورة محايدة، اما عن تلك المرتبطة بمنظمة الامم المتحدة فقد كانت سلبية لديهم واطهرت دراسة (هناء عكاشة، ٢٠١٣) (٢٧) حول صورة رئيس الجمهورية كما تعكسها مواقع الفضائيات الاخبارية وعلاقتها بصورته الذهنية لدى الشباب الجامعي من خلال نتائجها تبين الشباب لصورة ذهنية عن الرئيس سلبية اقرب منها الى المحايدة وجاء وصف الشباب لادائه بالسئ والضعيف.

وكانت نتيجة دراسة (احمد عمار، ٢٠١٣) (٢٨) والتي تناولت صورة تنظيم الاخوان المسلمين في الصحف الالكترونية وعلاقتها بالصورة الذهنية لدى الشباب الجامعي، ان الصورة الذهنية للشباب عن هذا التنظيم كانت سلبية خاصة بعد زوال حكمهم، كما اكدت النتائج ايضا على صفات المنتمين لجماعة الاخوان المسلمين من وجهة نظر المبحوثين كانت على الترتيب (التعصب/ طاعة اوامر مكتب الارشاد/ التظاهر بالدين/ الثقافة) وان نتائج الدراسة التحليلية قد ابرزت الجوانب السلبية في شخصية المنتمين لها بنسبة ٤١%.

واوضحت دراسة (حنان كيلاني، ٢٠١٥) (٢٩) عن الصورة الذهنية لتنظيم الاخوان المسلمين لدى المصريين قبل وبعد ثورة ٣٠ يونيو ٢٠١٣: دراسة مقارنة، اوضحت ان الاتجاه الايجابي لجماعة الاخوان المسلمين كان اكثر ظهوراً قبل الثورة منه بعدها.

التعليق على الدراسات السابقة وما تفرده به الدراسة الحالية:

١. ركزت الدراسات السابقة على هذه الدراسة على بعض الجوانب مثل تركيزها

اتجاهات الجمهور نحو قضية الارهاب ومن خلال نتائجها اكدت تفوق الصحف الالكترونية على الصحف المطبوعة في تشكيل معرفة الشباب بقضية الارهاب.

وهي نفس النتيجة التي توصلت اليها دراسة الباحث (كاروان محمد حسن، ٢٠١٥) (١١) ولكن على المجتمع العراقي والشباب العراقي.

ولم يقتصر اجتهاد الباحثين على الصحف فقط كوسيلة ومصدر معرفة اساسية عن قضية الارهاب فقد تناولت دراسة (محمد محمد عمارة، ٢٠١٦) (١٢) علاقة تعرض الشباب الجامعي للبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية باتجاهاتهم نحو الارهاب والتي اكدت من خلال نتائجها اهمية عنصر الصوت والصورة في العمل التلفزيوني ودوره في تشكيل الاتجاه نحو الارهاب.

كما تناولت دراسة (دعاء حامد، ٢٠١٦) (١٣) استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي في دعم اعمال العنف السياسي وجاءت النتائج مؤكدة على فاعليتها بشكل كبير في هذا الصدد.

بينما تفردت دراسة (مروى عبداللطيف، ٢٠١٦) (١٤) والتي تناولت استخدام المراهقين العاديين وذوى الاحتياجات الخاصة لموقع اليوتيوب في متابعة الاحداث الارهابية وعلاقته بمستوى الامن الاجتماعي لديهم، وأثبتت من خلال نتائجها الاستخدام والتعرض الدائمين من قبل المراهقين الاسوياء وذوى الاحتياجات الخاصة لموقع اليوتيوب في متابعة الاحداث الارهابية.

وعلى مستوى الدراسات التي تناولت الفيديوهات وعلى اعتبار حداثة ظاهرة صحافة الفيديو نسبياً مقارنة بغيرها من التقنيات الحديثة فقد سعت معظم الدراسات نحو تقييم وضعها وابرار مميزاتها وخصائصها ومن ذلك دراسة (سالتى اوليفر، ٢٠٠٥) (١٥) والتي هدفت الى تقييم وضع صحافة الفيديو فى المجتمع الالمانى فقد اكدت على تنوع الدوافع التي تشجع على استخدام صحافة الفيديو لما لها من مزايا ترتبط بقله التكلفة، سرعة البث للحديث، القدرة على الاستجابة السريعة للاحداث الراهنة.

وفي نفس الصدد اظهرت دراسة (جريجور ثورند، ٢٠٠٦) (١٦) والتي استهدفت التعرف على اراء المهنيين والعاملين فى مجال صناعة الاخبار فى صحافة الفيديو، وقد توصلت الى أن صحافة الفيديو أكثر ثراءً فى توصيل الاخبار مقارنة بوسائل الاعلام التقليدية لما تتمتع به من تقنيات ترتبط بجودة الصورة كتقنية حديثة.

فى حين اشارت دراسة (بول ايشنهاجن، ٢٠٠٩) (١٧) الى الامكانات التي تتمتع بها صحافة الفيديو (والتي هي فى الاساس مقاطع فيديو) مقارنة بالصحافة التلفزيونية والتي اظهرت ان صحافة الفيديو تعمل على تعزيز الثقة بين الصحفى وبطل الحدث كما انها تتمتع بمصداقية كبيرة عند الجمهور.

وكما اشارت دراسة (مها صلاح، ٢٠١٠) (١٨) والتي رصدت فيها انماط استخدام الفيديوهات التشاركية على موقع اليوتيوب الى تحميل ما يقرب من ١٥٠ الى ٢٠٠ الف مقطع وانها تركز بصورة كبيرة على الاحداث السياسية والشئون الخارجية.

وقد اشارت دراسة (سارة سميت، ٢٠١٠) (١٩) والتي سعت للتعرف على وضع تعريف دقيق لصحفي الفيديو فى المانيا فقد توصلت فى هذا الصدد الى ان صحفى الفيديو هو الصحفى الذى لا يعتمد على الطريقة الكلاسيكية فى استخدام الكاميرا كما انه يقوم بالتنفيذ التقنى للمضمون.

وفى إطار دراسة النواحي الفنية والإماتازات التي تتمتع بها صحافة الفيديو فقد اكدت دراسة (مارى بوك، ٢٠١١) (٢٠) انها (صحافة الفيديو) تعد قناة اصغر حجماً وأخف وزناً سهلة الاستخدام، منخفضة التكلفة، وانها تسمح بمشاركة غير مسبوقة للأخبار المرئية.

وتأتى دراسة (نادية الشيخ، ٢٠١٣) (٢١) لتبحث فى دوافع استخدام الشباب الجامعي لصحافة الفيديو واشباعاتها والتي توصلت من خلال نتائجها الى ان الشباب يفضلون مشاهدة الخبر كفيديو عن قرائته فى الصحف وذلك بنسبة

المنظمات في تحقيق غايتها المتمثلة في السيطرة والتأثير وعلى ذلك فإن الاعلام الجديد وما يشمله من مواقع تواصل اجتماعي ومواقع اخبارية وحتى مواقع الالكترونية خاصة بالمنظمات الارهابية جميعها تعد بيئة خصبة لعرض الممارسات الارهابية ذات التأثير المفرغ وذلك لاسباب كثيرة لعل من بينها واقربها اتجاهها لدراستها الحالية ما يتمثل في استخدام الانترنت لإحداث اثار نفسية من خلال التحريض على بث الكراهية والحقد وحرب الافكار وذلك من خلال تضخيم الصورة الذهنية لقوة وحجم تلك الخلايا التي قد تتكون في واقع الامر من عدد قليل من الافراد هم فقط ممن لديهم القدرة الفائقة على استخدام الوسائط المتعددة أو Multi Media وبرامج الانترنت وذلك لبث رسائل اعلامية تخدم اهدافهم ومن ثم شن حرب نفسية ضد مستهدفهم فالتنظيم الارهابي لا يهيمه عدد القتلى في الحدث الارهابي بقدر ما يهيمه عدد المتفاعلين والمشاهدين للحدث الارهابي.

وقد منحت تكنولوجيا الاتصال والمعلومات للجماعات والمنظمات الارهابية فرصاً اكبر لتجديد استراتيجياتها الاعلامية وذلك لتحقيق اهدافها بسرعة اكبر وكفاءة اعلى، مما جعل بعض الدول تفرض رقابة صارمة على مواقع التواصل والشبكات الاجتماعية، في محاولة منها للحد من استخدام المنظمات الارهابية لهذه الوسائل في تحقيق اهدافها الدعائية والاتصالية.

وقد كانت الاهداف المعنوية من بين الاهداف التي تنشدها المنظمات الارهابية من خلال بثها لمقاطع تنفيذ الاحداث الارهابية على الانترنت فهي لا تقل في تأثيرها عن الاهداف المادية بل قد تكون اشد واقوى حيث ان بث الذعر والخوف يأتي كأحد اشكال الحرب النفسية ومن ذلك بث فيديو القتل الوحشي للصحفي الامريكي دانيال بيرل من قبل خاطفيه (إيمان الشرفاوي، ٢٠١٤، ٣٦).

كما يشير (بول ويلكوسون، ١٩٩٧) (٣٧) لبعض الاسباب التي تجعل المنظمات الارهابية اكثر اعتماداً على الانترنت وتقنياتها الحديثة:

١. تعظيم الخوف والرعب لدى اكبر عدد من الناس من خلال سرعة الانتشار.
 ٢. الضغط والتأثير على الحكومات والدول لان اهدافها تتعدى المكان التي وقعت فيه العملية الارهابية الى نطاقات اكبر واوسع.
- ويضيف (على القرني، ٢٠١٥) (٣٨) ان المنظمات الارهابية تضع في اعتبارها الاساسي ان الجوانب الاعلامية في بث ونقل الحدث هي احدى عناصر نجاح العملية الارهابية، ومن ثم فإن هذه المقاطع تساعد على:
١. اضافة البطولة الزائفة على الارهابيين من خلال طرح تفاصيل المقاطع وهي من الاثار السلبية التي تتركها التفاصيل المثيرة للحدث الارهابية.
 ٢. عمل دعاية مجانية واسعة للمنظمات الارهابية تدفعهم للتتمادى فيما يفعلون.
 ٣. قد تدفع هذه المقاطع بعض الساخطين الى الانضمام لهذه المنظمات مع الاخذ في الاعتبار ان هناك فئة من المجتمع لديها استعداد كبير للاستشارة وهم في الغالب فئة البسطاء من الاميين وانصاف المتعلمين.

مظاهر الدراسة:

١. المنظمات الارهابية: هي تلك المجاميع المسلحة التي تتخذ من العنف اسلوباً قسرياً لخلق اجواء من الخوف بين الجماهير للتأثير فيهم بما يخدم ماريها واهدافها (سعد خضير، مرجع سابق، ص ١٣٠).
٢. اتجاهات الشباب شعورهم العام الثابت نسبياً والذي يحدد استجاباتهم نحو الارهاب والمنظمات الارهابية من حيث القبول والتأييد والمعارضة/ المحاباة او المجافة (نبيلة محجوب، ٢٠٠٦، ٣٩).
٣. مقاطع الفيديو: يقصد بها جميع المقاطع التي يتم بثها على شبكة الانترنت، مثل (مواقع تواصل/ مواقع اخبارية/ اية مواقع الكترونية اخرى)، والتي يبث من خلالها الاعمال التخريبية والحوادث الارهابية، والتي تعمل بدورها على ترويع فرد او جماعة او دولة بغية تحقيق اهداف لا تجيزها القوانين المحلية او الدولية، وتقوم به عصابات منظمة لتحقيق مآرب خاصة به. (سناء محمد سليمان، ٢٠٠٨، ٤٠)

على دور وسائل الاعلام التقليدية في تشكيل اتجاه (الشباب وغيرهم) نحو الارهاب كقضية او مفهوم دون التركيز على التنظيمات الارهابية وفكرها الذي يستقطب الشباب نحو الانضمام اليها.

٢. كما لم تنظر الدراسات السابقة الى دراسة التصورات التي تتركها تأثيرات مشاهدة هذه المقاطع والتي تبثها المنظمات الارهابية من خلال المواقع الالكترونية على الشباب ومن بينها التأثيرات النفسية، والادراكية وذلك على الرغم من اهميتها في تشكيل الاتجاهات (نهى النحاس، ٢٠١٢، ٣٠).
٣. تنفرد الدراسة الحالية بتناولها لجزء من فكر الاساليب الدعائية وتوظيف المنظمات الارهابية للاعلام الجديد وتقنياته الحديثة وجوانب التفاعلية فيه، وهي موضوعات اكثر الحاحاً في الوقت الراهن.
٤. كما لم تعظ دراسة المشاهد المتضمنة في الفيديوهات الاحداث الارهابية على اهتمام الباحثين العرب، على الرغم من اهميتها في تشكيل اتجاهات الشباب نحو الارهاب، او المنظمات الارهابية بالشكل الذي هي عليه في المجتمعات الاجنبية عدا دراستين هما دراسة نادية الشيخ غادة اليماني وقد كانت الدراستين في اطار صحافة الفيديو).
٥. أكثر الوسائل الاعلامية التي تم دراستها في هذا الصدد التلفزيون والصحف ولم تتناول الدراسات الراديو ودوره في تشكيل المعارف والاتجاهات نحو الارهاب.

الإطار النظري:

تطلق الدراسة الحالية من المنطلقين النظريين التاليين:

١. الصورة الذهنية: تتألف الصورة الذهنية Image من مكونات عدة من حقائق، معلومات واتجاهات نفسية، وتصورات يتم اكتسابها عن طريق الخبرة المتراكمة لدى الفرد، وتتكون الصورة الذهنية من ثلاث مكونات مكون ادراكي وجانب معلوماتي، ومكون عاطفي ويعنى الاتجاهات العاطفية (سلباً او ايجاباً) نحو موضوع الصورة (حنان كيلاني، مرجع سابق، ص ٤٠٥).
٢. وحول دور وسائل الاعلام في تكوين الصورة ترى بعض الدراسات بان الوسائل السمعية والبصرية مثل التلفزيون تمتاز بتأثير قوى في تكوين الصورة الذهنية (محسوب حجامي عبدالله، ٢٠٠٧) (٣١) لانها تجمع بين حاستي السمع والبصر وتتفوق على الوسائل الاخرى في درجة تذكر الافراد للمضمون المقدم من خلالها، ويرى شرام ان حوالي ٧٠% من التصورات والصور التي يتبناها الانسان تستمد اساساً من وسائل الاعلام (نهى العبد، ٢٠١٢، ٣٢) حيث تعد احتمالات تأثر الفرد بما يتعرض له من وسائل الاعلام احتمالات كبيرة، لان لهذه الوسائل دوراً كبيراً في الطريقة التي نبني بموجبها تصورنا للعالم حيث تؤدي المعلومات التي نتناقلها ووسائل الاعلام دوراً هاماً في تكوين معارف الجمهور وانطباعاته، وتؤدي في النهاية الى تشكيل الصورة العقلية التي تؤثر في تصرفات الانسان (جرينر، ١٩٨٨، ٣٣)

ومن ثم تجد الباحثة في هذا المنطلق النظري مدخلاً مناسباً للدراسة الحالية.

٢. توظيف الاعلام الجديد ضمن الاستراتيجية الاعلامية للمنظمات الارهابية: تشير بعض الدراسات كدراسة (اشرف جلال، ٢٠١٥) (٣٤) الى صعوبة التأثير الكبير لوسائل الاعلام التقليدية في تشكيل الراي العام نحو ظاهرة الارهاب لافتقارها الى العمق والخلفية اللازمة وانطلاقها من أطر تقليدية تتمثل في الصراع والاهتمامات وهي اطر رغم اهميتها الا انها لا تقدم الفهم والوعي الكافي واللازم للجمهور حول قضية الارهاب بشكل عام.

وفي الوقت نفسه تسعى المنظمات الارهابية الى الحصول على تجاوب وسائل الاعلام عند تغطيتها للحدث الارهابي وتستغل المنظمات شغف هذه الوسائل في ابراز الاخبار المثيرة من حيث الاسلوب، حجم الخسائر، مكان وزمن وقوع هذه الجرائم مما يجعلها تحتل الصدارة في نشرات الاخبار التي تقدمها هذه الوسائل (مصطفى الدباغ، ٢٠٠٧، ٣٥)

وبالتالي تعتبر الاخيرة سبباً لنشر الرعب والخوف على الملأ ومن هنا تساعد

تساؤلات الدراسة:

وذلك للتأكد من ملائمتها للتطبيق وقد تراوحت نسبة انقائهم بين ٨٣% الى ٩٨% كما قامت الباحثة بتقدير صدق الاستبيان بدرجة ثبات عالية حيث بلغت قيمة الثبات بالتجزئة النصفية بطريقة سبيرمان ٠,٨٩، وبطريقة الفاكرومباخ ٠,٠٨٤. تم تصميم مقياس الصورة الذهنية وكذلك مقياس التأثيرات النفسية من خلال استخدام مقياس ليكرت (الدرجات الثلاثية) والمكون من ١٠ عبارات تعكس الصورة الذهنية المتكونة في اذهان الشباب بعد مشاهدة مقاطع الاحداث الارهابية. الحدود الزمنية: اجريت الدراسة في الفترة من ١/ ٦ - ٦/ ٣١ من عام ٢٠١٦. الحدود المكانية: اجريت هذه الدراسة على طلاب جامعتي القاهرة وعين شمس بمحافظة القاهرة.

المعالجات الاحصائية:

تمت معالجة بيانات الدراسة وتحليلها احصائيا باستخدام برنامج SPSS والمعروف بحزمة البرامج الاحصائية في العلوم الاجتماعية. وقد تم استخدام:

١. التكرارات البسيطة والنسب.
٢. واختبار (ف) لتحليل التباين.
٣. المتوسط الحسابي والانحراف المعياري.
٤. اختبار (ت).

نتائج الدراسة:

كما فيما يتعلق انماط تعرض الشباب الجامعي الى مقاطع الاحداث الارهابية المصورة على الانترنت:

نمط التعرض	ك	%
يتعرضون بشكل دائم	٣٢٧	٨١,٨%
يتعرضون بشكل عارض	٧٣	١٨,٢%
الاجمالي	٤٠٠	١٠٠%

تشير البيانات الى ارتفاع نسبة الشباب الذين يتعرضون بشكل دائم ٨١,٨% لمقاطع الاحداث الارهابية، فيما بلغت نسبة من يتعرضون بشكل عارض (صدفة) ١٨,٢%، بينما لم تعكس بيانات الجدول نسبة تذكر لمن لا يتعرضون. الامر الذي يشير الى الاتجاه نحو التعرض والمتابعة الجيدة لمقاطع وفيديوهات الاحداث الارهابية من قبل الشباب عينة الدراسة وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسات كل من غادة اليماني، نادية الشيخ.

كما فيما يتعلق بدرجة مصداقية مقاطع الاحداث الارهابية لدى المبحوثين:

جدول (٣) ويشير درجة مصداقية مقاطع الاحداث الارهابية لدى المبحوثين

درجة المصداقية	ك	%
أصدقها بدرجة كبيرة	١٠٥	٢٦,٣%
أصدقها الى حد ما	٢٧١	٦٧,٨%
لا أصدقها مطلقاً	٢٤	٦%
الاجمالي	٤٠٠	١٠٠%

تؤكد البيانات السابقة على ارتفاع نسبة مصداقية هذه المقاطع والخاصة بالاحداث الارهابية الى حد ما بنسبة بلغت ٦٧,٨%، في حين بلغت نسبة من يصدقون هذه الفيديوهات بدرجة كبيرة ٢٦,٣%، بينما جاءت نسبة من لا يصدقونها مطلقاً ٦%، وربما يمكننا تفسير هذه النتائج في ضوء وجود التقنيات العالية الجودة والمرتبطة باستخدام برامج الفيديو التي تضيف الحيوية على الصورة والوضوح الكامل وقدرة الفيديو على طرح أدق التفاصيل وأعمقها بالاضافة لوجود عنصر الصوت أيضاً

كما فيما يتعلق بأبرز مقاطع الاحداث الارهابية التي حققت أعلى نسب مشاهدة لدى

١. اعتماد خلف معبد، استاذ متفرغ الاعلام وثقافة الاطفال معهد الدراسات العليا للطفولة جامعة عين شمس

٢. د.سعاد الامري، استاذ علم النفس، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة الامام محمد بن سعود الاسلامية

٣. د.فاتن صلاح، استاذ مشارك علم النفس، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة الامام محمد بن سعود الاسلامية.

٤. د.احمد سابق، استاذ الصحافة والاعلام المساعد جامعة ام القرى.

الاطار المنهجي

نوع الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة الى الدراسات الوصفية التي تستهدف توصيف تأثير التعرض للمحتوى المطروح من خلال مقاطع فيديو الاحداث الارهابية على الشباب وتحديد دور هذا التأثير في تكوين الشباب للصور الذهنية عن المنظمات الارهابية.

مجتمع وعينة الدراسة:

يشكل الشباب الجامعي مجتمع هذه الدراسة وذلك لما يتمتع به من قدرات عالية في استخدام وسائل التقنية الحديثة. فيما تتمثل عينتها البحثية من ٤٠٠ مفردة من طلاب جامعتي القاهرة وعين شمس، ممن يقعون في المرحلة العمرية من ١٧ الى اقل من ٢٣ سنة، (ذكوراً واناثاً)، وقد تم اختيار العينة بطريقة عشوائية. وفيما يلي توصيفاً لعينة الدراسة:

جدول (١) ويعكس توصيفاً لخصائص عينة الدراسة (الشباب الجامعي)

خصائص العينة	التكرارات والنسب المئوية	ك	%
الفئات العمرية	من ١٧ لاقبل من ١٩ سنة	١٨٨	٤٧%
	من ١٩ لاقبل من ٢١ سنة	٩٩	٢٤,٨%
	من ٢١ لاقبل من ٢٣ سنة	١١٣	٢٨,٣%
النوع	ذكور	٢١٠	٥٢,٥%
	إناث	١٩٠	٤٧,٥%
المستوى الاقتصادي والاجتماعي	منخفض	١٥	٣,٨%
	متوسط	٢٨٦	٧١,٥%
	مرتفع	٩٩	٢٤,٨%
الاجمالي (ن)		٤٠٠	١٠٠%

تشير بيانات الجدول السابق الى مواصفات عينة الدراسة والتي تمثلت في الفئات العمرية التي تناولتها الدراسة وهي فئة الشباب الجامعي، حيث كشفت النتائج أن نسبة ٤٧% تنحصر اعمارهم في الفئة من ١٧ لاقبل من ١٩ سنة، ويليهما من يقعون في الفئة من ٢١ لاقبل من ٢٣ سنة، ثم من ينتمون للفئة من ١٩ لاقبل من ٢١ سنة.

كما أشارت البيانات الى نسبة الإناث قد شكلت ٥٢,٥% في حين بلغت نسبة الذكور ٤٧,٥% من اجمالي عينة المبحوثين. وفيما يتعلق بتوزيع العينة وفق متغير المستوى الاقتصادي والاجتماعي فقد بلغت نسبة المبحوثين الذين يقعون في المستوى المتوسط ٧١,٥%، ومن ينتمون للمستوى المرتفع ٢٤,٨%، في حين بلغت نسبة من ينتمون للمستوى المنخفض ٣,٨% من اجمالي مفردات العينة.

اداة الدراسة:

صحيفة استبيان تشمل مجموعة من الاسئلة التي تغطي محاور الدراسة كما تشمل على مقياس للاتجاهات والتأثيرات النفسية من تصميم الباحثة، ومقياس للصورة الذهنية للمنظمات الارهابية من اعداد الباحثة.

اختبار الصدق والثبات:

لقياس صدق الاستبيان تم استخدام اسلوب الصدق الظاهري وذلك بعرض الاستمارة على بعض المتخصصين في مجالات علم النفس والاجتماع والاعلام

اسماء السادة المحكمين:

١. د.محمد معوض، استاذ متفرغ الاعلام وثقافة الاطفال معهد الدراسات العليا للطفولة جامعة عين شمس

للطيّار الكساسبة ٦٥,٨%، ذبح المصريين على شواطئ ليبيا ٦٥,٣% على الرغم من قدم هاتين الحادثتين نسبياً (حرق الطيار الأردني، ذبح المصريين على الشواطئ الليبية تم بث هذه المقاطع في فبراير ٢٠١٥) عن باقي الحوادث الأخرى مما يشير إلى الأثر النفسي العالق في أذهان الشباب تجاه هذه النوعية من الأحداث من حيث (كم العنف/ الغرابة). وجاء بعدها تفجيرات الشيخ زويد بنسبة ٤٨%، ثم مقتل شيماء الصباغ ٣٧%، مقتل النائب العام المصري ١٧%، التفجير الانتحاري بالمدينة المنورة ١٥%، تفجير مطار اتاتورك في اسطنبول ٤,٥%، مقتل الضباط والجنود في سيناء ٢,٣%، وأخيراً حادث تفجير متحف باردوس في تونس ١٦%. ومما تعكسه هذه النتائج أيضاً ما يؤكد على اهتمام وحرص الشباب على متابعة كل ما يتعلق بالأحداث الإرهابية بالداخل أو الخارج وهو أمر يمكن تفسيره في ضوء اهتمام الشباب بقضايا الإرهاب وليس الانعزال.

الشباب عينة الدراسة:

جدول (٤) أبرز مقاطع (الأحداث الإرهابية) التي حققت أعلى نسب مشاهدة لدى المبحوثين

أبرز مقاطع (الأحداث الإرهابية)	ك	%
التفجيرات الإرهابية في الشيخ زويد	١٩٢	٤٨%
مقتل شيماء الصباغ	١٤٩	٣٧,٣%
حرق داعش للطيار الكساسبة	٢٦٣	٦٥,٨%
ذبح المصريين على الشواطئ الليبية	٢٦١	٦٥,٣%
مقتل النائب العام المصري هشام بركات	٦٨	١٧%
تفجير مطار اتاتورك في اسطنبول	١٨	٤,٥%
التفجير الانتحاري بالمدينة المنورة	٦٠	١٥%
مقتل الضباط والجنود في سيناء	٩	٢,٣%
حادث تفجير متحف باردوس في تونس	٦	١,٦%

مع ملاحظة أنه يمكن للمبحوث اختيار أكثر من بديل

تشير البيانات السابقة إلى أبرز مقاطع للأحداث الإرهابية التي حققت نسب مشاهدة عالية من قبل الشباب عينة الدراسة تشير إلى تقدم حادثتي حرق داعش

فيما يتعلق بالتأثيرات النفسية المنعكسة على اتجاهات الشباب نحو المنظمات الإرهابية من مشاهدة مقاطع الأحداث الإرهابية:

جدول (٥) التأثيرات النفسية المنعكسة على اتجاهات المبحوثين نحو المنظمات الإرهابية من مشاهدة مقاطع الأحداث الإرهابية

المعيار	درجة الموافقة	موافق		ليس لي رأي		معارض		الانحراف المعياري	الوزن المئوي
		ك	%	ك	%	ك	%		
١. مشاهد القتل في المقاطع تزيد كرها للإرهاب والأرهابيين	٣٢٦	٨١,٥	٤١	١٠,٣	٣٣	٨,٣	٢,٧٣	٠,٦٠٢	٩١
٢. أشعر بالفور من منفذ العمليات الإرهابية	١٣٥	٣٣,٨	١٥٩	٣٩,٨	١٠٦	٢٦,٥	٢,٠٧	٠,٧٧٤	٦٩
٣. أشعر بالرغبة في الانتقام ممن يقومون بعمليات القتل	٢٨٠	٧٠	٥٢	١٣	٦٨	١٧	٢,٥٣	٠,٧٦٨	٨٤,٣
٤. العنف الذي تمارسه المنظمات الإرهابية يخالف سماحة الدين الإسلامي	٢٨٧	٧١,٨	٥٣	١٣,٣	٦٠	١٥	٢,٥٧	٠,٧٣٩	٨٥,٦
٥. أصبح أكثر عصبية وانفعالا بعد مشاهدتي لمقاطع المنظمات الإرهابية	٣١٨	٧٩,٥	٣٣	٨,٣	٤٩	١٢,٣	٢,٦٧	٠,٦٨٣	٨٩
٦. ينتابني التبلد حينما أشاهد مقاطع للإرهاب	١٢٤	٣١	٥٥	١٣,٨	٢٢١	٥٥,٣	١,٧٦	٠,٨٩٨	٥٨,٦
٧. مشاهد أزهق الأرواح تفرني من دعة التطرف ومنظمتهم الإرهابية	٣٠٢	٧٥	٥١	١٢,٨	٤٧	١١,٨	٢,٦٤	٠,٦٨٤	٨٨
٨. مشاهد التعذيب في الفيديو تصيبني بالخوف من الإرهابيين	١١٨	٢٩,٥	٤٤	١١	٢٣٨	٥٩	١,٧٠	٠,٨٩٦	٥٦,٦
٩. أشعر بالاكئاب بعد مشاهدتي لفيديو هات الأحداث الإرهابية	٣١٧	٧٩,٣	٣٣	٨,٣	٥٠	١٢,٥	٢,٦٧	٠,٦٨٨	٨٩
الإجمالي						٤٠٠			

يبينها الإرهابيون عن عملياتهم الإرهابية حيث يشير لذلك المتوسط الحسابي الأعلى لعينة المبحوثات والذي بلغ ٢,٨٨ مقابل ٢,٧٦ للذكور وهذه نتيجة واقعية إلى حد كبير حيث تعكس الطبيعية العاطفية للمرأة وتأثرها من الناحية النفسية.

فيما يتعلق بالفئة العمرية للشباب والصورة الذهنية المتكونة لديهم تجاه المنظمات الإرهابية:

جدول (٦-٢) اختبار (ف) لتوضيح مدى الفروق الاحصائية بين عمر المبحوثين والصورة الذهنية لمقاطع الفيديو

المتغير التابع	الفئة العمرية	ن	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة (ف)	درجات الحرية	مستوى المعنوية
الصورة الذهنية	من ١٧ لأقل من ١٩ سنة	١٨٨	٢,٧٨	٠,٤١٤	٤,٧٤٤	٢٣٩٧	٠,٠٠٩
	من ١٩ لأقل من ٢١ سنة	٩٩	٢,٧٨	٠,٤١٨			
	من ٢١ لأقل من ٢٣ سنة	١١٣	٢,٩١	٠,٢٨٥			
	إجمالي	٤٠٠	٢,٨٢	٠,٣٨٧			

أظهر اختبار تحليل التباين وجود فروق ذات دلالة احصائية بين الفئات العمرية لعينة الدراسة والصورة الذهنية لمقاطع الأحداث الإرهابية حيث بلغت قيمة (ف) ٤,٧٤٤ عند مستوى معنوية ٠,٠٠٩ كما تشير بيانات الجدول إلى ارتفاع المتوسط الحسابي للشباب في الفئة العمرية من ٢١ لأقل من ٢٣ سنة ٢,٩١، ثم من يقعون في الفئتين من ١٧ لأقل من ١٩ سنة، من ١٩ لأقل من ٢١ سنة ٢,٧٨، وذلك يعني أن الفئات الأكبر سناً كانوا أكثر قدرة على تبني صورة ذهنية بشكل أكبر من غيرهم حيال ما يتم بثه من مقاطع.

توضح البيانات السابقة التأثيرات النفسية المنعكسة على اتجاهات الشباب نحو الإرهاب ومنظمتهم، ولاحظت الباحثة ارتفاع نسب الموافقة في بعض العبارات على هذا المقياس التي تعكس التأثيرات النفسية وارتباطها بالإرهاب مثل (مشاهد القتل في الفيديوهات تزيد كرها للإرهاب والأرهابيين) ٨١,٥%، (أشعر بالاكئاب بعد مشاهدتي لمقاطع الأحداث الإرهابية) ٧٩,٣%، (طريقة قتل الرهائن تؤكد دموية لإرهابيين) ٧٩,٥%، (مشاهد أزهق الأرواح تفرني من دعة التطرف) ٧٥%، (العنف الذي يمارسه الإرهابيون يخالف سماحة الدين الإسلامي) ٧١,٨%، (أشعر بالرغبة في الانتقام ممن يقومون بعمليات القتل) ٧٠%، (يعد الشعور بالرغبة في الانتقام أحد التأثيرات النفسية التي تجتاح الشباب من جراء الضغط النفسي الواقع عليهم أكدت ذلك دراسة (حسنى عوض ٢٠١٠)،^(٤١) (أرى أن منفذ العمليات الإرهابية غير أسوياء نفسياً) ٣٣,٨%، (ينتابني التبلد حينما أشاهد مقاطع للإرهاب) ٣١%، (مشاهد التعذيب في الفيديو تصيبني بالخوف من الإرهابيين) ٢٩,٥% ومن ثم تشير هذه النتائج إلى وجود تأثير فعلي للجوانب النفسية على اتجاه الشباب عينة الدراسة نحو الإرهاب ومنظمتهم بمعنى آخر أن هذه المقاطع وما تحتويه من مضامين دموية للأحداث الإرهابية تخلق اتجاهاً سلبياً نحو الإرهاب ومنظمتهم، وتشكل دعوية سيئة له، وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت له مروة عبداللطيف في دراستها السابق ذكرها.

فيما يتناول العلاقة بين الخصائص الديموجرافية للشباب (النوع/ الفئة العمرية/

المستوى الاقتصادي الاجتماعي) وبين الصورة الذهنية التي تتركها هذه المقاطع: جدول (٦-١) اختبار (T) لتوضيح مدى الفروق الاحصائية بين النوع والصورة الذهنية المتكونة من مشاهدة مقاطع الأحداث الإرهابية

النوع	متوسط حسابي	انحراف معياري	إناث (ن= ١٩٠)		قيمة (ت)	درجات الحرية	مستوى المعنوية
			متوسط حسابي	انحراف معياري			
الصورة الذهنية	٢,٧٦	٠,٤٢٧	٢,٨٨	٠,٣٢٧	٣,٠٩٤	٣٨٧,٦٨٥	٠,٠٠٢

توضح هذه النتيجة أن الإناث في العينة كن أكثر تأثراً بما تتم مشاهدته من مقاطع

تشير البيانات السابقة الى وجود فروق ذات دلالة احصائية بين الفئات ذوى المستوى الاقتصادى والاجتماعى فى تأثرهم بمقاطع الفيديو للاحداث الإرهابية حيث بلغت قيمة (ف) ٧,١٦٥ عند مستوى معنوية ٠,٠٠١، كما يعكس ايضا ارتفاع المتوسط الحسابى فى الفئات ذوى المستوى المرتفع ليصل الى ٢,٨٨، ثم المستوى المنخفض ٢,٧٣، وأخيراً المستوى المتوسط ٢,٦٨ أى أن الصورة الذهنية المتكونة بعد مشاهدة مقاطع الفيديوهات للاحداث الإرهابية تزداد لدى اصحاب المستويات الاقتصادية والاجتماعية المرتفعة ثم المنخفضة ثم المتوسطة.

٢٢ فيما يتعلق بالصورة الذهنية والمستوى الاقتصادى الاجتماعى للمبحوثين:
جدول (٦-٣) اختبار (ف) لتوضيح مدى الفروق الاحصائية بين المستوى الاقتصادى والاجتماعى والصورة الذهنية التى تكونها مقاطع الفيديو تجاه المنظمات الارهابية

المتغير التابع	المستوى الاقتصادى	ن	المتوسط الحسابى	الانحراف المعياري	قيمة (ف)	درجات الحرية	مستوى المعنوية
الصورة الذهنية	منخفض	١٥	٢,٧٣	٠,٤٥٨	٧,١٦٥	٢٣٩٧	٠,٠٠١
	متوسط	٢٨٦	٢,٦٨	٠,٤٩٠			
	مرتفع	٩٩	٢,٨٨	٠,٣٢٨			
	إجمالي	٤٠٠	٢,٧٣	٠,٤٦١			

٢٣ مقياس الصورة الذهنية التى تتركها مشاهدة مقاطع الاحداث الارهابية لدى المبحوثين (عينة الدراسة):

جدول (٧) مقياس الصورة الذهنية التى تتركها مشاهدة مقاطع الاحداث الارهابية لدى المبحوثين (عينة الدراسة)

العبارة	درجة الاستجابة		موافق		ليس لي رأى		معارض	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
١. نفر تماما من مشاهدة مقاطع الاحداث الارهابية	١٩٠	٤٧,٥٠%	١٠٠	٢٥%	١١٠	٢٧,٥٠%		
٢. بشاعة القتل والتعذيب لا تعبر مطلقا عن الدين	٢٩٠	٧٢,٥٠%	٨٠	٢٠%	٣٠	٧,٥٠%		
٣. يمكننى التضامن مع اعضاء هذه المنظمات يوم ما	٦٠	١٥%	٨٩	٢٢,٢٥%	٢٥١	٦٢,٧٥%		
٤. هناك ارتباط بين دعوى المنظمات الارهابية وبين فكرة الجهاد	٧٨	١٩,٥٠%	٢٠	٥%	٣٠٢	٧٥,٥٠%		
٥. هذه المنظمات مموله من جهات غربية	١٢٨	٣٢%	٢٢	٥,٥٠%	٢٥٠	٦٢,٥٠%		
٦. هذه المنظمات تنفذ مخططات تسي للدين	١٧٥	٤٣,٧٥%	٢٥	٦,٢٥%	٢٠٠	٥٠%		
٧. اعضاء هذه المنظمات غير اسوياء نفسيا	٢٥٨	٦٤,٥٠%	٦٠	١٥%	٨٢	٢٠,٥٠%		
٨. اشكك دائما فى نوايا هذه المنظمات	٢١٩	٥٤,٧٥%	١٠٠	٢٥%	٨١	٢٠,٢٥%		
٩. الاعلام له دور فى انطباعى عن هذه المنظمات	٣٢٧	٨١,٧٥%	٦٣	١٥,٧٥%	١٠	٢,٥٠%		
١٠. هذه المقاطع تسي لصورة الاسلام	٣١٨	٧٩,٥٠%	٤٢	١٠,٥٠%	٤٠	١٠%		
١١. انتاج هذه المقاطع اسلوب مقصود ليث الفرع	٢٠٠	٥٠%	١٠٠	٢٥%	١٠٠	٢٥%		

ولم يوافق ٢٠,٥٠%، ولم يقدم ١٥,٧٥% رايهم حول هذه العبارة.
١٠. وعن رؤية مفردات العينة فى كون (هذه المقاطع تسي لصورة الاسلام) اجاب ٧٩,٥٠% منهم بالموافقة، ولم يكن لهم راي نحوها ١٠,٥٠%، فى حين عارضها ١٠%.
١١. يرى ٥٠% من المبحوثين أن (انتاج هذه المقاطع اسلوب مقصود ليث الفرع)، فى حين تساوت نسب المعارضين لهذه الرؤية ومن ليس لهم راي نحوها بنسبة ٢٥% لكل منهما.

