تعرض المراهقين لأساليب اللغة المستخدمة فى البرامج الحوارية بالفضائيات المصرية وعلاقتها بالتأثيرات غير المرغوبة إجتماعيا

تاريمان محمد عوض غنام
أ.د.محمد معوض ابراهيم
استاذ الإعلام وثقافة الطفل معهد الدراسات العليا للطفولة جامعة عين شمس
د.طه محمد بركات
أستاذ الإعلام المساعد بقسم الاعلام التربوى كلية التربية النوعية جامعة عين شمس

ملخص

المشكلة: يمكن تحديد مشكلة الدراسة فى التساؤل الرئيسى التالى: ما علاقة تعرض المراهقين لأساليب اللغة المستخدمة فى البرامج الحوارية بالفضائيات المصرية بالتأثيرات غير المرغوبة اجتماعيا؟

الأهمية: أهمية دراسة أساليب اللغة بالبرامج الحوارية لما لها من تأثيرات غير مرغوبة وذلك لإفادة العاملين فى البرامج الحوارية بتلافى السلبيات التى تؤثر على المراهقين.

الأهداف: تهدف هذه الدراسة إلى هدف رئيسى من خلال التعرف على علاقة تعرض المراهقين لأساليب اللغة المستخدمة فى البرامج الحوارية بالفضائيات المصرية بالتأثيرات غير المرغوبة اجتماعيا.

النوع والمنهج: تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، التى استخدمت منهج المسح الإعلامى الميدانى عن طريق مسح لعينة عشوائية من المراهقين قوامها ٤٥٠ مفردة سن ١٨ عاما.

المجتمع والعينة: تمثل مجتمع الدراسة الميدانية فى فئة المراهقين سن ١٨ عاما بالجامعات المصرية (حكومى- خاص) على عينة عشوائية قوامها ٤٥٠ مبحوث (٢٢٥ ذكور، ٢٢٥ إناث)، فى الفترة من ١ أكتوبر٢٠١٨ إلى ٣١ أكتوبر ٢٠١٨

أداة الدراسة: الاستبيان.

النتائج: يشاهد نسبة ٩١,١% من إجمالى عينة الدراسة البرامج الحوارية، ويشاهد عينة الدراسة (برنامج يحدث فى مصر MBC بالقنوات الفضائية المصرية فى الترتيب الأول، يليه برنامج ٩٠ دقيقة فى الترتيب الثانى بنسبة ٤٨% من إجمالى عينة الدراسة غير راضين عن أساليب اللغة المقدمة بالبرامج الحوارية، وترى عينة الدراسة أن هناك تأثيرات غير مرغوبة اجتماعيا لمشاهدة البرامج الحوارية كالتالى (عدم تقبل الآخر المختلف عنى- استخدام كلمات غريبة عن اللغة العربية- الاستهزاء بالآخر- العنف ضد الآخر- التشهير بالآخرين وانتهاك الخصوصية- الانقسام المجتمعى).

Adolescents are exposed to the language techniques used in talk shows on Egyptian satellite channels and their relationship to Socially undesirable effects

Problem: The problem of the study can be identified in the following main question: What is the relationship between the exposure of adolescents to the language techniques used in the talk shows in Egyptian satellite channels with the socially undesirable effects?

Importance: The importance of studying the language methods in the dialogue programs because of their undesirable effects and to benefit the staff in the dialogue programs to avoid the negative affects on adolescents.

Objectives: This study aims to achieve the relationship between adolescents' exposure to the language techniques used in the talk shows in Egyptian satellite channels and the socially undesirable effects. Type and Methodology of the Study: This study is a descriptive study that used the field media survey method by surveying a random sample of adolescents.

Society& Sample: The category of adolescents aged 18 years in Egyptian universities (government- private) on a random sample of 450 respondents.

Tool: Questionnaire

Results: 91.1% of the study sample saw talk shows, The sample of the study (a program in Egypt MBC in the Egyptian satellite channels in the first order, followed by the program 90 minutes in the second order, (48.8% of the total sample) were dissatisfied with the language offered in the talk shows, 32.2% were satisfied (to some extent), and The first method of dissatisfaction was the first reason for dissatisfaction with the language methods of the programmers.

المقدمة:

تأتى البرامج الحوارية Talk Show بالفضائيات المصرية فى ظل هذا الكم من البرامج وما يصاحبه من أحداث متلاحقة فى الحياة اليومية فى محاولة لأن يكون لها دور فى رصد ومتابعة ما يحدث على الساحة أولا بأول كوسيلة لجذب المراهقين لمتابعة البرنامج مع إحاطته علما وتعريفه بما يحدث من حوله فى نواحى الحياة المختلفة دون الإقتصار على ناحية واحدة دون غيرها، وأغلب البرامج الحوارية تقدم تقريرا يوميا مهمته تعريف المشاهد بأهم الأحداث السياسية أو الاجتماعية أو الاقتصادية التى وقعت فى مصر فى هذا اليوم.

وهناك بعض المآخذ على البرامج الحوارية من حيث أساليب اللغة المستخدمة من قبل مقدمى البرامج والضيوف، فتتم استضافة ضيوف بعينهم ليقولوا كلاما بعينه، وبالتالى تصبح الكثير من البرامج الحوارية لا تتسم بالمهنية، ولا الحيادية، وبعض مقدمى هذه البرامج يستخدمون برامجهم فى تصفية حسابات شخصية مع أشخاص بعينهم من خلال الأسلوب الاستفزازي، أو الحدة، أو الضجيج اللفظى من خلال تفعيل سلطة اللغة فى الإقناع أكثر من تفعيل سلطة المعلومة، كما نجد اللغة الهابطة، والسخرية والاستخفاف بالآخر أو العنف اللفظى.

وكل هذه الأساليب قد يكون لها تأثيرات غير مرغوبة اجتماعيا على المراهقين الذين يتأثرون فى ألفاظهم وسلوكياتهم بما يشاهدونه، ومن هنا رأت الباحثة أن تقوم بدراسة عن تعرض المراهقين لأساليب اللغة المستخدمة فى البرامج الحوارية بالفضائيات المصرية وعلاقتها بالتأثيرات غير المرغوبة اجتماعيا.

مشكلة الدراسة:

يمكن بلورة مشكلة الدراسة فى التساؤل الرئيسى ما علاقة تعرض المراهقين لأساليب اللغة المستخدمة فى البرامج الحوارية بالفضائيات المصرية بالتأثيرات غير المرغوبة اجتماعيا؟

أهمية الدراسة:

تأتى أهمية الدراسة من خلال رصد التأثيرات غير المرغوبة لإفادة العاملين فى البرامج الحوارية بتلافى السلبيات التى تؤثر على المراهقين حيث يعانى المجتمع المصرى فى الآونة الاخيرة من حالة الفوضى الإعلامية وانتهاك ميثاق الشرف الإعلامى أو حتى قوانين النشر والبث التليفزيونى والاعتداء على حرمة الحياة الخاصة للمواطنين.

أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى هدف رئيسى من خلال التعرف على علاقة تعرض المراهقين لأساليب اللغة المستخدمة فى البرامج الحوارية بالفضائيات المصرية بالتأثيرات غير المرغوبة اجتماعيا.

حدود الدراسة:

- الحدود الموضوعية: اقتصرت على التعرف على علاقة تعرض المراهقين لأساليب اللغة المستخدمة فى البرامج الحوارية بالفضائيات المصرية بالتأثيرات غير المرغوبة اجتماعيا.
- الحدود الزمنية: تم تطبيق الدراسة الميدانية على القائم بالاتصال، والمراهقين فى الفترة من (١ أكتوبر ٢٠١٨ إلى ٣١ أكتوبر ٢٠١٨).
- الحدود المكانية: طبقت الدراسة الميدانية على عينة عشوائية من طلبة الجامعات المصرية بالفرقة الأولى سن ١٨ عاما حيث (جامعة عين شمس ممثلة للتعليم الحكومى- وجامعة ٦ أكتوبر ممثلة للتعليم الخاص).

الدراسات السابقة:

- دراسة أمل نبيل بدر (٢٠١٨)[١] بعنوان "علاقة نمط الملكية بأساليب معالجة البرامج الحوارية لقضايا التنمية المستدامة: دراسة تحليلية مقارنة (القضايا الصحية نموذجا)". هدفت الدراسة إلى التعرف على علاقة نمط الملكية بأساليب معالجة البرامج الحوارية لقضايا التنمية المستدامة من خلال التعرف على مدى تأثر شكل ومضمون البرامج الحوارية بنمط الملكية فى القنوات الفضائية العربية، وقد استخدمت الباحثة منهج المسح الإعلامى التحليلى لعينة عمدية من برنامجين حواريين ١٠ حلقات لبرنامج عساك طيب بقناة دبى الفضائية و ١١ حلقة لبرنامج التفاح الأخضر قناة MBC وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها: تنوع القضايا والموضوعات داخل البرنامج حيث أسفرت تلك النتائج عن اهتمام القنوات بالنصائح الصحية المتنوعة للمواطن وتقديمها بطرق متنوعة سواء نصيحة، وبخصوص اللغة نلاحظ أن اللغة الفصيحة أو ما تسمى بفصحى العصر كانت الغالبة فى البرامج محل الدراسة.
- دراسة لامان محمد محمد (٢٠١٨)[٣] بعنوان "دور الإعلام الجديد فى معالجة قضايا التنمية بالمجتمع المصرى الفيسبوك نموذجا". هدفت الدراسة إلى رصد وتحليل الصفحات التنموية على مواقع التواصل الإجتماعى والكشف عن طبيعة اتجاهات الجمهور نحو الصفحات التنموية على مواقع التواصل الإجتماعى، ونحو أولوية التنمية وجدوى المبادرات التنموية الفردية والتنمية الاقتصادية، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التى استخدمت منهج المسح الإعلامى بشقيه التحليلى والميدانى، من خلال التطبيق على عينة تحليلية لمدة عام كامل والتى بلغت ٨ صفحات بالفيسبوك، وعينة ميدانية قوامها ٤٠٠ مفردة من خلال استبيان من متابعى الصفحات التنموية على مواقع التواصل الإجتماعى وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها: بالنسبة إلى لغة البوست فى الصفحات التنموية محل التحليل اتضح أن جميع الصفحات التنموية محل الدراسة تستخدم اللغة العربية الفصحى فى كتابة البوستات بشكل كبير ماعدا صفحتى Support Egypt، إنجاز مصر اللتان تعتمدان بشكل كبير على اللغة الإنجليزية فى كتابة البوستات.
- دراسة هايدى إبراهيم محمد (٢٠١٨)[٤] بعنوان "المسئولية الإجتماعية لمقدمى البرامج الحوارية فى الفضائيات المصرية وعلاقتها بالمصداقية لدى المراهقين". هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى التزام مقدمى البرامج الحوارية فى الفضائيات المصرية بالمسئولية الإجتماعية وعلاقتها بالمصداقية لدى المراهقين، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التى استخدمت منهج المسح الإعلامى بشقيه التحليلى والميدانى، واشتملت عينة الدراسة التحليلية على أربعة برامج حوارية من خلال صحيفة تحليل المضمون، وتكون مجتمع الدراسة الميدانية من المراهقين المصريين بالصف الأول الدراسى بالجامعات المصرية وتم تطبيقها من خلال أداة الاستبيان على عينة مكونة من ٤٠٠ مبحوث تم اختيارهم بطريقة عشوائية من طلاب الجامعات وهى جامعة عين شمس، القاهرة، الازهر، أكتوبر، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها: أثبتت الدراسة أن أسباب مشاهدة أفراد العينة للبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية وفقا للنوع كانت متابعة القضايا والأحداث الجارية بنسبة ٦٣% ثم الحصول على معلومات جديدة بنسبة ٥٣,٣% ثم التسلية وقضاء وقت الفراغ بنسبة ٤٨,٥%.
- دراسة قصى محمد خلف (٢٠١٧)[٢] بعنوان "توظيف الإثارة فى البرامج الحوارية التليفزيونية العربية- تحليل مضمون برنامجى أحمر بالخط العريض وأجرأ الكلام". هدفت الدراسة إلى التعرف على ظاهرة توظيف الإثارة فى برنامجى أجرأ الكلام الذى تبثه قناة القاهرة والناس المصرية، وأحمر بالخط العريض الذى تبثه الفضائية اللبنانية LBC، واعتمد الباحث فى إعدادها على منهج المسح، واستخدم فى إطاره أسلوب تحليل المضمون، من خلال التطبيق على ١٨٢ حلقة من البرنامجين فى الأعوام ٢٠١٢- ٢٠١٣ وتم استخدام العينة العشوائية المنتظمة على هذه الحلقات، وتم تحليل ٤٨ حلقة من البرنامجين بالتساوى بما يعادل ٢٥% من مجمل الحلقات ١٨٢ عن طريق استخدام الأسبوع الصناعى، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها إن موضوعات الإثارة فى برنامج أحمر بالخط العريض كانت تدور حول العلاقات الجنسية غير الشرعية، إضافة إلى تركيز برنامج أجرأ الكلام على موضوعات الإثارة فى الموضوعات التى تدور حول تسليح الجيوش، إضافة إلى تركيز البرنامجيين على موضوعات التحرش الجنسى، وكانت درجة مشاهدة الموضوعات السياسية فى البرنامجين

منخفضة.

- دراسة Samia Rahman, Syed Mahfujul Haque Marjan (2015)[٦] بعنوان تسييس البرامج الحوارية فى القنوات الفضائية ببنجلاديش. هدفت الدراسة التعرف على العلاقة بين القنوات الفضائية وتسييسها من خلال القائمين عليها ببنجلاديش من إعلاميين وسياسيين وكيف يقوم القائم بالاتصال فى البرامج الحوارية بالتأثير فى الجمهور من خلال بعض السياسات الإعلامية بالقناة التى يعملون بها. أهم النتائج التى توصلت إليها الدراسة كشفت نتائج الدراسة أن ٧٩% من المشاهدين يتابعون البرامج الحوارية بانتظام، ويعتقد نسبة ٨٣% أن هذه البرامج يمكن أن تخدم أصحاب المحطات التى تذاع من خلالها ترى نسبة ٥٢% أن مقدمى البرامج الحوارية يلعبون دورا محايدا وترى نفس البرامج الحوارية قد تسهم فى حل المشكلات والازمات السياسية فى البلاد.
- دراسة موريس وبومفارتنر Morris& Baumgarther (2013)[٥] تأثيرات برنامج كولبير على الشباب الأمريكي. تستهدف هذه الدراسة التعرف على تأثير البرنامج الحوارى الكوميدى كولبير على الشباب الأمريكي، باستخدام المنهج التجريبي، بالتطبيق على عينة قوامها ٨٥٥ مفردة من الشباب، تضم ثلاث مجموعات تجريبية، المجموعة الأولى قوامها ١٩٦ مفردة، وتم تعريضهم لسلسلة لقطات مأخوذة من برنامج كولبير Colbert وفوكس نيوز Fox News وهذا يفيد فى المقارنة فيما بين البرنامجين لاختلافهما فأحدهما يعتمد على السخرية والآخر لا يعتمد على هذا الأسلوب، والمجموعة الثانية قوامها ١٨٨ مفردة، وتم تعريضهم للقطات فيديو مأخوذة من برنامج اورايل O'Reilly، والمجموعة الثالثة قوامها ٤٧١ مفردة وهى مجموعة ضابطة. أهم النتائج التى توصلت إليها الدراسة أن الشباب عندما يتعرضوا للسخرية السياسية ببرامج كولبير فإنهم يصبحوا أكثر قربا من الرئيس بوش والحزب الجمهورى وسياسته بالكونجرس الأمريكي، وذلك على عكس المتوقع من أنهم يصبحوا أكثر نقدا لليمين المتطرف الذى يمثل الرئيس بوش والحزب الجمهورى بالكونجرس الأمريكي.

مفاهيم الدراسة:

- أساليب اللغة: هى التراكيب والجمل والإيحاءات التى تستخدم فى الحوار بالبرامج الحوارية، ومنها الأسلوب الهادئ، والأسلوب الاستفزازي، والحدة، والضجيج اللفظي، والمبالغة، واستخدام اللغة الهابطة والسخرية والاستخفاف بالآخر، والعنف اللفظى.
- البرامج الحوارية بالفضائيات المصرية: هى تلك البرامج التى تقدم فى التليفزيون فى الفترات المسائية ويعاد بثها، وتقوم بعرض القضايا التى تخص الأحداث اليومية عامة السياسية والاقتصادية والاجتماعية والفنية، وهى محط اهتمام الجمهور والتى تثير الجدل، وتستضيف هذه البرامج الخبراء والمتخصصين لعرض الرؤى والتحليلات ووجهات النظر المختلفة حول تلك القضايا.
- التأثيرات غير المرغوبة اجتماعيا: تلك السلوكيات والتصرفات غير اللائقة التى يقوم بها المراهقون خلال يومهم من خلال تفاعلهم مع الأفراد نتيجة لتأثرهم بمشاهدة البرامج الحوارية، وهذه التأثيرات قد تتضمن الكلمات العامية المبتذلة، وألفاظا تحمل إيماءت غير مقبولة، السخرية، عدم تقبل الآخر، التهكم التعصب للرأى.
- المراهقون: طلبة الجامعات المصرية ذكورا وإناثا من جامعتى عين شمس (ممثلة للجامعات الحكومية)، وجامعة ٦ أكتوبر (ممثلة للجامعات الخاصة) سن ١٨ عاما.

أسئلة الدراسة:

تسعى الدراسة إلى الإجابة على تساؤل رئيسى وهو ما العلاقة بين تعرض المراهقين لأساليب اللغة بالبرامج الحوارية بالفضائيات المصرية والتأثيرات غير المرغوبة اجتماعيا؟ ويتفرع من هذا التساؤل عدة أسئلة فرعية كما يلى:

١. ما مدى تعرض عينة الدراسة للبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية؟
٢. ما البرامج الحوارية التى تشاهدها عينة الدراسة بالقنوات الفضائية المصرية؟
٣. ما دوافع مشاهدة عينة الدراسة للبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية؟
٤. ما معدل رضا عينة الدراسة عن أساليب اللغة لمقدمى البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية؟
٥. ما التأثيرات غير المرغوبة اجتماعيا لمشاهدة عينة الدراسة للبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية؟

نوع ومنهج الدراسة:

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، التى استخدمت منهج المسح الإعلامى الميدانى عن طريق مسح لعينة عشوائية من المراهقين قوامها ٤٥٠ مفردة سن ١٨ عاما.