أهم النتائج:

بالرغم من المخاوف التى يثيرها بعض الباحثين بشأن الآثار غير المرغوبة للتغطية المكثفة للأحداث الارهابية والتى تؤدى بدورها الى تكريس الخوف والهلع لدى الرأى العام الا أن البعض الاخر يرى بأن هذه التغطية تساعد الى حد كبير فى تشكيل رأى عام مستنير رافض للإرهاب وترى الباحثة أن بث المزيد من هذه الفيديوهات إنما يعزز البغض للإرهاب وربما يجعل من المتلقى (من منطلق نفسى) قوة لا يستهان بها فى مواجهة الارهاب، أقلها وأضعفها عدم الانسياق خلف الدعوات المتطرفة التى تطلقها التنظيمات الارهابية باسم الدين والجهاد، وأقواها مساندة المجتمع والحكومة واجهزة الدولة لاتخاذ السياسات الملائمة لمواجهة الارهاب والقضاء عليه. وقد اكدت نتائج الدراسة هذا المعنى من خلال اجابات المبحوثين والى نعرضها فيما يلى:

١. ارتفاع نسبة الشباب الذين يتعرضون بشكل دائم ٨١,٨% لمقاطع فيديو الاحداث الارهابية، فيما بلغت نسبة من يتعرضون بشكل عارض (صدفة) ١٨,٢%، بينما لم تعكس بيانات الجدول نسبة تذكر لمن لا يتعرضون.
٢. ارتفاع نسبة تصديق المبحوثين لمضامين ومقاطع فيديو الاحداث الارهابية الى حد ما بنسبة بلغت ٦٧,٨%، فى حين بلغت نسبة من يصدقون هذه الفيديوهات بدرجة كبيرة ٢٦,٣%، وحقق من لا يصدقونها مطلقاً نسبة بلغت ٦%.
٣. تقدم حادثتى حرق داعش للطيار الكساسبة ٦٥,٨%، ذبح المصريين على شواطئ ليبيا ٦٥,٣% على الرغم من قدم هاتين الحادثتين نسبياً عن باقى الحوادث الاخرى مما يشير الى الأثر النفسى العالق فى اذهان الشباب تجاه هذه النوعية من الاحداث من حيث (كم العنف/ الغرابة). وجاء بعدها تفجيرات الشيخ زويد بنسبة

تشير بيانات الجدول السابق والمتعلق بمقياس الصورة الذهنية التى تتركها مشاهدة مقاطع الاحداث الارهابية لدى المبحوثين الى النتائج الاتية:

١. فقد حققت عبارة (النفور التام من مشاهدة مقاطع الاحداث الارهابية) الموافقة بنسبة ٤٧,٥٠%، بينما كانت نسبة عديمى الرأى ٢٥%، والمعارضين بلغت نسبتهم ٢٧,٥٠%.
٢. وحققت عبارة (بشاعة القتل والتعذيب لا تعبر مطلقا عن الدين) نسبة موافقة بلغت ٧٢,٥٠%، وعارضها نسبة ٧,٥٠%، فى كانت نسبة من لا راي لهم نحوها ٢٠%.
٣. بينما جاءت الموافقة على (التضامن مع اعضاء هذه المنظمات يوم ما) ١٥%، ورفضها المبحوثون بنسبة ٦٢,٧٥%، وبلغت نسبة عديمى الرأى نحوها ٢٢,٢٥%.
٤. ووافقت نسبة ١٩,٥٠% على عبارة (هناك علاقة بين دعوى المنظمات الارهابية وبين فكرة الجهاد) فى حين رفضتها نسبة ٧٥,٥٠%، وكانت نسبة من لا راي لهم ٥%.
٥. وحول وجهة نظر المبحوثين فى كون (هذه المنظمات مموله من جهات غربية) كانت نسبة الموافقين منهم ٣٢%، وبلغت نسبة من لا راي لهم ٦٢,٥٠% فى حين رفضها ٥,٥٠% من المبحوثين.
٦. وحول رؤية المبحوثين فى مدى اساءة المنظمات الارهابية للدين فقد ابدى ٤٣,٧٥% من المبحوثين موافقتهم على عبارة (هذه المنظمات تنفذ مخططات تسي للدين)، فى حين لم يبدى راي حولها نسبة ٦,٢٥% من المبحوثين، ورفضها نسبة ٥٠% من المبحوثين.
٧. وافاد نسبة ٦٤,٥٠% أن (اعضاء هذه المنظمات غير اسوياء نفسياً)، فى حين كانت نسبة من لا راي لهم ١٥%، وعارضها ٢٠,٥٠% من المبحوثين.
٨. وعن الشك فى نوايا هذه المنظمات (اشكك دائما فى نوايا هذه المنظمات) حينما اشاهد ذ المقاطع) وافق عليها ٥٤,٧٥% من المبحوثين ولم يعط راي ٢٥%، وعارضها ٢٠,٢٥%.
٩. وحول دور الاعلام فى تكوين الانطباعات والتصورات عن هذه المنظمات وافقت نسبة ٨١,٧٥% أن (الاعلام له دور فى انطباعى عن هذه المنظمات)،

١٢ الاستفادة من البرامج والتقنيات التكنولوجية الحديثة في السيطرة على مثل هذه المقاطع وان وصل الامر الى حجب المواقع التي تتضمن مشاهد لتنفيذ العمليات الارهابية.

١٣ التركيز على دراسة الاستراتيجيات الاعلامية للمنظمات الاعلامية وعلاقتها بالاعلام الجديد والاساليب الدعائية المرتبطة باستخدام التكنولوجيا الحديثة من تصوير وغيرها.

المراجع:

١. ابراهيم حسنين توفيق، الانترنت والامن. تحديات جديدة على مشارف القرن القادم، (مجلة الفكر الشرطي، العدد الثاني، المجلد السابع، ١٩٩٨، الشارقة)، ص١٧٧.
٢. وصفى وائل ثابت، المسؤولية الجنائية لاشتراك الأحداث بالجريمة الإرهابية. دراسة مقارنة، رسالة ماجستير غير منشورة، (قسم القانون الجنائي، كلية الحقوق، جامعة المنصورة، ٢٠١٦).
٣. غادة عبدالرحمن محمد السيد، سيكولوجية الإرهاب. دراسة مقارنة لمضمون الإرهاب كما تعكسه وسائل الإعلام وكما يدركه الشباب، رسالة ماجستير غير منشورة، (قسم علم النفس، كلية الآداب، جامعة عين شمس، ٢٠٠١).
٤. حنان جنيد، دور الإعلام في تكوين تصورات النخبة حول مفهوم الإرهاب. (مجلة البحوث الاعلامية، جامعة الأزهر، العدد ١٨، اكتوبر ٢٠٠٢).
٥. أماني عمر، دور وسائل الإعلام في تشكيل مفاهيم واتجاهات الشباب العربي. دراسة مقارنة بين مجموعات من الشباب العربي، (المجلة المصرية لبحوث الاعلام، العدد العشرون، يوليو- سبتمبر، ٢٠٠٣).
٦. خالد صلاح الدين، دور وسائل الإعلام في تشكيل معارف واتجاهات الرأي العام المصري نحو الإرهاب، (المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٠٤).
٧. سها فاضل، العلاقة بين التعرض للصحف المصرية والوعي بقضية الإرهاب الدولي، (المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٠٤).
٨. حسن احمد فاروق احمد، اتجاهات بعض فئات الشباب نحو ظاهرة الإرهاب في المجتمع المصري وكيفية مواجهتها: دراسة ميدانية مقارنة (الجيزة: مركز البحوث والدراسات الاجتماعية، ٢٠٠٥).
٩. خالد الزاحم، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة نايف للعلوم الامنية، كلية الدراسات العليا. قسم العلوم الاجتماعية، ٢٠٠٦).
١٠. سهير عثمان عبدالحليم، علاقة تعرض الشباب للصحافة المطبوعة والالكترونية باتجاهاتهم نحو ظاهرة الإرهاب. دراسة تحليلية ميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة، (قسم الصحافة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٠٦).
١١. كاروان محمد صديق محمد على، التعرض للصحف الالكترونية الكردية وعلاقته بمستوى المعرفة بقضايا الإرهاب لدى الشباب العراقي. دراسة مسحية، رسالة ماجستير غير منشورة، (قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة المنصورة، ٢٠١٥).
١٢. محمد محمد عمارة، علاقة تعرض الشباب الجامعي للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية باتجاهاتهم نحو التنظيمات الارهابية. دراسة ميدانية، (المؤتمر العلمي السنوي الاول، المعهد العالي الدولي للاعلام، الاعلام العربي ومواجهة الارهاب. الضوابط المهنية وأخلاقيات الممارسة، القاهرة ١- ٢ مارس، ٢٠١٦).
١٣. دعاء حامد الغرابي، استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي ودورها في دعم اعمال العنف السياسي، (المؤتمر العلمي السنوي الاول، المعهد العالي الدولي للاعلام، الاعلام العربي ومواجهة الارهاب. الضوابط المهنية وأخلاقيات الممارسة، القاهرة ١- ٢ مارس، ٢٠١٦).
١٤. مروى عبداللطيف محمد، استخدام المراهقين العاديين وذوى الاحتياجات الخاصة لموقع اليوتيوب في متابعة الاحداث الارهابية وعلاقته بمستوى الامن الاجتماعي

٤٨%، ثم مقتل شيما الصباغ ٣٧%، مقتل النائب العام المصري ١٧%، التفجير الانتحاري بالمدينة المنورة ١٥%، تفجير مطار اتاتورك في اسطنبول ٤،٥%، مقتل الضباط والجنود في سيناء ٢،٣%، واخيراً حادث تفجير متحف باردوس في تونس ١٦%.

٤. أثبتت الاختبارات الاحصائية اختبار (ت)، اختبار (ف) وجود علاقة بين كل من (النوع، المرحلة العمرية، المستوى الاقتصادي الاجتماعي) كخصائص ديموجرافية للشباب عينة الدراسة وبين الصورة الذهنية التي تتركها المقاطع المتعلقة بالاحداث الارهابية.

٥. أسفرت النتائج عن وجود علاقة فيما بين الصورة الذهنية وبين اتجاهات الشباب نحو المنظمات الارهابية كما دعمت هذا المعنى واكدته استجابات الشباب على مقياس الصورة الذهنية. (وهذه الصورة تتسم بالطابع السلبي نحو هذه المنظمات وجرانها).

التوصيات والمقترحات:

١. على نطاق الشباب والمؤسسات المرتبطة به:
 - ١٢ تصميم ندوات وورش عمل لشباب الجامعات للتوعية ضد الارهاب ومخاطر الانضمام للمنظمات الارهابية.
 - ١٢ اجراء الحوارات الواقعية المفتوحة (خارج نطاق الفضاء الافتراضي) للشباب ومناقشتهم في القضايا السياسية الشائكة.
 - ١٢ تبنى مسابقة دولية لأفضل الاعمال الاعلامية التي يقدمها الشباب حول موضوع الارهاب وأفضل منتج اعلامي يتناول قضية الارهاب (عمل درامي او برنامج).
 - ١٢ التركيز على التوجيه السليم وارشاد الشباب نحو اتباع تعاليم الاسلام الوسطي.
 - ١٢ شغل اوقات الفراغ للشباب عن طريق توفير الاعمال المناسبة لطاقتهم وقرائهم كالتركز على الأنشطة الرياضية والثقافية وتشجيعهم على ممارستها، والتركيز على دور الاتحادات الطلابية في ذلك.
٢. على مستوى المجتمع بشكل عام:
 - ١٢ ضرورة تضامير جهود مؤسسات المجتمع كافة (الامنية/ الاعلامية/ الثقافية/ الدينية/ القضائية/ التربوية) لمواجهة ما تبثه من مقاطع تعكس افكاراً عدوانية هادمة.
 - ١٢ اعداد المزيد من الدراسات والبحوث المتعلقة بالتأثيرات النفسية الناجمة عن مشاهدة مقاطع الفيديو عن الاحداث الارهابية على نطاق الاطفال والمراهقين وكذلك اجراء دراسات علمية حول ظاهرة الارهاب من خلال المراكز البحثية المختلفة، والتركيز على ظواهر بعينها مثل:
 - أ. كيفية استقطاب الشباب عبر مواقع التواصل الاجتماعي للانضمام لهذه المنظمات الارهابية
 - ب. دراسة ظاهرة استقطاب الفتيات وصغيرات السن.
 - ج. دراسة الافكار الواردة ضمن الاساليب الدعائية ومنها فكرة جهاد النكاح التي تجذب العديد من الشباب للانتماء لهذه المنظمات.
 - ١٢ التأكيد على دور الاعلام الامني في ضرورة تتبع المواقع التي تبث هذه المقاطع ومحاسبة من يساعدون على نشرها ومحاولة السيطرة عليها حتى لا تصل للشباب وتؤثر سلباً على الجوانب النفسية لديهم وتزيدهم فزعاً او اكتئاباً.
 - ١٢ انتاج مواد مسموعة ومرئية تشرح مفهوم الجهاد الشرعي الذي ينص عليه الدين الاسلامي السمح البعيد عن العدا. والرد على الدعاوى المغلوطة في هذا الصدد. وبث افلام مضادة على مواقع التواصل الاجتماعي وعلى راسها اليوتيوب الواسع الانتشار لتوضيح المغلوط من دعاوى وافكار عن الدين الاسلامي على ان تترجم هذه الافلام او الاعمال الى لغات عدة.

- ثورة ٣٠ يونيو ٢٠١٣، (المجلة المصرية لبحوث الاعلام، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، العدد ٥٠، يناير- مارس ٢٠١٥)، ص ٤٠١-٤٨٣.
٣٠. نهى نبيل النحاس، التأثيرات الوجدانية للاخبار السلبية التلفزيونية على عينة من الشباب الجامعي، رسالة ماجستير غير منشورة، (معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس، ٢٠١٢)
٣١. محسوب حجامى عبدالله، دور وسائل الاعلام فى تكوين الصورة الذهنية عن الصعيد لدى الشباب المصرى. دراسة تحليلية وميدانية، (رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٠٧)
٣٢. نهى عاطف العبد، نظريات الاعلام وتطبيقاتها العربية، (القاهرة: دار الفكر العربى، ٢٠١١)، ص ٢٣٠.
33. Gerbner, G. *Violence & Terror in the Mass Media*, Paris. Unesco 1988.
٣٤. اشرف جلال حسن، اطر المعالجة الاعلامية لظاهرة الارهاب فى الاعلام المصرى، (مركز الجزيرة للدراسات، دراسات اعلامية، يناير ٢٠١٥).
٣٥. مصطفى الدباغ، امبراطورية تطفو على سطح الارهاب (عنان: المؤسسة العربية للدراسات والنشر، ٢٠٠٧) ص ١٥.
٣٦. ايمان عبدالرحيم الشرقاوى، جدلية العلاقة بين الاعلام الجديد والممارسات الارهابية. دراسة تطبيقية على شبكات التواصل الاجتماعى، مؤتمر دور الاعلام العربى فى التصدى لظاهرة الارهاب، جامعة نايف للعلوم الامنية، الرياض من ١٦-١٨ ديسمبر ٢٠١٤.
37. Welkinson, Paul, *The Media & Terrorism; A Reassessment; Terrorism & Political Violence*, vol 9, no 2, pp51-64.
٣٨. على شويل القرني، العلاقة بين الاعلام والارهاب، ورقة عمل مقدمة فى ملتقى الاعلام ودوره فى التصدى للارهاب، جامعة نايف للعلوم الامنية، قطر من ٣-٧ يوليو ٢٠١٥.
٣٩. نبيلة محجوب، شباب وارهاب، (القاهرة: الدار المصرية السعودية، ٢٠٠٦).
٤٠. سناء محمد سليمان، مشكلة العنف والعدوان لدى الاطفال والشباب بين الخير والشر والخطأ والصواب، (القاهرة: عالم الكتب، ٢٠٠٨).
٤١. حسنى عوض، الآثار النفسية والاجتماعية الناتجة عن الحواجز الاحتلالية الاسرائيلية لدى عينة من طلبة جامعة القدس المفتوحة المارين عبرها يوميا، ٢٠١٠ متاح على www.qou.edu/arabic_research_program/research.
- لديهم، (المؤتمر العلمى السنوى الاول، المعهد العالى الدولى للاعلام، العربى ومواجهة الارهاب. الضوابط المهنية وأخلاقيات الممارسة، القاهرة ١-٢ مارس، ٢٠١٦).
15. Sallet Oliver, *Diefinführung des videojournalismus imoffentlichen Rund funkim Deutschland MAS*, University of Applied sciences Hochschule Mittweida, 2005.
16. Gregor Thorand. *Development of Guidelines for successfully Applying Video journalism to local and Regional Newsroom*, Vorglegt and der Fachhochschule Wiesbaden, Fachbereich Design Informatic and Miden 2006.
17. Pual Eschenhagen. *Sparm SSnahmeoderneuer Ferneh journalismus?* ١٨. مها صلاح، مواقع الفيديو التشاركى. واقعها ومستقبلها وتأثيراتها، ورقة عمل مقدمة للملتقى العربى الاول للصحافة الالكترونية، مستقبل وسائل الاعلام فى العصر الرقمى، القاهرة، نوفمبر ٢٠١٠.
19. Sarah Schmidt. *Videojournalismus in Deutschland imjahr. 2010, Status Quo und Zukunftsausblick*, unveroffentlicht MAS, Aubenstelle Koin; fachhochschule des mittelstands, **Fachbereich Medien Kommunikation And Journalismus**, 201
20. Mary Angela Bock. *One man band; The Process and product of video Journalism University of Pennsylvania, Communication and the arts, education*, College, 2012.
٢١. نادية مصطفى احمد الشيخ، دوافع استخدام الشباب الجامعى لصحافة الفيديو والإشباع المتحققة منها، رسالة ماجستير غير منشورة، (معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس، ٢٠١٢).
٢٢. غادة عبدالتراب اليماني، التأثيرات المعرفية والتذكيرية للفيديوهات الصحفية المصاحبة لأحداث الإرهابية. دراسة تجريبية على طلاب الصحافة، (المجلة العلمية لبحوث الصحافة، قسم الصحافة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الثانى، ابريل- يونيو، ٢٠١٥)، ص ١١١-١٨٠.
٢٣. هبة فتحى حميدات. معالجة الافلام الوثائقية لتنظيم الدولة الاسلامية، دراسة تحليلية. افلام شبكة الفايص انموذجاً رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة الشرق الاوسط، كلية الاعلام، ٢٠١٥)
٢٤. حسن علوان، الارهاب فى الفضائيات العربية. دراسة فى الشكل والمضمون، رسالة دكتوراة، الاكاديمية العربية المفتوحة، الدنمارك، ٢٠٠٨.
٢٥. سعد محمد خضير، اتجاهات الجمهور العراقى ازاء المنطق الدعائى للمنظمات الارهابية. دراسة ميدانية على اعضاء هيئة التدريس والطلاب. (مجلة الباحث الاعلامى جامعة بغداد، كلية الاعلام، مجلد ٣٠، العدد ١٩٩٥)، ص ١٢٥-١٤٦
٢٦. هناء فاروق صالح، دور الاعلام فى تشكيل الصورة الذهنية للمنظمات السياسية الاقليمية والدولية لدى الرأى العام المصرى، رسالة دكتوراة غير منشورة، (كلية الاعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٠٥)
٢٧. هناء عكاشة طلبة، صورة رئيس الجمهورية كما تعكسها مواقع الفضائيات الاخبارية وعلاقتها بصورته الذهنية لدى الشباب الجامعى. رسالة ماجستير غير منشورة، (قسم الاعلام وثقافة الاطفال. معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس، ٢٠١٣).
٢٨. احمد متولى عبدالرحيم عمار، صورة تنظيم الاخوان المسلمين فى الصحف الالكترونية وعلاقتها بالصورة الذهنية لدى الشباب الجامعى، رسالة ماجستير غير منشورة (قسم الاعلام وثقافة الاطفال. معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس، ٢٠١٣).
٢٩. حنان كيلانى، الصورة الذهنية لتنظيم الاخوان المسلمين لدى المصريين قبل وبعد



**التغطية التلفزيونية (برامج التوك شو) بالفضائيات المصرية للحملات الانتخابية البرلمانية
وعلاقتها باتجاهات شباب الجامعات نحو المرشحين**

أ.د. سامية موسى إبراهيم
أستاذ المناهج وطرق التدريس قسم تربية الطفل كلية البنات جامعة عين شمس
د. عمرو محمد عبدالله نحلة
مدرس الإعلام بقسم الإعلام وثقافة الأطفال معهد الدراسات العليا للطفولة جامعة عين شمس
أشرف إسماعيل سيد

المخلص

المقدمة: تهدف الدراسة الحالية وتحدد المشكلة البحثية في التعرف على دور البرامج الحوارية في التغطية التلفزيونية للعملية الانتخابية البرلمانية وعلاقتها باتجاهات شباب الجامعات نحو المرشحين السياسيين.

العينة: تكونت عينة الدراسة الميدانية من شباب الجامعات في جامعة القاهرة وأكاديمية أخبار اليوم ٦ أكتوبر قوامها ٤٠٠ مفردة مقسمة بالتساوي على الذكور والإناث، تستخدم هذه الدراسة منهج المسح بالعينة بشقيه التحليلي والميداني وتعد الدراسة من الدراسات الوصفية حيث تعتمد على منهج المسح بالعينة، كما طبقت الدراسة التحليلية على برنامجي مصر تنتخب على القناة الفضائية المصرية والطريق إلى البرلمان على قناة سي بي سي اكسترا، وحدد الباحث الفتره الزمني للدراسة بدءاً من (١٧/١٠/٢٠١٥ حتى ٤/١٢/٢٠١٥) لتحديد ومعرفة اتجاهاتهم نحو المرشحين في الانتخابات نتيجة تعرضهم للبرامج الحوارية عينة الدراسة، ومن حيث مدة البرامج بلغت مدة البرامج عينة الدراسة ٨٤٠٠ دقيقة، الطريق إلى البرلمان ٤٨٠٠ دقيقة، مصر تنتخب ٣٦٠٠ دقيقة.

الأدوات: استمارة تحليل المضمون، واستمارة استبيان.

النتائج: ارتفاع نسبة اتجاه الإيجابية للتغطية الإعلامية للانتخابات البرلمانية بين فقرات البرنامجين عينة الدراسة، حيث وصلت إلى نسبة ١٠٠,٠% ببرامج مصر تنتخب وإلى ٨٢,١% ببرامج الطريق إلى البرلمان، كما أوضحت الدراسة ان الإشباع التي تتحقق نتيجة التعرض للبرامج الحوارية التي تغطي العملية الانتخابية على قناتي CBC Extra والقناة الفضائية المصرية وفقاً للنوع، حيث جاء في الترتيب الأول القدرة على فهم الواقع الانتخابي، حيث جاء بنسبة بلغت ٣٠,٤% من إجمالي مفردات من يتابعون البرامج الحوارية التي تغطي العملية الانتخابية، موزعة بين ٢٥,٧% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٣٦,١% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً.

الكلمات المفتاحية: برامج التوك شو، الحملات الانتخابية، البرلمانية، الاتجاهات.

Egyptian Satellite TV Talk Show Programs Coverage Of Election Parliament Campaigns And Its Relation To University Youth Attitudes Towards Political Candidates

Problem: The research problem is crystallized in What is the role of the talk shows in television coverage of Egyptian satellites of parliament election campaigns and its relation to university youth attitudes towards candidates?

Significance: It is embodied in the importance of the talk shows as an effective media factor on the Egyptian media area that contribute changing orientations and tendencies of youth.

Objectives: Television coverage of elections through the talk shows, Identifying the youth attitudes towards candidates who appear in the talk show programs, Identify the significance of the talk shows and their role in covering the television election process, Identify the university youth participation rate to the talk show programs, Identify the reasons of watching these talk shows by youth of groups, and Identify the reasons of not viewing the talk shows by youth.

Type& Method: The study belongs to the qualitative method, and counts on the survey method as well.

Instruments: Content Analysis Form- Questionnaire Form

Results: The media coverage of parliament elections are positively high reaching 100% in Egypt Elects program, 82.1% in The Road to Parliament, The study shows that gratifications achieved because of exposition to the talk shows on the CBC Extra due to sex, comes in the first rank 30.4%, 25.7% males and 36.1% for females, and the analytical study shows that motivating audience to participate and vote comes first 25.9%, followed by the prospected role of coming parliament 24.9%, then the election program for candidates and parties in the third rank 24.6%. The analytical study also shows that 39.8% of the programs use the artistic talk show form to expose information using the direct talk and reports as the most two eminent forms.

KeyWords: Talk Show Program, Campaigns Parliamentary electoral, Attitudes.

ومن هنا أراد الباحث التعرف على دور البرامج الحوارية في التغطية التلفزيونية للانتخابات البرلمانية ومعرفة الواقع الفعلي للمشاركة السياسية للشباب مع مدى مشاركته ومعرفة أسباب إجماعه عن المشاركة في هذه الانتخابات من خلال هذه البرامج. كما تعتبر البرامج الحوارية نافذة حقيقية للتعبير عن آراء واتجاهات الشباب نحو الانتخابات البرلمانية ومعرفة السيرة الذاتية لكل مرشح انتخابي، وطرح المشكلات التي تواجه العملية الانتخابية.

ومن هنا نتحد المشكلة البحثية في ما دور البرامج الحوارية في التغطية التلفزيونية بالفرضيات المصرية للحملات الانتخابية البرلمانية وعلاقتها باتجاهات شباب الجامعات نحو المرشحين.

تساؤلات الدراسة:

في ضوء التساؤل الرئيسي المعبر عن مشكلة الدراسة، يمكن تقسيم تساؤلات الدراسة إلى مجموعتين، إحداهما تتصل بتحليل التغطية التلفزيونية للانتخابات في البرامج الحوارية، والثانية تتصل باتجاهات الشباب نحو المرشحين في الانتخابات وذلك على النحو التالي:

١. تساؤلات خاصة بمضمون البرامج التلفزيونية الحوارية للدراسة التحليلية.
 - أ. ما مدى وجود ضيوف وما تخصصاتهم وما مدى ملائمتهم لموضوع الانتخابات؟
 - ب. ما هي وسائل الإبراز المستخدمة الوسائل التوضيحية؟
٢. التساؤلات الخاصة بالمشاهدين من شباب الجامعات للدراسة الميدانية.
 - أ. ما معدل تعرض شباب للبرامج الحوارية التي تقوم بتغطية الانتخابات البرلمانية؟
 - ب. ما دوافع مشاهدة الشباب للبرامج الحوارية التي تقوم بتغطية الانتخابات البرلمانية؟

أهمية الدراسة:

١. تشهد الحياة السياسية في الآونة الأخيرة على مستوى الحياة البرلمانية وقضايا السياسة الداخلية والانتخابات تكثيفا إعلاميا وتطورا في الأشكال البرلمانية، وكذلك إفصاح المجال ولو بقدر محدود للمرشحين السياسيين لتقديم برامجهم الانتخابية وتقديم المناقشات مع ممثلي الأحزاب المختلفة في البرامج الحوارية على التلفزيون المصري الخاص/ الحكومي وذلك على القناة الفضائية المصرية وتلك المناقشات التي تزداد شدتها في القنوات الخاصة مثل قناة CBC Extra.
٢. تقدم البرامج الحوارية التغطية التلفزيونية للانتخابات البرلمانية والتي تشكل إدراك المواطنين للمرشحين والعملية الانتخابية ودورها في تشكيل اتجاهات الشباب نحو المشاركة الانتخابية.
٣. أهمية البرامج الحوارية باعتبارها مؤثر إعلامي قوى على الساحة الإعلامية المصرية، والتي تساهم في تغيير التوجهات والميول لدى الشباب، حيث يلجأ الشباب إلى مشاهدة تلك البرامج للحصول على المعلومات ومعرفة الأحداث الجارية وتكوين وجهات نظر وتبني اتجاهات محددة نحو المشاركة السياسية في العملية الانتخابية.
٤. كما ترجع أهمية الدراسة باهتمامها بفئة الشباب الجامعي وتكثيره بواجباته السياسية الذي لا يدركها كحق الانتماء والتصويت في الانتخابات وحق التأكد على المشاركة السياسية في العملية الانتخابية.
٥. كما تكمن أهمية الدراسة في الحملات الانتخابية ودورها في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي من جهة ومعرفة آرائهم وميولهم وتحديد اتجاهاتهم إزاء التغطية التلفزيونية للعملية الانتخابية من جهة أخرى.
٦. ومن هنا تتحدد أهمية الدراسة الحالية في الانتخابات البرلمانية ودور البرامج الحوارية التلفزيونية في تغطيتها وخلق الوعي السياسي والمساهمة في صنع القرار السياسي من خلال شباب الجامعات وأهميته في المشاركة الانتخابية وعملية التصويت.

تعد القنوات الفضائية من الإنجازات الحديثة التي أوجدت حلولاً عديدة للمشكلات التي واجهت البث التلفزيوني، فقد ساعدت تقنيات البث الرقمي في حل إشكالية ازدياد البث وأسهمت في توسيع الخدمة من خلال تعدد القنوات الفضائية والتي أدت إلى تنوع البرامج الحوارية بأشكال وأنواع مختلفة، حيث تلعب البرامج الحوارية دوراً أساسياً في برامج التلفزيون المختلفة سواء كانت ترفيهية أو سياسية أو اجتماعية ثقافية طبقاً لما تفرضه طبيعة التلفزيون، إذ تتحقق المشاركة الجماهيرية في البرامج في تقديم آرائهم ومقترحاتهم. ولذلك يفرض شكل الحوار أو المحادثة أو المقابلة نفسه كأحد أشكال البرامج التي تتحقق أهداف التلفزيون من خلالها راضى رشيد حسن، (www.appyy.com).

ومن خلال التغطية التلفزيونية للحملات الانتخابية من خلال البرامج الحوارية تتعكس أهمية المجتمع من أجل تحقيق انتخابات حرة ونزيهة تسهم في ترسيخ وتعزيز المبادئ الديمقراطية والتي تتجسد بتأسيس نظام حكم ديمقراطي، والرقابة على الانتخابات تهدف إلى تحقيق مجموعة من المبادئ لعل أبرزها وأهمها هو مبدأ احترام حقوق الإنسان بالإضافة إلى تعزيز مبدأ حكم القانون وكذلك احترام الإرادة السياسية. ولذلك فهي لا بد أن تستند إلى أرقى المعايير المهنية كمبدأ الحيادية والشفافية التي يتم اعتمادها على صعيد التنافس السياسي الوطني. (بركات عبدالعزيز، ٢٠١٥، ٦١)

وتحظى الانتخابات البرلمانية في أية دولة باهتمام الباحثين في مجال السياسة والاتصال السياسي، لذا فإن التغطية التلفزيونية في البرامج الحوارية على اختلاف توجهاتها تكتسب أهمية خاصة في هذا المجال نظراً لتأثير دور التلفزيون على توجهات الجمهور وترجمة هذه التوجهات إلى سلوكيات قد ترتقي بالنظام الاجتماعي ككل أو تسهم في أن يحيا هذا النظام في إطار ما يسمى بثقافة الصمت Culture of Silence بمعنى الشعور بالإحباط وانخفاض تقدير المواطن لذاته، ودوره في بناء النظام الاجتماعي والسياسي. (محبوب محمد صالح، ٢٠٠٧، ٣٧)

من هنا تتحدد درجة المشاركة السياسية للشباب من خلال البرامج الحوارية ويلعب الإعلام دوراً رئيسياً في كل مرحلة منها ويبدأ هذا الدور بمساعدة الرأي العام في الحصول على المعلومات والأخبار حول الأنشطة السياسية المختلفة مروراً بمساعدة الجمهور على تكوين مواقف تجاهها وتبني سلوك انتخابي تجاه هذه المشاركة السياسية في العملية الانتخابية حيث لا بد من تفعيل دور الشباب في عملية البناء والتعمير ورفع معدلات التنمية البشرية في الريف والحضر، ويؤكد التحول الإيجابي في المجتمع العربي على أهمية دور الشباب المؤهل أخلاقياً وسياسياً في تأكيد الديمقراطية والازدهار الحضاري والنمو الاقتصادي، أي يستطيع هؤلاء الشباب العمل على محو الأمية الديمقراطية لدى مختلف فئات الشعب وحسب توزيعهم الجغرافي وخصائصهم السكانية، بالتوازي مع محو كافة أشكال الأمية الأخرى مثل القراءة والكتابة والدين والثقافة والسياسة البيئية. (عبدالله التركماني، ٢٠٠٨، ٦٤)

ومن المتوقع أن المواطن الذي يستجيب لواجبات المواطنة مثل التصويت والاهتمام بالقضايا الاجتماعية والشؤون العامة والمشاركة في الأنشطة الاجتماعية ويجد أن مثليه لدى الحكومة مستجيبون للقضايا الاجتماعية والفردية على الوجه الذي يرتضيه، كما يهتم بالتغطية الإعلامية للبرلمان والانتخابات البرلمانية من المحتمل أن يدلي بصوته في انتخابات ديمقراطية لأنه يتوقع الاستفادة من الحكومة.

مشكلة الدراسة:

في ضوء التزايد الكبير للقنوات الأرضية والفضائية الحكومية والخاصة وانتشار البرامج الحوارية في هذه القنوات، وفي ظل مساحة حرية التعبير التي وضعتها الحكومة المصرية وحددتها لهذه البرامج الحوارية، لاحظ الباحث وجود مجموعة من البرامج الحوارية المتنوعة التي تعرض سواء في التلفزيون المصري الحكومي أو الخاص والتي تقوم من خلال التغطية المباشرة في هذه الفترة بمتابعة العملية الانتخابية ومعرفة آخر التطورات أثناء سير هذه الانتخابات مع معرفة نسبة التصويت وما وراء عدم إقبال الشباب على التصويت في هذه الانتخابات.

أهداف الدراسة:

- تسعى الدراسة إلى تحقيق الأهداف الآتية
١. التعرف على التغطية التلفزيونية للانتخابات من خلال البرامج الحوارية عينة الدراسة.
 ٢. معرفة اتجاهات الشباب نحو المرشحين الذين يظهرون في البرامج الحوارية عينة الدراسة.
 ٣. التعرف على أهمية البرامج الحوارية ودورها في التغطية التلفزيونية للعملية الانتخابية.
 ٤. التعرف على أسلوب عرض الآراء ووجهات النظر سواء من وجهة نظر واحدة أو من أكثر من وجهة نظر في البرامج الحوارية عينة الدراسة.

فروض الدراسة:

٢ الفرض الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين ممن يتابعون البرامج الحوارية على قناتي CBC اكسترا، والأولى الفضائية تبعاً لاختلاف المتغيرات الديموغرافية (النوع- الجامعة- المستوى الاقتصادي الاجتماعي) في مقياس اتجاهاتهم نحو البرامج الحوارية التي تغطي الانتخابات البرلمانية.

١. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الذكور ودرجات الإناث ممن يتابعون البرامج الحوارية على قناتي CBC اكسترا والأولى الفضائية ومتوسطات درجات المبحوثين على مقياس اتجاهاتهم نحو البرامج الحوارية التي تغطي الانتخابات البرلمانية.

٢. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين ذوى التعليم الحكومى والخاص والذين يتابعون البرامج الحوارية على قناتي CBC اكسترا والأولى الفضائية ومتوسطات درجات المبحوثين على مقياس اتجاهاتهم نحو البرامج الحوارية التي تغطي الانتخابات البرلمانية.

٣. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين ذوى المستوى الاقتصادي والاجتماعي المرتفع- المتوسط- المنخفض ومتوسطات درجات المبحوثين الذين يتابعون البرامج الحوارية على قناتي CBC اكسترا والأولى الفضائية على مقياس اتجاهاتهم نحو البرامج الحوارية التي تغطي الانتخابات البرلمانية.

٢ الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين دوافع تعرض طلاب الجامعات المبحوثين للبرامج الحوارية واتجاهاتهم نحو التغطية للانتخابات البرلمانية

٢ الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين الإشباع المتحققة من التعرض للبرامج الحوارية واتجاهات شباب الجامعات نحو التغطية للانتخابات البرلمانية

الدراسات السابقة:

بعد الاطلاع على الدراسات الإعلامية التي قد تسهم في تحقيق الهدف من الدراسة يمكن تقسيم الدراسات السابقة إلى محورين التاليين المحور الأول الدراسات التي تناولت البرامج الحوارية في الفضائيات المصرية وعلاقتها باتجاهات الشباب، والمحور الثاني الدراسات التي تناولت الانتخابات البرلمانية

٢ المحور الأول الدراسات التي تناولت البرامج الحوارية في الفضائيات المصرية وعلاقتها باتجاهات الشباب:

١. دراسة راجية إبراهيم عوض (٢٠١٥): دور البرامج الحوارية في الفضائيات المصرية الخاصة في ترتيب أولويات قضايا المواطنة لدى الشباب المصرى. تهدف الدراسة إلى التعرف على دور البرامج الحوارية في ترتيب أولويات قضايا المواطنة لدى الشباب الجامعى، حيث اعتمدت الدراسة على منهج المسح بشقيه الوصفى والتحليلي على عينة من البرامج التي تنازع عبر الفضائيات المصرية الرسمية والخاصة وهي برنامج الحياة اليوم الذى يذاع

عبر قناة الحياة وبرنامج ٩٠ دقيقة على قناة المحور وبرنامج هنا العاصمة على قناة CBC وذلك بأسلوب الحصر الشامل لهذه البرامج، وأجريت الدراسة الميدانية على ٤٥٠ مفردة من الشباب الجامعى بالتوزيع المتساوى وفقا للنوع في جامعات القاهرة وبنها و٦ أكتوبر بواقع ١٥٠ مفردة لكل جامعة من خلال عمل صحيفة تحليل المضمون واستمارة الاستبيان الميداني كأداتين لجمع البيانات. توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها قلة مشاركة الجمهور في البرامج الحوارية عينة الدراسة مما يدل على أن هذه البرامج لم تكن منبرا لتعدد الآراء وشرح وجهات نظر الجمهور، وأن البرامج الحوارية عينة الدراسة ساهمت في التركيز على معالجة حقوق بعينها كحقوق المواطنة والحقوق السياسية والاجتماعية والقانونية والاقتصادية للمواطنين وكانت المعالجة تتراوح ما بين الاتجاه السلبي والإيجابي، وتتنوع البرامج الحوارية من حيث استخدام الاستمالات الإقناعية حيث تباينت ما بين منطقية وعاطفية لتحقيق التأثير المرجو على المشاهد وزاد الاعتماد على استخدام الاستمالات الإقناعية المنطقية التي اعتمدت على الحقائق والأدلة وتصريحات المسؤولين وعرض بعض الوثائق. وأوضحت النتائج أيضا إلى ارتفاع نسبة مشاهدة البرامج الحوارية بالفضائيات المصرية الخاصة من الشباب الجامعى مما يدل على أهمية البرامج لشباب عينة الدراسة، حيث أن أكثر من ثلثي العينة يعتمدون على البرامج الحوارية إلا أن درجة الاعتماد لم تتأثر بطبيعة ونوع الجامعة التي ينتمى إليها المبحوث، حيث جاءت درجة الاعتماد بدرجة متوسطة في المرتبة الأولى وفي المرتبة الأخيرة جاء الاعتماد بدرجة كبيرة. توصلت الدراسة لعدة نتائج أهمها أن البرامج الحوارية الثلاثة استطاعت أن تشكل وجهة نظر الجمهور حول النظام الاجتماعى الحالى، وأنها اتبعت أيولوجية الدولة، وأنها ركزت على الجوانب العاطفية بينما البرامج الحوارية الأخرى بما في ذلك البرامج الدينية ركزت على المناقشات والقدرات الفكرية.

٢. دراسة إكسانج يان Yan Xiaoping (2008) بعنوان البرامج الحوارية التلفزيونية كنوع مميز من أنواع الحوار، وتهدف الدراسة إلى معرفة الأهداف الاتصالية للبرامج الحوارية وكذلك طريقة عرض المشاكل العاطفية وما هي زوايا عرضها وهل تطرقت إلى القضايا السياسية والاجتماعية في عرضها على الجمهور العام. حيث تمثلت عينة الدراسة فى مسح البرامج الحوارية فى القناة الثانية لمحطة التلفزيون المركزى بالصين، حيث تهتم هذه القناة على مدى واسع بالقضايا الاجتماعية والفسيولوجية وكذلك القضايا القانونية وتم تجميع البيانات فى الفترة من شهر سبتمبر ٢٠٠٥ وبلغ عدد الساعات المسجلة للبرامج الحوارية ٨٠ ساعة. توصلت الدراسة لعدة نتائج أهمها أن البرامج الحوارية تستطيع أن تؤثر على إدراك الجمهور بالنسبة إلى القضايا الاجتماعية والقانونية وكذلك تستطيع توجيه سلوك الجمهور وتشكيل الرأى العام بإحضارها، ويمكن استخدام البرامج الحوارية للبحث عن حل للمشاكل العاطفية وتعزيز الصحة العقلية للجمهور، وأنها تساهم فى التنمية بدعم جهود الدولة حيال المشروعات التنموية.

٢ المحور الثاني الدراسات التي تناولت الانتخابات البرلمانية:

١. دراسة رباب عبدالرحمن هاشم (٢٠١٢) بعنوان أبعاد المسؤولية المهنية والأخلاقية لبرامج الحوار التلفزيونية بالقنوات الحكومية والخاصة فى تغطية انتخابات الرئاسة المصرية ٢٠١٢، وتهدف الدراسة إلى التعرف على أبعاد المسؤولية المهنية والأخلاقية لبرامج الحوار الجماهيرية التلفزيونية Talk Shows المقدمة بالقنوات التلفزيونية المصرية الحكومية والخاصة فى تغطية الانتخابات المصرية ٢٠١٢، ومعرفة المستوى المهني للفاصلين بالاتصال فى هذه البرامج على مستوى الإعداد والتقديم والإخراج فى تغطية هذه الانتخابات، اعتمدت الباحثة على دراسة تحليلية لبرنامج استديو ٢٧ الذى

تغطيتها للحملات الانتخابية البرلمانية.