مجتمع وعينة الدراسة:

تحدد مجتمع الدراسة الميدانية فى فئة المراهقين سن ١٨ عاما بالجامعات المصرية (حكومى- خاص) على عينة عشوائية قوامها ٤٥٠ مبحوث (٢٢٥ ذكور، ٢٢٥ إناث)، فى الفترة من ١ أكتوبر ٢٠١٨ إلى ٣١ أكتوبر ٢٠١٨.

أداة الدراسة:

استبيان.

الأساليب الإحصائية:

- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.
- اختبار (ت) T. Test "للمجموعات المستقلة لدراسة الفروق بين المتوسطين الحسابيين لمجموعتين من المبحوثين على أحد متغيرات الدراسة.
- اختبار كا٢ لجداول التوافق لدراسة الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من المستوى الأسمى.

نتائج الدراسة:

- مدى تعرض عينة الدراسة للبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية:

جدول (١) توزيع إجابات عينة الدراسة طبقا لمتغيرى النوع، ومعدل مشاهدة البرامج الحوارية

النوع / معدل المشاهدة	الذكور		الإناث		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
دائما	٩٥	٤٢,٢	٩٦	٤٢,٧	١٩١	٤٢,٤
أحيانا	٨٥	٣٧,٨	٨٧	٣٨,٧	٢٧١	٣٨,٢
نادرا	٢٢	٩,٨	٢٥	١١,١	٧٤	١٠,٤
لا	٢٣	١٠,٢٣	١٧	٧,٦	٤٠	٨,٩
المجموع	٢٢٥	١٠٠	٢٢٥	١٠٠	٤٥٠	١٠٠

كا٢: ١,١٢٠ درجة الحرية: ٣ مستوى معنوية ٠,٧٧٢

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن نسبة ٩١,١% من إجمالى عينة الدراسة يشاهدون البرامج الحوارية، وجاءت نسب المشاهدة على النحو الآتي: (دائما) بنسبة ٤٢,٤% (٤٢,٢% للذكور- ٤٢,٧% للإناث)، و(أحيانا) بنسبة ٣٨,٢% (٣٧,٨% للذكور- ٣٨,٧% للإناث)، و(نادرا) بنسبة ١٠,٤% (٩,٨% للذكور- ١١,١% للإناث)، فى حين أفاد نسبة ٨,٩% أنهم لا يشاهدونها مطلقا (١٠,٢٣% للذكور- ٧,٦% للإناث).

ويمكن تفسير هذه النتيجة فى ضوء انتشار البرامج الحوارية والتى أصبحت نافذة على مشاكل وهموم الشعب المصرى فى القنوات الفضائية فى حين أنه يمكن تفسير عينة الدراسة ممن لا يشاهدون القنوات الفضائية من خلال الجدول (١) وتشير النتائج التفصيلية إلى تقارب نسب عينة الدراسة من الذكور والإناث فى معدل تعرضهم للبرامج الحوارية، حيث جاءت قيمة كا٢ المحسوبة ١,١٢٠ عند درجة حرية ٣ ومستوى معنوية ٠,٧٧٢، مما يشير إلى عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير النوع ومعدل التعرض للبرامج الحوارية.

- أسباب عدم مشاهدة عينة الدراسة للبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية:

جدول (٢) توزيع إجابات عينة الدراسة طبقا لمتغيرى النوع وأسباب عدم مشاهدة البرامج الحوارية

النوع / أسباب عدم المشاهدة	ذكور		إناث		المجموع		قيمة (Z)	مدى الدلالة
	ك	%	ك	%	ك	%		
لا تتوافر فيها معايير الصدق والموضوعية	١٨	٧٨,٣	١٢	٧,٦	٣٠	٧٥	٤,٧٥	دالة**
غياب الحرية فى تبنى القضايا	١٢	٥٢,٢	٩	٥٢,٩	٢١	٥٢,٥	٠,٠٥	غير دالة
لا أحب أسلوب مقدميها	٦	٢٦,١	٦	٣٥,٣	١٢	٣٠	٠,٦٨	غير دالة
الاعتماد على الأسئلة الاستفزازية	٥	٢١,٧	٦	٣٥,٣	١١	٢٧,٥	١,٠٣	غير دالة
إثارة الصراع بين الضيوف	٥	٢١,٧	٥	٢٩,٤	١٠	٢٥	٠,٦٠	غير دالة
لدى برامج ومواد أخرى أفضل مشاهدتها	٤	١٧,٤	٣	١٧,٦	٧	١٧,٥	٠,٠٢	غير دالة
موضوعاتها أصبحت مستهلكة	٤	١٧,٤	٢	١١,٨	٦	١٥	٠,٥٢	غير دالة
لا يوجد لدى وقت	٢	٨,٧	٤	٢٣,٥	٦	١٥	١,٤٤	غير دالة
البعد عن هموم ومشكلات المواطن المصرى	٣	١٣	٢	١١,٨	٥	١٢,٥	٠,١٢	غير دالة
إثارة الفتن فى المجتمع	٢	٨,٧	١	٥,٩	٣	٧,٥	٠,٣٥	غير دالة
تتبع سياسات مالكيها	٢	٨,٧	١	٥,٩	٣	٧,٥	٠,٣٥	غير دالة
جملة من سئلوا	٢٣		١٧		٤٠			

تشير بيانات الجدول السابق إلى الأسباب التى تؤدى إلى عدم مشاهدة عينة الدراسة للبرامج الحوارية فقد أشارت نسبة ٧٥% أن السبب الأول يرجع إلى "لا تتوافر فيها معايير الصدق والموضوعية"، فى حين أشارت نسبة ٥٢,٥% أن السبب الثانى يرجع إلى "غياب الحرية فى تبنى القضايا"، كما أفاد نسبة ٣٠% ب "لا أحب أسلوب مقدميها"، وأرجع نسبة ٢٧,٥% السبب إلى "الاعتماد على الأسئلة الاستفزازية"، كما أرجع نسبة ٢٥% السبب فى "إثارة الصراع بين الضيوف" ما أفادت نسبة ١٧,٥% أن "لدى برامج ومواد أخرى أفضل مشاهدتها"، فى حين أشارت نسبة ١٥% إلى أن سبب عدم المشاهدة يرجع إلى "موضوعاتها أصبحت مستهلكة" وبنفس النسبة ١٥% أشارت إلى أن "لا يوجد لدى وقت" كما أشارت نسبة١٢,٥% إلى أن السبب هو "البعد عن هموم ومشكلات المواطن المصرى" وأخيرا أشارت نسبة ٧,٥% أن السبب فى عدم المشاهدة يرجع إلى كل من "إثارة الفتن فى المجتمع"، ونفس النسبة ٧,٥% أرجعوا السبب إلى "تتبع سياسات مالكيها" ويمكن تفسير ذلك من خلال: وجود خطوط حمراء لا تتجاوزها البرامج الحوارية فى مناقشتها لمختلف القضايا والأحداث مما يضعف من مصداقيتها، وإحساس المبحوثين بأن البرامج الحوارية تقوم على فكرة الإعلان دون الاقتناع بالقضية المطروحة، وعدم توافر عنصر الموضوعية فى معالجتها لمختلف القضايا والأحداث. وتشير النتائج التفصيلية إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين النوع (ذكور وإناث) وبين أسباب عدم مشاهدة البرامج الحوارية، حيث جاءت قيمة (Z) المحسوبة فى الجدول أقل من القيمة الجدولية ١,٩٦ المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين بمستوى ثقة ٩٥%، ما عدا سبب "لا تتوافر فيها معايير الصدق والموضوعية" حيث بلغت قيمة (Z) المحسوبة فى الجدول ٤,٧٥ وهى قيمة أكبر من القيمة الجدولة ٢,٥٨ المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين بمستوى ثقة ٩٩.%

- أنماط مشاهدة البرامج الحوارية فى القنوات الفضائية المصرية:

جدول (٣) توزيع عينة الدراسة طبقا لمتغيرى النوع وأكثر أنماط التعرض للبرامج الحوارية فى القنوات الفضائية

النوع / نمط التعرض	الذكور		إناث		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
حسب الظروف	٧١	٣٥,١	٧٠	٣٣,٧	١٤١	٣٤,٤
مع الأسرة	٥٦	٢٧,٧	٦١	٢٩,٣	١١٧	٢٨,٥
بمفردى	٤٢	٢٠,٨	٧٤	٣٥,٦	١١٦	٢٨,٣
مع الأصدقاء	٣٣	١٦,٣	٣	١,٤	٣٦	٨,٨
جملة من سئلوا	٢٠٢	١٠٠	٢٠٨	١٠٠	٤١٠	١٠٠

كا^{2} : ٣٣,٩٦، درجة حرية: ٣، مستوى المعنوية: ٠,٠٠٠، معامل التوافق: ٠,٢٧٧

تشير بيانات الجدول السابق إلى جاء نمط المشاهدة حيث جاء "حسب الظروف" هو النمط السائد فى المشاهدة لدى عينة الدراسة من المراهقين بنسبة ٣٤,٤%، ويأتى فى المرتبة الثانية نمط "المشاهدة الأسرية" بواقع ٢٨,٥% من إجمالى العينة من المراهقين، ثم فى المرتبة الثالثة نمط "المشاهدة بمفردى" بنسبة ٢٨,٣% وأخيرا يأتى نمط "المشاهدة مع الأصدقاء" بنسبة ٨,٨%، ويمكن إرجاع الاختلاف فى أنماط المشاهدة هنا إلى عدة أسباب خاصة (بعينة الدراسة) من المراهقين من أهمها: الظروف الدراسية وخصوصا أن (عينة الدراسة بالفرقة الأولى الجامعية وتم التطبيق مع بداية العام الدراسى)، وربما أدى ذلك إلى عدم وجود انتظام أو نمط ثابت للمشاهدة.

- مدى مشاهدة عينة الدراسة لعدد من البرامج الحوارية فى القنوات الفضائية المصرية:

جدول (٤) توزيع عينة الدراسة طبقا لمتغيرى النوع ومدى مشاهدة عدد من البرامج الحوارية

النوع / البرنامج	الذكور		إناث		ن= ٤١٠	
	ك	%	ك	%	ك	%
يحدث فى مصر MBC	٨٩	٤٤,١	١١٠	٥٢,٩	١٩٩	٤٨,٥
٩٠ دقيقة المحور	٧٠	٣٤,٧	٣٢	١٥,٤	١٠٢	٢٤,٩
هنا العاصمة CBC	٢٢	١٠,٩	٥٥	٢٦,٤	٧٧	١٨,٨
على مسئوليتى صدى البلد	٢١	١٠,٤	١١	٥,٣	٣٢	٧,٨
جملة من سئلوا	٢٠٢	١٠٠	٢٠٨	١٠٠	٤١٠	١٠٠

كا^{2} : ٣٣,٥، درجة حرية: ٣، مستوى معنوية: ٠٠٠.، معامل توافق: ٢٧٥.

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن نسبة ٤٨,٥% من المراهقين عينة الدراسة أنهم يشاهدون برنامج يحدث فى مصر MBC بالقنوات الفضائية المصرية فى الترتيب الأول، يليه برنامج ٩٠ دقيقة بنسبة٢٤,٩% فى الترتيب الثانى، يليه برنامج هنا العاصمة بنسبة ١٨,٨% فى الترتيب الثالث، وأخيرا برنامج على مسئوليتى ٧,٨%. كما نلاحظ أن هناك اختلافا فى نسب مشاهدة عدد من البرامج الحوارية لدى الذكور والإناث مما يؤكد على أن متغير النوع له تأثير دال إحصائيا حيث إن قيمة كا^{2} المحسوبة ٣٣,٥، عند مستوى معنوية ٠,٠٠٠، عند درجة حرية ٣، مما يشير إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين النوع ومدى مشاهدة عدد من البرامج الحوارية وإن كانت هذه العلاقة ضعيفة نسبيا حيث إن قيمة معدل التوافق٠,٢٧٥.

- دوافع مشاهدة عينة الدراسة للبرامج الحوارية فى القنوات الفضائية المصرية:

جدول (٥) توزيع إجابات عينة الدراسة طبقا لدوافعهم لمشاهدة البرامج الحوارية فى القنوات الفضائية المصرية

الموافقة / الدوافع	موافق		محايد		معارض		متوسط	الانحراف	الوزن المئوى
	ك	%	ك	%	ك	%			
متابعة القضايا والأحداث الجارية	٢٥٧	٥٧,١	١٠٥	٢٣,٣	٤٨	١٠,٧	٢,٥١	٠,٧٠	٨٣,٦
التسلية وقضاء وقت الفراغ	١٦٨	٣٧,٣	١٣٠	٢٨,٩	١١٢	٢٤,٩	٢,١٤	٠,٨٢	٧١,٣
تساعدنى فى تكوين رأى تجاه القضايا المجتمعية	١٥٤	٣٤	١٤٢	٣١,٦	١١٥	٢٥,٦	٢,٠٩	٠,٨٠	٦٩,٦
حلقة وصل بين المسئولين والجمهور	١٣٤	٢٩,٨	١٧٠	٣٧,٨	١٠٦	٢٣,٦	٢,٠٧	٠,٧٦	٦٩
عرض المشكلات والحلول	١٥٤	٣٤,٢	١٢٥	٢٧,٨	١٣١	٢٩,١	٢,٠٦	٠,٨٣	٦٨,٦
إثارة موضوعات جديدة	١١١	٢٤,٧	١٢٣	٢٧,٣	١٧٦	٣٩,١	١,٨٤	٠,٨٢	٦١,٣
تزيد من معارفى من الناحية السياسية	١٠٠	٢٢,٢	١١٠	٢٤,٤	٢٠٠	٤٤,٤	١,٧٦	٠,٨٢	٥٨,٦
اسلوب العرض فى البرامج فيه تشويق واثارة للقضيه	٧٢	١٦	١٥١	٣٣,٦	١٨٧	٤١,٦	١,٧٢	٠,٧٤	٥٧,٣
جملة من سئلوا	٤١٠								

تشير بيانات الجدول السابق إلى دوافع عينة الدراسة لمشاهدة البرامج الحوارية كما يلى: جاء دافع "متابعة القضايا والأحداث الجارية" فى الترتيب الأول بمتوسط

حسابى ٢,٥١ ثم يأتى دافع "التسلية وقضاء وقت الفراغ" فى الترتيب الثانى بمتوسط حسابى ٢,١٤ ثم يأتى دافع "تساعدنى فى تكوين رأى تجاه القضايا المجتمعية" فى الترتيب الثالث بمتوسط حسابى ٢,٠٩، ثم يأتى دافع "حلقة وصل بين المسئولين والجمهور" فى الترتيب الرابع بمتوسط حسابى ٢,٠٧، ثم يأتى دافع "عرض المشكلات والحلول" فى الترتيب الخامس بمتوسط حسابى ٢,٠٦، ثم يأتى دافع "إثارة موضوعات جديدة" فى الترتيب السادس بمتوسط حسابى ١,٨٤، ثم يأتى دافع "تزيد من معارفى من الناحية السياسية"، فى الترتيب السابع بمتوسط حسابى ١,٧٦، ثم يأتى دافع "أسلوب العرض فى البرامج فيه تشويق واثارة للقضيه" فى الترتيب الثامن والأخير بمتوسط حسابى ١,٧٢.

- أهم الموضوعات التى تحرص عينة الدراسة على مشاهدتها فى البرامج الحوارية:

جدول (٦) أهم الموضوعات التى تحرص عينة الدراسة على مشاهدتها فى البرامج الحوارية وفقا للنوع

النوع / الموضوعات	الذكور		الإناث		الإجمالي		قيمة (Z)	الدلالة
	ك	%	ك	%	ك	%		
السياسية	١٤٠	٧٨,٢	١٣٩	٧٤,٧	٢٧٩	٧٦,٤	٠,٧٨٢	غير دالة
الاقتصادية	٧٣	٤٠,٨	٩٦	٥١,٦	١٦٩	٤٦,٣	٢,٠٧٢	٠,٠٥
الاجتماعية	٨٢	٤٥,٨	٨٧	٤٦,٨	١٦٩	٤٦,٣	٠,١٨٤	غير دالة
الرياضية	٩٦	٥٣,٦	٥٢	٢٨	١٤٨	٤٠,٥	٤,٩٨٧	٠,٠٠١
الدينية	٧٥	٤١,٩	٥٦	٣٠,١	١٣١	٣٥,٩	٢,٣٤٥	٠,٠٥
الفنية	٦٢	٣٤,٦	٦٣	٣٣,٩	١٢٥	٣٤,٢	٠,١٥٤	غير دالة
الإعلامية	٥٣	٢٩,٦	٤٨	٢٥,٨	١٠١	٢٧,٧	٠,٨١١	غير دالة
الصحية	٥٢	٢٩,١	٤٣	٢٣,١	٩٥	٢٦	١,٢٨٩	غير دالة
الثقافية	٣١	١٧,٣	٥٦	٣٠,١	٨٧	٢٣,٨	٢,٨٦٣	٠,٠١
جملة من سئلوا	٢٠٢		٢٠٨		٤١٠			

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن الموضوعات (السياسية) جاء فى مقدمة أهم الموضوعات أو القضايا التى يحرص المبحوثون على مشاهدتها بنسبة ٧٦,٤%، ثم الموضوعات (الاقتصادية والاجتماعية) فى الترتيب الثانى بنسبة ٤٦,٣% لكل منهما، ثم (الموضوعات الرياضية) فى الترتيب الثالث بنسبة ٤٠,٥%، ثم (الموضوعات الدينية) فى الترتيب الرابع بنسبة ٣٥,٩%، و(الموضوعات الفنية) فى الترتيب الخامس بنسبة ٣٤,٢%، ثم (الموضوعات الاعلامية) فى الترتيب السادس بنسبة ٢٧,٧%، ثم (الموضوعات الصحية) فى الترتيب السابع بنسبة ٢٦%، وأخيرا (الموضوعات الثقافية) بنسبة ٢٣,٨%.