٢ من حيث المنهج: من الملاحظ بشكل عام أن معظم الدراسات السابقة العربية والأجنبية اعتمدت على منهج المسح بالعينة وقليل منها اعتمد على المنهج التجريبي، وبناء على ذلك فقد اعتمدت هذه الدراسة أيضا على المنهج المسحي مما يتيح ذلك في توافر الخصائص الديموغرافية لدى أفراد العينة.

٣ من حيث العينة: تنوعت العينات المستخدمة في الدراسات السابقة ما بين أكثرها والقليل منها حيث تراوحت عدد العينة في الدراسات السابقة من ١٥٠ إلى ٤٠٠ مفردة بواقع عمر يتراوح من (١٨- ٢٤) سنة من شباب الجامعات، كما أن هذه الدراسة طبقت على ٤٠٠ مفردة من سن (١٨- ٢٤) سنة أيضا نظرا لأن مرحلة الشباب لها خصائص محددة، كما لاحظت اختيار العينة بطريقة عشوائية بالإضافة أن هناك دراسات جمعت بين العينة التحليلية والعينة البشرية الميدانية، كما أن هذه الدراسة اختيرت مفردات عينتها بالطريقة العلمية واستخدام الدراسة الميدانية والتحليلية لمجموعة من البرامج الحوارية.

٤ من حيث الأدوات المستخدمة: لاحظ الباحث أن هناك تنوع في الأدوات المستخدمة في الدراسات السابقة التي تناولت دور البرامج الحوارية التلفزيونية، فالبعض استخدم أداة تحليل المضمون والآخر استخدم أداة جمع البيانات الاستبيان ودراسات أخرى استخدم فيها ميداني فقط إلا أن هذه الدراسة استخدمت استمارة تحليل المضمون واستمارة الاستبيان.

٥ من حيث النتائج: توصلت الدراسات إلى عدد من النتائج ارتبطت بجوانب التحليل بشقيها الكمي والكيفي وذلك في إطار الإجابة على التساؤلات البحثية محل اهتمام الدراسات، ونتائج ارتبطت بالتحقق من صحة الفروض سواء الدراسات الميدانية أو التجريبية وانعكست هذه النتائج على موضوع البحث والدراسة في كيفية الربط العلمي لكل محاور التساؤلات.

مصطلحات الدراسة:

١ برامج التوك شو Talk Show Program: التعريف الإصطلاحي: يقصد بها البرامج التي تقوم على مفهوم المشاركة الجماهيرية بوسائل الاتصال المختلفة وتجمع في تقديمها بين الأحاديث المباشرة والحوارات والمناقشات والمناظرات والتقارير المصورة وتتجاوب مع الأحداث الجارية في المجتمع وتعالج قضاياها بنوع من الجرأة في إطار أشكال فنية تتسم بالجاذبية الفنية. (عادل عبدالغفار، ٢٠٠٨، ١٦٥)

التعريف الإجمالي: هي تلك البرامج التي تعتمد على قالب الحوار فيما بين مقدم البرنامج والضيوف ومشاركة الجمهور من خلال التواجد داخل الاستديو أو خارجه والاتصال عبر الهاتف أو البريد الإلكتروني ويتناول مختلف القضايا والأحداث الجارية سواء السياسية أو الاجتماعية أو الاقتصادية والتي تعكس العديد من الاتجاهات ويقبل الشباب على مشاهدتها.

٢ الحملات الانتخابية البرلمانية Parliamentary Electoral Campaigns: التعريف الإصطلاحي: تعرف الحملة الانتخابية هي العملية المنظمة والمستمرة والمخططة بعناية فائقة من المرشح نفسه أو الحزب أو الكيان السياسي لاستخدام كافة إمكانيات وسائل الإعلام المتاحة والأساليب الإقناعية المختلفة ليصل رسالة معينة إلى الجمهور المستهدف والتأثير على عملية التصويت لصالح المرشح أو اللائحة الانتخابية التي يمثلها. (محمد منير حجاب، ٢٠٠٧، ١٦)

التعريف الإجمالي: هي عبارة عن برنامج محدد للمرشح أو الحزب يقوم بمتابعة ومراقبة العملية الانتخابية من خلال العديد من الجهود لضمان فوز المرشح في الانتخابات.

٣ الاتجاهات Attitudes: مفهوم كلمة الاتجاه تاريخيا: ترجع كلمة الاتجاه تايخا الى اصلين، الاول اشق من الاصل اللاتيني الذي يشير الى معنى اللياقه وقد ظهر هذا الاستخدام عند هربرت سبنسر عندما تحدث عن الاستعداد للفعل كأمر ضروري للوصول الى الحكم الصحيح. (محمد عاطف غيث قاموس علم

تقدمه القناة الأولى في التلفزيون المصري تمثيلا للقنوات الحكومية وبرنامج الحياة اليوم الذي تقدمه قناة الحياة تمثيلا للقنوات الخاصة، وذلك خلال الفترة من ٢٨- مايو وحتى ١٤ يونيو عام ٢٠١٢، وهي الفترة المخصصة للدعاية الانتخابية لمرحلة إعادة انتخابات الرئاسة المصرية، وذلك باستخدام أسلوب الحصر الشامل لكافة الحلقات التي تم تقديمها للبرنامجين خلال هذه الفترة بواقع ١٦ حلقة لكل برنامج. توصلت الدراسة لعدة نتائج أهمها تفوق برنامج الحياة اليوم من ناحية الالتزام بالمسئولية المهنية في إخراج فقراته، حيث تمت الاستعانة في الفقرة الواحدة التي تناولت نتائج انتخابات الجولة الأولى من الانتخابات الرئاسية بكثير من الإمكانيات الإخراجية مثل الاستعانة بتغطية حية ومباشرة للحدث، واستضافة ضيوف عبر الأقمار الصناعية، واستخدام أكثر من خلفية لمظاهرات المواطنين، ووجود علاقة ارتباطية دالة إحصائيا بين نمط ملكية القناة التي تنتمي إليها برامج الحوار التلفزيونية (حكومية- خاصة) ودرجة المسئولية الأخلاقية في إدارة الحوارات بين مقدمي هذه البرامج وضيوفها، وذلك لصالح البرنامج الحكومي استديو ٢٧ على حساب البرنامج الخاص الحياة اليوم.

٢ دراسة ماري جاكسون Jackson, Mari (2010) بعنوان استخدام الحملات الانتخابية الرئاسية للبرامج الحوارية، وتهدف الدراسة للتعرف على دور البرامج الحوارية المسائية The Late Nigt Talk Show في التأثير على الناخبين واتجاهاتهم تجاه المرشحين، وما الذي يميز هذه البرامج عن البرامج التي تذاع في الصباح، اعتمدت الدراسة على البرامج الحوارية التي تذاع في المساء ومنها برنامجي Tonight Show The Late Nighz بالإضافة إلى تحليل عدد من القصص التي تذاع في الصحف الوطنية ووسائط البث الإذاعي وذلك خلال الفترة من ١٩٦٠ والتي تبدأ بفترة رئاسة كل من نيكسون وكيندي إلى فترة بوش عام ٢٠٠٠. توصلت الدراسة لعدة نتائج أهمها أن المرشحين لجأوا إلى استخدام سيل بديلة للدعاية مثل البرامج الحوارية المسائية لبث رسائلهم ونشر صورهم للناخبين حيث اتضح أنها من أنجح الوسائل لتحقيق هذه الغاية، وأن البرامج الحوارية التي تذاع في فترات متأخرة من الليل استطاعت أن تؤثر على تصور الناخبين واتجاهاتهم لما تتمتع به هذه البرامج من أسلوب فريد من حيث ساعة البث أو نوعية الجمهور مقارنة بغيرها من البرامج الأخرى، واحتلال البرامج الحوارية السياسية مكانة مميزة لدى المشاهدين وخاصة الناخبين حيث تم الاعتماد عليها كمصدر أساسي للحصول على المعلومات السياسية.

التعليق على الدراسات السابقة:

٢ من حيث الموضوع والهدف:

١. لاحظ الباحث أن هناك تنوعا في الموضوعات التي تناولها هذه الدراسات وهو ما يمثل رصيذا معرفيا وعلميا انعكس بصورة إيجابية على موضوع الدراسة، فقد استوقف الباحث الموضوعات التي تناولها هذه الدراسات وكيفية معالجتها في إطار تنوعها مما انعكس بالتالي على كيفية تحديد موضع الدراسة وكيف يمكن تحليلها والتوصل إلى نتائج علمية سليمة بشأنها وتعد هذه الدراسة في إطار الدراسات الأخرى، دراسة استكمالية تسد فجوة علمية في الدراسات التي تناولت دور البرامج الحوارية التلفزيونية بفنونها المختلفة.

٢. أوضحت الدراسات السابقة العربية والأجنبية أهمية دور البرامج الحوارية التلفزيونية في عملية المشاركة السياسية مع معرفة دور الشباب من خلال مشاركته في المشاركة السياسية ومعرفة ميوله واتجاهاته تجاه هذه المشاركة.

٣. في حين لم تناول أي من هذه الدراسات دور البرامج الحوارية وتغطيتها للحملات الانتخابية البرلمانية وعلاقتها باتجاهات شباب الجامعات نحو المرشحين، الأمر الذي يعطي خصوصية لإجراء هذه الدراسة لمعرفة هذا الدور الذي يمكن أن تقوم به البرامج الحوارية التلفزيونية ودورها في

قدر من حرية الرأي والنقد للقضايا المختلفة ونظرا لأن هناك العديد من هذه القنوات التي يمتلكها الأفراد دون أن تكون مملوكة لنظام الحكم السائد وهذا ما يفيد في التغطية التليفزيونية للبرامج الحوارية عينة الدراسة.

٢ مبررات اختيار العينة الميدانية: يوجد في الجامعات المصرية شرائح من الشباب ذات طابع تعليم حكومي وخاص وبالتالي نجد تفاوتنا وتباينا في المستوى الاقتصادي والاجتماعي مما يوفر للباحث فرصة تمثيل المجتمع الأصلي لشباب الجامعات تمثيلا صحيحا داخل الجامعات.

حدود الدراسة:

٢ الحد الموضوعي: تم إجراء الدراسة على عينة من البرامج الحوارية وهي مصر تنتخب البرلمان على قناة CBC Extra، وبرنامج الطريق إلى البرلمان على القناة الأولى الفضائية خلال سير العملية الانتخابية

٢ الحد الزمني: تمت الدراسة التحليلية من الفترة ١٧/١٠/٢٠١٥ حتى ٤/١٢/٢٠١٥.

٢ الحد المكاني: تم تطبيق الدراسة على عينة عشوائية من شباب الجامعات (ذكور- إناث) بجامعة القاهرة (حكومية) وأكاديمية أخبار اليوم بمدينة ٦ أكتوبر (خاصة).

أدوات الدراسة:

٢ استمارة تحليل المضمون: تستخدم أداة تحليل المضمون ذلك للتعرف على مضمون وماهية التغطية الانتخابية المطروحة في البرامج وطبيعة الاتجاهات نحو المرشحين في البرنامج عينة الدراسة. ولقد قام الباحث بإعداد استمارة تحليل المضمون لعينة البرامج الحوارية التليفزيونية من مجموعة من الخطوات:

١. تحديد المحاور الرئيسية لاستمارة تحليل المضمون حيث شملت:
 - أ. التعرف على اسم البرنامج ومدة العرض واسم القناة واسم مقدم البرنامج ودورية إذاعة البرنامج ويوم وتاريخ إذاعة الحلقة.
 - ب. التعرف على القوالب الفنية التي قدمت من خلالها عملية التغطية للانتخابات البرلمانية
 - ج. التعرف على نوع وعدد الضيوف المشاركين في الحلقة.
 - د. التعرف على مدى مشاركة الجمهور وشكل المشاركة.
 - د. التعرف على أهم تغطية تليفزيونية للعملية الانتخابية.
 - و. التعرف على أسلوب عرض الآراء وجهات النظر.
٢. تحديد وحدات التحليل وفئات التحليل:

- أ. وحدات التحليل: قام الباحث باستخدام ثلاث وحدات للتحليل وهي الوحدة الطبيعية للمادة الإعلامية، وحدة الموضوع، وحدة مقاييس المدة الزمنية.
- ٢ الوحدة الطبيعية للمادة الإعلامية: ويقصد بها الوحدة الإعلامية المتكاملة التي يقوم الباحث بتحليلها وهي هنا البرامج الحوارية التليفزيونية.
- ٢ وحدة القضية: كوحدة لتحليل المضمون للمقدم من خلال البرامج الحوارية.
- ٢ مقاييس الزمن: وهي المقاييس المادية التي يلجأ إليها الباحث للتعرف على المدة الزمنية التي أستغرقتها المادة الإعلامية بالتليفزيون، والمقصود بها في هذه الدراسة وحدة الدقيقة بالنسبة للبرنامج الحوارى التليفزيونى.

ب. فئات التحليل: التقسيمات الفرعية لفئة الشكل:

- ٢ فئة اللغة المستخدمة.
- ٢ فئة القالب الفنى الذى قدمت من خلاله عملية التغطية.
- ٢ مدى مشاركة ضيوف البرنامج.
- ٢ فئة تخصص الضيوف شخصية الضيوف.
- ٢ مدى مناسبة الضيوف لموضوع الانتخابات.
- ٢ فئة وسائل الإبراز المستخدمة: الوسائل التوضيحية.

الاجتماع الطبعة الاولى الاسكندرية دار المعرفة الجامعية ١٩٨٨، ص ٣٠) ويشير الاتجاه الى الاستعداد او الميل المكتسب الذى يظهر فى سلوك الفرد او الجماعه عندما تكون بصدد تقييم شى او موضوع بطريقه متسقه ومتميزه او قد يظهر اليه على انه تبى محدد عن قيمه او معتقد، ولهذا يشتمل على نوع التقييم الإيجابي أو السلبي والاستعداد نحو الاستجابة لموضوعات أو مواقف بطريقه محدده ومعروفه مسبقا.

ويعرف بأنه الميل الى الفعل بأسلوب يتسق مع موضوعات بعينها، ومواقف مترابطه ومحدده. (محمد عاطف، مرجع سابق)

متغيرات الدراسة:

تسعى الدراسة إلى اختبار العلاقة بين عدد من المتغيرات التي تضمنتها:

٢ المتغيرات المستقلة: وتتمثل في مشاهدة البرامج الحوارية.

٢ المتغيرات الوسيطة: وتتمثل في المتغيرات الديموجرافية (النوع- الجامعات الحكومية أو الخاصة- المستوى الاقتصادي والاجتماعي.

٢ المتغيرات التابعة: وتتمثل في اتجاهات الشباب التي تشكلت لدى الشباب عينة الدراسة.

نوع ومنهج الدراسة:

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية حيث يسعى الباحث إلى التعرف على الدور الذى تقوم به البرامج الحوارية التليفزيونية (عينة الدراسة) فى التغطية التليفزيونية للعملية الانتخابية ودورها فى تشكيل اتجاهات الشباب نحو المرشحين. كما تستخدم هذه الدراسة منهج المسح بالعينة بشقيه التحليلي والميداني وذلك عن طريق:

١. تحليل مضمون عينة من البرامج الحوارية الطريق إلى البرلمان- مصر تنتخب البرلمان.
٢. مسح عينة من شباب الجامعات لتحديد ومعرفة اتجاهاتهم نحو المرشحين فى الانتخابات نتيجة تعرضهم للبرامج الحوارية عينة الدراسة.

مجتمع وعينة الدراسة:

- ٢ مجتمع وعينة الدراسة التحليلية:
١. يمثل مجتمع الدراسة فى البرامج الحوارية التليفزيونية وتتمثل عينة الدراسة فى برنامج مصر تنتخب البرلمان على قناة Cbc Extra وعدد الحلقات ٤٢، وبرنامج الطريق إلى البرلمان على القناة الفضائية الأولى وعدد الحلقات ٤٢.
 ٢. اجمالى ٨٤ حلقة وذلك خلال مدة سير العملية الانتخابية فى الفترة ١٧/١٠/٢٠١٥ حتى ٤/١٢/٢٠١٥.
 ٣. من حيث مدة البرامج: بلغت مدة البرامج عينة الدراسة ٨٤٠٠ دقيقة، الطريق إلى البرلمان ٤٨٠٠ دقيقة، مصر تنتخب ٣٦٠٠ دقيقة.

٢ مجتمع وعينة الدراسة الميدانية: يمثل المجتمع البشرى فى هذه الدراسة شباب الجامعات المتمثل فى جامعه القاهرة- أكاديمية أخبار اليوم ٦ أكتوبر، وقد قام الباحث بسحب عينة عشوائية قوامها ٤٠٠ مفردة (٢٠٠ مفردة ذكور، ٢٠٠ مفردة إناث).

مبررات اختيار العينة التحليلية:

١. تم اختيار هذان البرنامجان كون احدهما يمثل القنوات المصرية الرسمية والآخر يمثل القنوات المصرية الخاصة وذلك حتى يكون هناك تنوع وإثراء بين الأداء الإعلامى الحكومى والخاص فى هذا الشأن.
٢. يوجد فى التليفزيون المصرى العديد من القنوات الفضائية المتنوعة حكومية، خاصة التى تبث العديد من البرامج الحوارية المختلفة، حيث اتفقت العديد من الدراسات على أهمية القناة الفضائية المصرية ودورها فى التغطية التليفزيونية لكافة الانتخابات، ثم قناة CBC Extra والتى تتمتع بقاعدة جماهيرية عريضة لذلك قام الباحث باختيار هاتين القناتين لتمثلان عينة الدراسة التحليلية خلال الدراسة الحالية، كما تتيح برامج الفضائيات الخاصة

بشكل منفرد أحدهما عن الآخر إلى النتائج نفسها، أو إلى نتائج متقاربة عندما يتبعان التصنيف نفسه ويتبعان خطوات وقواعد التحليل نفسها.

ب. الأسلوب الثاني: اتساق المحلل مع نفسه عبر الزمن، ويعني توصل محلل منفرد إلى نفس النتائج نفسها، عند استخدام التصنيف نفسه في تحليل المادة التي أخضعت إلى مسح المضمون والإجراءات نفسها ولكن بمدى زمنية مختلفة.

وتطبيقاً لما سبق ذكره فقد قام محلل خارجي بعد تعريفه بإجراءات الباحث في التحليل، وقد عمل المحلل الخارجي بصورة منفصلة عن الباحث، كما قام الباحث بتحليل المادة نفسها مرتين متتاليتين وبفاصل زمني مقداره ٣٠ يوماً، بين التحليل الأول والتحليل الثاني، وذلك لإيجاد اتساق الباحث مع نفسه عبر الزمن، فقد استخراج الباحث معامل الثبات على تحديد الأفكار لتوخي الثبات إذ بلغ معامل الثبات لمحاولتي الباحث ٩٢% وبين الباحث والمحلل الخارجي ٩٣% بتحليل العينة كل على حدة وبعد مقارنة نتائج التحليلين.

وجد أنهما توصلا إلى النتائج نفسها باستثناء اختلافات بسيطة، إذ كان مجموع الأفكار حول الفقرات ٣٦٤ من مجموع ٣٩٤ فقرة تم تحليل مضمونها، وعند تطبيق معادلة هوليستي لقياس الثبات حصلنا على درجة ثبات عالية وهي ٩٢%، وهي درجة مقبولة لقياس ثبات التحليل.

المعالجة الإحصائية:

بعد الانتهاء من عمليات مسح العينة وترميزها بشكل يدوي، ومن ثم إدخال تلك البيانات إلى الحاسب الآلي، لتحديد النتائج العامة، والقيام بالتحليل الإحصائي المطلوب، واختبار العلاقات بين المتغيرات، وذلك بالاعتماد على البرنامج الإحصائي SPSS مستفيداً من المعاملات الإحصائية التالية:

١. القيام بالإحصاءات الوصفية الخاصة بالتوزيع التكراري: وذلك عن طريق إعداد جدول تكرارات بسيطة ومركبة في فئات ترمي إلى معرفة نسب هذه الفئات، ما يتيح جدولتها في سياق ونظام منطقي، يستخدم الجداول الخاصة ويقرنها بنسبها المئوية.
٢. الوصول إلى المعاملات والاختبارات والمعالجات الإحصائية التالية (صلاح الدين محمود، ١٩٩٣، ١٥٦-٢٥٧)، (محمود السيد ابوالليل، ٣٥٧)
 - أ. المتوسط المرجح والانحراف المعياري: وذلك لقياس شدة الاتجاه في الرأي (موافق، محايد، معارض).
 - ب. اختبار كاي^٢ Contingency Tables Chi Square Test: وهو الدلالة الإحصائية لدراسة العلاقة بين متغيرين.
 - ج. معامل التوافق: لقياس مدى وجود علاقة توافقية دالة بين فئتي المتغير في الرأي.
 - د. (Z) معنوية الفارق بين نسبتي: لمعرفة مدى وجود فارق ذو دلالة معنوية بين النسبتين.

النتائج العامة:

حاولت هذه الدراسة التعرف على دور البرامج الحوارية في التغطية التلفزيونية بالفصائيات المصرية للحملات الانتخابية البرلمانية وعلاقتها باتجاهات شباب الجامعات نحو المرشحين، التعرف على مدى تأثير تلك البرامج على الشباب ومدى اعتمادهم عليها كمصدر لاكتساب المعلومات، وكيفية معالجة تلك البرامج للقضايا والموضوعات المتعلقة بالانتخابات البرلمانية.

واعتمدت هذه الدراسة على استمارة تحليل المضمون للبرامج الحوارية عينة الدراسة التي تبثها القنوات الفضائية المصرية وسي بي سي اكسترا، واستمارة استقصاء على عينة من شباب الجامعات حول رأيهم في هذا الشأن.

نتائج الدراسة التحليلية:

وقد استخدم الباحث منهج المسح بالعينة باعتباره جهداً علمياً منظماً للحصول على البيانات من خلال استمارة تحليلية تضمنت فئاتها كل تساؤلات الدراسة التحليلية،

١٢ فئة موضوعات التغطية الانتخابية: حث الجماهير على المشاركة والتصويت، دور الشباب في العملية الانتخابية وأهمية مشاركتهم... الخ.

١٣ فئة اتجاه التغطية الإعلامية للانتخابات: إيجابي، محايد، سلبي.

١٤ فئة مدى الحيادية: تجاه المرشحين والأحزاب،

١٥ فئة مداخل الإقناع: عقلانية، عاطفية.

١٦ فئة هدف الموضوع: تقرير واقع، تغيير مفاهيم، تحليل وتفسير، توجيه وتدعيم.

١٧ فئة مسارات البرهنة: الأدلة الشواهد والبراهين، عرض وجهات نظر مختلفة، عرض وجهة نظر واحدة، إبراز تصريحات المسؤولين، استخدام إحصاءات وأرقام، تكرار الرسالة.

١٨ استمارة الاستبيان: الاستمارة من إعداد الباحث وتم تطبيقها على عينة من شباب الجامعات وذلك للتعرف على مدى متابعتهم للبرامج الحوارية التي تقوم بالتغطية التلفزيونية للانتخابات البرلمانية وأسباب المشاهدة وربطها باتجاهات الشباب نحو المرشحين السياسيين. وقد قام الباحث بإعداد استمارة الاستبيان من خلال:

١. تحديد نوعية البيانات المطلوب جمعها: بالنظر إلى أهداف وتساؤلات الدراسة تم تحديد البيانات التي يرغب الباحث في الحصول عليها، وذلك حتى يتمكن الباحث من وضع الأسئلة التي تخدم الدراسة بالشكل المناسب.

٢. الإعداد المبدئي لاستمارة الاستبيان: تم وضع الاستمارة في شكل أسئلة تقيس كل متغيرات الدراسة، وذلك لمراعاة صدق المحتوى من خلال التأكد من أن العبارات التي تتضمنها الاستمارة تغطي أبعاد المشكلة موضوع الدراسة، مع مراعاة التسلسل المنطقي لهذه الأسئلة.

اختبار الصدق والثبات:

إجراءات الصدق والثبات:

١٩ الصدق لاستمارة تحليل المضمون: يقصد بالصدق أن تقيس الاستمارة ما وضعت من أجله وقياسه وقد تم التحقق من الصدق الظاهر للاستمارة عن طريق عرضها على مجموعة من المحكمين في مجال الإعلام.

٢٠ الصدق والثبات استمارة الاستبيان: تم اختبار هذه الاستمارة على عينة قوامها ٤٠ مفردة (١٠% من حجم العينة الكلية) للتعرف على مدى صلاحية الاستمارة للتطبيق النهائي بالإضافة إلى عرضها على مجموعة من المحكمين من أساتذة الإعلام وثقافة الأطفال للتأكد من صدق الاستمارة وصلاحيتها للتطبيق ومن خلال تعديلات المحكمين وملاحظتهم قام الباحث بإجراء التعديلات على الاستمارة متمثلة في:

١. استبدال بعض المصطلحات محل الأخرى.

٢. إلغاء بعض الأسئلة من الاستمارة

٣. إعادة ترتيب بعض الأسئلة

٤. إعادة صياغة بعض أسئلة الاستمارة.

٥. وضع الاستمارة في شكلها النهائي: بعد إجراء التعديلات اللازمة تم إعداد الاستمارة في شكلها النهائي لتصبح بعد ذلك جاهزة للتطبيق على عينة الدراسة من شباب الجامعات في محافظه القاهرة وأكاديميه أخبار اليوم أكتوبر.

اختبار الثبات:

١. حساب الثبات: طبقاً لطريقة هوليستي، يعني الثبات قياس استقلالية المعلومات عن أدوات القياس نفسها، بمعنى توافر الظروف والوحدات التحليلية والعينة الزمنية نفسها، ومن الضروري الحصول على المعلومات نفسها في حالة إعادة البحث التحليلي مهما اختلف القائمون في التحليل، أو تغير التوقيت الذي تتم فيه عملية البحث. وتم استخدام الثبات بالاعتماد على أسلوبي:

أ. الأسلوب الأول: الاتساق بين محللين، ويعني توصل محللان يعملان

نسبة من لا يحرصون على متابعة البرامج الحوارية مطلقاً ٨,٠% موزعة بين الذكور والإناث (١٠,٢%، ٥,١%).

وباستعراض النتائج السابقة يتبين لنا أن نسبة متابعة البرامج الحوارية دائماً بالنسبة للذكور جاءت أقل من نسبة متابعة الإناث لها، ونسبة متابعة البرامج الحوارية أحياناً بالنسبة للذكور جاءت أكبر من نسبة متابعة الإناث لها.

ويرى الباحث أن هذا يرجع ربما إلى عدم اعتماد الذكور من الشباب عينة الدراسة على هذه النوعية من البرامج بسبب الأحوال السياسية التي تعيشها البلاد في هذا الوقت وكثرة البرامج الحوارية التي تتناول العملية الانتخابية في القنوات الفضائية المصرية.

٢. نوعية القنوات الفضائية المصرية التي يحرص الباحثون على متابعتها: بلغت نسبة من يتابعون القنوات الحكومية بصفة عامة ١٤,٩%، موزعة بين الذكور والإناث (١٧,٨%، ١١,٤%)، وبلغت نسبة من يتابعون القنوات الخاصة بصفة عامة ٨٥,١%، موزعة بين الذكور والإناث (٨٢,٢%، ٨٨,٦%)، ويشير هذا أن نسبة متابعة القنوات الفضائية الخاصة أعلى من متابعة القنوات الحكومية.

تشير النتائج أن نسبة من يتابعون القنوات الحكومية من إجمالي مفردات عينة الدراسة بلغت ١٤,٩%، موزعة بين ١٧,٨% من إجمالي مفردات عينة الذكور، في مقابل ١١,٤%، من إجمالي مفردات عينة الإناث، وبلغت نسبة من يتابعون القنوات الخاصة من إجمالي مفردات عينة الدراسة ٨٥,١%، موزعة بين ٨٢,٢%، من إجمالي مفردات عينة الذكور، في مقابل ٨٨,٦% من إجمالي مفردات عينة الإناث.

ومن خلال عرض النتائج السابقة يتضح أن نسبة متابعة القنوات الفضائية الخاصة أعلى من متابعة القنوات الحكومية.

٣. القنوات الفضائية الأعلى متابعة أثناء إجراء العملية الانتخابية: جاءت تنازلياً بصفة عامة: CBC اكسترا، النهار، الحياة، دريم، ON TV، صدى البلد، المحور، الفضائية الأولى، Ten TV.

تشير النتائج إلى معرفة القنوات الفضائية الأعلى مشاهدة من قبل الباحثين أثناء العملية الانتخابية وفقاً للنوع، حيث جاءت في الترتيب الأول CBC اكسترا بنسبة بلغت ٤٤,٠% من إجمالي مفردات من يتابعون القنوات الفضائية من عينة الدراسة أثناء العملية الانتخابية، موزعة بين ٣٩,١% من إجمالي مفردات عينة الذكور، في مقابل ٥٠,٠% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتقارب النسبتان، حيث أن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة (Z) المحسوبة ١,٠٣٩، وهي أقل من القيمة الجدولية ١,٩٦ المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

٤. مدى مشاهدة البرامج الحوارية التي تقوم بتغطية العملية الانتخابية: بلغت نسبة من يهتمون دائماً ٣٨,٩% من إجمالي مفردات المتابعين، موزعة بين الذكور والإناث (٢٠,٣%، ٦١,٤%)، وبلغت نسبة من يهتمون أحياناً ٦١,١% من إجمالي مفردات المتابعين، موزعة بين الذكور والإناث (٧٩,٧%، ٣٨,٦%).

تشير النتائج أن نسبة من يهتمون دائماً من إجمالي مفردات من يتابعون البرامج الحوارية، حيث بلغت ٣٨,٩% من إجمالي مفردات المتابعين، موزعة بين ٢٠,٣% من إجمالي مفردات عينة الذكور، في مقابل ٦١,٤% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وبلغت نسبة من يهتمون أحياناً من إجمالي مفردات من يتابعون البرامج الحوارية، حيث بلغت ٦١,١% من إجمالي مفردات المتابعين، موزعة بين ٧٩,٧% من إجمالي مفردات عينة الذكور، في مقابل ٣٨,٦% من إجمالي مفردات عينة الإناث، بينما بلغت نسبة من لا يهتمون من إجمالي مفردات من يتابعون البرامج الحوارية، حيث بلغت ٣٠,٠% من إجمالي مفردات المتابعين، موزعة بين ٠,٠%، من إجمالي مفردات عينة الذكور، في مقابل ٠,٠% من إجمالي مفردات عينة الإناث.

وطبقت الدراسة على عينة قوامها ٨٤ حلقة من البرنامج عينة الدراسة خلال فترة الانتخابات البرلمانية لسنة ٢٠١٥ من ١٠ / ١ / ٢٠١٥ إلى ٣٠ / ١١ / ٢٠١٥، وتوصلت الدراسة التحليلية إلى النتائج التالية:

١. تم تحليل مضمون عدد ٤٢ حلقة بكل برنامج بنسبة متساوية ٥٠,٠% بإجمالي قدرة ٨٤ حلقة.

٢. جاءت الفقرات التي تم تحليل مضمونها ٣٩٤ فقرة توزعت بين البرنامجين عينة الدراسة على النحو التالي:

أ. الطريق إلى البرلمان ١٩٠ فقرة ومدتها الزمنية ٤٨٠٠ دقيقة.

ب. مصر تنتخب ٢٠٤ فقرة ومدتها الزمنية ٣٦٠٠ دقيقة.

٣. اللغة المستخدمة: أن معظم فقرات فقرات البرنامجين ٩٤,٧% تحديداً خلطت في اللغة المستخدمة بين الفصحى والعامية، وأن نسبة ضئيلة يستخدمون اللغة العامية واللغة الفصحى في هذا الشأن.

٤. موضوعات التغطية الانتخابية: جاءت أعلى عشر موضوعات تنازلياً كما يلي:

أ. حث الجماهير على المشاركة والتصويت.

ب. الدور المنتظر من البرلمان القادم.

ج. البرنامج الانتخابي للمرشحين والأحزاب أسباب الترشح.

د. دور الشباب في العملية الانتخابية وأهمية مشاركتهم.

هـ. دور مجلس الشعب كمؤسسة تشريعية ورقابية وأهميته.

و. ضوابط الدعاية والتمويل دون الإخلال بالقانون.

حيث ترتفع نسبة برنامج مصر تنتخب عن برنامج الطريق إلى البرلمان في الترتيب من الأول إلى السادس والترتيب الثامن والتاسع، بينما ترتفع نسبة برنامج الطريق إلى البرلمان عن برنامج مصر تنتخب في الترتيب السابع والعاشر والعاشر مكرر.

وجاءت باقي الموضوعات والقضايا بالبرنامجين عينة الدراسة بنسب أقل فأقل حيث لوحظ زيادة في أغلبها وينسب بسيطة ببرنامج مصر تنتخب عن برنامج الطريق إلى البرلمان.

اتجاه التغطية الإعلامية للانتخابات: ارتفعت نسبة اتجاه الإيجابية للتغطية الإعلامية للانتخابات البرلمانية بين فقرات البرنامجين عينة الدراسة، حيث وصلت إلى نسبة ١٠٠,٠% ببرنامج مصر تنتخب وإلى ٨٢,١% ببرنامج الطريق إلى البرلمان.

٥. مدى الحيادية تجاه المرشحين والأحزاب: ارتفعت نسبة اتجاه الحيادية إلى حد كبير تجاه المرشحين والأحزاب بين فقرات عينة الدراسة، حيث وصلت إلى ٩٥,٦% ببرنامج مصر تنتخب وإلى ٨٧,٩% ببرنامج الطريق إلى البرلمان.

٦. مسارات البرهنة: جاءت حسب ترتيبها تنازلياً بين البرنامجين كما يلي:

أ. الأدلة والشواهد والبراهين.

ب. عرض وجهات نظر مختلفة.

ج. عرض وجهة نظر واحدة.

د. استخدام إحصاءات.

هـ. تكرار الرسالة.

نتائج الدراسة الميدانية:

أجريت الدراسة الميدانية باستخدام صحيفة استقصاء، من خلال استمارة تضمنت فئاتها جميع أهداف وتساؤلات الدراسة، طبقت على عينة من شباب الجامعات قوامها ٤٠٠ من مشاهدي البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية بجامعة القاهرة وأكاديمية أخبار اليوم ٦ أكتوبر، وتوصلت الدراسة الميدانية إلى النتائج التالية:

١. مدى مشاهدة البرامج الحوارية بالفضائيات المصرية: بلغت نسبة من يتابعون البرامج الحوارية دائماً بصفة عامة ٣٩,٣%، موزعة بين الذكور والإناث (١٠,٢%، ٧٦,٦%)، وبلغت نسبة من يتابعون البرامج الحوارية أحياناً بصفة عامة ٥٢,٨%، موزعة بين الذكور والإناث (٧٩,٦%، ١٨,٣%)، بينما بلغت

٥٠,٠% أن هذا ربما يرجع إلى عزوفهم وعدم اهتمامهم بالانتخابات في ذلك الوقت كما أوضحت كافة وسائل الإعلام.

٩. مدى تقديم البرامج الحوارية للرؤية الواضحة حول العملية الانتخابية: بلغت نسبة من يرونها واضحة دائماً ٤٤,٨% موزعة بين الذكور والإناث ٢٨,٧%، ٦٤,٥%، وبلغت نسبة من يرونها واضحة أحياناً ٥٥,٢% موزعة بين الذكور والإناث (٧١,٣%، ٣٥,٥%).

تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق أن نسبة من يرونها واضحة دائماً من إجمالي مفردات من يتابعون البرامج الحوارية من إجمالي مفردات عينة الدراسة بلغت ٤٤,٨% موزعة بين ٢٨,٧% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٦٤,٥% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وبلغت نسبة من يرونها واضحة أحياناً من إجمالي مفردات من يتابعون البرامج الحوارية من إجمالي مفردات عينة الدراسة بلغت ٥٥,٢% موزعة بين ٧١,٣% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٣٥,٥% من إجمالي مفردات عينة الإناث، بينما بلغت نسبة من يرونها غير واضحة من إجمالي مفردات من يتابعون البرامج الحوارية من إجمالي مفردات عينة الدراسة بلغت ٥٥,٢% موزعة بين ٥٠,٠% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٥٠,٠% من إجمالي مفردات عينة الإناث.

١٠. درجة تحقيق برامج التوك شو على قنواتي CBC اكسترا، والأولى الفضائية من نجاح في تغطية العملية الانتخابية: بلغت نسبة من حققت نجاح بشكل كبير ٤٢,١% موزعة بين الذكور والإناث (٢٢,٣%، ٦٦,٣%)، وبلغت نسبة من حققت نجاح إلى حد ما ٥٧,٩% موزعة بين الذكور والإناث (٧٧,٧%، ٣٣,٧%).

تشير النتائج أن نسبة من حققت نجاح بشكل كبير من إجمالي مفردات من يتابعون البرامج الحوارية من إجمالي مفردات عينة الدراسة بلغت ٤٢,١% موزعة بين ٢٢,٣% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٦٦,٣% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وبلغت نسبة من حققت نجاح إلى حد ما من إجمالي مفردات من يتابعون البرامج الحوارية من إجمالي مفردات عينة الدراسة بلغت ٥٧,٩% موزعة بين ٧٧,٧% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٣٣,٧% من إجمالي مفردات عينة الإناث، بينما بلغت نسبة من لا يوجد لها تأثير من إجمالي مفردات من يتابعون البرامج الحوارية من إجمالي مفردات عينة الدراسة بلغت ٥٥,٢% موزعة بين ٥٠,٠% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل ٥٠,٠% من إجمالي مفردات عينة الإناث.

١١. درجة مصداقية كل من قناتي CBC اكسترا والأولى الفضائية من وجهة نظر المبحوثين: بلغت نسبة من يرون مصداقيتها مرتفعة ٣٤,٨% موزعة بين الذكور والإناث (١٨,٣١%، ٥٤,٨%)، وبلغت نسبة من يرونها مصداقيتها متوسطة ٤٠,٢% موزعة بين الذكور والإناث (٤٥,٠%، ٣٤,٣%)، وبلغت نسبة من يرونها مصداقيتها منخفضة ٢٥,٠% موزعة بين الذكور والإناث (٣٦,٦%، ١٠,٨%). كما تشير النتائج أن نسبة من يرون مصداقيتها مرتفعة من إجمالي مفردات من يتابعون البرامج الحوارية عينة الدراسة بلغت ٣٤,٨% موزعة بين ١٨,٣١% من إجمالي مفردات عينة الذكور، في مقابل ٥٤,٨% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وبلغت نسبة من يرونها مصداقيتها متوسطة من إجمالي مفردات من يتابعون البرامج الحوارية عينة الدراسة ٤٠,٢% موزعة بين ٤٥,٠% من إجمالي مفردات عينة الذكور، في مقابل ٣٤,٣% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وأن نسبة من يرونها مصداقيتها منخفضة من إجمالي من يتابعون البرامج الحوارية عينة الدراسة ٢٥,٠% موزعة بين ٣٦,٦% من إجمالي مفردات عينة الذكور، في مقابل ١٠,٨% من إجمالي مفردات عينة الإناث.

التوصيات:

١. ضرورة استخدام التغطية التلفزيونية في نشر ثقافة أهميه المشاركة في العملية

٥. درجة مشاركة المبحوثين في البرامج الحوارية: بلغت نسبة من يتابعون دائماً ١٢,٠% موزعة بين الذكور والإناث (٨,٤%، ١٦,٣%)، وبلغت نسبة من يشاركون أحياناً ٨٨,٠% موزعة بين الذكور والإناث (٩١,٦%، ٨٣,٧%).

تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق أن نسبة من يشاركون دائماً من إجمالي مفردات من إجمالي مفردات عينة الدراسة، حيث بلغت ١٢,٠% موزعة، بين ٨,٤% من إجمالي مفردات عينة الذكور، في مقابل ١٦,٣% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وبلغت نسبة من يشاركون أحياناً إجمالي مفردات من يتابعون البرامج الحوارية من إجمالي مفردات عينة الدراسة ٨٨,٠% موزعة، بين ٩١,٦% من إجمالي مفردات عينة الذكور، في مقابل ٨٣,٧% من إجمالي مفردات عينة الإناث.

وباستعراض النتائج السابقة يتبين لنا أن درجة مشاركة الإناث في البرامج الحوارية أعلى من درجة مشاركة الذكور. ويرى الباحث أن هذا يرجع ربما إلى أن الإناث تأثروا أكثر من الذكور من متابعة البرامج الحوارية التي تتناول العملية الانتخابية في القنوات الفضائية المصرية، ويتوافق هذا مع مدى متابعة الذكور والإناث تلك النوعية من البرامج.

٦. صورة المشاركة في البرامج الحوارية: جاءت على الترتيب بين فئتي الدراسة Facebook، الاتصال المباشر، الرسائل SMS، الإيميل بنسب ٧٨,٥%، ١٥,٢%، ٤,٩%، ٤,٦% على الترتيب حيث ارتفعت نسبة Facebook وبفارق كبير وباستعراض النتائج السابقة يتبين لنا أن أعلى صور المشاركة كانت فيس بوك Facebook حيث تزيد نسبة الذكور عن الإناث، ثم الاتصال المباشر حيث تزيد نسبة الإناث عن الذكور، ثم الإيميل والرسائل SMS حيث تقارب نسبتهما. ويرى الباحث أن زيادة نسبة الإناث عن الذكور في المشاركة عن طريق الاتصال المباشر يتوافق مع مدى المتابعة والمشاركة دائماً للناث للبرامج الحوارية التي تتناول العملية الانتخابية في القنوات الفضائية المصرية.

٧. أسباب مشاركة المبحوثين في البرامج الحوارية التي تغطي العملية الانتخابية: في الترتيب الأول معرفة بيانات ومعلومات عن صورة المرشح بنسبة ٢٥,٠%، وفي الترتيب الثاني إيداء رأى تجاه ما يحدث في العملية الانتخابية، بنسبة ٢١,٥%، وفي الترتيب الثالث متابعة التغطية التلفزيونية للعملية الانتخابية بنسبة ٢٠,٧%، وفي الترتيب الرابع تكوين رؤية واضحة عن الانتخابات البرلمانية بنسبة ٢٠,٤%، وفي الترتيب الخامس الحصول على المعلومات في معرفة اللجنة الانتخابية بنسبة ١٩,٣%، وفي الترتيب السادس الحصول على المعلومات في كيفية التصويت بنسبة ١٨,٥%. وباستعراض النتائج السابقة يتبين لنا عدم وجود فارق ذو دلالة معنوية بين نسبتي الذكور والإناث في كافة الأسباب.

ويرى الباحث أن معرفة بيانات ومعلومات عن صورة المرشح، إيداء رأى واضح ومحدد تجاه ما يحدث في العملية الانتخابية هما من أهم أسباب المتابعة والمشاركة في البرامج الحوارية التي تغطي العملية الانتخابية، حيث من الممكن على الناخب معرفة كيفية التصويت والأسباب الأخرى من وسائل أخرى غير البرامج الحوارية.

٨. الصورة العامة للانتخابات البرلمانية كما يراها المبحوثين من خلال البرامج الحوارية على قناتي CBC اكسترا، والأولى الفضائية: بلغت نسبة من يرونها واقعية ١٥,٥% موزعة بين الذكور والإناث (١٦,٣%، ١٤,٥%)، وبلغت نسبة من يرونها متوازنة ٣٤,٥% موزعة بين الذكور والإناث (١٥,٥%، ٣٨,٠%)، بينما بلغت نسبة من يرونها غير واضحة ٥٠,٠% موزعة بين الذكور والإناث (٤٧,٦%، ٥٢,٠%).

وباستعراض النتائج السابقة يتبين لنا أن الصورة جاءت واقعية ومتوازنة بنسبة ٥٠,٠%، وجاءت غير واضحة بنسبة ٥٠,٠%.

ويرى الباحث أن الشباب عينة الدراسة رأوا الصورة العامة للانتخابات من خلال البرامج الحوارية على قناتي CBC والأولى الفضائية غير واضحة بنسبة

- منشورة جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، ٢٠١٥.
١٠. راضى رشيد حسن، اتجاهات البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العراقية، مجلة كلية التربية، العدد العاشر متاح على www.appvy.com.
١١. رباب عبدالرحمن هاشم، أبعاد المسؤولية المهنية والأخلاقية لبرامج الحوار التلفزيونية بالقنوات الحكومية والخاصة في تغطية انتخابات الرئاسة المصرية ٢٠١٢، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، العدد الثاني والأربعون، جامعة القاهرة: كلية الإعلام، أكتوبر- ديسمبر ٢٠١٢.
١٢. سارة محمد إبراهيم طة، دور البرامج الحوارية التلفزيونية في تشكيل الميول السياسية لدى عينة من المراهقين، رسالة ماجستير غير منشورة جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة، ٢٠١٣.
١٣. السيد لطفى حسن زايد. إدراك شباب الجامعات لصورة مصر التي تعكسها البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية العربية، رسالة ماجستير غير منشورة جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا والطفولة، قسم الإعلام وثقافة الطفل، ٢٠١٢.
١٤. عادل عبدالرازق ضي، تقييم الجمهور المصرى للحملات الانتخابية لمرشحي الرئاسة المصرية وتغطيتها الإعلامية سبتمبر ٢٠٠٥، القاهرة، جامعة الأزهر، **مجلة البحوث الإعلامية**، العدد ٢٦، أكتوبر ٢٠٠٦.
١٥. عادل عبدلغار، ديمقراطية الإعلام كما تعكسها البرامج الحوارية الجماهيرية Talk Show بالقنوات التلفزيونية المصرية الحكومية والخاصة، بحث مقدم في المؤتمر العلمي الرابع لسبعة علوم الإعلام: وسائل الإعلام الجديدة وأفاق المستقبل في الفترة من ٢٠-٢١ مايو، ٢٠٠٨.
١٦. عبدالله التركماني، التنمية المستدامة، والأمن الإنسانى فى العالم العربى بحث مرجعي، المنتدى الثالث لشباب الإسكندرية، مكتبة الإسكندرية، ٢٠٠٨.
١٧. محيب أحمد حازم الشميرى، دور برامج الرأى فى الفضائيات الإخبارية العربية فى تدعيم المشاركة السياسية لدى طلاب الجامعات اليمنية ، رسالة دكتوراه غير منشورة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، ٢٠١١.
١٨. محجوب محمد صالح، الطريق إلى انتخابات حرة نزيهة، الخرطوم، مؤسسة فريدريش أيبيرت، ٢٠٠٧.
١٩. محمد أحمد هاشم، حسن نيازى الصيف، دور الانترنت فى تشكيل اتجاهات وسلوكيات الشباب الجامعى نحو مرشحي انتخابات الرئاسة المصرية ٢٠١٢، دراسة ميدانية، المؤتمر العلمى الدولى الثامن عشر، جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ٢٠١٢.
٢٠. محمد أحمد هاشم، حسن نيازى الصيف، دور الانترنت فى تشكيل اتجاهات وسلوكيات الشباب الجامعى نحو مرشحي انتخابات الرئاسة المصرية ٢٠١٢، دراسة ميدانية، المؤتمر العلمى الدولى الثامن عشر، جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ٢٠١٢.
٢١. محمد منير حجاب، إدارة الحملات الانتخابية طريقك للفوز فى الانتخابات القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠٠٧.
٢٢. محمود مصطفى محمود الجمل، العوامل المؤثرة على ترتيب أولويات القائم بالاتصال فى البرامج الحوارية وعلاقتها باتجاهات الشباب الجامعى نحوها، رسالة دكتوراه غير منشورة جامعة المنصورة: كلية التربية النوعية: قسم الإعلام التربوى، ٢٠١٤.
٢٣. نهى عاطف العبد، العلاقة بين مستويات التعرض للبرامج الحوارية فى الفضائية العربية ومستويات معرفة الرأى العام بقضايا الإصلاح السياسى، المؤتمر الاعلامى الدولى الخامس عشر، ج ١، جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ٢٠٠٩، ص ٧٢٩-٨٠٢.

24. Cao, Xiaoxia. Hearing It From Jon Stewart: The Impact Of Daily Show On Public Attentiveness To Politices, IN: **International Journal**

- الانتخابية بين الجمهور بشكل عام وشباب الجامعات بشكل خاص كجمهور مستهدف هام يمثل العمود الفقري للمجتمع.
٢. أهميه تفعيل دور وسائل الإعلام بالفضائيات المصرية فى التأثير على اتجاهات الشباب وتوجيه رسائل موجهة إليهم بضرورة الانخراط بالعملية الانتخابية.
٣. أهميه إعداد برامج حوارية إرشادية للمرشحين السياسيين بالأحزاب المصرية لبيان دور كلا من الناخب والمرشح والتأكيد عليها.
٤. تفعيل دور التغطية التلفزيونية كمرآة تعكس مشكلات المجتمع وآراء الشباب تعد ترجمه للسياسات التى تنبغى أن تكون عليها والارتقاء بنظام الاجتماعى والسياسى ككل.
٥. زيادة مساحات حرية التعبير فى الخريطة البرامجية لبرامج الرأى للشباب فى التلفزيون والفضائيات المصرية وعرض آرائهم على موائد صناعات القرار.
٦. تفعيل دور الشباب فى انتخابات الإدارة المحلية ونشرها عبر وسائل الإعلام وإعداد كوادر شبابيه سياسيا.
٧. العمل على توحيد لغة الحوار فى البرامج الحوارية بهدف توحيد الصف ونبذ روح الانقسام.

دراسات مستقبلية:

١. رصد علاقة وسائل الإعلام بالشباب بصفه عامه وخاصة بالجامعات.
٢. دراسات حول حقوق الشباب السياسية ودعم جدار الثقة بينهم وبين القيادة السياسية.
٣. إتاحة فرص حرية التعبير عن آرائهم السياسية للشباب فى البرامج الحوارية فى مواجهه مع المسؤولين عن القضايا المختلفة ووضع آرائهم محل دراسة واهتمام.

المراجع:

١. إبراهيم سعيد عبدالكريم، دور وسائل الإعلام فى تنمية الوعي بالمشاركة السياسية لدى طالبات الجامعة، **مجلة البحوث الإعلامية**، العدد ٢٧، جامعة الأزهر، يناير ٢٠٠٧
٢. أحمد أحمد عثمان، دور البرامج الحوارية بالتلفزيون المصرى فى بث قيم العدالة الاجتماعيه لدى الشباب، رسالة دكتوراه غير منشورة جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، ٢٠١٥.
٣. صلاح الدين محمود، الأساليب الإحصائية فى تحليل بيانات البحوث النفسية والتربوية، القاهرة، دار الفكر العربى ١٩٩٣.
٤. محمود السيد ابوالليل، الإحصاء النفسى الاجتماعى والتربوى، بيروت: دار النهضة العربية.
٥. إكرام محمود سيد عبدالرازق، معالجة المدونات ومجموعات الفيس بوك لحملتى الانتخابات البرلمانية والرئاسية المصرية، دراسة تحليلية مقارنة على عينة من المدونات السياسية ومجموعات الفيس بوك خلال عامى ٢٠١١-٢٠١٢، رسالة ماجستير غير منشورة جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الصحافة، ٢٠١٣.
٦. انجى طه سيف النصر، توظيف الأحزاب المصرية للتلفزيون والانترنت فى الحملات الانتخابية واتجاهات الجمهور نحوها، رسالة ماجستير غير منشورة جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، ٢٠١٣.
٧. أميرة عبدالرحمن عبدالمتجلى، القيم الاجتماعية بالبرامج الحوارية فى الفضائيات المصرية وعلاقتها بمنظومة القيم لدى الشباب الجامعى، رسالة ماجستير غير منشورة جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا والطفولة، قسم الإعلام وثقافة الطفل، ٢٠١١.
٨. بركات عبدالعزيز، التلفزيون كمصدر لمعرفة المغتربين المصريين بأخبار الانتخابات فى مصر، دراسة ميدانية على عينة من المصريين المقيمين بدولة الكويت، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، العدد ١٥، ٢٠٠٢.
٩. راجية إبراهيم عوض، دور البرامج الحوارية فى الفضائيات المصرية الخاصة فى ترتيب أولويات قضايا المواطنة لدى الشباب المصرى، رسالة ماجستير غير منشورة جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، ٢٠١٥.

- Of **Public Opinion Research**, Vol. 22, No. 1, 2010, Pp26- 46.
25. Davide Calenda, Lorenzo Mosca. The Political use of The Internet: Some Insight From Two Surveys of Itlian Students; **Information, Communication& Society**. Vol 10, Issue 1, 2007. [/ 29- 47
26. Jackson, Marie. The Late Night Presidential Strategy: A Historical Review Of The First 40 Years Of Presidential Campaign Use Of Late-Night Talk Show appearances, Published **Phd**. The University of Utah: Department Of Communication, 2010.
27. Richard Nieni, Micheal J. Hanmer. Voter Turnout Among College Students: New Data and a Rethinking of Traditional Theories, **Social Science Quarterly**, Blackwell Publishing, United Kingdom, Vol 91, No 2, 2010. p301- 323.
28. Sakr, Naomi. Social Media, Television Talk Shows, and Political Change In Egypt. IN: **Television& New Media**, Vol. 14 No. 4.2012 Pp.322- 337 Available At: <http://www.academia.edu/5291141/Social-Media-Television-Talk-Shows-and-Political-Change-in-Egypt>.
29. Terri Mannarini, Monica Legittimo, Cosimo Talo. Determinants of Social and Political Participation Among Youth: Apreliminaey Study: **Psicologia Political**; Vol 36; University of Salento, Italia, 2008, p.95- 117.
30. Yan, Xiaoping, TV Talk Show Therapy As Adistinct Genre Of Discourse. IN: **Discourse Studies**, Vol.10, No.4, August 2008. Pp469- 491.

تقنيات الإخراج المستخدمة بالبرامج السياسية بالقنوات الفضائية المصرية والموجهة - دراسة تحليلية

أ.د. إبراهيم إبراهيم أحمد، أستاذ العلوم التربوية والنفسية، عميد كلية التربية النوعية، جامعة المنصورة
 أ.د. أحمد حسين محمد حسن، أستاذ الإعلام التربوي المساعد، رئيس قسم الإعلام التربوي السابق بكلية التربية النوعية، جامعة المنصورة
 د. سماح محمد الزمرى هيكل، مدرس الإذاعة والتلفزيون التعليمي بقسم الإعلام التربوي بكلية التربية النوعية، جامعة المنصورة
 أبة صلاح السيد أحمد

ملخص

الهدف: هدفت الدراسة إلى التعرف على تقنيات الإخراج التلفزيوني المستخدمة بالبرامج السياسية بالقنوات الفضائية المصرية والموجهة باللغة العربية، ورصد القضايا السياسية المثارة بالبرامج السياسية المذاعة على قنوات (CBC، الحرة، العالم، روسيا اليوم)، كما هدفت أيضاً إلى التعرف على الأساليب المثبتة في معالجة البرامج السياسية بقنوات الدراسة في استخدامها لتقنيات الإخراج التلفزيوني، كيفية معالجة القضايا السياسية المصرية والعربية.

المنهج والعينة: تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية واعتمدت على منهج المسح بالعينة، كما تم الاعتماد على تحليل المضمون وذلك بتحليل عدد ١٦٦ حلقة من حلقات البرامج السياسية بكل من قناة CBC المصرية، وكل من قناة (العالم الإيرانية، الحرة الأمريكية، روسيا اليوم الروسية)، وهذه البرامج على التوالي (هنا العاصمة، تحت الضوء، حوار القاهرة، حديث اليوم)، لمدة دورة تلفزيونية كاملة بالاعتماد على أسلوب الحصر الإعلامي لكل حلقات برامج الدراسة المذاعة خلال ثلاث شهور مع استثناء الحلقات ذات المضمون الغير سياسي.

النتائج: توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج من أهمها تفوق القنوات المصرية في مجال استخدام تقنيات الإخراج التلفزيوني حيث جاء برنامج هنا العاصمة في المرتبة الأولى من حيث التنوع في الاعتماد على قوالب فنية متعددة بنسبة ٦٩,٦%، يليه في المرتبة الثانية برنامج تحت الضوء بنسبة ٢٣,٩%، ثم في المرتبة الثالثة برنامج حديث اليوم بنسبة ٥,٤%، ثم في المرتبة الرابعة برنامج حوار القاهرة بنسبة ١,١%، والتنوع في استخدام وسائل الإبراز في عرض القضايا بنسبة ٦١,٦%، فقد كان البرنامج الأكثر ثراء بالعديد من عناصر الإبراز وهو ما يتناسب مع التنوع الملحوظ في أشكال التقديم به وكذلك تنوع القوالب البرمجية، يليه برنامج تحت الضوء بنسبة ٣٦,٣%، ثم برنامج حوار القاهرة بنسبة ١,١%، ثم برنامج حديث اليوم الذي لم يعتمد مطلقاً على وسائل الإبراز في عرض القضايا، كما تفوق أيضاً من حيث التنوع في استخدام أحجام اللقطات والزوايا، كما توصلت إلى الاختلاف بين القنوات عينة الدراسة في أساليب معالجة القضايا السياسية المثارة، كما أوضحت الاختلاف في طرق إدارة مقدمو البرامج بحلقات الدراسة باختلاف الدولة البائنة للقناة الأجنبية الموجهة باللغة العربية.

The production techniques used in political programs broadcasting in Egyptian and directional channeles

Aim: The study aimed to recognize the used television techniques in political programs which are broadcasted in Egyptian and directional channels in arabic. It aimed also to identify, the debated political issues in political programs that in CBC, Al. Hurra, Al- Alam and Russia today channels. It also aimed to identify the used methods in treating political issues in political programs in the study sample, in addition to comparing between these channels in terms of using television Egyptian political issues.

Methodology& Sample: This study is based on descriptive method by using media survey and media content analysis by analyzing 166 of political programs in Iran's Al- Alam, American, Al- Hurra, and Russian, Russia today channels, these programs are (Hona Alasema, Taht Aldoa, Hekar Alkahera and Hades Alyoum) using media exclusive for three months except not political episodes.

Results: The main results of the study were the superiority of the Egyptian channels in using television directions techniques as Hona Al- Aasema came in the first arrangement in terms of variety of depending on several media shapes with 69.6%, after that the program of Taht Aldoa with 23.9%, then the program of Hades Alyoum with 5.4%, then the program of Hekar Alkahera with 1.1%. And using illustration ways in presenting issues with 61.6%, this program was richer by many of the elements of highlights which is commensurate with the remarkable diversity in forms of its presentation as well as the diversity of media shapes, after that Taht Aldoa with 36.3%, then Hekar Alkahera with 1.1%. And the variety of the volumes of angles and shots also. It also found the difference between the study sample channels in treating debated political issues was the difference between the original broadcasting countries directed these forgone channels which are broadcasting in Arabic language.

منها تحاول فرض هيمنتها من خلال الإعلام الموجه إلى المنطقة العربية) وكل من البرامج التالية بكل قناة على التوالي (حوار القاهرة، تحت الضوء، حديث اليوم) باعتبارها البرامج ذات المحتوى السياسي والأكثر تركيزاً على القضايا السياسية المحلية بصفة عامة والعربية على وجه العموم.

هذا وبناء على نتائج الدراسات السابقة التي اطّلت عليها الباحثة وبناء على نتائج الدراسة الاستطلاعية، يمكن تحديد مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيسى التالي "ما تقنيات الإخراج التلفزيونى المستخدمة بالبرامج السياسية بالقنوات الفضائية المصرية والموجهة".

أهمية الدراسة:

١. تأتي أهمية الدراسة من أهمية الموضوع، حيث فرضت الأحداث السياسية نفسها على الساحة الإعلامية وخصصت وسائل الإعلام مساحات زمنية واسعة لمعالجتها مستخدمة في ذلك كل ما يتاح من عناصر الإخراج التلفزيونى، بالإضافة إلى أهمية الفترة الحالية؛ باعتبارها فترة حرجة، تمثلت بالكثير من التحولات السياسية والصراعات التي تؤثر على مستقبل مصر والمنطقة العربية بأكملها.

٢. ندرة الدراسات العربية التي تناولت تقنيات الإخراج التلفزيونى في حدود علم الباحثة.

٣. قد تفيد الدراسة الدارسين والباحثين في مجال الإخراج التلفزيونى، كما قد تفيد القائم بالاتصال والعاملين بقطاع الإذاعة والتلفزيون.

٤. قد تفيد الدراسة أيضا المشاهد المصرى والعربى من خلال معرفته بالصراعات الإعلامية عبر أثير القنوات الفضائية واستخدامها لعناصر الإخراج التلفزيونى من أجل التأثير على قناعاته ومن ثم سلوكياته نحو القضايا السياسية المثارة.

أهداف الدراسة:

تسعى الدراسة إلى التحقق من الأهداف التالية:

١. التعرف على تقنيات الإخراج التلفزيونى المستخدمة بالبرامج السياسية بالقنوات الفضائية المصرية والموجهة باللغة العربية.
٢. رصد القضايا السياسية المثارة بالبرامج السياسية المذاعة على قنوات (CBC)، الحرة، العالم، روسيا اليوم).
٣. التعرف على الأساليب المتبعة في معالجة القضايا السياسية بالبرامج السياسية بقنوات (CBC)، الحرة، العالم، روسيا اليوم).
٤. المقارنة بين قنوات (CBC)، الحرة، العالم، روسيا اليوم) في استخدامها لتقنيات الإخراج التلفزيونى، كيفية معالجة القضايا السياسية المصرية والعربية.

الدراسات السابقة:

١. دراسة إسلام فتحى السيد (٢٠١٦): هدفت إلى التعرف على التوظيف الدلالي للعناصر الإخراجية المختلفة لبناء اللفظة والمشهد فى الإنتاج السينمائي، ومدى تأثير دلالات الإخراج المختلفة وتكوين الصورة فى الأفلام الأجنبية على ثقافة المجتمع، ودراسة ثقافة الصورة المرئية وخصائصها ومحتوى الشكل كإحدى الوحدات الرمزية الأساسية فى لغة والتلفزيون. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفى باستخدام أسلوب المسح الإعلامى، وتوصلت إلى العديد من النتائج أهمها اشتراك الأفلام الأجنبية فى استخدام وسائل الجذب والإبهار وإظهار جماليات الصورة عن طريق التكنولوجيا الحديثة التى من خلالها يستطيع الإخراج تحقيق أعلى مستوى من الجودة والإبهار وخاصة باستخدام المؤثرات المرئية لتحقيق جذب الاهتمام، عن طريق حركات الكاميرا والتنوع الدائم فى أحجام اللقطات والألوان والإضاءة المبهرة.

٢. دراسة ريهان محمد أحمد (٢٠١٥): هدفت إلى دراسة العناصر الإخراجية المستخدمة فى البرامج السياسية الساخرة المعروضة بالقنوات الفضائية، كما هدفت إلى الكشف عن القدرات الإبداعية لدى المخرج (الحساسية، الطلاقة، الأصالة، المرونة)، ودراسة تأثير استخدام تكنولوجيا المؤثرات البصرية على

تعد تقنيات الإخراج التلفزيونى من أهم الأدوات التى يمكن استخدامها من قبل المخرج لإحداث تأثيرات معينة بالاعتماد على الصوت، والصورة والكاميرا، والإضاءة، والكلمة، والمؤثرات وغيرها من التقنيات؛ بالإضافة إلى أساليب الخطاب الإعلامى والدعائى، بما يتفق مع السياسة التحريرية والتوجهات السياسية للقائم بالاتصال لإحداث التأثيرات المطلوبة.

فمن المفترض أن هناك لغة أخرى بالإضافة إلى لغة التعبير الكلامى، لا بد وأن تؤخذ بعين الاعتبار فى مجال العمل الإعلامى؛ ألا وهى لغة مفردات وعناصر الإخراج التلفزيونى والمتمثلة فى (لغة الصورة من الكاميرا وحركاتها وزواياها- اللقطات وأنواعها- الإضاءة وألوانها، لغة الصوت وما به من مؤثرات وأصوات طبيعية وصناعية- الميكروفونات وما تضيقه من تأثيرات، بالإضافة إلى المكملات من الديكور- الملابس- المكياج- لغة الجسد) لما لهذه المفردات من دور مؤثر فى توجيه الرسالة الإعلامية للجمهور، والتأثير على الرأى العام، أو لجذب جمهور المشاهدين فى ظل الصراع القائم بين وسائل الإعلام بشقيها؛ التقليدى والحديث، باعتبارها لغة مستقلة لها قواعدها التى تحكمها وتخص بها.

ذلك بالإضافة إلى تزايد الدور السياسى لوسائل الإعلام، خاصة البرامج السياسية بالقنوات الفضائية الموجهة منها والمصرية على حد سواء، حيث لم يقتصر الأمر فقط على القنوات المصرية، بل إن وسائل الإعلام الأجنبية الناطقة بالعربية قد ظلت تعمل على صناعة وتوجيه الرأى العام العربى عبر تأسيس قنوات إعلامية لخدمة مصالحها فى المنطقة العربية معتمدة فى ذلك على وسائل إعلامية جديدة ممنهجة تتلون فيها الأخبار والموضوعات الخاصة بالقضايا العربية تبعا للقناة التى تبثها نظرا لاختلاف التوجهات السياسية والإعلامية للدول التى تبث منها هذه القنوات، وبالتالي تصبح المقارنة بين هذه القنوات المختلفة للتوجهات أمرا ذا دلالة إعلامية، ومجالا للبحث والوقوف على أوجه الاختلاف والاتفاق بين هذه القنوات فى كيفية تطويع مفردات وتقنيات الإخراج التلفزيونى فى معالجة القضايا السياسية المصرية والعربية.

مشكلة الدراسة:

لقد شهدت المنطقة العربية فى الآونة الأخيرة العديد من الصراعات والأحداث السياسية، ومن خلال متابعة الباحثة للمحتوى السياسى بالبرامج التلفزيونية بالقنوات الفضائية، الذى تناولته وسائل الإعلام بالقنوات الفضائية المختلفة محليا وعربيا ودوليا بقدر كبير من الأهمية، ولا شك فى أن القائم بالاتصال فى هذه القنوات يسعى بالضرورة إلى التأثير فى الرأى العام من خلال برنامجه أو رسالته الإعلامية مستخدما فى ذلك كل ما يتاح له من وسائل التأثير فيما يمكن تسميته بتقنيات الإخراج التلفزيونى، ومن ثم محاولة تحليل لتقنيات الإخراج التلفزيونى، والتى يمكن استخدامها كأدوات يمكن التحكم بها؛ وذلك من أجل التأثير على الرأى العام فى قبول فضائيا معينة، وتوجيه الجمهور نحو هذه القضايا، حتى وإن كان هذا المضمون سيئا، بالإضافة إلى وجود قنوات موجهة ناطقة باللغة العربية ودورها فى تشكيل وتوجيه الرأى العام المصرى، بما يخدم مصالح وتوجهات أصحاب هذه القنوات لإحداث التأثيرات المرجوة، معتمدة فى ذلك على التطور الهائل فى مجالات التكنولوجيا والاتصال واستخدام وسائل الإعلام؛ لتحقيق مكاسب إيديولوجية وسياسية.

تم عمل دراسة استطلاعية على عينة من الشباب الجامعى بواقع ٤٠ مفردة لتحديد القنوات المصرية الأكثر مشاهدة، وأوضحت نتائج الدراسة الاستطلاعية حصول قناة CBC على أعلى نسبة مشاهدة بنسبة ٤٧,٣%، ووقع الاختيار على برنامج هنا العاصمة باعتباره البرنامج السياسى الأول بهذه القناة حيث أنه برنامج سياسى متخصص تصل فيه مدة عرض الحلقة الواحدة لأكثر من ثلاث ساعات وينفرد بنقل ومناقشة جميع القضايا السياسية الهامة ويأتى بعده كل من برنامج لازم نفهم وبرنامج ممكن، أما عن القنوات الأجنبية الموجهة بالعربية تم اختيار كل من قناة (الحرّة الأمريكية، العالم الإيرانية، روسيا اليوم الروسية) لما تمثله هذه القنوات من التوجهات الثلاث للأقطاب الدولية الكبرى والمؤثرة فى الشرق الأوسط، كما أن كل

أدخلت على عدسات الكاميرات التلفزيونية الرقمية عالية الجودة، قد أتاحت الرؤية وتحديد حجم اللقطات دون حدوث اهتزاز للصورة، بالإضافة إلى أن تقنيات الإضاءة الحديثة المختلفة بالبرامج المساعدة للمونتاج أضافت إمكانية تسليط إضاءة على جزء مجرد من اللقطة أو المشهد الذي نرغب في إضاءته لكي يظهر كما لو كان مضاء بواسطة الإضاءة التقليدية.

٧. دراسة حسين على حسن (٢٠١١): هدفت إلى تناول تقنيات الإخراج التلفزيوني للمسرح بين مصر والكويت في النصف الثاني من القرن العشرين كدراسة تطبيقية حيث سعت إلى تناول تقنيات الإخراج بين المسرح والتلفزيون وتطورهما خلال النصف الثاني من القرن العشرين، وتقنيات الإخراج المسرحي والتلفزيوني ونقاط الاتفاق والاختلاف بينهما، كما تناولت تجربة الإخراج التلفزيوني لعروض المسرح التلفزيوني في مصر من خلال مدخل نظري حول توظيف شاشة السينما في العروض المسرحية، اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي من خلال عرض مجموعة من النصوص المسرحية التي تمت معالجتها تلفزيونياً باستخدام تقنيات الإخراج التلفزيوني للعروض المسرحية على مدار النصف الثاني من القرن العشرين في دولتي مصر والكويت.

٨. دراسة سارة شوقي عبدالستار (٢٠١٠): هدفت إلى التعرف على شكل التقارير الإخبارية في كل من قنوات الجزيرة والنيل الإخبارية والحررة والعربية، من حيث حجم اللقطات وسرعتها وحركة الكاميرا وزواياها والمؤثرات البصرية والصوتية المستخدمة، وقياس حجم استخدام القنوات الأربع للأسلوب المثير أو الأسلوب التقريبي في عرض تقاريرها الإخبارية. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي من خلال أسلوب المسح الإعلامي، كما اعتمدت على تحليل التقارير الإخبارية بال نشرات الإخبارية بقنوات (الجزيرة، الحررة، العربية). وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج من أهمها؛ أن استخدام العناصر الفنية والتحريرية المرتبطة بها تبرز اتجاه كل قناة بصورة واضحة حيث اهتمت قناة النيل الإخبارية بالعناصر الفنية لإبراز أخبار الحكومة المصرية، كما اهتمت بالتركيز على المضامين الإيجابية مثل السلام والاستقرار والتطور، ميل قناة الجزيرة إلى أخبار الصراعات والحروب، وتستخدم العناصر الفنية في إظهار السلبية في التقارير الخاصة بها، أما قناة الحررة فقد اهتمت بالأخبار السياسية الخالية من الصراعات، فيما كان التركيز على الجانب الإنساني واستخدام العناصر الفنية التي تزيد من نسبة الإثارة والتأثير العاطفي على الجمهور أكثر بقناة العربية.

٩. دراسة ريم إسماعيل عبود (٢٠٠٨): هدفت إلى تحديد أثر التقنيات الحديثة المستخدمة في تقديم وعرض البرامج والنشرات الإخبارية في القنوات العربية على مستوى معرفة الجمهور المصري والسوري حول الأحداث الجارية، والتعرف على العلاقة بين التقنيات المستخدمة ومستوى معرفة الجمهور بالأحداث الجارية. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي باستخدام أسلوب المسح الإعلامي، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أهمها؛ تنوع أشكال تقديم الخبر التي استخدمتها كل من قناتي الجزيرة والعربية حيث جاء في مقدمة هذه الأشكال تقديم الخبر عن طريق مذيع مع تقارير المراسلين، يليه تقديم الخبر عن طريق مذيع مع مادة فيلمية حية، ثم وجود ضيف في الأستوديو فقط للمرتبة الأخيرة، تفوقت قناة الجزيرة من حيث تنوع استخدام أشكال تقديم الأخبار كما جاء الاعتماد على المراسل كمصدر للأخبار ثم وكالات الأنباء ثم المصادر الخاصة بالقناة، أما التقنيات المستخدمة في نشرات الأخبار فقد كانت كالآتي (الكاميرا يليها جهاز عرض العناوين، العرض على لوحة الكروما، جهاز عرض الفيديو، تكنولوجيا الأقمار الصناعية المسجلة).

١٠. دراسة فيليب كبير (Philip Kipper 2000): هدفت إلى محاولة التعرف على الدور الذي تقوم به كاميرات التصوير التلفزيوني في زيادة معلومات المشاهدين وإدراكهم الحسي وتذكهم للخواص والتكوين المادي وذلك لما يظهر أمامهم في اللقطات المتحركة مقارنة باللقطات والمشاهد الثابتة، اعتمدت الدراسة على

المشاهدين، اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي باستخدام أسلوب المسح بالعينة، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أهمها؛ جاءت البرامج عينة الدراسة جميعها مسجلة وقام بتقديمها غير متخصصين وذكر جميعهم أي لا تقبل الإثبات على تقديم تلك النوعية من البرامج، كما جاءت جميع البرامج عينة الدراسة على قنوات خاصة وكلها من إنتاج خاص ولم يقدم ولا حتى برنامج واحد على التلفزيون المصري، بالإضافة إلى اعتماد البرامج على اللقطات المتنوعة.

٣. دراسة هاشم محمد هاشم (٢٠١٥): هدفت إلى التعرف على دور المونتاج السينمائي وتأثيره في إظهار فن العديد باستخدام قالبى العديد والتكرار، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي بدراسة نصوص من فن العديد بروية سينمائية عن طريق تطبيق أنواع المونتاج السينمائي حسب نظرية إيرنشتين على فن العديد، ودراسة العاملين الأساسيين الذين يؤثران في توظيف تقنية المونتاج داخل نصوص العوددة وهما قالب العديد والتكرار، وتوصلت الدراسة إلى أن دور المونتاج السينمائي في نصوص فن العديد ارتبط في الأساس بتتظيم إيقاع العوددة وترتيب تسلسل الأحداث داخل العوددة وذلك بهدف إبراز الشعور الحزين الذي يرغب المبدع الشعبي في إيصاله إلى المتلقى ويجعله يتأثر نفسياً بال قدر المناسب عن طريقة ترتيب اللقطات داخل النص، ويبرز لنا عند الكشف عن دور المونتاج السينمائي كتقنية فنية.

٤. دراسة محمد بشير أحمد محمد (٢٠١٣): هدفت إلى التعرف على تاريخ الإخراج التلفزيوني بصفة عامة والإخراج في تلفزيون السودان بصفة خاصة، والوقوف على تجربة إخراج الأخبار، ومعرفة مدى التزامها بالمعايير المهنية المنظمة لهذه المهنة، وقد استخدمت الدراسة المنهج التاريخي، كما اعتمدت على المنهج الوصفي والذي من خلاله تم وصف المعلومات المتعلقة بواقع إخراج الأخبار في تلفزيون السودان، ذلك بالإضافة إلى الاعتماد على الملاحظة بالمشاركة وتحليل المضمون والمقابلة لجمع المعلومات اللازمة للمادة البحثية، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أهمها عدم اتباع الأسس والمعايير المهنية لإنتاج الأخبار التلفزيونية في تلفزيون السودان مما أثر سلباً على عملية الإخراج.

٥. دراسة باسل أحمد ناصر (٢٠١٢): هدفت إلى معرفة مدى انعكاس الأساليب الإنتاجية الحديثة على مضمون الإنتاج وانعكاسها على القائم بالاتصال في القنوات اليمنية الحكومية والخاصة، كما تسعى لرصد القدرات والمهارات الخاصة التي يستطيع القائم بالاتصال تنفيذها باستخدام الأساليب الإنتاجية الحديثة، والتعرف على مدى قدرة القائم بالاتصال على الاستفادة من هذه الأساليب لخدمة أعمالهم، وأيضاً التعرف على درجة استجابة القائم بالاتصال لاستخدام تقنيات الإنتاج الحديثة، اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي باستخدام أسلوب المسح الإعلامي، وتم تطبيق الدراسة على عينة عديده من أفراد القائمين بالاتصال، كما طبقت على كل من قناة اليمن (قناة حكومية)، وقناة السعيدة (غير حكومية)، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج من أهمها أن الأساليب الحديثة قد أحدثت قفزة في إنتاج البرامج الإخبارية بما أدخلته من تقنيات بها وسائل لفت الانتباه والتشويق من خلال استخدام أجهزة بسيطة وسهلة الاستخدام توفر الوقت والجهد والتكلفة.

٦. دراسة محمد حامد محمد المقرئ (٢٠١٢): هدفت إلى استخلاص أهم مواصفات تقنيات الإنتاج التلفزيوني المتقدمة وإمكانية الاستفادة منها في إنتاج برامج سياحية هادفة ومؤثرة، والتعرف على التقنيات عالية الوضوح وتطورها، بالإضافة إلى تصميم البرامج السياحية في التلفزيون باستخدام التقنيات الحديثة من أجل تحقيق أعلى درجات جذب انتباه الجمهور، اتعمدت الدراسة على المنهج الوصفي باستخدام أسلوب المسح الإعلامي، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج من أهمها أن التقنيات الرقمية عالية الوضوح عبارة عن حلقة متكاملة الاستخدام في كل مراحل إنتاج العمل الفني، كما أن التكنولوجيا الحديثة التي

عبدالعزيز، ٢٠٠٦، ص ٢٤).

كما يعد الصورة التلفزيونية الحية، أو الصامتة المصحوبة بتعليق صوتي، والذي يتضمن بين ثناياه معالجة لفكرة ما، وهو ميدان اللقاء بين التلفزيون والجمهور؛ فمن أجل هذه البرامج تسعى الجماهير إلى مشاهدة التلفزيون. (ابن منظور، ٢٠٠٥، ص ٢٠٣).

والبرامج التلفزيونية السياسية هي تلك البرامج التي تتخذ من المضمون والموضوعات والقضايا والأحداث السياسية مجالاً لها، تستقى منها ما تقوم بمعالجته.

٢ القنوات الموجبة باللغة العربية: هي تلك القنوات التي تبث بشكل مباشر ومتعمد من دولة إلى أخرى الرسائل الإعلامية، بلغة يمكن للمشاهدين المستهدفين فهمها، وتسعى لتقديم وجهات نظر الدولة الباتة حيال القضايا الدولية، وتقديم الأخبار أو الأحداث، والعمل على توفير رأي بديل. (جيهان يسري، ٢٠٠٣، ص ٧٩).

ويقصد بها إجرائياً: القنوات الفضائية التي تبث من خارج مصر، مستخدمة اللغة العربية في بث برامجها بدلاً من لغتها الأصلية في توجيه رسائلها الإعلامية إلى الجمهور المصري والعربي، ولا تخضع لقوانين الدولة.

تساؤلات الدراسة:

١. ما تقنيات الإخراج التلفزيوني الأكثر استخداماً بالبرامج السياسية بالقنوات الفضائية (CBC، الحرة، العالم، روسيا اليوم)؟
٢. أي البرامج السياسية بالقنوات الفضائية (CBC، الحرة، العالم، روسيا اليوم) أكثر استخداماً لتقنيات الإخراج التلفزيوني؟
٣. ما أوجه الاختلاف والاتفاق بين البرامج السياسية بالقنوات الفضائية الموجهة والمصرية من حيث استخدامها لتقنيات الإخراج التلفزيوني؟
٤. ما القضايا المثارة بالبرامج السياسية بالقنوات الفضائية (CBC، الحرة، العالم، روسيا اليوم)؟
٥. ما الأساليب المتبعة في معالجة القضايا السياسية بالقنوات الفضائية (CBC، الحرة، العالم، روسيا اليوم)؟
٦. هل اختلفت معالجة القضايا السياسية بالبرامج السياسية باختلاف نوع القناة الباتة للبرنامج من حيث كونها مصرية أو أجنبية موجهة بالعربية؟

فروض الدراسة:

١. توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين أنواع تقنيات الإخراج التلفزيوني المستخدمة بالبرامج السياسية بالقنوات الفضائية المصرية والموجهة باختلاف القالب البرامجي للبرنامج.
٢. توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين كثافة استخدام تقنيات الإخراج التلفزيوني المستخدمة بالبرامج السياسية بالقنوات الفضائية المصرية والموجهة وزمن عرض الحلقة.
٣. توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين معالجة القنوات الفضائية المصرية والموجهة عينة الدراسة (CBC- الحرة- العالم- روسيا) باختلاف نوع القضية السياسية المعروضة.
٤. توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين معالجة القنوات الفضائية المصرية والموجهة عينة الدراسة (CBC- الحرة- العالم- روسيا) باختلاف (سمات التوازن المستخدمة في معالجة القضية، وسائل التوضيح، أساليب العرض المستخدمة).