وقد أوضحت النتائج التفصيلية وجود فروق دالة إحصائيا فى إستجابات المبحوثين حول أهم الموضوعات أو القضايا التى يحرص المبحوثين على مشاهدتها طبقا للنوع على النحو الآتي: تتابع الإناث من المبحوثين الموضوعات الإقتصادية بنسبة أكثر من الذكور (٥١,٦%، ٤٠,٨%) والفارق دال إحصائيا حيث بلغت قيمة (Z) المحسوبة ٢,٠٧٢، وهى أعلى من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%. بينما يتابع الذكور من المبحوثين الموضوعات الدينية بنسبة أكثر من الإناث (٤١,٩%، ٣٠,١%)، والفارق دال إحصائيا حيث بلغت قيمة (Z) المحسوبة ٢,٣٤٥، وهى أعلى من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة مرتفع، ويتابع الذكور من المبحوثين الموضوعات الرياضية بنسبة أكثر من الإناث (٥٣,٦%، ٢٨%)، والفارق دال إحصائيا حيث بلغت قيمة (Z) المحسوبة ٤,٩٨٧، وهى أعلى من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٩,٩%، وتتابع الإناث من المبحوثين الموضوعات الثقافية بنسبة أكثر من الذكور (٣٠,١%، ١٧,٣%)، والفارق دال إحصائيا حيث بلغت قيمة (Z) المحسوبة ٢,٨٦٣، وهى أعلى من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٩%. وتعكس هذه النتيجة اهتمام الإناث أكثر بمتابعة القضايا الاقتصادية، فى حين يهتم الذكور بالموضوعات الرياضية.

- معدل الرضا عن أساليب اللغة بالبرامج الحوارية فى القنوات الفضائية المصرية:

جدول (٧) توزيع عينة الدراسة طبقا لمتغيرى النوع ومعدل الرضا عن أساليب اللغة بالبرامج الحوارية فى القنوات الفضائية المصرية

النوع / معدل الرضا	الذكور		الإناث		ن= ٤١٠	
	ك	%	ك	%	ك	%
غير راض	٨٨	٤٣,٦	١٠٩	٥٢,٤	١٩٧	٤٨
راض إلى حد ما	٧٦	٣٧,٦	٥٦	٢٦,٩	١٣٢	٣٢,٢
راض	٣٨	١٨,٨	٤٣	٢٠,٧	٨١	١٩,٨
جملة من سئلوا	٢٠٢	١٠٠	٢٠٨	١٠٠	٤١٠	١٠٠

$كا^2$ المحسوبة ٥,٤٩ درجة حرية ٢ مستوى معنوية ٠,٠٦٤

تشير بيانات الجدول السابق إلى مدى رضا عينة الدراسة من المراهقين عن أساليب اللغة بالبرامج الحوارية حيث تشير النتائج إلى أن نسبة ٤٨% من إجمالى عينة الدراسة (غير راضين) عن أساليب اللغة والمضمون المقدم بالبرامج الحوارية، ونسبة ٣٢,٢% راضية (إلى حد ما) فى حين أشارت نسبة ١٩,٨% من إجمالى عينة الدراسة إلى رضاهم عن أساليب اللغة المقدمة بالبرامج الحوارية المذاعة فى القنوات الفضائية المصرية، ومن الملاحظ تقارب نسب الرضا عن أساليب اللغة بالبرامج الحوارية لدى الذكور والإناث عينة الدراسة، مما يشير إلى أن متغير النوع لم يكن له تأثير ملحوظ حيث بلغت قيمة $كا^2$ المحسوبة ٥,٤٩ عند درجة حرية ٢ ومستوى معنوية ٠,٠٦٤، مما يؤكد على عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير النوع، ودرجة الرضا عن أساليب اللغة بالبرامج الحوارية المذاعة فى القنوات الفضائية المصرية.

- أسباب عدم الرضا عن أساليب اللغة بالبرامج الحوارية فى القنوات الفضائية المصرية:

جدول (٨) توزيع عينة الدراسة طبقا لمتغيرى النوع وأسباب عدم الرضا عن أساليب اللغة بالبرامج الحوارية

النوع / الأسباب	الذكور		إناث		ن= ١٩٧		$كا^2$	مستوى المعنوية
	ك	%	ك	%	ك	%		
أسلوب مقدمى البرامج استفزازى	٦٤	٧٢,٧	٩٣	٨٥,٣	١٥٧	٧٩,٧	٤,٧٧	٠,٠٢
غير حيادى	٤٠	٤٥,٥	٧٢	٦٦,١	١١٢	٥٦,٩	٨,٤٢	٠,٠٠٤
أسلوبه يقصد به إثارة المشاهد	٢٩	٣٣	٤٩	٤٥	٧٨	٣٩,٦	٢,٩٣	٠,٠٨
المضمون به ألفاظا غير لائقة	٢٦	٢٩,٥	٣٥	٣٢,١	٦١	٣١	٠,١٥	٠,٦٩
الأسلوب ينمى الميول العدوانية	٦	٦,٨	١٩	١٧,٤	٢٥	١٢,٧	٤,٩٥	٠,٠٢
جملة من سئلوا	٨٨		١٠٩		١٩٧			

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلى: جاءت "أسلوب مقدمى البرامج استفزازى" السبب الأول لعدم رضا عينة الدراسة عن أساليب اللغة لمقدمى

البرامج الحوارية بنسبة ٧٩,٧% (٧٢,٧% للذكور- ٨٥,٣% للإناث)، ومن الملاحظ اختلاف نسب أسباب رفض عينة الدراسة (ذكور وإناث) عن أساليب اللغة لمقدمى البرامج الحوارية، حيث بلغت قيمة كا٢ المحسوبة ٤,٧٧، عند درجة حرية واحدة، ومستوى معنوية ٠,٠٢، مما يشير إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير النوع وسبب عدم رضا المبحوثين عن أساليب اللغة لمقدمى البرامج الحوارية وإن كانت هذه العلاقة ضعيفة إلى حد ما حيث بلغ معامل التوافق ٠,١٦، وجاء "غير حيادى" فى الترتيب الثانى من حيث أسباب عدم الرضا عن أساليب اللغة لمقدمى البرامج الحوارية بنسبة ٥٦,٩% (٤٥,٥% للذكور- ٦٦,١% للإناث)، ومن الملاحظ أنه يوجد اختلافا فى نسب أسباب عدم رضا عينة الدراسة عن أساليب اللغة لمقدمى البرامج الحوارية، حيث بلغت قيمة كا٢ المحسوبة ٨,٤٢، عند درجة حرية واحدة ومستوى معنوية ٠,٠٠٤، مما يشير إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير النوع وسبب عدم رضا المبحوثين عن أساليب اللغة لمقدمى البرامج الحوارية، وإن كانت هذه العلاقة ضعيفة إلى حد ما إذ بلغت قيمة معامل التوافق ٠,٢٠، وجاء "أسلوبه يقصد به اثارة المشاهد" فى الترتيب الثالث من حيث أسباب عدم الرضا عن أساليب اللغة لمقدمى البرامج الحوارية بنسبة ٣٩,٦% (٣٣% للذكور- ٤٥% للإناث) من إجمالى عينة الدراسة من المراهقين.

ومن الملاحظ تقارب فى نسب أسباب عدم رضا عينة الدراسة عن أساليب اللغة لمقدمى البرامج الحوارية، حيث بلغت قيمة كا٢ المحسوبة ٢,٩٣، عند درجة حرية واحدة، مستوى معنوية ٠,٠٨، مما يشير إلى عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير النوع، وسبب عدم الرضا عن أساليب اللغة لمقدمى البرامج الحوارية، وجاء "المضمون به ألفاظا غير لائقة" فى الترتيب الرابع من حيث أسباب عدم الرضا عن أساليب اللغة لمقدمى البرامج الحوارية بنسبة بلغت ٣١% (٢٩,٥% للذكور- ٣٢,١% للإناث) من إجمالى عينة الدراسة من المراهقين، وجاء "الأسلوب ينمى الميول العدوانية" فى الترتيب الخامس والأخير فى عدم رضا عينة الدراسة عن أساليب اللغة لمقدمى البرامج الحوارية بنسبة بلغت ١٢,٧% (٦,٨% للذكور- ١٧,٤% للإناث) من إجمالى عينة الدراسة من المراهقين.

ومن الملاحظ اختلاف نسب أسباب عدم رضا المبحوثين عن أساليب اللغة لمقدمى البرامج الحوارية من حيث كونها تساعد على تنمية الميول العدوانية، حيث بلغت قيمة كا٢ المحسوبة ٤,٩٥ عند درجة حرية واحدة ومستوى معنوية ٠,٠٢، مما يشير إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير النوع وسبب عدم رضا المبحوثين عن أساليب اللغة لمقدمى البرامج الحوارية من حيث تنمية الميول العدوانية وإن كانت هذه العلاقة ضعيفة إلى حد ما حيث بلغت قيمة معامل التوافق ٠,١٦.