نوع الدراسة ومنهجها:

تعتبر من الدراسات الوصفية حيث تعتمد على منهج المسح لعينة من البرامج السياسية بالقنوات الفضائية المصرية والموجهة باللغة العربية.

مجتمع وعينة الدراسة:

يتحدد مجتمع هذه الدراسة في البرامج السياسية بالتلفزيون وتم اختيار عينة من هذه البرامج السياسية بالقنوات الفضائية المصرية والموجهة ممثلة في برنامج هنا

المنهج التجريبي باستخدام مقياس قبلي وبعدي لمجموعة واحدة مكونة من ٩٢ متطوعاً، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أهمها؛ أن أفراد العينة الذين شاهدوا اللقطات والمشاهد التي بها حركة قد تذكروا معلومات أكثر مقارنة بالذين شاهدوا المشاهد الثابتة، كما ترجع نسبة من التذكر إلى القدرات الذهنية للذين شاهدوا اللقطات المتحركة.

التعليق على الدراسات السابقة:

عرضت الباحثة الدراسات السابقة في ١٠ دراسات، والتي اختلفت فيما بينها من حيث الموضوع والمنهج والهدف لكنها اتفقت وأكدت على أهمية تقنيات وعناصر الإخراج التلفزيوني ودورها المؤثر وقدرتها الفارقة على تحويل آراء الجمهور لصالح قضية معينة، ومدى الاهتمام بمختلف عناصر الإخراج التلفزيوني في عرض ومناقشة الموضوعات السياسية بصفة خاصة واستخدامها في امداد الجمهور بالأخبار والمعلومات السياسية والتأثير عليهم لقبول قضايا ورفض أخرى، وذلك ما يتفق مع أهداف هذا البحث من حيث التعرف على دور تقنيات الإخراج التلفزيوني بالبرامج السياسية بالقنوات الفضائية المصرية والموجهة، على الرغم من ذلك فقد وجدت الباحثة ندرة في الدراسات التي تناولت تقنيات الإخراج التلفزيوني وعدم سهولة توفر هذه الدراسات.

مصطلحات الدراسة:

٢ التقنية: التقنية لغويًا بكسر التاء وسكون القاف تعني ما هو خاص بفن أو علم أو صنعة أو مميز لها وبكسر التاء المشددة وسكون القاف تعني أسلوب أو طريقة لمعالجة التفاصيل الفنية أو تعني البراعة الفنية. وهي كلمة يونانية الأصل تتكون من مقطعين Techno بمعنى تكنولوجيا وLogy بمعنى علم. (عبدالرحمن كدوك، ٢٠٠٠، صص ٢٠، ٢١).

وإصطلاحياً مصطلح تقني يقابل المعرفة النظرية. وفي الفن يقابل إما موضوع الفن وإما قيمته الوجدانية ويقابل في اللغة ما هو شائع فيقال لفظ تقني أي علمي. (محمد منير حجاب، ٢٠٠٤، ص ١٦٢).

والتقنية هي أسلوب أو طريقة معالجة التفاصيل الفنية من قبل الكاتب أو الفنان أو الباحث. (كرم شلبي، ١٩٨٩، ص ٥٩٧).

أما المعنى الشائع لمفهوم التقنية، فنجده يقابل العلم، كما يقابل الممارسة النظرية وتطبيق المعرفة، ثم أنها شيء محايد، وهي ليست خيراً في ذاته ولا شراً في ذاته، إنما مجرد وسيلة تتخذ معناها من التوظيف التي توظف فيه.

التعريف الإجرائي للتقنية: هي الطريقة أو الأداة التي يستخدمها المخرج التلفزيوني من خلال مفردات وعناصر العملية الإخراجية لقبول رسالته الإعلامية والتأثير على سلوكيات المشاهد بما يتناسب مع أهداف القائم بالاتصال.

٢ الإخراج التلفزيوني: يعد فن الإخراج اصطلاحاً يستخدم في المسرح والسينما والإذاعة والتلفزيون والموسيقى، وهي كلمة شاملة لعدد من العمليات الفنية اللازمة لتنفيذ العمل الفني وعرضه على الناس. ومن ثم يعد الإخراج هو عملية الإدارة لأقسام العمل الفني ووحدهات المختلفة حتى يتحول العمل المكتوب إلى عرض مسموع أو مرئي أو مصور. (رائد محمد عبدربه، عكاشة محمد صالح، ٢٠٠٩، ص ٥).

عملية فنية لها لغتها وخصائصها اللغوية التي يقوم بها فريق متكامل بعد أن تنتجز القصة المعدة للتلفزيون أو السينما، بإدارة شخص فنان واحد يدعى المخرج، ولكي يكتسب المخرج صفة الإخراج يجب أن يوظف عناصر لغته الفنية من (تصوير، إضاءة، مونتاج ومؤثرات وغيرها من تلك العناصر). (محمد منير حجاب، ٢٠٠٤، ص ١٠٣).

٢ البرامج السياسية: البرنامج التلفزيوني عبارة عن فكرة تجسد وتعالج تلفيزيونياً باستخدام التلفزيون كوسيلة تتوافر لها كل إمكانيات الوسائل الإعلامية، وتعتمد أساساً على الصورة المرئية، سواء كانت مباشرة أو مسجلة، بتكوين وتشكيل يتخذ قالباً واضحاً ليعالج جميع جوانبها خلال مدة زمنية محددة. (عمرو مصطفى

٢ أنواع لقطات وزوايا وحركات الكاميرا

٢ نوع القضايا السياسية المثارة بالحلقات.

تم عرض الإستمارة على مجموعة من المحكمين من أساتذة الإعلام؛ لتحكيمها وإبداء رأيهم بها، وبعد الأخذ بأراء المحكمين قامت الباحثة بتحليل عينة من الحلقات بالبرامج السياسية بقنوات (CBC، الحرة، العالم، روسيا اليوم).

٣. اختبارات الصدق والثبات:

أ. صدق الاستمارة: بعد إعداد استمارة تحليل المضمون تم الاعتماد على الصدق الظاهري لقياس صدق الاستمارة، وذلك من خلال التأكد من أن الفقرات التي تتكون منها بالفعل وما وضعت من أجله (تقنيات الإخراج المستخدمة بالبرامج السياسية بالقنوات الفضائية الموجهة والمصرية)، وللتحقق من صدق التحليل تم تحديد فئات ووحدات التحليل ووضع التعريفات الإجرائية الخاصة بهم، وتم تطبيقها على البرامج التلفزيونية السياسية بالقنوات الفضائية المصرية والموجهة عينة الدراسة.

ب. ثبات الاستمارة: تم إجراء اختبار الثبات مع أحد الباحثين (أحمد حمدي راشد عبدولود، باحث دكتوراه بكلية التربية النوعية- جامعة المنصورة) بعد اطلاعه على أهداف وأهمية الدراسة مع توضيح متغيراتها والتعريفات الإجرائية (فئات ووحدات التحليل) ثم إجراء التحليل لمعرفة مدى علاقة هذه الفئات لعملية التحليل خلال الفترة الزمنية للدراسة وحساب معامل الثبات بين إجابة المحكمين وما توصل إليه (المرمران) للتأكد من قدرة الأداء على القياس.

وقد قامت الباحثة باستخدام معادلة هولستي لقياس معامل الثبات في الاختبار على النحو التالي:

$$\text{معامل الثبات عند هولستي} = \frac{2n}{n+1}$$

حيث ت= عدد الحالات التي تتفق فيها الباحثة مع المحكم الخارجي.

ن= عدد الحالات التي رمزتها الباحثة في استمارة التحليل.

ن= عدد الحالات التي رمزها المحكم الخارجي.

ت= ١٨ ن= ٢٠ ن= ٢٠.

$$\frac{2(18)}{20+20} = \frac{36}{40} = 0.90\%$$

ويوضح مما سبق أن نسبة ثبات التحليل والاتفاق بلغت ٩٠% وهي نسبة عالية تدل على وضوح وثبات استمارة تحليل المضمون وصلاحيته للتطبيق.

حدود الدراسة:

٢ حدود موضوعية: تقتصر الحدود الموضوعية للدراسة على دراسة تقنيات الإخراج المستخدمة بالبرامج السياسية بالقنوات الفضائية المصرية والموجهة.

* أسماء السادة المحكمين وفقا للترتيب الأبجدي:

أ.د. اعتماد خلف معبد- أستاذ الإعلام المتفرغ بمعهد الدراسات العليا للطفولة - جامعة عين شمس.

أ.د. عادل عبدالغفار فرج- أستاذ الإعلام بجامعة القاهرة- عميد كلية الإعلام بجامعة النهضة.

أ.د. عبدالله جاد محمود- أستاذ ورئيس قسم العلوم التربوية والنفسية بكلية التربية النوعية جامعة المنصورة

أ.د. محمد معوض إبراهيم- أستاذ الإعلام المتفرغ بمعهد الدراسات العليا للطفولة- جامعة عين شمس.

أ.د. محمود علم الدين- أستاذ الصحافة بكلية الإعلام- جامعة القاهرة.

أ.د. منى محمد سعيد الحديدي- أستاذ الإذاعة والتلفزيون المتفرغ بكلية الإعلام - جامعة القاهرة.

د. أماني السيد غيور- أستاذ مساعد بقسم العلوم التربوية والنفسية بكلية التربية النوعية- جامعة المنصورة

د. إيمان عز الدين دوباب- أستاذ الإذاعة والتلفزيون المساعد بكلية التربية النوعية - جامعة المنصورة.

د. حازم أنور محمد البنا- أستاذ الإذاعة والتلفزيون المساعد بكلية التربية النوعية- جامعة المنصورة.

د. شيماء نو القفار حامد زغيب- أستاذ الإذاعة والتلفزيون المساعد بكلية الإعلام- جامعة القاهرة.

د. وسام محمد أحمد نصر- أستاذ الإذاعة والتلفزيون المساعد بكلية الإعلام- جامعة القاهرة.

د. الأميرة سماح فرج- مدرس بقسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام- جامعة القاهرة.

د. انجي حلمي محمود إبراهيم- مدرس الإعلام بكلية التربية النوعية- جامعة المنصورة.

د. عابدة محمد عوض المر- مدرس الإعلام بكلية التربية النوعية- جامعة المنصورة.

د. محمد محمد مهني قناوي- مدرس الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام- جامعة القاهرة.

العاصمة المذاع على قناة CBC المصرية، برنامج حديث اليوم المذاع على قناة روسيا اليوم الروسية، برنامج تحت الضوء المذاع على قناة العالم الإيرانية، وأخيرا برنامج حوار القاهرة المذاع على قناة الحرة الأمريكية.

مبشرات اختيار عينة الدراسة:

١. تم إجراء دراسة استطلاعية على عينة مكونة من ٤٠ مفردة من الشباب الجامعي وذلك لتحديد أكثر القنوات الفضائية المصرية والموجهة باللغة العربية مشاهدة من قبل عينة الدراسة ومن خلال نتائج الدراسة الاستطلاعية توصلت الباحثة إلى اختيار قناة CBC كممثل للقنوات المصرية وذلك لحصولها على المركز الأول من حيث القنوات المصرية الأكثر مشاهدة بنسبة ٤٧,٣%، واختيار برنامج هنا العاصمة باعتباره البرنامج السياسي الأول بالقناة حيث أنه برنامج سياسي متخصص تصل فيه مدة عرض الحلقة الواحدة لأكثر من ثلاث ساعات وينفرد بنقل ومناقشة جميع القضايا السياسية الهامة ويأتي بعده كل من برنامج لارم نفهم وبرنامج ممكن.

٢. اختيار كل من القنوات الفضائية الموجهة باللغة العربية التالية (العالم، الحرة، روسيا اليوم) والبرنامج السياسي الأول بكل من هذه القنوات وهي على التوالي (تحت الضوء، حوار القاهرة، حديث اليوم) وذلك باعتبار أن كل من هذه القنوات تمثل التوجه السياسي الخاص بالدولة البائدة للقناة وهذه الدول على التوالي (إيران، الولايات المتحدة الأمريكية، روسيا) نظرا لما لهذه الدول من مصالح سياسية واقتصادية في المنطقة العربية والإسلامية وكل منها تحاول فرض هيمنتها على المنطقة العربية من خلال الإعلام الموجه إلى المنطقة العربية.

٣. اختيار الدورة التلفزيونية التي تبدأ من ١/ ١/ ٢٠١٥ حتى ٣٠/ ٣/ ٢٠١٥، واعتمدت الباحثة على أسلوب الحصر الشامل لكل حلقات البرامج عينة الدراسة باستثناء الحلقات ذات الطابع الغير سياسي ليكون مجموع الحلقات ١٦٦ حلقة لكل

البرامج محل الدراسة مقسمة كالتالي:

جدول (١) البرامج السياسية بالقنوات الفضائية المصرية والموجهة

القناة	البرنامج	عدد الحلقات	عدد الحلقات المستثناة لعدم تضمنها مضمون سياسي
CBC	هنا العاصمة	٤٢	١٢
روسيا اليوم	حديث اليوم	٥٣	٣
العالم	تحت الضوء	٦٠	٠
الحرة	حوار القاهرة	١١	٠
الإجمالي	٤	١٦٦	١٦

أداة الدراسة:

٢ استمارة تحليل مضمون تقنيات الإخراج المستخدمة بالبرامج السياسية بالقنوات الفضائية المصرية والموجهة.

١. الهدف من استمارة تحليل المضمون: جمع البيانات والمعلومات حول تقنيات الإخراج المستخدمة بالبرامج السياسية بالقنوات الفضائية المصرية والموجهة، وذلك من خلال مجموعة من الجداول بما يتفق مع تساؤلات وأهداف الدراسة.

٢. إعداد استمارة تحليل المضمون:

أ. تم الإطلاع على الدراسات السابقة ذات الصلة بمجال الدراسة للوقوف على آخر ما توصلت إليه تلك الدراسات.

ب. تصميم استمارة تحليل مضمون البرامج التلفزيونية بما يحقق أهداف وتساؤلات الدراسة التحليلية من خلال مجموعة من الجداول تهدف إلى التعرف على تقنيات الإخراج المستخدمة بالبرامج السياسية تضمنت:

٢ شكل وأسلوب التقديم ببرامج (هنا العاصمة، العالم، روسيا اليوم، الحرة).

٢ عناصر الإبراز المستخدمة

٢ الصوت المصاحب للمادة المصورة.

٤. أساليب الإقناع في لغة الكاميرا: تنقل كاميرا التلفزيون عند تشغيلها صورا لما هو موجود امامها، وتعرض هذه الصور على شاشة جهاز التلفزيون فتظهر في اشكال واحجام متعددة ومتنوعة، عن صياغة المرئيات التي تظهر على شاشة التلفزيون بهذه الطريقة، والتحكم في تحديد كم وحجم ما يظهر فيها من عناصر وما يظهر فيها من أجزاء، وإبراز طبيعة العلاقة التي تربط بين هذه العناصر، هو اسلوب للتعبير عن الواقع كما جرى أمام الكاميرا في لحظة ما. (Herbert Zettl, 2003, p.9)

يعنى ذلك أن استخدامنا للكاميرا لا يجب بأى حال من الأحوال أن يكون لمجرد نقل صورة لشيء أمامها، بل ينبغى ان تكون هذه الصور لغة مقنعة ومؤثرة، ويتوقف تحقيق ذلك على معرفة المخرج لكيفية إعداد اللقطات وصناعتها بحيث تأتي معبرة ومؤثرة. وعلى الرغم من حرية المخرج في اتخاذ قراره في أسلوبه الإخراجي وكيفية اختياره لأحجام اللقطات فإن من المتعارف عليه إن كل لقطة لها وظائف او تأثيرات معينة. (Gerald Millerson, 2009, p.960)

ومن ثم فإن على المخرج أن يلم اماما كافيا بثلاث نقاط أساسية وهي:

أ. تحديد حجم اللقطة (مجال الرؤية للكاميرا):

أحجام اللقطات: ويقصد بها ما يظهر من حجم الشيء المراد تصويره فإن اللقطة واسمها يتحددان بفعل المسافة المتوترة بين الكاميرا والموضوع ويختلف الكثيرون في التقسيمات المختلفة لهذه الأحجام، كما أنه بتنوع اللقطات تتنوع الصور والأثر الدرامي حيث يشكل تنوع الصور عنصرا أساسيا في تشكيل الأثر الدرامي للمتلقين. (خليل شحادة، ٢٠١٣، ص ٧١) كما يجب على المخرج الوعى بالمسميات المختلفة لأحجام اللقطات لكي يتحكم في العمل الفني بانسجام مع المصور الذى يدرك ما يريده المخرج بالتحديد، وتقسيم إلى:

٢ اللقطة العامة (التأسيسية) Establishing: هي لقطة واضحة ثابتة للمكان الرئيسى للحدث، وهي تعين المشاهد بأن تجعل الموقع الرئيسى مألوفا له، وتساعد على فهم العلاقة بين المواقع المختلفة وعلى إدراك حجم الحدث، كما تسمح أيضا للمراسل بأن يضيف نصا يشرح فيه أصل الخبر، ويكون مرافقا له. (سليم عبدالنبي، ٢٠١٤، ص ١٤٥)

٣ اللقطة المتوسطة Midume Shot: تكون فيها المسافة بين الكاميرا والموضوع المصور متوسطة؛ ما بين القريبة والبعيدة، أى بالنسبة للشخص من رأسه حتى منتصف جسمه (أو منطقة الخصر). تجعل اللقطة المتوسطة الموضوع الأساسى قريبا من المشاهد، وتبدأ بعزله عن البيئة العامة؛ لتركز انتباه المشاهد فقط للموضوع أو الشخص الرئيسى، دون تشتيته بموضوعات ثانوية.

٤ اللقطة القريبة Close Up: وتكون فيها الكاميرا قريبة من الشخص أو الموضوع المصور، حيث يتم عزله وتحديد به بشكل واضح، حتى تكون العناصر المصورة كبيرة نسبيا. (Fred Shook, Joun Larson, John Detarsio, 2009, p.30)

٥ اللقطة القريبة جدا An Extreme Close Up: وفيها يتم التركيز على وحدة واحدة فقط من الموضوعات الهامة بتفاصيلها الدقيقة، فقد تكون وجهة نظر إذا كان الموضوع شخصا، أو للتركيز على التفاصيل الهامة، بما يسمح للمشاهد بالحصول على معلومات الصورة بشكل أكثر وضوحا.

٦ اللقطة البعيدة Long Shot: تستخدم لتوجيه الجمهور نحو الأشخاص أو الموضوعات أو الأماكن، حيث تكون الكاميرا بعيدة عن الموضوع المراد تصويره، كما توفر إطارا كاملا من الرأس للقدم،

٢ حدود زمنية: تتمثل في دراسة البرامج السياسية بالفنونات عينة الدراسة لمدة دورة تلفزيونية كاملة (٣ شهور) بدأت يوم ٥ يناير ٢٠١٥ وإنتهت يوم ٣١ مارس ٢٠١٥.

الإطار المعرفي

تقنيات الإخراج التلفزيوني:

تتضمن عناصر الصورة المرئية بداية من الكاميرا التلفزيونية وأنواعها وعدساتها، مروراً بأساليب الإقناع في لغة الكاميرا من خلال أنواع اللقطات والزوايا وحركات الكاميرا، ثم الإضاءة التلفزيونية وألوانها، ثم الصوت وعناصره من الميكروفون ثم المؤثرات الصوتية والموسيقى التصويرية، وفيما يلي نتناول هذه العناصر.

٢ الصورة المرئية:

١. الكاميرا التلفزيونية: تعتبر الكاميرا التلفزيونية من أكثر عناصر الإخراج أهمية في جميع عمليات إنتاج البرامج بمختلف أنواعها حيث يستطيع المخرج الجيد باستخدام كاميرات عالية الجودة والكفاءة من تحقيق التأثيرات المراد إحداثها، كما تتنوع أحجامها فبعض الكاميرات صغيرة يسهل حملها والبعض الآخر ثقيلة توضع على حامل لسهل حركتها وحمل المعدات والأجزاء المكملة لها. ويوجد حاليا نطاق واسع من كاميرات التلفزيون المتاحة، بداية من الكاميرات المصممة بأسعار مواضعة؛ لتناسب المستهلكين، إلى الكاميرات التي تستخدم في فنون الإخراج المعقدة. (Phillip Kipper, 2000, p.35)

٢. أنواع الكاميرات في الأستديو التلفزيوني: يوجد بأستديو التلفزيون أكثر أنواع الكاميرات جودة على الإطلاق، وعادة ما تكون هذه الكاميرا كبيرة وثقيلة جدا، وما يجعلها ثقيلة ليس بالضرورة أن تكون الكاميرا ثقيلة في ذاتها، ولكن في ملحقاتها. حيث إنها (كبيرة الحجم مزودة بعدسة زووم ومحدد رؤية، تحتاج كاميرا الأستديو إلى وحدة مراقبة الكاميرا، تعمل كاميرا الأستديو بواسطة التيار الكهربى، تزود كاميرات الأستديو بحوامل مثبتة على عجل؛ لتسهيل تحريك الكاميرا بسلاسة داخل الأستديو). (كرم شلبي، ٢٠٠٥، ص ١١٠)

وهناك ثلاثة أشكال للكاميرا الأستديو، بيانها كما يلي:

أ. الشكل الأول Low End Studio Camera: وهي كاميرات ملونة لها ثلاثة صمامات، كما أنها كاميرات اقتصادية، تعطي صورة ذات جودة عالية، بشرط العمل في ظروف إضاءة جيدة.

ب. الشكل الثاني Middle Gange Studio Camera: وهي كاميرات أكبر حجما وأثقل وزنا من الشكل السابق، وتنتج صورة جيدة جدا في ظل ظروف إضاءة ضعيفة.

ج. الشكل الثالث High End Studio Camera: وتعتبر أفضل أنواع الكاميرات التي تستخدم في الأستديو، وهي باهظة التكاليف، وتتوافر في الأستديوهات التلفزيونية الكبيرة. (Ben Willmore, 2009, pp.540, 541)

٣. العدسات Lenses: تعنى العدسات في كافة مجالات التصوير الضوئي الكتابة بالضوء حيث تلعب العدسات دورا مهما في اختيار أجزاء من المحيط المنظور وإعادة إنتاج أشكال بصرية صغيرة منه، وفي كافة الكاميرات الفوتوغرافية والسينمائية فإن الشكل البصرى ينعكس على فيلم حساس، بينما في الكاميرات التلفزيونية تدخل الأشكال البصرية في آلة صناعة الصورة في الكاميرا والتي تقوم بتحويلها من ضوء صادر عن الشكل البصرى إلى إشارة كهربائية وتحتوى الكاميرات التلفزيونية على عدسة الزووم والتي تتيح الانتقال تصويريا من اللقطات الواسعة التي تظهر منظر واسع إلى لقطات مقربة دون تحريك الكاميرا أو الشيء المراد تصويره. (Andrew Boyd, 2003, p.322)

للصورة، وتخلق إحساسا بالحميمية، عندما ينظر الشخص للعدسة مباشرة.

٢. زاوية ثلاث أرباع مواجهة ¼ Front: تعتبر أكثر أنواع الزاوية الأفقية انتشارا، حيث تتيح زاوية الثلاثة أرباع رؤية جانبيين من الموضوع المصور، مما يزيد من وضوح الرؤية، بالإضافة إلى الشعور بالعمق وإظهار سمات الشخصية. ويجب عند تكوين زاوية ¼ مراعاة أن تكون العينان ظاهرتين، وإلا فستبدو اللقطة غريبة في عيني المتفرج.

٣. جانبية Side Angle: تعطي نوعا من التسطيح للصورة، لذا يجب استبعادها إذا لم يكن هذا الانطباع مرغوبا؛ لأنها تولد لدى المتفرج إحساسا بعدم التجارب مع الشخصية المصورة. ويمكن أن تتضمن الزاوية الجانبية الجيدة في إطارها موضوعين، أو حدثين أو أكثر، بحيث يمكن رؤيتهما في نفس الوقت، بالرغم من أنهما بالفعل بعيدان عن بعضهما. (Christopher J. Bowen, 2013, p.48)

٤. زاوية ثلاث أرباع خلفه ¼ Rear: وهي تتيح رؤية ¼ جانب الموضوع الممثل، و¼ من الناحية الخلفية.

٥. زاوية خلفية Back Angle: هي زاوية تظهر الجانب الخلفي تماما من موضوع التصوير، وهي زاوية ضعيفة لأنها لا تتيح للمشاهد متابعة الحركة.

٦. زاوية الكاميرا المنحرفة Oblique Angle: يمكن الحصول على الزاوية المنحرفة عن طريق إمالة الكاميرا نفسها، فتظهر الصورة مائلة هي الأخرى داخل الكادر، وتبدو لعين المتفرج في هذه الحالة بصورة غير طبيعية، لذلك يمكن استخدامها مثلا للتعبير عن حالة غير طبيعية، تمر بها الشخصية. (لويس هيرمان، ٢٠٠٣، ص ١٩٦)

ج. حركة الكاميرا Camera Movement: هي حركة الكاميرا لتظهر الصورة وكأنها تتحرك أو تبدل اتجاهها أو لتغير من منظور المتفرج، ولقد سمحت إمكانية تحريك الكاميرا داخل اللقطة للمتفرج أن يتابع حركة ممثل أو أن يشاهد الشيء المصور من وجهة نظر الممثل شخصيا أثناء حركته، مما يقود انتباه المتفرج إلى الأجزاء التي يريد المخرج أن يلفت نظره إليها. (هاني ابوالحسن سلام، ٢٠٠٨، ص ٤١٩)

تنقسم حركات الكاميرا إلى الأنواع التالية:

١. الحركة الأفقية Pan Shot: تحدث عندما تتحرك الكاميرا على محورها الثابت من اليمين لليسا، ومن اليسار لليمين، وتستخدم لتتبع هدف متحرك من نقطة لنقطة أخرى، كما تستخدم في بيان وجهة نظر أحد الشخصيات، حينما ينظر لشئيين مختلفين، أحدهما في اليمين والآخر في اليسار، دون تحركهما من موقعهما. (Dariush Derakhshani, John Kundert, 2005, p58)

٢. الحركة الرأسية Tilt Shot: تحدث حينما تتحرك الكاميرا رأسيا حول محور ثابت من الأعلى للأسفل والعكس، وتستخدم لمتابعة حركة صاعدة أو هابطة، كما تستخدم الحركة من أعلى لأسفل، أو من أسفل لأعلى لإحداث التأثير على الجمهور فيما يخص هبة الشخص أو تقزيمه ليبدو نافها. (Roger Inman, Greg Smith, 2006, p30)

٣. حركة الاقتراب والابتعاد Dolly in- Dolly out: تتم بحركة الكاميرا إلى الأمام أو الخلف، فإذا كانت الحركة بالاقتراب تسمى Dolly in، وهي حركة الكاميرا تدريجيا في اتجاه المنظور أثناء تصويره، بحيث تقل المسافة بينهما شيئا فشيئا، وإذا كانت الابتعاد

وللأشخاص أو الموضوعات. (Roger Inman, Greg Smith, 2006, p26)

٣. اللقطة البعيدة جدا Very Long Shot: تستخدم هذه اللقطة في تصوير الأشياء من مسافة بعيدة جدا؛ مثل تصوير مجموعة من الأفراد على مسافة بعيدة، بحيث لا تظهر تفاصيلهم، وفي هذه اللقطة تكون المسافة بين الكاميرا والشئ المراد تصويره كبيرة جدا، بحيث تكون أبعد منها في اللقطة البعيدة. (عدلى سيد محمد رضا، ٢٠٠٧، ص ١٧١).

ب. زاوية الكاميرا Camera Angle: إن اللقطة الناتجة من وضع الكاميرا لتصوير موضوع من زاوية ما يستطيع أن يترك الكثير من المعاني والدلالات التي تطغى على زاوية التصوير قوة بالغة وتأثيرية فائقة الروعة، مما يرفع نوع الزاوية إلى مصاف المفردة اللغوية ذات طاقة تعبيرية نوعية. (كرم شلبي، ٢٠٠٥، ص ٦٥)

وعلى المخرج أن يعي جيدا أي نوع من اللقطات يرغب فيها لتلبية حاجاته وفي أي وضع يستخدم تلك اللقطات. إذ يجب أن يتوافر لديه وعيا معرفيا كافيا بالتناسب القياسي أي التناظر المكمّل بين معاني ومضامين الزاوية التي يراد منها تصوير الموضوع حيث تقرر زاوية تصوير الموضوع الكثير من معناه. (رائد محمد عبدربه، عكاشة محمد صالح، ٢٠٠٩، ص ٢٩).

أنواع الزوايا:

٣. الزاوية الرأسية Vertical Angle: هي زاوية الكاميرا بالنسبة للشئ المراد تصويره وتستخدم زاوية الكاميرا الرأسية لإظهار مدى سيطرة وسرعة الموضوع المصور داخل اللقطة وأنواع اللقطات حسب زواياها الرأسية وتنقسم إلى:

١. لقطة مستوى العين Eye Level Shot: عادة ما يكون الوضع الطبيعي للكاميرا على خط واحد رأسيا مع عين الممثل، إذا لم يكن هناك رغبة في إعطاء تأثير معين، وعندما يكون هناك أكثر من ممثل يجب أن تتوافق الزاوية مع عين الممثل الذي لا يظهر في الكادر؛ لأن اللقطة في هذه الحالة تكون من وجهة نظر الممثل الذي لا يظهر في الكادر. (رائد محمد عبدربه، عكاشة محمد صالح، ٢٠٠٩، ص ٢٩).

٢. لقطة الزاوية المنخفضة Low Angle Shot: تكون فيها الكاميرا أسفل الشخص أو الموضوع المصور، حيث تستخدم لتعطي انطباعا بأن الشخص ذو مكانة رفيعة، كما تظهره أكثر أهمية ووقاراً، أو تعطي أهمية للموضوع المصور.

٣. لقطة الزاوية العليا High Angle Shot: تكون فيها زاوية الكاميرا من أعلى الشخص أو الموضوع المصور، وتعطي انطباعا بعدم أهميته، وتظهر الشخص من أعلى متقزما؛ حيث يبدو أقل من حجمه الطبيعي، ويظهر في موقف الضعيف، وهي بذلك تقلل من سيطرته وسرعته داخل اللقطة. (Richard Lambert, Adam Brice, 2009, p.35)

٣. الزاوية الأفقية Horizontal Angle: تستخدم للتحكم في العمق المراد إعطاؤه للممثل، فهي لقطة تمتلك البعد الثالث وتستخدم لتعطي لقطات الزوايا العلوية والمنخفضة تلك التي تميل إلى تسطيح الصورة وذلك كي يصبح الموضوع جيد الاستدارة وفي علاقة دائمة بخلفيته وما يحيط به، ويكتسب عمقا وبعدا بصريا، وتنقسم إلى:

١. زاوية مواجهة كاملة Full Front Face: وهي أقوى الزوايا الأفقية، باستثناء الزاوية المواجهة ¾، وهي تضيف تسطيحا

٣ الألوان Color: أضحي اللون أكثر استراتيجية في التعبير عن الحالات النفسية والسيكولوجية لشخصية الممثل، أما الظلال والخطوط العمودية والأفقية ويقع الضوء التي يستعملها المخرج ولها معانٍ وعبر من خلال الحدث الدرامي يتم التعبير عنها دون شرح في السيناريو وترافقها الموسيقى التصويرية. (يوحنا دانيال، ٢٠٠٠، صص ٤٣-٥٢)

فاللون يضيف على الأشياء من حولنا الحياة ويعطيها معنى آخر، ومن جهة أخرى يؤدي اللون دورا مهما في التأثير النفسى على الإنسان من حيث الشعور بالحرارة والبرودة، فاللون الأزرق يضيف شعورا بالبرودة، وعلى العكس من ذلك اللون الأحمر يشعر بالدفء والحرارة، فضلا عن ذلك يستخدم اللون في الخداع البصرى فعلى سبيل المثال طلاء غرفة بلون فاتح كالأبيض يؤدي ذلك إلى شعور بتسارع المكان، وعند طلائها بلون قاتم كالأسود يوحي لنا بشعور ضيق المكان مع ان المساحة واحدة في كلتا الحالتين. (إياد الصقر، ٢٠٠٣، صص ٧٢-٨٣)

٣ الصوت Voice: يعتبر من أهم تقنيات الإخراج التلفزيوني حيث أن الرسالة تلفيزيونية لا تعتمد على الصورة فقط بل غالبا ما تصحب الصورة الكلمة المنطوقة أو المؤثر الصوتي أو الموسيقى، إذ بينما تشرح الكلمة الصورة تعرض الصورة النص كما ان المؤثر الصوتي او الموسيقى يدعم الصورة ويضيف عليها الحيوية. (أيمن عبدالحليم نصار، ٢٠٠٧، ص ٣٥)

ومن جهة أخرى توجد علاقة وثيقة بين الصورة الحية المنقولة من مواقع الأحداث والصوت المقترنة بها، فلا بد أن يكون بينهما تطابق يربط الصورة بالصوت المقترن بها، ويمكن للأصوات المقترنة بالصورة الحية أن توسع إطارها أو تدعّمها أو تكملها أو تضيف إليها المعلومات التي لا توضحها الصورة المنقولة من موقع الحدث. (محمد معوض ابراهيم، ٢٠٠٥، ص ١٩٥)

١. الميكروفون Microphone: يتلخص عمل الميكروفون في إنتاج إشارات كهربية تحمل الصوت وإرسال هذا الإشارات إلى وحدة تسجيل الصوت في حال الميكروفونات اللاسلكية أو من خلال الكابل المتصل بها في بالنسبة إلى الميكروفونات السلكية.

٢. تقنيات الميكروفون لتحقيق الإيهام بالمكان والحركة: تعتمد عملية ابتكار الإيهام بالمكان بشكل كبير على دور الاستديو من حيث الشكل والهيكل المادى له، لكنه وكما ذكرنا سابقا فإن المسافة بين الممثل والميكروفون تلعب دورا مهما في هذا الموضوع، والإعداد المثالي خلال الدراما الإذاعية لمكان الميكروفون بحيث يتعامل الممثل مع مفاهيم مثل الحركة والمكان يكون بجعل الميكروفون متديلا من ذراع اليوم وتجميع الممثلين حوله، وفي هذه الحالة فإن الميكروفون متعدد الاتجاهات يكون الأفضل كما يمكن استخدام ميكروفون ثنائي الاتجاه. (نشوة عقل، ٢٠٠٩، ص ٨٠)

٣. المؤثرات الصوتية Sound Effects: تصل المؤثرات الصوتية لوحدة تحكم الصوت إما من خلال الميكروفون الموجود بالاستديو أو موقع التصوير، وإما من خلال الأصوات الميكانيكية المعدة مسبقا.

٤. مكتبة المؤثرات الصوتية The Sound Library: هي مكتبة تلحق بالاستديوهات الكبيرة عادة، وتكون شاملة لكل الأصوات والمؤثرات الصوتية التي يصعب تسجيلها في الاستديو، والتي يحتاجها المخرج لخدمة أهدافه ويتعامل معها مهندس الصوت من حيث استخدامها أو مزجها ببعض الأصوات الأخرى لتحقيق هدف معين، بعض هذه الأصوات يكون معد خلال سنوات العمل المختلفة وتكون متاحة لوقت الحاجة إليها. (Greg DeBeer, 2012, p.p.7.8)

٥. الموسيقى التصويرية: تعد الموسيقى التصويرية عنصرا أساسيا من مقومات العمل، وبإستطاعة المؤلف الموسيقى البارع بالتعاون مع المخرج أن يقوم دورا مهما في الصيغة النهائية المتكاملة للعمل الفني والغرض منها هو تهيئة المناخ لتقبل مواقف وأحداث القصة السينمائية وزيادة الانفعال بها، وهي إما

تسمى Dolly out، وفيها تتراجع الكاميرا تدريجيا أمام الموضوع الذي يجرى تصويره، حيث تزداد المسافة بينهما تدريجيا.

٤. حركة الزووم Zoom: في هذه الحركة لا تتحرك الكاميرا على الإطلاق، وإن كانت الصورة الناتجة تشبه حركة الكاميرا إلى الأمام وإلى الخلف (حركتي الاقتراب والابتعاد السابق الإشارة إليهما)، وتتم بواسطة عدسة الزووم، وهي عدسة تسمح بتعدد البعد البؤري بسرعة أثناء التصوير دون توقف أو قطع. (كرم شلبي، ٢٠٠٥، ص ٨٧)

٥. حركة التتبع Tracking: حركة تتبعية حيث توضع الكاميرا على قصبان حديدية أو مركبة؛ مثل سيارة في اتجاه الشخص المراد تتبعه، أو توضع الكاميرا على عربة ذات عجلات مصممة خصيصا لحركة الكاميرا، وتستخدم للتأثير على الجمهور، وجذب انتباهه لشخص ما من خلال تركيز الكاميرا على ردود أفعاله وتحركاته، أو بيان موضوع ما من جميع جوانبه. (Serena Ferrara, 2001, p.8)

٦. حركة الرافعة Crane: تتم بواسطة وضع الكاميرا على رافعة Crane تتحرك على عجلات بحيث يسهل حركتها، إذ تتحرك أفقيا ورأسيا وفي جميع الاتجاهات، كما تمكن الكاميرا من الارتفاع والانخفاض، كما تتحرك مقترية أو مبتعدة عن الموضوع أو الشخص المصور. (Edward J. Fink, Norman Medoff, 2012, p.88)

٧. حركة الكاميرا المثبتة على حامل Pedestal Shot: وتكون الكاميرا مثبتة على حامل بواسطة منصة أو قاعدة موضوعة على حامل بديستال، وترفع الكاميرا بطريقة هيدروليكية، حيث يتحرك عموديا صعودا وهبوطا من أعلى إلى أسفل، والعكس خلال اللقطة، وتستخدم في مواقف مثل حركة شخص من وضع الجلوس لوضع الوقوف، تعتبر هذه الحركة من الحركات نادرة الاستخدام، لكن تستخدم عند الحاجة إلى الحفاظ على توازن ارتفاع الكاميرا بين اللقطات. (Gorham Kindom, Robert B. Musburg, 2005, P.144)

٨. الحركة القوسية Arc: وتكون بتحريك الكاميرا بحركة قوسية آليا بواسطة قاعدة تحريك للكاميرا على عجلات، فالتحرك يسارا؛ يعني أن الكاميرا تتحرك بشكل قوسي على يسار الهدف المراد تصويره، أما التحرك يمينا، فإنه يعني أنك والكاميرا تتحركان بصورة قوسية على قاعدة متحركة بعجلات إلى يمين الهدف المصور. (Herert Zettl, 2003, p123)

٣ الإضاءة Lighting: الإضاءة هي إحدى مكونات الصورة في الرسالة الإعلامية عبر التلفيزيون ولها دور هام في توصيل الرسالة وإحداث تعبيرات أو رؤى برنامجية أو درامية حسب الهدف من الرسالة الإعلامية، فلا تستطيع الكاميرا أن ترى امامها إلا بوجود كمية معينة من الضوء حالها في ذلك حال العين البشرية، لأننا بالعادة لا نرى الأشياء بل نراها من خلال انعكاس الضوء منها فبمجرد التلاعب بمصادر الضوء المسلط على الأشياء التي نراها نحدد طبيعة ما نراه وهذا بالضبط ما يحدث على شاشة في الكاميرا وهذا التلاعب يطلق عليه الإضاءة. (منى أحمد أحمد، ٢٠٠٥، ص ٨٠)

كما يكون الضوء من مجموعة من الموجات أو التشععات الكهرومغناطيسية التي تنتشر حسب خط مستقيم ضمن أوساط موحدة التركيب وقادرة على توليد تأثيرات على شبكية العين وتسمى التأثيرات الصوتية، فهي تعنى الإضاءة إعداد الأضواء الاصطناعية، أو التحكم في الأضواء الطبيعية للحصول على التأثير المطلوب في الصورة. (منى أحمد أحمد، ٢٠٠٥، ص ٨٠)

الزمان والمكان، كما حدث مع الإذاعات الموجهة عبر الراديو. (ثروت مكي، ٢٠٠٥، ص ٥١)
 وجدير بالذكر أن هذه القنوات أصبحت تتزايد بشكل متلاحق في الآونة الأخيرة، في إشارة إلى أن هذا التزايد ليس محض الصدفة، لكن يندرج تحته الكثير من التساؤلات.