- القدرة على تذكر الكلمات غير اللائقة التى تضمنتها الفقرات الحوارية:

جدول (٩) توزيع عينة الدراسة طبقا لمتغيرى النوع والقدرة على تذكر الكلمات غير اللائقة التى تضمنتها الفقرات الحوارية

النوع / التذكر	الذكور		الإناث		ن= ٤١٠	
	ك	%	ك	%	ك	%
نعم اتذكرها	١٣٣	٦٥,٨	١٥٠	٧٢,١	٢٨٣	٦٩
لا اتذكرها	٩٦	٣٤,٢	٥٨	٢٧,٩	١٢٧	٣١
جملة من سئلوا	٢٠٢	١٠٠	٢٠٨	١٠٠	٤١٠	١٠٠

كا٢ المحسوبة ١,٨٨ درجة حرية= ١ مستوى معنوية ٠,١٧٠

تشير بيانات الجدول السابق إلى مدى القدرة على تذكر عينة الدراسة من المراهقين للكلمات غير اللائقة التى تضمنتها الفقرات الحوارية عند سماعها حيث تشير الأرقام إلى ارتفاع قدرة عينة الدراسة على تذكر الكلمات غير اللائقة بنسبة تصل إلى ٦٩% (٦٥,٨% للذكور ٧٢,١% للإناث) مقابل ٣١% (٣٤,٢% للذكور- ٢٧,٩% للإناث) لم يكن لديهم هذه القدرة على التذكر، ومن الملاحظ تقارب نسب القدرة على التذكر لدى الذكور والإناث عينة الدراسة، مما يشير إلى أن متغير النوع لم يكن له تأثير ملحوظ حيث بلغت قيمة كا٢ المحسوبة ١,٨٨، عند درجة حرية واحدة ومستوى معنوية ٠,١٧٠، مما يشير إلى عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير النوع، وقدرة عينة الدراسة على تذكر الكلمات غير اللائقة التى قدمت بها فقرات البرامج الحوارية.

- معدل تقليد ما تقدمه البرامج الحوارية من ألفاظ وسلوكيات بعد مشاهدتها:

جدول (١٠) توزيع عينة الدراسة طبقا لمتغيرى النوع ومدى تقليد ما تقدمه البرامج الحوارية من ألفاظ وسلوكيات

النوع / التقليد	الذكور		الإناث		ن= ٤١٠	
	ك	%	ك	%	ك	%
دائما	٢٥	١٢,٤%	٢٣	١١,١%	٤٨	١١,٧%
أحيانا	٧٨	٣٨,٦%	٩١	٤٣,٨%	١٦٩	٤١,٢%
لا	٩٩	٤٩%	٩٤	٤٥,٢%	١٩٣	٤٧,١%
جملة من سئلوا	٢٠٢	١٠٠%	٢٠٨	١٠٠%	٤١٠	١٠٠%

كا٢ المحسوبة ١,١٢٥ درجة حرية ٢ مستوى معنوية ٠,٥٧٠

تشير بيانات الجدول السابق إلى ارتفاع ملحوظ فى معدل تقليد عينة الدراسة من المراهقين لبعض ما تقدمه البرامج الحوارية حيث أشارت نسبة ٥٢,٩% (٥١% للذكور- ٥٤,٩% للإناث) من إجمالى عينة الدراسة بأنهم يقومون بتقليد ما يرونه، وتختلف درجة التقليد ما بين تقليد (بصفة دائمة) بنسبة ١١,٧% وتقليد (بصفة غير منتظمة أحيانا) بنسبة ٤١,٢% فى مقابل ٤٧,١% أشاروا بأنهم يرفضون تقليد ما يرونه فى هذه البرامج من ألفاظ وسلوكيات غريبة.

ومن الملاحظ تقارب نسب معدل التقليد لدى الذكور والإناث عينة الدراسة، مما يشير إلى أن متغير النوع ليس له تأثير ملحوظ حيث بلغت قيمة كا٢ المحسوبة ١,١٢٥ عند درجة حرية ٢ ومستوى معنوية ٠,٥٧، مما يشير إلى عدم وجود علاقة بين متغير النوع ومعدل تقليد عينة الدراسة لما تقدمه البرامج الحوارية فى القنوات الفضائية المصرية، ويمكن إرجاع هذه النتيجة إلى طبيعة فترة المراهقة التى تتميز بانجذاب المراهق لبعض الألفاظ والعبارات والسلوكيات مع محاولة التقليد، وهنا تكمن الخطورة وعلى ذلك ينبغى الاهتمام والعمل على انتقاء مقدم البرنامج القدوة، وخاصة أنها مرحلة انتقالية تتطلب تحقيق قدرا من المستويات الأدنى من النمو العاطفى والاجتماعي، وكذلك النمو فى القدرات العقلية والخلقية التى تؤهله للانتقال إلى مرحلة الرشد (إتمام النضج أو النمو الكامل)، مما يستدعى وجود هذه القدوة أو النموذج الذى يسهم فى عملية النمو بجوانبها المختلفة.

- مدى استخدام مقدمى البرامج الحوارية للألفاظ العامية:

جدول (١١) توزيع عينة الدراسة طبقا لمتغيرى النوع واستخدام مقدمى البرامج الحوارية للألفاظ العامية

نوع / الألفاظ العامية	الذكور		الإناث		ن= ٤١٠	
	ك	%	ك	%	ك	%
إلى حد كبير	٩١	٤٥	١٣٤	٦٤,٤	٢٢٥	٥٤,٩
إلى حد ما	٧٥	٣٧,١	٥١	٢٤,٥	١٢٦	٣٠,٧
لا	٣٦	١٧,٣	٢٣	١١,١	٥٩	١٤,٤
جملة من سئلوا	٢٠٢	١٠٠	٢٠٨	١٠٠	٤١٠	١٠٠

كا٢ ١٥,٥٦ درجة حرية ٢ مستوى معنوية ٠,٠٠٠ معامل توافق ٠,١٩

تشير بيانات الجدول السابق إلى مدى استخدام مقدمى البرامج الحوارية للألفاظ العامية فقد أشارت نسبة ٥٤,٩% (٤٥% للذكور- ٦٤,٤% للإناث) باستخدامهم للألفاظ العامية، فى حين أشارت نسبة ٣٠,٧% (٣٧,١% للذكور- ٢٤,٥% للإناث) إلى حد ما، وفى المقابل أشارت نسبة ١٤,٤% (١٧,٣% للذكور- ١١,١% للإناث) أنهم لا يستخدمون ألفاظا عامية، ومن الملاحظ أن هناك اختلافات فى نسب تأثير مشاهدة البرامج الحوارية فيما بين الذكور والإناث عينة الدراسة فى استخدام الألفاظ العامية حيث بلغت قيمة كا٢ المحسوبة ١٥,٥٦ عند درجة حرية ٢ ومستوى معنوية ٠,٠٠٠ مما يشير إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير النوع واستخدام مقدمى البرامج الحوارية للألفاظ العامية وإن كانت هذه العلاقة ضعيفة حيث بلغت قيمة معامل التوافق ٠,١٩.

- مدى التزام مقدمى البرامج الحوارية بضوابط وأخلاقيات المهنة:

جدول (١٢) توزيع عينة الدراسة طبقا لمتغيرى النوع ومدى التزام مقدمى البرامج الحوارية بضوابط وأخلاقيات المهنة

النوع / مدى الالتزام	الذكور		الإناث		ن= ٤١٠	
	ك	%	ك	%	ك	%
لا	٩٢	٤٥,٥	٩٥	٤٥,٧	١٨٧	٤٥,٦
إلى حد كبير	٥٢	٢٥,٧	٦٦	٣١,٧	١١٨	٢٨,٨
إلى حد ما	٥٨	٢٨,٧	٤٧	٢٢,٦	١٠٥	٢٥,٦
جملة من سئلوا	٢٠٢	١٠٠	٢٠٨	١٠٠	٤١٠	١٠٠

كا^{٢} المحسوبة ٢,٧٧ درجة حرية ٢ مستوى معنوية ٠,٢٥

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن نسبة ٤٥,٦% (٤٥,٥% للذكور- ٤٥,٧% للإناث) أن مقدمى هذه البرامج لا يلتزمون بضوابط وأخلاقيات المهنة، وفى المقابل أشارت نسبة ٢٨,٨% (٢٥,٧% للذكور- ٣١,٧% للإناث) أن هناك التزاما إلى حد كبير، فى حين أشارت نسبة ٢٥,٦% (٢٨,٧% للذكور- ٢٢,٦% للإناث) أنه هناك التزاما إلى حد ما. ومن الملاحظ التقارب فى نسب التزام مقدمى البرامج الحوارية بضوابط وأخلاقيات المهنة فيما بين الذكور والإناث عينة الدراسة، حيث بلغت قيمة كا^{٢} المحسوبة ٢,٧٧ عند درجة حرية ٢ ومستوى معنوية ٠,٢٥، مما يشير إلى عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير النوع، ومدى التزام مقدمى البرامج الحوارية بضوابط وأخلاقيات المهنة.

- اعتقاد عينة الدراسة أن ما يرونه فى البرامج الحوارية من أساليب اللغة السلبية فى الفضائيات المصرية تؤثر على سلوكيات المجتمع:

جدول (١٣) توزيع عينة الدراسة طبقا لمتغيرى النوع واعتقادهم أن ما يرونه فى البرامج الحوارية من أساليب اللغة السلبية فى الفضائيات المصرية تؤثر على سلوكيات المجتمع

النوع / مدى التأثير	الذكور		إناث		ن= ٤١٠	
	ك	%	ك	%	ك	%
نعم	١٧٨	٨٨,١	١٧٦	٨٤,٦	٣٥٤	٨٦,٣%
لا	٢٤	١١,٩	٣٢	١٥,٤	٥٦	١٣,٧%
جملة من سئلوا	٢٠٢	١٠٠	٢٠٨	١٠٠	٤١٠	١٠٠%

كا^{٢}: ١,٠٦٧ درجة حرية: ١ مستوى معنوية: ٠,٣٠

تشير بيانات الجدول السابق إلى الارتفاع الملحوظ فى نسبة المبحوثين الذين يرون أن أساليب اللغة السلبية بالبرامج الحوارية تؤثر على سلوكيات المجتمع بنسبة ٨٦,٣% (٨٨,١% للذكور ٨٤,٦% للإناث) فى المقابل فإن نسبة ١٣,٧% (١١,٩ للذكور- ١٥,٤% للإناث) من إجمالى عينة الدراسة ترى أنها لا تؤثر على سلوكيات المجتمع.

وترى الباحثة أن هيمنة التليفزيون والبرامج الحوارية على عقول المشاهدين له تأثير مباشر وغير مباشر، وعلى المدى البعيد كذلك له انعكاساته على القيم الأخلاقية والسلوكية والاجتماعية والتربوية.

ومن الملاحظ تقارب نسب الإجابات بين الذكور والإناث عينة الدراسة من حيث رأيهم فى تأثير البرامج الحوارية على سلوكيات المجتمع، حيث تشير بيانات الجدول السابق إلى عدم وجود فروق دالة إحصائيا بين النوع (الذكور والإناث).

- التأثيرات غير المرغوبة اجتماعيا لمشاهدة عينة الدراسة للبرامج الحوارية:

جدول (١٤) توزيع عينة الدراسة طبقا لمتغيرى النوع والتأثيرات غير المرغوبة اجتماعيا لمشاهدة عينة الدراسة للبرامج الحوارية

التأثيرات / النوع		الذكور		الإناث		جملة من سئلوا		(Z)	الدلالة
		ك	%	ك	%	ك	%		
عدم تقبل الآخر المختلف عنى	لا تؤثر	٥٢	٢٥,٧	٥٦	٣١,٣	١١٧	٢٨,٥	١,٢٦	غير دالة
	محايد	٥٨	٢٨,٧	٦٩	٣٣,٢	١٢٧	٣١	٠,٩٩	غير دالة
	تؤثر	٩٢	٤٥,٥	٧٤	٣٥,٦	١٦٦	٥	٢,٠٤	دالة
استخدام كلمات غريبة عن اللغة العربية	لا تؤثر	٦٠	٢٩,٧	٧٨	٣٧,٥	١٣٨	٣٣,٧	١,٦٧	غير دالة
	محايد	٧٨	٣٨,٦	٧١	٣٤,١	١٤٩	٣٦,٣	٠,٩٥	غير دالة
	تؤثر	٦٤	٣١,٧	٥٩	٢٨,٤	١٢٣	٣٠	٠,٧٣	غير دالة
السخرية والاستهزاء بالآخر	لا تؤثر	٧٣	٣٦,١	١٣٠	٦٢,٥	٢٠٣	٤٩,٥	٥,٣٥	دالة
	محايد	٥٨	٢٨,٧	٤٤	٢١,٢	١٠٢	٢٤,٩	١,٧٦	غير دالة
	تؤثر	٧١	٣٥,١	٣٤	١٦,٣	١٠٥	٢٥,٦	٤,٣٦	دالة
العنف ضد الآخر	لا تؤثر	٦٨	٣٣,٧	٨٢	٣٩,٤	١٥٠	٣٦,٦	١,٢٠	غير دالة
	محايد	٨٨	٤٣,٦	٩٦	٤٦,٢	١٨٤	٤٤,٩	٠,٥٣	غير دالة
	تؤثر	٤٦	٢٢,٨	٣٠	١٤,٤	٧٦	١٨,٥	٢,١٩	دالة
التشهير بالآخرين وانتهاك الخصوصية	لا تؤثر	٩٥	٤٧	١١٦	٥٥,٨	٢١١	٥١,٥	١,٧٨	غير دالة
	محايد	٧٨	٣٨,٦	٥٨	٢٧,٩	١٣٦	٣٣,٢	٢,٣٠	دالة
	تؤثر	٢٩	١٤,٤	٣٤	١٦,٣	٦٣	١٥,٤	٠,٥٣	غير دالة
الانقسام المجتمعى	لا تؤثر	١٠٤	٥١,٥	١١٩	٥٧,٢	٢٢٣	٥٤,٤	١,١٦	غير دالة
	محايد	٥٨	٢٨,٧	٤٨	٢٣,١	١٠٦	٢٥,٩	١,٢٩	غير دالة
	تؤثر	٤٠	١٩,٨	٤١	١٩,٧	٨١	١٩,٨	٠,٠٣	غير دالة
الغرور والتعالى	لا تؤثر	١٢٠	٥٩,٤	١٣٨	٦٦,٣	٢٥٨	٦٢,٩	١,٤٥	غير دالة
	محايد	٦١	٣٠,٢	٥٢	٢٥	١١٣	٢٧,٦	١,١٨	غير دالة
	تؤثر	٢١	١٠,٤	١٨	٨,٧	٣٩	٩,٥	٠,٥٩	غير دالة
اشعال الفتن وتأجيج الصراعات	لا تؤثر	٣٥	١٧,٣	٤٥	٢١,٦	٨٠	١٩,٥	١,١٠	غير دالة
	محايد	٨٠	٣٩,٦	٦٨	٤٧,١	١٧٨	٤٣,٤	١,٥٣	غير دالة
	تؤثر	٨٧	٤٣,١	٦٥	٣١,٣	١٥٢	٣٧,١	٢,٤٧	دالة
تدنى أسلوب الحوار	لا تؤثر	٥٦	٢٧,٧	١٠١	٤٨,٦	١٥٧	٣٨,٣	٤,٣٥	دالة
	محايد	٧٢	٣٥,٦	٦٤	٣٠,٨	١٣٦	٣٣,٢	١,٠٣	غير دالة
	تؤثر	٧٤	٣٦,٦	٤٣	٢٠,٧	١١٧	٢٨,٥	٣,٥٦	دالة

تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق أن عينة الدراسة ترى أن هناك تأثيرات غير مرغوبة اجتماعيا لمشاهدة البرامج الحوارية من خلال: جاء التأثير "عدم تقبل الآخر المختلف عنى" كالآتي: لا تؤثر ٢٨,٥% (٢٥,٧% للذكور- ٣١,٣% للإناث)، محايد ٣١% (٢٨,٧% للذكور- ٣٣,٢% للإناث)، تؤثر ٥% (٤٥,٥% للذكور- ٣٥,٦% للإناث) ويتضح أن هناك فروق دالة إحصائيا بين الذكور والإناث حيث بلغت قيمة (Z) المحسوبة لنسبة التأثير ٢,٠٤ وهى أكبر من القيمة الجدولية ١,٩٦ المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين (الذكور والإناث) بمستوى ثقة ٩٥%، ويأتى التأثير المتحقق من مشاهدة البرامج الحوارية فى القنوات الفضائية فى "استخدام كلمات غريبة عن اللغة العربية" كالآتي: لا تؤثر ٣٣,٧% (٢٩,٧% للذكور- ٣٧,٥% للإناث)، محايد ٣٦,٣% (٣٨,٦%

للذكور- ٣٤,١% للإناث)، تؤثر ٣٠% (٣١,٧% للذكور- ٢٨,٤% للإناث) ونستنتج من القيم السابقة، أنه لا توجد فروق دالة إحصائيا، حيث بلغت قيم (Z) المحسوبة على التوالى (١,٦٧- ٠,٩٥- ٠,٧٣) وهى أقل من القيمة الجدولية ١,٩٦ المنبئة بوجود علاقة فارقة بين الذكور والإناث بمستوى ثقة ٩٥%.

وجاء التأثير التالى فى "السخرية والاستهزاء بالآخر"، كالآتي: لا تؤثر ٤٩,٥% (٣٦,١% للذكور- ٦٢,٥%)، محايد ٤٢,٩% (٢٨,٧% للذكور- ٢١,٢ للإناث)، تؤثر ٢٥,٦% (٣٥,١% للذكور- ١٦,٣% للإناث)، ونستنتج من القيمتين (لا تؤثر وتؤثر) التى بلغت قيم (Z) المحسوبة على التوالى (٥,٣٥- ٤,٣٦) وهى أكبر من القيمة الجدولية ٢,٥٨ المنبئة بوجود علاقة فارقة بين الذكور والإناث بمستوى ثقة ٩٩%، أى أن هناك فروق دالة إحصائيا بين الذكور والإناث فى معدل التأثير المتحقق من مشاهدة البرامج الحوارية فى القنوات الفضائية المصرية.

وجاء التأثير "العنف ضد الآخر" على النحو التالي: لا تؤثر ٣٦,٦% (٣٣,٧% للذكور- ٣٩,٤% للإناث)، محايد ٤٤,٩% (٤٣,٦% للذكور- ٤٦,٢% للإناث)، تؤثر ١٨,٥% (٢٢,٨% للذكور- ١٤,٤% للإناث)، ونستنتج من القيم السابقة، أنه لا توجد فروق دالة إحصائيا، حيث بلغت قيم (Z) المحسوبة (لا تؤثر- محايد) على التوالى (١,٢٠- ٠,٥٣) وهى أقل من القيمة الجدولية ١,٩٦ المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين (الذكور والإناث) بمستوى ثقة ٩٥%، فى حين وجود فروق دالة إحصائيا، حيث بلغت قيمة (Z) المحسوبة بالنسبة لموافق بلغت ٢,١٩ وهى أكبر من القيمة الجدولية ١,٩٦ المنبئة بوجود علاقة فارقة بين الذكور والإناث بمستوى ثقة ٩٥%.