٢. الوظائف السياسية التي يقوم بها الإعلام الدولي الموجه:

١. الوظيفة الإخبارية: تشكل الأخبار المادة الأولى لأغلب المحطات التلفزيونية في عملية نقل الحدث، وتقوم هذه القنوات باستخدام الأخبار لأغراض سياسية، أهمها تمرير الصورة الوهمية حيث إن هناك أمورا سياسية تحدث في العالم، وتلك الأخبار تقدم نسخة أخرى من الحدث الفعلي؛ بسبب الخشية من ردود الأفعال لما حدث في الواقع، فالسياسيون يفكرون دوماً في أسباب وكمية تقديم الحدث الفعلي، وتقديم صورة أخرى له لتحقيق أغراض وفوائد سياسية. (داليا عثمان، ٢٠١٥، ص ١٢٨)
٢. الوظيفة الإقناعية: تعتمد على قدرة وسائل الاعلام الدولية على الإقناع؛ نظراً لما تحظى به من وسائل إقناعية تقنية وبشرية، كما تأتي في إطار استخدام تلك الوسائل للغة في إقناع الجماهير المستقبلية للرسائل الإعلامية برأي، أو وجهة نظر معينة.
٣. استخدام الرموز والمصطلحات السياسية: يغالبا ما تستخدم لغة الرموز لتوزيع أعمال سياسية مهيبة من قبل السياسيين؛ لنقدم عبر شاشة التلفزيون، وعبر صفحات الاخبار الرئيسية. (داليا عثمان، ٢٠١٥، ص ١٢٨)
 وعلى ذلك، تستخدم تلك القنوات مصطلحات معينة، تصف بها أيا من القرارات السياسية التي تتبعها القوات الاستعمارية؛ لتصبغها بصبغة معينة؛ من أجل تضليل الرأي العام الدولي وكسب تأييده.
٤. الإذاعات والقنوات الموجهة كأداة دبلوماسية للدولة: فقد ظلت الحكومات تمارس سياستها الخارجية، التي تستهدف تحقيق مصالحها من خلال القنوات الدبلوماسية الرسمية؛ مثل السفارات، لكن التقدم التكنولوجي في وسائل الاتصال وازدياد دور الرأي العام وتأثيره في عمليات صنع السياسة؛ جعل الدول تمارس إلى جانب الدبلوماسية التقليدية شكلا آخرًا من أشكال الدبلوماسية يطلق عليه الدبلوماسية العامة وهدفها التأثير في آراء واتجاهات جماهير دول أخرى تجاه قضايا معينة في السياسة الدولية. (Jean. K. Chalaby, 2005, p.161)

القنوات الأجنبية الموجهة باللغة العربية محل الدراسة:

- ٢ قناة الحرية الأمريكية: بدأت قناة الحرية الفضائية الأمريكية في البث ١٤ / ٠٢ / ٢٠٠٤، ممولة من الكونغرس الأمريكي، بواسطة مجلس أمناء الإذاعات الدولية، وتديرها شبكة الشرق الأوسط وتبث قناة الحرية من أستوديوها في القاهرة، وقد كان الرئيس الأمريكي جورج دبليو بوش أول ضيف فيها، مصرحا أنه "ستبث الولايات المتحدة الأمريكية من خلالها رسالة تنطوي على التسامح، ونقل الحقيقة باللغتين العربية والفارسية لعشرات الملايين من المشاهدين في الشرق الأوسط، وتعد محطاتنا الأكثر شعبية بين الشباب في عدد من المدن في منطقة الشرق الأوسط". (فضيمة لحياني، ٢٠١٣، ص ١٩١)
- لكن لم يكن لقناة الحرية السبق الإعلامي منذ نشأتها، وحتى هذا التاريخ، سوى أنها كانت أول قناة أذاعت نبأ تنحي الرئيس المصري السابق حسني مبارك عن كرسي السلطة عقب الانتفاضة الشعبية المصرية الأخيرة؛ إذ خدمتها الظروف، حينما منعت قناة الجزيرة من ممارسة نشاطاتها الإعلامية. (إقبال التميمي، ٢٠١١، ص ١٢)

٢ قناة روسيا اليوم: قناة RT Arabic الفضائية هيئة إخبارية إعلامية ناطقة باللغة العربية تابعة إلى مؤسسة تي في- نوفوستي المستقلة غير التجارية. بدأت القناة البث في ٤ مايو (أيار) عام ٢٠٠٧. يتضمن برنامج بث القناة أخبارا سياسية

ان تكون متداخلة مع الحوار لزيادة التأثير على العواطف وإما ان تكون قائمة بذاتها للتعبير عن المراحل والمواقف الصامتة، ويمكن اعتبارها مصدرا غير مباشر للمعلومات إلا أنها يطلق عليها معلومات ذات بعد ثالث يطلق عليه العاطفة أو الحالة النفسية. (منى الحديدي، سلوى إمام، ٢٠١٠، ص ٢٤)

البرامج السياسية بالقنوات الفضائية المصرية والموجهة:

لا يغفل الدور الذي تقوم به البرامج السياسية بالقنوات الفضائية في نقل الأحداث السياسية، وتناولها بالتعليق والشرح والتفسير لمختلف موضوعاتها، ومناقشة القضايا المرتبطة بها، من خلال عرض آراء المتخصصين، وتكوين رأي عام سياسي؛ نظرا للتأثير الكبير على الجمهور بصفة عامة، والشباب الجامعي بصفة خاصة، فمن خلال البرامج السياسية، يحصل المتلقي على معلوماته عن الحقائق المرتبطة بالأحداث السياسية؛ مما يؤدي إلى زيادة الوعي السياسي، لا سيما بعد ظروف التحول السياسي السريع الذي تعرضت له النظم السياسية في دول العالم الثالث، فلم تقتصر على المعلومات السياسية فقط، بل امتد دورها لترتبط المواطن بالسلطة، والحد من عدم الاهتمام والميل إلى العزلة السياسية لديه. (فتحي محمد شمس الدين، ٢٠١٤، ص ٢٧٧)

٢ العوامل المؤثرة في نجاح الدور السياسي للبرامج التلفزيونية: توجد العديد من العوامل التي تؤثر على اتجاهات الأفراد وسلوكهم السياسي نحو الموضوعات السياسية، ويستمد النظام الإعلامي السياسي قوته في التأثير على مجموعة من العوامل؛ منها:

١. عوامل داخلية: وهي العوامل المرتبطة بالوسيلة، وتؤثر على فاعلية المادة المقدمة، من خلال استراتيجية الوسيلة في التعامل مع الأحداث، ومن ثم إحداث التأثير السياسي المطلوب، ومن هذه العوامل ما يلي:

- أ. اختيار الوقت المناسب Timing: إن اختيار الوقت المناسب لعرض المادة الإعلامية يساعد في الوصول إلى الجمهور المستهدف، ومن ثم إحداث التأثير المطلوب، وعلى العكس، فإن الرسالة تفقد أهميتها ومعناها، في حالة عدم عرضها في وقت مناسب.
- ب. التكرار Frequency: بمعنى إعادة المضمون الذي يتم عرضه على فترات زمنية مختلفة؛ وذلك للتأكد من وصول الرسالة لأكبر عدد ممكن من الجمهور المستهدف. (سارة نصر محمد عبد الباقي، ٢٠١٠، ص ٨٨)
- ج. الكثيف Intensity: وهو مرتبط بالتكرار بشكل ما، من خلال التنسيق بين ما تقدمه وسائل الإعلام والوسائل الأخرى، في عرض مضامين متشابهة حول نفس الأحداث؛ للتأكيد على معان معينة لدى المتلقي، مما يضمن استجابته بشكل يتوافق مع ما يعرض.

د. طبيعة الوسيلة: حيث يعتمد التلفزيون في عرضه للأحداث والشخصيات على الحركة والصورة؛ مما يقوى من الألفة والحميمية بين المشاهد والوسيلة، وذلك يؤثر بالضرورة على درجة تفاعلهم واستجابتهم مع ما يعرض بالشكل المطلوب. (Kurt lang, Gledys Angel, Lang, 2002, p.26)

٢. العوامل الخارجية:

- أ. نوع الوسيلة: حيث تختلف كل وسيلة في القدرات التأثيرية لكل منها، وقدرتها على طرح القضايا بشكل أكبر وضوحا من غيرها.
- ب. العادات الاتصالية للفرد: ولها دور كبير في تفضيله إحدى قنوات عملية الاتصال عن غيرها، كما ترتبط أيضا بالمصدر، ومدى استفادة الجمهور منه، والثقة فيما يقدمه.

ج. توفر المناخ السياسي: والذي يساعد وسائل الإعلام على القيام بدورها في إطار من حرية التعبير والديمقراطية، وقد أضافت الفضائيات والبث المباشر على أثر السماوات المفتوحة عبر الأقمار الصناعية بعدا جديدا للإعلام الموجه، وخاصة أن هذه الفضائيات استطاعت اجتياز حدود

الإسرائيلية على لبنان والثورات العربية في مصر وتونس وليبيا واليمن والبحرين.

كما ركزت على مهاجمة اسرائيل وعلى الاخبار التي تحقق فيها المقاومة اي ضربات ضد اسرائيل سواء في فلسطين أو لبنان وتوجه خطابها للجماهير في البلاد العربية بمسحة دينية تحاول من خلالها اثبات وحدة المسلمين مهما اختلفت مذاهبهم لمواجهة قوى العدوان والهجمة الأجنبية الأمريكية والإسرائيلية. (محمد شريف أمين الدالي، ٢٠١٢، ص١٣٦)

نتائج الدراسة ومناقشتها

نتائج التساؤلات:

طرحت الدراسة عددا من التساؤلات يمكن تناول نتائجها كما يلي:

٢١ شكل وأسلوب تقديم الموضوعات: للتعرف على الشكل الذي قدم به البرامج والذي تم تحديده في (مذيع فقط، مذيع+ مداخلات هاتفية، مذيع+ بث مباشر، مذيع+ مراسلين، مذيع+ ضيوف، مذيع+ تقارير خارجية، يجمع أكثر من نوع) وتم حساب التكرارات والنسب وحساب كلاً لشكل تقديم الموضوعات بالبرامج السياسية بالقنوات المصرية والموجهة علماً بأن (وحدة التحليل هي القطعة) ويمكن تناول النتائج في الجدول التالي:

جدول (٢) شكل وأسلوب التقديم للموضوعات ببرامج القنوات المصرية والموجهة

كأ	الإجمالي (ن=١٦٦)		القنوات الموجهة باللغة العربية				القناة المصرية				شكل وأسلوب التقديم
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
-	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	مذيع فقط
١٥٨,٠٤٧	٦٠,٢	١٠٠	٠	٠	١٠٠	٦٠	٠	٠	٩٥,٢	٤٠	مذيع+ مداخلات هاتفية
٨١,٩٥١	١٥,٧	٢٦	٠	٠	١,٧	١	٠	٠	٥٩,٥	٢٥	مذيع+ بث مباشر
٧٠,٩٧٩	١٢,٧	٢١	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٥٠	٢١	مذيع+ مراسلين
١٤٧,٥١١	٦٠,٨	١٠١	١٠٠	١١	٠	٠	١٠٠	٥٣	٨٨,١	٣٧	مذيع+ ضيوف
١٦١,٩٠٣	٦٠,٨	١٠١	٠	٠	١٠٠	٦٠	٠	٠	٩٧,٦	٤١	مذيع+ تقارير خارجية
٦٧,١٣٦	١٢	٢٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٤٧,٦	٢٠	يجمع أكثر من نوع

العاصمة على شبكة مراسلين قوية ومنتشرة في مواقع الأحداث بنسبة ٦,٢% في المرتبة الأولى بينما لم تعتمد برامج القنوات الأخرى على مراسلين. وقد جاء كلا من برنامج حديث اليوم وتحت الضوء على في المرتبة الأولى من حيث وجود ضيوف للحلقات بنسبة ١٠٠%، يليه برنامج هنا العاصمة في المرتبة الثانية بنسبة ١٦%، بينما لم يعتمد برنامج تحت الضوء على استضافة ضيوف لمناقشة قضايا الحلقات.

بينما جاء برنامج تحت الضوء في المرتبة الأولى من حيث الاعتماد على مذيع+ تقارير خارجية بنسبة ٢٥%، يليه برنامج هنا العاصمة في المرتبة الثانية بنسبة ٢٤%، بينما لم يعتمد كلا من برنامج حديث اليوم وحوار القاهرة على التقارير الخارجية مطلقاً.

٢٢ عناصر الإبراز المستخدمة في التقديم: للتعرف على عناصر الإبراز المستخدمة في تقديم القضايا السياسية بالبرامج والذي تم تحديده من حيث كونه (صور ثابتة، صور حية، مادة فيلمية، جرافيك، خرائط ورسوم، عناوين مكتوبة، شاشات منقسمة، أخرى تذكر، لا توجد) تم حساب التكرارات والنسب وكأ لتلك العناصر، ويمكن تناول النتائج في الجدول التالي:

جدول (٣) عناصر الإبراز المستخدمة في التقديم ببرامج القنوات المصرية والموجهة

كأ	الإجمالي		القنوات الموجهة باللغة العربية				القناة المصرية				عناصر الإبراز
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
٦٧٢٢,١٠٨	١٥,٥	٩٣٢	٥,٢	٤	١٦	٣٤٦	٠	٠	١٦	٥٨٢	صور ثابتة
	١١,٥	٦٩٣	٤٥	٣٥	٠,١	٢	٠	٠	١٨	٦٥٦	صور حية
	٢,٣٥	١٤١	٣,٩	٣	٢,٨	٦٠	٠	٠	٢,١	٧٨	مادة فيلمية
	١,٠٨	٦٥	٠	٠	٢,٨	٦٠	٠	٠	٠,١	٥	جرافيك

واقتصادية وثقافية ورياضية وجولات في الصحافة وبرامج دورية وأفلاماً وثائقية وتحقيقات مصورة. تبث القناة ٢٤ ساعة يومياً خلال سبعة أيام في الأسبوع. ويتم بث برامج القناة من موسكو بواسطة عدد من الأقمار الصناعية وهي 4 Badr، 6 HotBird، 103 Nilesat وبطريقة أون لاین في موقعنا الإلكتروني كما يستطيع زوار Youtube يوتيوب الاطلاع على برامج قناة RT Arabic عبر موقعها الخاص، ويستطيع أكثر من ٣٥٠ مليون مشاهد في بلدان الشرق الأوسط وشمال إفريقيا وأوروبا تلقي موجة البث التلفزيوني لقناتنا الفضائية.

٢٣ قناة العالم: بدأت قناة العالم الإيرانية الناطقة بالعربية إرسالها على القمر الصناعي العربي العرب سات A3 في الأول من أكتوبر عام ٢٠٠٢. وذلك من مقر مكتب القناة ومركز دائرة البرامج في بيروت، فيما تتنازع برامجهما الإخبارية وخصوصاً نشرات الأخبار من دائرة الأخبار في هيئة الإذاعة والتلفزيون بجمهورية إيران الإسلامية من طهران. (سامي الشريف، ٢٠٠٤، ص٢٨٢)

وقد حدد الموقع الرسمي للقناة العديد من أهداف القناة منها؛ سعى قناة العالم لتوفير فرصة للتفاعل والتواصل بين شعوب المنطقة والشعوب المسلمة في جميع بقاع الأرض من خلال طرحها لمشاكلهم الحقيقية، خاصة في ظل الهجمة الشرسة لوسائل الإعلام الغربية وتنفيذها لمشايخ بعض الدول الطامعة بثروات الشرق الأوسط، كما عملت على التميز بتغطيتها للغزو الأمريكي للعراق والحرب

من نتائج الجدول السابق جاء برنامج هنا العاصمة في المرتبة الأولى من حيث استخدامه للعديد من أشكال تقديم البرامج بنسبة ٦٩,٦% حيث كان برنامج هنا العاصمة هو البرنامج الأكثر تنوعاً وشمولاً للعديد من أشكال التقديم التلفزيوني، يليه في المرتبة الثانية برنامج تحت الضوء المذاع على قناة العالم الإيرانية بنسبة ٢٣,٩%، ثم في المرتبة الثالثة برنامج حديث اليوم المذاع على قناة روسيا اليوم الروسية بنسبة ٥,٤%، ثم في المرتبة الرابعة برنامج حوار القاهرة المذاع على قناة الحرة الأمريكية بنسبة ١,١%. كما يتضح أنه من حيث الاعتماد على المداخلات الهاتفية مع مقدم البرنامج قد جاء برنامج تحت الضوء في المرتبة الأولى بنسبة ٧٤%، وفي المرتبة الثانية برنامج هنا العاصمة بنسبة ٤٩%، حيث تستخدم بعض البرامج المداخلات الهاتفية أثناء عرض البرنامج كنوع من أنواع إشراك الجمهور للتفاعل مع الأحداث والقضايا المعروضة بالبرنامج أو لتوجيه أسئلة للضيوف أو الإستفسار عن قضية ما، بينما لم يعتمد كلا من برنامج حديث اليوم وبرنامج حوار القاهرة على المداخلات الهاتفية مطلقاً. أما مذيع+ بث مباشر فقد جاء برنامج هنا العاصمة في المرتبة الأولى بنسبة ٤,٢%، يليه برنامج تحت الضوء بنسبة ٠,٤% في المرتبة الثانية، بينما يتواجد البث المباشر في كلا من برنامج حديث اليوم وحوار القاهرة. وبالنسبة للمراسلين فقد اعتمد برنامج هنا

٢ ك	الإجمالي		القنوات الموجهة باللغة العربية						القناة المصرية		عناصر الإبراز
			حوار القاهرة		تحت الضوء		حديث اليوم		هنا العاصمة		
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
	٠,٧٥	٤٥	٠	٠	٠	٠	٠	٠	١,٢	٤٥	خرائط ورسوم
	٤٦,٩	٢٨١٤	٠	٠	٥١	١١٠١	٠	٠	٤٦	١٧١٣	عناوين مكتوبة
	٠	٠	٤٥	٣٥	٢٨	٦٠٩	٠	٠	١٧	٦١٦	شاشات منقسمة
	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	أخرى تذكر
	٠,٨٨	٥٣	٠	٠	٠	٠	١٠٠	٥٣	٠	٠	لا توجد
	١٠٠	٦٠٠٣	١٠٠	٧٧	١٠٠	٢١٧٨	١٠٠	٥٣	١٠٠	٣٦٩٥	الإجمالي
		%١٠٠		%١,٣		%٣٦,٣		%٠,٠		%٦١,٦	نسبة الإجمالي

برنامج هنا العاصمة في المرتبة الثالثة بنسبة ٢,١%، وأخيرا برنامج حديث اليوم لم يعتمد على المادة الفلمية مطلقا.

وبالنسبة للجرافيك كعنصر من عناصر الإبراز فقد جاء برنامج تحت الضوء في المرتبة الأولى بنسبة ٢,٨%، يليه برنامج هنا العاصمة في المرتبة الثانية بنسبة ٠,١%، بينما كلا من برنامج حديث اليوم وحوار القاهرة فلم يعتمد أي منهم على الجرافيك.

بينما الخرائط والرسوم فقد وجدت فقط في حلقات برنامج هنا العاصمة بنسبة ١,٢%، بينما لو توجد في البرامج الأخرى.

بالنسبة للعناوين المكتوبة فقد جاء برنامج تحت الضوء في المرتبة الأولى من حيث استخدامها بنسبة ٥١%، يليه برنامج هنا العاصمة بنسبة ٤٦% في المرتبة الثانية، بينما لم توجد في كل من برنامجي حديث اليوم وحوار القاهرة.

وبالنسبة لعنصر الشاشات المنقسمة فقد جاء برنامج حوار القاهرة في المرتبة الأولى من حيث استخدامها بنسبة ٤٥%، يليه في المرتبة الثانية برنامج تحت الضوء بنسبة ٢٨%، ثم في المرتبة الثالثة برنامج هنا العاصمة بنسبة ١٧%، بينما لم يعتمد عليها برنامج حديث اليوم.

٢ الصوت المصاحب للمادة المصورة: للتعرف على نوع الصوت المصاحب للمادة المصورة والذي تم تحديده من حيث كونه (مذيع، موسيقى، مؤثرات صوتية، صوت طبيعي، مراسل، مترجم، ضيف، أخرى تذكر) تم حساب التكرارات والنسب كما ويمكن تناول النتائج في الجدول التالي:

جدول (٤) الصوت المصاحب للمادة المصورة ببرامج القنوات المصرية والموجهة

٢ ك	الإجمالي		القنوات الموجهة باللغة العربية						القناة المصرية		الصوت المصاحب للمادة المصورة
			حوار القاهرة		تحت الضوء		حديث اليوم		هنا العاصمة		
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
	١٨,١	١٦٦	٢٣	١١	٢٠	٦٠	٤٨,٢	٥٣	٩,٢	٤٢	مذيع
	٥,٥٦	٥١	٤,٢	٢	٠	٠	٠	٠	١١	٤٩	موسيقى
	٥,٩٩	٥٥	٠	٠	٠	٠	٠	٠	١٢	٥٥	مؤثرات صوتية
	٥,٠١	٤٦	٠	٠	١,٣	٤	٠	٠	٩,٢	٤٢	صوت طبيعي
	٤٢,٣٣٢	١٢٣	٠	٠	٢٠	٦١	٠	٠	١١	٥٢	مراسل
		١١	٠	٠	٠,٧	٢	٣,٦٤	٤	١,١	٥	مترجم
			٧٣	٣٥	٥٨	١٧٥	٤٨,٢	٥٣	١٩	٨٦	ضيف
			٠	٠	٠	٠	٠	٠	٢٨	١٢٧	أخرى تذكر
		٩١٨	١٠٠	٤٨	١٠٠	٣٠٢	١٠٠	١١٠	١٠٠	٤٥٨	الإجمالي
		%١٠٠		%٥,٢		%٣٢,٩		%١٢		%٤٩,٩	نسبة الإجمالي

الصوت بنسبة ٢٠%، ثم في المرتبة الرابعة برنامج هنا العاصمة بنسبة ٩,٢% ومن حيث وجود صوت الموسيقى فقد جاء برنامج هنا العاصمة في المرتبة الأولى بنسبة ١١%، يليه في المركز الثاني برنامج حوار القاهرة بنسبة ٤,٢%، بينما لم يوجد صوت الموسيقى في كل من برنامجي حديث اليوم وتحت الضوء.

أما عن استخدام المؤثرات الصوتية فقد جاء برنامج هنا العاصمة في المرتبة الأولى بنسبة ١٢%، بينما لم يعتمد عليها كل من برنامج حديث اليوم وتحت الضوء وحوار القاهرة.

وقد جاء الصوت الطبيعي في برنامج هنا العاصمة بنسبة ٩,٢% في المرتبة

من نتائج الجدول السابق جاء برنامج هنا العاصمة في المرتبة الأولى من حيث استخدام عناصر الإبراز في التقديم بنسبة ٦١,٦% فقد كان البرنامج الأكثر ثراء بالعديد من عناصر الإبراز وهو ما يتناسب مع التنوع الملحوظ في أشكال التقديم به وكذلك تنوع القوالب البرمجية، يليه برنامج تحت الضوء بنسبة ٣٦,٣%، ثم برنامج حوار القاهرة بنسبة ١,١%، ثم برنامج حديث اليوم الذي لم يعتمد مطلقا على وسائل الإبراز في عرض القضايا، ويرجع هذا التفاوت إلى طبيعة كل من البرامج السابقة، فبرنامج هنا العاصمة يتم تقديمه باستخدام قوالب فنية متعددة وبالتالي تتنوع فيه عناصر الإبراز، يليه برنامج تحت الضوء ثم حوار القاهرة، أما برنامج حديث اليوم فقد اعتمد على الحديث التلفزيوني واعتمد في مادته فقط على رأى الضيف وبالتالي لم يوجد استخدام لعناصر الإبراز.

كما يتضح أيضا أن استخدام الصور الثابتة كعنصر من عناصر الإبراز قد اعتمد عليه برنامج هنا العاصمة وتحت الضوء بنفس النسبة في المرتبة الأولى بنسبة ١٦%، ثم في المرتبة الثانية برنامج حوار القاهرة بنسبة ٥,٢%، بينما لم يستخدم برنامج حديث اليوم الصور الثابتة مطلقا.

أما عن استخدام الصور الحية فقد جاء برنامج حوار القاهرة في المرتبة الأولى بنسبة ٤٥%، يليه في المرتبة الثانية برنامج هنا العاصمة بنسبة ١٨%، ثم برنامج تحت الضوء بنسبة ٠,١% في المرتبة الثالثة، وأخيرا برنامج حديث اليوم الذي لم يستخدم الصور الحية مطلقا.

بينما الاعتماد على مادة فيلمية فقد جاء برنامج حوار القاهرة في المرتبة الأولى بنسبة ٣,٩%، يليه في المرتبة الثانية برنامج تحت الضوء بنسبة ٢,٨%، ثم

من نتائج الجدول السابق جاء برنامج هنا العاصمة في المرتبة الأولى من حيث توافر العديد من أشكال الصوت المصاحب للمادة المصورة بنسبة ٤٩,٩%، يليه برنامج تحت الضوء في المرتبة الثانية بنسبة ٣٢,٩%، ثم برنامج حوار القاهرة في المرتبة الثالثة بنسبة ١٢%، ثم في المرتبة الرابعة برنامج حوار القاهرة بنسبة ٥,٢%.

كما يتضح أيضا من الجدول السابق أن برنامج حديث اليوم قد جاء في المرتبة الأولى من حيث الاعتماد على صوت المذيع بنسبة ٤٨,٢%، يليه في المرتبة الثانية برنامج حوار القاهرة بنسبة ٢٣%، ثم في المرتبة الثالثة برنامج تحت

حلقات برنامج حوار القاهرة. أما عن صوت ضيوف الحلقات فقد جاء برنامج حوار القاهرة في المرتبة الأولى بنسبة ٧٣%، يليه برنامج تحت الضوء في المرتبة الثانية بنسبة ٥٨%، ثم برنامج حديث اليوم في المرتبة الثالثة بنسبة ٤٨,٢%، وأخيرا برنامج هنا العاصمة في المرتبة الرابعة بنسبة ١٩%.

أنواع اللقطات: للتعرف على أنواع اللقطات التلفزيونية التي وجدت بالبرامج والتي تم تحديدها في (لقطة عامة، قريبة، قريبة جدا، متوسطة، بعيدة، بعيدة جدا، خلف الكتف) تم حساب التكرارات والنسب وكأ، ويمكن تناول النتائج في الجدول التالي:

جدول (٥) أنواع اللقطات ببرامج القنوات المصرية والموجهة

كأ	الإجمالي		القنوات الموجهة باللغة العربية						القناة المصرية		أنواع اللقطات
			حوار القاهرة		تحت الضوء		حديث اليوم		هنا العاصمة		
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
٤٩٧١,٥٧٧	٢١٨	٢,٤	٨	٠,٥	٨٠	٣,٢	١٥	١,٤	١١٥	١٣	عامة
	٥٤٤	٦	٣٣	٢	١٢٧	٥	٢٦	٢,٥	٣٥٨	٩,٣	قريبة
	٤٧٤	٥,٢	٨	٠,٥	١٢٠	٤,٨	١١	١,١	٣٣٥	٨,٧	قريبة جدا
	٤٢٠٦	٤٦	١٢٥٣	٧٥	١٦٤٤	٦٥	٨٨٩	٨٥	٤٢٠	٣١	متوسطة
	٤١٧	٤,٦	٦٦	٣,٩	٢٧٩	١١	٦٣	٦	٩	٠,٢	بعيدة
	١٩٧٨	٢٢	٣٠٣	١٨	٢٦٨	١١	٢٨	٢,٧	١٣٧٩	٣٦	بعيدة جدا
	٠	٠	٠	٠	١	١,٣	١٤	٢	١٢٤٧	٢	خلف الكتف
	٩٠٩٩	١٠٠	١٦٧١	١٠٠	٢٥١٩	١٠٠	١٠٤٦	١٠٠	٣٨٦٣	١٠٠	الإجمالي
%١٠٠		%١٨,٤		%٢٧,٧		%١١,٥		%٤٢,٥		نسبة الإجمالي	

الضوء بنسبة ٤٨,٨%، ثم جاء برنامج حديث اليوم في المرتبة الثالثة بنسبة ١١,١%، وأخيرا في المرتبة الرابعة برنامج حوار القاهرة بنسبة ٠,٥%. أما عن اللقطة المتوسطة فقد جاء الاعتماد عليها كالتالي: برنامج تحت الضوء في المرتبة الأولى بنسبة ٨٥%، يليه في المرتبة الثانية برنامج حديث اليوم في بنسبة ٦٥%، ثم برنامج هنا العاصمة بنسبة ٣١% في المرتبة الثالثة، وفي المرتبة الرابعة برنامج حوار القاهرة بنسبة ١١%، كما تفاوتت البرامج الأربع في الاعتماد على اللقطة البعيدة حيث جاء برنامج تحت الضوء في المرتبة الأولى بنسبة ١١%، يليه برنامج حديث اليوم في المرتبة الثانية بنسبة ٦%، ثم في المرتبة الثالثة برنامج حوار القاهرة بنسبة ٣,٩%، ثم برنامج هنا العاصمة في المرتبة الرابعة بنسبة ٠,٢%.

زوايا الكاميرا:

١. زوايا الكاميرا الرأسية: للتعرف على زوايا الكاميرا الرأسية المستخدمة بالبرامج عينة الدراسة والتي تم تحديدها من حيث كونها (مستوى النظر، منخفضة، مرتفعة، عين الطائر) تم حساب النسب والتكرارات وكأ، ويمكن تناول النتائج في الجدول التالي:

جدول (٦) زوايا الكاميرا الرأسية ببرامج القنوات المصرية والموجهة

كأ	الإجمالي		القنوات الموجهة باللغة العربية						القناة المصرية		الزاوية الرأسية
			حوار القاهرة		تحت الضوء		حديث اليوم		هنا العاصمة		
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
١١٠٤,٧٢٢	٨٩٧٢	٦٩,٣	١٠٨٤	٦٤,٩	٨٧,٦	٢٢٣٦	٩١	٨٨٥	٤٧٦٧	٦١,٤	مستوى النظر
	٢٦٣٨	٢٠,٤	٥٤١	٣٢,٤	٧,٩٩	٢٠٤	٦,٣	٦١	١٨٣٢	٢٣,٦	منخفضة
	١١٠٩	٨,٥٦	٣٥	٢,٠٩	٣,٩٦	١٠١	٢,١	٢٠	٩٥٣	١٢,٣	مرتفعة
	٢٣٤	١,٨١	١١	٠,٦٦	٠,٤٧	١٢	٠,٥	٥	٢٠٦	٢,٦٦	عين الطائر
	١٢٩٥٣	١٠٠	١٦٧١	١٠٠	٢٥٥٣	١٠٠	٩٧١	١٠٠	٧٧٥٨	١٠٠	الإجمالي
%١٠٠		%١٢,٩		%١٩,٧		%٧,٥		%٥٩,٩		نسبة الإجمالي	

برنامج حوار القاهرة في المرتبة الثالثة بنسبة ٦٤,٩%، وفي المرتبة الرابعة برنامج هنا العاصمة بنسبة ٦١,٤%. أما الزاوية المنخفضة فقد وجدت في برنامج حوار القاهرة في المرتبة الأولى بنسبة ٣٢,٤%، يليها برنامج هنا العاصمة في المرتبة الثانية بنسبة ٢٣,٦%، ثم برنامج تحت الضوء في المرتبة الثالثة بنسبة ٧,٩%، وبرنامج حديث اليوم في المرتبة الرابعة بنسبة ٦,٣%.

وبالنسبة للزاوية المرتفعة فقد جاء برنامج هنا العاصمة في المرتبة الأولى

الأولى، يليه برنامج تحت الضوء بنسبة ١١,٣%، بينما لم يتواجد في كل من برنامجي حديث اليوم وحوار القاهرة.

وبالنسبة لصوت المرسلين فقد جاء برنامج تحت الضوء في المرتبة الأولى بنسبة ٢٠%، يليه برنامج هنا العاصمة بنسبة ١١%، بينما لم يوجد صوت المرسلين في برنامجي حديث اليوم وحوار القاهرة لعدم اعتمادهما على مرسلين. وبالنسبة لصوت المترجم فقد جاء برنامج حديث اليوم في المرتبة الأولى بنسبة ٣,٦٤%، يليه برنامج هنا العاصمة بنسبة ١,١% في المرتبة الثانية، ثم برنامج تحت الضوء بنسبة ٠,٧% في المرتبة الثالثة، بينما لم يتواجد صوت المترجم في

من نتائج الجدول السابق جاء برنامج هنا العاصمة في المرتبة الأولى من حيث التنوع في استخدام لقطات الكاميرا بنسبة ٤٢,٥%، يليه برنامج تحت الضوء في المرتبة الثانية بنسبة ٢٧,٧%، ثم في المرتبة الثالثة برنامج حوار القاهرة بنسبة ١٨,٤%، وفي المرتبة الرابعة برنامج حديث اليوم بنسبة ١١,٥%. كما يتضح أيضا من الجدول السابق أن اعتماد برامج القنوات الأربع على اللقطة العامة كنوع من أنواع لقطات الكاميرا بشكل متقارب فقد جاء برنامج هنا العاصمة في المرتبة الأولى بنسبة ١٣%، يليه مباشرة برنامج تحت الضوء بنسبة ٣,٢% في المرتبة الثانية، ثم في المرتبة الثالثة برنامج حديث اليوم بنسبة ١,٤%، ثم برنامج حوار القاهرة في المرتبة الرابعة بنسبة ٠,٥%.

أما عن اللقطة القريبة فقد جاء برنامج هنا العاصمة في المرتبة الأولى من حيث استخدامها بنسبة ٩,٣%، يليه برنامج تحت الضوء في المرتبة الثانية بنسبة ٥%، ثم برنامج حديث اليوم في المرتبة الثالثة بنسبة ٢,٥%، يليه برنامج حوار القاهرة في المرتبة الرابعة بنسبة ٢%. وقد تفاوتت اعتماد البرامج الأربع على اللقطة القريبة جدا حيث جاء برنامج هنا العاصمة في المرتبة الأولى بنسبة ٨,٧%، يليه برنامج تحت

من نتائج الجدول السابق جاء برنامج هنا العاصمة في المرتبة الأولى من حيث استخدام الزوايا الرأسية بنسبة ٥٩,٩%، يليه في المرتبة الثانية برنامج تحت الضوء بنسبة ١٩,٧%، ثم برنامج حوار القاهرة في المرتبة الثالثة بنسبة ١٢,٩%، ثم برنامج حديث اليوم بنسبة ٧,٥%.

كما يتضح أيضا الاعتماد على الزوايا الرأسية في برامج الدراسة فمن حيث زاوية مستوى النظر فقد جاء برنامج حديث اليوم في المرتبة الأولى بنسبة ٩١%، يليه في المرتبة الثانية برنامج تحت الضوء بنسبة ٨٧,٦%، ثم

المرتبة الثالثة، يليه برنامج تحت الضوء بنسبة ٤,٤% في المرتبة الرابعة.
٢. زوايا الكاميرا الأفقية: للتعرف على أنواع الزوايا الأفقية المستخدمة بالبرامج عينة الدراسة والتي تم حديدها من حيث كونها (زاوية مواجهة كاملة، ثلاث أرباع مواجهة، جانبية، ثلاث أرباع خلفية، خلفية، منحرفة) تم حساب التكرارات والنسب وكأ، ويمكن تناول النتائج في الجدول التالي:

٢ ك	القنوات الموجهة باللغة العربية										القناة المصرية هنا العاصمة	زوايا الكاميرا الزاوية الأفقية
	الإجمالي		حوار القاهرة		تحت الضوء		حديث اليوم		ك			
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
٩٩١,٤٥٨	٥٥	٦٣٠٦	٥٣	٧٢	٧٦	١٩١٨	٤٧	٤٥١	٤٩	٣٨٦٥	زاوية مواجهة كاملة	
	٢٩	٣٣٦٦	٤٣	٥٨	٨,٥	٢١٣	٤٧	٤٥٣	٣٣	٢٦٤٢	ثلاث أرباع مواجهة	
	٥,٢	٦٠٣	٢,٢	٣	٢,٥	٦٣	٢,٦	٢٥	٦,٥	٥١٢	جانبية	
	٥,٥	٦٤٠	٢,٢	٣	٤,٨	١٢٠	١,١	١١	٦,٤	٥٠٦	ثلاث أرباع خلفية	
	٥,١	٥٩٠	٠	٠	٧,٧	١٩٣	٢,٤	٢٣	٤,٧	٣٧٤	خلفية	
	٠,٢	٢٧	٠	٠	٠,١	٣	٠	٠	٠,٣	٢٤	منحرفة	
	١٠٠	١١٥٣٢	١٠٠	١٣٦	١٠٠	٢٥١٠	١٠٠	٩٦٣	١٠٠	٧٩٢٣	الإجمالي	
		%١٠٠		%١,٢		%٢١,٨		%٨,٤		%٦٨,٧		نسبة الإجمالي

الأولى بنسبة ٧,٧%، يليه برنامج هنا العاصمة بنسبة ٤,٧% في المرتبة الثانية، ثم برنامج حديث اليوم في المرتبة الثالثة بنسبة ٢,٤%، بينما لم يعتمد عليها برنامج حوار القاهرة مطلقاً.

وأخيراً الزاوية المنحرفة فقد كان اعتماد برامج القنوات الأربع عليها بنسبة صغيرة جداً حيث جاء استخدامها في برنامج هنا العاصمة لها في المرتبة الأولى بنسبة ٠,٣%، يليه برنامج تحت الضوء بنسبة ٠,١%، بينما لم تستخدم في كل من برنامجي حديث اليوم وحوار القاهرة مطلقاً.

ومن الملاحظ أن جميع البرامج التلفزيونية السياسية عينة الدراسة قد استخدمت "زاوية مواجهة كاملة" بشكل أكبر عن غيرها من زوايا الكاميرا الأفقية حيث حصلت على نسبة ٥٥% وتلاه في المرتبة الثانية "زاوية ثلاث أرباع مواجهة" بنسبة ٢٩% ثم "زاوية ثلاث أرباع خلفية" في المرتبة الثالثة بنسبة ٥,٥% وفي المرتبة الرابعة "زاوية جانبية" بنسبة ٥,٢% أما "الزاوية الخلفية" فقد حلت في المرتبة الخامسة بنسبة ٥,١% وحلت في المرتبة الأخيرة "الزاوية المنحرفة" بنسبة ٠,٢%.

٣ حركة الكاميرا: للتعرف على أنواع حركات الكاميرا ببرامج الدراسة والتي تم تحديدها من حيث كونها (Pan Right, Pan Left Tilt Up, Tilt Down, Truck Right, Truck Left, Zoom In, Zoom Out, Dolly In, Dolly Out, Crane Right, Truck Left, Zoom In, Zoom Out, Dolly In, Dolly Out, Crane Up, Crane Down, Pedestal Up, Pedestal Down, ARC) تم حساب التكرارات والنسب وكأ، ويمكن تناول النتائج في الجدول التالي:

٢ ك	القنوات الموجهة باللغة العربية										القناة المصرية هنا العاصمة	حركة الكاميرا
	الإجمالي		حوار القاهرة		تحت الضوء		حديث اليوم		ك			
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
١٥٠,١٤١	١٩	٢٨١	٢٩	١٠	٣١	٦٧	٤,٣	١	١٧	٢٠٣	Pan Right	
	١٧	٢٤٨	٢٩	١٠	١٩	٤٢	٨,٧	٢	١٦	١٩٤	Pan Left	
	١,٤	٢١	٢,٩	١	٠,٩	٢	٠	٠	١,٥	١٨	Tilt Up	
	٢,٦	٣٨	٠	٠	٤,٦	١٠	٠	٠	٢,٣	٢٨	Tilt Down	
	٢,٨	٤٢	٥,٧	٢	٢,٨	٦	٠	٠	٢,٨	٣٤	Truck Right	
	١,٦	٢٤	٠	٠	٢,٣	٥	٠	٠	١,٦	١٩	Truck Left	
	١٦	٢٣٩	١٤	٥	١٤	٣١	٧٨	١٨	١٥	١٨٥	Zoom In	
	١٣	١٩١	١٤	٥	١٢	٢٦	٤,٣	١	١٣	١٥٩	Zoom Out	
	٢,٤	٣٦	٠	٠	١,٤	٣	٠	٠	٢,٧	٣٣	Dolly In	
	٤,٤	٦٦	٢,٩	١	٢,٣	٥	٠	٠	٥	٦٠	Dolly Out	
	١٠	١٥٤	٢,٩	١	٠,٥	١	٠	٠	١٣	١٥٢	Crane Up	
	١,٢	١٨	٠	٠	٠	٠	٠	٠	١,٥	١٨	Crane Down	
	١,١	١٧	٠	٠	٠,٥	١	٤,٣	١	١,٢	١٥	Pedestal Up	

كا	الإجمالي		القنوات الموجهة باللغة العربية						القناة المصرية		حركة الكاميرا
			حوار القاهرة		تحت الضوء		حديث اليوم		هنا العاصمة		
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
	٢	٢٩	٠	٠	٢,٣	٥	٠	٠	٢	٢٤	Pedestal Down
	١,٦	٢٤	٠	٠	٢,٣	٥	٠	٠	١,٦	١٩	ARC
	٣,٨	٥٦	٠	٠	٣,٢	٧	٠	٠	٤	٤٩	أخرى تذكر
	١٠٠	١٤٨٤	١٠٠	٣٥	١٠٠	٢١٦	١٠٠	٢٣	١٠٠	١٢١٠	الإجمالي
		%١٠٠		%٢,٤		%١٤,٦		%١,٥		%٨١,٥	نسبة الإجمالي

العاصمة، برنامج تحت الضوء بنسبة ١٢٪، ثم برنامج حديث اليوم بنسبة ٤,٣٪.

أما حركة الكاميرا Dolly in فقد حصلت على نسبة ٢,٧٪ في برنامج هنا العاصمة، ونسبة ١,٤٪ في برنامج تحت الضوء، بينما لم تحصل على أي تكرارات أو نسب في برنامج حديث اليوم أو برنامج حوار القاهرة، بينما حركة الكاميرا Dolly out فقد حصلت على نسبة ٥٪ في برنامج هنا العاصمة، ونسبة ٢,٩٪ في برنامج حوار القاهرة، ونسبة ٢,٣٪ في برنامج تحت الضوء، ولم تحصل على أي تكرارات أو نسب في برنامج حديث اليوم.

أما حركة الكاميرا Crane Up فقد حصلت على نسبة ١٣٪ في برنامج هنا العاصمة و ٠,٥٪ في برنامج تحت الضوء و ٢,٩٪ في برنامج حوار القاهرة ولم تحصل على أي تكرارات أو نسب في برنامج حديث اليوم، بينما حركة الكاميرا Crane Down فقد حصلت على نسبة ١,٥٪ في برنامج هنا العاصمة ولم تحصل على أي تكرارات أو نسب في برنامج حديث اليوم أو برنامج تحت الضوء أو برنامج حوار القاهرة.

أما حركة الكاميرا Pedestal Up فقد حصلت على نسبة ٤,٣٪ في برنامج حديث اليوم، ثم بنسبة ١,٢٪ في برنامج هنا العاصمة، ونسبة ٠,٥٪ في برنامج تحت الضوء، ولم تحصل على أي تكرارات أو نسب في برنامج حوار القاهرة، بينما حركة الكاميرا Pedestal Down فقد حصلت على نسبة ٢,٣٪ في برنامج تحت الضوء، وعلى نسبة ٢٪ في برنامج هنا العاصمة، ولم تحصل على أي تكرارات أو نسب في برنامج حديث اليوم أو برنامج حوار القاهرة.

وحصلت حركة الكاميرا القوسية ARC على نسبة ٢,٣٪ في برنامج تحت الضوء، يليه برنامج هنا العاصمة بنسبة ١,٦٪، ولم تحصل على أي تكرارات أو نسب في برنامج حديث اليوم أو برنامج حوار القاهرة، وكان هناك حركات أخرى في برنامج هنا العاصمة بنسبة ٤٪ وبنسبة ٣,٢٪ في برنامج تحت الضوء.

٣١ نوع القضايا السياسية المثارة: للتعرف على نوع القضايا السياسية المثارة بالبرامج السياسية عينة الدراسة والتي تم تحديدها من حيث كونها (قضايا سياسية فقط، سياسية ذات طابع اقتصادي، سياسية ذات طابع عسكري، سياسية مرتبطة بالحوادث والكوارث، سياسية ذات طابع قضائي، أخرى تذكر) تم حساب التكرارات والنسب وكأ، ويمكن تناول النتائج في الجدول التالي:

جدول (٩) نوع القضايا السياسية المثارة ببرامج القنوات المصرية والموجهة

كا	الإجمالي		القنوات الموجهة باللغة العربية						القناة المصرية		نوع القضية
			حوار القاهرة		تحت الضوء		حديث اليوم		هنا العاصمة		
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٤٠,٤١٣	٥٤	١٣١	٦٤	٧	٥١	٣٤	٦٢	٣٨	٥٠	٥٢	سياسية فقط
	٨,٢	٢٠	٩,١	١	١,٥	١	٨,٢	٥	١٣	١٣	سياسية ذات طابع اقتصادي
	١٧	٤١	١٨	٢	٣٠	٢٠	١٨	١١	٧,٧	٨	سياسية ذات طابع عسكري
	١٥	٣٧	٩,١	١	١٦	١١	١١	٧	١٧	١٨	سياسية مرتبطة بالحوادث والكوارث
	٤,١	١٠	٠	٠	١,٥	١	٠	٠	٨,٧	٩	سياسية ذات طابع قضائي
	١,٦	٤	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٣,٨	٤	أخرى تذكر
	١٠٠	٢٤٣	١٠٠	١١	١٠٠	٦٧	١٠٠	٦١	١٠٠	١٠٤	الإجمالي
	%١٠٠		%٤,٥		%٢٧,٦		%٢٥,١		%٤٢,٨		نسبة الإجمالي

قضايا سياسية فقط، وسياسية ذات طابع اقتصادي، وسياسية ذات طابع عسكري،

من نتائج الجدول السابق جاء برنامج هنا العاصمة في المرتبة الأولى من حيث التنوع في استخدام أنواع حركات الكاميرا المختلفة بنسبة ٨١,٥٪، يليه برنامج تحت الضوء في بنسبة ١٤,٦٪، ثم برنامج حوار القاهرة بنسبة ٢,٤٪، ثم برنامج حديث اليوم بنسبة ١,٥٪، ويرجع التفاوت في هذه النسب إلى الاختلاف في زمن عرض الحلقات باختلاف البرنامج، كما ترجع أيضا إلى طبيعة كل برنامج.

كما يتضح أيضا أن البرامج التليفزيونية السياسية عينة الدراسة قد استخدمت عدة حركات للكاميرا فمن حيث الاعتماد على حركة الاستعراض الأفقي بانوراما Pan فنجد أن حركة الكاميرا Pan Right قد حصلت على نسبة ٣١٪ في برنامج تحت الضوء، يليه برنامج حوار القاهرة بنسبة ٢٩٪، ثم بنسبة ١٧٪ في برنامج هنا العاصمة، ونسبة ٤,٣٪ في برنامج حديث اليوم، بينما حركة الكاميرا Pan Left فقد اعتمد عليها برنامج حوار القاهرة في بنسبة ٢٩٪، يليه برنامج تحت الضوء بنسبة ١٩٪، ثم برنامج هنا العاصمة بنسبة ١٦٪، ثم برنامج حديث اليوم بنسبة ٨,٧٪.

أما حركة الكاميرا الرأسية Tilt فقد حصلت الحركة Tilt Up على نسبة ٢,٩٪ في برنامج حوار القاهرة، يليه برنامج هنا العاصمة بنسبة ١,٥٪، ثم بنسبة ٠,٩٪ في برنامج تحت الضوء، بينما لم تحصل على أي تكرارات في برنامج حديث اليوم، أما حركة الكاميرا Tilt Down فقد حصلت على نسبة ٤,٦٪ في برنامج تحت الضوء ٢,٣٪، ثم بنسبة ٥,٣٪ في برنامج هنا العاصمة، ولم تحصل على أي تكرارات أو نسب في برنامج حديث اليوم أو برنامج حوار القاهرة.

أما عن حركة الكاميرا Truck Right فقد جاء برنامج حوار القاهرة بنسبة ٥,٧٪، يليه كل من برنامج هنا العاصمة وبرنامج تحت الضوء بنسبة ٢,٨٪، ولم تحصل على أي تكرارات أو نسب في برنامج حديث اليوم، بينما حركة الكاميرا Truck Left قد جاء ترتيبها في البرامج الأربع على النحو التالي؛ برنامج تحت الضوء بنسبة ٢,٣٪، ثم برنامج هنا العاصمة بنسبة ١,٦٪ ولم تحصل على أي تكرارات أو نسب في برنامج حديث اليوم أو برنامج حوار القاهرة.

أما حركة الكاميرا Zoom in فقد حصلت على نسبة ٧٨٪ في برنامج حديث اليوم، وبنسبة ١٥٪ في برنامج هنا العاصمة، ثم بنسبة ١٤٪ في كل من برنامج تحت الضوء وبرنامج حوار القاهرة، بينما حركة الكاميرا Zoom out فقد حصلت على نسبة ١٤٪ في برنامج حوار القاهرة، ثم بنسبة ١٣٪ في برنامج هنا

من نتائج الجدول السابق يتضح التنوع في معالجة القضايا السياسية سواء أكانت

أما بالنسبة للقضايا السياسية المرتبطة بالحوادث والكوارث فقد جاء برنامج هنا العاصمة بنسبة ١٧%، يليه برنامج تحت الضوء بنسبة ١٦%، ثم برنامج حديث اليوم بنسبة ١١%، ثم برنامج حوار القاهرة بنسبة ٩,١%.

أما عن القضايا السياسية ذات الطابع القضائي فقد جاء برنامج هنا العاصمة بنسبة ٨,٧%، يليه برنامج تحت الضوء بنسبة ١,٥%، بينما لم يتناولها بالمعالجة كل من برنامجي حديث اليوم وحوار القاهرة.

٣ أسلوب معالجة القضايا: للتعرف على أسلوب معالجة القضايا والتي تم حديدها من حيث كونها (عرض معلومات، مناقشة آراء، كشف أسباب المشكلة فقط، طرح معالجات، تبني آراء معينة، الدعوة لسلوك معين) تم حساب التكرارات والنسب وكأ٢، ويمكن تناول النتائج في الجدول التالي:

جدول (١٠) أسلوب معالجة البرنامج للقضية ببرامج القنوات المصرية والموجهة

ك٤	الإجمالي		القنوات الموجهة باللغة العربية						القناة المصرية		أسلوب معالجة البرنامج للقضية
			حوار القاهرة		تحت الضوء		حديث اليوم		هنا العاصمة		
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
١٠٢,٣٣٣	٣٩,٨	٦٦	١٨,٢	٢	٣٩,٧	٢٢	٠	٠	١٠٠	٤٢	دائما
	٤١,٦	٦٩	٤٥,٥	٥	٤٣,٣	٢٦	٧١,٧	٣٨	٠	٠	أحيانا
	١٨,٧	٣١	٣٦,٤	٤	٢٠	١٢	٢٨,٣	١٥	٠	٠	نادرا
١٢٦,٢٣٧	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	لا توجد
	٧٩,٥	١٣٢	١٠٠	١١	١٠٠	٦٠	١٠٠	٥٣	١٩	٨	دائما
	٦	١٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٢٣,٨	١٠	أحيانا
٧٢,٢٨٦	١٤,٥	٢٤	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٥٧,١	٢٤	نادرا
	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	لا توجد
	١,٨	٣	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٧,١	٣	دائما
٥٠,٢٤٣	١٣,٣	٢٢	١٨,٢	٢	٠	٠	٠	٠	٤٧,٦	٢٠	أحيانا
	٨٤,٩	١٤١	٨١,٨	٩	١٠٠	٦٠	١٠٠	٥٣	٤٥,٢	١٩	نادرا
	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	لا توجد
٣٨,١٨٩	٠,٦	١	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٢,٤	١	دائما
	١٠,٨	١٨	١٨,٢	٢	٠	٠	٠	٠	٣٨,١	١٦	أحيانا
	٨٨,٦	١٤٧	٨١,٨	٩	١٠٠	٦٠	١٠٠	٥٣	٥٩,٥	٢٥	نادرا
٢٨,٠٩٥	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	لا توجد
	١,٢	٢	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٤,٨	٢	دائما
	٦	١٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٢٣,٨	١٠	أحيانا
٣٨,١٨٩	٩٢,٨	١٥٤	١٠٠	١١	١٠٠	٦٠	١٠٠	٥٣	٧١,٤	٣٠	نادرا
	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	لا توجد
	١,٨	٣	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٧,١	٣	دائما
٢٨,٠٩٥	٣,٦	٦	٠	٠	٠	٠	٠	٠	١٤,٣	٦	أحيانا
	٩٤,٦	١٥٧	١٠٠	١١	١٠٠	٦٠	١٠٠	٥٣	٧٨,٦	٣٣	نادرا
	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	لا توجد

من نتائج الجدول السابق يتضح وجود تنوع في أساليب معالجة البرامج التلفزيونية عينة الدراسة للقضايا التي تم عرضها من خلالها حيث استخدم برنامج هنا العاصمة أسلوب عرض المعلومات في جميع حلقات البرنامج وبشكل دائم وذلك بنسبة ١٠٠% كأسلوب لمعالجة القضايا أثناء تناولها بالبرنامج وأسلوب مناقشة آراء بنسبة ٥٧,١% بشكل نادر بنسبة ٢٣,٨% في بعض الأحيان بنسبة ١٩% دائما أما أسلوب كشف أسباب المشكلة فقد تم استخدامه بنسبة ٧,١% بشكل دائم بنسبة ٤٧,٦% أحيانا بنسبة ٤٥,٢% نادرا أما طرح معالجات فقد تم استخدامه بنسبة ٢,٤% دائما و ٣٨,١% أحيانا و ٥٩,٥% نادرا أما تبني آراء معينة فقط تم استخدامه بنسبة ٤,٨% دائما وبنسبة ٢٣,٨% أحيانا بنسبة ٧١,٤% نادرا وقد تم استخدام أسلوب الدعوة لسلوك معين بنسبة ٧,١% دائما و ١٤,٣% في بعض الأحيان و ٧٨,٦% نادرا.

نتائج الفروض:

٣ الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية في أنواع تقنيات الإخراج التلفزيوني المستخدمة بالبرامج السياسية بالقنوات الفضائية المصرية والموجهة باختلاف القالب البرامجي للبرنامج، وللتحقق من صحة هذا الفرض تم استخدام معامل الارتباط بين أنواع تقنيات الإخراج التلفزيوني من (شكل

سياسية مرتبطة بالحوادث والكوارث، وسياسية ذات طابع قضائي، فمن حيث القضايا ذات المضمون السياسي فقط تقاربت النتائج حيث جاء برنامج حوار القاهرة بنسبة ٦٤%، يليه برنامج حديث اليوم بنسبة ٦٢%، ثم برنامج تحت الضوء بنسبة ٥١%، يليه برنامج هنا العاصمة بنسبة ٥٠%.

وبالنسبة للقضايا السياسية ذات الطابع الاقتصادي فقد جاء برنامج هنا العاصمة بنسبة ١٣%، ثم برنامج حوار القاهرة بنسبة ٩,١%، يليه برنامج حديث اليوم بنسبة ٨,٢%، وأخيرا برنامج تحت الضوء بنسبة ١,٥%.

وبالنسبة للقضايا السياسية ذات الطابع العسكري فقد جاء برنامج حديث اليوم بنسبة ٣٠%، ثم كل من برنامج حديث اليوم وحوار القاهرة بنسبة ١٨%، وأخيرا برنامج هنا العاصمة بنسبة ٧,٧%.

أما برنامج تحت الضوء فقد استخدم عرض المعلومات بنسبة ١٠٠% منهم ٣٩,٧% بشكل دائم و ٤٣,٣% أحيانا و ٢٠% نادرا واستخدم أيضا أسلوب مناقشة الآراء بنسبة ١٠٠% بشكل دائم وأسلوب كشف أسباب المشكلة وطرح معالجات وتبني آراء معينة والدعوة لسلوك معين بنسبة ١٠٠% لكل منهم وبشكل نادر. أما برنامج حوار القاهرة فقد استخدم أسلوب عرض المعلومات بنسبة ١٠٠% منها ١٨,٢% بشكل دائم و ٤٥,٥% أحيانا و ٣٦,٤% نادرا أما مناقشة الآراء فقد تم استخدامه بنسبة ١٠٠% وبشكل دائم أما أسلوب كشف أسباب المشكلة وطرح معالجات فقد تم استخدامهم بنسبة ١٠٠% أيضا منها ١٨,٢% في بعض الأحيان و ٨١,٨% نادرا أما أسلوب تبني آراء معينة والدعوة لسلوك معين فقد تم استخدامهم بنسبة ١٠٠% بشكل نادر.

من نتائج الجدول السابق يتضح وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين معالجة القنوات الفضائية المصرية والموجهة عينة الدراسة (CBC- الحرة- العالم- روسيا) باختلاف نوع القضية السياسية المعروضة حيث أن قيمة معامل الارتباط ٠,٦٨٢، وهي دالة إحصائية عند مستوى معنوية ٠,٠٠١.

ومما سبق يتضح ثبوت صحة الفرض الثالث بوجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين معالجة القنوات الفضائية المصرية والموجهة عينة الدراسة (CBC- الحرة- العالم- روسيا) باختلاف نوع القضية السياسية المعروضة.

الفرض الرابع: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية في معالجة القنوات الفضائية المصرية والموجهة عينة الدراسة (CBC- الحرة- العالم- روسيا) باختلاف (سمات التوازن المستخدمة في معالجة القضية، وسائل التوضيح، أساليب العرض المستخدمة)، وللتحقق من صحة هذا الفرض تم استخدام معامل الارتباط بين أسلوب معالجة القضايا (عرض معلومات، مناقشة آراء، كشف أسباب المشكلة فقط، طرح معالجات، تبني آراء معينة، الدعوة لسلوك معين) وكل من (سمات التوازن المستخدمة في معالجة القضية، وسائل التوضيح، أساليب العرض).

جدول (١٤) قيمة معامل الارتباط للعلاقة بين معالجة القنوات الفضائية المصرية والموجهة عينة الدراسة باختلاف (سمات التوازن المستخدمة في معالجة القضية، وسائل التوضيح، أساليب العرض)

المتغيرات	معامل الارتباط	مستوى المعنوية	الدالة
أسلوب معالجة القضايا	٠,٧٦٤**	٠,٠٠١	دالة
سمات التوازن- وسائل التوضيح- أساليب العرض المستخدمة	إيجابي طردي		

من نتائج الجدول السابق يتضح وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين معالجة القنوات الفضائية المصرية والموجهة عينة الدراسة (CBC- الحرة- العالم- روسيا) باختلاف (سمات التوازن المستخدمة في معالجة القضية، وسائل التوضيح، أساليب العرض المستخدمة) حيث أن قيمة معامل الارتباط ٠,٧٦٤، وهي دالة إحصائية عند مستوى معنوية ٠,٠٠١.

ومما سبق يتضح ثبوت صحة الفرض الرابع بوجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين معالجة القنوات الفضائية المصرية والموجهة عينة الدراسة (CBC- الحرة- العالم- روسيا) باختلاف (سمات التوازن المستخدمة في معالجة القضية، وسائل التوضيح، أساليب العرض المستخدمة).

توصيات الدراسة:

١. الاهتمام بعمل دراسات حول الإخراج التلفزيوني وتقنياته باعتباره أداة يمكن التحكم بها لإحداث تأثيرات من خلالها يتم السيطرة على الرأي العام.
٢. اهتمام المؤسسات البانئة للقنوات الأجنبية الموجهة باللغة العربية بالتنوع في استخدام تقنيات إخراج متنوعة لكي تضاهي النسخة الأم من القنوات الأجنبية الموجهة باللغة الأصلية للدولة البانئة للقناة وموجهة لشعوبها.
٣. الاهتمام بدراسة تقنيات الإخراج والبنث الحى على الهواء مباشرة.
٤. إضافة مقررات خاصة بالإخراج التلفزيوني لطلاب أقسام الإعلام بكليات التربية النوعية والآداب على أن تشمل هذه المقررات جوانب تطبيقية.
٥. توفير استديوهات تلفزيونية مجهزة بأقسام الإعلام بكليتي التربية النوعية والآداب لتدريب الطلاب على الإخراج التلفزيوني للإرتقاء بمسوى الطلاب عمليا وخدمة متطلبات سوق العمل الإعلامي.

المراجع:

١. ابن منظور. "لسان العرب"، (بيروت: دار صادر للطباعة والنشر والتوزيع، ٢٠٠٥، الجزء الخامس عشر).
٢. إقبال التميمي. "هل نجحت قناة الحرة بتبويض صورة أمريكا لدى المواطن العربي؟"، جريدة القدس العربي، العدد ٦٨٨٩، (٢٠١١).
٣. إياد الصقر. "فن الجرافيك"، (الأردن، عمان، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع،

وأسلوب التقديم، عناصر الإبراز المستخدمة، أنواع اللقطات، أنواع الزوايا، الصوت المصاحب) وبين القالب البرامجي المستخدم (برنامج حوارى، مائدة مستديرة، مناظرة، برنامج إخباري).

جدول (١١) قيمة معامل الارتباط للعلاقة بين أنواع تقنيات الإخراج التلفزيوني المستخدمة بالبرامج السياسية بالقنوات الفضائية المصرية والموجهة باختلاف القالب البرامجي للبرنامج

المتغيرات	معامل الارتباط	مستوى المعنوية	الدالة
أنواع تقنيات الإخراج التلفزيوني المستخدمة	٠,٥٩٤**	٠,٠٠١	دالة
القالب البرامجي للبرنامج	إيجابي طردي		

من نتائج الجدول السابق يتضح وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين أنواع تقنيات الإخراج التلفزيوني المستخدمة بالبرامج السياسية بالقنوات الفضائية المصرية والموجهة باختلاف القالب البرامجي للبرنامج حيث تنوعت التقنيات الإخراجية المختلفة بما يتناسب مع كل قالب إخبارى مختلف وظهر ذلك فى المقارنة بين البرامج الأربع محل الدراسة، حيث أن قيمة معامل الارتباط ٠,٥٩٤، وهي دالة إحصائية عند مستوى معنوية ٠,٠٠١.

ومما سبق يتضح ثبوت صحة الفرض الأول بوجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية فى أنواع تقنيات الإخراج التلفزيوني المستخدمة بالبرامج السياسية بالقنوات الفضائية المصرية والموجهة باختلاف القالب البرامجي للبرنامج.

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام تقنيات الإخراج التلفزيوني المستخدمة بالبرامج السياسية بالقنوات الفضائية المصرية والموجهة وزمن عرض الحلقة، وللتحقق من صحة هذا الفرض تم استخدام معامل الارتباط بين كثافة استخدام تقنيات الإخراج وزمن عرض الحلقة الواحدة حيث اختلفت برامج الدراسة الأربعة من حيث زمن الحلقات لكل برنامج جدول (١٢) قيمة معامل الارتباط للعلاقة بين كثافة استخدام تقنيات الإخراج التلفزيوني المستخدمة بالبرامج السياسية بالقنوات الفضائية المصرية والموجهة وزمن عرض الحلقة

المتغيرات	معامل الارتباط	مستوى المعنوية	الدالة
كثافة استخدام تقنيات الإخراج التلفزيوني	٠,٤٧٣**	٠,٠٠١	دالة
زمن عرض الحلقة	إيجابي طردي		

من نتائج الجدول السابق يتضح وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين كثافة استخدام تقنيات الإخراج التلفزيوني المستخدمة بالبرامج السياسية بالقنوات الفضائية المصرية والموجهة وزمن عرض الحلقة أى أنه كلما زاد زمن عرض الحلقة الواحدة كلما زادت كثافة استخدام تقنيات الإخراج، حيث أن قيمة معامل الارتباط ٠,٤٧٣، وهي دالة إحصائية عند مستوى معنوية ٠,٠٠١.

ومما سبق يتضح ثبوت صحة الفرض الثاني بوجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين كثافة استخدام تقنيات الإخراج التلفزيوني المستخدمة بالبرامج السياسية بالقنوات الفضائية المصرية والموجهة وزمن عرض الحلقة.

الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية فى معالجة القنوات الفضائية المصرية والموجهة عينة الدراسة (CBC- الحرة- العالم- روسيا) باختلاف نوع القضية السياسية المعروضة، وللتحقق من صحة هذا الفرض تم استخدام معامل الارتباط ل بين كل من أسلوب معالجة القضية ونوع القضية السياسية المعروضة (سياسية فقط، سياسية ذات طابع اقتصادي، سياسية ذات طابع عسكري، سياسية ذات طابع قضائي، سياسية مرتبطة بالحوادث والكوارث) وكانت أبرز القضايا التي حظيت باهتمام وتم تناولها من قبل قنوات الدراسة الأربع (القضية الفلسطينية الإسرائيلية، حادثة شارلى ايدو، المؤتمر الاقتصادي المصري، الانتخابات البرلمانية المصرية، القضية السورية، القضية اليمنية).

جدول (١٣) قيمة معامل الارتباط للعلاقة بين معالجة القنوات الفضائية المصرية والموجهة عينة الدراسة باختلاف نوع القضية السياسية المعروضة

المتغيرات	معامل الارتباط	مستوى المعنوية	الدالة
أسلوب معالجة القضايا	٠,٦٨٢**	٠,٠٠١	دالة
نوع القضية المعروضة	إيجابي طردي		

١. ط، ٢٠٠٣).
٤. أيمن عبدالحليم نصار. "إعداد البرامج الوثائقية"، (الأردن: عمان، دار المناهج للنشر والتوزيع، ٢٠٠٧).
٥. ثروت مكي. "الإعلام والسياسة: وسائل الاتصال والمشاركة السياسية"، القاهرة، عالم الكتب، ط، ١، ٢٠٠٥).
٦. جيهان يسري. "القناة الفضائية الإسرائيلية ودورها في الحرب الإعلامية بين العرب وإسرائيل"، (جامعة القاهرة: المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد الرابع، العدد المزدوج، يناير ٢٠٠٣).
٧. خليل شحادة. "التصوير التلفزيوني"، (الأردن: عمان، دار المعتز للنشر والتوزيع، ط، ١، ٢٠١٣).
٨. داليا عثمان ابراهيم، دور المسلسلات المصرية والتركية في التلفزيونية في تشكيل اتجاهات الشباب المصري نحو الزواج، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، ٢٠١٥).
٩. راند محمد عبدربه، عكاشة محمد صالح. "مبادئ الإخراج"، (الأردن: عمان، دار الجنادرية للنشر والتوزيع، ط، ١، ٢٠٠٩).
١٠. سارة نصر محمد عبدالباقى، معالجة القضايا المصرية في البرامج السياسية بالقنوات العربية وعلاقتها باتجاهات الجمهور نحو الحكومة، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، ٢٠١٠).
١١. سامى الشريف. "الفضائيات العربية رؤية نقدية"، (القاهرة: دار النهضة العربية، ٢٠٠٤).
١٢. سليم عبدالنبي. "الإعلام التلفزيوني"، (الأردن: عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، ٢٠١٤).
١٣. عدلى سيد محمد رضا. "البناء الدرامى فى الراديو والتلفزيون"، (القاهرة: دار النهضة المصرية، ٢٠٠٧).
١٤. عمرو مصطفى عبدالعزيز عبيد، وسائط وتقنيات المعالجة البنائية فى الديكور السينمائي والتلفزيوني، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة الإسكندرية: كلية الفنون الجميلة، قسم الديكور، ٢٠٠٦).
١٥. فتحى محمد شمس الدين. "معالجة القضايا السياسية فى الأفلام السينمائية العربية المقدمة على الفضائيات المتخصصة وإدراك الشباب المصرى لمفهوم الديموقراطية"، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة، ٢٠١٤).
١٦. فاطمة لحياى. "الإعلام الدولى الموجه للعالم العربى: من الإذاعات إلى الفضائيات"، (بحث منشور فى مجلة الحكمة، مؤسسة كنوز الحكمة، الجزائر، العدد ٢٥، ٢٠١٣).
١٧. كرم شلبي. "الإنتاج التلفزيونى وفنون الإخراج"، (القاهرة: دار التراث الإسلامى، ٢٠٠٥).
١٨. كرم شلبي. "معجم المصطلحات الإعلامية"، (القاهرة: دار الرؤية للطبع، ط، ١، ١٩٨٩).
١٩. لويس هيرمان. "الأسس العلمية لكتابة السيناريو للسينما والتلفزيون"، (القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب، ٢٠٠٣).
٢٠. ماجى الحلوانى. "مدخل إلى الفن الإذاعى والتلفزيونى والفضائى"، (القاهرة: عالم الكتب، ٢٠٠٢).
٢١. محمد شريف أمين الدالى، "المعالجة الإخبارية لقضايا الشرق الأوسط فى قنواتى France 24 والحررة الأمريكية الموجهتن باللغة العربية: دراسة تحليلية مقارنة على عينة من نشرات الأخبار"، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، ٢٠١٢).
٢٢. محمد معوض ابراهيم. "رؤية علمية لتطوير الخدمة الإخبارية بالفضائية الأولى المصرية"، (بحث منشور فى المؤتمر العلمى الأول للأكاديمية الدولية لعلوم



استخدامات الأطفال مواقعهم الإلكترونية والإشباع المتحققة

أ. د. محمد معوض إبراهيم أستاذ الإعلام بقسم الإعلام وثقافة الطفل بمعهد الدراسات العليا للطفولة جامعة عين شمس
 أ. د. غادة عبدالوهاب البهاني أستاذة الصحافة المساعد ورئيس قسم الإعلام بكلية الآداب جامعة طنطا
 د. عبدالحكم أبو حطب مدرس الصحافة بكلية التربية النوعية جامعة طنطا
 هناء محمد عبدالقنود عون مدرس مساعد بقسم الإعلام التربوي كلية التربية النوعية - جامعة كفر الشيخ

الملخص

الأهداف: تهدف الدراسة بصفة رئيسية إلى التعرف على استخدامات الأطفال لمواقعهم الإلكترونية، والتعرف على الإشباع المتحققة للأطفال نتيجة تعرضهم لمواقعهم الإلكترونية.

النظرية التي تمت الدراسة في إطارها: اعتمدت الدراسة على نظرية الاستخدامات والإشباع.

النوع والمنهج: تنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية، واستخدمت منهج المسح الإعلامي والعلاقات الارتباطية.

العينة: تم اختيار عينة عمدية قوامها ٥٠٠ مفردة من الأطفال (ذكور - إناث) من سن (٩ - ١٢) سنة من تلاميذ المرحلة الابتدائية بمدارس محافظة كفر الشيخ (رسمي - تجريبي). لم يتم استرجاع ١٥ استمارة استبيان أثناء التطبيق في المدارس كذلك تم استبعاد ٣٥ استمارة استبيان بعد المراجعة المكتبية نظراً لعدم اكتمال البيانات بها لتصبح العينة الفعلية ٤٥٠ مفردة.

الأدوات: استخدمت الباحثة استمارة الاستبيان لجمع البيانات الميدانية.

النتائج: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين معدل استخدام الأطفال لمواقعهم الإلكترونية وبين دوافع استخدامهم لمواقع الأطفال الإلكترونية، وتوجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين معدل استخدام الأطفال لمواقعهم الإلكترونية وبين الإشباع المتحققة للأطفال نتيجة استخدامهم لتلك المواقع، وتوجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين الإشباع المتحققة للأطفال نتيجة استخدامهم لمواقع الأطفال الإلكترونية وبين دوافع استخدامهم لمواقع الأطفال الإلكترونية، وتوجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين النوع (ذكور - إناث) بين الإشباع المتحققة للأطفال نتيجة استخدامهم لمواقع الأطفال الإلكترونية، وبينت الدراسة ارتفاع نسبة أفراد العينة الذين يتصفحون مواقع الأطفال الإلكترونية حيث جاءت ٤٤,٩% يتصفحونها أحياناً ونسبة ١٢,٩% منهم يتصفحونها دائماً، وأوضحت الدراسة أن نسبة ٧٦,٢% من أفراد العينة يتصفحوا مواقع الأطفال الإلكترونية للتسلية والترفيه، ونسبة ٥٨,٤% منهم يتصفحونها لأن بها قصص بالصوت والصورة، ونسبة ٥٢,٩% منهم يتصفحونها لأنها جذابة في التصميم والعرض، ونسبة ٤٧,٦% منهم يتصفحونها لأنها أقر أتابع التي فاتتني بسهولة.

Children Uses of Their Electronic Sites and Achievement Gratifications

Aims: The main aim of study is knowing the children uses of their Electronic sites and knowing the achievement Gratifications.

Theory: The Study depended on the achievement gratifications theory.

Methodology: According to the media studies belongs to the descriptive studies, and used the media survey method, with the relationships correlation.

Sample: The sample represented In 450 dingle of students of elementary school.

Tools: The researcher use form of questionnaire to collect the field data.

Results: There is a relationship between the rate of children use to their electronic sites and their motives to use the electronic sites of children, There is a relationship between the rate of children use to their electronic sites and the achieved gratifications from their uses to these sites, There is a relationship between the chieved gratifications of children because of their uses of the electronic sites and between their motives to use these electronic sites, There is a relationship between the type (males- females) and the chieved gratification of children because of their uses to their electronic sites. The sample who sometimes surfs children's electronic sites is 4.9%, and who always surfs it is 12.9%, The survey has shown that 76.2% of the sample surfs electronic sites of children for intertainment and fun, 58.4% of them surf it because of sound and picture, 52.9% of them surf it because it is attractive in designing and showing, 47.6% of them surf it because they can follow what they missed easily.

Key words: Uses and Gratifications, Children and Electronic sites of Children.

العينة، وهذا ما دفع الباحثة إلى سحب العينة من تلاميذ المرحلة الابتدائية دون النظر إلى تلاميذ المرحلة الإعدادية. لذا وبناء على ما سبق يمكن صياغة مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيسي ما استخدامات الأطفال لمواقعهم الإلكترونية وما الإشباع المتحققة لهم منها؟

أهمية الدراسة:

١. يعد موضوع هذه الدراسة من البحوث الحديثة- نسبياً- في مجال الدراسات الإعلامية (حيث تحتاج المكتبة الإعلامية إلى المزيد من الأبحاث والدراسات التي تتناول مواقع الأطفال الإلكترونية وذلك في حدود علم الباحثة).
٢. تستمد الدراسة أهميتها من أهمية الإنترنت كوسيلة إعلامية حديثة نسبياً.
٣. تتبع أهمية الدراسة في إطارها النظري من اختبار عدد من الفروض الخاصة بنظرية الاستخدامات والإشباع الذي أهم محدداته الجمهور النشط.
٤. تستمد الدراسة أهميتها من المرحلة العمرية التي تتعرض لها وهي مرحلة الطفولة المتأخرة، لأن الطفل في هذه المرحلة لديه الاستعداد لتحديد دوافعه ورغباته واحتياجاته.

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى التعرف على استخدامات الأطفال لمواقعهم الإلكترونية والإشباع المتحققة منها، وينبثق من هذا الهدف الرئيسي مجموعة من الأهداف التالية:

١. التعرف على عادات وأنماط استخدام الأطفال لمواقعهم الإلكترونية.
٢. معرفة دوافع تعرض الأطفال لمواقعهم الإلكترونية.
٣. رصد نوع وحجم الإشباع المتحققة نتيجة استخدام الأطفال لمواقعهم الإلكترونية.
٤. تحديد أكثر مواقع الأطفال الإلكترونية تفضيلاً لدى أفراد العينة.

حدود الدراسة:

تتمثل حدود الدراسة في الحدود التالية:

- ٢١ الحدود المكانية: تتمثل الحدود المكانية للدراسة على عينة من الأطفال من تلاميذ المرحلة الابتدائية بمدارس محافظة كفر الشيخ
- ٢٢ الحدود الزمنية: تتمثل الحدود الزمنية لهذه الدراسة في الفترة الزمنية التي استغرقتها الباحثة في إعداد الأدوات وتطبيقها ميدانياً وذلك خلال الفصل الدراسي الثاني للعام الدراسي ٢٠١٥-٢٠١٦.
- ٢٣ الحدود الموضوعية: اقتصرت الدراسة الحالية على التعرف على دوافع استخدام الأطفال لمواقعهم الإلكترونية والإشباع المتحققة من جراء تعرض الأطفال لمواقعهم الإلكترونية وكذلك التعرف على المواد المفضلة للأطفال على مواقع الأطفال الإلكترونية ومدى تفاعلية الأطفال مع مواقعهم الإلكترونية.

مصطلحات الدراسة:

- ٢٤ الأطفال: يقصد به الأطفال الذين تتراوح أعمارهم بين (٩- ١٢) سنة بالمرحلة الابتدائية حيث ينتمون إلى الصف الرابع والخامس والسادس بالمدارس الحكومية الرسمية والتجريبية.
- ٢٥ مواقع الأطفال الإلكترونية: هي كل موقع على شبكة الإنترنت موجه للأطفال ويخاطبهم سواء من الناحية التعليمية أو الترفيهية أو الدينية أو الصحفية أو غيرها سواء كان هذا الموقع يبيث على الشبكة فقط أو نسخة إلكترونية لمادة فضاءية أو مطبوعة.
- ٢٦ الإشباع المتحققة: تقصد بها الباحثة النتائج التي تتحقق من التعرض لمضمون مواقع الأطفال والإلكترونية والتي يسعى الأطفال إلى تحقيقها كزيادة المعلومات أو الشعور بالتسلية أو التفاعل مع الموقع.

الدراسات السابقة:

- قامت الباحثة بتقسيم الدراسات السابقة إلى محورين هما:
- ٢٧ المحور الأول: يتناول علاقة الأطفال بمواقعهم الإلكترونية على الإنترنت:

تتناول هذه الدراسة استخدامات الأطفال لمواقعهم الإلكترونية على شبكة الإنترنت والإشباع المتحققة منها وذلك بالتطبيق الميداني على مرحلة الطفولة المتأخرة من (٩- ١٢) سنة حيث أنها من أكثر مراحل الطفولة استخداماً لشبكة الإنترنت طبقاً لما ورد في التقرير الشهري لمركز المعلومات التابع لمجلس الوزراء المصري، حيث جاءت مرحلة الطفولة في الترتيب الثاني في هذا التقرير بنسبة ٢٩,٦% (أقل من ١٦ سنة) والتي تمثل فئة الأطفال (نعلم سعد زغول وآخرون، ٢٠١٥، ص ٨).

وبالتالي انطلاقاً من الصورة الإحصائية السابقة التي توضح مدى انتشار الإنترنت في المجتمع المصري وتنوع الشرائح العمرية التي تتعامل معه والتي كان من بينها فئة أقل من سن ١٦ سنة وهي فئة الأطفال فضلاً عن انتشار استخدامه داخل الأسر المصرية، تبين أنه في غضون السنوات القليلة الماضية تمكنت شبكة الإنترنت من تشكيل عادات الأطفال في التعامل مع وسائل الإعلام Media Habits وتلبية حاجات الأطفال وتحقيق إشباعاتهم منها حرصت كافة وسائل الإعلام التقليدية الثلاثة (التلفزيون- الصحافة- الإذاعة) على الاستفادة من ميزات الإنترنت للوصول للطفل (شريف درويش اللبان، ٢٠٠٣، ص ١١١).

كما اتجه البعض الأخر إلى مخاطبة جمهور الطفل من خلال مواقع إلكترونية مخصصة له على شبكة الإنترنت تناقش كافة احتياجاته الثقافية والتعليمية والترفيهية واحتياجاته الأساسية وغيرها.