جاء التأثير المتحقق من مشاهدة البرامج الحوارية فى القنوات الفضائية المصرية فى "التشهير بالآخرين وانتهاك الخصوصية" كالآتي: لا تؤثر ٥١,٥% (٤٧% للذكور- ٥٥,٨% للإناث)، محايد ٣٣,٢% (٣٨,٦% للذكور- ٢٧,٩% للإناث)، تؤثر ١٥,٤% (١٤,٤% للذكور- ١٦,٣% للإناث)، ونستنتج من قيمة (Z) المحسوبة بالنسبة للمحايد بلغت ٢,٣٠ وهى أكبر من القيمة الجدولية ١,٩٦ المنبئة بوجود علاقة فارقة بين الذكور والإناث بمستوى ثقة ٩٥%، أى أن هناك فروق دالة إحصائيا بين الذكور والإناث المحايد لهذا التأثير.

وجاء التأثير المتحقق من مشاهدة البرامج الحوارية فى القنوات الفضائية فى "الانقسام المجتمعى" كالآتي: لا تؤثر ٥٤,٤% (٥١,٥% للذكور- ٥٧,٢% للإناث)، محايد ٢٥,٩% (٢٨,٧% للذكور- ٢٣,١% للإناث)، تؤثر ١٩,٨% (١٩,٨% للذكور- ١٩,٧% للإناث)، ونستنتج من القيم السابقة، أنه لا توجد فروق دالة إحصائيا، حيث بلغت قيمة (Z) المحسوبة على التوالى (١,١٦- ١,٢٩- ٠,٠٣) وهى أقل من القيمة الجدولية ١,٩٦ المنبئة بوجود علاقة فارقة بين المتغيرين (الذكور والإناث) بمستوى ثقة ٩٥%.

وجاء التأثير المتحقق من مشاهدة البرامج الحوارية فى القنوات الفضائية فى "الغرور والتعالى" كالآتي: لا تؤثر ٦٢,٩% (٥٩,٤% للذكور- ٦٦,٣% للإناث)، محايد ٢٧,٦% (٣٠,٢% للذكور- ٢٥% للإناث)، تؤثر ٩,٥% (١٠,٤% للذكور- ٨,٧% للإناث)، ونستنتج من القيم السابقة، أنه لا توجد فروق دالة إحصائيا، حيث بلغت قيمة (Z) المحسوبة على التوالى (١,٤٥- ١,١٨- ٠,٥٩) وهى أقل من القيمة الجدولية ١,٩٦ المنبئة بوجود علاقة فارقة بين الذكور والإناث بمستوى ثقة ٠,٩٥.

وجاء هذا التأثير "إشعال الفتن وتأجيج الصراعات" على النحو التالي: لا يؤثر١٩,٥% (١٧,٣% للذكور- ٢١,٦% للإناث)، محايد ٤٣,٤% (٣٩,٦% للذكور- ٤٧,١% للإناث)، يؤثر ٣٧,١% (٤٣,١% للذكور- ٣١,٣% للإناث)، ويتضح من قيمة (Z) المحسوبة بالنسبة لموافق ٢,٤٧ وهى أكبر من القيمة الجدولية ١,٩٦ المنبئة بوجود علاقة فارقة بين الذكور والإناث بمستوى ثقة ٩٥%، أى أن هناك فروق دالة إحصائية بين الذكور والإناث فى معدل التأثير بينهما

وجاء التأثير المتحقق من مشاهدة البرامج الحوارية فى القنوات الفضائية المصرية فى "تدنى أسلوب الحوار"، وجاءت كالآتي: لا تؤثر ٣٨,٣% (٢٧,٧% للذكور- ٤٨,٦% للإناث)، محايد ٣٣,٢% (٣٥,٦% للذكور- ٣٠,٨% للإناث)، تؤثر ٢٨,٥% (٣٦,٦% لذكور- ٢٠,٧% للإناث)، ويتضح من قيمة (Z) المحسوبة ل (لا تؤثر وتؤثر) على التوالى (٤,٣٥- ٣,٥٦) وهى أكبر من القيمة الجدولية ٢,٥٨ المنبئة بوجود علاقة فارقة بين الذكور والإناث بمستوى ثقة ٩٩%.

- مدى موافقة عينة الدراسة على مقترحات النهوض بالبرامج الحوارية:

جدول (١٥) توزيع عينة الدراسة طبقًا لموافقتهم على مقترحات النهوض بالبرامج الحوارية

العبارات \ درجة الموافقة	موافق		محايد		أعترض		المتوسط	الانحراف المعياري	الوزن المئوي
	ك	%	ك	%	ك	%			
البعد عن أساليب اللغة التحريضية	٣٢٩	٩١,١	٣٢٩	٧٣,١	١٩	٤,٢	٢,٧٦	٠,٥٣	٩٢
الالتزام بضوابط وأخلاقيات المهنة	٢٨٩	٦٤,٢	٨٧	١٩,٣	٣٤	٧,٦	٢,٦٢	٠,٦٣	٨٧,٣
استخدام لغة مفهومة لدى كل المشاهدين	١٩٥	٤٣,٣	١٤٠	٣١,١	٧٥	١٦,٧	٢,٢٩	٠,٧٦	٧٦,٣
الاستعانة بضيوف أكثر تخصصا	١٨٧	٤١,٦	١١٩	٢٦,٤	١٠٤	٢٣,١	٢,٢٠	٠,٨٢	٧٣,٣
تطوير مستوى مقدمى البرامج الحوارية	١٥٣	٣٤	١٣٣	٢٩,٦	١٢٤	٢٧,٦	٢,٠٧	٠,٨٢	٦٩
التقليل من كمية الفقرات الإعلانية	١١٧	٢٦	١١٧	٢٦	١٧٦	٣٩,١	١,٨٦	٠,٨٣	٦٢
ن	٤١٠								

تشير بيانات الجدول السابق إلى درجة موافقة عينة الدراسة من المراهقين على مجموعة من العبارات لتعرف على موقفهم من مقترحات النهوض بالبرامج الحوارية والتى جاءت على النحو التالي: أشارت نسبة ٩١,١% من إجمالى عينة الدراسة عن موافقتهم على أنه "يجب البعد عن أساليب اللغة التحريضية"، مقابل نسبة ٤,٢% تعترض على ذلك، وأشارت نسبة ٦٤,٢% من إجمالى عينة الدراسة عن موافقتهم على "الالتزام بضوابط وأخلاقيات المهنة" مقابل نسبة ٧,٦% تعترض على ذلك، وهو ما يؤكد على قدرة عينة الدراسة على النقد والتحليل للمواد الإعلامية المعروضة عليهم وهذا يشير إلى أهمية المشاهدة الناقدة Critical Viewing التى يجب بث قواعدها فى أطفالنا منذ الصغر حتى يتمكنوا من تحليل كل ما يعرض عليهم فى وسائل الإعلام، وترى نسبة ٤٣,٣% من إجمالى عينة الدراسة أن البرامج الحوارية يجب أن "تستخدام لغة مفهومة لدى كل المشاهدين"، مقابل نسبة ١٦,٧% تعترض على ذلك، وأفادت نسبة ٤١,٦% من إجمالى عينة الدراسة أنه يجب "الاستعانة بضيوف أكثر تخصصا" مقابل نسبة ٢٣,١% تعترض على ذلك، وأعربت نسبة ٣٤% من إجمالى عينة الدراسة بأنهم يرون "تطوير مستوى مقدمى البرامج الحوارية" مقابل نسبة ٢٧,٦% تعترض على هذه العبارة، وأفادت نسبة ٢٦% من إجمالى عينة الدراسة بأنهم يرون "التقليل من كمية الفقرات الإعلانية" مقابل نسبة ٣٩,١% تعترض على ذلك.

المراجع:

١. أمل نبيل بدر. علاقة نمط الملكية بأساليب معالجة البرامج الحوارية لقضايا التنمية المستدامة، دراسة تحليلية مقارنة، **مجلة بحوث الشرق الأوسط فى العلوم الإنسانية والأدبية**، (جامعة عين شمس، ٢٠١٨).

٢. قصى محمد خلف. توظيف الإثارة فى البرامج الحوارية التلفزيونية العربية،

تحليل مضمون برنامجى أحمر بالخط العريض وأجرأ الكلام، **رسالة ماجستير** غير منشورة، (الأردن، جامعة اليرموك، كلية الإعلام، ٢٠١٧).

٣. لامان محمد محمد أحمد. دور الإعلام الجديد فى معالجة قضايا التنمية بالمجتمع المصرى الفيسبوك نموذجا، **رسالة ماجستير** غير منشورة، (جامعة عين شمس، كلية البنات، قسم الاجتماع، شعبة الإعلام، ٢٠١٨).

٤. هايدى إبراهيم محمد. المسئولية الإجتماعية لمقدمى البرامج الحوارية فى الفضائيات المصرية، **رسالة دكتوراه** غير منشورة، (جامعة عين شمس: كلية الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الأطفال، ٢٠١٨).

5. Samia Rahman, Syed Mahfujul Haque, Politiciation of taik shows Raising Political Awareness among youth study conduted in **Distrittobatexsingh Academic Journal of Interdiciphlinary studies** Mcser Publishing, Vol 3 no 1, 2015

6. Jody Baumgarther, Janathans Morris "one Nation under Stphen? The effects of the Colbert report on american youth", **Journal of broadcasting& electronic media**, vol.52, Issue4, December, 2013, pp. 622- 636.