وإذا كان خبراء الاتصال يعتبرون أن التلفزيون أكثر قدرة على إيصال الرسالة الاتصالية بسبب اعتماد التلفزيون على الصوت والصورة معاً بينما تقتصر الإذاعة على الصوت، وأن الصحف وكتب الأطفال المصورة أكثر قدرة على تكوين المدركات من الصحف والكتب التي تعتمد على المادة المقروءة فقط، فالمواقع الإلكترونية الموجهة إلى الأطفال، عن طريق شبكة المعلومات تعد أكثر قدرة من التلفزيون، لأنها تعتمد في قدرتها الاتصالية على الصوت والصورة والحركة وخاصة الفيديو على الرجوع للوراء والتقدم للأمام، والتثبيت والانتقال إلى أي صفحة إلكترونية، وإعادة الاستماع إلى الصوت أو الشرح عدد لا نهائي من المرات (فاتن عبدالرحمن الطنباري، ٢٠٠٠، ص ٥٠- ٥١) لهذا جاءت هذه الدراسة للكشف عن دوافع استخدام الأطفال لمواقعهم الإلكترونية والإشباع المتحققة منها.

مشكلة الدراسة:

إدراكاً للدور الذي يمكن أن تقوم به مواقع الأطفال الإلكترونية التي تسهم في تقديم المعلومات والمعارف بما تتضمنه من العناصر المعرفية والتفكير العلمي والمهارات والقيم والاتجاهات وإطلاع الأطفال على كل ما هو جديد لتنمية خيالهم وربطهم بعالم الإبداع وتحقيق الإمتاع والتسلية لهم، وذلك سعياً لبلوغ الرعاية المتكاملة وبلوغ التنشئة السليمة لمرحلة الطفولة، بما يتفق مع أهميتها باعتبارها من أكثر المراحل تأثيراً في حياة الفرد.

ومن واقع نتائج الدراسات التي أجريت على الشبكة العنكبوتية بشأن مدى تعرض الأطفال لمواقعهم الإلكترونية ومدى الإقبال المتزايد على تلك المواقع عبر شبكة الإنترنت حيث أوضح محمد عبدالحميد في كتابه الاتصال والإعلام على شبكة الإنترنت (محمد عبدالحميد، ٢٠٠٧، صص ١٣٧: ١٤٤).

أن ظهور شبكة الإنترنت بخصائصها وانتشار استخدامها بدأت تفرض نفسها على العملية الصحفية خاصة صحافة ومجلات الأطفال حيث يتصدر هذه الخصائص التفاعلية، استخدام النص الفائق، والوسائل المتعددة، والوسائل الفائقة، في إنتاج المواد التحريرية، التحديث المستمر، استقاء المعلومات من مصادر متعددة.

بالإضافة إلى ذلك قامت الباحثة بإجراء دراسة استطلاعية لمعرفة أي مرحلة من المراحل الدراسية ستجرى عليها الدراسة الميدانية، فقامت بتوجيه سؤال إلى تلاميذ المرحلة الابتدائية والإعدادية حول مدى تعرض الأطفال لمواقع الأطفال الإلكترونية. وكانت النتيجة أن تلاميذ المرحلة الابتدائية فكانوا أكثر تعرضاً لمواقع الأطفال بشكل عام حيث بلغت نسبة من يتعرضون تقريباً إلى ٨٣,٣% من إجمالي حجم

لهم منها وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تعتمد على منهج المسح بالعينة لعينة من المراهقين في المرحلة الإعدادية بمحافظة الدقهلية بهدف التعرف على دوافع استخداماتهم لمجلات الأطفال الورقية والإلكترونية والإشباع التي تحققها لهم، كما تم الاعتماد على المنهج المقارن وذلك للمقارنة بين المجلات الورقية والإلكترونية. وقد استخدمت الدراسة أداتي الاستبيان وتحليل المضمون وكان من أهم نتائج الدراسة جاءت الموضوعات الرياضية في مقدمة الموضوعات التي يقبل عليها الأطفال عينة الدراسة في المجلات الإلكترونية، جاءت أهم الإشباع التي تحققت للأطفال عينة الدراسة نتيجة مشاهدتهم لمجلات الأطفال الإلكترونية والورقية الشعور بزيادة المعلومات.

٢. كما أجرت حنان حسن إبراهيم حسن (٢٠١٣) دراسة للكشف عن العلاقة بين معدل تعرض الموهوبين لمواقع الإنترنت والإشباع المتحققة لهم من هذا التعرض. التعرف على أنماط تعرض الموهوبين لمواقع الإنترنت. اعتمدت الدراسة على صحيفة الاستبيان كأداة من الأدوات جمع البيانات في إطار منهج المسح لجمع بيانات الدراسة الميدانية. وقد توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج من أهمها استخدام الإنترنت يسمح للمتلقي بأكثر قدر من التفاعل والمشاركة بقدر حاجاته واهتماماته، فجمهور الإنترنت أكثر مشاركة وتفاعلية في العملية الاتصالية، ويتخذون قرارهم بالاستخدام عن وعي كامل بالحاجات ومدى إشباعها، توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين الدوافع الطقوسية والدوافع النفعية لاستخدام المبحوثين للإنترنت والإشباع المتحققة لهم.
٣. كما اهتمت إلهام فتحى مصطفى حنفى (٢٠١٤) بدراسة العلاقة بين استخدام المراهقين للإنترنت واتجاهاتهم نحو العمل التطوعي، أيضاً الكشف عن أكثر مجالات العمل التطوعي التي يقبل عليها المراهقون، معرفة مدى استخدام الإنترنت في التواصل بين أعضاء الفريق في الأنشطة التطوعية، كذلك التعرف على المواقع الأكثر زيارة من قبل المراهقين الممارسين للعمل التطوعي. اعتمدت الدراسة على الاستبيان كأداة رئيسية، تم تطبيق الدراسة على عينة عمدية تتكون من ٤٠٠ مفردة من المستخدمين للإنترنت والمنتمين لإحدى الجمعيات الأهلية من سن (١٧-٢١) سنة. وتوصلت الدراسة لعدد من النتائج كان أهمها جاء الإنترنت في المرتبة الأولى من حيث ترتيب وسائل الاتصال الأكثر استخداماً في العمل التطوعي بنسبة ٣٦,٥%، جاءت مواقع (التواصل الاجتماعي، فيس بوك، وتويتير) كأهم المواقع التي يحرص المراهقون عينة الدراسة على تصفحها بنسبة ٤٣,٢%.

فروض الدراسة:

١. توجد علاقة دالة إحصائياً بين معدل استخدام الأطفال لمواقعهم الإلكترونية وبين دوافع استخدامهم لمواقع الأطفال الإلكترونية.
٢. توجد علاقة دالة إحصائياً بين معدل استخدام الأطفال لمواقعهم الإلكترونية وبين الإشباع المتحققة للأطفال نتيجة استخدامهم لتلك المواقع.
٣. توجد علاقة دالة إحصائياً بين الإشباع التي يحققها استخدام الأطفال لمواقعهم الإلكترونية ودوافع الاستخدام (الدوافع النفعية- الدوافع الطقوسية) لتلك المواقع.
٤. توجد علاقة دالة إحصائياً بين النوع (ذكور- إناث) وبين الإشباع المتحققة للأطفال نتيجة استخدامهم لمواقع الأطفال الإلكترونية.

نوع الدراسة ومنهجها:

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية Descriptive Studies التي تستهدف وصف ما هو كائن وتفسيره وتهتم بتحديد الظروف والعلاقات التي توجد بين الوقائع (محمد منير حجاب، ٢٠٠٢، ص ٧٨). واستخدمت الباحثة منهج المسح بالعينة وهو يعتبر من أنسب المناهج العلمية ملائمة للدراسات الإعلامية حيث يستهدف هذا المنهج تسجيل وتفسير الظاهرة في وضعها الراهن بعد جمع البيانات اللازمة (محمد عبد الحميد، ١٩٩٥، ص ٩٢).

١. حيث استهدفت دينا ديمز (٢٠٠١) Dina Dermner الوصول إلى قواعد عامة لتصميم مواقع الأطفال وذلك من خلال متابعتها لمواقع الأطفال بشكل عام مثل مواقع (Fun 123 Sesame Street Online School, brain.Com, Colorin4 Kids.Story bock-on line.Net, Yahoo Mama Madia.Com, Lycos Zone, Arthur: D.W'S Art Studio, Ligans)، ومن أهم نتائج تلك الدراسة أن من أهم عوامل جذب الأطفال لمواقعهم على الإنترنت توفير هذه المواقع للتفاعلية؛ إذ يفضل الطفل التفاعل مع المعلومات الموجودة أمامه على الشاشة وأفضل مثال على ذلك توفير تلك الخاصة بموقع World Kids Network حيث يشارك الأطفال في تحديد وتصميم ٨٠% من محتوى الموقع، تتضمن المواقع العديد من الأنشطة التفاعلية مثل حجرات، والردشة، والبريد الإلكتروني، وجماعات النقاش، وإمكانية تغيير الطفل لبعض سمات الموقع كتغيير لون الخلفية أو الإخراج، الألعاب التفاعلية، والقصص التفاعلية وتمتلك المواقع التي يتم تصميمها للأطفال في المرحلة ما قبل الدراسة بالرسوم والأصوات المصاحبة للمعلومات. كما أن الحركة تجذب الأطفال في تلك المرحلة، يأتي موقع شارع سمس Semsam Street في مقدمة المواقع التي تهتم بأطفال ما قبل الدراسة، كما تتوافر بهذا الموقع كل قواعد التصميم التي تجذب الأطفال من ألوان ورسوم وأصوات وتفاعلية كما يوفر سهولة تصفح الموقع خريطة إجمالية لصفحات الموقع.

٢. كما أجرت كارين إي وآخرون (٢٠٠١) Karen, E., and Others دراسة للتعرف على دوافع الأطفال لاستخدامهم للإنترنت وخبراتهم السلبية والإيجابية لشبكة الإنترنت، وتعتبر الدراسة من الدراسات الاستطلاعية، حيث اعتمدت على عينة قوامها ١٩٤ طفل تتراوح أعمارهم بين (٨-١٣) سنة. توصلت الدراسة إلى عدة نتائج كان الحافز الأكبر هو الاتصال بالحاسبات الآلية وما يليها الحصول على معلومات والتسلية وفي المرتبة الأخيرة يأتي التفاعل الاجتماعي، تمثلت خبرات الأطفال السلبية في تعرضهم للعنف والدعارة، وقد كشفت الدراسة الاختلافات الجوهرية في تعرض الأطفال لشبكة الإنترنت والخبرات التي يحصلون عليها من خلال تلك الوسيلة.

٣. واهتمت سهى عبدالرحمن المهدي (٢٠٠٥) بتصنيف المواقع الإلكترونية المقدمة للطفل على الإنترنت (العربية والأجنبية)، واستخدمت الدراسة منهج المسح لجمع أكبر قدر من المعلومات والبيانات حول مواقع الأطفال عينة الدراسة كما استعانت كذلك بالمنهج المقارن وذلك لإجراء المقارنة بين مواقع الأطفال العربية والأجنبية عينة الدراسة. توصلت الدراسة إلى النتائج الآتية أن مواقع الأطفال عينة الدراسة تهتم بعرض الرسوم والأصوات المختلفة من خلال صفحاتها، في حين يقل استخدام تقنية الفيديو، يأتي استخدام الألوان بالوصلات ثم بالنصوص في مقدمة استخدامات الألوان بمواقع الأطفال. تتسم مواقع الأطفال بسهولة الإبحار داخل صفحات الموقع الواحد وتتفوق مواقع النسخ الإلكترونية لمجلات الأطفال على مواقع الأطفال العادية في ذلك، في حين تتفوق المواقع العادية على مواقع النسخ الإلكترونية للمجلات وذلك في استخدام تقنية النص الفائق، تحرص ٤٩,٧% من العينة على ربط موقعها بالعديد من المواقع الأخرى، تحرص أكثر من نصف العينة ٥٥% على عرض الإعلانات التجارية من خلال صفحات المواقع كلها في شكل أكثر من إعلان بالصفحة الواحدة، لم تهتم أي من مواقع الأطفال المصرية بعمل دراسة مسبقة لجمهور الموقع المستهدف لمعرفة احتياجاته واهتماماته ورغباته لتوفيرها من خلال الموقع.

٣ المحور الثاني يتناول استخدامات الأطفال لشبكة الإنترنت والإشباع المتحققة منها:

١. أجرت دعاء فتحى سالم (٢٠٠٨) دراسة للتعرف على دوافع استخدام الأطفال من سن (١٢-١٤) عاماً للمجلات الورقية والإلكترونية والإشباع المتحققة

- للجامعات اللجنة الدائمة لترقية أساتذة الإعلام، ٢٠٠٠، صص ٥٠-٥١.
٧. محمد عبد الحميد. الاتصال والإعلام على شبكة الإنترنت، ط ١ (القاهرة: عالم الكتب، ٢٠٠٧) صص ١٣٧: ١٤٤.
٨. محمد عبد الحميد. **بحوث الصحافة** (القاهرة، عالم الكتب، ط ١، ١٩٩٥، ط ١)، ص ٩٢.
٩. محمد منير حجاب، أساسيات البحوث الإعلامية والاجتماعية، (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، ط ١، ٢٠٠٢)، ص ٧٨.
١٠. نعيم سعد زغول وآخرون، الإعلام الإلكتروني في مصر.. الواقع والتحديات، تقرير شهري، الصادر عن مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار التابع لمجلس الوزراء المصري، ٢٠١٥، ص ٨.

11. Dina Dermner, Children on the internet, **Journal of the American Society for information science and technology**, n2 Jun 2001pp.79-94.
12. Karen, E., and Others. "Children's Positive and negative experiences with the internet", **Communication Research**. Vol. 28. oct. 2001. pp. 652-675.

عينه الدراسة:

تم اختيار عينة عمدية من مستخدمي الإنترنت قوامها ٥٠٠ مفردة من الأطفال (ذكور - إناث) من سن (٩-١٢) سنة من تلاميذ المرحلة الابتدائية بمدارس محافظة كفر الشيخ (رسمي - تجريبي).

لم يتم استرجاع ١٥ استمارة استبيان أثناء التطبيق في المدارس كذلك تم استبعاد ٣٥ استمارة استبيان بعد المراجعة المكتبية نظراً لعدم اكتمال البيانات بها لتصبح العينة الفعلية ٤٥٠ مفردة.

أدوات الدراسة:

استمارة الاستبيان: أعدت هذه الاستمارة بهدف التعرف على دوافع تعرض الأطفال لمواقعهم الإلكترونية على شبكة الإنترنت والإشباع المتحققة لهم. ولتصحيح هذه الاستمارة قامت الباحثة بإعداد صورة أولية للاستمارة راعت فيها أن تكون الأسئلة بسيطة وواضحة ومسلسلة منطقياً وتتناسب مع عينة الدراسة لتحقيق الهدف المنشود منها.

نتائج الدراسة:

١. بينت الدراسة ارتفاع نسبة أفراد العينة الذين يتصفحون مواقع الأطفال الإلكترونية حيث جاءت ٤٤,٩% يتصفحونها أحياناً ونسبة ١٢,٩% منهم يتصفحونها دائماً.
٢. أوضحت الدراسة أن نسبة ٧٦,٢% من أفراد العينة يتصفحوا مواقع الأطفال الإلكترونية للتسلية والترفيه، ونسبة ٥٨,٤% منهم يتصفحونها لأن بها قصص بالصوت والصورة، ونسبة ٥٢,٩% منهم يتصفحونها لأنها جذابة في التصميم والعرض، ونسبة ٤٧,٦% منهم يتصفحونها لأنها أقر أتبع التي فاتني بسهولة.
٣. تحقق صحة الفرض الأول حيث وجدت علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين معدل استخدام الأطفال لمواقعهم الإلكترونية وبين دوافع استخدامهم لمواقع الأطفال الإلكترونية.
٤. تحقق صحة الفرض الثاني حيث وجدت علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين الإشباع المتحققة للأطفال نتيجة استخدامهم لمواقع الأطفال الإلكترونية وبين دوافع استخدامهم لمواقع الأطفال الإلكترونية.
٥. تحقق صحة الفرض الثالث حيث وجدت علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين الإشباع المتحققة للأطفال نتيجة استخدامهم لمواقع الأطفال الإلكترونية وبين دوافع استخدامهم لمواقع الأطفال الإلكترونية.
٦. تحقق صحة الفرض الرابع حيث وجدت علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين النوع (ذكور - إناث) بين الإشباع المتحققة للأطفال نتيجة استخدامهم لمواقع الأطفال الإلكترونية.

المراجع:

١. إلهام فتحى مصطفى حنفي، العلاقة بين استخدام المراهقين للإنترنت واتجاهاتهم نحو العمل التطوعي. رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة عين شمس، معهد الدراسات العليا للطفولة، ٢٠١٤).
٢. حنان حسن إبراهيم حسن، استخدامات الأطفال الموهوبين للإنترنت والإشباع المتحققة منها. رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة، ٢٠١٣).
٣. دعاء فتحى سالم، دراسة مقارنة بين دوافع استخدام المراهقين لمجالات الأطفال الإلكترونية والورقية والإشباع المتحققة من كل منها، رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة، ٢٠٠٨).
٤. سهى عبدالرحمن المهدي، المواقع الإلكترونية المقدمة للطفل على الإنترنت، دراسة مقارنة بين المواقع العربية والأجنبية، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ٢٠٠٥)، صص ٦٤٦-٦٥٢.
٥. شريف درويش اللبان، تكنولوجيا الاتصال قضايا معاصرة، (القاهرة: المدينة برس، ٢٠٠٣) ص ١١١.
٦. فائق عبدالرحمن الطنباري، صحافة الأطفال الإلكترونية، المجلس الأعلى

فاعلية برنامج إرشادي لخفض سلوك إيذاء الذات للأطفال الذاتيين

أ.د. ليلي أحمد كرم الدين
 أستاذ علم النفس المتفرغ قسم الدراسات النفسية للأطفال معهد الدراسات العليا للطفولة جامعة عين شمس
 د. نشأت مهدي السيد قاعود
 مدرس علم النفس التعليمي قسم الدراسات النفسية للأطفال معهد الدراسات العليا للطفولة جامعة عين شمس
 م. محمد محمد مجرى

الملخص

الهدف: تهدف الدراسة إلى التحقق من فعالية برنامج إرشادي في خفض سلوك إيذاء الذات باستخدام المدخل الحسركي لدى الأطفال الذاتيين.

المنهج: استخدمت الدراسة المنهج التجريبي.

العينة: تكونت عينة الدراسة من عدد ١٠ أطفال ذاتيين من الذكور. تم تقسيمها إلى مجموعتين واحدة تجريبية والأخرى ضابطة ممن تتراوح أعمارهم ما بين (٧-١٢) سنة وتم اختيارهم من مدرسة التربية الفكرية بالمنصورة بإدارة غرب المنصورة التعليمية بمحافظة الدقهلية.

الأدوات: استخدمت الدراسة الحالية مقياس جيليام لتشخيص أعراض اضطراب التوحد تعريب عادل عبدالله محمد (٢٠٠٥)، ولوحة جودارد للذكاء. (إعداد ثريا السيد)، واستمارة بيانات أولية (مقابلة) إعداد عزة عبدالجواد عزازي (٢٠١٠)، ومقياس المستوى الاجتماعي الاقتصادي الثقافي المطور للأسرة المصرية إعداد محمد محمد بيومي خليل (٢٠٠٠)، مقياس سلوك إيذاء الذات (إعداد الباحثة)، وبرنامج إرشادي قائم على المهارات الحسركية (إعداد الباحثة).

النتائج: أشارت الدراسة لوجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ٠,٠١ بين متوسطي رتب درجات المجموعة التجريبية في القياسين القبلي والبعدي على مقياس سلوك إيذاء الذات لصالح القياس البعدي. مما يدل على تحسن سلوك إيذاء الذات للأطفال الذاتيين بعد تطبيق البرنامج الإرشادي، ووجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ٠,٠١ بين متوسطي رتب درجات المجموعتين التجريبية والضابطة في القياس البعدي لمقياس إيذاء الذات لصالح المجموعة التجريبية، مما يدل على تحسن سلوك إيذاء الذات للأطفال الذاتيين بعد تطبيق البرنامج الإرشادي، وعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي رتب درجات المجموعة التجريبية في القياسين البعدي والتبقي على مقياس إيذاء الذات، وذلك بعد شهرين من تطبيق المقياس وهو ما يعني تحقق استمرارية للبرنامج الإرشادي.

Effective Counseling Program to Reduce Self-Injurious Behavior for Autistic Children

Objectives: The study aims to verify the effectiveness of a Counseling program to reduce Self-Injurious Behavior by using Motor Sensory Skills for children Autistics, and the sustainability of the impact of this program.

Methodology and procedures: The current study used the experimental Approach.

Sample: Study was applied to a sample of 10 males Autistic Children aged in between (7- 12) years, it has been divided into two groups, one experimental and the other is control, selected from the School of Intellectual Education in Mansoura western educational Mansoura Dakahlia Governorate department.

Tools: The current study used the following Gilliam, a measure for the diagnosis of autism symptoms, Panel Jodrd of intelligence, Preliminary data form "Interview", Social cultural level economic scale (the developer) Egyptian family, Measure the Self Injurious Behavior (prepared by the researcher), and Counseling program is based on Motor Sensory Skills(Prepared by researcher).

Results: The study showed the following results There are differences with statistically significant at level of 0.01 at pre and post Test between children scores ranks of the experimental group to measure the Self Injurious Behavior, for an advantage of the post- Test. This shows improved Self Injurious Behavior to children Autistic after applying Counseling Program There are differences with statistically significant at level of 0.01 between children scores ranks of the experimental and control groups in measure self Injurious Behavior for the experimental group. This shows improved Self Injurious Behavior to children Autistic after applying Counseling Program. There are no differences with statistically significant at both Tests the post and the followup one between children scores rank of the experimental group, after applying the program for two months. This means Achieving sustainability of the counseling program.

معلومات حسية أخرى تقلل من حالة الاستثارة ونقل من ردود الفعل أو الاستجابة. (دونا فيورينو، ٢٠١١)

وتشير باتريسا هولين Patricia Howlin في مجال علاج الذاتوية إلى أن دور المتخصصين هو إمداد الأسر بالمعلومات ومساندتهم بهدف مساعدتهم على تحديد المشكلة في أي مرحلة من مراحلها، وأيضاً مساعدتهم على تنفيذ الاستراتيجيات التي من شأنها أن تقلل من أثر مشكلات التواصل الاجتماعي والسواس إلى آخر الأعراض التي يعاني منها هؤلاء الأفراد، كما ترى أنه لا يوجد أسلوب علاجي واحد فعال لكل الأطفال وكل الأسر. (سيده أبو السعود حنفي، ٢٠٠٥)

وأوضحت دراسة بيرينبيم وكوهين (Birenbaum & Cohen ١٩٩٣) أهمية مساعدة أسرة الذاتويين وأكد الباحثان على ضرورة الاهتمام ببرامج الرعاية الودية الإيجابية ولابد وأن تتضمن دعم الأسرة والرعاية الشخصية.

ومن هنا اتجهت هذه الدراسة إلى إرشاد الأطفال الذاتويين بحضور الأمهات والمعلمات لدعم المستمر لمساعدتهم على الحد من سلوك إيذاء الذات ومحاولة السيطرة على البيئة من خلال التواصل معها.

مشكلة الدراسة:

تحدد مشكلة هذه الدراسة في الإجابة عن تساؤل عام هو ما فاعلية برنامج إرشادي مبني على المدخل الحسركي لخفض سلوك إيذاء الذات لدى الأطفال الذاتويين؟ وينبثق عن هذا التساؤل التساؤلات الفرعية التالية:

١. هل توجد فروق بين متوسطي درجات أفراد المجموعتين التجريبية والضابطة على مقياس سلوك إيذاء الذات قبل تطبيق البرنامج؟
٢. هل توجد فروق بين متوسطي درجات أفراد المجموعة التجريبية على مقياس سلوك إيذاء الذات قبل وبعد تطبيق البرنامج؟
٣. هل توجد فروق بين متوسطي درجات أفراد المجموعة التجريبية على مقياس سلوك إيذاء الذات في القياس البعدي والتتبعي بعد تطبيق البرنامج؟

هدف الدراسة:

تهدف الدراسة الحالية إلى التحقق من فعالية برنامج إرشادي في خفض سلوك إيذاء الذات باستخدام المدخل الحسركي لدى الأطفال الذاتويين، ومدى استمرارية تأثير هذا البرنامج في خفض سلوك إيذاء الذات لديهم خلال الفترة التتبعية البالغة ثمانية أسابيع.

أهمية الدراسة:

تتضح أهمية الدراسة الحالية في جانبين (نظري وتطبيقي) على النحو التالي:

١. الأهمية النظرية:
 - أ. تحاول الدراسة الحالية الإسهام في سد النقص في دراسات خفض السلوكيات المضطربة المختلفة لدى الأطفال الذاتويين بشكل عام ومنها سلوك إيذاء الذات.
 - ب. إضافة معلومات جديدة في مجال التعامل مع الأطفال الذاتويين وتمتية مهاراتهم باستخدام البرنامج المقترح.
٢. الأهمية التطبيقية: تكمن أهمية الدراسة التطبيقية في محاولة السعي لتقديم برنامج إرشادي باستخدام مدخل المهارات الحسركية لخفض سلوك إيذاء الذات لدى عينة من الأطفال الذاتويين وما يحققه هذا البرنامج من تخفيف العبء والمعاناة التي يحس بها الطفل الذاتوي نتيجة للخلل الوظيفي في عملية التكامل أو الدمج الحسي لديه وكذلك حمايته من خطورة ممارسة بعض السلوكيات التي تعود على ذاته بالأذى وبالتالي تكون محاولة لمساعدة هؤلاء الأطفال على النمو النفسي والاجتماعي السوي.

مظاهر الدراسة:

٣ البرنامج Program: تعرف سعيدي بهادر (٢٠٠٢) البرنامج على أنه مجموع الأنشطة والألعاب والممارسة العملية التي يقوم بها الطفل تحت إشراف وتوجيه من جانب المشرف الذي يعمل على تزويده بالخبرات والمعلومات والمفاهيم

تعتبر الذاتوية Autism أحد أشكال الاضطرابات النمائية المنتشرة، بل من أشد وأصعب اضطرابات النمو (Pandina, Bossie, Youssef, Zhu, Dunbar, 2007) لما لها من تأثير ليس فقط على الطفل المضطرب به وإنما أيضاً على الأسر والمجتمع الذي يعيش فيه، وذلك لما يفرضه هذا الاضطراب على المصاب به من خلل وظيفي في معظم جوانب النمو، ممتثلاً في التواصل واللغة والتفاعل الاجتماعي والإدراك الحسي والانفعالي وإيذاء الذات والآخرين (إيمان عبد الوهاب محمود، ٢٠١٥)

واضطراب الذاتوية أحد الاضطرابات المحيرة التي تتفاوت درجتها من حالة إلى أخرى، فبها ما هو بسيط يمكن التعامل معه بصورة أسهل من غيره من الحالات الأخرى، إذ تكون لدى الطفل القابلية للتعليم والتدريب. (سهى أمين، ٢٠٠٢)

ويعاني أطفال الذاتوية من مظاهر أساسية تميزهم عن غيرهم عند التشخيص، وذلك على الرغم من صعوبة تشخيصهم، وعدم وجود اختلاف شكلي جذري يميزهم عن العاديين، وتشابه كبير بين ذوى الاضطرابات النمائية الأخرى، وأحياناً يتشابهون مع الأطفال المعاقين عقلياً من حيث نسبة الذكاء، حيث يظهر معظم أطفال الذاتوية دنياً في نسب الذكاء على مقاييس الذكاء الشائعة. (Dover, et.al, 2007)

والاضطرابات السلوكية التي يعاني منها الطفل الذاتوي ينتج عنها مجموعة من أنماط السلوك غير المقبولة كسلوك إيذاء الذات مما يشكل خطراً يهدد حياته، وسلامته الشخصية، ويتكون هذا السلوك لإيذاء الذات من سلسلة من الاستجابات المتكررة ونوبات هياج يصعب السيطرة عليها مثل ضرب الرأس في الأجسام الصلبة كالحوائط أو الأرض أو الأثاث، ولطم الوجه أو جذب بقبضة اليد وشد الشعر ولدغ اليد أو عضها وخنس أجزاء الجسم بالأظافر، وتناول أشياء غير صالحة. (سحر ربيع، ٢٠٠٩)

وسلوك إيذاء الذات هو نوع من الاضطرابات المتعلقة بالاتصال، يقوم به الطفل في محاولة منه لجذب انتباه الآخرين له، نظراً لافتقاره مهارات التفاعل الاجتماعي، ومن ثم فهو في حاجة إلى تعلم أساليب أكثر فعالية تيسر له التعبير عن حاجاته ورغباته، وتحد من سلوكه غير المرغوب وتحقق له جودة الحياة. (سيد أحمد البهاص، ٢٠٠٧)

وقد أثبتت الدراسات الخاصة بالأطفال الذاتويين، أن البدء في تدريب الأطفال الذاتويين الصغار الذين تتراوح أعمارهم ما بين (٥-١٢) سنة له تأثير واضح على تعلم هؤلاء الأطفال التواصل مع الآخرين، وذلك بتدريبهم على كيفية التعبير عن مشاعرهم وانفعالاتهم بأكثر من طريقة، ويتم ذلك من خلال توفير البيئة المناسبة ليتعلم فيها الطفل مهارات التواصل الحسي والإشارة إلى ما هو مرغوب فيه. (إيمان عبد الوهاب محمود، ٢٠١٥)

ويعاني الطفل الذاتوي من صعوبات في مختلف المجالات الحسية التي تشمل على اللمس والحركة والوعي بالجسم والبصر والصوت وقوة الجاذبية، ووظيفة الدماغ هي تنظيم وتفسير هذه المعلومات المسماة بمهارات الحسي حركي، حيث تؤكد على أهمية البرامج الإرشادية في العمل على إدراك الطفل الذاتوي لصورته الجسمية الذي يساعده على التنظيم الوظيفي الحسي والحركي للتفاعل والاتصال المباشر بالبيئة المحيطة.

وبرامج الإرشاد النفسي القائمة على المدخل الحسركي بمثابة برامج وقائية، لأن التربية الحسية، هي إعادة التعلم في مجالات متعددة منها الصورة الجسمية والفراغ والجاذبية والزمن والقدرة العضلية والتأزر، وهذه المجالات تهيئ للطفل الذاتوي إدراك قيمة جسده وإكتشاف ذاته ووعيه بنفسه وبالتالي إكتشافه للبيئة المحيطة به وتكوين علاقة مع الأشياء المحيطة والتفاعل معها، ويسهم ذلك في معرفته بالعالم والاتصال به.

وترى دونافيورينو (٢٠١١) أن عملية تكامل المعلومات الحسية تنتج استجابات فسيولوجية ومن شأنها أن تقود إلى سلوك ذي هدف معين حيث تقود بعض المعلومات الحسية إلى حالة من الاستثارة والتي بدورها تولد استجابة معينة في حين نجد

الضرب أو الرجم بالحجارة والتهديد والتخريب أو جرش أسنانه بشده أو حرمان ذاته من الطعام.

الدراسات السابقة:

شملت هذه الدراسات مجموعة من الدراسات السابقة التي تناولت المتغيرات الأساسية في الدراسة الحالية الأطفال الذاتيين خاصة الذين لديهم سلوك إيذاء الذات وقسمت إلى محورين:

١- المحور الأول دراسات هدفت إلى تناول فعالية البرامج التي تحد من سلوك إيذاء الذات للأطفال الذاتيين:

١. دراسة (أسامة لطفي عبدالحفيظ حمدان، ٢٠١٦) بعنوان فاعلية برنامج إرشادي سلوكي في خفض سلوك إيذاء الذات لدى عينة من الأطفال التوحديين. بهدف قياس مدى فاعلية برنامج إرشادي سلوكي لخفض سلوك إيذاء الذات لدى عينة من الأطفال ذوي اضطراب الذاتوية، وتكونت عينة الدراسة من ٤ أطفال كعينة تجريبية، تراوحت أعمارهم الزمنية ما بين (٨-١٠) سنوات. وكانت الأدوات مقياس تقدير سلوك إيذاء الذات. برنامج لاستخدام وتوظيف بعض فنيات العلاج السلوكي. وتم تطبيق المقياس قبل وبعد البرنامج ثم تطبيق البرنامج والتحقق من فاعلية البرنامج واختبار استمرارية الفاعلية. وأوضحت نتائج الدراسة وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين درجات أفراد المجموعة التجريبية قبل وبعد تطبيق البرنامج. على مقياس تقدير سلوك إيذاء الذات والدرجة الكلية للمقياس في اتجاه القياس البعدي، وتحسن درجات أفراد المجموعة التجريبية بعد تعرضهم لجلسات البرنامج.

٢. دراسة (أشجان محمد عبدالستار، ٢٠١٥) بعنوان فاعلية برنامج البرمجة اللغوية العصبية لتحسين مهارات التواصل اللفظي لدى أطفال الأوتيزم لخفض سلوك إيذاء الذات. بهدف قياس مدى فاعلية واستمرار برنامج البرمجة اللغوية العصبية لتحسين مهارات التواصل اللفظي لدى أطفال الأوتيزم لخفض سلوك إيذاء الذات، وتكونت عينة الدراسة من ١٠ أطفال من أطفال الأوتيزم وأمهم حيث تتراوح أعمارهم ما بين (٣-٦) سنوات ونسب ذكاء IQ بين (٥٦-٦٧) وتم تقسيم العينة إلى مجموعتين متكافئتين: المجموعة التجريبية تكونت من ٥ أطفال من أطفال الأوتيزم وأمهم ثم تطبيق البرنامج عليهم والمجموعة الضابطة تكونت من ٥ أطفال من أطفال الأوتيزم وأمهم ولم يطبق البرنامج عليهم. استخدمت الباحثة مقياس جودارد للذكاء، مقياس الطفل التوحدي إعداد عادل عبدالله (٢٠٠٣)، وقائمة تقييم أعراض اضطراب التوحّد، واستمارة دراسة حالة الأطفال ذوي الاحتياجات الخاصة غير العاديين إعداد أمال عبدالسميع أباطه، ومقياس التواصل اللفظي للأطفال (إعداد الباحثة). وتم تطبيق البرامج على المجموعة التجريبية وأمهم وقورنت النتائج بالمجموعة الضابطة وأمهم. وأسفرت نتائج الدراسة على إثبات فاعلية برنامج البرمجة العصبية وبرنامج التواصل اللفظي في تحسين التواصل اللفظي لدى أطفال الأوتيزم مما أدى إلى خفض سلوك إيذاء الذات لديهم.

٣. دراسة (مروة عبدالعزيز محمد، ٢٠١٤) بعنوان أثر الدمج الشامل على التفاعل الاجتماعي وسلوك إيذاء الذات لدى عينة من الأطفال الذاتيين. بهدف تقييم دور الدمج الشامل ومعرفة كيفية تأثيره في تنمية بعض مهارات التفاعل الاجتماعي وتقليل سلوك إيذاء الذات لدى عينة من الأطفال الذاتيين، وتكونت عينة الدراسة من مجموعة كلية قوامها ١٠ أطفال توحديين ٧ ذكور، ٣ إناث تتراوح أعمارهم من (٥-٧) سنوات. وشملت الأدوات استمارة ملاحظة التفاعل الاجتماعي (إعداد الباحثة) مقياس السلوك التوافقي- الجزء الخاص بسلوك إيذاء الذات إعداد وترجمة: صفوت فرج، ناهد رمزي، (١٩٧٠). وأوضحت نتائج الدراسة وجود فروق دالة إحصائية بين القياس

(فاعلية برنامج إرشادي لخفض سلوك إيذاء...)

والأجاءات التي من شأنها تدريبه على أساليب التفكير السليم وحل المشكلات والتي ترغبه في البحث والاستكشاف.

وتتبنى الدراسة الحالية تعريفا إجرائيا للبرنامج وهو أن البرنامج بمعنى التنكيت الدقيق أو الطريقة التي تشتمل على جميع الأنشطة والألعاب والممارسات والخبرات المخططة التي تقدم للأطفال المصابين باضطراب الذاتوية خلال فترة زمنية محددة، بهدف خفض سلوك إيذاء الذات.

٢- التكامل الحسي Sensory Integration: هو عبارة عن عملية عصبية حيوية تهدف إلى تنظيم الإحساس من داخل جسم الإنسان ومن البيئة المحيطة به وذلك عن طريق الأنظمة الحسية المتمثلة في حاسة السمع Auditory والبصر Visual والشم Olfactory واللمس Tactile والتذوق Gustatory وجهاز التوازن الدهليزي Vestibular ونظام الاستقبال الذاتي العضلات والمفاصل Pro Prospective وذلك لتمكين الإنسان من استخدام جسمه بشكل فعال مع البيئة المحيطة.

٣- المهارات الحسركية Sensory- Motor Skills: يعرف أمين الخولي (١٩٨٣) المهارة الحسركية على "أنها نشاط إدراكي يقوم الطفل فيه بتنفيذ مهارة حسية مع مهارة حركية في وقت واحد أثناء ممارسته لعمل معين".

كما يعرفها موقع ويكيبيديا (٢٠٠٩) بأنها مصطلح يطلق على العملية العقلية التي نعرف بواسطتها العالم الخارجي الذي ندركه عن طريق المثريات الحسية المختلفة وننقل ونفسر وننظم المعلومات الحسية ثم يدمج كل ذلك في استجابة حركية نراها من الطفل.

٤- الذاتوية Autism: يعرفها محمود حمودة (٢٠٠٦) بأنها "نقص في استجابة الطفل للآخرين وتأخر في مهارات التواصل معهم وتصبح استجابته غريبة وشاذة لمختلف نواحي البيئة، ويحدث هذا قبل عمر ثلاثون شهرا، ويقاوم التغيير ولا يرتبط بالموضوعات وقد يكون منقلب الوجدان أو لديه بعض العادات العصبية مثل شد الشعر أو عض نفسه".

٥- سلوك إيذاء الذات Self- Injurious Behavior: يعرفه محمد خطاب (٢٠٠٤) بأنه "شكل من أشكال السلوك المضطرب وهذا المصطلح يشير إلى استجابات حركية مختلفة تنتهي بالإيذاء أو التلف الجسدي للشخص الذي تصدر منه وغالبا ما يكون الضرر الناجم عن هذا النوع من الاستجابات فورية وتتراوح في درجاتها وفي شدتها ومداهما مما يؤثر تأثيرا سينا على الطفل وعلى المحيطين به، بالإضافة إلى النتائج المترتبة عليها من حيث عدم الاستفادة من البرامج التأهيلية والتعليمية والتدريبية والعلاجية".

التعريف الإجرائي لسلوك إيذاء الذات: هو شكل من أشكال السلوك المضطرب يتمثل في مجموعة من الإستجابات الحركية المختلفة تنتهي بالإيذاء أو التلف الجسدي للشخص الذاتوي الذي تصدر عنه مثل ضرب الرأس بعنف والضغط بشدة على العين وعض أجزاء من الجسم والحرق... الخ ويستمر بالحدوث وبشكل متكرر ومزمن لدى بعض الأفراد الذاتيين.

وينبثق من هذا التعريف بعض التعريفات الفرعية المرتبطة بسلوك إيذاء الذات وهي كالتالي:

١. الإيذاء الجسدي Physical Abuse وعرفته الباحثة إجرائيا بأنه: قيام الطفل الذاتوي بسلوكيات تؤدي إلى إيذاء جسده والتي تتمثل في حرق يده بالنار، وحقن نفسه بالحبل، ولعب ألعاب عنيفة تؤذي، والقفز من الأماكن المرتفعة.

٢. إيذاء الذاتوي للآخرين Abuse Directed at Others: وعرفته الباحثة إجرائيا بأنه قيام الطفل الذاتوي بسلوكيات تؤذي الآخرين وتتمثل في ضرب الآخرين والبصق عليهم، وإصدار أصوات مزعجة للآخرين ومضايقتهم.

٣. الغضب الشديد Extreme Anger: وعرفته الباحثة إجرائيا بأنه حالة إنفعالية للطفل الذاتوي تتفاوت في شدتها من الضيق والاستئثار البسيطة، إلى التهيج الحاد ويكون مصحوبا بالصراخ والثورة ودفع الأبواب أو إتلاف الأشياء أو